

ad pepper media International N.V.
Leisteen 9
NL-2132 ME Hoofddorp

6-Monats-Bericht

2-2002



ad
pepper

ad 
pepper
The e-Advertising Network

ad pepper media ▶ global reach. local touch.

Sehr geehrte Aktionäre,

das 2. Quartal des laufenden Geschäftsjahres ist für ad pepper media sehr positiv verlaufen und die erfreuliche Entwicklung des ersten Quartals hat sich nicht nur fortgesetzt sondern verstärkt. Dies ist umso bemerkenswerter da sich die Situation auf dem Gesamtwerbemarkt nach wie vor nicht entspannt hat und Negativschlagzeilen und rückläufige Werbeausgaben das Bild bestimmen.

Die vorliegenden Unternehmenszahlen verdeutlichen dabei, dass der eingeschlagene Weg von Konsolidierung der Ländergesellschaften und Neuausrichtung im Produktbereich nachhaltig Erfolg zeigt.

Das 2. Quartal dieses Jahres hat die positive Umsatzentwicklung der letzten Monate bestätigt. Im Vergleich zum 2. Quartal des Vorjahres stiegen die Umsätze um 55%, selbst zum vorhergehenden Quartal beträgt die Umsatzsteigerung noch erfreuliche 42%. Das Nettoergebnis hat sich weiter stark verbessert, der konsolidierte Break Even ist in Reichweite. Erfreulich sind insbesondere die stabilen Fortschritte der einzelnen Ländergesellschaften, so konnten bereits im 1. Halbjahr 2002 8 von 10 operativen Ländergesellschaften schwarze Zahlen schreiben, die restlichen stehen kurz davor.

Die Direktmarketing Produkte kommen im Markt gut an und machen bereits einen Großteil des gesamten Umsatzes aus. Die strategische Positionierung im Bereich elektronisches Direktmarketing hat sich als

richtig erwiesen, wobei gerade übergreifende und integrierte Produktlösungen mit Media-, Direktmarketing- und Servicekomponenten von den Werbungstreibenden gewünscht werden.

Zunehmende Eigenentwicklungen im Technologiebereich und weitere Technologiepartnerschaften erhöhen nicht nur die Flexibilität, Produktivität und Innovationskraft, sondern stärken vor allem die Produktentwicklungsfähigkeiten, was gerade in dynamischen Märkten entscheidende Wettbewerbsvorteile bietet.

Auch unsere Aktie profitierte dabei im 2. Quartal von der positiven Unternehmensentwicklung und konnte sich der Abwärtsbewegung des Neuen Marktes nicht nur entziehen sondern sogar deutlich zulegen. Die ausgezeichnete Eigenkapitalausstattung ist dabei nach wie vor ein Garant für die Gestaltung weiteren konsolidierten Wachstums aus eigener Kraft. Wir bedanken uns bei allen unseren Mitarbeitern, die diese Entwicklung mit ganzem Einsatz ermöglicht haben und danken unseren Aktionären für das entgegengebrachte Vertrauen, das uns zu einer Fortsetzung des eingeschlagenen Weges verpflichtet.

Hoofddorp, Niederlande, 30. Juli 2002

Der Vorstand

Ulrich Schmidt Hermann Claus Niels Nüssler

Ergebnis – 2. Quartal 2002

Im 2. Quartal 2002 konnte ad pepper media International N.V. die positive Entwicklung des ersten Quartals trotz der insgesamt weiterhin verhaltenen Marktentwicklung fortsetzen, was sich auch in sämtlichen wichtigen Unternehmenskennziffern widerspiegelt.

ad pepper media gelang es, den Umsatz im 2. Quartal 2002 um 55% auf 3,4 Mio. € (2. Quartal 2001: 2,2 Mio. €) zu steigern, gegenüber dem Vorquartal entspricht dies einem Umsatzplus von 42%. Gleichzeitig konnten die operativen Kosten im 2. Quartal 2002 auf 2,2 Mio. € nahezu halbiert werden. Im 2. Quartal 2001 beliefen sich die operativen Kosten auf 4,3 Mio. €. Damit verbesserte sich das Ergebnis vor Steuern um 86% von -3,7 Mio. € auf -0,5 Mio. €. Im gleichen Zeitraum reduzierte sich der Jahresfehlbetrag um 87% oder rund 3,3 Mio. € auf -0,5 Mio. €.

