



***Ungeprüfter verkürzter Konzernzwischenabschluss
zum 30. Juni 2013***

Ausgewählte Konzernkennzahlen

	01.04.- 30.06. 2013	01.04.- 30.06. 2012	Verän- derung	01.01.- 30.06. 2013	01.01.- 30.06. 2012	Verän- derung
	TEUR	TEUR	Prozent	TEUR	TEUR	Prozent
Netto- umsatz	12.148	13.328	-8,9	25.144	26.641	-5,6
Brutto- marge	5.356	5.602	-4,4	11.097	10.729	3,4
EBIT	-782	-348	-55,5	-715	-1.243	42,5
Perioden- ergebnis	-673	-396	-41,2	-630	-1.087	42,0
Ergebnis pro Aktie in EUR (unver- wässert)	-0,03	-0,02	-50,0	-0,03	-0,06	50,0
				30.06. 2013	30.06. 2012	Verän- derung
				TEUR	TEUR	Prozent
Liquide Mittel*				14.409	16.275	-11,5
Eigen- kapital				17.793	22.865	-22,2
Bilanz- summe				28.289	33.371	-15,2
Anzahl der Mitar- beiter				268	255	5,1

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

- ad pepper media International N.V. hat auf Ihrer Hauptversammlung vom 14. Mai 2013 alle zu genehmigten Tagungsordnungspunkte verabschiedet
- ad pepper media übernimmt die Exklusiv-Vermarktung des Portals markt.de

6 Die ad pepper media-Aktie

8 Konzernzwischenlagebericht

- 8 Struktur der ad pepper media-Gruppe
- 10 Allgemeine Informationen zum Lagebericht
- 12 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
- 14 Wichtige Ereignisse und Maßnahmen
- 16 Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage
- 18 Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten
- 19 Mitarbeiter
- 20 Risiko- und Chancenbericht
- 21 Prognosebericht
- 22 Versicherung der gesetzlichen Vertreter

24 Konzernzwischenabschluss

- 24 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
- 26 Konzern-Gesamterfolgsrechnung
- 28 Konzern-Bilanz
- 32 Konzern-Kapitalflussrechnung
- 36 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 40 Konzern-Anhang

54 Weitere Informationen

- 54 Finanzkalender
- 54 Kontakt/Impressum

Die ad pepper media-Aktie

Stammdaten der ad pepper media-Aktie

Wertpapierkennnummer (WKN)	940883
ISIN	NL0000238145
Aktienart	Inhaber-Stammaktien
Börsensegment (Frankfurter Börse)	Prime Standard
Börsengang	09.10.2000
Designated Sponsor	Equinet
Grundkapital in EUR	1.150.000
Anzahl Aktien	23.000.000
Sektor	Werbung

Kennzahlen der ad pepper media-Aktie

	1. Hj. 2013	1. Hj. 2012
XETRA Schlusskurs am Periodenende in EUR	0,85	0,90
Höchstkurs in EUR	1,05	1,54
Tiefstkurs in EUR	0,80	0,88
Marktkapitalisierung am Periodenende in EUR	19,6 Mio.	20,7 Mio.
Durchschnittliches Handels- volumen pro Tag in Stück (XETRA)	20.455	20.137
Ergebnis je Aktie (unverwässert) in EUR	-0,03	-0,06
Net Cash per Share* in EUR	0,63	0,71

Aktienkursentwicklung der letzten 12 Monate (Xetra)



Aktionärsstruktur per 30. Juni 2013

Aktionär	Aktien Stück	des Grundkapitals in Prozent
EMA B.V.	9.486.402	41,25
Eigene Anteile	1.759.292	7,65
Axxion S.A.	1.163.501	5,06
Euro Serve Media GmbH	436.963	1,90
Zwischensumme	12.846.158	55,86
Freefloat	10.153.842	44,14
Summe	23.000.000	100,00

* ((liquide Mittel – langfristige Verbindlichkeiten)/Anzahl ausgegebene Aktien

Struktur der ad pepper media-Gruppe

Die ad pepper media-Gruppe ist eines der führenden unabhängigen Vermarktungsnetzwerke und Anbieter richtungsweisender Branchentechnologien 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 Gesellschaften in acht europäischen Ländern und 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 dieser Technologie besteht aus der patentierten „Sense Engine™“ und ist das Ergebnis zehnjähriger Forschung und Entwicklung von Prof. Dr. David Crystal, einem der führenden Linguistikexperten weltweit. Weiterhin 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 eines der führenden internationalen Affiliate-Netzwerke mit Niederlassungen in Großbritannien, Frankreich, Deutschland, Spanien und den USA. 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 Jahren auch die Führung hinsichtlich technologischer Neuerungen der Plattform übernommen, wie beispielsweise dem iSense SiteSeeker, Voucher Management Tool, Multiple Datafeeds und Mobile Tracking.

ad agents

ad agents ist auf Suchmaschinenmarketing (SEM), Suchmaschinenoptimierung (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. Die ad pepper media International N.V. hält einen Anteil von 60 Prozent an ad agents.

Allgemeine Informationen zum Lagebericht

Begriffsdefinition

Sofern in diesem Lagebericht von „ad pepper media International N.V.“, „ad pepper media“, „ad pepper media-Gruppe“ oder die „Gruppe“ die Rede ist, ist stets der ad pepper media Konzern gemeint.

