



***Ungeprüfter verkürzter Konzernzwischenabschluss
zum 31. März 2010***

Ausgewählte Konzernkennzahlen

	Q1 / 2010 TEUR	Q1 / 2009 TEUR	Veränderung Prozent
Nettoumsatz	11.995	11.619	+3,2
Bruttomarge	5.291	5.223	+1,3
EBIT	17	-1.209	>100
Perioden- ergebnis	419	-878	>100
Ergebnis pro Aktie in EUR (unverwässert)	0,02	-0,04	>100

	31.03.2010 TEUR	31.03.2009 TEUR	Veränderung Prozent
Liquide Mittel*	22.677	21.575	+5,1
Eigenkapital	22.339	54.048	-58,7
Bilanzsumme	32.400	63.233	-48,9
Anzahl der Mitarbeiter	242	258	-6,2

- ad pepper media erreicht im ersten Quartal Break-Even auf EBITDA, EBT und EBIT-Basis
- Der Umsatz steigt gegenüber Vorjahresquartal auf vergleichbarer Basis um 6,9 Prozent – wesentliche Umsatztreiber sind die Segmente Webgains (+26,6 Prozent) und ad agents (+31,7 Prozent)
- ad agents übernimmt SEM von neckermann.at
- Kodak Gallery startet Zusammenarbeit mit Webgains in Großbritannien und exklusiv in fünf europäischen Ländern

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

ZWISCHENLAGEBERICHT

Wichtige Ereignisse	6
Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	8
Die Aktie	12
Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage	14
Risiko- und Chancenbericht	18
Prognosebericht	18

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	20
Konzern-Gesamterfolgsrechnung	22
Konzern-Bilanz	24
Konzern-Kapitalflussrechnung	28
Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung	32
Konzern-Anhang	36

WEITERE INFORMATIONEN

Finanzkalender	50
Kontakt/Impressum	50

Wichtige Ereignisse

ad pepper media erreicht im ersten Quartal Break-Even auf EBITDA, EBT und EBIT-Basis

ad pepper media konnte bereits im ersten Quartal bei allen Profitabilitätskennziffern deutlich zulegen und erreichte sowohl auf EBITDA, EBT als auch auf EBIT-Basis positive Werte. Die klare Fokussierung auf erfolgsabhängige Werbung in Kombination mit einer gegenüber dem Vorjahr deutlich reduzierten Kostenbasis sind hauptverantwortlich für diese positive Entwicklung.

Das Umsatzwachstum betrug auf vergleichbarer Basis 6,9 Prozent. Hauptwachstumstreiber waren die Segmente Webgains und ad agents, die 26,6 Prozent bzw. 31,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr zulegen konnten.

ad agents übernimmt SEM von neckermann.at

Nachdem die ad agents im Oktober 2009 das Affiliate-Management des Multi-Channel-Versandunternehmens übernahm, wurde die Zusammenarbeit nun auf Grund der überzeugenden Ergebnisse um den Bereich Suchmaschinenmarketing erweitert. Die optimale Platzierung von neckermann.at in Suchmaschinen soll unter der Berücksichtigung von Zielvorgaben, tagesaktueller Produkte und Angebote eine deutliche Umsatzsteigerung des Online-Shops bewirken.

Mit neckermann.at haben die ad agents eines der führenden E-Commerce-Unternehmen auf dem österreichischen Markt für sich gewinnen können.

Kodak Gallery startet Zusammenarbeit mit Webgains in Großbritannien und exklusiv in fünf europäischen Ländern

Neo@Ogilvy hat Webgains in Großbritannien als das vorrangige Affiliate Netzwerk für ihren Kunden Kodak Gallery ausgewählt. Auch in fünf weiteren europäischen Ländern wird es eine exklusive Zusammenarbeit geben. Kodak Gallery wird alle bestehenden Affiliate Programme mit anderen Affiliate-Netzwerken in Europa beenden und in Großbritannien neben Webgains nur mit einem weiteren Netzwerk kooperieren.

Die Programme werden in Großbritannien, Deutschland, Frankreich, den Niederlanden sowie in Spanien und Italien angeboten.

Die Programme werden zentral vom Webgains Sitz in London gesteuert und von Account Managern in den Länderniederlassungen der jeweiligen Märkte betreut.

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Welt/Europa/Deutschland

Die Weltkonjunktur, und damit auch Deutschland, befinden sich seit dem zweiten Quartal 2009 wieder auf Wachstumskurs. Dessen Dynamik und Tragfähigkeit sind jedoch noch schwach. Der Internationale Währungsfonds (IWF) hat seine Prognose für das Wachstum der Weltwirtschaft dennoch deutlich angehoben.

Für 2010 erwartet die Organisation ein Plus von 3,9 Prozent. Zuvor war sie von nur 3,1 Prozent ausgegangen. Für Deutschland gehen die IWF-Ökonomen von einem Wachstum von 1,5 gegenüber 0,3 Prozent aus. Für die Euro-Zone sehen sie das Plus bei 1,0 Prozent gegenüber zuvor 0,3 Prozent. Für die Vereinigten Staaten prognostizieren sie ein Wachstum von 2,7 Prozent. Die ursprüngliche Schätzung hatte 1,5 Prozent betragen.

Werbemarkt

Im ersten Quartal 2010 haben die deutschen Unternehmen deutlich mehr in Werbung investiert als im Vorjahr. Das geht aus der aktuellen Werbestatistik von Nielsen Media Research hervor. Innerhalb der wachstumsstärksten Medien belegte das Internet eine Spitzenposition, dessen Werbevolumen gegenüber dem ersten Quartal 2009 um 17,1 Prozent anstieg. Anders zeigte sich das Bild bei Print und Radio, wo die Werbeeinnahmen im Vergleich zum Vorjahr eher stagnierten bzw. rückläufig waren.