Das in 2001 eingeleitete Kostensenkungsprogramm kam im 1. Halbjahr 2002 voll zum tragen und führte zu einer Verbesserung des EBIT-Ergebnisses von -7,7 Mio. € im 1. Halbjahr 2001 um 77% auf -1,8 Mio. € im 1. Halbjahr 2002. Betrug das EBIT-Ergebnis im 2. Quartal 2001 noch -4,1 Mio. €, so gelang ad pepper media im 2. Quartal des laufenden Geschäftsjahres eine Verbesserung um 80% auf -0,8 Mio. €.

Das Ergebnis vor Steuern beträgt zum Halbjahr -1,3 Mio. €, der Verlust verringerte sich damit um 81% gegenüber dem Vorjahreswert (1. Halbjahr 2001: -6,9 Mio. €). Der Quartalsfehlbetrag vor Steuern liegt bei -0,5 Mio. € und verringerte sich damit um 86% gegenüber dem Vorjahreswert (Vorjahr: -3,7 Mio. €).

Das Ergebnis pro Aktie (EPS) auf Basis des gewichteten Bestandes ausstehender Aktien erhöhte sich um 0,50 €, entsprechend 81%, von -0,62 € im 1. Halbjahr 2001 auf -0,12 € im laufenden Jahr. In der Quartalsbetrachtung entspricht eine Verbesserung von -0,34 € im 2. Quartal 2001 auf -0,05 € im 2. Quartal 2002 einer 85%igen Steigerung des EPS.

ad pepper media verfügte zum 30.06.2002 über liquide Mittel und Wertpapiere des Umlaufvermögens in Höhe von 29,3 Mio. €.

Unternehmensentwicklung

Obleich der Gesamtwerbemarkt nach wie vor in einer Schwächephase und von Negativschlagzeilen bestimmt ist, zeigt die Entwicklung ad pepper medias einen gegenläufigen Trend. Die mit der Restrukturierung im vergangenen Jahr eingeleiteten Maßnahmen zeigen Wirkung und steigern deutlich die Effizienz und Produktivität, die in wettbewerbsintensiven Märkten entscheidend sind.

Diese positive Entwicklung ist im wesentlichen auf 3 Faktoren zurückzuführen – die Umsatzsteigerung, verbesserte Bruttomargen und Kostensenkungen im operativen Bereich. Dabei gelang es ad pepper media, die Bruttomarge von 18% im 1. Halbjahr 2001 auf 40% im laufenden Geschäftsjahr zu steigern. Konzernweit konnten im 1. Halbjahr 2002 die operativen Kosten um 52% gesenkt werden.



Durch die Fokussierung ad pepper medias auf innovative Direktmarketinglösungen im Bereich des Permission Marketings gelang es dem Unternehmen, sich von einem reinen Werbeplatzvermarkter zu einem Full-Service-Anbieter für komplexe Online-Marketing-Lösungen zu entwickeln und zu etablieren. Dabei bedient man sich zunehmend an Eigenentwicklungen und strategischen Partnerschaften im Technologiebereich, die die Flexibilität, Produktivität und Innovationskraft erhöhen und somit entscheidende Wettbewerbsvorteile bieten.

Dass sich die strategische Ausrichtung ad pepper medias als richtig erwiesen hat belegt die Tatsache, dass bereits in 8 von 10 operativen Ländergesellschaften auf Quartals- bzw. Monatsbasis schwarze Zahlen geschrieben werden konnten, für die Restlichen ist der Break Even in Reichweite.

Mit einer dezentralen Unternehmensstruktur, 13 Niederlassungen in 9 Ländern Europas, agiert ad pepper media International N.V. im One-Stop-Shop und vermarktet unter www.adpepper.com derzeit rund eine Milliarde Werbekontakte pro Monat auf über 500 Websites.