Vorausschauende Aussagen

Dieser Lagebericht enthält vorausschauende Aussagen und Informationen, die auf den Ansichten und Annahmen der Geschäftsleitung beruhen. Diese stützen sich ihrerseits auf die Informationen, die der Geschäftsleitung gegenwärtig zur Verfügung stehen. Solche zukunftsbezogenen Aussagen resultieren aus unseren aktuellen Erwartungen, Annahmen und Prognosen im Hinblick auf zukünftige Umstände und Ereignisse. Folglich unterliegen diese vorausschauenden Aussagen und Informationen verschiedenen Risiken und Unsicherheiten, von denen viele außerhalb unseres Einflussbereichs liegen. Sollten eines oder mehrere dieser Risiken und Unsicherheiten eintreten oder sollten sich die Annahmen der Geschäftsleitung als unrichtig erweisen, könnten unsere tatsächlichen Ergebnisse erheblich von den Erwartungen abweichen, die in den vorausschauenden Aussagen und Informationen beschrieben sind oder die sich daraus ableiten lassen. Die betreffenden Risiken und Unsicherheiten sind im Risikobericht des Geschäftsberichtes 2012 beschrieben. Wörter wie „erwarten“, „glauben“, „rechnen mit“, „fortführen“, „schätzen“, „voraussagen“, „beabsichtigen“, „zuversichtlich sein“, „davon ausgehen“, „planen“, „vorhersagen“, „sollen“, „sollten“, „können“, „könnten“, „werden“, „Ausblick“, „voraussichtliche Entwicklung“ und „Ziele“ sowie ähnliche Begriffe in Bezug auf ad pepper media sollen solche vorausschauenden Aussagen anzeigen. Dem Leser wird empfohlen, diesen Aussagen kein unangemessen hohes Vertrauen zu schenken. Abgesehen von rechtlichen Veröffentlichungspflichten übernehmen wir keine Verpflichtung gegenüber der Öffentlichkeit, vorausschauende Aussagen aufgrund neuer Informationen oder Umstände, die sich nach dem Datum der Veröffentlichung ergeben, aufgrund künftiger Ereignisse oder aus anderen Gründen zu aktualisieren oder zu korrigieren.

Unternehmensinternes Steuerungssystem

Zur Steuerung und Überwachung der Entwicklung der einzelnen Tochtergesellschaften analysiert ad pepper media unter anderem monatlich deren Umsatz und Ergebnisse (EBIT, EBITDA, Bruttomarge) und vergleicht diese Kennzahlen mit der ursprünglichen Planung. Zusätzlich werden weitere Key Performance Indicators erhoben und innerhalb aller operativen Gesellschaften der ad pepper media-Gruppe zur Steuerung eingesetzt. Auch werden zur Unternehmenssteuerung regelmäßig externe Indikatoren herangezogen. Zudem finden wöchentliche Jour fixes sowie regelmäßig Gesellschafterversammlungen mit den einzelnen Tochtergesellschaften statt.

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Welt/Europa/Deutschland

Der Internationale Währungsfonds (IWF) ging noch im April des laufenden Jahres von einem Wachstum von 0,6 Prozent für Deutschland aus. "Inmitten einer weiterhin erhöhten Unsicherheit im Euro-Raum" sei aber nur noch mit einem Plus von 0,3 Prozent zu rechnen, so der IWF in seinem Deutschland-Bericht, der am 03. Juni 2013 vorgestellt wurde. Die Rezession in vielen europäischen Ländern wirke sich demzufolge negativ auf die deutschen Exporte aus. In den ersten drei Monaten des Jahres sei die deutsche Wirtschaft lediglich mit 0,1 Prozent gewachsen. Allerdings rechnen die IWF-Experten mit einem Anziehen der wirtschaftlichen Aktivitäten in der zweiten Jahreshälfte. Eine stärkere Erholung werde allerdings durch die schwachen Investitionen verhindert. Auch für das nächste Jahr ist der IWF inzwischen pessimistischer. Die erst vor kurzem noch mit 1,5 Prozent vorausgesagte Wachstumsschätzung für 2014 werde Deutschland wohl nicht ganz erreichen, so der IWF. Wahrscheinlich sei vielmehr ein Wachstum von ca. 1,3 Prozent.

Die Wirtschaft der Euro-Zone wird nach Ansicht des Instituts in diesem Jahr in einer tiefen Rezession verharren und um 0,6 Prozent schrumpfen. Erst im kommenden Jahr werde ein Plus von ca. 1,0 Prozent erwartet.

Werbemarkt

Inzwischen ist Online-Werbung für viele Branchen und Marken eine feste Größe im Mediamix. Dem Internet wird eine immer größere Rolle in ihren Kommunikationskonzepten eingeräumt: Digitale Werbeformen, Medien und Plattformen bieten den Marken und Unternehmen inzwischen immer vielfältigere Möglichkeiten der Kommunikation. Nach wie vor ist Online auch der wachstumsstärkste Werbeträger. Wie die Experten des Marktforschungsunternehmens eMarketer melden, hat der weltweite Gesamtumsatz mit Internetwerbung in 2012 erstmals die 100 Millionen Dollar-Grenze überschritten. Damit ist das Internet das mit Abstand am stärksten wachsende Werbemedium. Das bedeutet im Vergleich zum Vorjahreswert eine Zunahme um 17,8 Prozent. Für 2013 wird eine weitere Steigerung um 15,1 Prozent erwartet. Der Anteil der Online-Werbung am Gesamtumsatz der Werbebranche einschließlich TV-, Radio-, Print

und Plakat-Reklame betrug 2012 19,8 Prozent und soll in diesem Jahr auf 21,7 Prozent steigen. Bis zum Jahr 2016 könnte sich der Wert demnach auf über ein Viertel (25,9 Prozent) aller Werbeaufwendungen erhöhen. Dann erwarten die Marktforscher einen Branchenumsatz von über 160 Milliarden Dollar.

Für Deutschland erwartet der Online-Vermarkterkreis (OVK) für das Jahr 2013 bei der Online-Werbung ein Wachstum von gut 11 Prozent (2012: 6,5 Milliarden EUR) und somit ein Branchenvolumen von 7,18 Milliarden Euro (Bruttowerbevolumen). Das Wachstum geht also weiter und der Abstand zum Leitmedium TV sollte auch 2013 wohl wieder weiter verringert werden können.

