



***Ungeprüfter verkürzter Konzernzwischenabschluss  
zum 30. Juni 2011***

## Ausgewählte Konzernkennzahlen

	01.04.- 30.06. 2011	01.04.- 30.06. 2010	Ver- ände- rung	01.01.- 30.06. 2011	01.01.- 30.06. 2010	Ver- ände- rung
	TEUR	TEUR	Prozent	TEUR	TEUR	Prozent
Netto- umsatz	13.370	12.889	3,7	26.229	24.884	5,4
Brutto- marge	5.934	6.035	-1,7	11.344	11.325	0,2
EBIT	-1.035	304	>-100	-2.260	322	>-100
Perioden- ergebnis	-896	632	>-100	-2.048	1.051	>-100
Ergebnis pro Aktie in EUR (unver- wässert)	-0,04	0,03	>-100	-0,10	0,04	>-100
				30.06. 2011	30.06. 2010	Ver- ände- rung
				TEUR	TEUR	Prozent
Liquide Mittel*				17.278	21.846	-20,9
Eigen- kapital				22.862	22.673	0,8
Bilanz- summe				32.167	32.432	-0,8
Anzahl Mitarbei- ter				289	238	21,4

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

- Umsatz- und Ertragswachstum bleiben in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2011 insgesamt hinter den Erwartungen zurück
- Hauptversammlung am 17. Mai 2011 beschließt Auszahlung einer steuerfreien Dividende (Sonderausschüttung) in Höhe von EUR 0,05 pro Aktie
- ad pepper media International N.V. erhöht Anteil an SocialTyeze LLC um weitere 10 Prozent auf nunmehr 20 Prozent
- ad agents gewinnen SEA-Pitch für die ERGO Versicherungsgruppe

**6 Zwischenlagebericht**

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

**22 Konzernzwischenabschluss**

- 22 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
- 24 Konzern-Gesamterfolgsrechnung
- 26 Konzern-Bilanz
- 30 Konzern-Kapitalflussrechnung
- 34 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 38 Konzern-Anhang

**54 Weitere Informationen**

- 54 Finanzkalender
- 54 Kontakt/Impressum

## **Wichtige Ereignisse**

### **Umsatz und Ergebnis im 1. Halbjahr 2011 unter den Erwartungen**

ad pepper media International N.V. ist in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres um 5,4 Prozent gegenüber der entsprechenden Vorjahresperiode gewachsen, wobei die Entwicklung der drei Segmente sehr unterschiedlich verlief: Wachstumstreiber waren erneut die Segmente Webgains (29 Prozent) sowie ad agents (10 Prozent). Das Segment ad pepper media enttäuschte dagegen mit einem Umsatzrückgang von 8 Prozent. Vor dem Hintergrund der aktuellen Umsatzentwicklung bei gleichzeitig hohen Investitionen in Technologie war das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) im ersten Halbjahr 2011 entsprechend negativ und betrug TEUR -1.995 (1. Hj. 2010: TEUR 691). Auch das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) war mit TEUR -2.260 (1. Hj. 2010: TEUR 322) deutlich unbefriedigend.

### **ad pepper media beschließt Zahlung einer Sonderausschüttung**

Die ordentliche Hauptversammlung vom 17. Mai 2011 hat beschlossen, eine Kapitalrückzahlung zu Lasten der Agiorücklage ohne Änderung des Nennbetrags in Höhe von EUR 0,05 je Aktie vorzunehmen. Die Kapitalrückzahlung wurde ab dem 18. Mai 2011 über die Clearstream Banking AG durch die depotführenden Kreditinstitute an die Aktionäre ausgezahlt. Da die Dividende in vollem Umfang aus dem steuerlichen Einlagenkonto im Sinne des §27 KStG (nicht in das Nennkapital geleistete Einlage) getätigt wird, erfolgte die Auszahlung ohne Abzug von Kapitalertragssteuer und Solidaritätszuschlag.

### **ad pepper media International N.V. erhöht Anteil an SocialTyze LLC um weitere 10 Prozent**

Die ad pepper media International N.V. hat seinen Anteil an SocialTyze LLC, Los Angeles, einem führenden Anbieter von Lösungen im Bereich Social Media in den USA, um weitere 10 Prozent erhöht.

Der Kaufpreis beläuft sich auf USD 1,25 Millionen. ad pepper media hält damit insgesamt 20 Prozent der Anteile an SocialTyze, der Rest verbleibt in den Händen des Gründungsaktionärs.

### **ad agents GmbH gewinnt SEA-Pitch für die ERGO Versicherungsgruppe**

Die ad agents GmbH hat den gesamten SEA-Etat der ERGO Versicherungsgruppe in Höhe von EUR 10 Millionen übernommen. Dazu gehören neben der Dachmarke ERGO auch die Marken DKV, D.A.S., ERGO Direkt und ERV. In einem drei Monate dauernden Wettbewerb konnte sich die ad agents GmbH gegen zahlreiche Mitbewerber durchsetzen und mit ihrer SEA-Lösung überzeugen. Zudem liefert die Agentur mit intelliAd das führende Tool zur Bid Management und Multichannel Optimization. Der Gewinn dieses Spitzenetats bekräftigt, dass die ad agents inzwischen zu den führenden SEO/SEA-Agenturen im deutschsprachigen Raum zählen.

## **Wirtschaftliche Rahmenbedingungen**

### **Welt/Europa/Deutschland**

Laut Angaben des Internationalen Währungsfonds (IWF) wuchs die Weltwirtschaft zu Beginn des Jahres 2011 wieder robust. Doch trotz der Rückkehr auf einen soliden Wachstumspfad sieht der IWF die Weltwirtschaft weiterhin vor eine Reihe von Herausforderungen gestellt. Mit Sorge erfüllt die Experten neben dem – maßgeblich durch die politischen Unruhen im Mittleren Osten und in Nordafrika getriebenen – massiven Ölpreisanstieg und der Haushaltskrise verschiedener Staaten der Eurozone vor allem die hohe Staatsverschuldung der USA. Aufgrund des anhaltend hohen Wachstumstempos der Schwellenländer rechnet der IWF dennoch für das Jahr 2011 unverändert mit einem globalen Wachstum in Höhe von 4,4 Prozent.

Die deutsche Wirtschaft steht infolge der bisherigen Entwicklung in 2011 gut da. Der IWF erwartet inzwischen 2,5 Prozent Wachstum in 2011 und 2,1 Prozent in 2012. Das sind für dieses Jahr 0,3 Prozentpunkte und für das nächste Jahr 0,1 Prozentpunkte mehr als noch im Januar prognostiziert.