Online Werbung

Der gesamte Werbemarkt befindet sich zurzeit nach wie vor in einer Schwächephase, wobei sich erfreulicherweise der Online Werbemarkt zunehmend von der katastrophalen Entwicklung des Gesamtmarktes abkoppelt und in vielen Bereichen bereits wieder zulegt. Dennoch ist die Gesamtkonjunktur anfällig und die Stimmung wird durch zu viele schlechte Unternehmensnachrichten beeinträchtigt. Europaweit konnte der Online Werbemarkt im 2. Quartal leicht zulegen, was insbesondere auf ein zunehmend attraktiveres Preis-/Leistungsverhältnis interaktiver Kampagnen zurückzuführen ist sowie auf die zunehmende Erkenntnis, dass leistungsbezogene Abrechnungsmodelle gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten hohen Zusatznutzen stiften.

Dabei ist es zunehmend wichtig, sich als kompetenter Partner für alle Bereiche von Online Marketing zu positionieren. Reichweitenkampagnen, Performance Lösungen, Permission Angebote und Produkte für die Gestaltung von interaktivem Kundendialog gehören dabei zum notwendigen Portfolio. Dabei kommt es nicht nur auf die Funktionalität eines einzelnen Werbemoduls an, sondern zunehmend auf deren Integrationsfähigkeit, um so gesamte Produktlebenszyklen für Werbungstreibende gestalten und begleiten zu können.

ad pepper media ist mit seinen Produkten und Dienstleistungen hierfür sehr gut aufgestellt und hat bereits die richtigen strategischen Weichenstellungen getroffen, um auch zukünftig den Online Werbemarkt mitzugestalten.



Aktie

Im Einklang mit der weiter schwach tendierenden Konjunktur zeigen auch die Aktienmärkte ein schwieriges erstes Halbjahr. Die Unsicherheit über die weitere konjunkturelle Entwicklung und Negativberichte über Bilanzfälschungen sorgten im 2. Quartal 2002 für weitere Kursverluste an den deutschen und internationalen Märkten.

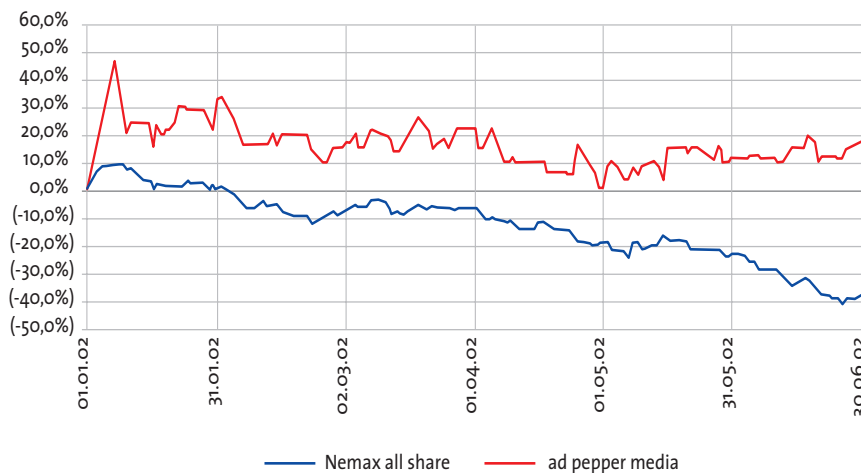
Der Kurs der ad pepper media Aktie am Neuen Markt in Frankfurt konnte sich der negativen Entwicklung des NEMAX all share im 1. Halbjahr 2002 deutlich entziehen.

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres legte der Kurs um rund 20% auf 1,23 € zu, während der NEMAX all share Index im gleichen Zeitraum um 40% nachgab.

Obleich der Kursverlauf die positive Unternehmensentwicklung darstellt, ist er für ad pepper media dennoch höchst unbefriedigend, da er nicht die Substanz der Gesellschaft reflektiert.

Bei einem Bestand an liquiden Mitteln (einschließlich der Wertpapiere des Umlaufvermögens) von 2,75 € je im Umlauf befindlicher Aktie, ergibt sich noch immer eine deutliche Unterbewertung.

ad pepper media ist zuversichtlich, dass mit der Annäherung an den Turn-Around im laufenden Geschäftsjahr der Wert der Aktie weiter deutlich zunehmen wird. Dann wird der Börsenkurs auch das wahre Potential des Unternehmens abbilden.





