



***Ungeprüfter verkürzter Konzernzwischenabschluss  
zum 30. Juni 2014***

## Ausgewählte Konzernkennzahlen

	01.04.- 30.06. 2014	01.04.- 30.06. 2013	Verän- derung	01.01.- 30.06. 2014	01.01.- 30.06. 2013	Verän- derung
	TEUR	TEUR	Prozent	TEUR	TEUR	Prozent
Netto- umsatz	10.672	12.148	-12,2	22.251	25.144	-11,5
Brutto- marge	3.722	5.356	-30,5	7.860	11.097	-29,2
EBIT	-1.250	-782	59,8	-2.241	-715	>100,0
Perioden- ergebnis	-1.130	-673	67,9	-1.820	-630	>100,0
Ergebnis pro Aktie in EUR (unver- wässert)	-0,05	-0,03	66,7	-0,08	-0,03	>100,0
				30.06. 2014	31.12. 2013	Verän- derung
				TEUR	TEUR	Prozent
Liquide Mittel*				19.220	21.702	-11,4
Eigen- kapital				22.948	24.575	-6,6
Bilanz- summe				32.540	36.262	-10,3
Anzahl der Mitar- beiter				238	228	4,4

\* einschließlich Wertpapierbestände zum beizulegenden Zeitwert

- Globase launcht neue Online-Marketing-Plattform
- ad pepper media Deutschland bündelt sein Vermarktungs-geschäft in einer neuen Unit unter der Marke mediasquares
- Heike Lorenz zum Chief Marketing Officer von ad pepper media International N.V. berufen
- ad pepper media International N.V. hat auf ihrer Hauptversammlung vom 13. Mai 2014 alle Tagungsordnungs-punkte einstimmig verabschiedet

**6 Die ad pepper media-Aktie**

**8 Konzernzwischenlagebericht**

- 8 Struktur der ad pepper media-Gruppe
- 10 Allgemeine Informationen zum Lagebericht
- 12 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
- 14 Highlights
- 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
- 30 Konzern-Bilanz
- 34 Konzern-Kapitalflussrechnung
- 38 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 42 Konzern-Anhang

**54 Weitere Informationen**

- 54 Finanzkalender/Kontakt
- 55 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. 2014	1. Hj. 2013
XETRA Schlusskurs am Periodenende in EUR	0,96	0,85
Höchstkurs in EUR	1,42	1,05
Tiefstkurs in EUR	0,90	0,80
Marktkapitalisierung am Periodenende in EUR	22,1 Mio.	19,6 Mio.
Durchschnittliches Handels- volumen pro Tag in Stück (XETRA)	28.102	20.455
Ergebnis je Aktie (unverwässert) in EUR	-0,08	-0,03
Net Cash per Share* in EUR	0,84	0,63

### Aktienkursentwicklung der letzten 12 Monate (Xetra)



### Aktionärsstruktur per 30. Juni 2014

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
Dieter Koppitz	699.338	3,04
Euro Serve Media GmbH	436.963	1,90
<b>Zwischensumme</b>	<b>13.545.496</b>	<b>58,90</b>
Freefloat	9.454.504	41,10
<b>Summe</b>	<b>23.000.000</b>	<b>100,00</b>

\* ((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 10 Gesellschaften in sechs 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. Die wesentlichen Produkte sind: iSense, SiteScreen, iLead, iClick und mailpepper.

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.

### **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 (Merchants) 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 Voucher Management Tool, Multiple Datafeeds, Page Peel und Mobile Tracking.

### **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 2013 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

Die Weltbank erwartet ein Wachstum der Weltwirtschaft in diesem Jahr voraussichtlich von 2,8 Prozent. Im Januar war sie noch von 3,2 Prozent ausgegangen. Zu Jahresbeginn belasteten die Ukraine-Krise und der ungewöhnlich harte Winter in den USA die Konjunktur.

Sorgen bereitet der Weltbank die anhaltende Konjunkturschwäche in den Entwicklungs- und Schwellenländern. Das Wachstum in diesen Staaten werde in diesem Jahr bereits zum dritten Mal in Folge insgesamt unter fünf Prozent bleiben, heißt es in dem Bericht.

Ferner teilte die Organisation in Washington mit, dass sich die Konjunktur laut der Weltbank in der Eurozone deutlich besser als bisher angenommen entwickeln dürfte. Während die Wachstumsrate wie bislang angenommen in diesem Jahr bei 1,1 Prozent liegen soll, steigt sie demnach 2015 auf 1,8 Prozent und 2016 auf 1,9 Prozent. Bisher lagen die Prognosen bei 1,4 und 1,5 Prozent.