Gründe für dieses starke Wachstum liegen in der Tatsache, dass Werbungtreibende den Online-Bereich zunehmend als Medium für Markenaufbau und neue Möglichkeiten für Zielgruppenpräzisierung betrachten. Effiziente Zielgruppenansprache steht dabei im Fokus; und Themen wie Messbarkeit, Werbewirkung, Datenschutz und Big Data rücken damit immer mehr in den Mittelpunkt der werbungstreibenden Industrie. Wichtigste Treiber für diese Entwicklung sind innovative Werbeformate (z. B. im Bereich Bewegtbild, internetfähigem TV, Mobile und Audio Digital-Umfeldern) und verfeinerte Targeting-Optionen. Customer Tracking, Ad Währungen zur Bewertung von Online-Kontakten im Allgemeinen sowie Ad Visibility im Speziellen werden dabei von Werbungtreibenden als stark relevant bewertet. Darauf folgen automatisierter Handel, Datenschutz sowie OBA Initiative.

Wichtige Ereignisse und Maßnahmen

ad pepper media International N.V. hat auf Ihrer Hauptversammlung vom 14. Mai 2013 alle zu genehmigten Tagungsordnungspunkte verabschiedet

Die ordentliche Hauptversammlung am 14. Mai 2013 hat allen Tagesordnungspunkten mit 100 Prozent des anwesenden Grundkapitals zugestimmt. Neben der Feststellung des Jahresabschlusses 2012 standen die Wiederwahl von Michael Oschmann als Mitglied des Aufsichtsrates sowie die Ermächtigung zum Rückkauf eigener Aktien und die Wahl eines neuen Wirtschaftsprüfers auf der Tagesordnung.

ad pepper media übernimmt die Exklusiv-Vermarktung des Portals markt.de

markt.de zählt mit rund 44,5 Millionen Page Impressions (IVW: Mai 2013) zu einem der führenden Kleinanzeigenportale in Deutschland. Das Portal erreicht nach eigenen Angaben mit seiner E-Commerce Plattform monatlich 4,5 Millionen Unique User, die auf über 1.000 professionelle Online-Shops und zwei Millionen aktive Kleinanzeigen und Angebote zum Sofortkauf zugreifen können.

Durch den Vermarktungsvertrag mit markt.de erweitert ad pepper media sein Portfolio im Bereich virtueller Produkt- und Dienstleistersuche. Die Zahl der Unique User, die ad pepper media mit seinen Kampagnen erreichen kann, wächst somit auf rund 20 Millionen Unique Users an und gewinnt dadurch deutlich an Reichweite. Das Portal markt.de bildet zusammen mit weiteren Vermarktungs-Partnern in den Bereichen Preisvergleich, Dienstleistersuche ein sehr attraktives und reichweitenstarkes Werbeumfeld für Industriekunden und Markenartikler.

Diese Partnerschaft ist ein wichtiger Meilenstein im strategischen Ausbau des deutschen Portfolios.

Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Ertragslage

Die ad pepper media International N.V. konnte einen Umsatz von TEUR 25.144 in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres erzielen (1. Hj. 2012: TEUR 26.641). Dies entspricht einem Rückgang von 5,6 Prozent gegenüber der entsprechenden Vorjahresperiode. Während das Segment Webgains um TEUR 1.744 auf TEUR 12.173 bzw. 16,7 Prozent zulegen musste, musste das Segment ad pepper media einen Umsatzrückgang um TEUR 337 auf TEUR 9.725 bzw. 3,3 Prozent sowie das Segment ad agents einen Umsatzrückgang um TEUR 2.904 auf TEUR 3.246 bzw. 47,2 Prozent hinnehmen. Die Umsatzentwicklung bei ad agents ist auf die bereits in den vorangegangenen Quartalen beschriebene Umstellung des Geschäftsmodells zurückzuführen, wonach ein Großteil der Kunden von ad agents dazu bewegt werden konnten, reine Mediaumsätze im Bereich SEO und SEM direkt mit Google abzurechnen. Innerhalb des Segments ad pepper media waren es insbesondere Spanien und UK, die hinsichtlich des Umsatzes hinter den Vorjahreszahlen zurückblieben. Emediate, Globase und ad pepper media in Deutschland konnten dagegen zum Teil deutlich positive Umsatzimpulse verzeichnen. Das Bruttoergebnis vom Umsatz, unsere eigentlichen Kenn- und Steuerungsgröße, konnte leicht um TEUR 368 auf TEUR 11.097 bzw. um 3,4 Prozent gesteigert werden. (1. Hj 2012: TEUR 10.729). Die Bruttomarge ausgedrückt in Relation zum Umsatz erhöhte sich entsprechend von 40,3 auf 44,1 Prozent.

Darüber hinaus konnten die operativen Kosten um 1,3 Prozent bzw. um TEUR 160 auf TEUR 11.812 gesenkt werden (1. Hj 2012: TEUR 11.972).

Die Einstellung unseres operativen Geschäfts des Segments ad pepper media in den Niederlanden sowie weitere Personalanpassungsmaßnahmen in Dänemark führten zu Einmalbelastungen im zweiten Quartal in Höhe von insgesamt TEUR 354. Ohne diese Effekte wären die operativen Kosten deutlich um 4,2 Prozent bzw. um TEUR 514 auf TEUR 11.458 gesunken.

Dank des höheren Bruttoergebnisses bei gleichzeitig reduzierter Kostenbasis konnten sämtliche Profitabilitätskennziffern gegenüber der entsprechenden Vorjahresperiode verbessert werden. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) betrug für das erste Halbjahr 2013 TEUR -578 (1. Hj 2012: TEUR -1.012). Das Ergebnis vor

Zinsen und Steuern (EBIT) betrug TEUR -715 nach TEUR -1.243 im Vorjahreszeitraum. Das Ergebnis vor Steuern (EBT) betrug in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres TEUR -541 (1. Hj. 2012: TEUR -840). Das Periodenergebnis betrug TEUR -630 (1. Hj. 2012: TEUR -1.087).

