

**3-Monats-Bericht 2005**



Global Reach.  
Local Touch.

Die wesentlichen Kennzahlen im Überblick

	Q1/ 2005 TEUR	Q1/ 2004* TEUR	Veränderung
Nettoumsatz	5.450	4.721	15%
Bruttomarge	2.384	2.178	9%
Betriebskosten	2.512	2.202	14%
EBIT	-23	-48	52%
Periodenüberschuss	155	254	-39%

	31.03.2005 TEUR	31.12.2004 TEUR	
Liquide Mittel**	23.246	25.197	
Eigenkapital	40.268	40.051	
Bilanzsumme	45.712	46.398	

	Q1/ 2005 EUR	Q1/ 2004* EUR	Veränderung
Ergebnis pro Aktie (unverwässert)	0,01	0,02	-50%

	31.03.2005	31.03.2004	
Anzahl Mitarbeiter	132	113	

\* Vorjahresausweis angepasst

\*\* einschließlich kurzfristig liquidierbarer Wertpapiere und Wertpapiere mit Verfügungsbeschränkung

Sehr geehrte Aktionäre,

Online Advertising ist in aller Munde. 25 Prozent des Mediakonsums gehen mittlerweile in Online Angebote, jedoch nur vier Prozent der Werbeausgaben werden für interaktive Medien verplant. Diese Buchungslücke wird sich in den nächsten Jahren zusehends schließen, worauf sich in erster Linie der weitverbreitete Optimismus für ein langanhaltendes, überproportionales Wachstum des Online Werbemarktes stützt.

Die Finanzmärkte, vor allem in den USA haben den Online Markt schon seit geraumer Zeit wiederentdeckt, mit der logischen Konsequenz, dass nicht nur Unternehmensbewertungen und Aktienkurse schon fast wieder in frühere Höhen abheben, sondern dass auch große finanzielle Ressourcen in Unternehmensbeteiligungen investiert werden. Im Unterschied jedoch zur Bewertungsblase Ende der 90er Jahre konzentrieren sich die Anleger auf bewährte Geschäftsmodelle und Unternehmen mit nachgewiesener Substanz und Profitabilität.

Auch ad pepper media profitiert von diesen Marktentwicklungen. Neben einem stetig steigendem Buchungs- und Auftragsvolumen ist vor allem das Interesse ausländischer Investoren an unserer Aktie deutlich zu spüren. Die Eröffnung unserer Niederlassung in den USA sowie die Minderheitsbeteiligung an dem US Unternehmen dMarc Broadcasting haben uns vor allem in den USA eine erhöhte Aufmerksamkeit beschert. Auch wenn sich diese Investitionen in der Bilanz kurzfristig mit gestiegenen Kosten nieder schlagen, haben wir damit unserer Wachstumsstory einen weiteren Baustein zugefügt.

Auch wenn das Umsatzwachstum für das erste Quartal noch nicht herausragend ist, konnten wir gerade in den letzten Wochen ein deutliches Anziehen der Auftragseingänge verzeichnen, so dass wir für das Gesamtjahr sehr zuversichtlich sind.

Die Entwicklung der Ertragslage ist wie gewohnt am Jahresanfang wenig aussagekräftig, da die umsatzstarken Monate noch vor uns liegen. Auch wenn das Ergebnis leicht hinter dem Vorjahr zurückbleibt, ist das aufgrund der schon mehrmals aufgeführten Investitionen in Auslands- und Produktexpansion unbedenklich. Besagte Investitionstätigkeit wird in den nächsten Monaten noch deutlich zunehmen, dennoch rechnen wir bereits dieses Jahr mit deutlich positiven Auswirkungen auf das Betriebsergebnis.

Der wichtigste Wettbewerbsvorteil für ad pepper media ist dabei nach wie vor ihre homogene, internationale Aufstellung mit zehn profitablen Ländergesellschaften. Gerade internationale Kunden sind zusehends darauf angewiesen auch kurzfristige Kampagnen aus einem Guss in vielen Ländern gleichzeitig abzuwickeln. Dies setzt einen Partner wie ad pepper media mit internationaler Präsenz und leistungsfähiger Technologie voraus, der gleichbleibend hohe Kampagnenqualität und große Auslieferungsvolumina garantieren kann.

ad pepper media ist für die Markt- und Unternehmensentwicklung gleichermaßen optimistisch. Steigende Auftragseingänge werden weiter steigende Umsätze und Erträge mit sich bringen, dies sollte sich auch in der Entwicklung unseres Aktienkurses widerspiegeln.

Wir danken Ihnen für das entgegengebrachte Vertrauen.

Der Vorstand  
ad pepper media International N.V.

Ulrich Schmidt    Hermann Claus    Niels Nüssler

### Ergebnis – 1. Quartal 2005

ad pepper media veröffentlicht erstmals ihren Zwischenbericht gemäß den International Financial Reporting Standards (IFRS). Die Vorjahresangaben sind entsprechend angepasst.

