

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

**9-Monats-Bericht**

**3-2002**



ad  
pepper

ad   
pepper  
The e-Advertising Network

ad pepper media ▶ global reach. local touch.

### Sehr geehrte Aktionäre,

ad pepper media hat im abgelaufenen 3. Quartal erstmals in seiner Unternehmensgeschichte die Gewinnschwelle durchbrochen. Diese erfreuliche Nachricht hat sich in den letzten Monaten zwar bereits abgezeichnet, dennoch ist das konkrete Ergebnis erst die Tatsache, auf der man weiter aufbauen kann.

Auch wenn das Quartalsergebnis Anlass zur Erleichterung gibt, steht bei ad pepper media nicht die Freude über das Erreichte im Mittelpunkt sondern viel mehr der positive Aspekt, dass sich der eingeschlagene Weg bisher als richtig erwiesen hat. Es liegt jetzt ein gutes Fundament vor, auf das man sorgfältig und mit viel Übersicht Jahr für Jahr weitere Stockwerke aufsetzen kann.

Dabei ist es nicht die Tatsache an sich oder gar die Höhe des Gewinns, die besonders beeindruckend sind. Gewinnerzielung ist eine Grundvoraussetzung wirtschaftlichen Erfolgs, die eigentlich keiner besonderen Erwähnung bedarf. Der seit langem kränkelnde Werbemarkt und die lange Aufbau- und Anlaufphase für Onlinewerbung haben jedoch dazu geführt, dass es bisher noch keinem internationalen Onlinevermarkter gelungen ist, dieses Ziel zu erreichen. Dass ad pepper media dies jetzt im eher verhaltenen Sommerquartal erreicht hat, welches zusätzlich noch von vielen Negativschlagzeilen beherrscht wurde, unterstreicht die Substanz und das Potenzial des Geschäftsmodells. Mit 44% Umsatzwachstum zum Vorjahresquartal bei einer deutlich niedrigeren Kostenbasis ist ad pepper media auf einem guten Weg.

Unsere drei Geschäftsbereiche Media, Direktmarketing und Technologie fügen sich dabei zu einem Produktangebot zusammen, das von unseren Kunden akzeptiert und geschätzt wird. Dies insbesondere

auch, da ad pepper media stets durch flexible und innovative Einzellösungen die Erfordernisse des Kunden effektiv umsetzt und einen entscheidenden Beitrag zum messbaren Erfolg der Werbekampagne beisteuert. Mit der im Oktober 2002 eingegangenen Beteiligung am Technologieanbieter Falk eSolutions AG ist ein weiterer Baustein zum Unternehmensgebilde hinzugefügt worden, der die operative Umsetzung der verfolgten Strategie beschleunigt und dies bei gleichzeitig höherer Effizienz.

Dabei besteht jedoch kein Anlass zur Euphorie. ad pepper media hat sich durch überlegte Strategien und harte Arbeit eine hervorragende Ausgangsposition geschaffen, das Ziel ist aber noch nicht erreicht. Auch wenn sich eine langsame Belebung des Werbemarktes abzeichnet sind noch viele Klippen zu umschiffen, bis das Geschäft in allen Ländern so etabliert ist, dass langfristig signifikante Nettoerlöse erzielt werden können. Diese sind möglich aber auch erforderlich um den kapital- und ressourcenintensiven Ausbau des Geschäfts aus dem eigenen Cash Flow voranzutreiben.

Auch unsere Aktie profitierte dabei im 3. Quartal von der positiven Unternehmensentwicklung und konnte sich der Abwärtsbewegung des Neuen Marktes entziehen. Die unverändert gute Eigenkapitalausstattung ist dabei nach wie vor ein Garant für die Gestaltung weiteren konsolidierten Wachstums aus eigener Kraft.

Die Mannschaft von ad pepper media bedankt sich bei allen Aktionären für das entgegengebrachte Vertrauen und freut sich auf eine gemeinsame, erfolgreiche Fortsetzung des eingeschlagenen Wegs.

Hoofddorp, Niederlande, 30. Oktober 2002

Der Vorstand  
Ulrich Schmidt    Hermann Claus    Niels Nüssler

### Ergebnis – 3. Quartal 2002

Nachdem sich bereits im 1. Halbjahr 2002 ein Aufwärtstrend bei der Umsatz- und Ertragslage abgezeichnet hatte, konnte das Unternehmen erstmals im 3. Quartal 2002 ein positives Konzernergebnis (0,02 Mio. €) erwirtschaften. Im entsprechenden Vorjahreszeitraum betrug das Ergebnis noch –1,69 Mio. €. Im gesamten 9-Monatszeitraum verbesserte ad pepper media das Konzernergebnis um 85% auf –1,26 Mio. € gegenüber dem Vorjahreswert von –8,58 Mio. €.