Ausblick

ad pepper media ist für die Zukunft bestens gerüstet. Steigende Umsätze bei sinkenden Kosten, profitable Ländergesellschaften und ein Werbemarkt, der die Produkte und Dienstleistungen von ad pepper media vermehrt nachfragt, machen viel Mut.

Als Anbieter von vollständigen interaktiven Marketinglösungen spricht vieles dafür, dass ad pepper media von den Marktkonsolidierungen und Marktveränderungen nachhaltig profitiert. Die leistungsabhängigen Geschäftsmodelle ermöglichen den Werbekunden nicht nur einen einfachen Einstieg, sondern sichern auch eine langfristige Kundenbeziehung. Durch intelligente Gebühren- und Abrechnungsmodelle entstehen dabei kundenindividuelle Lösungen, die auch gegenüber konjunktureller Schwankungen durch ihre Robustheit überzeugen.

Mit der bestehenden Struktur und den zu erzielenden Margen gehört ad pepper media zu den führenden europäischen Werbevermarktern und wird vom Markt als etablierter Qualitätsanbieter wahrgenommen und anerkannt. Zusätzlich eröffnen sich durch die europäische Struktur für ad pepper media täglich neue Möglichkeiten für Kooperationen, da man Reichweite und Volumen schnell sicherstellen kann.

Die nach wie vor hervorragende Eigenkapitalausstattung sichert dabei nicht nur das weitere organische Wachstum, sondern insbesondere die Handlungsfähigkeit beim weiteren Ausbau der Marktposition.

Dies wird auch zukünftig so bleiben. ad pepper media arbeitet weiterhin am Ausbau und der ständigen Verbesserung des bestehenden Produktangebotes. Durch Deregulierung und Verbreitung neuer Technologien entstehende neue Märkte, werden von Seiten ad pepper medias genauestens beobachtet, bewertet und dann offensiv erschlossen, sobald marktfähige Konzepte erkennbar sind.

Die weitere Verbesserung der betriebswirtschaftlichen Kennzahlen ist dabei oberstes Gebot, die bereits erzielten Fortschritte stimmen jedoch zusehends, dass auch die nächsten Schritte gelingen.



Konzern Gewinn- und Verlustrechnung (US-GAAP)

	Q2/ 2002 €	Q2/ 2001 €	Q1-Q2/ 2002 €	Q1-Q2/ 2001 €
Umsatzerlöse	3.400.458	2.209.506	5.803.435	5.003.938
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	-1.968.025	-2.018.896	-3.481.520	-4.145.348
Bruttoergebnis vom Umsatz	1.432.433	190.611	2.321.916	858.590
Vertriebskosten	-992.146	-1.761.791	-2.119.127	-4.373.055
Allgemeine und Verwaltungskosten	-1.168.462	-1.637.254	-2.126.659	-3.426.446
Sonstige betriebliche Erträge und Aufwendungen, netto	-24.482	63.906	114.328	339.415
Abschreibungen auf den Firmenwert	0	-143.257	0	-286.616
Restrukturierungskosten	0	-850.349	0	-850.349
Betriebsergebnis	-752.657	-4.138.134	-1.809.543	-7.738.460
Zinserträge/-aufwendungen, netto	284.145	426.585	559.164	884.833
Ergebnis vor Steuern (und Minderheitenanteil)	-468.512	-3.711.548	-1.250.379	-6.853.627
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-287	-3.445	-287	-5.148
Ergebnis vor Minderheitenanteilen	-468.799	-3.714.993	-1.250.666	-6.858.776
Minderheitenanteile	-33.232	-54.483	-33.232	-38.510
Jahresfehlbetrag	-502.031	-3.769.476	-1.283.898	-6.897.285
Verlust je Aktie (unverwässert)	-0,05	-0,34	-0,12	-0,62
Durchschnittliche in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	10.627.838	11.155.000	10.627.305	11.155.000

