



***Ungeprüfter verkürzter Konzernzwischenabschluss
zum 30. September 2008***

Ausgewählte Konzernkennzahlen

	Q3 / 2008 TEUR	Q3 / 2007 TEUR	Veränderung %	Q1-Q3 2008 TEUR	Q1-Q3 2007 TEUR	Veränderung %
Nettoumsatz	11.674	12.014	-2,8	38.171	36.021	6,0
Bruttomarge	4.756	5.305	-10,3	16.162	17.503	-7,7
EBIT	-1.751	1.198	-246,1	1.846	2.812	-34,4
Periodenergebnis	-1.385	1.130	-222,5	3.273	2.704	21,0
Ergebnis pro Aktie (unverwässert)	-0,12	0,10	-224,8	0,30	0,24	25,0
				30.09.2008 TEUR	30.09.2007 TEUR	Veränderung %
Liquide Mittel*				23.671	15.994	48,0
Eigenkapital				58.665	56.774	3,3
Bilanzsumme				69.442	69.484	-0,1
Anzahl Mitarbeiter				246	254	-3,1

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

-
- Umsatzsteigerung um 6 Prozent im Vorjahresvergleich auf EUR 38,2 Mio.
 - Langfristige Kooperation sichert starke Position im Segment der Bewegtbild-Werbung
 - Erfolgreiche Präsenz auf der online-marketing düsseldorf (OMD)
 - Webgains startet erfolgreich in den USA
-

ZWISCHENLAGEBERICHT

Wichtige Ereignisse	6
Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	8
Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage	12
Risiko- und Chancenbericht	16
Prognosebericht	16
Die Aktie	17

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

Gewinn- und Verlustrechnung	18
Bilanz	20
Kapitalflussrechnung	24
Entwicklung des Eigenkapitals	28
Anhang	30

WEITERE INFORMATIONEN

Finanzkalender	44
Kontaktdaten	44
Impressum	44

Wichtige Ereignisse

Langfristige Kooperation sichert starke Position im Segment der Bewegtbild-Werbung

Bewegtbild-Werbung steht im Fokus der Onlinewerbebranche und ist einer der wichtigsten Innovationstreiber der modernen Online-Vermarktung. Dank einer wachsenden Zahl von Breitbandanschlüssen sind die Konsumenten/Internetnutzer für Video-Content im Netz gut gerüstet. Onlinevermarkter, auf der anderen Seite, registrieren eine wachsende Nachfrage von werbetreibenden Unternehmen nach sogenannten In-Banner Ads oder Pre-Roll-Ads.

Mit der am 29. September unterzeichneten Kooperation mit der amerikanischen LongTail Video Inc., New York, hat sich ad pepper media eine starke Position im Segment der Bewegtbild-Werbung gesichert. LongTail Video bringt die notwendige Technologie ein, um Online-Video-Ads durch Werbungstreibende und Media-Agenturen buchbar zu machen und ermöglicht es Publishern, Online-Video-Ads auf ihren Seiten einzubauen.

Erfolgreiche Präsenz auf der online-marketing düsseldorf (OMD)

Die online-marketing düsseldorf gilt als die Leitmesse für digitales Marketing in Europa. Mehr als 20.000 Fachbesucher (2007: 10.000) und 380 Aussteller (2007: 260) informierten sich über alle Segmente und Trends der Online-Werbung.

Kunden und Interessenten fanden auf dem ad pepper media-Stand ein in seiner Art einzigartiges One-Stop-Mediahouse: eng vernetzte Disziplinen, starke Markenwebsites, State-of-the-Art-Technologie und globale Reichweite. ad pepper media präsentierte in diesem Jahr auf der OMD erstmalig alle Bereiche der ad pepper media-Gruppe unter einem großen Dach: Branding, Performance, E-Mail-Marketing und Affiliate-Marketing. Dazu kamen noch die ad pepper media-Units für Search (ad agents), e-CRM (Globase) und Ad Serving (Emediate).

Webgains startet erfolgreich in den USA

Nach der Eröffnung von acht Webgains Niederlassungen in Europa (Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Schweden, Dänemark, Irland, Niederlande und Spanien) stellte der Schritt in die USA die nächste Stufe des internationalen Expansionskurses dar. Wir tragen somit dem Umstand weiter Rechnung, dass sich die Nachfrage von Werbetreibenden nach internationalen Kampagnen ständig erhöht; dies gilt insbesondere für den anglo-amerikanischen Raum.

Der Roll-Out von Webgains in einem der weltweit größten Affiliate-Märkte ist ein logischer Entwicklungsschritt unserer gut geplanten Expansion und unterstützt unsere Bemühungen, den Werbetreibenden und Affiliates eine einzige, einheitliche und internationale Plattform anbieten zu können.

Die Leitung des Affiliate-Netzwerkes in den USA obliegt einem Team aus sehr erfahrenen Mitarbeitern, welches in den letzten vier Jahren erfolgreich Webgains UK mit aufgebaut hat.

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

USA/Europa/Deutschland

Während sich die deutsche und europäische Wirtschaft in den ersten Monaten des Jahres 2008 noch in einem weitgehend robusten Zustand zeigte, hat sich die Stimmung im dritten Quartal des laufenden Jahres aufgrund der Immobilien- und Finanzkrise deutlich eingetrübt. Spanien und Großbritannien befinden sich bereits am Rande, wenn nicht bereits inmitten einer Rezession. Auch für Deutschland prognostiziert die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) im vierten Quartal 2008 ein Negativwachstum von 1,0 Prozent.

In den USA sinken die Beschäftigtenzahlen, die Konsumausgaben gehen zurück und der ISM manufacturing fiel im September dramatisch auf 43,5 Prozent; das Unterschreiten der 45 Prozent Schwelle wird allgemein als Indikator für eine nahende Rezession angesehen. Es gilt als sehr wahrscheinlich, dass sich das anhand der vorgenannten Indikatoren deutlich eingetrübte Stimmungsbild in den kommenden Monaten in Form von deutlich reduzierten Bruttoinlandsprodukt (BIP)-Wachstumsraten niederschlagen wird.