Diese vorteilhafte Geschäftsentwicklung basiert neben den Kosteneinsparungen und verbesserten Bruttomargen auch auf deutlichen Umsatzsteigerungen. Der Konzernumsatz lag im 3. Quartal 2002 bei 3,45 Mio. €, nach 2,39 Mio. € im entsprechenden Vorjahresquartal. Dies entspricht einem Plus von 44%. Damit verzeichnet ad pepper media einen kontinuierlichen Umsatzzuwachs in den letzten drei Quartalen. Dies ist umso bemerkenswerter, da das Sommerquartal im Allgemeinen von rückläufigen Umsätzen gekennzeichnet war. Gleichzeitig konnten die operativen Kosten im 3. Quartal 2002 auf 1,85 Mio. € gesenkt werden. Im entsprechenden Vorjahresquartal lag dieser Wert noch bei 2,97 Mio. €, was einer Kosteneinsparung von 38% entspricht.

Das Ergebnis pro Aktie (EPS) auf Basis des gewichteten Bestandes ausstehender Aktien für das 3. Quartal des laufenden Geschäftsjahres betrug 0,00 € (3. Quartal 2001: –0,15 €). Betrachtet man den 9-Monats-Zeitraum, so entspricht eine Verbesserung von –0,77 € (2001) auf –0,12 € (2002) einer 85%igen Steigerung des EPS.

Der Finanzmittelbestand betrug zum 30.09.2002 28,84 Mio. €, damit ist die Liquiditätslage der ad pepper media unverändert komfortabel.

### Unternehmensentwicklung

ad pepper media hat in den ersten neun Monaten ein erfreuliches Ergebnis erzielt und ist damit der erste international tätige Online Vermarkter, der durch ein positives Ergebnis die Funktionsfähigkeit des Geschäftsmodells beweist. Dies ist umso bemerkenswerter, da sich der Gesamtwerbemarkt nach wie vor in einer Schwächephase befindet und von Negativschlagzeilen bestimmt ist. Die vorliegenden Unternehmenskennzahlen verdeutlichen, dass die konsequente Straffung des Vertriebsnetzes, die Neuausrichtung im Produktbereich und ein weiterhin strenges Kosten-Controlling nachhaltiger Erfolg zeigen.

Diese positive Entwicklung sämtlicher wichtiger Unternehmenskennziffern ist im wesentlichen zurückzuführen auf überproportionales Umsatzwachstum bei den neuen Produkten, verbesserte Bruttomargen und eine schlanke Kostenstruktur.

Das erweiterte Produktangebot sowie die Fokussierung ad pepper medias auf innovative Direktmarketinglösungen im Bereich des Permission Marketings tragen nachhaltig zum Unternehmenserfolg bei. ad pepper media gelang es, sich von einem reinen Werbeplatzvermarkter zu einem Full-Service-Anbieter für komplexe Online-Marketing-Lösungen zu entwickeln und zu etablieren. Zunehmende Eigenentwicklungen im Technologiebereich und weitere



Technologiepartnerschaften erhöhen nicht nur die Flexibilität, Produktivität und Innovationskraft sondern sind entscheidende Wettbewerbsvorteile, die gerade in dynamischen Märkten wie der Online Werbebranche entscheidend sind.

Dass sich die strategische Ausrichtung ad pepper medias als richtig erwiesen hat belegt auch die Tatsache, dass zunehmend traditionelle Großunternehmen als Kunden akquiriert werden konnten.

Mit einer dezentralen Unternehmensstruktur, 13 Niederlassungen in 9 Ländern Europas, agiert ad pepper media International N.V. als Marketing Dienstleister und vermarktet unter [www.adpepper.com](http://www.adpepper.com) derzeit rund eine Milliarde Werbekontakte pro Monat auf über 500 Websites.

### Online Werbung

Der gesamte Werbemarkt befindet sich zur Zeit nach wie vor in einer Schwächephase, wobei sich erfreulicherweise der Online Werbemarkt zunehmend von der katastrophalen Entwicklung des Gesamtmarktes abkoppelt und in vielen Bereichen bereits wieder zulegt. Dennoch ist die Gesamtkonjunktur anfällig und die Stimmung wird durch zu viele schlechte Unternehmensnachrichten beeinträchtigt.