**Konzern-Bilanz: Aktiva**

	Bilanz zum 30. Juni 2002 €	Bilanz zum 31. Dezember 2001 €
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel und kurzfristige Geldanlagen	21.236.505	28.074.757
Wertpapiere des Umlaufvermögens	8.016.100	4.011.100
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	4.431.819	3.274.093
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände	2.111.105	1.636.939
Umlaufvermögen, gesamt	35.795.529	36.996.889
Langfristig gebundenes Vermögen		
Sachanlagen	441.220	582.173
Immaterielle Vermögensgegenstände	632.893	644.603
Firmenwert	1.233.239	1.233.239
Finanzanlagen	45.876	45.632
Sonstige Vermögensgegenstände	176.735	128.577
Langfristiges Vermögen, gesamt	2.529.963	2.634.224
Aktiva, gesamt	38.325.492	39.631.113

Konzern-Bilanz: Passiva

Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.542.241	1.868.174
Rückstellungen	2.983.785	2.572.345
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	550.857	696.694
Kurzfristige Verbindlichkeiten, gesamt	5.076.883	5.137.213
Ausgleichsposten für Anteile anderer Gesellschafter	37.486	4.254
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	1.115.500	1.115.500
Eigene Anteile	-52.716	-53.316
Kapitalrücklage	57.153.616	57.146.956
Bilanzverlust	-24.759.581	-23.475.682
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	-245.696	-243.812
Eigenkapital, gesamt	33.211.123	34.489.646
Passiva, gesamt	38.325.492	39.631.113



Konzern-Kapitalflussrechnung

	01.01.02-30.06.02 €	01.01.01-30.06.01* €
Fehlbetrag	-1.283.898	-6.897.285
Auf andere Gesellschafter entfallendes Ergebnis	33.232	38.510
Abschreibungen	228.204	561.203
Gewinn aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	-1.299	0
Nicht zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge	8.570	224.609
Brutto-Cash-Flow	-1.015.191	-6.072.964
Zunahme/ Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-1.157.726	1.887.353
Zunahme anderer Aktiva	-474.166	-291.286
Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-325.933	-2.789.906
Zunahme/ Abnahme anderer Verbindlichkeiten	265.603	-1.331.165
Nettoausgaben für die betriebliche Geschäftstätigkeit	-2.707.413	-8.597.968
Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	-78.471	-256.289
Verkauf von Anlagevermögen	2.918	297.568
Auszahlungen für den Erwerb/ Einnahmen aus dem Verkauf von Finanzanlagen	-244	118.465
Kautionszahlungen	-48.158	0
Veränderungen des Goodwill	0	3.177
Nettoausgaben für den /-einnahmen aus dem Investitionsbereich	-123.956	162.921
Mittelzufluss/- abfluss aus der Veräußerung/ für den Erwerb von Wertpapieren des Umlaufvermögens	-4.005.000	4.956.722
Aufnahme langfristiger Finanzverbindlichkeiten	0	31.638
Nettoausgaben für den /-einnahmen aus dem Finanzierungsbereich	-4.005.000	4.988.360
Einfluss von Wechselkursänderungen auf den Finanzmittelbestand	-1.884	-272.877
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestandes	-6.838.252	-3.719.564
Flüssige Mittel und kurzfristige Geldanlagen zu Beginn des Geschäftsjahres	28.074.757	5.032.388
Flüssige Mittel und kurzfristige Geldanlagen zum Ende des Geschäftsjahres	21.236.505	1.312.824

* Vorjahresausweis angepasst



Umsatzerlöse

Die Geschäftstätigkeit von ad pepper media wird als ein Segment betrachtet. Die interne Berichterstattung an die Geschäftsleitung fokussiert sich derzeit primär auf die regionale Entwicklung der Umsatzerlöse. Die folgende Darstellung veranschaulicht die Umsatzerlöse der einzelnen Regionen.

