ad pepper
The e-Advertising Network

Ungeprüfter verkürzter Konzern-Zwischenabschluss zum 31. März 2007

Konzern-Kennzahlen

Die wesentlichen Kennzahlen im Überblick

	Q1/ 2007 TEUR	Q1/ 2006 TEUR	Veränderung
Nettoumsatz	11.349	9.263	23%
Bruttomarge	5.936	4.393	35%
EBIT	1.446	6.248	
Periodenüberschuss	1.521	6.085	-75%

	31.03.2007 TEUR	31.12.2006 TEUR
Liquide Mittel*	19.767	27.924
Eigenkapital	55.041	49.822
Bilanzsumme	69.562	59.913

	Q1/ 2007 EUR	Q1/ 2006 EUR	Veränderung
Ergebnis pro Aktie (unverwässert)	0,14	0,57	-75%

	31.03.2007	31.03.2006
Anzahl Mitarbeiter	233	160

* einschließlich kurzfristig liquidierbarer Wertpapiere

Sehr geehrte Aktionäre,

ad pepper media setzt seinen Wachstumskurs mit deutlichen Zuwächsen fort und ist in den ersten drei Monaten mit einem beeindruckenden Ergebnis in das Geschäftsjahr 2007 gestartet. So konnte der Umsatz im 1. Quartal gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 22,5 Prozent auf 11,349 Mio. EUR gesteigert und dabei ein EBIT von 1,446 Mio. EUR erzielt werden.

Ein nicht unwesentlicher Teil des EBIT entfiel dabei auf eine erste Meilensteinzahlung im Zusammenhang mit dem Verkauf der Minderheitsbeteiligung an dMarc Broadcasting. Der Mittelzufluss aus dieser Transaktion betrug insgesamt 1,376 Mio. EUR der in voller Höhe ertragswirksam wurde.

Operativ stand das erste Quartal ganz im Zeichen des europäischen Roll-Outs von Webgains und mediasquares: Der Affiliate-Anbieter Webgains Ltd., der von ad pepper media im vergangenen Jahr übernommen wurde, hat sich in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2007 weiter in Deutschland sowie in Frankreich, BeNeLux und Skandinavien etabliert. In Großbritannien hat sich Webgains bereits zu einem gewichtigen Marktteilnehmer entwickelt und wir sind auf einem guten Weg, diesen Erfolg auch international zu wiederholen. Vergleichbares gilt auch für mediasquares, die mit ihrem Geschäftsmodell der exklusiven Vermarktung von ausgewählten Premium Webseiten bisher nur in Deutschland erfolgreich auf dem Markt vertreten waren. Seit Anfang 2007 ist der Roll-Out auch in Frankreich und BeNeLux in vollem Gange.

Des Weiteren wurde Ende Januar die dänische Gesellschaft Emediate ApS übernommen. Das Unternehmen bietet eigenständige und effiziente Admanagement- und Adserving-Lösungen für Agenturen, Werbetreibende und Publisher an.

Mit ihren umfassenden Leistungsmerkmalen ist die Technologie von Emediate eine zuverlässige und skalierbare Softwarelösung zur effizienten Planung, Steuerung sowie Analyse von Kampagnen. Mit diesem Geschäftsmodell ist Emediate Marktführer in Skandinavien. Die zuletzt angekündigten Übernahmen von Emediate-Wettbewerbern aus dem Segment des Adserving durch Google (DoubleClick) und AOL (AdTech) bestätigt unsere Strategie und macht uns zu einem der wenigen Player im Markt, die noch über ein unabhängiges und leistungsstarkes Adserving verfügen.

Nicht zuletzt aufgrund dieser jüngsten Akquisition, die unsere ohnehin schon breite Produktpalette um neue Produkte und Services ergänzt, ist ad pepper media auch für die kommenden Quartale hervorragend aufgestellt. Wir sind daher optimistisch, dass sich unsere Investitionen in Technologien und Mitarbeiter auch zukünftig auszahlen werden und sich die eingeschlagene Strategie kurz- bis mittelfristig in wieder deutlich höheren Aktienkursen widerspiegelt.