Bei anhaltendem Wettbewerbs- und Preisdruck gelang es der ad pepper media International N.V. erneut, die positive Umsatzentwicklung des Geschäftsjahres 2004 auch im saisonal bedingt eher schwächeren ersten Quartal 2005 fortzusetzen.

ad pepper media erzielte im 1. Quartal 2005 einen Umsatz von TEUR 5.450 (Q1/2004: TEUR 4.721)- was einem Wachstum von 15 Prozent verglichen mit dem Vorjahresquartal entspricht. Nach einer Steigerung von 9 Prozent beläuft sich die Bruttomarge im 1. Quartal 2005 auf TEUR 2.384 (Q1/2004: TEUR 2.178). Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) in den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres ergibt TEUR -23, nach TEUR -48 im ersten Quartal 2004. Der im ersten Quartal 2005 erwirtschaftete Periodenüberschuss beträgt TEUR 155 (Q1/2004: TEUR 254).

Auch nachdem ad pepper media im März 2005 für rund Mio. EUR 1,6 den niederländischen Online-Vermarkter ResultOnline B.V. akquirierte, verfügt die Gesellschaft zum Stichtag 31. März 2005 weiterhin über einen komfortablen Bestand an liquiden Mittel von Mio. EUR 23,2, einschließlich kurzfristig liquidierbarer Wertpapiere des Anlagevermögens und Zahlungsmitteln mit Verfügungsbeschränkung. Die Eigenkapitalquote konnte im Vergleich zum 31. Dezember 2004 um weitere 2 Prozent-Punkte von 86 Prozent auf nunmehr 88 Prozent erhöht werden.

### Unternehmensentwicklung

ad pepper media International N.V., internationale Verkaufs- und Vermarktungsorganisation für digitale Marketing-Lösungen, ist in der Lage, maßgeschneiderte Kampagnen in der ganzen Welt auszuliefern. Allein in Europa kann das Unternehmen 850 Websites mit 1,4 Milliarden Werbekontakten pro Monat bedienen. In Amerika kommen über Partner nochmals drei Milliarden Werbekontakte hinzu, in Asien eine Milliarde. Darüber

hinaus besteht für ad pepper media jederzeit die Möglichkeit, bei Bedarf auf mehrere Milliarden Kontakte zuzugreifen, die über ausgewählte weltweite Partnerschaften zur Verfügung gestellt werden.

Im Februar diesen Jahres akquirierte die ad pepper media BeNeLux B.V. den niederländischen Online-Vermarkter ResultOnline B.V. Diese Akquisition stärkt ad pepper medias Stellung im Bereich des textbasierten Online-Marketings und macht die Tochtergesellschaft ad pepper media BeNeLux B.V. zum führenden niederländischen Anbieter von Online-Marketing Lösungen.

Mit nunmehr 15 Niederlassungen in zehn europäischen Ländern und einer Niederlassung in den USA verfügt die ad pepper media International N.V. über ein weit gefächertes Vertriebsnetzwerk und realisiert als umfassender Dienstleister (One-Stop-Shop) in den drei Geschäftsbereichen MEDIA, DIREKTMARKETING und TECHNOLOGIE für mittlere und große Unternehmen nationale, pan-europäische und weltweite Online Marketingkampagnen.

Vor allem die Fähigkeit, internationale Marketingkampagnen schnell und flexibel an die lokalen Bedürfnisse in einzelnen Ländern anzupassen und zu platzieren, hat sich einmal mehr als ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal von ad pepper media herausgestellt. Darüber hinaus baut ad pepper media stetig ihr Leistungsspektrum aus und verfügt heute über mehr als ein Dutzend effizienter Marketingwerkzeuge, die entsprechend den Markterfordernissen und Kundenwünschen erweitert und angepasst werden.

Zu ad pepper medias Kunden zählen Blue Chips ebenso wie neue, innovative Marken und Werbekunden, die das Internet als effizientes Werbemedium entdeckt haben.

### Online-Werbung

Immer mehr Unternehmen setzen das Internet als Medium für Ihre Kommunikationsmaßnahmen ein. Online-Werbung ist zu einem integrativen Bestandteil des Media-Mixes geworden.

Die positive Entwicklung im vergangenen Jahr hat sich auch im ersten Quartal 2005 fortgesetzt.

Neben der verstärkten Nutzung des Internets in allen Bevölkerungsschichten trug auch die ständig zunehmende Verbreitung von Breitband-Anschlüssen zum weiteren Wachstum der Online-Werbung bei, die gerade bei hochwertigen Rich Media-Formen die Reichweite und damit die Attraktivität für die werbetreibenden Unternehmen steigern konnte. Die gestiegene Qualität von Online-Werbung schlug sich auch in einem gleichbleibend hohen Preisniveau nieder. Die interaktiven Möglichkeiten des Mediums Online kommen vermehrt auch in integrierten cross- medialen Kampagnen zum Einsatz, die klassische elektronische Medien wie Funk, TV sowie Print kombinieren.