Europaweit konnte der Online Werbemarkt im 3. Quartal leicht zulegen, was insbesondere auf ein zunehmend attraktiveres Preis-/Leistungsverhältnis interaktiver Kampagnen zurückzuführen ist sowie auf die zunehmende Erkenntnis, dass leistungsbezo-

gene Abrechnungsmodelle gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten hohen Zusatznutzen stiften.

Auffallend ist jedoch, dass eine zunehmende Anzahl von internationalen Unternehmen ihre Online Aktivitäten nicht nur ausbauen, sondern dass sie ein zentraler Bestandteil der gesamten Kommunikations- und Werbestrategie sind. Insbesondere ist ein Anstieg länderübergreifender Kampagnen zu sehen. Die hierfür zu bewältigenden Aufgaben sind komplex und vielschichtig. Konzeption, Lokalisierung, Implementierung, Optimierung und einheitliche Abrechnung gehen Hand in Hand und sind zunehmend nur von zentralen Einheiten steuerbar.

Mit seiner europäischen Struktur und den lokalen und internationalen Kompetenzteams ist ad pepper media hier richtig aufgestellt und empfiehlt sich durch Leistung bei seinen Werbekunden.

### Aktie

Die Talfahrt an den Börsen hielt auch im dritten Quartal 2002 weiter an. Schlechte Konjunkturdaten und die Unsicherheit über die weitere gesamtwirtschaftliche Entwicklung belasteten das Marktgeschehen und führten erneut zu Kursverlusten an den deutschen und internationalen Börsen.

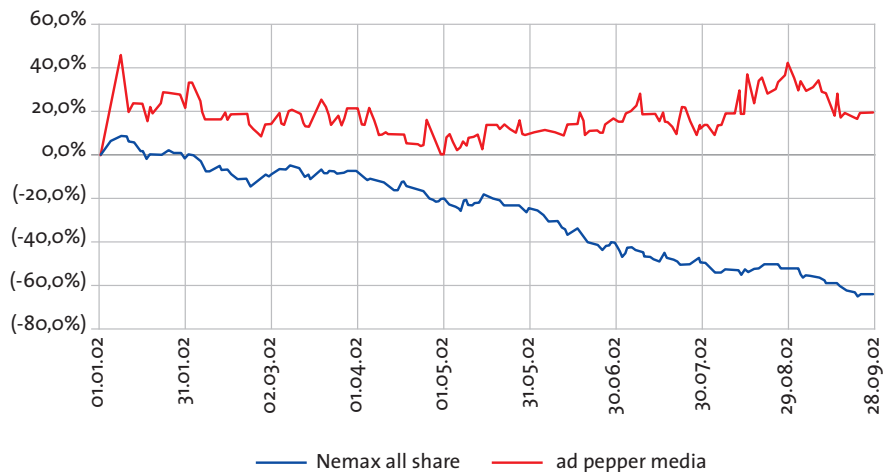
Der NEMAX all share Index gab im dritten Quartal nochmals um rund 40% nach. Während der Index zu Beginn des 3. Quartals 653 Punkte zählte, waren es zum Quartalsende nur noch 389 Zähler. Selbst gute Fundamentaldaten und positive Unternehmensnachrichten kamen gegen die allgemein negativen

Marktkräfte nicht an und führten kaum zu signifikanten Kursanstiegen bzw. wurden vom Markt nicht honoriert.

Der Kurs der ad pepper media Aktie am Neuen Markt in Frankfurt konnte sich auch im 3. Quartal 2002 von der negativen Entwicklung des NEMAX all share Index abkoppeln. Die Aktie notierte zum 01.07.2002 bei 1,22 €. Nach Kurseinbußen in den Sommermonaten zeigte der Kursverlauf bereits in der zweiten Augsthälfte wieder deutlich steigende Tendenzen. Ihren höchsten Kurs erreichte die Aktie mit 1,50 € am 30.08.02, musste sich jedoch in den Folgewochen erneut dem allgemeinen Abwärtstrend unterwerfen

und schloss das Quartal mit 1,22 €. Obgleich auch ad pepper media die schwache Börse zu spüren bekam, gelang es – betrachtet man das Gesamtjahr – den Aktienkurs um mehr als 16% zu steigern. Zu Jahresbeginn notierte ad pepper media bei 1,05 €.

