

6-Monats-Bericht 2005



Global Reach.
Local Touch.

» Konzern-Kennzahlen

Die wesentlichen Kennzahlen im Überblick

	Q2/ 2005 TEUR	Q2/ 2004* TEUR	Veränderung	1. HJ 2005 TEUR	1. HJ 2004* TEUR	Veränderung
Nettoumsatz	6.411	5.454	18%	11.861	10.175	17%
Bruttomarge	2.689	2.490	8%	5.073	4.669	9%
Betriebskosten	3.167	2.401	32%	5.552	4.580	21%
EBIT	-478	89	-636%	-479	89	-638%
Periodenergebnis	-278	312	-189%	-122	566	-122%
	30.06.2005 TEUR	31.12.2004 TEUR				
Liquide Mittel**	22.098	25.197				
Eigenkapital	39.780	40.051				
Bilanzsumme	45.629	46.398				
	Q2/ 2005 EUR	Q2/ 2004* EUR	Veränderung	1. HJ 2005 EUR	1. HJ 2004* EUR	Veränderung
Ergebnis pro Aktie (unverwässert)	-0,03	0,03	-200%	-0,01	0,05	-120%
	30.06.2005	30.06.2004				
Anzahl Mitarbeiter	129	116				

* Vorjahresausweis angepasst

** einschließlich kurzfristig liquidierbarer Wertpapiere und Wertpapiere mit Verfügungsbeschränkung

Sehr geehrte Aktionäre,

der Online Werbemarkt ist weiter im Aufwind. Zweistellige Wachstumsraten gelten als normal und die Branche gilt mittlerweile als gutes Beispiel für Innovationskraft, konstruktiven Wettbewerb und wirtschaftlichen Erfolg.

Alle verfügbaren Indikatoren deuten darauf hin, dass diese Entwicklung sich auch in den nächsten Quartalen fortsetzen wird. Die Werbeausgaben steigen weltweit, Online profitiert nach wie vor deutlich überproportional an diesem Wachstum. Erfreulicherweise kommen die hohen Wachstumsraten nicht mehr aufgrund einer niedrigen Ausgangsbasis zustande, sondern sind durch erhebliche Budgetverlagerungen insbesondere von Großunternehmen ausgelöst.

Die Börse projiziert gegenwärtigen Erfolg gleichermaßen wie Chancen in die Zukunft und bewertet Aktien von Technologie- und Media- Unternehmen deutlich positiver als in den letzten Jahren. Im Unterschied jedoch zur Bewertungsblase Ende der 90er Jahre konzentrieren sich die Anleger auf bewährte Geschäftsmodelle und Unternehmen mit nachgewiesener Substanz und Profitabilität.

ad pepper media konnte auch im 2. Quartal von diesen allgemeinen Entwicklungen profitieren. Mit einer deutlichen Umsatzsteigerung von 18 Prozent wurde dabei das allgemeine Marktwachstum sogar noch übertroffen. Die allgemeine Marktdynamik darf jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass der Markt selbst auch zukünftig erheblichen Schwankungen und Konsolidierungswellen ausgesetzt sein wird. In diesem Zusammenhang ist es gerade in aufsteigenden Phasen lebensnotwendig in langfristige Strukturen, Produkte und Marktanteile zu investieren. Nur so können Margen und Erträge auch im Abschwung abgesichert werden.

Diese Notwendigkeiten wurden von uns rechtzeitig erkannt und das Unternehmen hat sich mittels einer überlegten Akquisitions-, Investitions- und Organisationsstrategie bereits jetzt darauf eingestellt. So flossen in den letzten Monaten bereits erhebliche Ressourcen in den Ausbau unserer Technologieabteilung, neue Mitarbeiter wurden eingestellt und neue Systeme angeschafft. Diese Vorlaufkosten belasten dementsprechend das Ergebnis des laufenden Quartals, so dass wir ausnahmsweise ein negatives Ergebnis für das Quartal ausweisen müssen. Hier heißt es jedoch dem Quartalsdruck der Börse standzuhalten und langfristige richtige Dinge auch ohne Rücksicht auf einen kurzfristigen Verlust zu tun.

Mit der im Juli bekannt gegebenen Akquisition des weltweit führenden Website Statistik Produkts Nedstat Basic haben wir einen erheblichen Schritt nach vorne getan, diese Investitionen nicht nur mittelfristig wieder zu erwirtschaften sondern unsere Profitabilität nachhaltig zu steigern.