Der Aufschwung des Werbeträgers Internet habe sich laut der Studie dabei ungeachtet der Folgen der Weltwirtschaftskrise weiter fortgesetzt. Die Experten kommen zu dem Urteil, dass der Boom der Internet-Werbung durch die Rezession noch unterstützt wurde, weil gerade dann exakte ROI-Messbarkeit und Flexibilität seitens der Werbungtreibenden gefragt sind. Auch wenn Internet-Werbung gestärkt aus der globalen Wirtschaftskrise hervorgeht: Deren negativen Auswirkungen sind trotzdem am Online-Werbemarkt spürbar. So ist eine Rückkehr zu den hohen Wachstumsraten der vergangenen Jahre auch für 2010 nicht wahrscheinlich.

Als stärkste Säule im Online Marketing gelten laut dem Online-Vermarkterkreis OVK das Suchmaschinenmarketing sowie das Affiliate-Marketing.

Struktur der ad pepper media-Gruppe

Die ad pepper media-Gruppe ist eines der führenden unabhängigen Vermarktungsnetzwerke im Bereich Online-Werbung. ad pepper media International N.V. mit Sitz in Amsterdam, Niederlande, ist die zentrale Management- und Holdinggesellschaft für die Unternehmen der ad pepper media-Gruppe. Mit 16 Niederlassungen in acht europäischen Ländern und den USA wickelt ad pepper media für Tausende von nationalen und internationalen Werbekunden Kampagnen in derzeit mehr als 50 Ländern weltweit ab. Wir sind mit drei Geschäftsbereichen im Online-Werbemarkt aktiv: ad pepper media, Webgains und ad agents.

ad pepper media

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

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

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

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

iSense gibt Werbeproduzenten und Publishern eine revolutionäre semantische Werbetechnologie an die Hand, mit der Werbung relevanzbasiert und zielgerichtet für jede Webseite platziert werden kann. Der Kern von iSense besteht aus der patentierten Sense Engine™-Technologie und ist das Ergebnis zehnjähriger Forschung und Entwicklung.

Sie wurde von Dr. David Crystal, einem der führenden Linguistikexperten weltweit, entwickelt.

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

Webgains

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

ad agents

ad agents ist auf Suchmaschinen-Marketing (SEM), Suchmaschinen-Optimierung (SEO) und Performance-Marketing spezialisiert. ad agents berät bekannte Unternehmen aus dem Versandhandel, der Reisebranche sowie zahlreichen anderen Sektoren. All diesen Kunden verbindet eine Gemeinsamkeit: Sie verfügen bereits über eine ausgereifte E-Commerce-Strategie, indem sie ihre Waren und/oder Dienstleistungen über ihre Websites bzw. Web-Shops anbieten.

ad agents hilft ihren Kunden dabei, ihre Webpräsenz zu einem noch effizienteren Verkaufsinstrument zu machen. Dies geschieht durch eine Verbesserung der Reichweiten in Kombination mit einer optimalen Steigerung der Werbewirksamkeit. Die auf Qualität und Sicherheit ausgelegten Konzepte der ad agents bieten den Kunden Nachhaltigkeit in Bezug auf Clicks und Umsatz, ergänzt durch ein detailliertes Reporting.

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

Die Aktie

Kursentwicklung

Der Kurs der ad pepper media-Aktie entwickelte sich seit Jahresanfang erfreulich. Per 31. März schloss die Aktie bei einem Stand von EUR 1,38 und lag damit im Vergleich zu Ende Dezember 2009 um ca. 17 Prozent höher (Aktienkurs am 31. Dezember 2009: EUR 1,18).

In den letzten zwölf Monaten betrug das Kursplus sogar 58,6 Prozent. Nach Ende des Berichtszeitraumes entwickelte sich der Aktienkurs bis Redaktionsschluss weiter dynamisch und erreichte Niveaus bis zu EUR 1,80.

Daten zur Aktie

Wertpapierkennnummer (WKN)	940883
ISIN	NL0000238145
Börsensegment	Prime Standard
Designated Sponsor	Equinet
Anzahl Aktien	23.000.000
Marktkapitalisierung (per 31.03.2010)	EUR 31,7 Mio.

Aktienkursentwicklung der letzten 12 Monate (Xetra)



Aktionärsstruktur

Am 8. März 2010 wurde uns eine im Sinne der holländischen WFT meldepflichtige Transaktion der Amiral Gestion S.A. bekannt, wonach ihr Stimmrechtsanteil an der ad pepper media International N.V. die Schwelle von 5 Prozent der Stimmrechte unterschritten hat und nunmehr 4,90 Prozent beträgt (dies entspricht 1.126.517 Stimmrechten).

Am 15. April 2010 wurde uns ferner bekannt, dass Amiral Gestion S.A. ihren Stimmrechtsanteil an der ad pepper media International N.V. auf nunmehr 0 Prozent (dies entspricht 0 Stimmrechten) reduziert hat.

Im Zuge der Ausübung von Mitarbeiteroptionen im ersten Quartal 2010 reduzierte sich der Anteil der eigenen Aktien gegenüber dem 31. Dezember 2009 leicht auf Stück 2.073.792, was einem Anteil von 9,02 Prozent des Grundkapitals entspricht (Stand per 31. Dezember 2009: 2.267.792).

