

Ungeprüfter verkürzter Konzern-Zwischenabschluss
zum 31. März 2008

Konzern-Kennzahlen

Ausgewählte Konzern-Kennzahlen

	Q1/2008 TEUR	Q1/2007 TEUR	Veränderung
Nettoumsatz	13.032	11.349	15 %
Bruttomarge	5.698	5.936	-4 %
EBITDA	482	1.972	-76 %
EBIT	-391	1.446	-127 %
Periodenergebnis	-207	1.521	-114 %
	31.03.2008 TEUR	31.03.2007 TEUR	
Liquide Mittel*	16.250	19.767	
Eigenkapital	56.182	55.041	
Bilanzsumme	67.435	69.562	
	Q1/2008 EUR	Q1/2007 EUR	
Ergebnis pro Aktie (unverwässert)	-0,02	0,14	
	31.03.2008	31.03.2007	
Anzahl Mitarbeiter	254	233	

*einschl. kurzfristig liquidierbarer Wertpapiere

Sehr geehrte Aktionäre,

die Gruppe um die ad pepper media International N.V. hat den Umsatz im ersten Quartal des Jahres gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahres um 14,8 Prozent von TEUR 11.349 auf TEUR 13.032 steigern können und liegt damit im Rahmen der allgemein dynamisch wachsenden Online-Werbebranche. Während das Wachstum in Deutschland und Frankreich unterhalb der eigenen Erwartungen verlief, was u.a. mit Umstrukturierungen im Zuge der Verschmelzung von der media-squares GmbH auf die ad pepper media GmbH in Deutschland sowie mit einem Geschäftsführerwechsel in Frankreich zusammenhängt, konnte unser Affiliate-Netzwerk Webgains mit sehr dynamischen Wachstumsraten wiederum überzeugen. Nachdem wir Webgains in UK, Deutschland, Frankreich, Skandinavien und BeNeLux bereits anbieten, haben wir uns vor dem Hintergrund dieses großen Erfolges entschieden, Webgains auch in Polen, Irland, Spanien und den USA anzubieten. Dies sollte auch in den kommenden Quartalen für weitere Wachstumsimpulse sorgen. Erfreulich stellt sich auch die Umsatzentwicklung in den ad pepper media Ländergesellschaften wie z.B. Dänemark und Spanien dar. Daneben entwickelten sich unsere zuletzt akquirierten Gesellschaften Emediate (Ad Serving) und ad agents (Suchmaschinen-Marketing) ebenfalls sehr positiv.

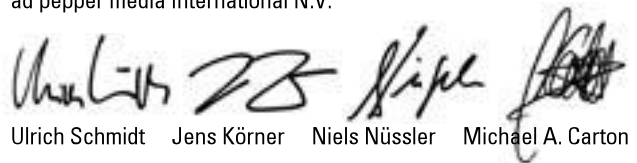
Das EBITDA beträgt für das erste Quartal TEUR 482 und liegt damit insgesamt unter unseren Erwartungen. Hauptverantwortlich für diese Entwicklung ist eine in Q1 erfolgte Erhöhungen der Wertberichtigung auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, Währungsverluste aufgrund der US-Dollar und Britische Pfund-Schwäche sowie die bereits erwähnte Wachstumsdelle in Frankreich und Deutschland. Die äußerst erfreulich verlaufende Geschäftsentwicklung in anderen Bereichen der Gruppe vermochte es leider nicht, diese Verluste

auszugleichen. Angesichts der getroffenen Maßnahmen sind wir jedoch optimistisch, in den Folgemonaten und –quartalen weitere Fortschritte hin zu einer höheren Profitabilität machen zu können. Einen positiven Beitrag hierzu wird nach unserer Überzeugung auch unser Anfang 2008 neu eingeführtes vollintegriertes Finanzwirtschafts- und Customer Relationship Management System leisten. Während die Neueinführung dieses Systems in den ersten Monaten des laufenden Jahres, wie im Grunde bei jedem Systemwechsel, noch viel Ressourcen band, werden die Vorteile und Synergien im Laufe der nächsten Quartale voll sichtbar sein.