Für 2015 und 2016 geht die Weltbank unverändert von einem Wachstum der Weltwirtschaft um 3,4 beziehungsweise 3,5 Prozent aus. Bereits in diesem Jahr soll die Weltkonjunktur Fahrt aufnehmen. Eine wichtige Rolle spielten dabei die wohlhabeneren Länder, die sich wirtschaftlich weiter erholten.

### Werbemarkt

Im Blick auf die gesamte Werbewirtschaft erwartet der ZAW (Zentralverband der Werbewirtschaft) für 2014 ein Plus von 2 Prozent bei den Investitionen in Werbung. Insgesamt sind die Investitionen in Werbung seit einigen Jahren stagnierend, doch die Zuwächse im Digitalgeschäft tragen zu diesem Plus bei. Die Struktur der Werbeträger verändert sich nach wie vor, hin zu steigenden Marktanteilen im Bereich der digitalen Werbung, was die Umbrüche in der Medienlandschaft spiegelt. Wichtig ist jedoch, dass der Aufschwung von geeigneten wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen in Europa begleitet wird, d.h. dass die aktuelle politische Diskussion um werbewirtschaftliche Beschränkungen (v.a. im Bereich der Werbung für Lebensmittel und alkoholhaltige Getränke) den Markt in seiner Funktionsfähigkeit nicht spürbar einschränkt.\*

Speziell im Online-Werbemarkt mit Fokus auf das Segment Online-Display-Werbung in Deutschland lässt sich bezüglich der Netto-Werbeumsätze auf Basis von Vermarkter-Meldungen für 2014 eine Wachstumsprognose von 8,4 Prozent feststellen mit einem Gesamtvolumen von EUR 1,43 Mrd. netto. Damit erreicht der Online-Display-Markt einen neuen Höchstwert. Treiber des Wachstums sind Mobile- und Bewegtbildwerbung. Bereits in 2013 wuchs der Bereich Mobile um insgesamt 67 Prozent auf EUR 65 Mio. netto und für 2014 wird erneut eine Wachstumsprognose von 65 Prozent ausgegeben. Mobile ist damit der am stärksten wachsende Bereich im Vermarktungssegment. \*\*

Der Bereich Affiliate Marketing hat sich in den letzten Jahren zu einem festen Bestandteil im Online-Marketing-Mix entwickelt. Performancebasierte Bezahlmuster erfahren nach wie vor eine steigende Nachfrage. \*\*\*

Nimmt man den U.S. Markt als Indikator für die globale Entwicklung, so ist Search Advertising mit 43 Prozent am Gesamtumsatz nach wie vor der größte und umsatzstärkste Zweig in der Online-Werbung. Auch in diesem Markt ist Mobile Wachstumstreiber und wächst gemäß der neuesten Zahlen des Branchenverbandes IAB Internet Advertising Bureau und PwC überproportional mit einer Steigerung seines Marktanteils von 9 Prozent in 2012 auf 17 Prozent in 2013. \*\*\*\*

\* Quelle: <http://www.zaw.de/index.php?menuid=98&reporeid=893>

\*\* Quelle: OVK Report 2014/01

\*\*\* Quelle: <http://performancein.com/news/2014/04/07/affiliate-marketing-stagnating-germany/>

\*\*\*\* Quelle: [http://www.iab.net/about\\_the\\_iab/recent\\_press\\_releases/press\\_release\\_archive/press\\_release/pr-041014](http://www.iab.net/about_the_iab/recent_press_releases/press_release_archive/press_release/pr-041014)

## **Highlights**

### ***Globase launcht neue Online-Marketing-Plattform***

Am 1. April launcht Globase eine neue Version seiner Online-Marketing-Plattform. Die Kerntechnologien wurden erweitert und überarbeitet und bieten den Kunden über ein Komponenten-Framework mehr Flexibilität. Eine verbesserte Usability und moderneres Design erlauben den Kunden eine einfachere Handhabung.

### ***ad pepper media Deutschland bündelt sein Vermarktungsgeschäft in einer neuen Unit unter der Marke mediasquares***

ad pepper media teilt das Deutschlandgeschäft in zwei getrennte Geschäftsbereiche und schärft die Profile. Die gesamte Website-Vermarktung findet unter der Marke mediasquares statt. ad pepper media ist und bleibt Performance-Spezialist. Mit Einführung der Marke mediasquares wird die Positionierung als unabhängiger Spezialvermarkter im Bereich der Produkt- und Dienstleistersuche gestärkt.

### ***Heike Lorenz zum Chief Marketing Officer von ad pepper media International N.V. berufen***

Seit dem 1. April verantwortet Heike Lorenz das Marketing sowie die interne und externe Unternehmenskommunikation der ad pepper media-Gruppe.