Ihnen, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, danken wir für das entgegengebrachte Vertrauen und werden alles daran setzen, dieses auch im Geschäftsjahr 2007 zu rechtfertigen.

Der Vorstand
ad pepper media International N.V.

Ulrich Schmidt Jens Körner Niels Nüssler Michael A. Carton

Ergebnis

Mit deutlichen Zuwächsen im Umsatz und einem beeindruckenden Ergebnis ist die ad pepper media International N.V. in das Geschäftsjahr 2007 gestartet.

Das Umsatzplus beläuft sich auf 22,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr, entsprechend 11,349 Mio. EUR (Q1/ 2006: 9,263 Mio. EUR). Gleichzeitig konnte die Bruttomarge auf 5,936 Mio. EUR (Q1/ 2006: 4,392 Mio. EUR) gesteigert werden. Das EBIT betrug für die ersten drei Monate des Geschäftsjahres 2007 1,446 Mio. EUR. Hierin enthalten ist ein Ertrag aus der weiteren Meilensteinzahlung im Zusammenhang mit der Veräußerung von dMarc Broadcasting an Google in Höhe von 1,376 Mio. EUR.

Dieses Ergebnis ist umso erfreulicher, als darin weitere Investitionen in Technologien sowie die europäischen Roll-Outs von Webgains und mediasquares enthalten sind. ad pepper media ist daher zuversichtlich, sich als internationaler Komplettanbieter mit Produkten und Lösungen für nahezu alle Bereiche der Online-Werbung weiter im Markt etablieren zu können, um so auch zukünftig vom rasanten Wachstum des Online-Werbemarktes überproportional zu profitieren.

Die Gesellschaft verfügt zum Stichtag 31. März 2007 über liquide Mittel, einschließlich kurzfristig liquidierbarer Wertpapiere des Anlagevermögens in Höhe von 19,767 Mio. EUR. Die Veränderungen des Liquiditätsbestandes verglichen mit 31. Dezember 2006 resultiert im Wesentlichen aus der Kaufpreiszahlung an die ehemaligen Aktionäre der Emediate ApS in Höhe von 2,5 Mio. EUR.

Das Unternehmen

In den Produktgruppen **Media**, **Response**, **E-Mail-Marketing** und **Affilliate-Marketing** realisiert ad pepper media kundenindividuelle Marketinglösungen für Media-Agenturen, Werbetreibende und Webseiten.

Mit 20 Niederlassungen in zwölf europäischen Ländern, den USA und Australien wickelt ad pepper media für Tausende von nationalen und internationalen Werbekunden Kampagnen in derzeit mehr als 50 Ländern weltweit ab. Durch die gesamte Bandbreite an effizienten Marketinglösungen, eigene technische Systeme, und hohe internationale Platzierungskraft, durch die Länder übergreifende Werbekampagnen realisiert werden können, hat sich das Unternehmen weiter erfolgreich vom Wettbewerb abgegrenzt. Für zahlreiche Unternehmen und Marken geht es darum, eine deutliche Präsenz mit hohem Wiedererkennungswert im Online-Markt zu generieren und die angestrebte Zielgruppe mit den richtigen Instrumenten und möglichst geringen Streuverlusten anzusprechen. Hier kommen die Produkte, Lösungen und das internationale Netzwerk von ad pepper media zum Tragen. Werbetreibende erhalten einen umfangreichen Komplettservice vom Kampagnen-Management bis zum Reporting aus einer Hand – immer auf Basis der bestverfügbaren Technologie. ad pepper media baut sein Leistungsspektrum innerhalb der einzelnen Produktbereiche stetig aus, entwickelt neue Services und Lösungen, um Kunden und Webseiten-Partnern gleichermaßen ständig bessere Ergebnisse gewährleisten zu können und verfügt über mehr als ein Dutzend effizienter Marketingwerkzeuge, die entsprechend den Markterfordernissen und Kundenwünschen erweitert und angepasst wurden.