Finanzlage

Der Brutto Cash-Flow betrug TEUR -528 (1. Hj. 2012: TEUR -981), während für den operativen Cash-Flow ein Wert von TEUR -1.348 nach TEUR -714 in den ersten sechs Monaten des Jahres 2012 verzeichnet wurde.

Der Netto-Cash-Flow aus Investitionstätigkeit betrug im ersten Halbjahr 2013 TEUR -369 (1. Hj. 2012: TEUR 1.777).

Der Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit betrug in den ersten sechs Monaten 2013 TEUR -95 nach TEUR -260 im entsprechenden Zeitraum des Vorjahres.

Vermögenslage

Die Bilanzsumme hat sich gegenüber der entsprechenden Vorjahresperiode um TEUR 5.082 auf TEUR 28.289 verringert (1. Hj. 2012: TEUR 33.371). Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen reduzierten sich dabei auf TEUR 5.787 (1. Hj. 2012: TEUR 7.461). Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sanken auf TEUR 6.369 (1. Hj. 2012: TEUR 7.220). Die liquiden Mittel (einschließlich Wertpapierbeständen zum beizulegenden Zeitwert sowie Termineinlagen) reduzierten sich gegenüber dem Stand zum 31. Dezember 2012 um TEUR 1.340 auf TEUR 14.409 (31.12.2012: TEUR 15.749). Zusätzlich hält ad pepper media 1.759.292 eigene Aktien. Bankverbindlichkeiten bestehen weiterhin nicht. Die Eigenkapitalquote beträgt 62,9 Prozent (30.06.2012: 68,5 Prozent).

Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten

Die ad pepper media verfügt mit der Emediate ApS und Crystal Semantics Ltd über Beteiligungen, die einen bedeutenden Teil der Entwicklungen für das Admin-Segment und das ad pepper media-Segment entweder selbst erstellt oder begleitend beauftragt haben. Im Segment Webgains finden die Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten dezentral innerhalb der Webgains Ltd selbst statt. Im Sinne einer konservativen Buchführung, werden die Entwicklungskosten der ad pepper media-Gruppe nicht als selbsterstellte Software aktiviert, sondern gänzlich im Aufwand erfasst.

Mitarbeiter

Per 30. Juni 2013 beschäftigte die ad pepper media-Gruppe 268 Mitarbeiter. Zum Ende des entsprechenden Vorjahreszeitraumes waren insgesamt 255 Mitarbeiter beschäftigt. Die Mitarbeiter der ad pepper media-Gruppe waren in folgenden Segmenten beschäftigt:

	<i>30. Juni 2013</i> <i>Anzahl</i>	<i>30. Juni 2012</i> <i>Anzahl</i>
<i>ad pepper media</i>	<i>116</i>	<i>118</i>
<i>Webgains</i>	<i>85</i>	<i>75</i>
<i>ad agents</i>	<i>50</i>	<i>43</i>
<i>Administration</i>	<i>17</i>	<i>19</i>

Risiko- und Chancenbericht

Gegenüber dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2012 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 2012.

Prognosebericht

Die Entwicklung des operativen Geschäftes der ad pepper media-Gruppe während der ersten sechs Monate des Geschäftsjahres verlief zufriedenstellend: Die Bruttomarge konnte um 3,4 Prozent gesteigert werden. Gleichzeitig sind wir kostenseitig schlanker in das Geschäftsjahr 2013 gestartet, wenngleich die Einmaleffekte im Zusammenhang mit der Einstellung unseres operativen Geschäftes in den Niederlanden sowie weiterer Personalanpassungsmaßnahmen das Ergebnis belastet haben. Die Kostenbasis wird sich aufgrund der vorgenannten Maßnahmen entsprechend reduzieren. Insgesamt gehen wir daher im Vergleich zum Vorjahr auch für das vor uns liegende Halbjahr von verbesserten Ergebnissen aus.

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, 05. August 2013
ad pepper media International N.V.

Dr. Ulrike Handel, Jens Körner

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (IFRS)

	Q2 2013	Q2 2012	01.01.2013- 30.06.2013	01.01.2012- 30.06.2012
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Umsatzerlöse	12.148	13.328	25.144	26.641
<i>Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen</i>	-6.792	-7.726	-14.047	-15.912
Bruttoergebnis vom Umsatz	5.356	5.602	11.097	10.729
<i>Vertriebskosten</i>	-3.907	-4.001	-7.738	-8.018
<i>Allgemeine und Verwaltungskosten</i>	-2.233	-2.210	-4.473	-4.309
<i>Sonstige betriebliche Erträge</i>	154	343	664	552
<i>Sonstige betriebliche Aufwendungen</i>	-152	-82	-265	-197
Ergebnis vor Zinsen und Steuern	-782	-348	-715	-1.243
<i>Finanzerträge</i>	153	85	220	437
<i>Finanzierungsaufwendungen</i>	-17	-26	-46	-34
Ergebnis vor Steuern	-646	-289	-541	-840
<i>Steuern vom Einkommen und vom Ertrag</i>	-27	-107	-89	-247
Periodenergebnis	-673	-396	-630	-1.087
<i>davon entfallen auf Anteilseigner des Mutterunternehmens</i>	-696	-441	-695	-1.191
<i>davon entfallen auf Minderheitsanteile</i>	23	45	65	104
<i>Ergebnis je Aktie (unverwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)</i>	-0,03	-0,02	-0,03	-0,06
<i>Ergebnis je Aktie (verwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)</i>	-0,03	-0,02	-0,03	-0,06
	Q2 2013	Q2 2012	1. Hj. 2013	1. Hj. 2012
	Stück	Stück	Stück	Stück
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	21.240.708	21.240.708	21.240.708	21.240.708
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (verwässert)	21.240.708	21.240.708	21.240.708	21.240.708

Konzern-Gesamterfolgsrechnung (IFRS)