### ***ad pepper media International N.V. hat auf ihrer Hauptversammlung alle Tagungsordnungspunkte einstimmig verabschiedet***

Die ordentliche Hauptversammlung am 13. Mai 2014 hat allen Tagesordnungspunkten mit 100 Prozent des anwesenden Grundkapitals zugestimmt. Neben der Feststellung des Jahresabschlusses 2013 stand u. a. die Genehmigung des Stock Option Plans sowie die Ermächtigung zum Rückkauf eigener Aktien auf der Tagesordnung.

## Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

### Ertragslage

ad pepper media International N.V. ist mit einem Umsatz im ersten Halbjahr 2014 in Höhe von TEUR 22.251 gestartet. Dies entspricht einem deutlichen Minus gegenüber der entsprechenden Vorjahresperiode um 11,5 Prozent (1. Hj. 2013: TEUR 25.144). Während das Segment Webgains um TEUR 1.991 auf TEUR 14.164 bzw. 16,4 Prozent und das Segment ad agents um TEUR 244 auf TEUR 3.490 bzw. 7,5 Prozent gewachsen ist, musste das Segment ad pepper media erneut einen Umsatzrückgang von TEUR 5.127 (52,7 Prozent) hinnehmen. Die Umsatzeinbußen im Bereich ad pepper media sind insbesondere auf einen noch unbefriedigenden Verlauf des operativen Geschäfts in Deutschland zurückzuführen, während sich Spanien und Großbritannien erfreulich entwickelten. In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass die Umsätze des Vorjahreszeitraumes noch Anteile von zwischenzeitlich veräußerten und/oder eingestellten Aktivitäten enthalten (Emediate ApS, Crystal Semantics Ltd, ad pepper media BeNeLux). Auf vergleichbarer Basis, also ohne diesen Effekt, hätte die Gruppe ein Umsatzplus von 1,6 Prozent verzeichnet, das Umsatzminus des Segments ad pepper media hätte bei 29,1 Prozent gelegen.

Das Bruttoergebnis, unsere eigentlichen Kenn- und Steuerungsgröße, verzeichnete ebenfalls einen signifikanten Rückgang um TEUR 3.237 auf TEUR 7.860 bzw. um 29,2 Prozent. Die Bruttomarge ausgedrückt in Relation zum Umsatz reduzierte sich von 44,1 Prozent auf 35,3 Prozent. Hauptgrund für den starken Rückgang sind die bereits oben erwähnten in 2013 veräußerten bzw. eingestellten Aktivitäten der ad pepper media-Gruppe, die, sofern man diese Effekte neutralisierte, zu einem bereinigten Minus des Bruttoergebnisses von 8,8 Prozent geführt hätten. Dieser „pro forma“ Rückgang der Bruttomarge ist wiederum – analog zur Umsatzentwicklung – im Wesentlichen auf ein unter den Erwartungen gebliebenes Geschäft des Segments ad pepper media in Deutschland zurückzuführen.

Die operativen Kosten sanken dagegen deutlich um 14,5 Prozent bzw. um TEUR 1.712 auf TEUR 10.100. Die Kostenreduktion ist im Wesentlichen auf die bereits erwähnten Entkonsolidierungseffekte zurückzuführen.

Aufgrund des im Vergleich zur Kostenreduzierung überproportionalen Rückganges des Bruttoergebnisses, lagen sämtliche Profitabilitätskenn-

ziffern unterhalb des entsprechenden Vorjahresniveaus. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) betrug für das erste Halbjahr 2014 TEUR -2.133 (1. Hj. 2013: TEUR -578). Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) betrug TEUR -2.241 nach TEUR -715 im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Das Ergebnis vor Steuern (EBT) betrug in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres TEUR -1.813 (1. Hj. 2013: TEUR -541). Das Periodenergebnis betrug TEUR -1.820 (1. Hj. 2013: TEUR -630).

### Finanzlage

Der Brutto Cash-Flow betrug TEUR -2.103 (1. Hj. 2013: TEUR -528), während für den operativen Cash-Flow ein Wert von TEUR -2.778 nach TEUR -1.348 in den ersten sechs Monaten des Jahres 2013 verzeichnet wurde. Der Netto Cash-Flow aus Investitionstätigkeit betrug im ersten Halbjahr 2014 TEUR 2.960 (1. Hj. 2013: TEUR -369). Der Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit betrug in den ersten sechs Monaten 2014 TEUR 0 nach TEUR -95 im entsprechenden Zeitraum des Vorjahres.