### **Werbemarkt**

Innovative Technologien, wachsende Bandbreiten und die nächsten Generation großflächiger Werbeformate haben die Relevanz der Online-Werbung auch im ersten Halbjahr 2011 nachhaltig beeinflusst. Eine immer breitere Etablierung im Mediamix wird dadurch dokumentiert, dass die Abwanderung von Werbebudgets in den Online-Bereich auch in den ersten sechs Monaten angehalten hat. Laut einer aktuellen Studie des Online Vermarkterkreises (OVK) hat das Internet in Deutschland zum ersten Mal die Gattung Zeitungen knapp überrundet und sich als zweitstärkstes Werbemedium positioniert. Gestützt werden diese Aussagen von „The Nielsen Company“, die in ihren Zahlen für das erste Halbjahr einen kräftigen Zuwachs der Werbeausgaben für digitales Marketing feststellten.

Ein zentraler Vorteil von Online-Werbung ist dem Umstand zu verdanken, dass sich im Internet ein direkter Dialog mit potenziellen Konsumenten

gänzlich ohne Medienbrüche aufbauen lässt und Online-Werbekampagnen in Verbindung mit erfolgsabhängigen Vergütungsmodellen zentrale Entscheidungskriterien für die Vergabe von Budgets von Werbungtreibenden sind. Der Online-Shift wird derzeit ebenfalls durch die mit digitaler Werbung erzielbaren Wirkungseffekte begünstigt: Aktuelle technische Entwicklungen verfügen über neue Möglichkeiten Bannern, Rich-Media-Anzeigen und Video-Werbung mehr Performance zu geben und damit die Relevanz für Werbeschaltungen zu erhöhen.

### **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: iSense, SiteScreen, iLead, iClick, mailpepper und Emediate.

*iSense* gibt Werbungtreibenden und Publishern eine revolutionäre semantische Targeting-Technologie an die Hand, mit der Werbung zielgerichtet für jede Website im relevanten Themenumfeld platziert werden kann. Der Kern von iSense besteht aus der patentierten Sense Engine™-Technologie und ist das Ergebnis zehnjähriger Forschung und Entwicklung von Prof. Dr. David Crystal, einem der führenden Linguistikexperten weltweit. Unter dem Namen SiteScreen bietet die Technologie Werbekunden höchste Sicherheit für ihre Marke, da die Werbeauslieferung in schädlichen Themenumfeldern blockiert werden kann.

*iLead* ist die ideale Lösung für Werbungtreibende, die ihre Kundendatenbank erweitern und aufbauen wollen, indem potenzielle Neukunden, die bereits Interesse für die vom Werbekunden angebotenen Produkte und Dienstleistungen gezeigt und einer Ansprache zugestimmt haben, über Telefon, E-Mail oder per Post kontaktiert werden.

*iClick* ist die erfolgsabhängige Marketinglösung von ad pepper media, die Werbungtreibenden auf effiziente und messbare Weise qualifizierte Internet-User auf ihre Website bringt.

*mailpepper* bietet die Möglichkeit, via E-Mail-Versand schnell und effektiv breite oder auch sehr spezielle Zielgruppen direkt anzusprechen, die einer Kontaktaufnahme durch ad pepper media oder den Werbungtreibenden explizit zugestimmt haben.

Die Hauptaktivität von *Emediate* ist die Bereitstellung von Ad Serving-Technologielösungen und -Dienstleistungen. Emediate ist Marktführer in Skandinavien und bietet insbesondere Publishern ein stabiles und innovatives Auslieferungssystem.

## **Webgains**

ist Europas schnellst-wachsendes Affiliate-Netzwerk mit Niederlassungen in Großbritannien, Frankreich, Deutschland, den Niederlanden, USA, Spanien sowie Schweden und Dänemark.

Das Erreichen großer Reichweite über eine Vielzahl von Websites bei gleichzeitig erfolgsabhängiger Bezahlung macht Affiliate-Marketing für alle Teilnehmer so attraktiv. Affiliate-Marketing ist ein provisionsbasiertes Werbemodell, wobei Websitebetreiber (Affiliates) Internet-Traffic auf Seiten von Werbungtreibenden (Merchant) lenken und im Gegenzug hierfür einen Prozentsatz des dort getätigten Kaufumsatzes erhalten. Webgains überzeugt dabei nicht nur durch herausragenden Service, sondern hat in den letzten zwei Jahren auch die Führung hinsichtlich technologischer Neuerungen der Plattform übernommen, wie beispielsweise dem iSense SiteSeeker, Voucher Management Tool, Page Peel und Mobile Tracking.

## **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, die bereits über eine ausgereifte E-Commerce-Strategie verfügen und Waren und/oder Dienstleistungen über ihre Websites bzw. Web-Shops anbieten. ad agents hilft ihren Kunden dabei, schnell und zielsicher auf allen gängigen Suchmaschinen gefunden zu werden und die Suchergebnisse in erfolgreiche Transaktionen umzuwandeln.

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

## Die Aktie

### Kursentwicklung

Der Kurs der ad pepper media-Aktie entwickelte sich in den ersten sechs Monaten des Jahres stabil. Per 30. Juni 2011 schloss die ad pepper media-Aktie bei einem Stand von EUR 1,91 und lag damit um 6 Prozent über dem Schlusskurs per Ende Dezember 2010 (EUR 1,80).

### Daten der Aktie

Wertpapierkennnummer (WKN)	940883
ISIN	NL0000238145
Börsensegment (Frankfurter Börse)	Prime Standard
Designated Sponsor	Equinet
Anzahl Aktien	23.000.000
Marktkapitalisierung (per 30.06.2011)	EUR 44 Mio.

### Aktienkursentwicklung der letzten 12 Monate (Xetra)



### Aktionärsstruktur

Tag des Reports: 30.06.2011

Aktionär	Aktien Stück	in Prozent des Grundkapitals
EMA B.V.	9.486.402	41,25
Eigene Anteile	1.759.292	7,65
U. Schmidt	1.005.524	4,37
Euroserve Media GmbH	436.963	1,90
M. A. Carton	92.582	0,40
Viva Media Service GmbH	77.670	0,34
<b>Zwischensumme</b>	<b>12.858.433</b>	<b>55,91</b>
Freefloat	10.141.567	44,09
<b>Summe</b>	<b>23.000.000</b>	<b>100,00</b>

## Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

### Ertragslage

ad pepper media International N.V. ist im ersten Halbjahr um TEUR 1.345 bzw. 5,4 Prozent auf TEUR 26.229 gewachsen (1. Hj. 2010: TEUR 24.884), wobei das Umsatzwachstum der drei Segmente sehr unterschiedlich ausfiel. Während die Segmente Webgains und ad agents mit Wachstumsraten von 29,2 Prozent um TEUR 2.149 auf TEUR 9.508 (1. Hj. 2010: TEUR 7.359) respektive 10,1 Prozent um TEUR 334 auf TEUR 3.639 (1. Hj. 2010: TEUR 3.305) weiterhin eine hohe Wachstumsdynamik aufwiesen, verlief das Umsatzwachstum des Segmentes ad pepper media im ersten Halbjahr enttäuschend. Hier musste ein Umsatzrückgang von insgesamt 8,0 Prozent bzw. um TEUR 1.131 auf TEUR 13.082 (1. Hj. 2010: TEUR 14.213) hingenommen werden. Bei näherer Betrachtung blieben insbesondere die Länder Niederlande und Großbritannien hinter den Erwartungen für dieses Segment zurück. Der kombinierte Umsatzrückgang dieser beiden Länder beläuft sich auf insgesamt TEUR 1.040 gegenüber dem entsprechenden Vergleichszeitraum des Vorjahres. Unter der Annahme, diese Länder hätten zumindest den Vorjahresumsatz halten können, wäre der Rückgang des Segments ad pepper media mit 1,0 Prozent deutlich niedriger ausgefallen. Das Wachstum der Gruppe hätte unter dieser Prämisse 10 Prozent betragen. Eine Kombination aus Kostenoptimierungsmaßnahmen sowie einer stringenteren Ausrichtung unseres Produktmixes für diese Länder sollte zu deutlich besseren Ergebnissen in der zweiten Jahreshälfte führen.