Insgesamt sind wir daher für den vor uns liegenden Dreimonatszeitraum, welcher neben dem vierten Quartal eines jeden Jahres traditionell zu den wachstumsstärksten des Jahres zählt, sehr zuversichtlich. Das gesamte Unternehmen wird einem kontinuierlichen Effizienzsteigerungsprogramm unterzogen. Dies in Kombination mit weiteren Wachstumsimpulsen aus den Bereichen Affiliate-Marketing (Webgains), Ad Serving (Emediate) und unseren Kernregionen stimmt uns für das zweite Quartal optimistisch.

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

Der Vorstand
ad pepper media International N.V.



Ulrich Schmidt Jens Körner Niels Nüssler Michael A. Carton

1. Geschäftstätigkeit und Märkte

1.1. Geschäftstätigkeit

Seit der Gründung 1999 bietet ad pepper media als erfahrener und professioneller Partner seinen Kunden auf deren persönliche Bedürfnisse zugeschnittene Lösungen für alle Fragen der Online-Werbung.

Heute ist der Konzern mit 19 Niederlassungen in zwölf europäischen Ländern und den USA vertreten und wickelt für Tausende von nationalen und internationalen Werbekunden Kampagnen in derzeit mehr als 50 Ländern ab. Durch die gesamte Bandbreite an effizienten Marketinglösungen, eigenen technischen Systemen sowie durch die hohe internationale Platzierungskraft für länderübergreifende Werbekampagnen hat sich ad pepper media weiter erfolgreich vom Wettbewerb abgegrenzt.

Media-Agenturen, Werbetreibende und Websites erhalten in den Bereichen Branding, Performance-, E-Mail-, Affiliate- und Suchmaschinen-Marketing sowie dem Ad Serving effiziente Lösungen, die nahezu die gesamte Palette der Online-Werbung und somit die vielfältigen Werbeziele der Kunden individuell abdecken.

Das Portfolio von ad pepper media bietet ebenfalls für Betreiber von Webseiten ein umfassendes Set an Produkten und Technologien, um die Seiten gewinnbringend zu vermarkten oder noch attraktiver für Besucher zu machen: Egal ob Webseitenpartner von uns die Nutzung von freiem Werbeinventar maximieren, zusätzliche Erträge mit ihrer E-Mail-Datenbank erzielen, leistungsstarkes Ad Serving nachfragen oder sie einfach als Affiliate-Partner Geld mit ihren Webseiten verdienen wollen.

1.2. Märkte

Das Wachstum der Online-Werbung hält weiter an und übertrifft dabei sogar die Erwartungen der Experten. So blieben die Schätzungen des Online-Vermarkterkreises (OVK) auch in 2007 hinter dem tatsächlichen Volumen der Brutto-Werbeinvestitionen im Internet in Deutschland zurück. Fast 2,9 Milliarden Euro flossen im vergangenen Jahr in Online-Werbung. Noch im September 2007 hatten die Experten 2,7 Mil-

liarden Euro für klassische Online-Werbung, Suchmaschinen- und Affiliate-Marketing vorausgesagt. Die Marktforscher von Forrester Research prognostizieren in einer Studie aus dem vergangenen Jahr, dass sich in Europa die Ausgaben für das Online-Marketing innerhalb der nächsten fünf Jahre von ca. 7,5 Milliarden Euro im Jahr 2006 auf 16 Milliarden Euro im Jahr 2012 mehr als verdoppeln werden. Der Hauptanteil davon kommt aus den Ländern Großbritannien, Deutschland und Frankreich, für die die Forscher von Forrester Research ein außerordentlich starkes Wachstum prognostizieren. In fünf Jahren, so schätzen die Marktexperten, soll Online-Marketing mit Suchmaschinen-, Bildschirm- und E-Mail-Werbung insgesamt rund 18 Prozent des gesamten Mediabudgets ausmachen.