### Vermögenslage

Die Bilanzsumme hat sich gegenüber dem 31. Dezember 2013 um TEUR 3.722 auf TEUR 32.540 reduziert. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sanken dabei auf TEUR 5.588 (31.12.2013: TEUR 7.071). Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sanken auf TEUR 6.924 (31.12.2013: TEUR 7.962). Die liquiden Mittel (einschließlich Wertpapierbeständen zum beizulegenden Zeitwert) reduzierten sich gegenüber dem Stand zum 31. Dezember 2013 um TEUR 2.482 auf TEUR 19.220 (31.12.2013: TEUR 21.702). Zusätzlich hält ad pepper media 1.759.292 eigene Aktien. Bankverbindlichkeiten bestehen weiterhin nicht. Die Eigenkapitalquote erhöhte sich auf 70,5 Prozent (31.12.2013: 67,8 Prozent).

## Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten

Schwerpunkt der Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten liegt in der ad pepper media International N.V. selbst (am Standort Hamburg). Hier wird ein bedeutender Teil der Entwicklungen für das Admin- und ad pepper media-Segment entweder selbst erstellt oder begleitend beauftragt. Im Segment Webgains finden die Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten dezentral innerhalb der Webgains Ltd statt.

## Mitarbeiter

Per 30. Juni 2014 beschäftigte die ad pepper media-Gruppe 238 Mitarbeiter. Zum Ende des entsprechenden Vorjahreszeitraumes waren insgesamt 268 Mitarbeiter beschäftigt.

Die Mitarbeiter der ad pepper media-Gruppe waren in folgenden Segmenten beschäftigt:

	<i>30. Juni 2014</i> <i>Anzahl</i>	<i>30. Juni 2013</i> <i>Anzahl</i>
<i>ad pepper media</i>	<i>67</i>	<i>116</i>
<i>Webgains</i>	<i>95</i>	<i>85</i>
<i>ad agents</i>	<i>56</i>	<i>50</i>
<i>Administration</i>	<i>20</i>	<i>17</i>

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

Gegenüber dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2013 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 2013.

### ***Prognosebericht***

Die Entwicklung des operativen Geschäftes der ad pepper media-Gruppe blieb während der ersten sechs Monate des Geschäftsjahres hinter den eigenen Erwartungen zurück. In den vor uns liegenden zwei Quartalen gilt es, die neuen Produktentwicklungsansätze, die sich bereits in den Kosten, aber noch nicht in den Umsätzen niederschlagen, konsequent weiterzuverfolgen sowie das operative Geschäft des Segments ad pepper media – insbesondere in Deutschland – auf eine neue Basis zu stellen. Inwiefern und in welcher Höhe sich die neuen, u.a. im Bereich datengetriebene Geschäftsmodelle angesiedelten Ansätze auf den Umsatz und die Bruttomarge des zweiten Halbjahres 2014 auswirken werden, lässt sich aus heutiger Sicht nicht seriös beantworten. Erfahrungsgemäß wird jedoch ein wesentlicher Teil des Umsatzes der ad pepper media-Gruppe traditionell im vierten Quartal generiert.

***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, 24. Juli 2014  
ad pepper media International N.V.

Dr. Ulrike Handel, Dr. Jens Körner

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

	Q2 2014	Q2 2013	01.01.2014- 30.06.2014	01.01.2013- 30.06.2013
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>10.672</b>	<b>12.148</b>	<b>22.251</b>	<b>25.144</b>
<i>Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen</i>	-6.950	-6.792	-14.391	-14.047
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>3.722</b>	<b>5.356</b>	<b>7.860</b>	<b>11.097</b>
<i>Vertriebskosten</i>	-3.060	-3.907	-6.351	-7.738
<i>Allgemeine und Verwaltungskosten</i>	-1.924	-2.233	-3.822	-4.473
<i>Sonstige betriebliche Erträge</i>	259	154	524	664
<i>Sonstige betriebliche Aufwendungen</i>	-247	-152	-452	-265
<b>Ergebnis vor Zinsen und Steuern</b>	<b>-1.250</b>	<b>-782</b>	<b>-2.241</b>	<b>-715</b>
<i>Finanzerträge</i>	154	153	480	220
<i>Finanzaufwendungen</i>	-31	-17	-52	-46
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>-1.127</b>	<b>-646</b>	<b>-1.813</b>	<b>-541</b>
<i>Steuern vom Einkommen und vom Ertrag</i>	-3	-27	-7	-89
<b>Periodenergebnis</b>	<b>-1.130</b>	<b>-673</b>	<b>-1.820</b>	<b>-630</b>
<i>davon entfallen auf Anteilseigner des Mutterunternehmens</i>	-1.163	-696	-1.856	-695
<i>davon entfallen auf nicht beherrschende Anteile</i>	33	23	36	65
<i>Ergebnis je Aktie (unverwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)</i>	-0,05	-0,03	-0,08	-0,03
<i>Ergebnis je Aktie (verwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)</i>	-0,05	-0,03	-0,08	-0,03
	Q2 2014	Q2 2013	1. Hj. 2014	1. Hj. 2013
	Stück	Stück	Stück	Stück
<b>Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)</b>	<b>21.240.708</b>	<b>21.240.708</b>	<b>21.240.708</b>	<b>21.240.708</b>
<b>Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (verwässert)</b>	<b>21.480.913</b>	<b>21.240.708</b>	<b>21.583.617</b>	<b>21.240.708</b>