Obgleich der Kursverlauf die positive Unternehmensentwicklung darstellt, ist er für ad pepper media dennoch höchst unbefriedigend. Die deutliche Unterbewertung der Aktie, gemessen am Substanzwert, bietet noch immer hohes Potential, wenn sich die Aktienmärkte aus ihrer Depression erholen.





## Ausblick

Die erzielten Ergebnisse und die Marktsituation machen vor allem eins – Lust auf mehr.

Es liegen zahlreiche Herausforderungen vor uns, deren Bewältigung auch weiterhin alle Kraft in Anspruch nehmen wird. Mannschaft und Produktlösungen von ad pepper media ermöglichen jedoch einen zuversichtlichen Blick in die Zukunft.

Es gelingt zunehmend nachhaltige Kundenbeziehungen aufzubauen, die für alle Beteiligten von großem Nutzen sind, erfreulicherweise auch für unsere Websitepartner, deren Flexibilität sich mehr und mehr auszahlt.

Die Erfahrung mit internationalen Strukturen und Kampagnen ist dabei ein entscheidender Faktor für unsere Wettbewerbsfähigkeit, nur so können die Reichweitevorteile schnell in lokale Marktlösungen umgemünzt werden. Gleichzeitig bietet diese Struktur die besten Voraussetzungen für dauerhafte Innovationen, schnelle Anpassungen und eine kontinuierliche Weiterentwicklung von Produkten aber auch dem Unternehmen.

Die nach wie vor hervorragende Eigenkapitalausstattung sichert dabei nicht nur das weitere organische Wachstum, sondern insbesondere die Handlungsfähigkeit beim weiteren Ausbau der Marktposition. Wir wollen unsere Stärken ausbauen und unsere Defizite verringern, wir wollen aber vor allem unseren Kunden wertvolle Dienste leisten. Nur dies sichert den nachhaltigen Unternehmenserfolg für Mitarbeiter und Aktionäre gleichermaßen.

Die weitere Verbesserung der betriebswirtschaftlichen Kennzahlen ist dabei unsere Pflicht, die bereits erzielten Fortschritte stimmen jedoch zuversichtlich, dass uns dies auch in Zukunft gelingt.



### Konzern Gewinn- und Verlustrechnung

	Q3/ 2002 €	Q3/ 2001 €	Q1-Q3/ 2002 €	Q1-Q3/ 2001 €
Umsatzerlöse	3.446.060	2.393.412	9.249.495	7.397.350
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	-1.809.557	-1.603.419	-5.291.077	-5.748.767
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>1.636.503</b>	<b>789.992</b>	<b>3.958.419</b>	<b>1.648.583</b>
Vertriebskosten	-969.974	-1.451.866	-3.089.101	-5.817.974
Allgemeine und Verwaltungskosten	-1.043.815	-1.054.087	-3.170.474	-4.487.479
Sonstige betriebliche Erträge und Aufwendungen, netto	160.628	-322.884	274.956	16.531
Abschreibungen auf den Firmenwert	0	-143.052	0	-429.667
Restrukturierungskosten	0	0	0	-850.349
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>-216.657</b>	<b>-2.181.895</b>	<b>-2.026.200</b>	<b>-9.920.356</b>
Zinserträge/ -aufwendungen, netto	243.985	589.838	803.149	1.474.671
<b>Ergebnis vor Steuern (und Minderheitenanteil)</b>	<b>27.328</b>	<b>-1.592.058</b>	<b>-1.223.051</b>	<b>-8.445.685</b>
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-852	-487	-1.139	-5.636
<b>Ergebnis vor Minderheitenanteilen</b>	<b>26.476</b>	<b>-1.592.545</b>	<b>-1.224.191</b>	<b>-8.451.321</b>
Minderheitenanteile	-4.865	-92.146	-38.097	-130.656
<b>Periodenüberschuss/ -fehlbetrag</b>	<b>21.611</b>	<b>-1.684.692</b>	<b>-1.262.287</b>	<b>-8.581.977</b>
Gewinn/Verlust je Aktie (unverwässert)	0,00	-0,15	-0,12	-0,77
Durchschnittliche in Umlauf befindliche Anzahl an Aktien (unverwässert)	10.574.724	11.155.000	10.609.715	11.155.000