Hinsichtlich des Jahres 2009 sind namhafte Wirtschaftsinstitute ebenfalls vorsichtig, zumal sich die drohenden negativen Auswirkungen der Immobilien- und Finanzkrise erst in den kommenden zwölf Monaten voll auswirken werden. Das Weltwirtschaftswachstum wird laut OECD um 0,3 Prozent zurück gehen, wobei die USA um 0,9 Prozent und die Euro-Zone um 0,3 Prozent schrumpfen soll.

Werbemarkt

Das Internet findet im Marketing-Mix weiterhin eine starke Beachtung. Sowohl im laufenden als auch im kommenden Jahr werden die Werbebudgets für Online-Werbung trotz des schwierigen wirtschaftlichen Umfelds steigen. Zu diesem Ergebnis kam eine kürzlich veröffentlichte Umfrage des paneuropäischen Branchenverbands European Interactive Advertising Association (EIAA).

Der Online-Vermarkterkreis (OVK) bestätigte diesen Trend auf der Düsseldorfer Online-Marketingmesse OMD Mitte September. Demnach erreicht der Marktanteil des Onlinebereichs in Deutschland im gesamten Medien-Mix in diesem Jahr bereits 13,5 Prozent. Nach wie vor entfällt der Großteil der Online-Werbung in Deutschland auf klassische Banner, wobei im Vergleich zum Vorjahr die Suchwort-Vermarktung und Affiliate-Netzwerke weitere Anteile gewonnen haben. Am stärksten wächst jedoch die Sparte Werbevideos im Internet. Die Nachfrage steigt rasant, obwohl sich die Bewegtbild-Werbung im Netz noch in der Einführungsphase befindet. So sind die mit Video-Ads erwirtschafteten Brutto-Werbeumsätze laut Nielsen Media Research um 402 Prozent im Vergleich zum Vorjahr gestiegen.

Was die Werbeaufwendungen pro Online-Nutzer anlangt, so stehen Großbritannien und Norwegen an der Spitze. Dort werden laut OVK EUR 95 bzw. EUR 93 pro Jahr und Internet-Nutzer für Werbung ausgegeben. Deutschland liegt bei EUR 65 pro Nutzer, Österreich bei EUR 27.

Aber auch in Ländern wie China, Indien oder Russland seien - wenn gleich etwas abgeschwächer - laut des Branchenverbandes BITKOM große Potenziale vorhanden. Besonders kräftige Zuwächse sind derzeit auf dem chinesischen Markt zu verzeichnen. Hier wird ein Umsatzplus von 46 Prozent vorhergesagt. Die Erhebung der EIAA zeigte auch, dass die Werbetreibenden inzwischen 11 Prozent ihres Onlinewerbebudgets für internationale Kampagnen, die zwei oder mehreren europäischen Ländern gezeigt werden, ausgeben.

Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Ertragslage

In den ersten neun Monaten konnte ad pepper media seinen Umsatz auf TEUR 38.171 erhöhen. Gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahres mit TEUR 36.021 entspricht dies einem Wachstum von 6 Prozent.

Während insbesondere diejenigen ad pepper media Regionen bzw. Ländergesellschaften, die ihren Fokus auf performancebasierte Preismodelle legen, mit zum Teil deutlich zweistelligen Wachstumsraten gewachsen sind, mussten wir Umsatzeinbußen vor allem im Bereich Branding, also CPM-basierter Preismodelle verzeichnen. Bezogen auf einzelne Länder, blieb das Wachstum insbesondere in Frankreich, Deutschland und den USA hinter den Vorjahresniveaus und den Erwartungen des Vorstandes zurück.

Klarer Wachstumstreiber war erneut unser Affiliate-Netzwerk Webgains mit seinem klassischen erfolgsbasierten Werbemodell. Daher haben wir uns entschlossen, Webgains zusätzlich auch in Spanien und den USA anzubieten.

Die zur ad pepper media-Gruppe gehörige SEO/SEM Agentur ad agents konnte aufgrund ihrer klaren Fokussierung auf performancebasierter Werbung ebenfalls stark vom Trend hin zu erfolgsbasierter Werbung profitieren.

Erfreulich waren auch die Wachstumsraten von Emediate. Die weitgehende Konsolidierung des Ad Serving-Marktes auf wenige Player im Jahre 2007 verschafft Emediate aufgrund seiner Positionierung als einer der wenigen verbliebenen unabhängigen Ad Serving-Provider zunehmend Wettbewerbsvorteile.

Die Bruttomarge betrug in den ersten neun Monaten TEUR 16.162 nach TEUR 17.503 im gleichen Zeitraum des Vorjahres. Der Rückgang ist zum einen auf die bereits genannten Länder Deutschland, Frankreich und USA zurückzuführen, in denen wir uns jeweils mit Umsatz- und damit auch mit Margenrückgängen konfrontiert sahen. Zum anderen sank die Bruttomarge aufgrund eines zunehmenden Margendruckes insbesondere im Bereich Branding. Webgains und ad.agents konnten diesen Margenrückgang zum Teil kompensieren, allerdings waren beide Bereiche

aufgrund ihrer geschäftsimmanenten Margenstruktur nicht in der Lage, den Rückgang der Bruttomarge in obigen Ländern gänzlich zu kompensieren.

Die operativen Kosten sanken innerhalb der ersten neun Monate des laufenden Jahres gegenüber dem entsprechendem Vorjahreszeitraum von TEUR 14.691 auf TEUR 14.316. Dabei ist zu beachten, dass hierin ein Betrag in Höhe von TEUR 9.621 als außerordentlicher Ertrag im Zusammenhang mit Beteiligungsveräußerungen enthalten ist (Q1-Q3 2007: TEUR 6.177). Der sich unter Neutralisierung der außerordentlichen Erträge ergebende Anstieg der operativen Kosten innerhalb der ersten neun Monate ist im Wesentlichen unserer aktiven M&A-Politik geschuldet, die zu deutlich höheren Amortisierungskosten im laufenden Jahr führt. Ebenso enthalten die operativen Kosten außerordentliche Abschreibungen in Höhe von EUR 1,5 Mio. auf immaterielle Vermögenswerte, die im Zuge der Erwerbe von Crystal Reference Systems Ltd. und mediasquares GmbH übernommen wurden. Des Weiteren haben wir in den ersten neun Monaten den Wertberichtigungen auf Forderungen insgesamt einen Betrag von TEUR 549 als Risikovorsorge zugeführt. Zusätzlich haben wir einmalige Abschreibungen auf Forderungen in Höhe von TEUR 667 vorgenommen.