Tag des Reports: 31. März 2010

Aktionär	Aktien (Stück)	in Prozent des Grundkapitals
EMA B.V.	9.486.402	41,25
Eigene Anteile	2.073.792	9,02
Amiral Gestion S.A.	1.126.517	4,90
U. Schmidt	1.005.524	4,37
Grabacap ApS	848.000	3,69
Euroserve Media GmbH	306.132	1,33
M. A. Carton	332.178	1,44
Viva Media Service GmbH	71.300	0,31
Zwischensumme	15.249.845	66,31
Freefloat	7.750.155	33,69
Summe	23.000.000	100,00

Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Ertragslage

In den ersten drei Monaten konnte der Umsatz von ad pepper media auf TEUR 11.995 (Q1 2009: TEUR 11.619) gesteigert werden, was einem Anstieg von 3,2 Prozent gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahres entspricht. Auf vergleichbarer Basis, d.h. unter Berücksichtigung der mittlerweile eingestellten Aktivitäten der ad pepper media Italy srl., betrug das Wachstum sogar rund 6,9 Prozent. Wesentlicher Treiber dieser positiven Entwicklung war zum einen das Segment Webgains, welches um 26,6 Prozent und damit, von TEUR 2.836 auf TEUR 3.591 zulegen konnte. Daneben entwickelte sich das Segment ad agents ebenfalls sehr erfreulich. Hier betrug das Umsatzplus sogar 31,7 Prozent auf insgesamt TEUR 1.843 (Q1 2009: TEUR 1.399). Zahlreiche neue Kunden konnten gewonnen werden, insbesondere aus der Reise- und Versicherungsbranche und es ist davon auszugehen, dass ad agents auch in den kommenden Quartalen für positive Impulse sorgen wird.

Das Segment ad pepper media blieb noch hinter den Erwartungen zurück. Hier musste ein Umsatzrückgang von 11 Prozent bzw. um TEUR 816 von TEUR 7.374 auf TEUR 6.558 hingenommen werden. Mit TEUR 648 entfällt der wesentliche Teil des Umsatzrückganges dieses Segments auf Dänemark. Auf vergleichbarer Basis – also unter Berücksichtigung der eingestellten Aktivitäten in Italien – betrug das Umsatzminus des Segments ad pepper media lediglich 6,0 Prozent.

Die Konzern-Bruttomarge ausgedrückt in Prozent konnte mit 44,1 Prozent auf dem hohen Niveau des Vorjahres gehalten werden (Q1 2009: 44,9 Prozent). In absoluten Zahlen ergibt sich eine leichte Steigerung um TEUR 68 auf TEUR 5.291 (Q1 2009: TEUR 5.223). Auf vergleichbarer Basis betrug die Zunahme der Bruttomarge TEUR 261 oder 5,2 Prozent.

Die operativen Kosten sanken innerhalb der ersten drei Monate des laufenden Jahres gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum deutlich von TEUR 6.432 auf TEUR 5.274. Hierin spiegeln sich sowohl reduzierte Personalaufwendungen wider, insbesondere im Zuge der Einstellung der Aktivitäten von ad pepper media Italy srl., als auch im Vergleich zum Vorjahr niedrigere Abschreibungen auf im Rahmen von Unternehmensübernahmen erworbene immaterielle Vermögenswerte.

Die Personalkosten sanken entsprechend um TEUR 453 auf TEUR 4.339; Abschreibungs- und Amortisierungsaufwendungen sanken um TEUR 435 auf TEUR 186 (jeweils gegenüber der entsprechenden Vorjahresperiode).

Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) betrug TEUR 203 (Q1 2009: TEUR -588). Das EBIT war mit TEUR 17 ebenfalls leicht positiv nach einem Betrag von TEUR -1.209 in der entsprechenden Vorjahresperiode. Aufgrund eines hervorragenden Finanzergebnisses in Höhe von TEUR 403 konnte das EBT ebenfalls deutlich gesteigert werden. Während das EBT im ersten Quartal 2009 noch mit TEUR -903 negativ war, konnte in der Berichtsperiode ein Betrag von TEUR 420 erwirtschaftet werden.

Der Periodengewinn fiel mit TEUR 419 ebenfalls positiv aus (Q1 2009: TEUR -878). Damit sind alle wesentlichen Profitabilitätskennziffern positiv.

Finanzlage

Der operative Cash-Flow betrug TEUR -693 nach TEUR -1.126 in den ersten drei Monaten des Vorjahres. Der Netto-Cash-Flow aus Investitionstätigkeit betrug im Zeitraum Januar bis März 2010 TEUR 1.354 (Q1 2009: TEUR 287). Der Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit betrug in den ersten drei Monaten 2010 TEUR 185 nach TEUR -92 im gleichen Zeitraum des Vorjahres.

Vermögenslage

Die Bilanzsumme hat sich gegenüber Ende 2009 nur geringfügig geändert. Sie sank leicht um TEUR 404 auf TEUR 32.400 (31. Dezember 2009: TEUR 32.804). Gleichzeitig stieg das Eigenkapital um TEUR 1.001 auf TEUR 22.339. Die Eigenkapitalquote beträgt per 31. März 2010 demnach hervorragende 69 Prozent (31. Dezember 2009: 65 Prozent).

Die ad pepper media-Gruppe ist zum Bilanzstichtag eigenfinanziert. Die liquiden Mittel einschließlich Wertpapierbeständen zum beizulegenden Zeitwert sowie Termineinlagen mit Laufzeiten von mehr als drei Monaten belaufen sich per Ende März 2010 auf TEUR 22.677 (31. Dezember 2009: TEUR 22.602).

Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten existieren nicht.

Mitarbeiter

Per 31. März 2010 beschäftigte die ad pepper media-Gruppe 242 Mitarbeiter. Zum Ende des Vorjahreszeitraumes 2009 waren insgesamt 258 Mitarbeiter beschäftigt. Die Mitarbeiter der ad pepper media-Gruppe waren in folgenden Segmenten beschäftigt:

	31. März 2010 <i>Anzahl</i>	31. März 2009 <i>Anzahl</i>
<i>ad pepper media</i>	130	158
<i>Webgains</i>	60	56
<i>ad agents</i>	17	12
<i>Administration</i>	35	32

Risiko- und Chancenbericht

Gegenüber dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2009 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 2009.

Prognosebericht

Die makroökonomischen Rahmenbedingungen haben sich zu Beginn des Jahres 2010 – bei regional unterschiedlicher Ausprägung – leicht verbessert.

Auch der Ausblick auf die Entwicklung des Online-Werbemarkt ist daher – zumindest kurzfristig – leicht positiv. Für den Online-Werbemarkt spricht darüber hinaus, dass die Zahl der Internet-User weiterhin wächst. Höhere Übertragungsraten machen das Medium Internet für Werbetreibende zusätzlich attraktiv. Hinzu kommt, dass Online-Werbung von dem starken Trend hin zur Messbarkeit von Werbeerfolgen weiter profitieren wird, so dass sich der Online-Werbemarkt möglicherweise weiter von der generellen Konjunkturzyklus – zumindest teilweise – entkoppeln kann.

Das erste Quartal hat gezeigt, dass ad pepper media mit seiner klaren Ausrichtung auf Performance-Marketing gut positioniert ist und seine Hausaufgaben hinsichtlich der Kostenentwicklung gemacht hat. Das Erreichen des Break-Even in einem Quartal, das traditionell nicht zu den stärksten des Jahres gehört, ist ein eindrucksvoller Beleg hierfür. Wir sind daher trotz verbleibender makroökonomischer Risiken auch für das kommende Quartal optimistisch. Für das Gesamtjahr 2010 wird der Break-Even auf EBITDA-Basis angepeilt.

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (IFRS)

	Q1 / 2010	Q1 / 2009
	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>
Umsatzerlöse	11.995	11.619
<i>Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen</i>	<i>-6.704</i>	<i>-6.396</i>
Bruttoergebnis vom Umsatz	5.291	5.223
<i>Vertriebskosten</i>	<i>-3.731</i>	<i>-4.075</i>
<i>Allgemeine und Verwaltungskosten</i>	<i>-1.957</i>	<i>-2.583</i>
<i>Sonstige betriebliche Erträge</i>	<i>520</i>	<i>575</i>
<i>Sonstige betriebliche Aufwendungen</i>	<i>-106</i>	<i>-349</i>
Ergebnis vor Zinsen und Steuern	17	-1.209
<i>Finanzerträge</i>	<i>462</i>	<i>319</i>
<i>Finanzierungsaufwendungen</i>	<i>-59</i>	<i>-13</i>
Ergebnis vor Steuern	420	-903
<i>Steuern vom Einkommen und vom Ertrag</i>	<i>-1</i>	<i>25</i>
Periodenergebnis	419	-878
<i>davon entfallen auf Anteilseigner des Mutterunternehmens</i>	<i>341</i>	<i>-885</i>
<i>davon entfallen auf Minderheitenanteile</i>	<i>78</i>	<i>7</i>
<i>Ergebnis je Aktie (unverwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)</i>	<i>0,02</i>	<i>-0,04</i>
<i>Ergebnis je Aktie (verwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)</i>	<i>0,02</i>	<i>-0,04</i>
	Q1 / 2010	Q1 / 2009
	<i>St.</i>	<i>St.</i>
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)*	21.414.991	21.927.234
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (verwässert)*	21.729.647	21.931.482

* Vorjahr angepasst an den Aktiensplit im Verhältnis 1:2 am 27. Mai 2009

Konzern-Gesamterfolgsrechnung (IFRS)

	Q1 / 2010	Q1 / 2009
	TEUR	TEUR
Periodenergebnis	419	-878
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	-53	-115
Marktwertveränderungen von Wertpapieren	420	-588
Direkt im Eigenkapital verrechnete Ertragsteuern	0	0
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen	367	-703
Gesamterfolg	786	-1.581
davon auf Minderheitsanteile entfallend	78	7
davon auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallend	708	-1.588

Angaben zu erfolgsneutralen Sachverhalten in der Gesamterfolgsrechnung

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

Q1 / 2010 TEUR	vor Ertrag- steuern	Ertrag- steuern	nach Ertrag- steuern
Unterschiede aus der Währungsumrechnung (inkl. Minderheitenanteile)	-53	0	-53
Marktwertveränderungen von Wertpapieren	420	0	420
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen	367	0	367

Q1 / 2009 TEUR	vor Ertrag- steuern	Ertrag- steuern	nach Ertrag- steuern
Unterschiede aus der Währungsumrechnung (inkl. Minderheitenanteile)	-115	0	-115
Marktwertveränderungen von Wertpapieren	-588	0	-588
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen	-703	0	-703

Konzern-Bilanz (IFRS)