Durch unsere einzigartige internationale Aufstellung und Homogenität im Marktauftritt verfügen wir mit Nedstat Basic und unseren exklusiven Website Partnern über eine beeindruckende Userreichweite, die wir mittels unserer Media- und Direktmarketingprodukte in attraktive Kampagnen für unsere Kunden umsetzen können.

Wir blicken daher optimistisch in die Zukunft und sind überzeugt, auch für den weiteren Verlauf des Geschäftsjahres von weiterhin steigenden Umsätzen ausgehen zu können und dabei auch bereits im 4. Quartal einen erhebliche Zuwachs beim Betriebsergebnis zu erzielen.

Wir danken Ihnen für das entgegengebrachte Vertrauen.

Der Vorstand
ad pepper media International N.V.


Ulrich Schmidt


Hermann Claus


Niels Nüssler

Ergebnis – 2. Quartal und 1. Halbjahr 2005

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

Am 14. Juli 2005 gab ad pepper media die Übernahme des Website Analyse Produkts Nedstat Basic von dem niederländischen Unternehmen Nedstat B.V., dem führenden europäischen Anbieter von Website Analyse Lösungen, bekannt. Diese Akquisition ist mit erheblichen Vorlaufkosten und Investitionen in den neuen Geschäftsbereich verbunden, die sich in den Konzernkennzahlen widerspiegeln.

Die Gesellschaft steigerte ihren Umsatz im 2. Quartal 2005 um erfreuliche 18 Prozent auf TEUR 6.411 (Q2/2004: TEUR 5.454). Die Bruttomarge erhöhte sich um 8 Prozent und beläuft sich im 2. Quartal 2005 auf TEUR 2.689 (Q2/2004: TEUR 2.490). Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) im zweiten Quartal des laufenden Geschäftsjahres ergibt TEUR -478, nach TEUR 89 im zweiten Quartal 2004. Das im 2. Quartal 2005 erwirtschaftete Konzernergebnis beträgt TEUR -278 (Q2/2004: TEUR 312).

Der Umsatz im ersten Halbjahr 2005 wuchs um 17 Prozent auf TEUR 11.861 (Vorjahr: TEUR 10.175), die Bruttomarge erhöhte sich, im gleichen Zeitraum, um 9 Prozent auf TEUR 5.073 (Vorjahr: TEUR 4.669). Das erwirtschaftete EBIT für das erste Halbjahr 2005 beläuft sich auf TEUR -478, nach TEUR 89 im Vorjahreszeitraum. Das Konzernergebnis für die ersten sechs Monate 2005 wird mit TEUR -122 ausgewiesen (Vorjahr: TEUR 566).

Noch ist die Investition in Nedstat Basic und die damit verbundene Restrukturierung mit Anlaufverlusten verbunden, ad pepper media rechnet jedoch bereits für das 4. Quartal 2005 mit deutlich spürbaren Auswirkungen auf Betriebsergebnis und Erträge.

Der Bestand an liquiden Mitteln, einschl. kurzfristig liquidierbarer Wertpapiere des Anlagevermögens und Zahlungsmitteln mit Verfügungsbeschränkung beläuft sich zum Stichtag 30. Juni 2005 auf Mio. EUR 22,1.

Unternehmensentwicklung

ad pepper media ist ein international tätiger Anbieter von interaktiven Produkten und Dienstleistungen für Websites und Werbetreibende. Das Unternehmen vermarktet derzeit Kampagnen und Websites in mehr als 40 Ländern und operiert aus derzeit 15 Niederlassungen in 10 europäischen Ländern und einer Niederlassung in den USA. Durch hochwertigste Technologie verknüpft ad pepper media dabei Tausende kleine, mittlere und große Websites zu einem qualitativ hochwertigen Werbe Netzwerk mit globaler Reichweite und exakter Zielgruppenansprache.

Websitepartner erhalten neben regionaler, nationaler und internationaler Vermarktungsrepräsentanz eine Vielzahl von weiteren wichtigen Produkten und Services, wie z.B. Adserving, Traffic Analyse und Performance Optimierung, die von ad pepper media und seinen verbundenen Unternehmen, jeweils an lokale Gegebenheiten angepasst, angeboten werden.