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) lag mit TEUR 1.846 unterhalb des Ergebnisses des Vorjahreszeitraumes (Q1-Q3 2007: TEUR 2.812), blieb aber dennoch deutlich positiv.

Gleichlaufend entwickelte sich auch das Ergebnis vor Steuern (EBT). Nach TEUR 3.226 innerhalb der ersten neun Monate des Jahres 2007, konnte in diesem Jahr ein Betrag von TEUR 2.767 erzielt werden. Das im Vergleich zum Vorjahr deutlich verbesserte Finanzergebnis von TEUR 921 (Q1-Q3 2007: TEUR 144) ist einerseits dem höheren durchschnittlichen Zahlungsmittelbestandes geschuldet, ist aber auch ein Reflex des allgemein gestiegenen Zinsniveaus im Euro-Raum und realisierter Gewinne aus Wertpapiergeschäften in Höhe von TEUR 207.

Das Steuerergebnis besteht weitestgehend aus latenten Steuererträgen, die auf die Auflösung passiver latenter Steuern im Zusammenhang mit dem oben dargestellten Impairment immaterieller Vermögenswerte zurückzuführen sind. Dementsprechend erhöhte sich auch das (unverwässerte) Ergebnis je Aktie auf EUR 0,30 innerhalb der ersten neun Monate (Q1-Q3 2007: EUR 0,24).

Finanzlage

Der operative Cash-Flow verbesserte sich in den ersten neun Monaten auf TEUR -847 nach TEUR -1.429 im Vergleichszeitraum des Vorjahres insbesondere aufgrund eines verbesserten Working Capital Managements. Der Netto-Cash-Flow aus Investitionstätigkeit betrug in den ersten neun Monaten 2008 TEUR -4.025 (Q1-Q3 2007: TEUR -4.270). Hierbei ist zu beachten, dass in 2007 TEUR 4.752 für den Erwerb der Emediate ApS aufgewendet wurden. Hingegen reflektiert der Wert dieses Jahres die Anlage von Zahlungsmitteln in Termineinlagen mit einer Laufzeit von mehr als drei Monaten, um vom attraktiven kurzfristigen Zinsniveau zu Beginn des dritten Quartals zu profitieren.

Der Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit hat sich gegenüber den ersten sechs Monaten 2007 um TEUR -1.282 auf TEUR -196 ermäßigt.

Der Grund liegt im Wesentlichen in der im Januar 2007, im Zusammenhang mit dem Erwerb von Emediate ApS, durchgeführten Kapitalerhöhung in Höhe von TEUR 2.244.

Flüssige Mittel, Zahlungsmitteläquivalente und Wertpapierbestände sowie Termineinlagen sind während der ersten neun Monate 2008, gegenüber dem 31. Dezember 2007, um TEUR 6.121 auf TEUR 23.671 gestiegen.

Vermögenslage

Die Bilanzsumme ist insgesamt um TEUR 595 auf TEUR 69.443 gestiegen (31. Dezember 2007: TEUR 68.847).

Die langfristigen Vermögenswerte erhöhten sich insbesondere aufgrund der Beteiligung an der Brand Affinity Technologies Inc. um EUR 1,6 Mio.

Gegenläufig entwickelten sich die Wertpapiere des Anlagevermögens und die immateriellen Vermögenswerte, die sich insbesondere aufgrund außerordentlicher Abschreibungen von TEUR 9.155 am 31. Dezember 2007 auf TEUR 6.126 per 30. September 2008 verminderten.

Die kurzfristigen Vermögenswerte erhöhten sich innerhalb der ersten neun Monate des Geschäftsjahres im Wesentlichen aufgrund der Zunahme der Wertpapiere des Umlaufvermögens sowie der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente auf TEUR 19.240 (31. Dezember 2007: TEUR 15.419), während sich der Forderungsbestand gegenüber Ende 2007 von TEUR 12.847 auf TEUR 10.013 per 30. September 2008 aufgrund der besagten Optimierungsmaßnahmen hinsichtlich des Forderungsmanagements reduzierte.

Die Eigenkapitalposition erhöhte sich auf TEUR 58.665 (31. Dezember 2007: TEUR 56.466). Die Eigenkapitalquote beträgt per 30. September 2008 84,5 Prozent (31. Dezember 2007: 82,0 Prozent).

Die ad pepper media-Gruppe ist zum Bilanzstichtag eigenfinanziert. Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten existieren nicht.

Risiko- und Chancenbericht

Gegenüber dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2007 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 2007.

Prognosebericht

Das gesamtwirtschaftliche Umfeld trübt sich ein. Dennoch gehen wir von einem positiven Marktumfeld für Online-Werbung für den Rest dieses und für das kommende Jahr aus. Unseren Optimismus ziehen wir zum einen aus der Tatsache, dass Internetpenetration sowie die Dauer der Internetnutzung weiterhin zunehmen. Ebenso sind wir der Überzeugung, dass die Budgets im Bereich erfolgsbasierter Werbung nicht nur weniger konjunkturanfällig, sondern auch nahezu unbegrenzt sind. Davon wollen wir weiter profitieren.

Unbestritten ist dennoch, dass sich die Wachstumsdynamik der Branche im Allgemeinen und ad pepper media's im Speziellen im traditionell starken vierten Quartal wiederum als Lakmустest für die Entwicklung weit in das Jahr 2009 erweisen wird.

Wir sind davon überzeugt, dass wir – wie auch schon im vergangenen Jahr – im vierten Quartal ein deutlich positives EBITDA erwirtschaften werden und gehen optimistisch in das Jahr 2009.

Die Aktie

Der Kurs der ad pepper media-Aktie bewegte sich im Berichtszeitraum innerhalb einer schmalen Bandbreite zwischen EUR 2,50 und EUR 3,00. Der Schlusskurs auf Xetra wurde am 30. September 2008 mit EUR 2,55 festgestellt und liegt damit nur unwesentlich über dem Tiefstkurs dieses Jahres von EUR 2,34, der am 25. Februar festgestellt wurde. Der Höchstkurs wurde am 30. April 2008 mit EUR 3,70 erreicht.

Die Marktkapitalisierung betrug Ende September rd. EUR 29,0 Mio. und damit ca. EUR 5,3 Mio. über unserem Bestand an liquiden Mitteln und Zahlungsmitteläquivalenten (EUR 23,7 Mio.).