Die Strategie der Kombination aus internem und externem Wachstum hat ad pepper media auch im 1. Quartal fortgesetzt und mit der Akquisition der Emediate ApS eine Transaktion getätigt, die das Geschäftsmodell der Gesellschaft an entscheidenden Stellen ergänzt. Mit der Übernahme des skandinavischen Adserving Providers eröffnen sich für ad pepper media und eMediate ApS gleichermaßen attraktive Entwicklungsmöglichkeiten und Synergiepotenziale. Als Teil der ad pepper media Gruppe wird Emediate ApS die Internationalisierung seiner Produkte und Services jetzt deutlich schneller vorantreiben und insbesondere den Webseiten-Bedarf an flexiblen und maßgeschneiderten Lösungen abdecken. Für ad pepper media bedeutet die Integration eines eigenen Adserving-Systems insbesondere die Möglichkeit, bestehende Inhouse-Systeme weiter auszubauen und seinen nahezu 1.000.0000 webstats4U und Affiliate-Webmastern zusätzliche Services anbieten zu können. Durch den Wechsel einzelner Ländergesellschaften von Drittanbietern auf die proprietäre Emediate-Adserver-Technologie können mittelfristig zudem nicht unerhebliche Einsparpotenziale innerhalb der Gruppe erzielt werden.

Online-Werbung

Die positive Tendenz des Online-Werbemarktes ist weiterhin ungebrochen und hat sich als Medium zur Markenkommunikation fest im Mediamix etabliert. Die rasant wachsende Zahl an Breitbandanschlüssen und die zunehmende mobile Verfügbarkeit des Internets sind die Hauptgründe für eine Zunahme der Reichweite und Nutzungsintensität des Internets und der Zahl der Online-Nutzer und -Käufer.

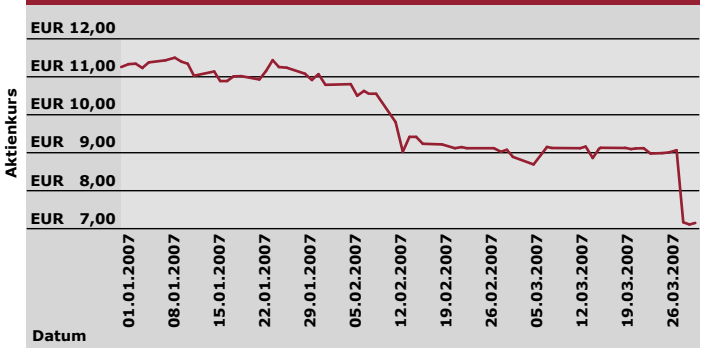
Neben dem Suchmaschinen-Marketing gehört der Affiliate-Markt zu den dynamischsten Bereichen der Online-Werbung. Mit Webgains nimmt ad pepper media nicht nur am Wachstum dieses Marktsegmentes teil, sondern stärkt außerdem die Entwicklung und Positionierung des Unternehmens als Full-Service-Anbieter insgesamt. Die Übernahme stellt einen Meilenstein hinsichtlich der Verbreiterung des vorhandenen Produkt- und Serviceangebots für Kunden sowie Webseiten-Partner dar und eröffnet ad pepper media neue, attraktive Geschäftschancen mit innovativen Affiliate-Angeboten in großen europäischen Märkten.