**Konzern-Gesamterfolgsrechnung (IFRS)**

	Q2 2014	Q2 2013	1. Hj. 2014	1. Hj. 2013
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
<b>Periodenergebnis</b>	<b>-1.130</b>	<b>-673</b>	<b>-1.820</b>	<b>-630</b>
<b>Posten, die anschließend möglicherweise in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden:</b>				
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	22	-1	28	-40
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	11	0	253	60
Realisierte Gewinne aus von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	-46	0	-244	0
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen in Eigenkapitalinstrumente	43	21	51	53
Direkt im Eigenkapital verrechnete Ertragsteuern	0	0	0	0
<b>Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen nach Ertragsteuern</b>	<b>30</b>	<b>20</b>	<b>88</b>	<b>73</b>
<b>Gesamterfolg</b>	<b>-1.100</b>	<b>-653</b>	<b>-1.732</b>	<b>-557</b>
davon auf nicht beherrschende Anteile entfallend	33	23	36	65
davon auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallend	-1.133	-676	-1.768	-622

### 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 2014			Q2 2013			1. Hj. 2014			1. Hj. 2013		
	TEUR			TEUR			TEUR			TEUR		
	vor Ertragsteuern	Ertragsteuern	nach Ertragsteuern									
<i>Unterschiede aus der Währungsumrechnung (inkl. nicht beherrschende Anteile)</i>	22	0	22	-1	0	-1	28	0	28	-40	0	-40
<i>Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren</i>	11	0	11	0	0	0	253	0	253	60	0	60
<i>Realisierte Gewinne aus von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren</i>	-46	0	-46	0	0	0	-244	0	-244	0	0	0
<i>Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen</i>	43	0	43	21	0	21	51	0	51	53	0	53
<b><i>Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen</i></b>	<b>30</b>	<b>0</b>	<b>30</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>88</b>	<b>0</b>	<b>88</b>	<b>73</b>	<b>0</b>	<b>73</b>

**Konzern-Bilanz (IFRS)**

<b>Aktiva</b>	<b>30. Juni 2014</b>	<b>31. Dezember 2013</b>
	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>		
Firmenwerte	24	24
Immaterielle Vermögenswerte	297	261
Sachanlagen	243	221
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Wertpapiere des Anlagevermögens	3.361	3.490
Zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere des Anlagevermögens	2.763	5.326
Zur Veräußerung verfügbare Beteiligungen in Eigenkapitalinstrumente	4.554	4.503
Andere finanzielle Vermögenswerte	1.752	1.630
Latente Steuern	37	35
<b>Summe langfristige Vermögenswerte</b>	<b>13.031</b>	<b>15.490</b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	5.588	7.071
Forderungen aus Ertragsteuern	227	187
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	455	428
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	143	200
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	13.096	12.886
<b>Summe kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>19.509</b>	<b>20.772</b>
<b>Aktiva, gesamt</b>	<b>32.540</b>	<b>36.262</b>

**Konzern-Bilanz (IFRS)**

<i>Passiva</i>	30. Juni 2014	31. Dezember 2013
	TEUR	TEUR
<b>Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital*	1.150	1.150
Kapitalrücklage	66.309	66.254
Eigene Anteile	-3.281	-3.281
Bilanzverlust	-42.642	-40.786
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	1.090	1.002
<b>Summe</b>	<b>22.626</b>	<b>24.339</b>
Nicht beherrschende Anteile	322	236
<b>Summe Eigenkapital</b>	<b>22.948</b>	<b>24.575</b>
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	6.924	7.962
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	429	721
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2.163	2.869
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	76	135
<b>Summe kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>9.592</b>	<b>11.687</b>
<b>Summe Verbindlichkeiten</b>	<b>9.592</b>	<b>11.687</b>
<b>Passiva, gesamt</b>	<b>32.540</b>	<b>36.262</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 2014 21.240.708 (31. Dezember 2013: 21.240.708) Aktien im Umlauf befanden.

**Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)**

	01.01.2014-30.06.2014	01.01.2013-30.06.2013
	TEUR	TEUR
<b>Periodenergebnis</b>	<b>-1.820</b>	<b>-630</b>
<b>Überleitung zwischen Periodenergebnis und Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit</b>		
Abschreibungen	108	131
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Gegenständen des Anlagevermögens	-3	-1
Aktienbasierte Vergütung	55	0
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Wertpapieren	-352	-83
Andere Finanzerträge und Finanzierungsaufwendungen	-76	-91
Steuerergebnis	7	89
Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge	-22	57
<b>Brutto-Cash-Flow</b>	<b>-2.103</b>	<b>-528</b>
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.343	2.509
Veränderung anderer Aktiva	-156	-275
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-876	-1.704
Veränderung anderer Verbindlichkeiten	-1.000	-1.627
Vereinnahmte Ertragsteuern	0	290
Gezahlte Ertragsteuern	-105	-93
Vereinnahmte Zinsen	235	198
Gezahlte Zinsen	-116	-118
<b>Netto-Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit</b>	<b>-2.778</b>	<b>-1.348</b>

**Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)**

	01.01.2014-30.06.2014	01.01.2013-30.06.2013
	TEUR	TEUR
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	-181	-56
Erlöse aus dem Abgang von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	18	0
Auszahlungen für die Gewährung von Darlehen	0	-50
Einzahlungen aus der Veräußerung von sonstigen Beteiligungen	0	34
Einzahlungen aus Transaktionen mit nicht beherrschenden Anteilen	50	0
Einzahlungen aus der Tilgung gewährter Darlehen	28	30
Erlöse aus dem Verkauf/der Fälligkeit von Wertpapieren	10.021	7.734
Erwerb von Wertpapieren	-6.976	-8.061
<b>Netto-Cash-Flow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>2.960</b>	<b>-369</b>
Ausschüttung an nicht beherrschenden Anteilen	0	-95
<b>Netto-Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>0</b>	<b>-95</b>
Einfluss von Wechselkursänderungen auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	28	-40
Zahlungswirksame Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	182	-1.812
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres</b>	<b>12.886</b>	<b>12.587</b>
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode</b>	<b>13.096</b>	<b>10.735</b>

**Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung (IFRS)**

	Stand 01. Januar 2013	Gesamt- erfolg	Aktien- basierte Vergütung	Erwerb eigener Anteile	Ausgabe eigener Anteile	Dividen- den	Transaktionen mit nicht be- herrschenden Anteilen	Stand 30. Juni 2013
<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)	2.421							2.421
aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V. (TEUR)	63.782							63.782
<b>Eigene Anteile</b>								
Anzahl der Aktien	1.759.292							1.759.292
Rückkaufswert (TEUR)	-3.281							-3.281
<b>Bilanzverlust (TEUR)</b>	<b>-45.754</b>	<b>-695</b>						<b>-46.449</b>
<b>Kumuliertes sonstiges Ergebnis</b>								
Währungsdifferenzen (TEUR)	-1.384	-40						-1.424
Unrealisierte Gewinne/(Verluste) aus zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren (TEUR)	-2.028	60						-1.968
Unrealisierte Gewinne/(Verluste) aus zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen in Eigenkapitalinstrumente (TEUR)	3.274	53						3.327
<b>Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)</b>	<b>18.180</b>	<b>-622</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>17.558</b>
Nicht beherrschende Anteile (TEUR)	265	65				-95		235
<b>Eigenkapital (TEUR)</b>	<b>18.445</b>	<b>-557</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-95</b>	<b>0</b>	<b>17.793</b>

**Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung (IFRS)**

	Stand 01. Januar 2014	Gesamt- erfolg	Aktien- basierte Vergütung	Erwerb eigener Anteile	Ausgabe eigener Anteile	Dividen- den	Transaktionen mit nicht be- herrschenden Anteilen	Stand 30. Juni 2014
<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)	2.472		55					2.527
aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V. (TEUR)	63.782							63.782
<b>Eigene Anteile</b>								
Anzahl der Aktien	1.759.292							1.759.292
Rückkaufswert (TEUR)	-3.281							-3.281
<b>Bilanzverlust (TEUR)</b>	<b>-40.786</b>	<b>-1.856</b>						<b>-42.642</b>
<b>Kumuliertes sonstiges Ergebnis</b>								
Währungsdifferenzen (TEUR)	-909	28						-881
Unrealisierte Gewinne/(Verluste) aus zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren (TEUR)	-1.168	9						-1.159
Unrealisierte Gewinne/(Verluste) aus zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen in Eigenkapitalinstrumente (TEUR)	3.079	51						3.130
<b>Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)</b>	<b>24.339</b>	<b>-1.768</b>	<b>55</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>22.626</b>
Nicht beherrschende Anteile (TEUR)	236	36					50	322
<b>Eigenkapital (TEUR)</b>	<b>24.575</b>	<b>-1.732</b>	<b>55</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>50</b>	<b>22.948</b>