Werbetreibende profitieren neben der riesigen internationalen Reichweite von ca. 4 Mrd. exklusiven Werbekontakten pro Monat vor allem von der Vielzahl der angebotenen Werbeformate und dem auf das Werbeziel angepasste Abrechnungsmodell. Sowohl Branding als auch Direktmarketing-Angebote können über die eigene Technologieplattform effizient in verschiedene elektronische Kanäle ausgeliefert werden. Mit mehr als 4 Mio. eigenen Opt-in Email Profilen verfügt ad pepper media zusätzlich über eine der größten pan-europäischen Email Datenbanken. iLead und mailpepper sind dabei bestens eingeführte Markenbegriffe, die unverwechselbar für Qualität und Reichweite gleichermaßen stehen.

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

Darüber hinaus übernahm ad pepper media Anfang Juli 2005 das Website Analyse Produkt Nedstat Basic von dem nieder-

ländischen Unternehmen Nedstat B.V., dem führenden europäischen Anbieter von Website Analyse Lösungen. Im Rahmen dieser Asset Transaktion erhält ad pepper media sämtliche Rechte am weltweit meistgenutzten, kostenlosen Website Analysetool. Nedstat Basic ist eine Software Applikation, die es Webmastern ermöglicht alle wichtigen Kennziffern wie Traffic, Userverhalten, Performance von Inhalten und Angeboten in Echtzeit zu messen. Nedstat Basic wird derzeit weltweit von mehr als 600.000 Webmastern genutzt, die das Produkt auf ca. 1 Million Websites einsetzen und ist dabei seit seiner Markteinführung im Jahre 1996 stetig und steil gewachsen.

Für ad pepper media bedeutet diese Akquisition eine konsequente Fortsetzung der eingeschlagenen Strategie, seinen Website Partnern nicht nur attraktive und vielfältige Refinanzierungsmöglichkeiten zu bieten, sondern zusätzliche überwiegend kostenlose Services wie Aderving oder Website Analyse Produkte, die für jede ernsthaft betriebene Website heutzutage unentbehrlich sind.

Online-Werbung

Online-Werbung ist aus dem Media Mix nicht mehr wegzudenken und hat bereits klassische Werbearten wie Kinowerbung oder Fachverzeichnisse abgehängt. Dabei werden Kampagnen nicht nur immer multimedialer sondern werden auch zunehmend medienübergreifend in Print, TV und Hörfunk integriert.

Neben der verstärkten Nutzung des Internets in allen Bevölkerungsschichten trug auch die ständig zunehmende Verbreitung von Breitband-Anschlüssen zum weiteren Wachstum der Online-Werbung bei, die gerade bei hochwertigen Rich Media-Formen die Reichweite und damit die Attraktivität für die werbetreibenden Unternehmen steigern konnte. Erfreulicherweise hat sich die gestiegene Nachfrage auch in der Preisbildung widerspiegelt, wobei Online-Werbung nach wie vor deutlich günstiger und effizienter im Vergleich zu anderen Medien ist. Online als Vertriebskanal funktioniert dabei nicht nur für große Unternehmen. Dank zielgruppengenaue Ansprache, Erfolgsmessung und intelligenter automatischer Platzierung erfreut sich Email und Suchmaschinenmarketing immer höherer Beliebtheit.

Die geschärfte Sensibilisierung für Spam und unerwünschte Werbung haben zu einer erheblichen Qualitätssteigerung geführt. Gute und zustimmungsbasierte Kampagnen glänzen mit hohen Responsewerten, schlechte Kampagnen werden bereits lange vor dem Userkontakt gefiltert.

Insgesamt lässt sich feststellen, dass Online-Werbung den Kinderschuhen entwachsen ist und sich bei allen Beteiligten mittlerweile professionalisiert hat. Dies ermöglicht größere, reichweitenstärkere und zielgruppengenaue Kampagnen, sowohl auf internationaler, nationaler als auch zunehmend auf regionaler Ebene.