Am 11. Juni 2008 haben wir ein Aktienrückkaufprogramm angekündigt, welches wir auch im vierten Quartal fortsetzen werden.

Seit Start des Aktienrückkaufes wurden Stück 107.804 Aktien zu einem Gesamtbetrag von rd. EUR 311.000 zurückgekauft (Durchschnittskurs: EUR 2,89 je Aktie); dies entspricht ca. 1 Prozent des Grundkapitals der ad pepper media International N.V.

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (IFRS)

	Q3 / 2008 TEUR	Q3 / 2007 TEUR	Q1-Q3 2008 TEUR	Q1-Q3 2007 TEUR
Umsatzerlöse	11.674	12.014	38.171	36.021
<i>Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen</i>	-6.918	-6.709	-22.009	-18.518
Bruttoergebnis vom Umsatz	4.756	5.305	16.162	17.503
<i>Vertriebskosten</i>	-4.226	-4.040	-14.278	-11.146
<i>Allgemeine und Verwaltungskosten</i>	-2.437	-3.600	-8.438	-8.974
<i>Sonstige betriebliche Erträge</i>	1.193	71	1.873	136
<i>Sonstige betriebliche Aufwendungen</i>	-1.037	-745	-3.094	-884
<i>Gewinn aus der Veräußerung von Anteilen an assoziierten Unternehmen und von sonstigen Beteiligungen</i>	0	4.207	9.621	6.177
Ergebnis vor Zinsen und Steuern	-1.751	1.198	1.846	2.812
<i>Finanzerträge</i>	284	72	932	425
<i>Finanzierungsaufwendungen</i>	-1	-2	-11	-11
Ergebnis vor Steuern	-1.467	1.268	2.767	3.226
<i>Steuern vom Einkommen und vom Ertrag</i>	82	-138	506	-522
Periodengewinn	-1.385	1.130	3.273	2.704
<i>davon entfallen auf Anteilseigner des Mutterunternehmens</i>	1.362	1.094	3.300	2.683
<i>davon entfallen auf Minderheitenanteile</i>	-23	36	-27	21
<i>Ergebnis je Aktie (unverwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)</i>	-0,12	0,10	0,30	0,24
<i>Ergebnis je Aktie (verwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)</i>	-0,12	0,09	0,29	0,23
	Q3 / 2008 St.	Q3 / 2007 St.	Q1-Q3 2008 St.	Q1-Q3 2007 St.
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	11.144.184	11.172.328	11.182.172	11.141.979
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (verwässert)	11.433.290	11.731.766	11.488.192	11.840.554

Konzern-Bilanz (IFRS)

Aktiva	30. September 2008 TEUR	31. Dezember 2007 TEUR
Langfristige Vermögenswerte		
Firmenwerte	20.799	20.665
Immaterielle Vermögenswerte	6.126	9.155
Sachanlagen	953	1.100
Wertpapiere des Anlagevermögens	4.431	2.131
Andere finanzielle Vermögenswerte	2.299	772
Latente Steuern	3.268	2.979
Summe langfristige Vermögenswerte	37.874	36.802
Kurzfristige Vermögenswerte		
Wertpapiere und Termineinlagen	12.569	3.390
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	10.013	12.847
Forderungen aus Ertragsteuern	1.389	1.151
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	574	738
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	352	1.890
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	6.671	12.029
Summe kurzfristige Vermögenswerte	31.568	32.045
Aktiva, gesamt	69.442	68.847

Konzern-Bilanz (IFRS)

Passiva	30. September 2008 TEUR	31. Dezember 2007 TEUR
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	1.139	1.139
Kapitalrücklage	66.523	66.319
Eigene Anteile	-1.580	-1.269
Bilanzverlust	-5.089	-8.389
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	-2.634	-1.511
Summe	58.359	56.289
Minderheitenanteile	306	177
Summe Eigenkapital	58.665	56.466
Langfristige Verbindlichkeiten		
Latente Steuern	394	907
Summe langfristige Verbindlichkeiten	394	907
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	6.179	7.212
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	631	792
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	3.339	3.102
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	234	368
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten	10.383	11.474
Summe Verbindlichkeiten	10.777	12.381
Passiva, gesamt	69.442	68.847

Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)

	Q1-Q3 2008 TEUR	Q1-Q3 2007 TEUR
Periodengewinn	3.273	2.704
Überleitung zwischen Periodengewinn und Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit		
Abschreibungen	4.020	1.811
Gewinn aus dem Verkauf von Gegenständen des Anlagevermögens	-2	-19
Gewinn aus dem Verkauf von Wertpapieren	-207	0
Aktienbasierte Vergütung	204	450
Andere Finanzerträge und Finanzierungsaufwendungen	-714	-414
Steuerergebnis	-506	522
Gewinn aus der Veräußerung von Anteilen an assoziierten Unternehmen und von sonstigen Beteiligungen	-9.621	-6.177
Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge	1.137	685
Brutto-Cash-Flow	-2.416	-438
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.822	-401
Veränderung anderer Aktiva	335	1.065
Gezahlte Ertragsteuern	-334	-73
Vereinnahmte Zinsen	823	271
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-1.142	-923
Gezahlte Zinsen	-11	-11
Veränderung anderer Verbindlichkeiten	76	-919
Netto-Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit	-847	-1.429

Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)

	Q1-Q3 2008 TEUR	Q1-Q3 2007 TEUR
<i>Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen</i>	-866	-2.703
<i>Erlöse aus dem Abgang von immateriellen Vermögensgegenständen und Sachanlagen</i>	4	59
<i>Einzahlungen aus der Veräußerung von Anteilen an assoziierten Unternehmen und von sonstigen Beteiligungen</i>	10.845	2.148
<i>Kautionszahlungen/ Einnahmen aus der Rückzahlung von Mietsicherheiten</i>	0	-90
<i>Erwerb von Beteiligungen</i>	-1.621	0
<i>Erwerb von Tochterunternehmen nach Abzug der erworbenen Zahlungsmittel</i>	-25	-5.644
<i>Erlöse aus dem Verkauf von Wertpapieren</i>	207	1.960
<i>Erwerb von Wertpapieren und Anlage in Termineinlagen</i>	-12.569	0
Netto-Cash-Flows aus Investitionstätigkeit	-4.025	-4.270
<i>Kapitalerhöhung</i>	0	2.244
<i>Verkauf eigener Aktien</i>	0	53
<i>Erwerb eigener Anteile</i>	-311	-1.231
<i>Einzahlungen aus der Tilgung gewährter Darlehen</i>	115	20
Netto-Cash-Flows aus Finanzierungstätigkeit	-196	1.086
<i>Einfluss von Wechselkursänderungen auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</i>	-290	-7
<i>Zahlungswirksame Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</i>	-5.068	-4.613
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres	12.029	14.380
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Geschäftsperiode	6.671	9.760

Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals

	Auf die Gesellschafter des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital								
					Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis				
	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Eigene Anteile	Bilanzverlust	Währungsdifferenzen	Marktbewertung „a-f-s“ sec* TEUR	Sonstiges	Minderheitenanteile	Gesamt
TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Stand 1. Januar 2007	1.115	61.860	-340	-10.944	-140	-698			50.853
Währungsdifferenzen					-37				-37
Unrealisierte Kursgewinne/ -verluste aus Wertpapieren						-404			-404
Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses					-37	-404			-441
Periodenergebnis				2.683				21	2.704
Gesamtes Periodenergebnis				2.683	-37	-404		21	2.263
Aktienbasierte Vergütung		450							450
Kapitalerhöhung	21	2.222							2.243
Erwerb eigener Aktien			-1.231						-1.231
Ausgabe eigener Aktien		1.748	302						2.050
Erwerb Minderheitenanteile								146	146
Stand 30. September 2007	1.136	66.280	-1.269	-8.261	-177	-1.102		167	56.774
Stand 1. Januar 2008	1.139	66.319	-1.269	-8.389	-111	-1.400		177	56.466
Währungsdifferenzen					-293				-293
Unrealisierte Kursgewinne/ -verluste aus Wertpapieren						-747			-747
Summe des direkt im Eigenkapital erfassten Ergebnisses					-293	-747			-1.040
Periodenergebnis				3.300				-27	3.273
Gesamtes Periodenergebnis				3.300	-293	-747		-27	2.233
Aktienbasierte Vergütung		204							204
Erwerb eigener Aktien			-311						-311
Verkauf Minderheitenanteile							-106	156	50
Sonstiges							23		23
Stand 30. September 2008	1.139	66.523	-1.580	-5.089	-404	-2.147	-83	306	58.665

* „available-for-sale“ securities

Anhang

1. Grundlage für die Erstellung des Quartalsabschlusses

Der vorliegende verkürzte Konzernzwischenabschluss der ad pepper media International N.V. wurde nach den Vorschriften der am Abschlussstichtag geltenden International Financial Reporting Standards (IFRS) in 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 2007 gelesen werden.

In den Konzernzwischenabschluss sind sämtliche Tochterunternehmen einbezogen. Im Vergleich mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2007 ergaben sich folgende Veränderungen im Konsolidierungskreis: Zum Zwecke der langfristigen Mitarbeiterbindung wurde eine Minderheitenbeteiligung von 10 Prozent an der Tochtergesellschaft ad pepper media Denmark A/S an deren Geschäftsführer veräußert.

Die ad pepper media Denmark A/S hält die Anteile an der Globase International ApS und Pentamind A/S, so dass auch hier indirekt 10 Prozent der Anteile an diesen Tochtergesellschaften nun Minderheiten zuzurechnen sind. In Anlehnung an IFRS 3 (revised) wird dieser Vorgang gemäß der sogenannten Entity-Methode als Transaktion mit einem Anteilseigner erfolgsneutral und ohne Auswirkungen auf die Höhe des bilanzierten Goodwill abgebildet. Die operativ nicht mehr tätigen Gesellschaften Atlas Internet Associates s.r.o., Bratislava Slowakei und ad pepper media Oy, Helsinki, Finnland, wurden Mitte August 2008 liquidiert und in der Folge entkonsolidiert.

Der vorliegende Konzernzwischenabschluss zum 30. September 2008 wurde vom Vorstand am 5. November 2008 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 2007 erstellt wurde.

Die zum 31. Dezember 2007 und 31. März 2008 unter den kurzfristigen Vermögenswerten ausgewiesenen Wertpapiere werden seit 30. Juni 2008 unter den langfristigen Vermögenswerten ausgewiesen. Grund hierfür ist das Aufgeben der Verkaufsabsicht nach Erhalt der Meilensteinzahlung für die Anteile an dMarc Broadcasting Inc. in Höhe von EUR 8,6 Mio. Die kurzfristigen Wertpapiere per 30. September 2008 bestehen vollständig aus, durch den deutschen Einlagenversicherungsfond abgesicherte, Termineinlagen und Schuldscheindarlehen bei deutschen Banken, in die zur Sicherung des attraktiven Zinsniveaus zu Beginn des dritten Quartals mit Laufzeiten zwischen vier und zwölf Monaten investiert wurde.

Seit dem Tage der Freigabe des Jahresabschlusses zum 31. Dezember 2007 sind folgende Standards und Interpretationen veröffentlicht worden, die aber im vorliegenden verkürzten Zwischenabschluss noch keine Anwendung finden:

Improvements to IFRSs

Das International Accounting Standards Board (IASB) hat am 22. Mai 2008 im Rahmen des ersten „Annual improvements project“ die „Improvements to IFRSs“ zur Änderung einer Reihe von International Financial Reporting Standards (IFRS) veröffentlicht. Die endgültigen Änderungen sind das Ergebnis der bisher geführten Diskussionen mit dem Ziel der Anpassung von Formulierungen in einzelnen IFRS zur Klarstellung der bestehenden Regelungen. Darüber hinaus wurden Änderungen vorgenommen, die Auswirkungen auf die Bilanzierung, den Ansatz oder die Bewertung haben.

Die hiervon betroffenen Standards sind in der Pressemitteilung des IASB mit einer kurzen Beschreibung der jeweiligen Änderung aufgeführt. Entgegen dem ursprünglichen Entwurf sind Änderungen von IFRS 1 „First-time Adoption of International Financial Reporting Standards“ nicht mehr enthalten, diese sollen in einem separaten Dokument veröffentlicht werden. Die Änderungen sind, sofern im jeweiligen Standard nicht gesondert geregelt, anzuwenden auf Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2009 beginnen.