## Konzern-Anhang

### Konzern-Segmentinformationen (IFRS)

1. Hj. 2014	ad pepper media TEUR	Webgains TEUR	ad agents TEUR	Admin TEUR	Konsoli- dierung TEUR	Konzern TEUR
<b>Gesamtumsatz</b>	<b>4.618</b>	<b>14.168</b>	<b>3.489</b>	<b>153</b>	<b>-177</b>	<b>22.251</b>
davon Umsatz mit Drittkunden	4.598	14.164	3.489	0	0	22.251
davon Intersegmentumsätze	20	4	0	153	-177	0
<b>Aufwendungen und sonstige Erträge</b>	<b>-5.378</b>	<b>-14.525</b>	<b>-3.471</b>	<b>-1.271</b>	<b>153</b>	<b>-24.492</b>
davon Abschreibungen	-13	-35	-36	-24	0	-108
davon andere nicht zahlungswirksame Erträge	0	162	0	0	0	162
davon andere nicht zahlungswirksame Aufwendungen	-11	-179	-4	-55	0	-249
<b>EBITDA</b>	<b>-746</b>	<b>-323</b>	<b>55</b>	<b>-1.095</b>	<b>-24</b>	<b>-2.133</b>
<b>EBIT</b>	<b>-760</b>	<b>-357</b>	<b>18,2</b>	<b>-1.118</b>	<b>-24</b>	<b>-2.241</b>
<b>Finanzerträge</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>484</b>	<b>-6</b>	<b>480</b>
<b>Finanzaufwendungen</b>	<b>-4</b>	<b>-2</b>	<b>-2</b>	<b>-50</b>	<b>6</b>	<b>-52</b>
<b>Steuern vom Einkommen und vom Ertrag</b>						<b>-7</b>
<b>Periodenergebnis</b>						<b>-1.820</b>

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

### 1. Grundlage für die Erstellung des Quartalsabschlusses

Der vorliegende verkürzte Konzernzwischenabschluss der ad pepper media International N.V. wurde nach den Vorschriften der am Abschlussstichtag geltenden International Financial Reporting Standards (IFRS) in Euro (EUR) erstellt. Die Vergleichswerte des Vorjahres wurden nach den gleichen Grundsätzen ermittelt und soweit erforderlich angepasst. Der Quartalsabschluss erfüllt die Anforderungen des IAS 34. Der verkürzte Konzernzwischenabschluss enthält nicht sämtliche für den Abschluss des Geschäftsjahres vorgeschriebene Erläuterungen und Angaben und sollte daher im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2013 gelesen werden.

Der vorliegende Konzernzwischenabschluss zum 30. Juni 2014 wurde vom Vorstand am 24. Juli 2014 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 2013 erstellt wurde.

Seitdem wurde im Rahmen des Komitologieverfahrens IFRIC 21 „Abgaben“ übernommen. Auswirkungen auf den Konzernabschluss werden hieraus nicht erwartet.

### 3. Konsolidierungskreis

Im Einzelnen sind folgende Gesellschaften im Konzernabschluss einbezogen:

<b>Gesellschaft</b>	<b>30.06. 2014 Prozent</b>	<b>31.12. 2013 Prozent</b>
<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 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>	65**	100
<i>ad pepper media USA LLC, New York, USA</i>	100	100
<i>Webgains Ltd, London, Vereinigtes Königreich</i>	100	100
<i>Globase International ApS, Kopenhagen, Dänemark</i>	100	100
<i>ad agents GmbH, Herrenberg, Deutschland</i>	60	60

\* in Liquidation  
 \*\* Mit Wirkung zum 31. Januar 2014 verkaufte die ad pepper media International N.V. einen nicht beherrschenden Anteil von 35 Prozent der 100 Prozent Tochter, ad pepper media Spain SA, an dessen Geschäftsführer.

#### 4. Erläuterungen zum Zwischenabschluss

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

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

Im Finanzergebnis sind realisierte Netto-Kursgewinne in Höhe von TEUR 352 (1 Hj. 2013: TEUR 80) sowie unrealisierte Netto-Bewertungsgewinne/-verluste in Höhe von TEUR -24 (1 Hj. 2013: TEUR 0) enthalten.

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

Die sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten reduzierten sich um TEUR 706. Grund hierfür sind im Wesentlichen Auszahlungen für variable Vergütungsbestandteile.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gingen um TEUR 1.483 zurück, die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen reduzierten sich um TEUR 1.038. Grund hierfür ist das im Vergleich zum Q4/2013 niedrigere Umsatzniveau in Q2/2014.

Die zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen in Eigenkapitalinstrumente bestehen in Höhe von TEUR 4.554 (31.12.2013: 4.503) aus der 4,46 prozentigen Minderheitsbeteiligung in Brand Affinity Technologies Inc. Im Rahmen des Halbjahresabschlusses beurteilte die Gruppe eingehend, ob eine Wertminderung der gehaltenen Investition vorliegt. Das Unternehmen befindet sich derzeit in einem Stadium der Reorganisation, sodass Prognosen mit hoher Unsicherheit behaftet sind. Die Geschäftsentwicklung und jegliche Änderungen rechtlicher und wirtschaftlicher Art unterliegen weiterhin strengstem Monitoring.