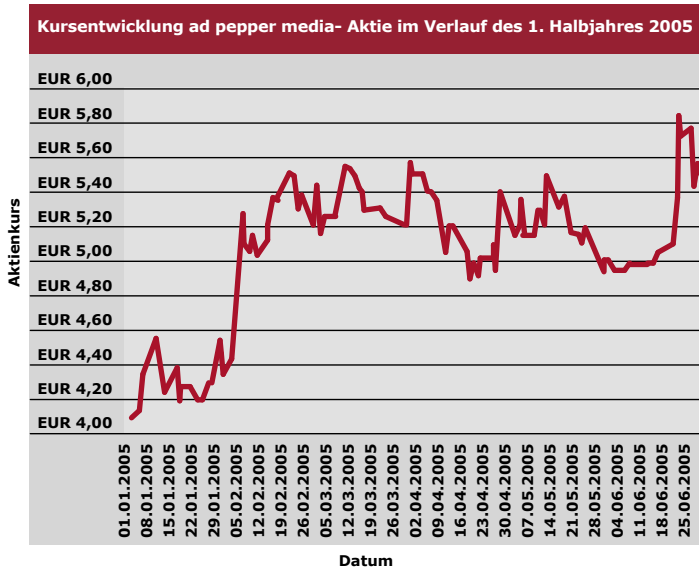
Die Aktie

Trotz konjunkturellem Auf und Ab entwickelte sich der Kurs der ad pepper media Aktie in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres weiter positiv und legte um 33 Prozent von EUR 4,11 am 03. Januar 2005 auf EUR 5,48 am Stichtag 30. Juni 2005 zu. Ihr Jahreshoch erreichte die Aktie am 23. Juni 2005 mit einem Kurs von EUR 5,83, was einer Steigerung von 42 Prozent entspricht.

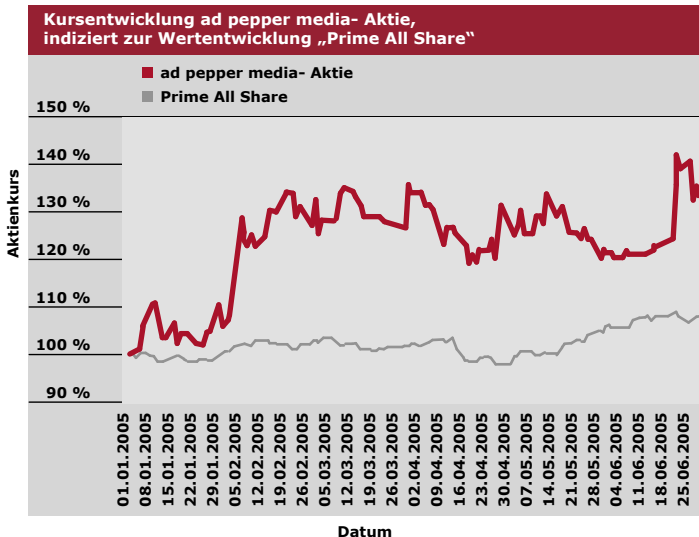
Positive Impulse erhielt der Aktienkurs im ersten Halbjahr unter anderem durch die Mitte Februar veröffentlichte Kauf-Studie von GBC-Research, Kursziel EUR 6, die Meldung über die Akquisition des niederländischen Online-Vermarkters ResultOnline B.V., sowie die Veröffentlichung der Konzernzahlen für das Geschäftsjahr 2004. Die Veröffentlichung der Geschäftszahlen für das erste Quartal 2005 hingegen beeinflussten den Kurs nur am Tag der Veröffentlichung.

Insgesamt blickt ad pepper media für das erste Halbjahr 2005 auf eine erfreuliche Entwicklung ihres Aktienkurses zurück und ist zuversichtlich, dass sowohl die eingeschlagene strategische Ausrichtung des Unternehmens wie auch die gezielte Ausrichtung auf dauerhaft steigende Gewinne den Wert der ad pepper media Aktie im laufenden Geschäftsjahr weiter positiv beeinflussen werden.

» 6-Monats-Bericht 2005



Ein Vergleich mit der Entwicklung des Prime All Share Index zeigt, dass es ad pepper media mit einer Kurssteigerung von 33 Prozent (zum 30. Juni 2005) gelang, sich erneut deutlich von der Entwicklung des Prime All Share abzukoppeln. Vorbenannter Index schloss das 1. Halbjahr des Geschäftsjahres mit einem Plus von 8 Prozent.