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

Dem Suchmaschinen-Marketing und dem Affiliate-Markt werden weiterhin die dynamischsten Wachstumszahlen zugeschrieben. Stark steigende Zahlen von Online-Käufen und die wachsende Zahl an Handelsunternehmen, die diesen Vertriebskanal für sich erkennen und zunehmend professionell erschließen, sorgen dafür, dass diese Teilbereiche der Online-Werbung auch zukünftig eine hohe Bedeutung genießen werden. Mit Webgains als das am schnellsten wachsende Affiliate-Netzwerk in Europa und den erfolgreichen Aktivitäten der hochspezialisierten Agentur für Suchmaschinen-Marketing ad agents GmbH, an der ad pepper media eine Mehrheitsbeteiligung hält, nimmt ad pepper media in beiden Bereichen nicht nur am Wachstum teil, sondern hat die Positionierung als Full-Service-Anbieter insgesamt weiter ausgebaut.

Neben der unmittelbaren Erfolgskontrolle ist die zielgenaue Ansprache einzelner Gruppen im Internet, das so genannte Targeting, von zunehmender Bedeutung. ad pepper media stellte seine revolutionäre semantische Targeting Technologie iSense im September ver-

Ungeprüfter verkürzter Konzern-Zwischenabschluss zum 31. März 2008

gangenen Jahres auf der ad:tech in London sowie erstmals auf dem Kernmarkt Deutschland im Rahmen der OMD in Düsseldorf vor. Durch Semantisches Targeting kann die Effizienz von nahezu allen gängigen Werbeformaten des Online-Marketings um ein Vielfaches gesteigert werden. Auf der Grundlage der patentierten iSense-Technologie bietet ad pepper media zahlreiche Vermarktungsmöglichkeiten und wirksame Lösungen – sowohl für Webseitenbetreiber als auch für Werbetreibende.

Ebenfalls im Trend ist die Nachfrage nach Online-Marketing-Lösungen, die rein auf den messbaren Erfolg der Werbekampagne ausgerichtet sind. Das heißt, der Werbekunde bezahlt nur für den Fall, dass zähl- und messbare Reaktionen oder Aktionen des Users erfolgreich generiert wurden. Somit wird die Neukundengewinnung für Werbetreibende kalkulierbar. Mit iLead verfügt ad pepper media über eines der führenden Produkte aus diesem Marktbereich zur Generierung von qualifizierten Leads über individuelle, vom Verbraucher ausgefüllte Profile.

Unter all diesen Gesichtspunkten ist ad pepper media hervorragend positioniert, um langfristig am dynamischen Wachstum des Online-Werbemarktes überproportional zu partizipieren.

2. Mitarbeiter

Die Gruppe um die ad pepper media International N.V. beschäftigte per 31. März 2008 254 Mitarbeiter (31. Dezember 2007: 241 Mitarbeiter).

3. Die Aktie

Die Aktie der ad pepper media verlief im ersten Quartal 2008 weitgehend seitwärts. Die Kursnotierung startete zu Beginn des Jahres mit EUR 3,34. Nach einem Kurstief von EUR 2,34 am 25. Februar 2008 schloss die Aktie per 31. März 2008 schließlich mit einem Kurs von EUR 2,83 ab. Bis Ende April stieg die Aktie nach Veröffentlichung des Geschäftsberichts 2007 auf EUR 3,70.

4. Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Auch im ersten Quartal des Jahres konnte ad pepper media wieder erfreulich wachsen. Verglichen mit dem Vergleichszeitraum des Vorjahres verzeichnete ad pepper media mit einem Umsatz von TEUR 13.032 (Q1/ 2007: TEUR 11.349) trotz der traditionell schwachen Umsatzmonate Januar und Februar ein Plus von rund 15 Prozent. Die Bruttomarge konnte in den ersten drei Monaten mit 43,7 Prozent (Q1/ 2007: 52,3 Prozent) nicht auf dem hohen Niveau der vergangenen Perioden gehalten werden; sie beträgt TEUR 5.698 für die ersten drei Monate des Jahres 2008 (Q1/ 2007: TEUR 5.936).