Die technologische und inhaltliche Weiterentwicklung des Internets hin zum so genannten Web 2.0 verändert das Leben und Einkaufsverhalten breiter Bevölkerungsschichten dramatisch und unaufhaltsam. Eine wachsende Zahl von Anwendern, Bloggern und Podcastern, Entwicklern und Kleinunternehmern suchen nach neuen Wegen für mehr Kommunikation und Interaktion. Eines der jüngsten und bekanntesten Phänomene des neuen Netzes sind die Weblogs, kurz Blogs genannt. Zusätzlich zur weiterhin bedeutungsvollen klassischen Online-Werbung, müssen Online-Vermarkter integrierte Ansätze zur Markt- und Zielgruppenerschließung im Marketingkonzept berücksichtigen, um Kunden und Webseiten-Partnern die besten Ergebnisse liefern zu können. Als Voraussetzung dafür ist es jedoch notwendig, den Wandel im Kommunikationsverhalten der Kunden verstehen zu lernen, um sich für die Zukunft der neuen Medienwelt zu wappnen. ad pepper media verfolgt im Hinblick dieser Entwicklung den strategischen Ansatz, als eine von wenigen Gesellschaften ein Leistungsspektrum zu bieten, das vom Premium Portal bis zum Web 2.0 Blog reicht.

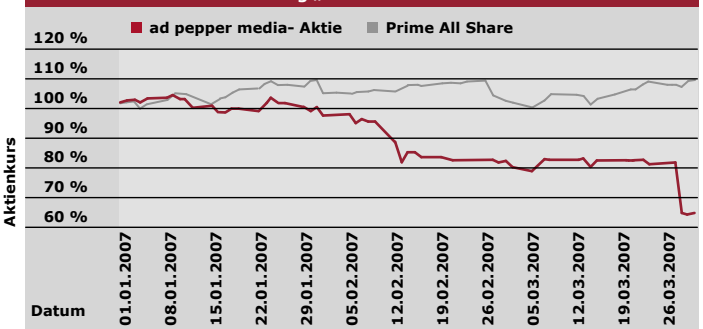
Die Aktie

Der Kurs der ad pepper media- Aktie ist insbesondere als Reaktion auf die Veröffentlichung der Zahlen für das Geschäftsjahr 2006 Ende März 2007 deutlich unter Druck geraten. Sondereinflüsse und ein schwächer als vom Kapitalmarkt erwartetes Umsatzwachstum im vierten Quartal sind hier als Hauptgründe für diesen aus Sicht des Vorstands überzogenen Kursrückgang zu nennen. Der Tiefstkurs betrug 7,10 EUR am 29. März 2007 nach 11,30 EUR zu Beginn des Jahres. Von diesem Niveau konnte sich die Aktie zum Teil bereits deutlich erholen, allerdings liegen die jüngsten positiven Meldungen im Zusammenhang mit der Veröffentlichung der Quartalszahlen, der Meilensteinzahlung von Google sowie die Ankündigung eines Aktienrückkaufprogramms außerhalb der Berichtsperiode und finden somit im abgebildeten Chart keine Berücksichtigung.

Kursentwicklung ad pepper media- Aktie, im Verlauf der ersten drei Monate 2007



Kursentwicklung ad pepper media- Aktie, indiziert zur Wertentwicklung „Prime All Share"



Ausblick

Der schon seit zwei, drei Jahren zu beobachtende Trend zur Internationalisierung von Kampagnen sowie zu immer komplexeren Werbeformaten und Marketingmethoden setzt sich fort. Vor allem Online-Vermarkter mit einem gut ausgebauten weltweiten Netzwerk, das modernste Technologie mit leistungsstarken Produkten kombiniert, werden die sich daraus ergebenden Chancen im Online-Markt voll ausschöpfen können. Deshalb hat ad pepper media im vergangenen Jahr große Anstrengungen unternommen, um ihre Position auf dem Weltmarkt weiterhin zu verbessern. Dazu gehören Investitionen in Technologie und neue Märkte ebenso wie die quantitative und qualitative Ausdehnung der Reichweite. Eine wichtige Rolle wird dabei die semantische Targeting-Lösung **iSense** spielen, die eine Analyse von Webseiten bezüglich des Inhalts in Echtzeit ermöglicht. Jedes einzelne Wort auf der betreffenden Seite wird geprüft, um die Inhalte logisch zu verknüpfen und für Werbetreibende relevanten Kategorien zuzuordnen und gezielte Werbeeinblendungen vorzunehmen. ad pepper media wird im Laufe dieses Geschäftsjahres maßgeschneiderte **iSense**-Produkte für Werbetreibende und Webseitenbetreiber auf dem Markt etablieren, mit denen Ergebnisse von Werbekampagnen oder der Vermarktung von Webseiten verbesert und so höhere Umsatzerlöse erzielt werden können.