Ein ähnlicher Trend lässt sich auch im Bereich E-Commerce und bei erfolgsbasierten Online-Marketing Maßnahmen feststellen. Die zunehmenden Markt-Restriktionen durch Pop-Up Blocker und die Spam-Problematik haben zu einer verbesserten Qualität und User-Wahrnehmung von Online-Werbung geführt. Bei sowohl großen, als auch mittelständischen Unternehmen lässt sich ein nach wie vor großer Bedarf an qualifizierten und effektiven Online-Direktmarketing-Kampagnen feststellen. Zur Abbildung der komplexen und vernetzten Geschäftsprozesse und zur Intensivierung der internen und externen Kommunikation kommen neben webbasierten Anwendungen verstärkt auch Email- und Suchmaschinen-Marketing zum Einsatz. Diesen beiden Bereichen werden mit die größten Wachstumschancen eingeräumt. Speziell in europäischen aber auch in US-amerikanischen Unternehmen besteht hier noch enormer Handlungsbedarf.

Um auch bisher noch nicht aktiven Händlern und Betrieben den Einstieg in den Online-Markt zu vereinfachen, kommen verstärkt Produkte und Lösungen für regionalisierte Online-Werbung auf den Markt.

Um die wachsenden Aufgaben im Online-Marketing von multinationalen wie regionalen Unternehmen zu lösen, sind erfahrene, internationale Dienstleister mit lokaler Marktkenntnis und starker Technologie-Kompetenz gefragt. ad pepper media hat durch die im vergangenen Jahr gegründete Einheit in den USA und das bewährte Pan-Europäische Netzwerk die besten Voraussetzungen, eine wichtige Rolle in einem etablierten und sich konsolidierenden Markt zu spielen.

### Die Aktie

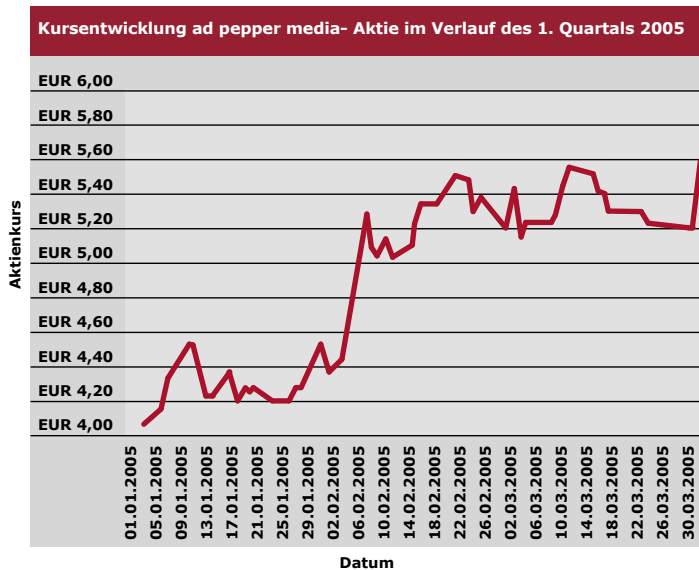
Im Januar, zu Beginn des neuen Geschäftsjahres, legte die ad pepper media- Aktie deutlich zu und verzeichnete ein neues Halbjahreshoch bei EUR 4,55. Dieser Kurszuwachs wurde jedoch unter starken Kursschwankungen im Verlauf des Monats Januar wieder abgegeben.

Am vierten Handelstag des Monats Februar durchbrach der Kurs die 200 Tage Linie bei EUR 4,48 nachhaltig. Im weiteren Monatsverlauf stieg der Kurs der Aktie, ohne fundamentale Meldungen, auf neue Höchststände. Die Mitte Februar veröffentlichte Kaufstudie von GBC-Research, Kursziel EUR 6, wirkte sich zusätzlich positiv aus. Die Aktie erreichte mit EUR 5,78 den Bereich vom April 2004 und damit fast ein 4-Jahreshoch.