	Q2 2013 TEUR	Q2 2012 TEUR	1. Hj. 2013 TEUR	1. Hj. 2012 TEUR
Periodenergebnis	-673	-396	-630	-1.087
Posten, die anschließend möglicherweise in den Gewinn oder Verlust umgliedert werden:				
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	-1	61	-40	31
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	0	-232	60	1.328
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen	21	283	53	133
Direkt im Eigenkapital verrechnete Ertragsteuern	0	0	0	0
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen	20	112	73	1.492
Gesamterfolg	-653	-284	-557	405
davon auf Minderheitsanteile entfallend	23	45	65	104
davon auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallend	-676	-329	-622	301

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 2013 TEUR			Q2 2012 TEUR			1. Hj. 2013 TEUR			1. Hj. 2012 TEUR		
	vor Ertrag- steuern	Ertrag- steuern	nach Ertrag- steuern	vor Ertrag- steuern	Ertrag- steuern	nach Ertrag- steuern	vor Ertrag- steuern	Ertrag- steuern	nach Ertrag- steuern	vor Ertrag- steuern	Ertrag- steuern	nach Ertrag- steuern
Unterschiede aus der Währungsumrechnung (inkl. Minderheitenanteile)	-1	0	-1	61	0	61	-40	0	-40	31	0	31
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	0	0	0	-232	0	-232	60	0	60	1.328	0	1.328
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen	21	0	21	283	0	283	53	0	53	133	0	133
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen	20	0	20	112	0	112	73	0	73	1.492	0	1.492

Konzern-Bilanz (IFRS)

Aktiva	30. Juni 2013	31. Dezember 2012
	TEUR	TEUR
Langfristige Vermögenswerte		
Firmenwerte	24	24
Immaterielle Vermögenswerte	46	62
Sachanlagen	377	435
Termineinlagen (>12 Monaten)	750	0
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Wertpapiere des Anlagevermögens	152	0
Zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere des Anlagevermögens	2.772	3.162
Andere finanzielle Vermögenswerte	6.094	6.056
Latente Steuern	98	99
Summe langfristige Vermögenswerte	10.313	9.838
Kurzfristige Vermögenswerte		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	5.787	8.353
Forderungen aus Ertragsteuern	631	758
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	519	403
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	304	178
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	10.735	12.587
Summe kurzfristige Vermögenswerte	17.976	22.279
Aktiva, gesamt	28.289	32.117

Konzern-Bilanz (IFRS)

<i>Passiva</i>	30. Juni 2013	31. Dezember 2012
	TEUR	TEUR
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital*	1.150	1.150
Kapitalrücklage	66.203	66.203
Eigene Anteile	-3.281	-3.281
Bilanzverlust	-46.449	-45.754
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	-65	-138
Summe	17.558	18.180
Minderheitsanteile	235	265
Summe Eigenkapital	17.793	18.445
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	6.369	8.073
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	394	1.141
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	3.475	4.334
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	258	124
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten	10.496	13.672
Summe Verbindlichkeiten	10.496	13.672
Passiva, gesamt	28.289	32.117

* 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 2013 21.240.708 (31. Dezember 2012: 21.240.708) Aktien im Umlauf befanden.

Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)

	01.01.2013-30.06.2013	01.01.2012-30.06.2012
	TEUR	TEUR
Periodenergebnis	-630	-1.087
Überleitung zwischen Periodenergebnis und Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit		
Abschreibungen	131	231
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Gegenständen des Anlagevermögens	-1	1
Aktienbasierte Vergütung	0	8
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Wertpapieren	-83	-6
Andere Finanzerträge und Finanzierungsaufwendungen	-91	-397
Steuerergebnis	89	247
Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge	57	22
Brutto-Cash-Flow	-528	-981
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.509	2.435
Veränderung anderer Aktiva	-275	109
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-1.704	-1.715
Veränderung anderer Verbindlichkeiten	-1.627	-563
Vereinnahmte Ertragsteuern	290	254
Gezahlte Ertragsteuern	-93	-421
Vereinnahmte Zinsen	198	211
Gezahlte Zinsen	-118	-43
Netto-Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit	-1.348	-714

Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)

	01.01.2013-30.06.2013	01.01.2012-30.06.2012
	TEUR	TEUR
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	-56	-219
Auszahlungen für den Erwerb von Anteilen an sonstigen Beteiligungen	0	-30
Auszahlungen für die Gewährung von Darlehen	-50	-350
Einzahlungen für die Veräußerung von sonstigen Beteiligungen	34	0
Einzahlungen aus der Tilgung gewährter Darlehen	30	16
Erlöse aus dem Verkauf/der Fälligkeit von Wertpapieren und Fälligkeit von Termineinlagen	7.734	3.476
Erwerb von Wertpapieren und Anlage in Termingelder	-8.061	-1.116
Netto-Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-369	1.777
Ausschüttung an Minderheiten	-95	-260
Netto-Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	-95	-260
Einfluss von Wechselkursänderungen auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-40	31
Zahlungswirksame Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-1.812	803
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres	12.587	9.778
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode	10.735	10.612

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung (IFRS)

	Stand 01. Januar 2012	Gesamt- erfolg	Aktien- basierte Vergütung	Erwerb eigener Anteile	Ausgabe eigener Anteile	Dividen- den	Stand 30. Juni 2012
Gezeichnetes Kapital							
Anzahl der Aktien	23.000.000						23.000.000
Gezeichnetes Kapital (TEUR)	1.150						1.150
Kapitalrücklage							
für Aktienoptionsprogramme (TEUR)	2.411		8				2.419
aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V. (TEUR)	63.782						63.782
Eigene Anteile							
Anzahl der Aktien	1.759.292						1.759.292
Rückkaufswert (TEUR)	-3.281						-3.281
Bilanzverlust (TEUR)	-40.481	-1.191					-41.672
Kumuliertes sonstiges Ergebnis							
Währungsdifferenzen (TEUR)	-1.369	31					-1.338
Marktbewertung von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren (TEUR)	-3.304	1.328					-1.976
Marktbewertung von zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen (TEUR)	3.409	133					3.542
Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)	22.317	301	8	0	0	0	22.626
Minderheitenanteile (TEUR)	395	104				-260	239
Eigenkapital (TEUR)	22.712	405	8	0	0	-260	22.865