Das EBITDA für die ersten drei Monate dieses Jahres beträgt TEUR 482 (Q1 2007: TEUR 1.972). Hierin enthalten ist ein Betrag von EUR 1.005 im Zusammenhang mit einer letztmaligen Meilensteinzahlung aufgrund des Verkaufes von Falk eSolutions an DoubleClick. Das Vorsteuerergebnis (EBT) beträgt TEUR -208 für die ersten drei Monate 2008 nach TEUR 1.627 im Vorjahreszeitraum.

Die Bilanzstruktur wird weiterhin durch eine vergleichsweise sehr hohe Eigenkapitalposition in Höhe von TEUR 56.182 geprägt nach TEUR 55.041 per 31. März 2007. Die Eigenkapitalquote beträgt per 31. März 2008 83,3 Prozent bei einer Bilanzsumme von TEUR 67.435 (31. März 2007: 79,1 Prozent). Die ad pepper media-Gruppe ist zum Bilanzstichtag eigenfinanziert. Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten existieren nicht.

Ungeprüfter verkürzter Konzern-Zwischenabschluss zum 31. März 2008

Die Forderungen aus Lieferung und Leistung ermäßigten sich u.a. aufgrund insgesamt höherer Wertberichtigungen auf den Forderungsbestand der Gruppe. Insgesamt wurde im ersten Quartal ein Betrag von rund TEUR 350 als zusätzliche Wertberichtigung verbucht. Hier erwarten wir im Folgequartal einen gegenläufigen, d.h. positiven Effekt.

Die liquiden Mittel einschließlich kurzfristig liquidierbarer Zahlungsmittel haben sich gegenüber dem 31. Dezember 2007 von TEUR 17.550 auf TEUR 16.250 leicht reduziert. Grund hierfür sind im Wesentlichen Bonuszahlungen, eine Reduzierung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie nicht ergebniswirksame Veränderungen der kurzfristig liquidierbaren Wertpapiere.

5. Risiko- und Chancenbericht

Gegenüber dem 31. Dezember 2007 hat sich keine wesentliche Veränderung der Chancen- und Risikosituation von ad pepper media International N.V. ergeben. Wir verweisen insoweit auf die Darstellung im Lagebericht für das Geschäftsjahr 2007.

6. Ausblick

Mit einer Eigenkapitalquote von 83,3 Prozent und flüssigen Mitteln in Höhe von EUR 16,3 Mio. gehen wir gestärkt in das kommende Quartal. Um jedoch die insgesamt noch nicht zufriedenstellende Kostentwicklung zu optimieren, haben wir uns Ende April entschlossen, unseren Technologiestandort in Holyhead, UK mit bereits vorhandenen Standorten zusammenzulegen. Da dieser Schritt auch mit einer Freisetzung von Personal verbunden sein wird, rechnen wir mit einer kurzfristigen negativen Beeinträchtigung der Ergebnisentwicklung im zweiten Quartal.

Angesichts des vor uns liegenden traditionell umsatzstarken Dreimonatszeitraums sind wir aber insgesamt optimistisch, wiederum erfolgreich am dynamischen Wachstum der Online-Werbemärkte partizipieren zu können.

Konzern-Zahlen

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (IFRS)