**Konzern-Bilanz: Aktiva**

	Bilanz zum 30. September 2002 €	Bilanz zum 31. Dezember 2001 €
<b>Umlaufvermögen</b>		
Flüssige Mittel und kurzfristige Geldanlagen	19.198.165	28.074.757
Wertpapiere des Umlaufvermögens	9.640.205	4.011.100
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	4.484.296	3.274.093
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände	1.079.581	1.636.939
<b>Umlaufvermögen, gesamt</b>	<b>34.402.247</b>	<b>36.996.889</b>
<b>Langfristig gebundenes Vermögen</b>		
Sachanlagen	385.039	582.173
Immaterielle Vermögensgegenstände	593.099	644.603
Firmenwert	2.026.041	1.233.239
Finanzanlagen	45.876	45.632
Sonstige Vermögensgegenstände	184.394	128.577
<b>Langfristiges Vermögen, gesamt</b>	<b>3.234.450</b>	<b>2.634.224</b>
<b>Aktiva, gesamt</b>	<b>37.636.697</b>	<b>39.631.113</b>

**Konzern-Bilanz: Passiva**

<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.361.571	1.868.174
Rückstellungen	2.949.499	2.572.345
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	271.327	696.694
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten, gesamt</b>	<b>4.582.397</b>	<b>5.137.213</b>
Ausgleichsposten für Anteile anderer Gesellschafter	33.182	4.254
<b>Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital	1.115.500	1.115.500
Eigene Anteile	-62.716	-53.316
Kapitalrücklage	57.026.709	57.146.956
Bilanzverlust	-24.737.970	-23.475.682
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	-320.405	-243.812
<b>Eigenkapital, gesamt</b>	<b>33.021.118</b>	<b>34.489.646</b>
<b>Passiva, gesamt</b>	<b>37.636.697</b>	<b>39.631.113</b>





### Konzern-Kapitalflussrechnung

	01.01.02-30.09.02 €	01.01.01-30.09.01* €
Fehlbetrag	-1.262.287	-8.581.977
Auf andere Gesellschafter entfallendes Ergebnis	38.097	130.656
Abschreibungen	338.280	817.692
Gewinn aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	-1.912	0
Nicht zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge	-9.152	224.609
<b>Brutto-Cash-Flow</b>	<b>-896.974</b>	<b>-7.409.020</b>
Zunahme/ Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-1.210.203	3.997.098
Zunahme anderer Aktiva	-112.456	-12.218
Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-506.603	-5.613.775
Abnahme anderer Verbindlichkeiten	-48.213	-1.575.149
<b>Nettoausgaben für die betriebliche Geschäftstätigkeit</b>	<b>-2.774.449</b>	<b>-10.613.064</b>
Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	-92.899	-344.765
Verkauf von Anlagevermögen	5.151	415.993
Auszahlungen für den Erwerb von Finanzanlagen	-244	-7.982
Kautionszahlungen/ Einnahmen aus der Rückzahlung von Mietsicherheiten	-55.817	96.612
Erwerb von Goodwill	-122.988	0
<b>Nettoausgaben für den /-einnahmen aus dem Investitionsbereich</b>	<b>-266.797</b>	<b>159.858</b>
Mittelzufluss/- abfluss aus der Veräußerung/ für den Erwerb von Wertpapieren des Umlaufvermögens	-5.629.105	7.365.714
Rückkauf eigener Anteile	-129.647	0
Aufnahme langfristiger Finanzverbindlichkeiten	0	88.172
<b>Nettoausgaben für den /-einnahmen aus dem Finanzierungsbereich</b>	<b>-5.758.752</b>	<b>7.453.885</b>
Einfluss von Wechselkursänderungen auf den Finanzmittelbestand	-76.593	-274.280
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestandes	-8.876.592	-3.273.601
<b>Flüssige Mittel und kurzfristige Geldanlagen zu Beginn des Geschäftsjahres</b>	<b>28.074.757</b>	<b>5.032.388</b>
<b>Flüssige Mittel und kurzfristige Geldanlagen zum Ende des Geschäftsjahres</b>	<b>19.198.165</b>	<b>1.758.787</b>

\* Vorjahresausweis angepasst



## Umsatzerlöse

Der Konzernumsatz lag im 3. Quartal 2002 bei 3.446.060 €, nach 2.393.412 € im entsprechenden Vorjahresquartal. Dies entspricht einem Plus von 44%. Kumuliert beläuft sich der Konzernumsatz auf 9.249.495 € (Vorjahr: 7.397.350 €) was einer Umsatzsteigerung von 25% entspricht. Die interne Berichterstattung fokussiert sich primär auf die regionale Entwicklung der Umsatzerlöse und stellt sich wie folgt dar:

Umsatz	Q3/2002 €	Q3/2001 €	Q1-Q3/2002 €	Q1-Q3/2001 €
Zentraleuropa (Deutschland, Österreich, Schweiz, Slovakei)	932.410	446.611	3.087.571	1.986.062
Nordeuropa (Dänemark, Schweden, Finnland, Norwegen)	795.295	978.003	2.151.899	3.130.088
Westeuropa (UK, Frankreich, Spanien, Nieder- lande, Italien)	1.718.355	968.798	4.010.025	2.227.545
USA	0	0	0	53.655
<b>Gesamtumsatz</b>	<b>3.446.060</b>	<b>2.393.412</b>	<b>9.249.495</b>	<b>7.397.350</b>

## Abschreibungen

Der Abschreibungsaufwand stellt sich wie folgt dar:

	Q3/2002 €	Q3/2001 €	Q1-Q3/2002 €	Q1-Q3/2001 €
auf immaterielle Vermögens- gegenstände	39.808	178.259	112.293	512.779
(davon auf Goodwill)	0	(143.052)	0	(429.667)
auf Sachanlagen	70.268	78.230	225.987	304.913
<b>Gesamt</b>	<b>110.076</b>	<b>256.489</b>	<b>338.280</b>	<b>817.692</b>

ad pepper media wendet das im Juni 2001 vom Financial Accounting Standards Board (FASB) herausgegebene Statement of Financial Accounting Standards (SFAS) No. 142, „Goodwill and Other Intangible Assets“, seit dem 1. Januar 2002 an. Gemäß dem SFAS 142 werden Firmenwerte ab 2002 nicht mehr planmäßig abgeschrieben. Stattdessen müssen die Firmenwerte mindestens einmal jährlich hinsichtlich ihrer Werthaltigkeit überprüft werden. Sobald eine Wertminderung (impairment) eingetreten ist, muss eine außerplanmäßige Abschreibung auf den beizulegenden Wert erfolgen. Die Gesellschaft hat die Werthaltigkeit des Firmenwerts zum 1. Januar 2002 überprüft. Zum 30. September 2002 waren außerplanmäßige Abschreibungen nicht erforderlich.

### Wechselkursgewinne/-verluste

Die sonstigen betrieblichen Erträge und Aufwendungen enthalten Fremdwährungsgewinne (positiv) bzw. -verluste (negativ), die aus realisierten Fremdwährungstransaktionen stammen sowie aus der Stichtagsbewertung von Fremdwährungsforderungen und -verbindlichkeiten. Diese stellen sich wie folgt dar:

Q3/ 2002 €	Q3/ 2001 €	Q1-Q3/ 2002 €	Q1-Q3/ 2001 €
90.874	-111.180	53.091	195.923

### Ergebnis pro Aktie

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

Q3/ 2002 €	Q3/ 2001 €	Q1-Q3/ 2002 €	Q1-Q3/ 2001 €
0,00	-0,15	-0,12	-0,77

Die Marktkapitalisierung der ad pepper media International N.V. betrug zum Quartalsende 13,6 Mio. €.



## Entwicklung des Eigenkapitals

Die Entwicklung des konsolidierten Eigenkapitals stellt sich zum 30.09.2002 wie folgt dar:

	Gezeichnetes Kapital €	Eigene Anteile €	Kapital- rücklage €	Verlust- vortrag €	Währungs- differenzen €	Gesamt €
<b>Stand 1. Januar 2000</b>	<b>425.000</b>		<b>910.000</b>	<b>-493.848</b>	<b>-16.425</b>	<b>824.727</b>
Kapitalerhöhung	425.000		1.125.000			1.550.000
Ausgabe neuer Aktien	34.550		4.630.720			4.665.270
Erwerb eigener Aktien			-240.676			-240.676
Einzahlung Kapitalrücklage			5.482.500			5.482.500
Rückgewähr eingezahlten Agios			-982.395			-982.395
Kapitalerhöhung	7.550		1.011.700			1.019.250
Kapitalherabsetzung	-84.500		84.500			0
Kapitalerhöhung	307.900		52.035.100			52.343.000
Kosten des Börsengangs			-6.267.292			-6.267.292
Jahresergebnis				-9.647.771		-9.647.771
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis					88.551	88.551
<b>Stand 31. Dezember 2000</b>	<b>1.115.500</b>	<b>0</b>	<b>57.789.157</b>	<b>-10.141.619</b>	<b>72.126</b>	<b>48.835.164</b>
<b>Stand 1. Januar 2001</b>	<b>1.115.500</b>	<b>0</b>	<b>57.789.157</b>	<b>-10.141.619</b>	<b>72.126</b>	<b>48.835.164</b>
Erwerb eigener Aktien		-53.316	-642.201			-695.517
Jahresergebnis				-13.334.063		-13.334.063
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis					-315.938	-315.938
<b>Stand 31. Dezember 2001</b>	<b>1.115.500</b>	<b>-53.316</b>	<b>57.146.956</b>	<b>-23.475.682</b>	<b>-243.812</b>	<b>34.489.646</b>
<b>Stand 1. Januar 2002</b>	<b>1.115.500</b>	<b>-53.316</b>	<b>57.146.956</b>	<b>-23.475.682</b>	<b>-243.812</b>	<b>34.489.646</b>
Erwerb eigener Aktien		-9.400	-120.247			-129.647
Jahresergebnis				-1.262.288		-1.262.288
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis					-76.593	-76.593
<b>Stand 30. September 2002</b>	<b>1.115.500</b>	<b>-62.716</b>	<b>57.026.709</b>	<b>-24.737.970</b>	<b>-320.405</b>	<b>33.021.118</b>