Konzern Gewinn- und Verlust-Rechnung (IFRS)

	Q1/ 2007 EUR	Q1/ 2006 EUR
Umsatzerlöse	11.348.582	9.263.428
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	-5.412.296	-4.870.922
Bruttoergebnis vom Umsatz	**5.936.286**	**4.392.506**
Vertriebskosten	-3.256.622	-2.400.573
Allgemeine und Verwaltungskosten	-2.551.116	-3.426.213
Sonstige betriebliche Erträge, netto	7.884	104.826
Sonstige betriebliche Aufwendungen, netto	-66.591	-268.626
Gewinn aus der Veräußerung von Anteilen an assoziierten Unternehmen und von sonstigen Beteiligungen	1.375.861	7.846.082
Ergebnis vor Zinsen und Steuern	**1.445.702**	**6.248.002**
Finanzerträge	181.560	128.792
Ergebnis vor Steuern	**1.627.262**	**6.376.794**
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-106.564	-291.426
Periodengewinn	**1.520.698**	**6.085.368**
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	0,14	0,57
Ergebnis je Aktie (verwässert)	0,13	0,52
	Q1/ 2007 Stück	**Q1/ 2006 Stück**
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	11.077.237	10.692.757
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (verwässert)	11.921.134	11.718.069

Konzern-Bilanz (IFRS)

	31. März 2007 EUR	31. Dezember 2006 EUR
Aktiva		
Langfristige Vermögenswerte		
Firmenwerte	19.671.036	16.066.134
Immaterielle Vermögenswerte	8.688.790	7.174.216
Sachanlagen	1.293.567	885.026
Wertpapiere des Anlagevermögens	4.275.000	4.360.000
Andere finanzielle Vermögenswerte	739.412	726.804
Latente Steuern	4.635.958	4.746.613
Summe langfristige Vermögenswerte	**39.303.763**	**33.958.793**
Kurzfristige Vermögenswerte		
Wertpapiere	3.963.750	3.937.800
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	10.721.770	11.190.794
Forderungen aus Ertragsteuern	754.473	661.815
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	3.290.218	2.000.799
Flüssige Mittel und kurzfristige Geldanlagen	11.528.299	14.380.214
Summe kurzfristige Vermögenswerte	**30.258.510**	**32.171.422**
Aktiva, gesamt	**69.562.273**	**66.130.215**
Passiva		
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	1.136.485	1.115.500
Kapitalrücklage	64.539.806	61.859.464
Eigene Anteile	-299.939	-340.352
Bilanzverlust	-9.423.562	-10.944.260
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	-911.451	-837.451
Summe Eigenkapital	**55.041.339**	**50.852.901**
Langfristige Verbindlichkeiten		
Latente Steuern	1.244.339	821.539
Summe langfristige Verbindlichkeiten	**1.244.339**	**821.539**
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.666.792	5.003.251
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	3.473.519	3.425.440
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	436.397	378.458
Rückstellungen	6.699.887	5.648.626
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten	**13.276.595**	**14.455.775**
Summe Verbindlichkeiten	**14.520.934**	**15.277.314**
Passiva, gesamt	**69.562.273**	**66.130.215**

Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)