Änderungen der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden könnten sich für die ad pepper media-Gruppe voraussichtlich aus den Verbesserungen von IAS 36, IAS 38 und IAS 39 ergeben. Eine abschließende Beurteilung der Auswirkungen ist zum jetzigen Zeitpunkt nicht möglich.

IFRS 1 First-time Adoption of International Financial Reporting Standards und IAS 27 Consolidated and Separate Financial Statements

Das International Accounting Standards Board (IASB) hat am 22. Mai 2008 Änderungen von IFRS 1 „First-time Adoption of International Financial Reporting Standards“ und IAS 27 „Consolidated and Separate Financial Statements“ veröffentlicht. Die Änderungen sind in einem Dokument mit dem Titel „Cost of an Investment in a Subsidiary, Jointly Controlled Entity or Associate“ zusammengefasst und beinhalten auch Änderungen von IAS 18, IAS 21 und IAS 36.

Die Änderungen ermöglichen es Unternehmen, bei erstmaliger Anwendung der International Financial Reporting Standards (IFRS) in ihren IFRS-Einzelabschlüssen die Anschaffungskosten einer Beteiligung entweder in Höhe des beizulegenden Zeitwerts oder des Buchwerts nach den zuvor angewendeten nationalen Rechnungslegungsvorschriften zu bestimmen. Diese Regelung gilt sowohl für gemeinschaftlich geführte Unternehmen, assoziierte Unternehmen als auch für Tochterunternehmen. Mit dieser Änderung wurde Bedenken Rechnung getragen, dass die rückwirkende Bestimmung der Anschaffungskosten nach IAS 27 bei einer erstmaligen Anwendung von IFRS in einigen Fällen nur mit

unverhältnismäßig hohen Kosten oder Anstrengungen erreicht werden kann. Darüber hinaus wurde die Verpflichtung zur Herabsetzung der Anschaffungskosten bei Ausschüttungen von Gewinnrücklagen, die vor dem Erwerb der Anteile gebildet wurden, aus IAS 27 entfernt. Dividenden von gemeinschaftlich geführten Unternehmen, assoziierten Unternehmen und Tochterunternehmen sind künftig unabhängig davon, ob die Ausschüttung aus Ergebnissen vor dem Erwerbszeitpunkt stammt oder nicht, in der Gewinn- und Verlustrechnung zu erfassen. Übersteigen die Ausschüttungen eines Jahres das Gesamtergebnis dieses Jahres, ist ein „Impairment Test“ durchzuführen.

Die Änderungen sind auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2009 beginnen.

Die Ergänzungen zu IFRS 1 und IAS 27 haben momentan keine Auswirkungen auf die Bilanzierung der ad pepper media-Gruppe.

IFRIC 16 Hedges of a Net Investment in a Foreign Operation

Das International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) hat am 3. Juli 2008 den IFRIC 16 „Hedges of a Net Investment in a Foreign Operation“ veröffentlicht. Ziel der Interpretation ist eine Klarstellung zweier Sachverhalte, die sich im Rahmen der beiden Standards IAS 21 „The Effects of Changes in Foreign Exchange Rates“ und IAS 39 „Financial Instruments: Recognition and Measurement“ im Zusammenhang mit der Bilanzierung der Absicherung von Fremdwährungsrisiken innerhalb eines Unternehmens und seiner ausländischen Geschäftsbetriebe ergeben.

IFRIC 16 stellt klar, was als Risiko bei der Absicherung einer Nettoinvestition in einen ausländischen Geschäftsbetrieb anzusehen ist und wo innerhalb der Unternehmensgruppe das Sicherungsinstrument zur Minderung dieses Risikos gehalten werden darf. Die Interpretation ist für Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Oktober 2008 beginnen. IFRIC 16 hat momentan keine Auswirkungen auf die Bilanzierung der ad pepper media-Gruppe.

IFRIC 15 Agreements for the Construction of Real Estate

Das International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) hat am 3. Juli 2008 den IFRIC 15 „Agreements for the Construction of Real Estate“ veröffentlicht. Ziel der Interpretation ist eine einheitliche Bilanzierung durch Unternehmen, die Grundstücke erschließen und die in dieser Eigenschaft Einheiten, wie beispielsweise Wohneinheiten oder Häuser, „off plan“, das heißt bevor diese fertiggestellt sind, verkaufen. IFRIC 15 definiert Kriterien, nach denen sich die Bilanzierung entweder nach IAS 11 „Construction Contracts“ oder nach IAS 18 „Revenue“ zu richten hat. Die Interpretation ist für Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2009 beginnen.

IFRIC 15 ist auf die Geschäftstätigkeit der ad pepper media-Gruppe nicht anwendbar.

Ergänzungen zu IAS 39

Das International Accounting Standards Board (IASB) hat am 31. Juli 2008 Ergänzungen zu IAS 39 „Financial Instruments: Recognition and Measurement“ veröffentlicht. Die Ergänzungen sind in einem Dokument mit dem Titel „Eligible Hedged Items - Amendment to IAS 39 Financial Instruments: Recognition and Measurement“ zusammengefasst.

Ausgangspunkt sind die bestehenden Regelungen, nach denen ein Unternehmen das gesamte, einen Teil oder bestimmte Risiken eines Grundgeschäfts in einen Hedge einbeziehen kann. Um die Anwendung der unveränderten Grundprinzipien zu vereinfachen, wurden die Anwendungsgrundsätze in den Bereichen der Designation von Inflationsrisiken als Grundgeschäft sowie der Designation eines einseitigen Risikos in einem Grundgeschäft (beispielsweise mit einer Option als Sicherungsgeschäft) ergänzt. Bezogen auf die Designation von Inflationsrisiken als Grundgeschäft wird klargestellt, dass dieses Risiko grundsätzlich nicht als ein gesichertes Risiko bestimmt werden kann.

Sofern allerdings die Inflationskomponente vertraglich festgelegte Teile

von Zahlungsströmen eines Finanzinstruments sind, kann eine Absicherung der Inflation erfolgen.