Ein gegenüber der Umsatzentwicklung unterproportionaler Anstieg der Bruttomarge auf TEUR 11.344 (1. Hj. 2010: TEUR 11.325) resultierte in einer niedrigeren Bruttomarge ausgedrückt in Prozent von 43,3 Prozent (1. Hj. 2010: 45,5 Prozent). Auch hier zeigt sich die gegenüber den beiden Segmenten Webgains und ad agents die deutlich schwächere Entwicklung des Segmentes ad pepper media.

Die operativen Kosten stiegen innerhalb der ersten sechs Monate des laufenden Jahres gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum deutlich um 24 Prozent und damit von TEUR 11.003 auf TEUR 13.604. Wesentliche Einflussfaktoren für diese Entwicklung sind Investitionen in den Aufbau von Personalressourcen im Bereich Technologie, insbesondere im Zusammenhang mit der neu entwickelten Real Time Bidding und Data Plattform, die im dritten Quartal offiziell gelauncht wird.

Daneben führten Personalabbaumaßnahmen zu einem Einmalaufwand in Höhe von TEUR 200. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) betrug für das erste Halbjahr 2011 TEUR -1.995 (1. Hj. 2010: TEUR 691). Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) betrug TEUR -2.260 nach TEUR 322 im Vorjahresquartal. Das Ergebnis vor Steuern (EBT) betrug in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres TEUR -1.782 (1. Hj. 2010: TEUR 1.055). Das Periodenergebnis fiel mit TEUR -2.048 ebenfalls negativ aus (1. Hj. 2010: TEUR 1.051).

### Finanzlage

Der Brutto Cash-Flow betrug TEUR -1.731 (1. Hj. 2010: TEUR 686), während für den operativen Cash-Flow ein Wert von TEUR -3,501 nach TEUR -1.372 in den ersten sechs Monaten des Jahres 2010 verzeichnet wurde. Der Netto-Cash-Flow aus Investitionstätigkeit betrug im Dreimonatszeitraum 2011 TEUR 2.996 (1. Hj. 2010: TEUR 227). Der Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit betrug in den ersten drei Monaten 2011 TEUR -1.163 nach TEUR 235 im entsprechenden Zeitraum des Vorjahres.

### Vermögenslage

Die Bilanzsumme hat sich gegenüber der entsprechenden Vorjahresperiode um TEUR 265 auf TEUR 32.167 vermindert. Die liquiden Mittel (einschließlich Wertpapierbeständen zum beizulegenden Zeitwert sowie Termineinlagen) sanken u.a. aufgrund der im Mai gezahlte Sonderausschüttung sowie der Anteilserhöhung an SocialTyz LLC auf TEUR 17.278 (30.06.2010: TEUR 21.846). Zusätzlich hält ad pepper media 1.759.292 eigene Aktien. Bankverbindlichkeiten bestehen weiterhin nicht. Die Eigenkapitalquote beträgt 71,1 Prozent (30.06.2010: 69,9 Prozent).

**Mitarbeiter**

Per 30. Juni 2011 beschäftigte die ad pepper media-Gruppe 289 Mitarbeiter. Zum Ende des entsprechenden Vorjahreszeitraumes waren insgesamt 238 Mitarbeiter beschäftigt. Die Mitarbeiter der ad pepper media-Gruppe waren in folgenden Segmenten beschäftigt:

	<i>30. Juni 2011</i>	<i>30. Juni 2010</i>
	<i>Anzahl</i>	<i>Anzahl</i>
<i>ad pepper media</i>	<i>158</i>	<i>140</i>
<i>Webgains</i>	<i>81</i>	<i>60</i>
<i>ad agents</i>	<i>26</i>	<i>16</i>
<i>Administration</i>	<i>24</i>	<i>22</i>

## ***Risiko- und Chancenbericht***

Gegenüber dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2010 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 2010.

## ***Prognosebericht***

Die Entwicklung des operativen Geschäftes der ad pepper media-Gruppe während der ersten sechs Monate des Geschäftsjahres war geprägt durch ein schwaches Wachstum des Segments ad pepper media, während die beiden anderen Segmente Webgains und ad agents weiterhin eine sehr erfreulich Tendenz zeigten. Vor diesem Hintergrund steht auch das dritte Quartal ganz im Zeichen von Maßnahmen, die die Anpassung der Kostenstruktur des Segments ad pepper media an die Entwicklung der Umsätze und Margen zum Ziel haben. Wir rechnen daher im vor uns liegenden traditionell ohnehin schwächeren dritten Sommerquartal mit weiteren Verlusten. Auf der anderen Seite versprechen wir uns Wachstumsimpulse für dieses Segment durch den Einsatz der neu entwickelten Real Time Bidding und Data Plattform, die im vor uns liegenden Quartal offiziell gelauncht werden wird. Insbesondere das vierte Quartal sollte dann aufgrund der ergriffenen und noch geplanten Optimierungsmaßnahmen eine erfreuliche Entwicklung aufweisen, nicht zuletzt mit Blick auf eine weiterhin erwartete ungebrochene Wachstumsdynamik in den Segmenten Webgains und ad agents.

### ***Versicherung der gesetzlichen Vertreter***

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns beschrieben sind.

Amsterdam/Nürnberg, 15. Juli 2011

ad pepper media International N.V.