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

Ausblick

Mit den Umsatzwachstumsraten des ersten Halbjahres hat ad pepper media den Markt outperformen können. Aufgrund des nach wie vor steigenden Auftrageingangs und des zunehmenden Buchungsvolumens erwarten wir auch für die nächsten Quartale deutliche Umsatzsteigerungen im Vergleich zu den Vorjahresquartalen. Obwohl die Sommermonate erfahrungsgemäß durch die Urlaubszeit behindert werden, stehen für die letzten Monate des Jahres große internationale Kampagnen in den Startlöchern. Durch die deutliche Reichweitenerhöhung mittels der Übernahme von Nedstat Basic erwarten wir außerdem eine spürbare Verbesserung der Bruttomarge, die sich dann auch in deutlich steigenden Erträgen niederschlagen dürfte.

Diese positive Einschätzung wird auch von vielen Investoren gezeigt, wie zahlreiche internationale Investorenpräsentationen zeigen, so dass wir auch von einem weiteren Anstieg des Aktienkurses ausgehen.

Konzern Gewinn- und Verlust-Rechnung (IFRS)				
	Q2/ 2005 EUR	Q2/ 2004 EUR	1. HJ 2005 EUR	1. HJ 2004 EUR
Umsatzerlöse	6.410.669	5.453.746	11.860.788	10.174.917
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	-3.721.312	-2.963.324	-6.787.408	-5.506.044
Bruttoergebnis vom Umsatz	2.689.357	2.490.422	5.073.380	4.668.873
Vertriebskosten	-1.743.510	-1.327.237	-3.340.842	-2.704.909
Allgemeine und Verwaltungskosten	-1.342.904	-1.150.118	-2.254.633	-2.009.661
Sonstige betriebliche Erträge und Aufwendungen, netto	-120.532	38.394	-123.606	73.363
Operatives Ergebnis	-517.589	51.461	-645.701	27.666
Beteiligungserträge	40.000	37.591	166.654	61.312
Kursgewinne/ -verluste, netto	842	9.280	-21.001	-38.971
Zinserträge/ -aufwendungen, netto	200.285	215.815	384.827	520.308
Ergebnis vor Steuern (und Minderheitenanteilen)	-276.462	314.147	-115.221	570.315
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-1.157	-1.677	-6.900	-4.280
Ergebnis vor Minderheitenanteilen	-277.619	312.470	-122.121	566.035
Minderheitenanteile	0	0	0	0
Konzernergebnis	-277.619	312.470	-122.121	566.035
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	-0,03	0,03	-0,01	0,05
Ergebnis je Aktie (verwässert)	-0,02	0,03	-0,01	0,05
	Q2/ 2005 Stück	Q2/ 2004 Stück	1. HJ 2005 Stück	1. HJ 2004 Stück
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	10.505.845	10.409.776	10.487.326	10.382.597
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (verwässert)	11.345.115	11.363.901	11.314.058	11.326.508

» Konzern-Zahlen

Konzern-Bilanz (IFRS)		
	30. Juni 2005 EUR	31. Dezember 2004 EUR
Aktiva		
Langfristig gebundenes Vermögen		
Firmenwert	4.245.827	2.819.971
Immaterielle Vermögensgegenstände, netto	1.744.303	1.547.946
Sachanlagen, netto	398.709	418.231
Beteiligungen	2.816.353	2.645.424
Zahlungsmittel mit Verfügungsbeschränkung	650.000	650.000
Wertpapiere des Anlagevermögens	5.365.150	2.513.250
Sonstige Vermögensgegenstände	754.475	603.908
Latente Steuern	2.735.157	2.735.157
Summe langfristiges Vermögen	18.709.974	13.933.887
Umlaufvermögen		
Wertpapiere	5.839.299	6.113.003
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, netto	9.360.332	9.165.577
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände	1.475.765	1.264.569
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	10.243.981	15.921.047
Summe kurzfristige Vermögensgegenstände	26.919.377	32.464.196
Aktiva, gesamt	45.629.351	46.398.083
Passiva		
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	1.115.500	1.115.500
Kapitalrücklage	59.754.670	59.727.358
Eigene Anteile	-864.512	-1.062.920
Neubewertungsrücklage	-444.851	-23.048
Bilanzverlust	-19.772.865	-19.650.744
Umrechnungsrücklage	-8.274	-55.127
Summe Eigenkapital	39.779.668	40.051.019
Ausgleichsposten für Anteile anderer Gesellschafter	35.695	35.695
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.761.752	3.052.630
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	625.497	632.882
Rückstellungen	2.426.739	2.625.857
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten	5.813.988	6.311.369
Passiva, gesamt	45.629.351	46.398.083