Aktiva	31. März 2010	31. Dezember 2009
	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>
Langfristige Vermögenswerte		
Firmenwerte	24	24
Immaterielle Vermögenswerte	724	816
Sachanlagen	511	563
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Wertpapiere des Anlagevermögens	2.686	3.265
Zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere des Anlagevermögens	4.284	4.423
Andere finanzielle Vermögenswerte	715	727
Latente Steuern	308	308
Summe langfristige Vermögenswerte	9.252	10.126
Kurzfristige Vermögenswerte		
Wertpapiere und Termineinlagen	1.400	1.400
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	5.862	6.390
Forderungen aus Ertragsteuern	704	607
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	567	463
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	308	304
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	14.307	13.514
Summe kurzfristige Vermögenswerte	23.148	22.678
Aktiva, gesamt	32.400	32.804

Konzern-Bilanz (IFRS)

Passiva	31. März 2010	31. Dezember 2009
	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital*	1.150	1.150
Kapitalrücklage	67.144	67.102
Eigene Anteile	-3.237	-3.410
Bilanzverlust	-39.735	-40.076
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	-3.166	-3.533
Summe	22.156	21.233
Minderheitenanteile	183	105
Summe Eigenkapital	22.339	21.338
Langfristige Verbindlichkeiten		
Latente Steuern	21	21
Summe langfristige Verbindlichkeiten	21	21
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	5.457	6.619
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	740	749
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	3.459	3.693
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	384	384
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten	10.040	11.445
Summe Verbindlichkeiten	10.061	11.466
Passiva, gesamt	32.400	32.804

* Das Gezeichnete Kapital besteht aus Stückaktien mit einem Nennwert von je EUR 0,05. Das genehmigte Kapital beträgt 23.429.708 Aktien, wovon 23.000.000 begeben sind und sich am 31. März 2010 20.926.208 (31. Dezember 2009: 20.732.208) Aktien im Umlauf befanden.

Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)

	<i>Q1 / 2010</i>	<i>Q1 / 2009</i>
	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>
Periodenergebnis	419	-878
Überleitung zwischen Periodenergebnis und Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit		
Abschreibungen	186	621
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Gegenständen des Anlagevermögens	4	0
Aktienbasierte Vergütung	42	58
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Wertpapieren	-216	-19
Andere Finanzerträge und Finanzierungsaufwendungen	-187	-287
Steuergebnis	1	-25
Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge	-127	23
Brutto-Cash-Flow	122	-507
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	655	1.950
Veränderung anderer Aktiva	-123	-536
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-1.162	-1.607
Veränderung anderer Verbindlichkeiten	-243	-561
Vereinnahmte Ertragsteuern	0	0
Gezahlte Ertragsteuern	-98	-140
Vereinnahmte Zinsen	156	275
Gezahlte Zinsen	0	0
Netto-Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit	-693	-1.126

Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)

	Q1 / 2010	Q1 / 2009
	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>
<i>Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen</i>	-49	-122
<i>Erlöse aus dem Abgang von immateriellen Vermögensgegenständen und Sachanlagen</i>	3	0
<i>Einzahlungen aus der Veräußerung von Anteilen an assoziierten Unternehmen und von sonstigen Beteiligungen</i>	0	1.200
<i>Auszahlung für die Gewährung von Darlehen</i>	0	-751
<i>Erlöse aus dem Verkauf von Wertpapieren und Fälligkeit von Termineinlagen</i>	2.387	5.119
<i>Erwerb von Wertpapieren</i>	-987	-5.159
Netto-Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	1.354	287
<i>Ausgabe eigener Aktien</i>	173	0
<i>Erwerb eigener Anteile</i>	0	-104
<i>Einzahlungen aus der Tilgung gewährter Darlehen</i>	12	12
Netto-Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	185	-92
<i>Einfluss von Wechselkursänderungen auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</i>	-53	0
<i>Zahlungswirksame Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</i>	846	-931
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres	13.514	5.833
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode	14.307	4.902

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung (IFRS)

	Stand 1. Januar 2009	Gesamt- erfolg	Aktien- basierte Vergütung	Erwerb eigener Anteile	Ausgabe eigener Anteile	Stand 31. März 2009
Gezeichnetes Kapital						
Anzahl der Aktien	22.789.708					22.789.708
Gezeichnetes Kapital (TEUR)	1.139					1.139
Kapitalrücklage						
für Aktienoptionsprogramme (TEUR)	2.080		58			2.138
aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V. (TEUR)	64.667					64.667
Eigene Anteile						
Anzahl der Aktien	765.026			131.774		896.800
Rückkaufswert (TEUR)	-1.732			-104		-1.836
Bilanzverlust (TEUR)	-5.769	-885				-6.654
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis						
Währungsdifferenzen (TEUR)	-1.477	-115				-1.592
Marktbewertung available-for-sale securities (TEUR)	-3.353	-588				-3.941
Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)	55.555	-1.588	58	-104	0	53.921
Minderheitenanteile (TEUR)	120	7				127
Eigenkapital (TEUR)	55.675	-1.581	58	-104	0	54.048

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung (IFRS)

	Stand 1. Januar 2010	Gesamt- erfolg	Aktien- basierte Vergütung	Erwerb eigener Anteile	Ausgabe eigener Anteile	Stand 31. März 2010
Gezeichnetes Kapital						
Anzahl der Aktien	23.000.000					23.000.000
Gezeichnetes Kapital (TEUR)	1.150					1.150
Kapitalrücklage						
für Aktienoptionsprogramme (TEUR)	2.259		42			2.301
aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V. (TEUR)	64.843					64.843
Eigene Anteile						
Anzahl der Aktien	2.267.792				-194.000	2.073.792
Rückkaufswert (TEUR)	-3.410				173	-3.237
Bilanzverlust (TEUR)	-40.076	341				-39.735
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis						
Währungsdifferenzen (TEUR)	-1.369	-53				-1.422
Marktbewertung available-for-sale securities (TEUR)	-2.164	420				-1.744
Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)	21.233	708	42	0	173	22.156
Minderheitenanteile (TEUR)	105	78				183
Eigenkapital (TEUR)	21.338	786	42	0	173	22.339

Konzern-Anhang

1. Grundlage für die Erstellung des Quartalsabschlusses

Der vorliegende verkürzte Konzernzwischenabschluss der ad pepper media International N.V. wurde nach den Vorschriften der am Abschlussstichtag geltenden International Financial Reporting Standards (IFRS) in Euro (EUR) erstellt. Die Vergleichswerte des Vorjahres wurden nach den gleichen Grundsätzen ermittelt und soweit erforderlich angepasst. Der Quartalsabschluss erfüllt die Anforderungen des IAS 34.