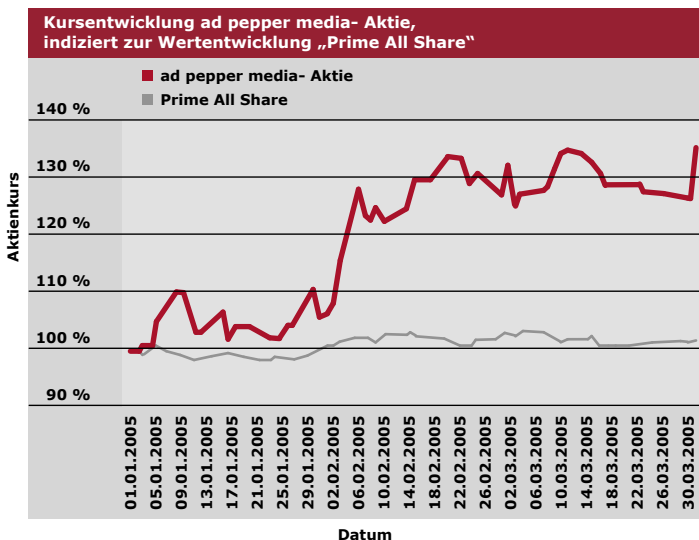
Die Meldung über die Akquisition des niederländischen Online-Vermarkters ResultOnline B.V. hatte eine leicht positive Auswirkung auf den Kursverlauf. Ebenso beflügelnd wirkte sich die Veröffentlichung des Konzernjahresabschlusses auf den Kurs aus, der dann aber am Widerstand von EUR 5,59 scheiterte.

Zum Ende des Monats März gab die Aktie an Substanz ab und fiel mit nur wenig Umsätzen erneut bis auf EUR 5. Erst am letzten Handelstag des ersten Quartals setzte erneutes Interesse an der Aktie ein und trieb den Kurs auf EUR 5,57.

## » 3-Monats-Bericht 2005



Verglichen mit der Entwicklung des Prime All Share Index konnte sich die ad pepper media- Aktie mit einer Kurssteigerung von 36 Prozent in den ersten drei Monaten 2005 deutlich abkoppeln.



Der Prime All Share schloss das erste Quartal des Geschäftsjahres 2005 mit einem Plus von zwei Prozent.

Im Februar 2005 veröffentlichte das Research-Haus German Business Concepts (GBC) eine Studie, die in einer Kaufempfehlung mündete. GBC sieht in den nächsten 12 Monaten das Kursziel bei 6 EUR. Die Studie kann über [ir@adpepper.com](mailto:ir@adpepper.com) angefordert werden.

Interessenten erhalten unter [www.adpepper.com](http://www.adpepper.com) (Investor Relations) Gelegenheit, sich umfassend über das Unternehmen zu informieren sowie die Möglichkeit des Downloads von Finanzberichten und -meldungen. Darüber hinaus stehen wir gern jederzeit für Anfragen unserer Investoren und interessierter Anleger jederzeit telefonisch oder per E-Mail zur Verfügung.

### Ausblick

Nachdem das 1. Quartal erfolgreich abgeschlossen wurde, sieht ad pepper media zuversichtlich in die kommenden Monate. Die derzeitige Auftragslage entspricht unseren Erwartungen und auch wenn die wirtschaftliche Gesamtsituation nach wie vor Risiken birgt, erwarten wir eine positive Entwicklung in Umsatz und Ergebnis gleichermaßen.

Darüber hinaus sind zusätzlich zu dem jüngsten Erwerb von ResultOnline B.V. in den Niederlanden weitere sinnvolle Akquisitionen denkbar.

Es ist erklärtes Ziel, den Unternehmenswert weiter zu steigern und das Vertrauen unserer Investoren zu stärken, daher werden neue Chancen zielgerichtet verfolgt.

<b>Konzern Gewinn- und Verlust-Rechnung (IFRS)</b>		
	<b>Q1/ 2005 EUR</b>	<b>Q1/ 2004 EUR</b>
Umsatzerlöse	5.450.119	4.721.171
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	-3.066.096	-2.542.720
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>2.384.023</b>	<b>2.178.451</b>
Vertriebskosten	-1.597.331	-1.377.672
Allgemeine und Verwaltungskosten	-911.729	-859.541
Sonstige betriebliche Erträge und Aufwendungen, netto	-3.076	34.968
<b>Operatives Ergebnis</b>	<b>-128.113</b>	<b>-23.794</b>
Beteiligungserträge	126.654	23.722
Kursgewinne/ -verluste, netto	-21.843	-48.251
Zinserträge/ -aufwendungen, netto	184.542	304.494
<b>Ergebnis vor Steuern (und Minderheitenanteilen)</b>	<b>161.240</b>	<b>256.171</b>
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-5.742	-2.603
<b>Ergebnis vor Minderheitenanteilen</b>	<b>155.498</b>	<b>253.568</b>
Minderheitenanteile	0	0
<b>Konzern-Jahresüberschuss</b>	<b>155.498</b>	<b>253.568</b>
Gewinn je Aktie (unverwässert)	0,01	0,02
Gewinn je Aktie (verwässert)	0,01	0,02
	<b>Q1/ 2005 Stück</b>	<b>Q1/ 2004 Stück</b>
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	10.468.442	10.355.743
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (verwässert)	11.373.165	11.306.345