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung (IFRS)

	Stand 01. Januar 2013	Gesamt- erfolg	Aktien- basierte Vergütung	Erwerb eigener Anteile	Ausgabe eigener Anteile	Dividen- den	Stand 30. Juni 2013
Gezeichnetes Kapital							
Anzahl der Aktien	23.000.000						23.000.000
Gezeichnetes Kapital (TEUR)	1.150						1.150
Kapitalrücklage							
für Aktienoptionsprogramme (TEUR)	2.421						2.421
aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V. (TEUR)	63.782						63.782
Eigene Anteile							
Anzahl der Aktien	1.759.292						1.759.292
Rückkaufswert (TEUR)	-3.281						-3.281
Bilanzverlust (TEUR)	-45.754	-695					-46.449
Kumuliertes sonstiges Ergebnis							
Währungsdifferenzen (TEUR)	-1.384	-40					-1.424
Marktbewertung von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren (TEUR)	-2.028	60					-1.968
Marktbewertung von zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen (TEUR)	3.274	53					3.327
Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)	18.180	-622	0	0	0	0	17.558
Minderheitenanteile (TEUR)	265	65				-95	235
Eigenkapital (TEUR)	18.445	-557	0	0	0	-95	17.793

Konzern-Anhang

Konzern-Segmentinformationen (IFRS)

1. Hj. 2013	ad pepper media TEUR	Webgains TEUR	ad agents TEUR	Admin TEUR	Konsoli- dierung TEUR	Konzern TEUR
Gesamtumsatz	9.751	12.182	3.247	308	-344	25.144
davon Umsatz mit Drittkunden	9.725	12.173	3.246	0	0	25.144
davon Intersegmentumsätze	26	9	1	308	-344	0
Aufwendungen und sonstige Erträge	-10.115	-12.447	-3.016	-589	308	-25.859
davon Abschreibungen	-59	-20	-31	-27	0	-137
davon andere nicht zahlungswirksame Erträge	0	0	2	0	0	2
davon andere nicht zahlungswirksame Aufwendungen	-60	-47	0	-7	-14	-128
EBITDA	-305	-245	261	-253	-36	-578
EBIT	-364	-265	230	-280	-36	-715
Finanzerträge	7	1	0	223	-11	220
Finanzierungsaufwendungen	-8	-3	0	-46	11	-46
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag						-89
Periodenergebnis						-630

1.Hj. 2012	<i>ad pepper media</i> TEUR	<i>Webgains</i> TEUR	<i>ad agents</i> TEUR	<i>Admin</i> TEUR	<i>Konsoli- dierung</i> TEUR	<i>Konzern</i> TEUR
Gesamtumsatz	10.125	10.517	6.150	254	-405	26.641
<i>davon Umsatz mit Drittkunden</i>	10.062	10.429	6.150	0	0	26.641
<i>davon Intersegmentumsätze</i>	63	88	0	254	-405	0
Aufwendungen und sonstige Erträge	-10.598	-10.587	-5.776	-1.177	254	-27.884
<i>davon Abschreibungen</i>	-67	-10	-28	-126	0	-231
<i>davon andere nicht zahlungswirksame Erträge</i>	0	0	0	0	0	0
<i>davon andere nicht zahlungswirksame Aufwendungen</i>	-4	-64	0	-36	-4	-108
EBITDA	-406	-60	402	-797	-151	-1.012
EBIT	-473	-70	374	-923	-151	-1.243
Finanzerträge	2	0	2	463	-30	437
Finanzierungsaufwendungen	-30	0	-5	-29	30	-34
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag						-247
Periodenergebnis						-1.087

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 2012 gelesen werden.

Der vorliegende Konzernzwischenabschluss zum 30. Juni 2013 wurde vom Vorstand am 05. August 2013 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 2012 erstellt wurde. Seitdem wurden folgende Standards und Interpretationen im Rahmen des Komitologieverfahrens übernommen:

Verbesserungen an den IFRS 2009-2011

Die Europäische Union hat im Amtsblatt vom 28. März 2013 die jährlichen Verbesserungen der International Financial Reporting Standards (Annual Improvements to IFRS) in EU-Recht übernommen.

Die Änderungen zu folgenden Standards sind verpflichtend für alle am oder nach dem 01. Januar 2013 beginnenden Geschäftsjahre anzuwenden:

- IFRS 1 „Erstmalige Anwendung der International Financial Reporting Standards“
- IAS 1 „Darstellung des Abschlusses“
- IAS 16 „Sachanlagen“
- IAS 32 „Finanzinstrumente“

- IAS 34 „Zwischenberichterstattung“

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

Änderungen an IFRS 10, 11 und 12

Die Europäische Union hat im Amtsblatt vom 05. April 2013 die Verordnung (EG) Nr. 313/2013 vom 04. April 2013 zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 1126/2008 betreffend die Übernahme bestimmter internationaler Rechnungslegungsstandards in Übereinstimmung mit der Verordnung (EG) Nr. 1606/2002 des Europäischen Parlaments und des Rates veröffentlicht. Diese Verordnung übernimmt Änderungen an IFRS 10 „Konzernabschlüsse“, IFRS 11 „Gemeinsame Vereinbarungen“ und IFRS 12 „Angaben zu Anteilen an anderen Unternehmen“, die vom IASB im Juni 2012 veröffentlicht wurden. Ziel der Änderung ist eine Klarstellung der Übergangsvorschriften in IFRS 10 sowie zusätzliche Erleichterungen beim Übergang auf IFRS 10, IFRS 11 und IFRS 12. So werden z. B. angepasste Vergleichsinformationen lediglich für die vorhergehende Vergleichsperiode verlangt und es entfällt die Pflicht zur Angabe von Vergleichsinformationen zu nicht konsolidierten strukturierten Unternehmen (structured entities) für Perioden, die vor der Erstanwendung von IFRS 12 liegen. Zusätzlich stellt Artikel 1 der Verordnung klar, dass für die EU-IFRS-Anwender Verweise auf IFRS 9, die in den Änderungen in IFRS 11 enthalten sind, als Verweise auf IAS 39 Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung verstanden werden sollen, da IFRS 9 bislang nicht von der Europäischen Union übernommen wurde. Die Änderungen sind spätestens mit Beginn des ersten am oder nach dem 1. Januar 2014 beginnenden Geschäftsjahres anzuwenden; eine freiwillige frühere Anwendung ist damit zulässig.