	Q1/ 2007 EUR	Q1/ 2006 EUR
Konzern-Periodengewinn	**1.520.698**	**6.085.368**
Überleitung zwischen Konzern-Jahresüberschuss und Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit		
Abschreibungen	525.733	373.684
Gewinn aus dem Verkauf von Gegenständen des Anlagevermögens	-6.658	-909
Aktienbasierte Vergütung	197.374	80.039
Zinsergebnis	-181.560	-128.792
Steuerergebnis	106.564	291.426
Gewinn aus der Veräußerung von Anteilen an assoziierten Unternehmen und von sonstigen Beteiligungen	-1.382.077	-7.811.082
Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge	-23.055	273.050
Brutto-Cash-Flow	**757.019**	**-837.216**
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	632.548	80.883
Veränderung anderer Aktiva	51.914	194.252
Gezahlte Ertragsteuern	0	-4.702
Vereinnahmte Zinsen	186.134	23.231
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-2.379.459	-1.428.407
Gezahlte Zinsen	-6.475	-2.358
Veränderung anderer Verbindlichkeiten	1.022.279	2.692.460
Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	**263.960**	**718.143**
Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	-916.102	-191.269
Erlöse aus dem Abgang von immateriellen Vermögensgegenständen und Sachanlagen	26.912	38.085
Einzahlungen aus der Veräußerung von Anteilen an assoziierten Unternehmen und von sonstigen Beteiligungen	0	12.459.703
Kautionszahlungen/ Einnahmen aus der Rückzahlung von Mietsicherheiten	0	-45.846
Erwerb von Tochterunternehmen nach Abzug der erworbenen Zahlungsmittel	-1.151.200	-557.663
Erwerb von Geschäfts-/ Firmenwerten	-3.604.902	-1.455.435
Erlöse aus dem Verkauf von Wertpapieren	0	3.100.500
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	**-5.645.292**	**13.348.075**
Verkauf eigener Aktien	266.339	68.859
Einzahlungen aus Kapitalerhöhung	2.278.027	0
Erwerb eigener Anteile	0	-402.000
Auszahlung für die Tilgung von Krediten	0	-653.311
Einzahlungen aus der Tilgung gewährter Darlehen	0	360.000
Mittelzufluss/ Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit	**2.544.366**	**-626.452**
Einfluss von Wechselkursänderungen auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-14.949	501
Zahlungswirksame Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-2.851.915	13.440.267
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres	**14.380.214**	**7.027.645**
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Geschäftsperiode	**11.528.299**	**20.467.912**

Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals

	Auf die Gesellschafter des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital							
					Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis			
	Gezeichnetes Kapital	Kapital-rücklage	Eigene Anteile	Bilanz-verlust	Währungs-differenzen	Markt-bewertung „available for sale" securities	Minder-heiten-anteile	Gesamt
	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
Stand 1. Januar 2006	**1.115.500**	**59.942.263**	**-421.578**	**-16.257.118**	**-6.901**	**-431.368**	**0**	**43.940.798**
Ausgabe eigener Aktien			-333.141					-333.141
Periodenergebnis				6.085.368				6.085.368
Aktienbasierte Vergütung		80.039						80.039
Währungsdifferenzen					501			501
Unrealisierte Kursgewinne/ -verluste						48.449		48.449
Gesamtergebnis								**6.214.357**
Stand 31. März 2006	**1.115.500**	**60.022.302**	**-754.719**	**-10.171.750**	**-6.400**	**-382.919**	**0**	**49.822.014**
Stand 1. Januar 2007	**1.115.500**	**61.859.464**	**-340.352**	**-10.944.260**	**-139.654**	**-697.797**	**0**	**50.852.901**
Ausgabe eigener Aktien		225.926	40.413					266.339
Kapitalerhöhung	20.985	2.257.042						2.278.027
Periodenergebnis				1.520.698				1.520.698
Aktienbasierte Vergütung		197.374						197.374
Währungsdifferenzen					-14.949			-14.949
Unrealisierte Kursgewinne/ -verluste						-59.051		-59.051
Gesamtergebnis								**1.644.072**
Stand 31. März 2007	**1.136.485**	**64.539.806**	**-299.939**	**-9.423.562**	**-154.603**	**-756.848**	**0**	**55.041.339**

Anhang zum Konzern-Zwischenabschluss zum 31. März 2007

1. Grundlage für die Erstellung des Quartalsabschlusses

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

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

2. Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die auf den vorliegenden Quartalsabschluss angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden weichen nicht materiell von den angewandten Grundsätzen ab, nach denen der Jahresabschluss zum 31. Dezember 2006 erstellt wurde.