<b>Konzern-Bilanz (IFRS)</b>		
	<b>31. März 2005 EUR</b>	<b>31. Dezember 2004 EUR</b>
<b>Aktiva</b>		
<b>Langfristig gebundenes Vermögen</b>		
Firmenwert	4.206.399	2.819.971
Immaterielle Vermögensgegenstände, netto	1.730.361	1.547.946
Sachanlagen, netto	415.572	418.231
Beteiligungen	2.776.353	2.645.424
Zahlungsmittel mit Verfügungsbeschränkung	650.000	650.000
Wertpapiere des Anlagevermögens	5.433.100	2.513.250
Sonstige Vermögensgegenstände	707.654	603.908
Latente Steuern	2.735.157	2.735.157
<b>Summe langfristiges Vermögen</b>	<b>18.654.596</b>	<b>13.933.887</b>
<b>Umlaufvermögen</b>		
Wertpapiere	6.008.699	6.113.003
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, netto	8.562.082	9.165.577
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände	1.331.584	1.264.569
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	11.154.679	15.921.047
<b>Summe kurzfristige Vermögensgegenstände</b>	<b>27.057.044</b>	<b>32.464.196</b>
<b>Aktiva, gesamt</b>	<b>45.711.640</b>	<b>46.398.083</b>
<b>Passiva</b>		
<b>Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital	1.115.500	1.115.500
Kapitalrücklage	59.770.577	59.727.358
Eigene Anteile	-889.157	-1.062.920
Neubewertungsrücklage	-207.502	-23.048
Bilanzverlust	-19.495.246	-19.650.744
Umrechnungsrücklage	-26.625	-55.127
<b>Summe Eigenkapital</b>	<b>40.267.547</b>	<b>40.051.019</b>
<b>Ausgleichsposten für Anteile anderer Gesellschafter</b>	<b>35.695</b>	<b>35.695</b>
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.276.005	3.052.630
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	537.062	632.882
Rückstellungen	2.595.331	2.625.857
<b>Summe kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>5.408.398</b>	<b>6.311.369</b>
<b>Passiva, gesamt</b>	<b>45.711.640</b>	<b>46.398.083</b>



<b>Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)</b>		
	<b>01.01.05-31.03.05 EUR</b>	<b>01.01.04-31.03.04 EUR</b>
<b>Periodenüberschuss</b>	155.498	253.568
<b>Überleitung zwischen Jahresüberschuss und Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit</b>		
Abschreibungen	175.193	128.824
Gewinn/ Verlust aus dem Verkauf von Gegenständen des Anlagevermögens	-1.605	-8.774
Aufwand Aktienoptionen	43.219	102.402
Zinsergebnis	-184.542	-304.494
Steuerergebnis	5.742	2.603
Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge	-5.154	62.102
<b>Brutto-Cash-Flow</b>	<b>188.351</b>	<b>236.231</b>
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	603.495	905.001
Veränderung anderer Aktiva	-67.015	-143.084
Gezahlte Ertragsteuern	-5.742	-2.603
Vereinnahmte Zinsen	63.632	219.281
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-776.625	-1.116.999
Gezahlte Zinsen	-590	-610
Veränderung anderer Verbindlichkeiten	-126.346	-578.253
<b>Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>-120.840</b>	<b>-481.036</b>
Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	-355.886	-186.590
Erlöse aus dem Abgang von immateriellen Vermögensgegenständen und Sachanlagen	2.542	13.068
Auszahlungen für den Erwerb von Beteiligungen	-4.275	0
Kautionszahlungen/Einnahmen aus der Rückzahlung von Mietsicherheiten	-103.746	-11.303
Erwerb von Geschäfts-/Firmenwerten	-1.221.565	0
Erwerb von Wertpapieren	-3.000.000	0
<b>Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-4.682.930</b>	<b>-184.825</b>
Verkauf eigener Aktien	8.900	69.591
<b>Mittelzufluss aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>8.900</b>	<b>69.591</b>
Einfluss von Wechselkursänderungen auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	28.502	58.650
Zahlungswirksame Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-4.766.368	-537.620
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres</b>	<b>15.921.047</b>	<b>17.281.976</b>
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode</b>	<b>11.154.679</b>	<b>16.744.356</b>