Unter einem einseitigen Risiko ist zu verstehen, wenn ein Unternehmen ausschließlich Änderungen in den Zahlungsströmen oder im Fair-Value eines Grundgeschäfts oberhalb oder unterhalb eines festgelegten Preises oder einer anderen Variable designiert. Die Ergänzung stellt klar, dass lediglich der innere Wert der Option, nicht jedoch der vollständige Wert der Option, bestehend aus innerem Wert und Zeitwert, designiert werden kann. Wenn der gesamte Wert der Option als Sicherungsinstrument für ein einseitiges Risiko einer zukünftigen Transaktion designiert werden würde, würde dieses eine Hedge-Ineffektivität darstellen, da ausschließlich das Sicherungsinstrument eine Zeitwertkomponente enthält.

Die Ergänzungen sind auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Juli 2009 beginnen. Eine frühere Anwendung ist zulässig. Die Übernahme der Änderungen in europäisches Recht steht noch aus. Diese Ergänzungen haben momentan keine Auswirkungen auf die Bilanzierung der ad pepper media-Gruppe.

Ergänzungen zu IAS 39 und IFRS 7

Das IASB hat am 13. Oktober 2008 Änderungen des geltenden IAS 39.50 sowie des IFRS 7.12 und .12A beschlossen, die ohne weiteren IASB-Prozess endgültig sind. Die erfolgten Änderungen greifen vor dem Hintergrund der Finanzmarktkrise das Bedürfnis auf, Unterschiede zwischen IFRS und US-GAAP zu verringern und potentielle Wettbewerbsvorteile US-amerikanischer Banken zu beseitigen.

Durch diese Änderungen wird den Unternehmen die Möglichkeit gegeben, einige nicht-derivative Finanzinstrumente aus der Kategorie „finanzielle Vermögenswerte, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden“, sofern sie nicht ursprünglich durch Ausübung der Fair Value Option dieser Kategorie zugeordnet wurden, sowie aus der Kategorie „zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte“ umzuklassifizieren. Dies betrifft insbesondere solche Finanzinstrumente, die bei fehlender Handelsabsicht bzw. bei fehlender Designation als „zur Veräußerung verfügbar“ ursprünglich die Definition von „Kredite und Forderungen“ erfüllt hätten. Die Änderungen hinsichtlich der Umklassifizierung dürfen mit Wirkung ab dem 1. Juli 2008 genutzt werden. Korrespondierend dazu wurde IFRS 7 angepasst. Mit der Verordnung (EG) Nr. 1004/2008 hat die EU-Kommission diese Änderungen an IAS 39 Finanzinstrumente (Ansatz und Bewertung) und an IFRS 7 Finanzinstrumente (Angaben) übernommen. Die Verordnung tritt mit Veröffentlichung in Kraft. Die Veröffentlichung erfolgte am 16.10.2008 im Amtsblatt L 275/37 der Europäischen Union.

ad pepper media hat sich auf Grund der hohen Eigenkapitalquote dazu entschlossen, dieses Wahlrecht nicht wahrzunehmen, sondern die vorhandenen Wertpapiere der Kategorie „zur Veräußerung verfügbar“ weiterhin zum beizulegenden Zeitwert zu bewerten.

3. Erläuterungen zum Zwischenabschluss

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

Aufgrund der Geschäftsentwicklung waren per 30. Juni 2008 außerplanmäßige Abschreibungen auf einen Restbuchwert von Null auf immaterielle Vermögenswerte mit bestimmter Nutzungsdauer zu verzeichnen, die im Rahmen der Akquisitionen der mediasquares GmbH bzw. der Crystal Reference Ltd. erworben wurden. Auf das Segment Zentraleuropa entfielen hierbei EUR 0,4 Mio.; auf das Segment Westeuropa entfielen EUR 1,1 Mio. Der Gesamtbetrag von TEUR 1.506 ist in der Gewinn- und Verlustrechnung im Posten „Vertriebskosten“ enthalten.

Die Erhöhung des bilanzierten Goodwills um TEUR 109 per 30. Juni 2008 ergibt sich aus der Freigabe eines Treuhandkontos, das im Rahmen der Akquisition der Webgains Ltd. eingerichtet wurde.

Die weitere Erhöhung des bilanzierten Goodwills um TEUR 25 per 30. September 2008 ergibt sich aus einem asset deal im August 2008 der ad pepper media Italy s.r.l. Hierbei wurden weder Zahlungsmittel noch Verbindlichkeiten erworben. Der Goodwill besteht in Ertragsaussichten. Eine endgültige Kaufpreisverteilung steht noch aus. Der endgültige Kaufpreis ist von earn-out-Komponenten abhängig und beträgt maximal TEUR 100.

4. Segmentberichterstattung

Die verschiedenen Produkte und Dienstleistungen von ad pepper media weisen keine wesentlichen Unterschiede im Hinblick auf Risiko und Ertrag auf. Die interne Finanzberichterstattung und die Managementstruktur orientieren sich überwiegend an geographischen Regionen.

Entsprechend erfolgt die primäre Berichterstattung nach folgenden zusammengefassten Segmenten:

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

Q1-Q3 2008	Zentraleuropa TEUR	Nordeuropa TEUR	Westeuropa TEUR	Drittländer TEUR	Konsolidierung TEUR	Konzern TEUR
Umsatzerlöse	15.815	7.214	13.859	2.590	-1.307	38.171
davon extern	14.926	7.134	13.522	2.589	0	38.171
davon Intersegment	889	80	337	1	-1.307	0
Aufwendungen und sonstige Erträge	9.131	8.107	17.565	3.093	-1.571	36.325
EBIT	6.684	-893	-3.706	-503	264	1.846
Finanzergebnis						921
Ertragsteuern						506
Konzernergebnis						3.273
Q1-Q3 2007	Zentraleuropa TEUR	Nordeuropa TEUR	Westeuropa TEUR	Drittländer TEUR	Konsolidierung TEUR	Konzern TEUR
Umsatzerlöse	15.248	6.779	12.330	2.843	-1.179	36.021
davon extern	14.539	6.708	11.931	2.843	0	36.021
davon Intersegment	709	71	399	0	-1.179	0
Aufwendungen und sonstige Erträge	9.773	7.594	14.372	3.003	-1.533	33.029
EBIT	5.475	-815	-2.042	-160	354	2.812
Finanzergebnis						414
Ertragsteuern						-522
Konzernergebnis						2.704

5. Eigene Anteile

Der Vorstand von ad pepper media International N.V. hat beschlossen, von der Ermächtigung der ordentlichen Hauptversammlung vom 27. Mai 2008 zum Erwerb von bis zu 5 Prozent des Grundkapitals über die Börse Gebrauch zu machen. Er hat dazu am 11. Juni 2008 ein bis November 2009 befristetes Aktienrückkaufprogramm bekannt gegeben. Die in dessen Rahmen erworbenen Aktien werden ausschließlich zur Bedienung von Mitarbeiterbeteiligungs-Programmen eingesetzt. Zum Stichtag 30. Juni 2008 wurden von der Gesellschaft 300.700 eigene Aktien im Nennwert von EUR 0,10 gehalten, was einem Anteil von 2,6 Prozent am Grundkapital entspricht.