3. Unternehmenszusammenschlüsse

Am 31. Januar 2007 gab ad pepper media die 100-prozentige Übernahme des skandinavischen Adserving-Providers Emediate ApS bekannt. Emediate bietet seine Technologie zur effizienten Auslieferung, Steuerung und Analyse von Online-Werbekampagnen insbesondere kleinen, mittleren und großen Webseiten an. Umsätze wurden in der Vergangenheit einerseits über ein klassisches Application Service Providing Modell (ASP) sowie im Wege einer Lizenzierung der Emediate Software generiert. Beide Erlösströme werden auch nach der Akquisition durch ad pepper media erhalten bleiben. Durch den Roll-Out der Software in diejenigen Länder, in denen ad pepper media bereits präsent ist, sind wir überzeugt, den Wachstumskurs von Emediate deutlich beschleunigen zu können. Zusätzlich werden wir die Technologie von Emediate innerhalb unseres proprietären Netzwerkes webstats4U sowie im Bereich Affiliate-Marketing einsetzen, da wir überzeugt sind, insbesondere im micro-publisher Bereich hervorragende Synergien heben zu können.

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

Die endgültige Kaufpreisallokation steht noch aus.

Die erworbenen Vermögenswerte und Schulden zu Buchwerten stellen sich vorläufig wie folgt dar:

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

Zahlungsmittelabfluss

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

Der Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von 3,601 Mio. EUR umfasst den beizulegenden Zeitwert von erwarteten Synergien aus dem Unternehmenserwerb.

4. Segmentberichterstattung

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

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

Umsatz

Umsatz Q1/2007 in TEUR	**ZENTRALEUROPA**	**NORDEUROPA**	**WESTEUROPA**	**DRITTLÄNDER**	**KONSOLIDIERUNG**	**KONZERN**
Umsatz extern	3.993	2.159	4.276	921		11.349
Intersegmentumsätze	398	96	287	1	-782	0
Gesamtumsatz	**4.391**	**2.255**	**4.563**	**922**	**-782**	**11.349**
Umsatz Q1/2006 in TEUR						
Umsatz extern	3.912	1.421	3.109	821		9.263
Intersegmentumsätze	420	58	68	4	-550	0
Gesamtumsatz	**4.332**	**1.479**	**3.177**	**825**	**-550**	**9.263**

Ergebnis in TEUR	**ZENTRALEUROPA**	**NORDEUROPA**	**WESTEUROPA**	**DRITTLÄNDER**	**KONSOLIDIERUNG**	**KONZERN**
Q1/ 2007	1.486	-203	85	11	142	1.521
Q1/ 2006	6.095	-220	-12	120	102	6.085

5. Eigene Anteile

Laut Hauptversammlungsbeschluss vom 12. Mai 2006 wurde die ad pepper media zum Rückkauf von bis zu 1.115.500 eigener Aktien ermächtigt. Zum Stichtag 31. März 2007 wurden von der Gesellschaft 187.462 eigene Aktien im Nennwert von 0,10 EUR gehalten, was einem Anteil von 1,68 Prozent am Grundkapital entspricht. Gemäß Hauptversammlungsbeschluss können diese eigenen Aktien als Akquisitionswährung eingesetzt oder im Rahmen von Mitarbeiter-Beteiligungsprogrammen genutzt werden.

Von den von der Gesellschaft erworbenen eigenen Aktien wurden in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2007 200 Stück zum Preis von 1,33 EUR sowie je 200 Stück zum Preis von 1,78 EUR bzw. 4,45 EUR im Rahmen der laufenden Mitarbeiter-Optionsprogramme genutzt. Daneben wurden im Berichtszeitraum 24.658 eigene Anteile zum Preis von 10,74 EUR zur Bezahlung von Kaufpreisverbindlichkeiten aus dem Erwerb der Webgains eingesetzt.