<b>Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals</b>							
	<b>Gezeichnetes Kapital EUR</b>	<b>Kapital-rücklage EUR</b>	<b>Eigene Anteile EUR</b>	<b>Neubewertungs-rücklage EUR</b>	<b>Bilanz-verlust EUR</b>	<b>Umrechnungs-rücklage EUR</b>	<b>Gesamt EUR</b>
<b>Stand 1. Januar 2004</b>	1.115.500	59.334.652	-1.284.338	118.841	-23.599.925	-26.955	35.657.775
Ausgabe eigener Aktien			69.591				69.591
Periodenergebnis					253.568		253.568
Aktionsoptionsprogramme		102.404					102.404
Währungsdifferenzen						56.975	56.975
Unrealisierte Kursgewinne/ -verluste				63.429			63.429
<b>Gesamtergebnis</b>							<b>476.376</b>
<b>Stand 31. März 2004</b>	<b>1.115.500</b>	<b>59.437.056</b>	<b>-1.214.747</b>	<b>182.270</b>	<b>-23.346.357</b>	<b>30.020</b>	<b>36.203.742</b>
<b>Stand 1. Januar 2005</b>	1.115.500	59.727.358	-1.062.920	-23.048	-19.650.744	-55.127	40.051.019
Ausgabe eigener Aktien			173.763				173.763
Periodenergebnis					155.498		155.498
Aktionsoptionsprogramme		43.219					43.219
Währungsdifferenzen						28.502	28.502
Unrealisierte Kursgewinne/ -verluste				-184.454			-184.454
<b>Gesamtergebnis</b>							<b>42.765</b>
<b>Stand 31. März 2005</b>	<b>1.115.500</b>	<b>59.770.577</b>	<b>-889.157</b>	<b>-207.502</b>	<b>-19.495.246</b>	<b>-26.625</b>	<b>40.267.547</b>

## Anhang zum Konzernzwischenabschluss zum 31. März 2005

### Grundlage für die Erstellung des Quartalsabschlusses

Der vorliegende Quartalsabschluss der ad pepper media International N.V. wurde erstmals 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 angepasst. Der Quartalsabschluss erfüllt die Anforderungen des IAS34.

### 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 2004 nach US-GAAP erstellt wurde.

Unterschiede sind unter der Überschrift „Umstellung auf International Financial Reporting Standards“ erläutert.

### Unternehmenszusammenschlüsse

Am 01. März 2005 hat die ad pepper media Benelux B.V. den niederländischen Online-Vermarkter ResultOnline B.V. zu 100 Prozent übernommen. ResultOnline wurde 1999 gegründet und nimmt eine führende Position im textbasierten Online-Marketing in den Niederlanden ein. ResultOnline verfügt über einen soliden Stamm an Kunden und Website-Partnern, bietet überwiegend erfolgsabhängige Vermarktung mittels einer eigenen Technologie an und agiert seit 2001 profitabel. Durch die Kombination von ad pepper medias führenden Lösungen zur Lead-Generierung und die wachsende Opt-in Email-Datenbank mit ResultOnlines Erfahrung im Bereich textbasierter Vermarktung und einem breit gefächerten Kunden- und Webstamm, werden beide Gesellschaften gemeinsam zum führenden niederländischen Anbieter von Online-Data-Marketing-Lösungen. Synergieeffekte lassen ebenfalls nachhaltige Profitabilität erwarten.

Der vorläufige Kaufpreis beträgt EUR 1.582.672, davon wurden EUR 164.864 in Form von 30.678 Stück Aktien der ad pepper media International N.V. gezahlt. Der Wert je Aktie von EUR 5,374 entspricht dem durchschnittlichen Schlusskurs der letzten zehn Handelstage vor Vertragsabschluss. Darüber hinaus ist ein zusätzlicher Kaufpreis in Höhe von EUR 100.000 in Abhängigkeit von Zielerreichungen vereinbart.

Der Kaufpreis übersteigt die angesetzten Beträge des Nettovermögens, die nachfolgend dargestellt sind, um EUR 1.386.428.

Angesetzte Beträge von Vermögenswerten und Schulden zum Erwerbszeitpunkt:	
	TEUR
<hr/>	
Immaterielle Vermögensgegenstände	50,2
Sachanlagen, netto	12,1
<b>Langfristiges Vermögen gesamt</b>	<b>62,3</b>
<hr/>	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	56,8
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände	51,4
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	358,9
<b>Kurzfristiges Vermögen gesamt</b>	<b>467,1</b>
<b>Vermögen gesamt</b>	<b>529,4</b>
<hr/>	
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	63,2
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	27,4
Rückstellungen	142,7
<b>Schulden gesamt</b>	<b>233,3</b>
<hr/>	
<b>Nettovermögen</b>	<b>296,1</b>

ResultOnline hat mit EUR 21.000 zum Konzern-Periodenüberschuss beigetragen.

Unter der Annahme, dass der Erwerbszeitpunkt zu Beginn des laufenden Geschäftsjahres gelegen hätte, ergibt sich ein Proforma Umsatz von EUR 5.562.000 und ein Proforma Periodenüberschuss in Höhe von EUR 165.000.