6. 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 in diesem Quartal in der Regel höhere Umsatzerlöse und daraus resultierend ein höheres operatives Ergebnis erzielt. Ungeachtet des schwierigeren konjunkturellen Umfeldes wird dies auch für das vierte Quartal 2008 erwartet.

7. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Bis zum Tage der Freigabe zur Veröffentlichung sind keine Ereignisse eingetreten, die die dargestellte Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zum 30. September 2008 in wesentlichem Umfang beeinflusst hätten.

8. Aktien und aktienbasierte Vergütung

Zum 30. September 2008 waren insgesamt 1.657.500 Optionen im Rahmen

von Optionsprogrammen ausgegeben. Das Bezugsverhältnis beträgt eine Aktie je Optionsrecht. Der Bezugspreis liegt zwischen EUR 1,33 und EUR 13,50. Am 15. Mai 2008 wurde ein Mitarbeiterbeteiligungs-Programm für leitende Mitarbeiter in einem Umfang von 610.000 Optionen aufgelegt. Die Bewertung erfolgte durch Simulation (Monte-Carlo-Verfahren). Hierbei wurden folgende Annahmen zu Grunde gelegt:

	<i>Executive SOP 2008</i>
<i>Aktienkurs bei Gewährung (EUR)</i>	<i>2,80</i>
<i>Datum der Gewährung</i>	<i>15. Mai 2008</i>
<i>Ausübungspreis (EUR)</i>	<i>3,00</i>
<i>Risikofreier Zinssatz (%)</i>	<i>4,15</i>
<i>Laufzeit (Jahre)</i>	<i>10</i>
<i>Zukünftige Dividende p.a. (EUR)</i>	<i>0,08 bis 0,12</i>
<i>Erwartete Volatilität (%)</i>	<i>50</i>

Die Volatilität wurde aus dem Kursverlauf der Aktie der ad pepper media International N.V. in der Zeit vom 1. Januar 2003 bis 30. April 2008 errechnet. Frühere Werte hätten zu einer falschen Schätzung der Volatilität geführt. Die Optionsrechte können zu einem Viertel frühestens nach einem Jahr nach Gewährung sowie zu jeweils einem weiteren Viertel nach jeweils einem weiteren Jahr nach Gewährung ausgeübt werden. Die Zeitwerte der einzelnen Tranchen im Gewährungszeitpunkt liegen zwischen EUR 0,564 und EUR 1,029 pro ausgegebener Option. Der maximal zu erfassende Aufwand für das Programm liegt über die gesamte Laufzeit bei EUR 0,5 Mio.

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

	<i>Aktienbesitz zum 30.09.2008</i>	<i>Optionen zum 30.09.2008</i>
Vorstand		
<i>Ulrich Schmidt</i>	<i>502.762</i>	<i>223.000</i>
<i>Michael A. Carton</i>	<i>123.703</i>	<i>214.000</i>
<i>Niels Nüssler</i>	<i>38.113</i>	<i>263.000</i>
<i>Jens Körner</i>	<i>0</i>	<i>80.000</i>
Aufsichtsrat		
<i>Michael Oschmann</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Dr. Frank Schlaberg</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Jan Andersen</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Merrill Dean</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
Unter maßgeblichem Einfluss stehende Unternehmen		
<i>EMA B.V.</i>	<i>4.743.201</i>	<i>0</i>
<i>Viva Media Beteiligungsgesellschaft</i>	<i>35.650</i>	<i>0</i>
<i>Euroserve</i>	<i>79.566</i>	<i>0</i>
<i>Grabacap ApS</i>	<i>424.000</i>	<i>0</i>
Mitarbeiter		877.500

Als Director's Dealing wurde uns am 3. April 2008 folgende nach § 15a WpHG meldepflichtige Transaktion gemeldet:

Kauf von 50.000 Aktien zu je EUR 3,30 (Volumen: EUR 165.000)

Börsenplatz: Frankfurt

Director: Michael A. Carton

Datum: 2. April 2008

9. Anzahl der Mitarbeiter

Zum Ende des dritten Quartals 2008 beschäftigte die ad pepper media-Gruppe 246 Mitarbeiter (30. September 2007: 254 Mitarbeiter).

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

Die Geschäfte mit nahe stehenden Unternehmen und Personen haben sich im Vergleich zum Jahr 2007 nicht wesentlich verändert.

Im Rahmen des Executive SOP 2008 wurden an zwei Mitglieder des Vorstandes, Michael A. Carton und Jens Körner, 75.000 bzw. 80.000 Optionen zu den unter Abschnitt 8. genannten Konditionen ausgegeben.

Nürnberg, 5. November 2008


 Ulrich Schmidt Jens Körner Niels Nüssler Michael A. Carton

Finanzkalender

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

Jahresabschluss 2008

14. April 2009

Kontakt

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

Tel.: +49 (0) 911 929057-0
Fax: +49 (0) 911 929057-157

E-Mail: ir@adpepper.com
www.adpepper.com

Impressum

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

Tel.: +49 (0) 911 929057-0
Fax: +49 (0) 911 929057-157

E-Mail: info@adpepper.com
www.adpepper.com

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

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

Vorstände
Ulrich Schmidt, Vorstandsvorsitzender
Jens Körner, Finanzen
Niels Nüssler, Vertrieb
Michael A. Carton, Director of the Board

Gern senden wir Ihnen den Geschäftsbericht 2007 bzw. den Konzernzwischenabschluss 2008 in Deutsch oder Englisch zu.

Alternativ finden Sie unsere veröffentlichten Berichte als PDF-Datei auf www.adpepper.com unter Investor Relations/Berichte und Präsentationen.

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

ad  pepper

www.adpepper.com