» Konzern-Zahlen

Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)		
	01.01.05-30.06.05 EUR	01.01.04-30.06.04 EUR
Periodenüberschuss	-122.121	253.568
Überleitung zwischen Jahresüberschuss und Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit		
Abschreibungen	379.551	128.824
Gewinn/ Verlust aus dem Verkauf von Gegenständen des Anlagevermögens	-1.605	-8.774
Aufwand Aktienoptionen	27.313	102.402
Zinsergebnis	-384.827	-304.494
Steuerergebnis	6.900	2.603
Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge	-27.944	62.102
Brutto-Cash-Flow	-122.733	236.231
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-194.755	905.001
Veränderung anderer Aktiva	-211.196	-143.084
Gezahlte Ertragsteuern	-6.900	-2.603
Vereinnahmte Zinsen	247.984	219.281
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-290.878	-1.116.999
Gezahlte Zinsen	-1.867	-610
Veränderung anderer Verbindlichkeiten	-206.503	-578.253
Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit	-786.848	-481.036
Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	-557.323	-186.590
Erlöse aus dem Abgang von immateriellen Vermögensgegenständen und Sachanlagen	2.542	13.068
Auszahlungen für den Erwerb von Beteiligungen	-4.275	0
Kautionszahlungen/ Einnahmen aus der Rückzahlung von Mietsicherheiten	-150.567	-11.303
Erwerb von Geschäfts-/ Firmenwerten	-1.260.993	0
Erwerb von Wertpapieren	-3.000.000	0
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	-4.970.616	-184.825
Verkauf eigener Aktien	33.545	69.591
Mittelzufluss aus Finanzierungstätigkeit	33.545	69.591
Einfluss von Wechselkursänderungen auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	46.853	58.650
Zahlungswirksame Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-5.677.066	-537.620
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres	15.921.047	17.281.976
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode	10.243.981	16.744.356

Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals

	Gezeichnetes Kapital EUR	Kapital- rücklage EUR	Eigene Anteile EUR	Neubewertungs- rücklage EUR	Bilanz- verlust EUR	Umrechnungs- rücklage EUR	Gesamt EUR
Stand 1. Januar 2004	1.115.500	59.334.652	-1.284.338	118.841	-23.599.925	-26.955	35.657.775
Ausgabe eigener Aktien			123.575				123.575
Periodenergebnis					566.035		566.035
Aktienoptionsprogramme		204.808					204.808
Währungsdifferenzen						48.564	48.564
Unrealisierte Kursgewinne/ -verluste				-10.472			-10.472
Gesamtergebnis							808.935
Stand 31. März 2004	1.115.500	59.539.460	-1.160.763	108.369	-23.033.890	21.609	36.590.285
Stand 1. Januar 2005	1.115.500	59.727.358	-1.062.920	-23.048	-19.650.744	-55.127	40.051.019
Ausgabe eigener Aktien			198.408				198.408
Periodenergebnis					-122.121		-122.121
Aktienoptionsprogramme		27.312					27.312
Währungsdifferenzen						46.853	46.853
Unrealisierte Kursgewinne/ -verluste				-421.803			-421.803
Gesamtergebnis							-469.759
Stand 30. Juni 2005	1.115.500	59.754.670	-864.512	-444.851	-19.772.865	-8.274	39.779.668

Anhang zum Konzernzwischenabschluss zum 30. Juni 2005

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 angepasst. Der Quartalsabschluss erfüllt die Anforderungen des IAS34.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die auf den vorliegenden Quartalsabschluss angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden weichen nicht materiell von den angewandten Grundsätzen ab, nach denen der Jahresabschluss zum 31. Dezember 2004 nach US-GAAP erstellt wurde.

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

Unternehmenszusammenschlüsse

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

Der vorläufige Kaufpreis beträgt EUR 1.585.670, davon wurden EUR 164.864 in Form von 30.678 Stück Aktien der ad pepper media International N.V. gezahlt. Der Wert je Aktie von EUR 5,374 entspricht dem durchschnittlichen Schlusskurs der letzten zehn Handelstage vor Vertragsabschluss. Darüber hinaus ist ein zusätzlicher Kaufpreis in Höhe von EUR 100.000 in Abhängigkeit von Zielerreichungen vereinbart.