### 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
- USA

Umsatz						
Umsatz Q1/ 2005 in TEUR	ZENTRALEUROPA	NORDEUROPA	WESTEUROPA	USA	KONSOLIDIERUNG	KONZERN
Umsatz extern	1.958	983	2.297	212		5.450
Intersegmentumsätze	41	54	98	0	-193	0
<b>Gesamtumsatz</b>	<b>1.999</b>	<b>1.037</b>	<b>2.395</b>	<b>212</b>	<b>-193</b>	<b>5.450</b>
Umsatz Q1/ 2004 in TEUR						
Umsatz extern	1.695	1.071	1.837	117		4.720
Intersegmentumsätze	176	151	2		-329	0
<b>Gesamtumsatz</b>	<b>1.871</b>	<b>1.222</b>	<b>1.839</b>	<b>117</b>	<b>-329</b>	<b>4.720</b>
Ergebnis in TEUR						
Q1/2005	271	-73	-106	-18	81	155
Q1/2004	427	35	-138	91	-161	254

### Umstellung auf International Financial Reporting Standards

Die erstmalige Anwendung der International Financial Reporting Standards führt auf Grund der Anpassungen der Vorjahresvergleichswerte zu Abweichungen zwischen dem für die Vergleichsperioden nach IFRS dargestellten Konzerneigenkapital und Konzerngewinn und den entsprechenden, bisher nach US-GAAP für diese Perioden ausgewiesenen Werten. Dabei wurden die Vergleichswerte so ermittelt, als ob die

IAS/IFRS schon immer angewandt wurden. Die sich ergebenden Unterschiedsbeträge zwischen den Bilanzwerten des zum 31. Dezember 2003 aufgestellten Konzernabschlusses nach US-GAAP und der zum 01. Januar 2004 aufgestellten IFRS Eröffnungsbilanz wurden erfolgsneutral in den Gewinnrücklagen berücksichtigt.

Gemäß IFRS1 (First Time Adoption of International Financial Reporting Standards) wird nachfolgend das Konzerneigenkapital nach US-GAAP auf das Konzerneigenkapital nach IFRS überleitet:

EUR	Anm.*	US-GAAP 01.01.2004	Überleitung	IFRS 01.01.2004
Gezeichnetes Kapital		1.115.500		1.115.500
Kapitalrücklage	a,c	56.584.792	2.749.860	59.334.652
Eigene Anteile	c	-79.973	-1.204.365	-1.284.338
Neubewertungsrücklage	b		118.841	118.841
Bilanzverlust	a	-22.054.430	-1.545.495	-23.599.925
Umrechnungsrücklage	b		-26.955	-26.955
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	b	91.886	-91.886	
<b>Eigenkapital</b>		<b>35.657.775</b>	<b>0</b>	<b>35.657.775</b>

EUR	Anm.*	US-GAAP 31.03.2004	Überleitung	IFRS 31.03.2004
Gezeichnetes Kapital		1.115.500		1.115.500
Kapitalrücklage	a,c	56.650.813	2.786.243	59.437.056
Eigene Anteile	c	-76.403	-1.138.344	-1.214.747
Neubewertungsrücklage	b		182.270	182.270
Bilanzverlust	a	-21.698.460	-1.647.899	-23.346.359
Umrechnungsrücklage	b		30.020	30.020
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	b	212.290	-212.290	
<b>Eigenkapital</b>		<b>36.203.740</b>	<b>0</b>	<b>36.203.740</b>

## » Anhang zum Konzernzwischenabschluss zum 31. März 2005

EUR	Anm.*	US-GAAP 31.12.2004	Überleitung	IFRS 31.12.2004
Gezeichnetes Kapital		1.115.500		1.115.500
Kapitalrücklage	a,c	56.795.173	2.932.185	59.727.358
Eigene Anteile	c	-68.937	-993.983	-1.062.920
Neubewertungsrücklage	b		-23.048	-23.048
Bilanzverlust	a	-17.712.542	-1.938.202	-19.650.744
Umrechnungsrücklage	b		-55.127	-55.127
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	b	-78.175	78.175	
<b>Eigenkapital</b>		<b>40.051.019</b>	<b>0</b>	<b>40.051.019</b>

Die Auswirkungen der Anpassungen auf die IFRS auf den Konzerngewinn ergeben sich aus folgender Tabelle:

EUR	Anm.*	01.01.-31.12.2004	01.01.-31.03.2004
Konzerngewinn nach US-GAAP		4.341.888	355.970
Mitarbeiter-Aktienoptionsprogramm	a	-392.707	-102.402
Konzerngewinn nach IFRS		3.949.181	253.568

\*Anmerkungen:

a) Die Gesellschaft hatte nach APB25 keinen Personalaufwand für gewährte Aktienoptionen an Mitarbeiter im US-GAAP Abschluss ausgewiesen. IFRS2 sieht dagegen den erfolgswirksamen Ausweis solcher Vergütungsbestandteile vor. Dementsprechend ergeben sich die ausgewiesenen Überleitungsdifferenzen im Konzerngewinn bzw. im Bilanzverlust sowie in der Kapitalrücklage.