Der verkürzte Konzernzwischenabschluss enthält nicht sämtliche für den Abschluss des Geschäftsjahres vorgeschriebene Erläuterungen und Angaben und sollte daher im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2009 gelesen werden.

In den Konzernzwischenabschluss sind sämtliche Tochterunternehmen einbezogen. Im Vergleich mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2009 ergaben sich keine Veränderungen im Konsolidierungskreis.

Emediate ApS und Pentamind A/S sind mit Wirkung zum 1. Januar 2010 verschmolzen.

Der vorliegende Konzernzwischenabschluss zum 31. März 2010 wurde vom Vorstand am 26. April 2010 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 2009 erstellt wurde.

Folgende Standards und Interpretationen wurden seitdem im Rahmen des Komitologieverfahrens übernommen:

Verbesserungen an den IFRS 2007-2009

Im Amtsblatt der Europäischen Union vom 24. März 2010 (53. Jahrgang, L 77) wurde Verordnung (EG) Nr. 243/2010 zur Übernahme der im April 2009 vom IASB veröffentlichten jährlichen „Verbesserungen an den IFRS“ bekannt gemacht, die am dritten Tag nach ihrer Veröffentlichung im Amtsblatt in Kraft tritt.

Die „Verbesserungen an den IFRS“ zielen darauf ab, die internationalen Rechnungslegungsstandards zu straffen und deren Verständnis zu erleichtern. Bei den meisten Änderungen handelt es sich um Klarstellungen oder Korrekturen von vorhandenen IFRS bzw. Änderungen, die sich aus zuvor an den IFRS vorgenommenen Modifikationen ergeben. Die Änderungen an IFRS 8, IAS 17, IAS 36 und IAS 39 beinhalten Änderungen der bestehenden Anforderungen oder zusätzliche Leitlinien zur Umsetzung dieser Anforderungen. Die „Verbesserungen an den IFRS 2007-2009“ sind verpflichtend anzuwenden spätestens mit Beginn des ersten nach dem 31. Dezember 2009 beginnenden Geschäftsjahres.

Die Verbesserung an IFRS 8 führt im vorliegenden Abschluss und auch künftig dazu, dass ad pepper media keine Angaben mehr zu Segmentvermögen macht, da diese nicht regelmäßig an den Hauptentscheidungs-träger des Unternehmens berichtet werden.

Änderungen an IFRS 2 „Anteilsbasierte Vergütung“

Im Amtsblatt der Europäischen Union vom 24. März 2010 (53. Jahrgang, L 77) wurde Verordnung (EG) Nr. 244/2010 zur Übernahme der vom IASB am 18. Juni 2009 veröffentlichten Änderungen von IFRS 2 „Anteilsbasierte Vergütung“ bekannt gemacht, die am dritten Tag nach ihrer Veröffentlichung im Amtsblatt in Kraft tritt. Die vorgenommene Änderung klärt die Bilanzierungsmethode für anteilsbasierte Vergütungen, bei denen ein Lieferant von Waren oder Dienstleistungen bar bezahlt wird und die Verpflichtung zum Barausgleich bei einem anderen Unternehmen der Gruppe liegt (anteilsbasierte Vergütungen mit Barausgleich durch ein Unternehmen der Gruppe).

Die Änderungen des IFRS 2 sind spätestens mit Beginn des ersten nach dem 31. Dezember 2009 beginnenden Geschäftsjahres anzuwenden.

Es ergeben sich hieraus keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss von ad pepper media.

3. Erläuterungen zum Zwischenabschluss

Wir verweisen im Wesentlichen auf die Angaben zur Vermögens-, Finanz- und Ertragslage im Zwischenlagebericht. In der Berichtsperiode ergaben sich folgende Sondereffekte mit wesentlichen Auswirkungen auf die Gewinn- und Verlustrechnung:

Im Finanzergebnis sind realisierte Netto-Kursgewinne aus dem Verkauf von Wertpapieren in Höhe von TEUR 216 (Q1 2009: TEUR 19) enthalten.

4. Segmentberichterstattung gemäß IFRS 8

IFRS 8 ersetzt IAS 14 „Segmentberichterstattung“ und passt die Standards des IASB an die Vorschriften des Statement of Financial Accounting Standards (SFAS) 131 an. IFRS 8 fordert die Angabe von finanziellen und beschreibenden Informationen bezüglich so genannter „berichtspflichtiger Segmente“.

Berichtspflichtige Segmente sind entweder operative Segmente oder Zusammenfassungen von operativen Segmenten, die bestimmten Kriterien genügen. Operative Segmente stellen Komponenten eines Unternehmens dar, über die Finanzinformationen verfügbar sind, die regelmäßig durch die oberste Führungskraft des operativen Bereichs überprüft werden, um zu entscheiden, wie Ressourcen verteilt und Leistungen beurteilt werden.