Der Kaufpreis übersteigt die angesetzten Beträge des Nettovermögens, die nachfolgend dargestellt sind, um EUR 1.389.425.

Angesetzte Beträge von Vermögenswerten und Schulden zum Erwerbszeitpunkt:

	TEUR
Immaterielle Vermögensgegenstände Sachanlagen, netto	50,2 12,1
Langfristiges Vermögen gesamt	62,3
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	56,8
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände	51,4
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	358,9
Kurzfristiges Vermögen gesamt	467,1
Vermögen gesamt	529,4
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	63,2
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	27,4
Rückstellungen	142,7
Schulden gesamt	233,3
Nettovermögen	296,1

ResultOnline hat mit EUR 43.000 zum Konzernergebnis beigetragen.

Unter der Annahme, dass der Erwerbszeitpunkt zu Beginn des laufenden Geschäftsjahres gelegen hätte, ergibt sich ein Proforma Umsatz von EUR 11.973.000 und ein Proforma Periodenverlust in Höhe von EUR 112.000.

Segmentberichterstattung

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

- Zentraleuropa umfasst Deutschland, Niederlande und die Slowakei
- Nordeuropa umfasst Dänemark und Schweden
- Westeuropa umfasst Großbritannien, Frankreich, Spanien und Italien
- USA

Umsatz						
Umsatz Q2/ 2005 in TEUR	ZENTRALEUROPA	NORDEUROPA	WESTEUROPA	USA	KONSOLIDIERUNG	KONZERN
Umsatz extern	2.006	1.496	2.645	264	0	6.411
Intersegmentumsätze	176	43	227	2	-448	0
Gesamtumsatz	2.182	1.539	2.872	266	-448	6.411
Umsatz Q2/ 2004 in TEUR						
Umsatz extern	1.574	1.210	2.336	334		5.454
Intersegmentumsätze	176	151	2		-329	0
Gesamtumsatz	1.750	1.361	2.338	334	-329	5.454
Umsatz Q1-Q2/2005 in TEUR						
Umsatz extern	3.964	2.479	4.942	476		11.861
Intersegmentumsätze	217	97	325	2	-641	0
Gesamtumsatz	4.181	2.576	5.267	478	-641	11.861
Umsatz Q1-Q2/2004 in TEUR						
Umsatz extern	3.269	2.281	4.173	452		10.175
Intersegmentumsätze	217	205	100	0	-522	0
Gesamtumsatz	3.486	2.486	4.273	452	-522	10.175
Ergebnis in TEUR						
Q2/ 2005	-159	-144	-85	-53	163	-278
Q2/ 2004	-324	229	42	301	64	312
Q1-Q2/ 2005	112	-217	-191	-71	245	-122
Q1-Q2/ 2004	103	265	-96	392	-98	566

Umstellung auf International Financial Reporting Standards

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

den Unterschiedsbeträge zwischen den Bilanzwerten des zum 31. Dezember 2003 aufgestellten Konzernabschlusses nach US-GAAP und der zum 01. Januar 2004 aufgestellten IFRS Eröffnungsbilanz wurden erfolgsneutral in den Gewinnrücklagen berücksichtigt.

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

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

EUR	Anm.*	US-GAAP 30.06.2004	Überleitung	IFRS 30.06.2004
Gezeichnetes Kapital		1.115.500		1.115.500
Kapitalrücklage	a,c	56.701.667	2.837.793	59.539.460
Eigene Anteile	c	-73.273	-1.087.490	-1.160.763
Neubewertungsrücklage	b		108.369	108.369
Bilanzverlust	a	-21.283.587	-1.750.303	-23.033.890
Umrechnungsrücklage	b		21.609	21.609
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	b	129.978	-129.978	
Eigenkapital		36.590.285	0	36.590.285

» Anhang zum Konzernzwischenabschluss zum 30. Juni 2005

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

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

EUR	Anm.*	01.01.-31.12.2004	01.01.-30.06.2004
Konzerngewinn nach US-GAAP		4.341.888	770.843
Mitarbeiter-Aktienoptionsprogramm	a	-392.707	-204.808
Konzerngewinn nach IFRS		3.949.181	566.035