## Weitere Angaben

### Auftragslage

ad pepper media ist insbesondere vor dem Hintergrund des aktuellen Marktumfeldes zufrieden mit der sich derzeit abzeichnenden Auftragslage. Durch verbesserte Produkte und Services gelang es ad pepper media langfristige, erfolgreiche Kundenbeziehungen aufzubauen. Die breitgefächerte europaweite Präsenz durch erfolgreich agierende Ländergesellschaften ermöglicht dabei auch die effiziente und erfolgreiche Abwicklung länderübergreifender internationaler Werbekampagnen. Für das 4. Quartal 2002 konnte das Budget eines namhaften Herstellers von Telekommunikationsgeräten für eine zeitgleich in 25 Ländern laufende Werbekampagne gewonnen werden. Im weiteren Verlauf des Geschäftsjahres werden die Werbebudgets für das Jahr 2003 festgelegt. ad pepper media hat gute Chancen das neue Jahr mit einem komfortablen Auftragsbestand zu beginnen.

### Entwicklung von Kosten und Preisen

Auch das 3. Quartal des laufenden Geschäftsjahres brachte der europäischen Werbebranche nicht den erhofften Aufschwung. Trotz der weiterhin verhaltenen Marktentwicklung, haben sich die Verkaufspreise stabilisiert und ein Niveau gefunden, das vergleichbar ist mit klassischen Medien (TV und Print).

## Produktentwicklung

ad pepper media offeriert seinen Kunden eine geschlossene Produkt- und Dienstleistungskette für innovative Online Marketing Lösungen. Mit diesen Lösungen ist ad pepper media in der Lage die Angebote der Werbungtreibenden in sämtlichen Phasen des Produktlebenszyklus unterstützend zu begleiten. Die operative Umsetzung der mit dem Kunden abgestimmten Strategie wird durch die im Oktober 2002 erfolgte Beteiligung am Technologieanbieter Falk eSolutions AG zusätzlich beschleunigt und garantiert gleichzeitig höhere Flexibilität und Effizienz.

Zum Portfolio von ad pepper media gehören neben den klassischen media-orientierten Kampagnen, Angebote im Bereich Data Solutions, bei der mit Zustimmung der User kundenspezifische Informationen erhoben werden. Abgerundet wird die Palette durch die Sparte Technologie, bei der unter anderem Produkte für die Gestaltung von interaktiven Kundendialogen zur Verfügung stehen. Für die kontinuierliche Verbesserung und Optimierung der Produktpalette im Sinne der Kunden ist ein europaweit agierendes Entwicklungsteam tätig.

### Investitionen

ad pepper media International N.V. investierte bis zum Stichtag 32.092 € in Betriebs- und Geschäftsausstattung, 60.807 € in Software und 244 € in sonstige Gegenstände des Anlagevermögens.

Am 11.09.2002 erwarb die ad pepper media International N.V. zusätzlich 49,9% an der ad pepper media

Sweden AB. Damit hält die ad pepper media International N.V. 100% an der schwedischen Gesellschaft. Dies führte zu einem Zugang im Firmenwert von € 792.802.