Ulrich Schmidt, Jens Körner, Michael A. Carton

**Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (IFRS)**

	<b>Q2 / 2011</b>	<b>Q2 / 2010</b>	<b>01.01.-30.06.11</b>	<b>01.01.-30.06.10</b>
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>13.370</b>	<b>12.889</b>	<b>26.229</b>	<b>24.884</b>
<i>Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen</i>	-7.436	-6.854	-14.885	-13.559
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>5.934</b>	<b>6.035</b>	<b>11.344</b>	<b>11.325</b>
<i>Vertriebskosten</i>	-4.210	-3.980	-8.280	-7.719
<i>Allgemeine und Verwaltungskosten</i>	-2.569	-2.307	-5.196	-4.260
<i>Sonstige betriebliche Erträge</i>	123	1.073	262	1.592
<i>Sonstige betriebliche Aufwendungen</i>	-313	-517	-390	-616
<b>Ergebnis vor Zinsen und Steuern</b>	<b>-1.035</b>	<b>304</b>	<b>-2.260</b>	<b>322</b>
<i>Finanzerträge</i>	194	361	489	823
<i>Finanzierungsaufwendungen</i>	-5	-31	-11	-90
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>-846</b>	<b>634</b>	<b>-1.782</b>	<b>1.055</b>
<i>Steuern vom Einkommen und vom Ertrag</i>	-50	-2	-266	-4
<b>Periodenergebnis</b>	<b>-896</b>	<b>632</b>	<b>-2.048</b>	<b>1.051</b>
<i>davon entfallen auf Anteilseigner des Mutterunternehmens</i>	-931	554	-2.129	895
<i>davon entfallen auf Minderheitenanteile</i>	35	78	81	156
<i>Ergebnis je Aktie (unverwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)</i>	-0,04	0,03	-0,10	0,04
<i>Ergebnis je Aktie (verwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)</i>	-0,04	0,03	-0,10	0,04
	<b>Q2 / 2011</b>	<b>Q2 / 2010</b>	<b>1. Hj. 2011</b>	<b>1. Hj. 2010</b>
	Stück	Stück	Stück	Stück
<b>Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)</b>	<b>21.228.840</b>	<b>21.430.651</b>	<b>21.168.415</b>	<b>21.511.138</b>
<b>Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (verwässert)</b>	<b>21.228.840</b>	<b>21.907.766</b>	<b>21.168.415</b>	<b>21.900.466</b>

**Konzern-Gesamterfolgsrechnung (IFRS)**

	Q2 / 2011	Q2 / 2010	1. Hj. 2011	1. Hj. 2010
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
<b>Periodenergebnis</b>	<b>-896</b>	<b>632</b>	<b>-2.048</b>	<b>1.051</b>
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	-12	-180	-117	-233
Marktwertveränderungen available-for-sale Wertpapiere	-103	-162	299	257
Marktwertveränderungen available-for-sale Beteiligungen	-52	0	-240	0
Direkt im Eigenkapital verrechnete Ertragsteuern	0	0	0	0
<b>Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen</b>	<b>-167</b>	<b>-342</b>	<b>-58</b>	<b>24</b>
<b>Gesamterfolg</b>	<b>-1.063</b>	<b>290</b>	<b>-2.106</b>	<b>1.075</b>
davon auf Minderheitsanteile entfallend	35	78	81	156
davon auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallend	-1.098	212	-2.187	919

**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:

	Q2 / 2011			Q2 / 2010			1. Hj. 2011			1. Hj. 2010		
	vor Ertragsteuern	Ertragsteuern	nach Ertragsteuern									
Unterschiede aus der Währungsumrechnung (inkl. Minderheitenanteile)	-12	0	-12	-180	0	-180	-117	0	-117	-233	0	-233
Marktwertveränderungen available-for-sale Wertpapiere	-103	0	-103	-162	0	-162	299	0	299	257	0	257
Marktwertveränderungen available-for-sale Beteiligungen	-52	0	-52	0	0	0	-240	0	-240	0	0	0
<b>Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen</b>	<b>-167</b>	<b>0</b>	<b>-167</b>	<b>-342</b>	<b>0</b>	<b>-342</b>	<b>-58</b>	<b>0</b>	<b>-58</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>24</b>

**Konzern-Bilanz (IFRS)**

<b>Aktiva</b>	<b>30. Juni 2011</b>	<b>31. Dezember 2010</b>
	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>		
Firmenwerte	24	24
Immaterielle Vermögenswerte	334	457
Sachanlagen	460	445
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Wertpapiere des Anlagevermögens	2.404	3.197
Zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere des Anlagevermögens	5.856	8.524
Andere finanzielle Vermögenswerte	4.852	4.106
Latente Steuern	110	113
<b>Summe langfristige Vermögenswerte</b>	<b>14.040</b>	<b>16.866</b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>		
Wertpapiere und Termineinlagen	1.000	1.400
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	7.363	8.030
Forderungen aus Ertragsteuern	896	675
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	491	446
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	359	290
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	8.018	9.803
<b>Summe kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>18.127</b>	<b>20.644</b>
<b>Aktiva, gesamt</b>	<b>32.167</b>	<b>37.510</b>

**Konzern-Bilanz (IFRS)**

	30. Juni 2011	31. Dezember 2010
	TEUR	TEUR
<b>Passiva</b>		
<b>Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital*	1.150	1.150
Kapitalrücklage	66.176	67.192
Eigene Anteile	-3.281	-3.443
Bilanzverlust	-39.968	-37.839
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	-1.402	-1.344
<b>Summe</b>	<b>22.675</b>	<b>25.716</b>
Minderheitenanteile	187	370
<b>Summe Eigenkapital</b>	<b>22.862</b>	<b>26.086</b>
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>		
Latente Steuern	0	0
<b>Summe langfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	5.748	6.437
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	696	1.081
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2.193	3.274
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	668	632
<b>Summe kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>9.305</b>	<b>11.424</b>
<b>Summe Verbindlichkeiten</b>	<b>9.305</b>	<b>11.424</b>
<b>Passiva, gesamt</b>	<b>32.167</b>	<b>37.510</b>

\* 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 30. Juni 2011 21.240.708 (31. Dezember 2010: 21.046.208) Aktien im Umlauf befanden.

**Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)**

	<i>01.01.11-30.06.11</i>	<i>01.01.11-30.06.10</i>
	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>
<b>Periodenergebnis</b>	<b>-2.048</b>	<b>1.051</b>
<b>Überleitung zwischen Periodenergebnis und Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit</b>		
Abschreibungen	265	369
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Gegenständen des Anlagevermögens	-9	4
Aktienbasierte Vergütung	45	49
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Wertpapieren	-21	-266
Andere Finanzerträge und Finanzierungsaufwendungen	-457	-477
Steuerergebnis	266	4
Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge	228	-48
<b>Brutto-Cash-Flow</b>	<b>-1.731</b>	<b>686</b>
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	439	-832
Veränderung anderer Aktiva	211	23
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-689	-1.354
Veränderung anderer Verbindlichkeiten	-1.494	-155
Vereinnahmte Ertragsteuern	0	226
Gezahlte Zinsen	-402	-194
Vereinnahmte Zinsen	165	228
<b>Netto-Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit</b>	<b>-3.501</b>	<b>-1.372</b>

**Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)**

	<i>01.01.11-30.06.11</i>	<i>01.01.11-30.06.10</i>
	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>
<i>Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen</i>	-164	-74
<i>Erlöse aus dem Abgang von immateriellen Vermögensgegenständen und Sachanlagen</i>	16	3
<i>Auszahlung für den Erwerb von sonstigen Beteiligungen</i>	-887	0
<i>Auszahlung für die Gewährung von Darlehen</i>	-150	0
<i>Erlöse aus dem Verkauf von Wertpapieren und Fälligkeit von Termineinlagen</i>	6.002	2.437
<i>Erwerb von Wertpapieren</i>	-1.821	-2.139
<b><i>Netto-Cash-Flow aus Investitionstätigkeit</i></b>	<b>2.996</b>	<b>227</b>
<i>Dividenden an Anteilseigner des Mutterunternehmens</i>	-1.061	0
<i>Dividenden an Minderheiten</i>	-264	0
<i>Ausgabe eigener Aktien</i>	209	211
<i>Erwerb eigener Anteile</i>	-47	0
<i>Einzahlungen aus der Tilgung gewährter Darlehen</i>	0	24
<b><i>Netto-Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit</i></b>	<b>-1.163</b>	<b>235</b>
<i>Einfluss von Wechselkursänderungen auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</i>	-117	-233
<i>Zahlungswirksame Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</i>	-1.668	-910
<b><i>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres</i></b>	<b>9.803</b>	<b>13.514</b>
<b><i>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode</i></b>	<b>8.018</b>	<b>12.371</b>

**Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung (IFRS)**

	Stand 1. Januar 2010	Gesamt- erfolg	Aktien- basierte Vergütung	Erwerb eigener Anteile	Ausgabe eigener Anteile	Stand 30. Juni 2010
<b>Gezeichnetes Kapital</b>						
Anzahl der Aktien	23.000.000					23.000.000
Gezeichnetes Kapital (TEUR)	1.150					1.150
<b>Kapitalrücklage</b>						
für Aktienoptionsprogramme (TEUR)	2.259		49			2.308
aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V. (TEUR)	64.843					64.843
<b>Eigene Anteile</b>						
Anzahl der Aktien	2.267.792				-219.000	2.048.792
Rückkaufswert (TEUR)	-3.410				211	-3.199
<b>Bilanzverlust (TEUR)</b>	<b>-40.076</b>	<b>895</b>				<b>-39.181</b>
<b>Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis</b>						
Währungsdifferenzen (TEUR)	-1.369	-233				-1.602
Marktbewertung available-for-sale Wertpapiere (TEUR)	-2.164	257				-1.907
<b>Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)</b>	<b>21.233</b>	<b>919</b>	<b>49</b>	<b>0</b>	<b>211</b>	<b>22.412</b>
Minderheitenanteile (TEUR)	105	156				261
<b>Eigenkapital (TEUR)</b>	<b>21.338</b>	<b>1.075</b>	<b>49</b>	<b>0</b>	<b>211</b>	<b>22.673</b>

**Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung (IFRS)**

	Stand 1. Januar 2011	Gesamt- erfolg	Aktien- basierte Vergütung	Erwerb eigener Anteile	Ausgabe eigener Anteile	Divi- denden	Stand 30. Juni 2011
<b>Gezeichnetes Kapital</b>							
Anzahl der Aktien	23.000.000						23.000.000
Gezeichnetes Kapital (TEUR)	1.150						1.150
<b>Kapitalrücklage</b>							0
für Aktienoptionsprogramme (TEUR)	2.349		45				2.394
aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V. (TEUR)	64.843					-1.061	63.782
<b>Eigene Anteile</b>							0
Anzahl der Aktien	1.953.792				-194.500		1.759.292
Rückkaufswert (TEUR)	-3.443			-47	209		-3.281
<b>Bilanzverlust (TEUR)</b>	<b>-37.839</b>	<b>-2.129</b>					<b>-39.968</b>
<b>Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis</b>							
Währungsdifferenzen (TEUR)	-1.372	-117					-1.489
Marktbewertung available-for-sale Wertpapiere (TEUR)	-1.939	299					-1.640
Marktbewertung available-for-sale Beteiligungen (TEUR)	1.967	-240					1.727
<b>Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)</b>	<b>25.716</b>	<b>-2.187</b>	<b>45</b>	<b>-47</b>	<b>209</b>	<b>-1.061</b>	<b>22.675</b>
Minderheitenanteile (TEUR)	370	81				-264	187
<b>Eigenkapital (TEUR)</b>	<b>26.086</b>	<b>-2.106</b>	<b>45</b>	<b>-47</b>	<b>209</b>	<b>-1.325</b>	<b>22.862</b>

## 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 vorgeschriebenen Erläuterungen und Angaben und sollte daher im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2010 gelesen werden.

In den Konzernzwischenabschluss sind sämtliche Tochterunternehmen einbezogen.

Die SocialTyze LLC wird nicht „at equity“ in den Konzernzwischenabschluss einbezogen, da eine Geschäftsordnung vereinbart wurde, nach der für ad pepper media kein maßgeblicher Einfluss vorliegt. Die Beteiligung wird weiterhin zu Anschaffungskosten bilanziert.

Der vorliegende Konzernzwischenabschluss zum 30. Juni 2011 wurde vom Vorstand am 15. Juli 2011 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 2010 erstellt wurde.

Seitdem wurden keine Standards und Interpretationen im Rahmen des Komitologieverfahrens übernommen.

Die folgenden Standards und Interpretationen wurden veröffentlicht, aber noch nicht im Rahmen des Komitologieverfahrens übernommen:

#### *IFRS 10-12 zu Konsolidierung, Joint Arrangements und Anhangangaben*

Der International Accounting Standards Board (IASB) hat am 12. Mai 2011 IFRS 10 „Consolidated Financial Statements“, IFRS 11 „Joint Arrangements“ und IFRS 12 „Disclosure of Interests in Other Entities“ veröffentlicht, die Teil eines umfassenden Reformprojekts sind. Ferner wurde IAS 27 (2011) „Separate Financial Statements“ angepasst, der jetzt ausschließlich die unveränderten Vorschriften zu IFRS-Einzelabschlüssen enthält. Schließlich wurde IAS 28 (2011) „Investments in Associates and Joint Ventures“ geändert und damit an die neuen Standards IFRS 10, 11 und 12 angepasst.

IFRS 10 schafft eine einheitliche Definition für den Begriff der Beherrschung und damit eine einheitliche Grundlage für das Vorliegen einer Mutter-Tochter-Beziehung und die hiermit verbundene Abgrenzung des Konsolidierungskreises. Der neue Standard ersetzt die bisher relevanten IAS 27 (2008) „Consolidated and Separate Financial Statements“ und SIC-12 „Consolidation – Special Purpose Entities“. Nach IFRS 10 wird ein (Tochter-)Unternehmen durch einen an dessen variablen Ergebnisbestandteilen beteiligten Investor beherrscht, wenn dieser aufgrund von Rechtspositionen in der Lage ist, die für den wirtschaftlichen Erfolg wesentlichen Geschäftsaktivitäten des (Tochter-)Unternehmens zu beeinflussen. Zwar enthielt auch IAS 27 (2008) ähnliche Definitionselemente für die Prüfung von Beherrschung, jedoch werden nunmehr die Einzelkriterien in einen stärkeren kausalen Zusammenhang gestellt und für die Auslegung einzelner Sachverhalte eine weitreichende wirtschaftliche Betrachtungsweise betont: allein die Stimmrechtsverhältnisse heranzuziehen wird regelmäßig nicht mehr ausreichend sein.