*Anmerkungen:

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

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

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

Eigene Anteile

Laut Gesellschafterbeschluss wurde die ad pepper media zum Rückkauf von bis zu 1.115.500 eigener Aktien ermächtigt. Zum Stichtag 30. Juni 2005 wurden von der Gesellschaft 645.690 eigene Aktien im Nennwert von EUR 0,10 gehalten, was einem Anteil von 5,79 Prozent am Stammkapital entspricht. Gemäß Hauptversammlungsbeschluss können diese eigenen Aktien als Akquisitionswährung eingesetzt oder im Rahmen von Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen genutzt werden.

Von den von der Gesellschaft erworbenen eigenen Aktien wurden in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2005 7.500 Stück zum Preis von EUR 1,78, 600 Stück zum Preis von EUR 1,33, 1.400 Stück zum Preis von EUR 2,73 und 3.500 Stück zum Preis von EUR 4,45 im Rahmen des Mitarbeiteroptionsprogramms genutzt, sowie weitere 30.678 Stück zu einem Preis von je EUR 5,374 als Kaufpreiszahlung im Zusammenhang mit der Akquisition von ResultOnline.

Ereignisse nach dem Ende des 2. Quartals 2005

Zum 01. Juli 2005 übernahm ad pepper media das Website Analyse Produkt Nedstat Basic von dem niederländischen Unternehmen Nedstat B.V., dem führenden europäischen Anbieter von Website Analyse Lösungen.

Im Rahmen dieser Asset Transaktion erhält ad pepper media sämtliche Rechte am weltweit meistgenutzten, kostenlosen Websiteanalyse Tool. Nedstat Basic ist eine Software Applikation, die es Webmastern ermöglicht, alle wichtigen Kennziffern wie Traffic, Userverhalten, Performance von Inhalten und Angeboten in Echtzeit zu messen.

Der vorläufige Kaufpreis für die Akquisition beläuft sich auf Mio. EUR 3 zuzüglich einer erfolgsabhängigen Earn-Out Komponente. Die Transaktion wird durch das eigens gegründete Tochterunternehmen „Web Measurement Services B.V.“ mit Sitz in Hoofddorp, Niederlande, durchgeführt. Der Kaufpreis übersteigt die angesetzten Beträge des Nettovermögens um Mio. EUR 1,8.

Nedstat Basic wird derzeit weltweit von mehr als 600.000 Webmastern genutzt, die das Produkt auf ca. 1 Million Websites einsetzen und ist dabei seit seiner Markteinführung im Jahre 1996 stetig und steil gewachsen.

Aktien und Bezugsrechte der Organe

Zum 30. Juni 2005 waren insgesamt 1.490.850 Optionen im Rahmen von Optionsprogrammen ausgegeben. Das Bezugsverhältnis beträgt eine Aktie je Optionsrecht. Der Bezugspreis liegt zwischen EUR 1,33 und EUR 13,50.

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

	Aktienbesitz zum 30.06.2005	Optionen zum 30.06.2005
Vorstand		
Ulrich Schmidt	612.762	368.000
Hermann Claus	51.808	243.000
Niels Nüssler	38.113	296.500
Aufsichtsrat		
Michael Oschmann	7.786	0
Dr. Günther Niethammer	1.112	20.000
Bernd Sexauer	292	0
Jan Andersen	532.599	0
Merrill Dean	0	0
Unter maßgeblichem Einfluss stehende Unternehmen		
EMA B.V.	4.743.201	0
Viva Media Beteiligungsgesellschaft	5.100	0
Euroserve	13.780	0
Mitarbeiter		568.350

Anzahl der Mitarbeiter

Zum Ende des 2. Quartals 2005 beschäftigte ad pepper media 129 Mitarbeiter (30. Juni 2004: 116 Mitarbeiter).

Unternehmenskalender

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

Small Cap Conference: 14. September 2005
(San Francisco, USA)

9-Monats-Bericht 2005: 23. November 2005

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

Geschäftsbericht 2004/ Quartalsberichte 2005

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

Investorenkontakt

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

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

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

Impressum

Verantwortlich:

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

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

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

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

Vorstände

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

Grafik und Realisation: R. Lamprecht

www.adpepper.com

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