### Anzahl Mitarbeiter zum Stichtag

Das Unternehmen verfügt zum Stichtag 30. September 2002 über 87 kompetente Mitarbeiter (30.09.2001: 101 Mitarbeiter), die in 9 europäischen Ländern unternehmerisch zum Erfolg des Konzerns beitragen. Die Personalanpassung steht in direktem Zusammenhang mit der Geschäftsentwicklung und orientiert sich an den Erfordernissen des Marktes. Die bisherigen Erfolge zeigen, dass dies eine Größenordnung ist, die es ad pepper media ermöglicht, schnell und flexibel bei überschaubaren Kosten im Markt zu agieren.

### Zusätzliche Angaben zu Ereignissen nach dem Stichtag

Im Oktober 2002 beteiligte sich die ad pepper media International N.V. mit 25,1% an der Falk eSolutions AG, Moers. Die Beteiligung erfolgte im Rahmen einer Kapitalerhöhung durch Ausgabe neuer Aktien an ad pepper media International N.V.. Die bisherigen Aktionäre der Falk eSolutions AG haben auf ein Bezugsrecht verzichtet.

Diese Beteiligung bietet für beide Unternehmen erhebliche strategische Vorteile. Die von ad pepper media entwickelten Produkte werden so durch einheitliche und leistungsstarke Auslieferungs- und

Datenbanksysteme von der Falk eSolutions AG noch effizienter. Auf der anderen Seite erhält die Falk eSolutions AG Zugang zu weiteren internationalen Märkten und Kunden.

### Aktienrückkauf-Programm

Die ad pepper media International N.V. ist ermächtigt, bis zu 1.115.500 eigene Aktien zu erwerben. Zum 30. September 2002 hält die Gesellschaft insgesamt 627.162 eigene Aktien.

### Erläuterung zu Aktienbesitz und Bezugsrechten

Der Anteilsbesitz aller Mitglieder des Aufsichtsrats und des Vorstandes stellt sich zum 30. September 2002 wie folgt dar:

	Aktienbesitz in Stück	Bezugsrechte in Stück
<b>Vorstand</b>		
Ulrich Schmidt	627.197	78.000
Hermann Claus	36.808	63.000
Niels Nüssler	38.113	46.500
<b>Aufsichtsrat</b>		
Michael Oschmann	112	0
Dr. Günther Niethammer	1.112	5.000
Bernd Sexauer	292	0
Jan Andersen	627.600	0
Merrill Dean	0	0
<b>Unter maßgeblichem Einfluss stehende Unternehmen</b>		
ViVa Media GmbH	19.413	0
EMA Electronic Media Advertising International B.V.	4.743.201	0



### Konzern-Kennzahlen

	Q3/2002 Mio.€	Q3/2001 Mio. €	Varianz %	Q1-Q3/2002 Mio. €	Q1-Q3/2001 Mio. €	Varianz %
Umsatzerlöse	3,45	2,39	44	9,25	7,40	25
Bruttomarge	1,64	0,79	107	3,96	1,65	140
Betriebskosten	1,85	2,97	-38	5,99	11,57	-48
EBIT	-0,22	-2,18	90	-2,03	-9,92	80
Ergebnis vor Steuern	0,03	-1,59	102	-1,22	-8,45	86

	Q3/2002 €	Q3/2001 €	Varianz %	Q1-Q3/2002 €	Q1-Q3/2001 €	Varianz %
Ergebnis pro Aktie	0,00	-0,15	100	-0,12	-0,77	84

	30.09.02	30.09.01	Varianz %
Anzahl Mitarbeiter zum Stichtag	87	101	-14

	30.09.02 Mio.€	31.12.01 Mio.€	Varianz %
Finanzmittelbestand	28,84	32,09	-10
Eigenkapital	33,02	34,49	-4
Bilanzsumme	37,64	39,63	-5

---

## Geschäftsbericht 2001 und Quartalsberichte 2002

Gerne senden wir Ihnen den „Geschäftsbericht 2001“ und die „Quartalsberichte 2002“ in Deutsch oder Englisch zu. Alternativ finden Sie diese Dokumente sofort verfügbar als PDF-Dateien (Acrobat) bei [www.adpepper.com](http://www.adpepper.com) – Investor Relations unter „Service Downloads“.



### Investorenkontakt

Anna-Maria Schubert  
Investor Relations Manager  
ad pepper media International N.V.  
Deutschherrnstr. 15-19  
D-90429 Nürnberg  
Tel. 0911-929057-0  
Fax 0911-929057-312  
[ir@adpepper.com](mailto:ir@adpepper.com)  
<http://www.adpepper.com>

### Impressum

consens GmbH  
Agentur für Unternehmens-  
und Marketingkommunikation  
Bad Nauheim