Die Anwendungsbeispiele in IFRS 10 konkretisieren zudem eine Reihe von Fragestellungen, die IAS 27 (2008) bisher nicht adressiert, z. B. Mitwirkungs- und Schutzrechten Dritter und Prinzipal-Agenten-Beziehungen. Änderungen des Konsolidierungskreises aufgrund der Neuregelung sind grundsätzlich retrospektiv abzubilden. Zudem regelt IFRS 10 auch grundlegende Konsolidierungsfragen, z. B. die Verwendung einheitlicher Bilanzierungsmethoden, die Behandlung von Anteilen nicht-beherrschender Gesellschafter oder die Entkonsolidierung.

Hier sind keine wesentlichen Änderungen zu verzeichnen.

IFRS 11 regelt die Bilanzierung von Sachverhalten, in denen ein Unternehmen gemeinschaftliche Führung (joint control) über ein Gemeinschaftsunternehmen (joint venture) oder eine gemeinschaftliche Tätigkeit (joint operation) ausübt. Der neue Standard ersetzt IAS 31 „Interests in Joint Ventures“ und SIC-13 „Jointly Controlled Entities – Non-Monetary Contributions by Venturers“ als die bisher für Fragen der Bilanzierung von Gemeinschaftsunternehmen einschlägigen Vorschriften.

Die bedeutsamste Änderung des IFRS 11 gegenüber IAS 31 ist die Abschaffung der Quotenkonsolidierung für Gemeinschaftsunternehmen: Gemeinschaftsunternehmen sind künftig stets nach der Equity-Methode zu bilanzieren. Liegt statt eines Gemeinschaftsunternehmens eine gemeinschaftliche Tätigkeit vor, sind Vermögenswerte, Schulden, Erträge und Aufwendungen, die dem beteiligten Unternehmen direkt zurechenbar sind, unmittelbar im Konzernabschluss des beteiligten Unternehmens zu erfassen. Derartige gemeinschaftliche Tätigkeiten können unter bestimmten Voraussetzungen – und dies ist eine weitere bedeutende Neuerung gegenüber IAS 31 – auch dann auftreten, wenn die gemeinschaftlichen Aktivitäten innerhalb einer gesonderten Gesellschaft durchgeführt werden.

Die Anhangangaben zu Unternehmensverbindungen im Konzernabschluss und Joint Arrangements ergeben sich aus IFRS 12.

Die neuen Standards sind verpflichtend für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2013 beginnen, anzuwenden. Eine frühere Anwendung ist zulässig. Die im Kaufvertrag über die Videovalis GmbH vereinbarten potenziellen Stimmrechte in Form einer Kaufoption über die verbleibenden Anteile könnten ab dem dritten Quartal 2013 zu einer Vollkonsolidierung der Videovalis GmbH führen.

#### ***IFRS 13 „Bemessung des beizulegenden Zeitwerts“***

Der IASB hat am 12. Mai 2011 IFRS 13 „Bemessung des beizulegenden Zeitwerts“ herausgegeben, der die bestehenden Leitlinien zur Bemessung des beizulegenden Standards in den einzelnen aktuellen IFRS-Verlautbarungen durch einen einzigen Standard ersetzt. In IFRS 13 wird der beizulegende Zeitwert definiert, werden Leitlinien zur Bemessung des beizulegenden Zeitwerts zur Verfügung gestellt und Angaben über die Bestimmung des beizulegenden Zeitwerts gefordert.

Mit IFRS 13 werden jedoch nicht die Vorschriften geändert, welcher Posten der Bilanz zum beizulegenden Zeitwert zu bewerten oder anzugeben ist. IFRS 13 tritt für Berichtsperioden in Kraft, die am oder nach dem 1. Januar 2013 beginnen; eine vorzeitige Anwendung ist zulässig. Wesentliche Auswirkungen auf den Konzernabschluss von ad pepper media International N.V. werden nicht erwartet.

#### ***Änderung zu IAS 19 „Leistungen an Arbeitnehmer“***

Das International Financial Standards Board (IASB) hat am 16. Juni 2011 eine Änderungen des IAS 19 „Leistungen an Arbeitnehmer“ veröffentlicht.

Die bedeutendste Änderung des IAS 19 besteht darin, dass künftig unerwartete Schwankungen der Pensionsverpflichtungen sowie etwaiger Planvermögensbestände, sog. versicherungsmathematische Gewinne und Verluste, unmittelbar im sonstigen Ergebnis (other comprehensive income, OCI) erfasst werden müssen. Das bisherige Wahlrecht zwischen sofortiger Erfassung im Gewinn oder Verlust, im sonstigen Ergebnis (OCI) oder der zeitverzögerten Erfassung nach der sog. Korridormethode wird abgeschafft. Beim Übergang auf die OCI-Erfassung, insbesondere bei vorheriger Anwendung der Korridor-Methode, kann dadurch die Eigenkapitalvolatilität steigen. Eine zweite Änderung des Pension Accounting nach IAS 19 besteht darin, dass künftig das Management die Verzinsung des Planvermögens nicht mehr entsprechend der Verzinsungserwartung nach Maßgabe der Asset Allocation schätzen soll, sondern ein Ertrag aufgrund der erwarteten Verzinsung des Planvermögens lediglich in Höhe des Diskontierungszinssatzes erfasst werden darf.

Der geänderte IAS 19 fordert drittens umfangreichere Anhangangaben. Unternehmen müssen künftig erstmals über die Finanzierungsstrategie ihrer Pensionspläne Angaben machen und die Finanzierungsrisiken ihrer Pläne nicht nur beschreiben, sondern auch quantifizieren; u.a. wird dazu künftig eine Sensibilitätsanalyse gefordert, die zeigt, in welchem Umfang Pensionsverpflichtungen bei Änderungen wesentlicher Bewertungsannahmen schwanken. Auch muss künftig die durchschnittliche Restlaufzeit der Pensionsverpflichtungen angegeben werden. Die Änderungen sind ab dem 1. Januar 2013 anzuwenden und führen zu einer transparenteren und vergleichbareren Abbildung betrieblicher Versorgungswerke in IFRS-Abschlüssen als bislang.

IAS 19 ist auf den Konzernabschluss der ad pepper media International N.V. nicht anwendbar.