	Q1/ 2008 EUR	Q1/ 2007 EUR
Umsatzerlöse	13.032.233	11.348.582
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	-7.334.195	-5.412.296
Bruttoergebnis vom Umsatz	5.698.038	5.936.286
Vertriebskosten	-4.045.105	-3.256.622
Allgemeine- und Verwaltungskosten	-2.529.704	-2.551.116
Sonstige betriebliche Erträge	185.497	7.884
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-756.679	-66.591
Gewinn aus der Veräußerung von Anteilen an assoziierten Unternehmen und von sonstigen Beteiligungen	1.057.119	1.375.861
Ergebnis vor Zinsen und Steuern	-390.834	1.445.702
Finanzerträge	188.943	188.033
Finanzierungsaufwendungen	-5.805	-6.474
Ergebnis vor Steuern	-207.696	1.627.262
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	984	-106.564
Periodenergebnis	-206.712	1.520.698
davon entfallen auf Anteilseigner des Mutterunternehmens	-206.815	1.520.698
davon entfallen auf Minderheitenanteile	103	0
Ergebnis je Aktie (unverwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis	-0,02	0,14
Ergebnis je Aktie (verwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis	-0,02	0,13
	Q1/ 2008 Stück	Q1/ 2007 Stück
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	11.201.958	11.077.237
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (verwässert)	11.483.876	11.921.134

Konzern-Zahlen

Konzern-Bilanz (IFRS)

Aktiva	31. März 2008 EUR	31. Dezember 2007 EUR
Langfristige Vermögenswerte		
Firmenwerte	20.664.473	20.664.473
Immaterielle Vermögenswerte	8.630.189	9.155.150
Sachanlagen	1.014.971	1.100.382
Wertpapiere des Anlagevermögens	2.295.000	2.130.900
Andere finanzielle Vermögenswerte	775.146	771.684
Latente Steuern	3.028.718	2.979.364
Summe langfristige Vermögenswerte	36.408.497	36.801.953
Kurzfristige Vermögenswerte		
Wertpapiere	3.015.000	3.390.000
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	12.271.691	12.846.963
Forderungen aus Ertragsteuern	1.294.098	1.151.105
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	1.116.544	737.792
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	2.389.239	1.889.814
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	10.940.035	12.029.454
Summe kurzfristige Vermögenswerte	31.026.607	32.045.128
Aktiva, gesamt	67.435.104	68.847.081

Konzern-Bilanz

Konzern-Bilanz (IFRS)

Passiva	31. März 2008 EUR	31. Dezember 2007 EUR
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	1.139.485	1.139.485
Kapitalrücklage	66.369.282	66.319.233
Eigene Anteile	-1.268.704	-1.268.704
Bilanzverlust	-8.595.912	-8.389.097
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	-1.639.409	-1.511.244
Summe	56.004.742	56.289.673
Minderheitenanteile	177.220	177.117
Summe Eigenkapital	56.181.962	56.466.790
Langfristige Verbindlichkeiten		
Latente Steuern	849.795	906.724
Summe langfristige Verbindlichkeiten	849.795	906.724
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	6.238.089	7.211.526
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	859.443	792.411
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2.938.095	3.101.910
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	367.720	367.720
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten	10.403.347	11.473.567
Summe Verbindlichkeiten	11.253.142	12.380.291
Passiva, gesamt	67.435.104	68.847.081

Konzern-Zahlen

Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)

	Q1/ 2008 EUR	Q1/ 2007 EUR
Periodenergebnis	-206.712	1.520.698
Überleitung zwischen Periodenergebnis und Netto-Cashflows aus betrieblicher Tätigkeit		
Abschreibungen	873.398	525.733
Gewinn aus dem Verkauf von Gegenständen des Anlagevermögens	0	-6.658
Aktienbasierte Vergütung	50.049	197.374
Andere Finanzerträge und Finanzierungsaufwendungen	-183.138	-181.560
Steuerergebnis	-984	106.564
Gewinn aus der Veräußerung von Anteilen an assoziierten Unternehmen und von sonstigen Beteiligungen	-1.057.119	-1.382.077
Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge	377.782	-23.055
Brutto-Cashflow	-146.724	757.019
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	150.590	632.548
Veränderung anderer Aktiva	-198.890	51.914
Gezahlte Ertragsteuern	-181.922	0
Vereinnahmte Zinsen	142.043	186.134
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-973.437	-1.424.277
Gezahlte Zinsen	-5.805	-6.475
Veränderung anderer Verbindlichkeiten	-96.784	67.097
Netto-Cashflows aus betrieblicher Tätigkeit	-1.310.929	263.960
Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	-263.026	-916.102
Erlöse aus dem Abgang von immateriellen Vermögensgegenständen und Sachanlagen	0	26.912
Einzahlungen aus der Veräußerung von Anteilen an assoziierten Unternehmen und von sonstigen Beteiligungen	444.171	0
Erwerb von Tochterunternehmen nach Abzug der erworbenen Zahlungsmittel	0	-4.756.102