Im Allgemeinen müssen Finanzinformationen auf Basis der internen Steuerungskonzeption berichtet werden, die bei der Beurteilung der operativen Segmente verwendet wird (Management Approach). Die an den Hauptentscheidungsträger des Unternehmens im Hinblick auf Entscheidungen über die Verteilung von Ressourcen zu diesem Segment und der Bewertung seiner Ertragskraft berichteten Informationen sind an den erbrachten Dienstleistungen ausgerichtet. Daher berichtet der Konzern Segmentinformationen für die operativen Segmente „ad pepper media“ (Lead, Mail, Banner, Ad Serving), „Webgains“ (Affiliate-Marketing) und „ad agents“ (SEM/SEO), sowie für das nicht-operative Segment „Admin“ (Verwaltung). Die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden der berichtspflichtigen Segmente entsprechen den in Angabe [2] beschriebenen Konzernbilanzierungsrichtlinien. Das Segmentergebnis wird als das je Segment verdiente EBIT und EBITDA ohne Differenzen zu den IFRS dargestellt.

Das so ermittelte Segmentergebnis wird dem Hauptentscheidungsträger des Unternehmens im Hinblick auf Entscheidungen über die Verteilung von Ressourcen zu dem jeweiligen Segment und der Bewertung seiner Ertragskraft berichtet. Die Grundlage der Rechnungslegung für Intersegment-Transaktionen ist das „Dealing at arm's length“-Prinzip.

Q1 / 2010	ad pepper media TEUR	Webgains TEUR	ad agents TEUR	Admin TEUR	Konsoli- dierung TEUR	Konzern TEUR
Gesamtumsatz	6.636	3.665	1.843	324	-473	11.995
davon Umsatz extern	6.558	3.591	1.843	3	0	11.995
davon Intersegmentumsätze	78	74	0	321	-473	0
Aufwendungen und sonstige Erträge	-6.256	-3.663	-1.648	-731	320	-11.978
davon Abschreibungen	-77	-5	-4	-100	0	-186
davon andere nicht zahlungswirksame Aufwendungen	-119	-25	0	-101	0	-245
EBIT	380	2	195	-407	-153	17
Finanzerträge	4	0	1	478	-21	462
Finanzierungsaufwendungen	-21	-1	0	-58	21	-59
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag						-1
Periodenergebnis						419

Q1 / 2009	ad pepper media TEUR	Webgains TEUR	ad agents TEUR	Admin TEUR	Konsoli- dierung TEUR	Konzern TEUR
Gesamtumsatz	7.511	2.983	1.410	471	-756	11.619
davon Umsatz extern	7.374	2.836	1.399	10	0	11.619
davon Intersegmentumsätze	137	147	11	461	-756	0
Aufwendungen und sonstige Erträge	-7.807	-2.961	-1.393	-1.140	473	-12.828
davon Abschreibungen	-264	-84	-7	-266	0	-621
davon andere nicht zahlungswirksame Aufwendungen	-108	-40	4	-62	0	-205
EBITDA	-32	106	24	-403	-283	-588
EBIT	-296	22	17	-669	-283	-1.209
Finanzerträge	32	0	2	353	-68	319
Finanzierungsaufwendungen	-66	-3	0	-12	68	-13
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag						25
Periodenergebnis						-878

Geographische Informationen

Der Konzern ist im Wesentlichen in vier geographischen Regionen tätig – Niederlande (Heimatland), Deutschland, Skandinavien und Vereinigtes Königreich. Die Umsatzerlöse aus fortgeführten Geschäftsbereichen des Konzerns aus Geschäften mit externen Kunden sowie Informationen über das Segmentvermögen setzen sich nach geographischer Zuordnung wie nachstehend zusammen wobei die langfristigen Vermögenswerte nicht Finanzinstrumente sowie latente Ertragsteuerforderungen beinhalten:

	Umsatz mit Drittkunden		Langfristige Vermögenswerte	
	Q1 / 2010	Q1 / 2009	31.03.2010	31.03.2009
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
<i>Niederlande</i>	559	1.039	22	3.485
<i>Deutschland</i>	4.141	3.439	821	6.931
<i>Skandinavien</i>	1.530	2.053	294	7.688
<i>Vereinigtes Königreich</i>	2.941	2.477	27	4.862
<i>Sonstige</i>	2.824	2.611	35	3.427
Summe	11.995	11.619	1.259	26.393

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

5. Eigene Anteile
Erwerb eigener Aktien

Mit Hauptversammlungsbeschluss vom 19. Mai 2009 wurde der Vorstand zum Rückkauf eigener Aktien von bis zu 50 Prozent des Stammkapitals innerhalb der nächsten 18 Monate ermächtigt. Der Vorstand machte von dieser Ermächtigung Gebrauch und beschloss am 2. Juni 2009, bis zu 10 Prozent des Grundkapitals entsprechend 2.279.708 Aktien zu erwerben. Das Aktienrückkaufprogramm wurde im November 2009 vorerst abgeschlossen.

Per 31. März 2010 hält die ad pepper media International N.V. 2.073.792 eigene Aktien (31. März 2009: 896.800) mit einem Nennwert von je EUR 0,05, was 9,02 Prozent (31. März 2009: 3,94 Prozent) des Grundkapitals entspricht.

Gemäß Hauptversammlungsbeschluss können die eigenen Aktien zur Bedienung von Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen und für Akquisitiven eingesetzt werden.