#### 5. Segmentberichterstattung gemäß IFRS 8

IFRS 8 fordert die Angabe von finanziellen und beschreibenden Infor-

mationen 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, Display), „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 2013 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: Deutschland, Skandinavien, Spanien und Großbritannien. Das operative Geschäft in den Niederlanden wurde per 30. Juni 2013 eingestellt.

Die für die Vorjahresperiode ausgewiesenen Umsätze der Region

„Skandinavien“ umfassen im Wesentlichen das per 01. November 2013 veräußerte operative Geschäft der Emediate ApS. 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>	
	<b>1. Hj 2014</b>	<b>1. Hj 2013</b>	<b>30.06. 2014</b>	<b>30.06. 2013</b>
	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>
<i>Niederlande</i>	0	195	0	11
<i>Deutschland</i>	6.520	8.467	374	242
<i>Skandinavien</i>	1.253	4.357	2	136
<i>Großbritannien</i>	11.040	8.737	174	51
<i>Spanien</i>	1.477	1.495	1	3
<i>Sonstige</i>	1.961	1.893	13	4
<b>Summe</b>	<b>22.251</b>	<b>25.144</b>	<b>564</b>	<b>447</b>

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

## 6. Eigene Anteile

### Erwerb eigener Aktien

Mit Hauptversammlungsbeschluss vom 13. Mai 2014 wurde der Vorstand zum Rückkauf eigener Aktien von bis zu 50 Prozent des Stammkapitals innerhalb der folgenden 18 Monate ermächtigt.

Per 30. Juni 2014 hält die ad pepper media International N.V. 1.759.292 eigene Aktien (30. Juni 2013: 1.759.292) mit einem Nennwert von je EUR 0,05, was 7,65 Prozent (30. Juni 2013: 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 in den ersten sechs Monaten des Jahres 2014 keine Anteile veräußert (1. Hj. 2013: 0). Es wurden ebenfalls keine Anteile im Rahmen der Mitarbeiter-Optionsprogramme veräußert oder ein Barausgleich für bereits erdiente Aktienoptionen vorgenommen (1. Hj 2013: 0).

### Zahl der ausgegebenen Aktien

Die Zahl der ausgegebenen und im Umlauf befindlichen Aktien beläuft sich nach Abzug eigener Aktien zum 30. Juni 2014 auf 21.240.708 Stück (30. Juni 2013: 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. Aktien und Bezugsrechte der Organe

Zum 30. Juni 2014 waren insgesamt 1.313.900 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 30.06.2014	Optionen zum 30.06.2014
<b>Vorstand</b>		
<i>Dr. Ulrike Handel</i>	0	300.000
<i>Dr. Jens Körner</i>	0	210.000
<b>Ehemaliger Vorstand</b>		<b>389.500</b>
<b>Aufsichtsrat</b>		
<i>Michael Oschmann</i>	0	0
<i>Thomas Bauer</i>	0	0
<i>Eun-Kyung Park</i>	0	0
<i>Dr. Stephan Roppel</i>	0	0
<b>Unter maßgeblichem Einfluss stehende Unternehmen</b>		
<i>EMA B.V.</i>	9.486.402	0
<i>Euro Serve Media GmbH</i>	436.963	0
<b>Mitarbeiter</b>		<b>414.400</b>

### 9. Bericht zu wesentlichen Geschäften mit nahestehenden Unternehmen und Personen

Die Geschäfte mit nahestehenden Unternehmen und Personen haben sich im Vergleich zum Jahr 2013 nicht verändert.

### 10. 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 2014 in wesentlichem Umfang beeinflusst hätten.

Amsterdam/Nürnberg, den 24. Juli 2014

Dr. Ulrike Handel, Dr. Jens Körner

## Finanzkalender

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

---

### Finanzkalender

<i>Quartalsbericht II/2014</i>	<i>13. August 2014</i>
<i>Quartalsbericht III/2014</i>	<i>12. November 2014</i>

## Kontakt

### Investorenkontakt

Dr. 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](mailto:ir@adpepper.com)  
[www.adpepper.com](http://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](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:  
Dr. Ulrike Handel, CEO  
Dr. Jens Körner, CFO

---

Gern senden wir Ihnen den Geschäftsbericht 2013 bzw. den Konzernzwischenabschluss 2014 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.*  
*Prins Bernhardplein 200,*  
*NL - 1097JB Amsterdam*

***[www.adpepper.com](http://www.adpepper.com)***