Konzern-Kapitalflussrechnung

Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)

	Q1/ 2008 EUR	Q1/ 2007 EUR
Netto-Cashflows aus Investitionstätigkeit	181.145	-5.645.292
Kapitalerhöhung	0	2.278.027
Verkauf eigener Aktien	0	266.339
Einzahlungen aus der Tilgung gewährter Darlehen	24.000	0
Netto-Cashflows aus Finanzierungstätigkeit	24.000	2.544.366
Einfluss von Wechselkursänderungen auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	16.365	-14.949
Zahlungswirksame Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-1.089.419	-2.851.915
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres	12.029.454	14.380.214
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende des Geschäftsjahres	10.940.035	11.528.299

Konzern-Zahlen

Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals

	Auf die Gesellschafter des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital					Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis		Minderheitenanteile EUR	Gesamt EUR
	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Eigene Anteile	Bilanzverlust	Währungs-differenzen	Marktbewertung „available for sale“-Wertpapiere			
	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR			
Stand 1. Januar 2007	1.115.500	61.859.464	-340.352	-10.944.260	-139.654	-697.797	0	50.852.901	
Währungsdifferenzen					-14.949		0	-14.949	
Unrealisierte Kursgewinne/ -verluste aus Wertpapieren						-59.051	0	-59.051	
Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses					-14.949	-59.051	0	-74.000	
Periodenergebnis				1.520.698			0	1.520.698	
Gesamtes Periodenergebnis				1.520.698	-14.949	-59.051	0	1.446.698	
Aktienbasierte Vergütung		197.374					0	197.374	
Kapitalerhöhung	20.985	2.257.042					0	2.278.027	
Ausgabe eigener Aktien		225.926	40.413				0	266.339	
Stand 31. März 2007	1.136.485	64.539.806	-299.939	-9.423.562	-154.603	-756.848	0	55.041.339	
Stand 1. Januar 2008	1.139.485	66.319.233	-1.268.704	-8.389.097	-111.574	-1.399.670	177.117	56.466.790	
Währungsdifferenzen					16.365		0	16.365	
Unrealisierte Kursgewinne/ -verluste aus Wertpapieren						-144.530	0	-144.530	
Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses					16.365	-144.530	0	-128.165	
Periodenergebnis				-206.815			103	-206.712	
Gesamtes Periodenergebnis				-206.815	16.365	-144.530	103	-334.877	
Aktienbasierte Vergütung		50.049					0	50.049	
Stand 31. März 2008	1.139.485	66.369.282	-1.268.704	-8.595.912	-95.209	-1.544.200	177.220	56.181.962	

Anhang zum Konzern-Zwischenabschluss zum 31. März 2008

1. Grundlage für die Erstellung des Quartalsabschlusses

Der vorliegende verkürzte Konzern-Zwischenabschluss 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 verkürzte Quartalsabschluss erfüllt die Anforderungen des IAS 34.

Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss enthält nicht sämtliche für den Abschluss des Geschäftsjahres vorgeschriebene Erläuterungen und Angaben und sollte daher im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2007 gelesen werden.

In den Konzern-Zwischenabschluss sind sämtliche Tochterunternehmen einbezogen. Im Vergleich mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2007 ergaben sich keine Veränderungen im Konsolidierungskreis.

Der vorliegende Konzern-Zwischenabschluss zum 31. März 2008 wurde vom Vorstand am 13. Mai 2008 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 2007 erstellt wurde.