Veräußerung eigener Aktien

Durch Verdoppelung der Aktienanzahl und Halbierung des Kurses bzw. des Ergebnisses je Aktie wurden alle Mitarbeiterbeteiligungsprogramme an den Aktiensplit vom 27. Mai 2009 angepasst:

Aus dem Bestand an eigenen Anteilen wurden im ersten Quartal keine (Q1 2009: 0) eigene Anteile zum Ausübungspreis von EUR 0,665, keine (Q1 2009: 0) Anteile zum Preis von EUR 1,365, 194.000 Anteile (Q1 2009: 0) zum Ausübungspreis von EUR 0,89 sowie keine (Q1 2009: 0) Anteile zum Ausübungspreis von EUR 2,225 im Rahmen der Mitarbeiter-Optionsprogramme veräußert.

Insgesamt wurden im ersten Quartal 194.000 (Q1 2009: 0) Anteile eigene Anteile verkauft.

Zahl der ausgegebenen Aktien

Die Zahl der ausgegebenen und im Umlauf befindlichen Aktien beläuft sich nach Abzug eigener Aktien zum 31. März 2010 auf 20.926.208 Stück (31. März 2009: 21.892.908 Stück). Der Nennbetrag je Aktie beträgt EUR 0,05.

6. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Bis zum Tage der Freigabe zur Veröffentlichung sind keine Ereignisse eingetreten, die die dargestellte Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zum 31. März 2010 in wesentlichem Umfang beeinflusst hätten.

7. Saisoneinflüsse auf die Geschäftstätigkeit

ad pepper media ist im weitesten Sinne im Bereich der Online-Werbung tätig. Aufgrund des saisonalen Charakters der Werbebranche, mit einem traditionellen Höhepunkt der Werbeausgaben im vierten Quartal, werden im zweiten Halbjahr in der Regel höhere Umsatzerlöse und daraus resultierend ein höheres operatives Ergebnis erzielt.

8. Aktien und Bezugsrechte der Organe

Zum 31. März 2010 waren insgesamt 2.491.000 Optionen im Rahmen von Optionsprogrammen ausgegeben. Das Bezugsverhältnis beträgt eine Aktie je Optionsrecht. Der Bezugspreis liegt zwischen EUR 0,665 und EUR 6,75.

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 31.03.2010	Optionen zum 31.03.2010
Vorstand		
<i>Ulrich Schmidt</i>	1.005.524	446.000
<i>Michael A. Carton</i>	332.178	284.000
<i>Jens Körner</i>	0	160.000
Aufsichtsrat		
<i>Michael Oschmann</i>	0	0
<i>Dr. Frank Schlaberg</i>	0	0
<i>Jan Andersen</i>	0	0
<i>Merrill Dean</i>	0	0
Unter maßgeblichem Einfluss stehende Unternehmen		
<i>EMA B.V.</i>	9.486.402	0
<i>Viva Media Beteiligungsgesellschaft</i>	71.300	0
<i>Euroserve</i>	306.132	
<i>Grabacap ApS</i>	848.000	0
Mitarbeiter		1.601.000

9. Anzahl der Mitarbeiter

Zum Ende des 1. Quartals 2010 beschäftigte die ad pepper media-Gruppe 242 Mitarbeiter (31. März 2009: 258 Mitarbeiter).

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

Die Geschäfte mit nahe stehenden Unternehmen und Personen haben sich im Vergleich zum Jahr 2009 nicht wesentlich verändert.

Folgende im Sinne des § 15a WpHG meldepflichtige Director's Dealings während der Berichtsperiode wurden der ad pepper media International N.V. gemeldet:

- Datum des Geschäfts: 15. März 2010
Emittent: ad pepper media International N.V.
Meldepflichtige Person: Michael A. Carton (Geschäftsführendes Organ)
Mitteilungspflichtiges Geschäft:
Verkauf von 41.961 Aktien zum Preis von 1,46 EUR/Aktie,
Gesamtvolumen: EUR 61.242,28, Börsenplatz: Xetra, Frankfurt
- Datum des Geschäfts: 16. März 2010
Emittent: ad pepper media International N.V.
Meldepflichtige Person: Michael A. Carton (Geschäftsführendes Organ)
Mitteilungspflichtiges Geschäft:
Verkauf von 38.039 Aktien zum Preis von 1,485 EUR/Aktie,
Gesamtvolumen: EUR 56.495,22, Börsenplatz: Xetra, Frankfurt
- Datum des Geschäfts: 24. März 2010
Emittent: ad pepper media International N.V.
Meldepflichtige Person: Michael A. Carton (Geschäftsführendes Organ)
Mitteilungspflichtiges Geschäft:
Kauf von 144.000 Aktien zum Preis von 0,89 EUR/Aktie,
Gesamtvolumen: EUR 128.160, Börsenplatz: außerbörslich / OTC

Nürnberg, 26. April 2010


Ulrich Schmid


Jens Körner


Michael A. Carton

Finanzkalender

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

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

Kontakt

Investorenkontakt

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

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

Impressum

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

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

Aktiengesellschaft (N.V.)
Sitz Amsterdam, Niederlande
Zweigniederlassung Nürnberg
Prime Standard, Frankfurt,
ISIN: NL0000238145
HRB Nürnberg 17591
Ust-ID-Nr: DE 210757424

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

Gern senden wir Ihnen den Geschäftsbericht 2009 bzw. den Konzernzwischenabschluss 2010 in Deutsch oder Englisch zu.
Alternativ finden Sie unsere veröffentlichten Berichte als PDF-Datei auf www.adpepper.com unter:
Investor Relations/News & Publikationen/Berichte und Präsentationen.

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

www.adpepper.com