Umsatz	Q2/2002 €	Q2/2001 €	Q1-Q2/2002 €	Q1-Q2/2001 €
Zentraleuropa (Deutschland, Österreich, Schweiz, Slovakei)	1.348.103	490.443	2.155.160	1.539.451
Nordeuropa (Dänemark, Schweden Finnland, Norwegen)	827.305	1.163.570	1.356.605	2.152.085
Westeuropa (UK, Frankreich, Spanien, Nieder- lande, Italien)	1.225.050	579.976	2.291.670	1.258.747
USA	0	-24.483	0	53.655
Gesamtumsatz	3.400.458	2.209.506	5.803.435	5.003.938

Abschreibungen

Der Abschreibungsaufwand stellt sich wie folgt dar:

	Q2/2002 €	Q2/2001 €	Q1-Q2/2002 €	Q1-Q2/2001 €
auf immaterielle Vermögensgegen- stände	37.355	173.403	72.485	334.519
(davon auf Goodwill)	0	(143.257)	0	(286.616)
auf Sachanlagen	75.830	95.351	155.719	226.683
Gesamt	113.185	268.753	228.204	561.203

Wechselkursgewinne/-verluste

Die sonstigen betrieblichen Erträge und Aufwendungen enthalten folgende Netto-Wechselkursgewinne (positiv) bzw. -verluste (negativ):

Q2/ 2002 €	Q2/ 2001 €	Q1-Q2/ 2002 €	Q1-Q2/ 2001 €
-63.831	36.016	-37.783	307.103

Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie („earnings per share“) ermittelt sich aus dem Verhältnis des Periodenfehlbetrages zur durchschnittlichen Anzahl der im Umlauf befindlichen Aktien und beläuft sich auf:

Q2/ 2002 €	Q2/ 2001 €	Q1-Q2/ 2002 €	Q1-Q2/ 2001 €
-0,05	-0,34	-0,12	-0,62



Entwicklung des Eigenkapitals

Die Entwicklung des konsolidierten Eigenkapitals stellt sich zum 30.06.2002 wie folgt dar:

	Gezeichnetes Kapital €	Eigene Anteile €	Kapital- rücklage €	Verlust- vortrag €	Währungs- differenzen €	Gesamt €
Stand 1. Januar 2000	425.000		910.000	-493.848	-16.425	824.727
Kapitalerhöhung	425.000		1.125.000			1.550.000
Ausgabe neuer Aktien	34.550		4.630.720			4.665.270
Erwerb eigener Aktien			-240.676			-240.676
Einzahlung Kapitalrücklage			5.482.500			5.482.500
Rückgewähr eingezahlten Agios			-982.395			-982.395
Kapitalerhöhung	7.550		1.011.700			1.019.250
Kapitalherabsetzung	-84.500		84.500			0
Kapitalerhöhung	307.900		52.035.100			52.343.000
Kosten des Börsengangs			-6.267.292			-6.267.292
Jahresergebnis				-9.647.771		-9.647.771
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis					88.551	88.551
Stand 31. Dezember 2000	1.115.500	0	57.789.157	-10.141.619	72.126	48.835.164
Stand 1. Januar 2001	1.115.500	0	57.789.157	-10.141.619	72.126	48.835.164
Erwerb eigener Aktien		-53.316	-642.201			-695.517
Jahresergebnis				-13.334.063		-13.334.063
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis					-315.938	-315.938
Stand 31. Dezember 2001	1.115.500	-53.316	57.146.956	-23.475.682	-243.812	34.489.646
Stand 1. Januar 2002	1.115.500	-53.316	57.146.956	-23.475.682	-243.812	34.489.646
Erwerb eigener Aktien		600	6.660			7.260
Jahresergebnis				-1.283.899		-1.283.899
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis					-1.884	-1.884
Stand 30. Juni 2002	1.115.500	-52.716	57.153.616	-24.759.581	-245.696	33.211.123



Weitere Angaben

Auftragslage

Die Auftragslage lässt auf eine leichte Erholung des Onlinewerbemarktes schließen. In Verbindung mit einer deutlich entschärften Konkurrenzsituation wird eine weitere Belebung des Geschäfts erwartet.

Entwicklung von Kosten und Preisen

Das 2. Quartal des laufenden Geschäftsjahres ist weiterhin durch rückläufige Werbeumsätze für den Gesamtmarkt gekennzeichnet. Trotz der verhaltenen Marktentwicklung, haben sich die Verkaufspreise stabilisiert und ein Niveau gefunden, das vergleichbar ist mit anderen Medien wie Fernsehen, Radio und Print. Die Einstandspreise für Werbeflächen sind weiter zurückgegangen, so dass ad pepper media auch im 2. Quartal 2002 seine Margen deutlich verbessern konnte.