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

3. Konsolidierungskreis

Im Einzelnen sind folgende Gesellschaften im Konzernabschluss einbezogen:

Gesellschaft	30.06. 2013 Prozent	31.12. 2012 Prozent
<i>ad pepper media GmbH, Nürnberg, Deutschland</i>	100	100
<i>ad pepper media Benelux B.V., Amsterdam, Niederlande</i>	100	100
<i>ad pepper media Sweden AB, Stockholm, Schweden</i>	100	100
<i>ad pepper media Denmark A/S, Kopenhagen, Dänemark</i>	100	100
<i>ad pepper media UK Ltd, London, Vereinigtes Königreich</i>	100	100
<i>ad pepper media France S.A.R.L., Paris, Frankreich</i>	100	100
<i>ad pepper media Spain S.A., Madrid, Spanien</i>	100	100
<i>ad pepper media USA LLC, New York, USA</i>	100	100
<i>Web Measurement Services B.V., Amsterdam, Niederlande</i>	100**	100
<i>Crystal Semantics Ltd, London, Vereinigtes Königreich</i>	100	100
<i>Webgains Ltd, London, Vereinigtes Königreich</i>	100	100
<i>ad pepper media SA, Küssnacht am Rigi, Schweiz</i>	100*	100
<i>Globase International ApS, Kopenhagen, Dänemark</i>	100	100
<i>Emediate ApS, Kopenhagen, Dänemark</i>	100	100
<i>EMSEAS TEKNIK AB, Stockholm, Schweden</i>	100	100
<i>ad agents GmbH, Herrenberg, Deutschland</i>	60	60

* in Liquidation

** liquidiert mit Wirkung zum 31. Oktober 2012 am 17. Januar 2013

Die Emediate ApS eröffnete am 14. Februar 2013 eine Zweigniederlassung in Oslo, Norwegen, die Emediate Norway NUF.

ad pepper media International N.V. hält 20 Prozent an der Socialtize LLC. Die Socialtize 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 wurde zum 31. Dezember 2012 voll wertgemindert.

ad pepper media International N.V. hält 49,5 Prozent an der Videovalis GmbH. Die Videovalis GmbH wird nicht „at equity“ in den Konzernabschluss einbezogen, da nach den Regelungen der Satzung für ad pepper media kein maßgeblicher Einfluss vorliegt. Die Beteiligung wird daher weiterhin zu Anschaffungskosten bilanziert.

ad pepper media USA LLC beteiligte sich mit Wirkung zum 1. April 2012 an React2Media zu 15 Prozent. Anfang Januar 2013 verkaufte die ad pepper media USA LLC die Beteiligung an React2Media zurück.

4. 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 Handel von Wertpapieren in Höhe von TEUR 80 (1. Hj. 2012: TEUR 6) sowie unrealisierte Netto-Bewertungsgewinne in Höhe von TEUR 0 (1. Hj. 2012: TEUR 215) enthalten. Anfang Januar 2013 verkaufte die ad pepper media USA LLC die Beteiligung an React2Media zurück zu einem Kaufpreis von TUSD 170, was einem Gewinn von TUSD 130 entspricht.

Das Steuerergebnis resultiert aus der Bildung laufender Steuerabgrenzungen für profitable Gesellschaften.

In der Berichtsperiode ergaben sich folgende wesentliche Auswirkungen auf die Bilanz:

Bei dem Verkauf der Beteiligung React2Media in Höhe von TUSD 170 wurde Ratenzahlung vereinbart. Die ad pepper media USA LLC hat hieraus Forderungen in Höhe von TUSD 125 per 30. Juni 2013. Der Stand des im März 2012 gewährten Darlehens an die React2Media beträgt TUSD 103 am 30. Juni 2013.

Die sonstigen Verbindlichkeiten verminderten sich im Vergleich zum 31. Dezember 2012 um TEUR 1.606 (im Wesentlichen: Bezahlung von Lohnsteuerverbindlichkeiten und Boni sowie Verminderung des Umsatzsteuerersaldos).

5. 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 2012 beschriebenen Konzernbilanzierungsrichtlinien. Das Segmentergebnis wird als das je Segment verdiente EBIT und EBITDA ohne Differenzen zu den IFRS dargestellt. Das so ermittelte Segmentergebnis wird dem Hauptentscheidungsträger des Unternehmens im Hinblick auf Entscheidungen über die Verteilung von Ressourcen zu dem jeweiligen Segment und der Bewertung seiner Ertragskraft berichtet. Die Grundlage der Rechnungslegung für Intersegment-Transaktionen ist das „Dealing at arm's length“-Prinzip.