3. 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

Q1/ 2008	Zentraleuropa TEUR	Nordeuropa TEUR	Westeuropa TEUR	Drittländer TEUR	Konsolidierung TEUR	Konzern TEUR
Umsatzerlöse	5.270	2.588	4.431	989	-246	13.032
davon extern	5.178	2.553	4.313	988	0	13.032
davon Intersegment	92	35	118	1	-246	0
Aufwendungen und sonstige Erträge	4.892	2.725	5.291	1.018	-503	13.423
EBIT	378	-137	-860	-29	257	-391
Finanzergebnis						183
Ertragsteuern						1
Konzernergebnis						-207

Anhang zum Konzern-Zwischenabschluss zum 31. März 2008

Q1/2007	Zentraleuropa TEUR	Nordeuropa TEUR	Westeuropa TEUR	Drittländer TEUR	Konsolidierung TEUR	Konzern TEUR
Umsatzerlöse	4.391	2.255	4.563	922	-782	11.349
davon Extern	3.993	2.159	4.276	921	0	11.349
davon Intersegment	398	96	287	1	-782	0
Aufwendungen und sonstige Erträge	3.187	2.452	4.314	912	-962	9.903
EBIT	1.204	-197	249	10	180	1.446
Finanzergebnis						182
Ertragsteuern						-107
Konzernergebnis						1.521

4. 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 2008 wurden von der Gesellschaft 192.896 eigene Aktien im Nennwert von 0,10 EUR gehalten, was einem Anteil von 1,69 Prozent am Grundkapital entspricht. Gemäß Hauptversammlungsbeschluss können diese eigenen Aktien als Akquisitionswährung eingesetzt oder im Rahmen von Mitarbeiter-Beteiligungsprogrammen genutzt werden.

5. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Um die insgesamt noch nicht zufriedenstellende Kostenentwicklung zu optimieren, haben wir uns Ende April entschlossen, unseren Technologiestandort in Holyhead, UK mit bereits vorhandenen Standorten zusammenzulegen. Da dieser Schritt auch mit einer Freisetzung von Personal verbunden sein wird, rechnen wir mit einer kurzfristigen negativen Beeinträchtigung der Ergebnisentwicklung im zweiten Quartal.

Anhang zum Konzern-Zwischenabschluss zum 31. März 2008

6. Aktien und Bezugsrechte der Organe

Zum 31. März 2008 waren insgesamt 1.173.750 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 31.03.2008	Optionen zum 31.03.2008
Vorstand		
Ulrich Schmidt	502.762	223.000
Michael A. Carton	73.703	139.000
Niels Nüssler	38.113	263.000
Jens Körner	0	0
Aufsichtsrat		
Michael Oschmann	7.786	0
Dr. Günther Niethammer	19.862	1.250
Jan Andersen	0	0
Merrill Dean	0	0
Unter maßgeblichem Einfluss stehende Unternehmen		
EMA B.V.	4.743.201	0
Viva Media Beteiligungsgesellschaft	35.650	0
Euroserve	79.566	0
Grabacap AS	424.000	0
Mitarbeiter		547.500

7. Anzahl der Mitarbeiter

Zum Ende des 1. Quartals 2008 beschäftigte die ad pepper media-Gruppe 254 Mitarbeiter (31. März 2007: 233 Mitarbeiter).

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

Die Geschäfte mit nahe stehenden Unternehmen und Personen haben sich im Vergleich zum Jahr 2007 nicht wesentlich verändert.

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

6-Monats-Bericht 2008: 29. August 2008

9-Monats-Bericht 2008: 28. November 2008

Analystenkonferenz: November 2008, Frankfurt am Main
(Deutsches Eigenkapitalforum)

Geschäftsbericht 2007

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

Investorenkontakt

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

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

Email: ir@adpepper.com
<http://www.adpepper.com>

Verantwortlich

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

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

E-Mail: info@adpepper.com

Aktiengesellschaft (N.V.)
Sitz Amsterdam, Niederlande
Zweigniederlassung Nürnberg
Prime Standard, Frankfurt, WKN: 940 883
ISIN: NL0000238145
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

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

www.adpepper.com