Produktentwicklung

Zum Portfolio von ad pepper media gehören neben Reichweitenkampagnen, Performance Lösungen und Permission Angeboten auch Produkte für die Gestaltung von interaktiven Kundendialogen. Im 2. Quartal lag der Fokus auf einer Weiterentwicklung dieser Produkte. Damit offeriert ad pepper media seinen Kunden eine geschlossene Produkt- und Dienstleistungskette für innovative Online Werbung, die gesamte Produktlebenszyklen für Werbungstrei-

bende gestaltet und begleitet und bereits von zahlreichen internationalen Konzernen dauerhaft genutzt wird.

Investitionen

ad pepper media International N.V. investierte bis zum Stichtag 17.683 € in Betriebs- und Geschäftsausstattung, 60.788 € in Software und 244 € in sonstige Gegenstände des Anlagevermögens.

Erläuterung zu Aktienbesitz und Bezugsrechten

Der Anteilsbesitz aller Mitglieder des Aufsichtsrats und des Vorstandes per 30.06.2002 stellt sich wie folgt dar:

	Aktienbesitz in Stück	Bezugsrechte in Stück
Vorstand		
Ulrich Schmidt	627.197	53.000
Hermann Claus	36.808	43.000
Niels Nüssler	38.113	28.000
Aufsichtsrat		
Michael Oschmann	112	0
Dr. Günther Niethammer	1.112	0
Bernd Sexauer	292	0
Jan Andersen	627.600	0
Merrill Dean	0	0
Unter maßgeblichem Einfluss stehende Unternehmen		
ViVa Media GmbH	19.413	0
EMA Electronic Media Advertising International B.V.	4.743.201	0



Anzahl Mitarbeiter zum Stichtag

Zum Stichtag 30.06.2002 beschäftigte die ad pepper media International N.V. 84 Mitarbeiter (30.06.2001: 127 Mitarbeiter). Diese Größenordnung ermöglicht es ad pepper media schnell und flexibel, bei überschaubaren Kosten im Markt zu agieren.

Konzern-Kennzahlen

	Q2/2002 Mio. €	Q2/2001 Mio. €	Varianz %	Q1-Q2/2002 Mio. €	Q1-Q2/2001 Mio. €	Varianz %
Umsatzerlöse	3,4	2,2	55	5,8	5,0	16
Bruttomarge	1,4	0,2	600	2,3	0,9	156
Betriebskosten	2,2	4,3	-49	4,1	8,6	-52
EBIT	-0,8	-4,1	80	-1,8	-7,7	77
Ergebnis vor Steuern	-0,5	-3,7	86	-1,3	-6,9	81

	Q2/2002 €	Q2/2001 €	Varianz %	Q1-Q2/2002 €	Q1-Q2/2001 €	Varianz %
Ergebnis pro Aktie	-0,05	-0,34	85	-0,12	-0,62	81

	Q1-Q2/2002	Q1-Q2/2001	Varianz %
Anzahl Mitarbeiter zum Stichtag	84	127	-34

	30.06.02 Mio. €	31.12.01 Mio. €	Varianz %
Finanzmittelbestand	29,3	32,1	-9
Eigenkapital	33,2	34,5	-4
Bilanzsumme	38,3	39,6	-3



Geschäftsbericht 2001

Gerne senden wir Ihnen den „Geschäftsbericht 2001“ in Deutsch oder Englisch zu. Alternativ finden Sie beide Dokumente sofort verfügbar als PDF-Dateien (Acrobat) bei www.adpepper.com – Investor Relations unter „Service Downloads“.



Investorenkontakt

Anna-Maria Schubert
Investor Relations Manager
ad pepper media International N.V.
Deutschherrnstr. 15-19
D-90429 Nürnberg
Tel. 0911-929057-0
Fax 0911-929057-157
ir@adpepper.com
<http://www.adpepper.com>

Impressum

consens GmbH
Agentur für Unternehmens-
und Marketingkommunikation
Bad Nauheim