#### **Änderung zu IAS 1 „Darstellung des Abschlusses“**

Das International Accounting Standards Board (IASB) hat am 16. Juni 2011 die Änderungen von IAS 1 „Presentation of Items of Other Comprehensive Income (OCI)“ veröffentlicht. Durch die Änderung des IAS 1 „Presentation of Items of Other Comprehensive Income (OCI)“ wird künftig die IFRS-Erfolgsrechnung nur formal noch aus einem einzigen Abschlussbestandteil bestehen: Dem „Statement of Profit or Loss and Other Comprehensive Income“. Gleichwohl muss diese formal zusammengefasste Erfolgsrechnung künftig verpflichtend in zwei Sektionen unterteilt werden: Eine mit dem Gewinn oder Verlust (profit or loss) und eine mit dem sonstigen Ergebnis (other comprehensive income). Nach dem derzeitigen IAS 1 kann die Gewinn- und Verlustrechnung formal ein gesonderter Bestandteil des Abschlusses sein, welcher der Gesamtergebnisrechnung vorangestellt werden muss. Geändert wird auch, dass die Erfolgsgröße „sonstiges Ergebnis“ (OCI) künftig danach aufzuspalten ist, ob die darin erfassten Aufwendungen und Erträge zu einem späteren Zeitpunkt in die Gewinn- und Verlustrechnung recycelt werden.

Fortbestehen bleibt das Wahlrecht, die Posten des OCI vor oder nach Steuern darzustellen; bei einer Vorsteuer-Darstellung müssen die Steuern jedoch danach getrennt werden, ob sie sich auf Posten beziehen, die recycelt werden können, oder auf nicht zu recycelnde Posten. Insgesamt führen die Änderungen zu einer transparenteren und vergleichbareren Darstellung des sonstigen Ergebnisses (OCI). IAS 1 in der geänderten Fassung ist ab dem 1. Januar 2012 anzuwenden.

ad pepper media International N.V. stellt bisher Gewinn- und Verlustrechnung sowie die Gesamterfolgsrechnung getrennt dar, so dass eine Änderung der Darstellung im Konzernabschluss erfolgen wird.

### **3. Erläuterungen zum Zwischenabschluss**

Wir verweisen im Wesentlichen auf die Angaben zur Vermögens-, Finanz- und Ertragslage im Zwischenlagebericht.

In der Berichtsperiode ergaben sich folgende wesentliche Auswirkungen auf die Gewinn- und Verlustrechnung:

Im Finanzergebnis sind realisierte Netto-Kursgewinne aus dem Verkauf von Wertpapieren in Höhe von TEUR 21 (1. Hj. 2010: TEUR 266), unrealisierte Netto-Bewertungsgewinne in Höhe von TEUR 0 (1. Hj. 2010: TEUR 162) und Gewinnanteile aus der 10-prozentigen Beteiligung an SocialTyz LLC in Höhe von TEUR 202 enthalten.

Das Steuerergebnis resultiert aus der Bildung laufender Steuerabgrenzungen für profitable Gesellschaften und für die in den USA steuerpflichtigen Gewinnanteile aus der Beteiligung an SocialTyz LLC.

### **4. Segmentberichterstattung gemäß IFRS 8**

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] des Konzernabschlusses zum 31. Dezember 2010 beschriebenen Konzernbilanzierungsrichtlinien.

Das Segmentergebnis wird als das je Segment verdiente EBIT und EBIT-DA 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.

<b>1. Hj. 2011</b>	<b>ad pepper media</b>	<b>Webgains</b>	<b>ad agents</b>	<b>Admin</b>	<b>Konsoli- dierung</b>	<b>Konzern</b>
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
<b>Gesamtumsatz</b>	<b>13.125</b>	<b>9.627</b>	<b>3.639</b>	<b>535</b>	<b>-697</b>	<b>26.229</b>
davon Umsatz extern	13.082	9.508	3.639	0	0	26.229
davon Intersegmentumsätze	43	119	0	535	-697	0
<b>Aufwendungen und sonstige Erträge</b>	<b>-14.097</b>	<b>-10.149</b>	<b>-3.351</b>	<b>-1.427</b>	<b>535</b>	<b>-28.489</b>
davon Abschreibungen	-98	-9	-21	-138	1	-265
davon andere nicht zahlungswirksame Aufwendungen	-331	-140	-8	-43	-13	-534
<b>EBITDA</b>	<b>-874</b>	<b>-513</b>	<b>309</b>	<b>-754</b>	<b>-163</b>	<b>-1.995</b>
<b>EBIT</b>	<b>-972</b>	<b>-522</b>	<b>288</b>	<b>-892</b>	<b>-162</b>	<b>-2.260</b>
<b>Finanzerträge</b>	<b>30</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>484</b>	<b>-28</b>	<b>489</b>
<b>Finanzierungsaufwendungen</b>	<b>-31</b>	<b>0</b>	<b>-1</b>	<b>-7</b>	<b>28</b>	<b>-11</b>
<b>Steuern vom Einkommen und vom Ertrag</b>						<b>-266</b>
<b>Periodenergebnis</b>						<b>-2.048</b>

<b>1. Hj. 2010</b>	<b>ad pepper media</b>	<b>Webgains</b>	<b>ad agents</b>	<b>Admin</b>	<b>Konsoli- dierung</b>	<b>Konzern</b>
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
<b>Gesamtumsatz</b>	<b>14.376</b>	<b>7.478</b>	<b>3.305</b>	<b>700</b>	<b>-975</b>	<b>24.884</b>
davon Umsatz extern	14.213	7.359	3.305	7	0	24.884
davon Intersegmentumsätze	163	119	0	693	-975	0
<b>Aufwendungen und sonstige Erträge</b>	<b>-13.526</b>	<b>-7.716</b>	<b>-2.915</b>	<b>-1.143</b>	<b>738</b>	<b>-24.562</b>
davon Abschreibungen	-170	-11	-10	-179	1	-369
davon andere nicht zahlungswirksame Aufwendungen	-238	-73	0	-109	-1	-421
<b>EBITDA</b>	<b>1.020</b>	<b>-227</b>	<b>400</b>	<b>-264</b>	<b>-238</b>	<b>691</b>
<b>EBIT</b>	<b>850</b>	<b>-238</b>	<b>390</b>	<b>-443</b>	<b>-237</b>	<b>322</b>
<b>Finanzerträge</b>	<b>33</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>826</b>	<b>-38</b>	<b>823</b>
<b>Finanzierungsaufwendungen</b>	<b>-40</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>-87</b>	<b>38</b>	<b>-90</b>
<b>Steuern vom Einkommen und vom Ertrag</b>						<b>-4</b>
<b>Periodenergebnis</b>						<b>1.051</b>

**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 weder Finanzinstrumente noch latente Ertragsteuerforderungen beinhalten:

	<b>Umsatz mit Drittkunden</b>		<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	
	<i>1. Hj. 2011</i> <i>TEUR</i>	<i>1. Hj. 2010</i> <i>TEUR</i>	<i>30.06. 2011</i> <i>TEUR</i>	<i>30.06. 2010</i> <i>TEUR</i>
<i>Niederlande</i>	1.255	1.743	20	20
<i>Deutschland</i>	8.237	7.652	564	731
<i>Skandinavien</i>	3.987	3.239	127	241
<i>Vereinigtes Königreich</i>	7.225	6.376	83	80
<i>Sonstige</i>	5.525	5.874	24	29
<b>Summe</b>	<b>26.229</b>	<b>24.884</b>	<b>818</b>	<b>1.101</b>

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

**5. Eigene Anteile**

**Erwerb eigener Aktien**

Mit Hauptversammlungsbeschluss vom 17. Mai 2011 wurde der Vorstand zum Rückkauf eigener Aktien von bis zu 50 Prozent des Stammkapitals innerhalb der nächsten 18 Monate ermächtigt.