6. Ereignisse nach dem Ende des 1. Quartals 2007

Durch Beschluss der Hauptversammlung vom 30. April 2007 wurde die Gesellschaft ermächtigt, binnen 18 Monaten ab Beschlussfassung, d.h. bis zum 30. Oktober 2008, eigene Aktien in Höhe von bis zu 10 Prozent des Grundkapitals über die Börse zurückzukaufen. Von dieser Ermächtigung hat der Vorstand am 07. Mai 2007 teilweise Gebrauch gemacht und beschlossen, Aktien in Höhe von bis zu 5 Prozent des Grundkapitals, das entspricht einer Anzahl von bis zu 568.242 Stück, über die Börse zurückzukaufen.

Des Weiteren erwarb ad pepper media im April 2007 eine Mehrheitsbeteiligung an der ad agents GmbH, Nürnberg. Das Unternehmen konzipiert und realisiert Dienstleistungen im Umfeld des Suchmaschinen-Marketings. Das Kerngeschäft der ad agents liegt dabei in der Optimierung von Webseiten für Suchmaschinen (SEO) sowie Werbung mit Anzeigen (SEM). Zusätzlich berät das Unternehmen zahlreiche Kunden im Bereich Online-Media, z.B. bei der Betreuung von Kampagnen auf Affiliate-Netzwerken, bei der Vermarktung von Online-Werbeflächen sowie bei Online-Kooperationen. ad pepper media hat sich im Rahmen einer Barkapitalerhöhung mit 60 Prozent an der ad agents GmbH beteiligt und unterstreicht ihre strategische Ausrichtung, durch externes Wachstum Produkte, Formate, Services und Tools schneller in neuen Märkten etablieren zu wollen. Der vorläufige Kaufpreis der Beteiligung beläuft sich auf 240.000 EUR in bar.

Die Kaufpreisallokation steht noch aus.

7. Aktien und Bezugsrechte der Organe

Zum 31. März 2007 waren insgesamt 1.743.100 Optionen im Rahmen von Optionsprogrammen ausgegeben. Das Bezugsverhältnis beträgt eine Aktie je Optionsrecht. Der Bezugspreis liegt zwischen 1,33 EUR und 13,50 EUR.

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

	Aktienbesitz zum 31.03.2007	Optionen zum 31.03.2007
Vorstand		
Ulrich Schmidt	502.762	293.000
Michael A. Carton	73.703	214.000
Niels Nüssler	38.113	263.000
Aufsichtsrat		
Michael Oschmann	7.786	0
Dr. Günther Niethammer	1.112	20.000
Jan Andersen	0	0
Merrill Dean	0	0
Unter maßgeblichem Einfluss stehende Unternehmen		
EMA B.V.	4.743.201	0
Viva Media Beteiligungsgesellschaft	100	0
Euroserve	13.780	0
Grabacap AS	424.000	0
Mitarbeiter		953.100

8. Anzahl der Mitarbeiter

Zum Ende des 1. Quartals 2007 beschäftigte ad pepper media 233 Mitarbeiter (31. März 2006: 160 Mitarbeiter).

Unternehmenskalender

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

3-Monats-Bericht 2007: 30. Mai 2007
6-Monats-Bericht 2007: 23. August 2007
9-Monats-Bericht 2007: 29. November 2007

Analystenkonferenz: November 2007
(Deutsches Eigenkapitalforum, Frankfurt am Main)

Geschäftsbericht 2006/ 3-Monats-Bericht 2007

Gern senden wir Ihnen den Geschäftsbericht 2006 bzw. den 3-Monats-Bericht 2007 in Deutsch oder Englisch zu. Alternativ finden Sie unsere veröffentlichten Berichte als PDF-Datei (Acrobat) unter **www.adpepper.com** - Investor Relations - Berichte.

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

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

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

Impressum

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

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

E-Mail: ir@adpepper.com

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

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

Grafik und Realisation: curt Media GmbH

www.adpepper.com

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