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 Ertragssteuerforderungen beinhalten:

	Umsatz mit Drittkunden		Langfristige Vermögenswerte	
	<i>1. Hj 2013</i>	<i>1. Hj 2012</i>	<i>30.06. 2013</i>	<i>30.06. 2012</i>
	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>
<i>Niederlande</i>	<i>195</i>	<i>553</i>	<i>11</i>	<i>13</i>
<i>Deutschland</i>	<i>8.467</i>	<i>11.157</i>	<i>242</i>	<i>406</i>
<i>Skandinavien</i>	<i>4.357</i>	<i>3.644</i>	<i>136</i>	<i>145</i>
<i>Vereinigtes Königreich</i>	<i>8.737</i>	<i>7.522</i>	<i>51</i>	<i>75</i>
<i>Sonstige</i>	<i>3.388</i>	<i>3.765</i>	<i>7</i>	<i>12</i>
Summe	25.144	26.641	447	651

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

6. Eigene Anteile

Erwerb eigener Aktien

Mit Hauptversammlungsbeschluss vom 14. Mai 2013 sowie 15. Mai 2012 wurde der Vorstand zum Rückkauf eigener Aktien von bis zu 50 Prozent des Stammkapitals innerhalb der nächsten 18 Monate ermächtigt.

Per 30. Juni 2013 hält die ad pepper media International N.V. 1.759.292 eigene Aktien (30. Juni 2012: 1.759.292) mit einem Nennwert von je EUR 0,05, was 7,65 Prozent (30. Juni 2012: 7,65 Prozent) des Grundkapitals entspricht.

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

Veräußerung eigener Aktien

Es wurden keine Anteile im ersten Halbjahr 2013 veräußert (1. Hj. 2012: 0). Es wurden ebenfalls keine Anteile im Rahmen der Mitarbeiter-Optionsprogramme veräußert oder ein Barausgleich für bereits erdiente Aktienoptionen vorgenommen (1. Hj. 2012: 0).

Zahl der ausgegebenen Aktien

Die Zahl der ausgegebenen und im Umlauf befindlichen Aktien beläuft sich nach Abzug eigener Aktien zum 30. Juni 2013 auf 21.240.708 Stück (30.06.2012: 21.240.708 Stück). Der Nennbetrag je Aktie beträgt EUR 0,05.

7. Saisoneinflüsse auf die Geschäftstätigkeit

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

8. Veränderung innerhalb der Organe

Am 20. März 2013 fand eine außerordentliche Hauptversammlung statt, bei der Frau Dr. Ulrike Handel als Vorstandsvorsitzende und Chief Executive Officer (CEO) der ad pepper media International N.V. bestellt wurde. Bis zu diesem Zeitpunkt war sie seit Mai 2012 Mitglied des Aufsichtsrats. Des Weiteren wurden an der außerordentlichen Hauptversammlung folgende drei neue Aufsichtsratsmitglieder ernannt: Herr Thomas Bauer, Frau Eun-Kyung Park sowie Herr Dr. Stephan Roppel.

9. Aktien und Bezugsrechte der Organe

Zum 30. Juni 2013 waren insgesamt 802.700 Optionen im Rahmen von Optionsprogrammen ausgegeben. Das Bezugsverhältnis beträgt eine Aktie je Optionsrecht. Der Bezugspreis liegt zwischen EUR 0,665 und EUR 3,795.

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 30.06.2013	Optionen zum 30.06.2013
Vorstand		
<i>Dr. Ulrike Handel (seit 20. März 2013)</i>	0	0
<i>Jens Körner</i>	0	0
Ehemaliger Vorstand		389.500
Aufsichtsrat		
<i>Michael Oschmann</i>	0	0
<i>Thomas Bauer (seit 20. März 2013)</i>	0	0
<i>Eun-Kyung Park (seit 20. März 2013)</i>	0	0
<i>Dr. Stephan Roppel (seit 20. März 2013)</i>	0	0
<i>Dr. Ulrike Handel (bis 19. März 2013)</i>	0	0
Unter maßgeblichem Einfluss stehende Unternehmen		
<i>EMA B.V.</i>	9.486.402	0
<i>Euro Serve Media GmbH</i>	436.963	0
Mitarbeiter		413.200

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

Beziehungen zwischen der Muttergesellschaft und Beteiligungsgesellschaften

ad pepper media International N.V. gewährte im ersten halben Jahr 2013 Darlehen in Höhe von TEUR 50 der Videovalis GmbH.

Beziehungen zwischen Töchtergesellschaften und Beteiligungsgesellschaften

Die Emediate ApS liefert Ad Serving-Leistungen an Brand Affinity Technologies Inc. über TUSD 85 in den ersten beiden Quartalen 2013.

Die Geschäfte mit nahe stehenden Unternehmen und Personen haben sich ansonsten im Vergleich zum Jahr 2012 nicht wesentlich verändert.

11. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Bis zum Tage der Freigabe zur Veröffentlichung sind keine Ereignisse eingetreten, welche die dargestellte Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zum 30. Juni 2013 in wesentlichem Umfang beeinflusst hätten.

Amsterdam/Nürnberg, den 05. August 2013

Dr. Ulrike Handel, Jens Körner

Finanzkalender

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

Finanzkalender

<i>Quartalsbericht II/2013</i>	<i>16. August 2013</i>
<i>Quartalsbericht III/2013</i>	<i>7. November 2013</i>
<i>Hauptversammlung 2014 (Amsterdam, Niederlande)</i>	<i>13. Mai 2014</i>

Kontakt

Investorenkontakt

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

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

Impressum

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

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

Aktiengesellschaft (N.V.)
Sitz Amsterdam, Niederlande
Zweigniederlassung Nürnberg

Prime Standard, Frankfurt,
ISIN: NL0000238145
HRB Nürnberg 17591
Ust-ID-Nr: DE 210757424

Vorstände:
Dr. Ulrike Handel, CEO (seit 20. März 2013)
Jens Körner, CFO

Gern senden wir Ihnen den Geschäftsbericht 2012 bzw. den Konzernzwischenabschluss 2013 in Deutsch oder Englisch zu.
Alternativ finden Sie unsere veröffentlichten Berichte als PDF-Datei auf www.adpepper.com unter:
Investor Relations/News & Publikationen/Berichte und Präsentationen.

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

www.adpepper.com