Per 30. Juni 2011 hält die ad pepper media International N.V. 1.759.292 eigene Aktien (30.06.2010: 2.048.792) mit einem Nennwert von je EUR 0,05, was 7,65 Prozent (30.06.2010: 8,91 Prozent) des Grundkapitals entspricht.

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

**Veräußerung eigener Aktien**

Aus dem Bestand an eigenen Anteilen wurden in den ersten sechs Monaten keine (1. Hj. 2010: 0) eigenen Anteile zum Ausübungspreis von EUR 0,665, keine (1. Hj. 2010: 0) Anteile zum Preis von EUR 1,365, 137.000 Anteile (1. Hj. 2010: 194.000) zum Ausübungspreis von EUR 0,89, keine (1. Hj. 2010: 0) Anteile zum Ausübungspreis von EUR 2,225, 57.500 (1. Hj. 2010: 25.000) Anteile zum Ausübungspreis von EUR 1,500 sowie keine (1. Hj. 2010: 0) Anteile zum Ausübungspreis von EUR 0,915 im Rahmen der Mitarbeiter-Optionsprogramme veräußert.

Insgesamt wurden in den ersten sechs Monaten 194.500 (1. Hj. 2010: 219.000) eigene Anteile verkauft.

**Zahl der ausgegebenen Aktien**

Die Zahl der ausgegebenen und im Umlauf befindlichen Aktien beläuft sich nach Abzug eigener Aktien zum 30. Juni 2011 auf 21.240.708 Stück (30.06.2010: 20.951.208 Stück). Der Nennbetrag je Aktie beträgt EUR 0,05:

## 6. Dividenden

Die Hauptversammlung der ad pepper media International N.V. hat am 17. Mai 2011 zugestimmt, erstmalig die Zahlung einer Dividende (Sonderausschüttung) aus der Kapitalrücklage in Höhe von EUR 0,05 je Aktie für das abgelaufene Geschäftsjahr 2010 vorzunehmen. Am 18. Mai 2011 erfolgte die Auszahlung eines Betrages von EUR 1.061.035,40 auf die nicht in eigenem Besitz befindlichen Aktien.

Im April 2011 hat die ad agents GmbH aus ihrem Bilanzgewinn einen Betrag von TEUR 660 ausgeschüttet. Davon entfallen entsprechend der Beteiligungsquote 40 Prozent auf die an der ad agents GmbH beteiligten Minderheitsgesellschafter.

## 7. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Bis zum Tage der Freigabe zur Veröffentlichung sind keine Ereignisse eingetreten, die die dargestellte Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zum 30. Juni 2011 in wesentlichem Umfang beeinflusst hätten.

## 8. 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

## 9. Aktien und Bezugsrechte der Organe

Zum 30. Juni 2011 waren insgesamt 885.100 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. Herr Jan Andersen ist auf eigenen Wunsch nach dem Tage der Hauptversammlung, dem 18. Mai 2011, aus dem Aufsichtsrat ausgeschieden.

	Aktien- besitz zum 30.06.2011	Optionen zum 30.06.2011
<b>Vorstand</b>		
Ulrich Schmidt	1.005.524	280.000
Michael A. Carton	92.582	109.500
Jens Körner	0	0
<b>Aufsichtsrat</b>		
Michael Oschmann	0	0
Dr. Frank Schlaberg	0	0
Merrill Dean	0	0
<b>Unter maßgeblichem Einfluss stehende Unternehmen</b>		
EMA B.V.	9.486.402	0
Viva Media Service GmbH	77.670	0
Euroserve Media GmbH	436.963	0
<b>Mitarbeiter</b>		<b>495.600</b>

## 10. Anzahl der Mitarbeiter

Zum Ende des zweiten Quartals 2011 beschäftigte die ad pepper media-Gruppe 289 Mitarbeiter (30.06.2010: 238 Mitarbeiter).

Amsterdam/Nürnberg, 15. Juli 2011


  
 Ulrich Schmidt    Jens Körner    Michael A. Carton

## 11. Bericht zu wesentlichen Geschäften mit nahe stehenden Unternehmen und Personen

Die Geschäfte mit nahe stehenden Unternehmen und Personen haben sich im Vergleich zum Jahr 2010 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: 31. Januar 2011  
 Emittent: ad pepper media International N.V.  
 Meldepflichtige Person: Merrill Clark Dean  
 (Mitglied des Aufsichtsrats)  
 Mitteilungspflichtiges Geschäft: Kauf von 8.000 Aktien zum Preis von 2,3899 USD/Aktie,  
 Gesamtvolumen: 19.119,20 USD, Börsenplatz: OTC
- Datum des Geschäfts: 24. Februar 2011  
 Emittent: ad pepper media International N.V.  
 Meldepflichtige Person: Michael A. Carton  
 (Geschäftsführendes Organ)  
 Mitteilungspflichtiges Geschäft: Kauf von 73.500 Aktien zum Preis von 1,20122 EUR/Aktie,  
 Gesamtvolumen: 88.290,00 EUR, Börsenplatz: OTC
- Datum des Geschäfts: 01. März 2011  
 Emittent: ad pepper media International N.V.  
 Meldepflichtige Person: Grabacap ApS  
 Mitteilungspflichtiges Geschäft: Verkauf von 40.000 Aktien zum Preis von 1,7960 EUR/Aktie,  
 Gesamtvolumen: 71.840 EUR, Börsenplatz: Xetra

## Finanzkalender

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

---

<i>Quartalsbericht II / 2011</i>	<i>9. August 2011</i>
<i>Quartalsbericht III / 2011</i>	<i>9. November 2011</i>
<i>Analystenkonferenz Eigenkapitalforum (Frankfurt / Main)</i>	<i>November 2011</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](mailto:ir@adpepper.com)  
[www.adpepper.com](http://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](mailto:info@adpepper.com)  
[www.adpepper.com](http://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, CEO  
Jens Körner, CFO  
Michael A. Carton, Director of the Board

---

Gern senden wir Ihnen den Geschäftsbericht 2010 bzw. den Konzernzwischenabschluss 2011 in Deutsch oder Englisch zu.  
Alternativ finden Sie unsere veröffentlichten Berichte als PDF-Datei auf [www.adpepper.com](http://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](http://www.adpepper.com)***