b) Das nach US-GAAP ausgewiesene kumulierte sonstige Gesamtergebnis enthielt aufgelaufene Währungsumrechnungsdifferenzen aus der Konsolidierung von Gesellschaften deren funktionale Währung nicht EURO ist, sowie Neubewertungsrücklagen für unrealisierte Kursverluste von Wertpapieren. Diese Bestandteile werden im IFRS Abschluss separat als Umrechnungsrücklage bzw. Neubewertungsrücklage ausgewiesen.

c) Die eigenen Anteile wurden im US-GAAP Abschluss zu Nennwert bilanziert. Die Differenz zwischen Anschaffungskosten und Nennwert wurde mit der Kapitalrücklage verrechnet. Der Ausweis der eigenen Anteile im IFRS Abschluss erfolgt nunmehr zu Kaufpreisen.

### Eigene Anteile

Laut Gesellschafterbeschluss wurde die ad pepper media zum Rückkauf von bis zu 1.115.500 eigener Aktien ermächtigt. Zum Stichtag 31. März 2005 wurden von der Gesellschaft 653.690 eigene Aktien im Nennwert von EUR 0,10 gehalten, was einem Anteil von 6,41 Prozent am Stammkapital entspricht.

## » Anhang zum Konzernzwischenabschluss zum 31. März 2005

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 drei Monaten des Geschäftsjahres 2005 5.000 Stück zum Preis von EUR 1,78 im Rahmen des Mitarbeiteroptionsprogramms genutzt, sowie weitere 30.678 Stück zu einem Preis von je EUR 5,374 als Kaufpreiszahlung im Zusammenhang mit der Akquisition von ResultOnline.

### Ereignisse nach dem Ende des 1. Quartals 2005

Bis zur Erstellung des Zwischenberichts wurden keine wertbeeinflussenden Sachverhalte bekannt.

### Anzahl der Mitarbeiter

Zum Ende des 1. Quartals 2005 beschäftigte ad pepper media 132 Mitarbeiter (31. März 2004: 113 Mitarbeiter).

### Aktien und Bezugsrechte der Organe

Zum 31. März 2005 waren insgesamt 1.636.750 Optionen im Rahmen von Optionsprogrammen ausgegeben. Das Bezugsverhältnis beträgt eine Aktie je Optionsrecht. Der Bezugspreis liegt zwischen EUR 1,33 und EUR 13,50.

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 31. März 2005	Optionen zum 31. März 2005
<b>Vorstand</b>		
Ulrich Schmidt	612.762	368.000
Hermann Claus	51.808	243.000
Niels Nüssler	38.113	296.500
<b>Aufsichtsrat</b>		
Michael Oschmann	7.786	0
Dr. Günther Niethammer	1.112	20.000
Bernd Sexauer	292	0
Jan Andersen	534.600	0
Merrill Dean	0	0
<b>Unter maßgeblichem Einfluss stehende Unternehmen</b>		
EMA B.V.	4.743.201	0
Viva Media Beteiligungsgesellschaft	5.100	0
Euroserve	13.780	0
<b>Mitarbeiter</b>		714.250

### Unternehmenskalender

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

3-Monats-Bericht 2005: 25. Mai 2005  
6-Monats-Bericht 2005: 24. August 2005  
9-Monats-Bericht 2005: 23. November 2005

Analystenkonferenz: 23. November 2005  
(Deutsches Eigenkapitalforum, Frankfurt)

### Geschäftsbericht 2004 und 3-Monats-Bericht 2005

Gern senden wir Ihnen den Geschäftsbericht 2004 bzw. den 3-Monats-Bericht 2005 in Deutsch oder Englisch zu. Alternativ finden Sie unsere veröffentlichten Berichte als PDF-Datei (Acrobat) unter **www.adpepper.com**- Investor Relations - „Berichte“.

### Investorenkontakt

ad pepper media International N.V.  
Anna-Maria Schubert  
Manager Investor Relations  
Deutschherrnstraße 15-19  
D- 90429 Nürnberg

Tel.: +49 911 929 057 0  
Fax: +49 911 929 057 312

E-Mail: [ir@adpepper.com](mailto:ir@adpepper.com)  
<http://www.adpepper.com>

### Impressum

#### Verantwortlich:

ad pepper media International N.V.  
Deutschherrnstraße 15-19  
D- 90429 Nürnberg

Tel.: +49 911 929 057 0  
Fax: +49 911 929 057 312

E-Mail: [info@adpepper.com](mailto:info@adpepper.com)  
<http://www.adpepper.com>

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

#### Vorstände:

Ulrich Schmidt, Vorstandsvorsitzender  
Hermann Claus, Finanzen  
Niels Nüssler, Verkauf

Grafik und Realisation: R. Lamprecht



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

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