



***Ungeprüfter verkürzter Konzernzwischenabschluss
zum 30. September 2010***

Ausgewählte Konzernkennzahlen

	Q3 / 2010	Q3 / 2009	Verän- derung	01.01.- 30.09. 2010	01.01.- 30.09. 2009	Verän- derung
	TEUR	TEUR	Prozent	TEUR	TEUR	Prozent
<i>Netto- umsatz</i>	12.260	11.438	+6,9	37.144	34.526	+7,6
<i>Brutto- marge</i>	5.572	5.021	+11,0	16.897	15.532	+8,8
<i>EBIT</i>	182	-28.398	>100	504	-31.378	>100
<i>Perioden- ergebnis</i>	1.477	-31.782	>100	2.528	-33.780	>100
<i>Ergebnis pro Aktie in EUR (unver- wässert)</i>	0,06	-1,49	>100	0,10	-1,56	>100
				30.09. 2010	30.09. 2009	Verän- derung
				TEUR	TEUR	Prozent
<i>Liquide Mittel*</i>				23.055	21.143	+9,0
<i>Eigen- kapital</i>				26.673	21.480	+24,2
<i>Bilanz- summe</i>				35.770	32.025	+11,7
Anzahl Mitarbeiter				248	246	+0,8

- Alle Profitabilitätskennziffern in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres im positiven Bereich. Turn-around setzt sich fort
- ad pepper media International N.V. erwirbt Minderheitsbeteiligung an der Videovalis GmbH
- ad pepper media präsentiert sich erfolgreich auf der dmexco 2010

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

ZWISCHENLAGEBERICHT

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

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	20
Konzern-Gesamterfolgsrechnung	22
Konzern-Bilanz	24
Konzern-Kapitalflussrechnung	28
Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung	32
Konzern-Anhang	36

WEITERE INFORMATIONEN

Finanzkalender	52
Kontakt/Impressum	52

Wichtige Ereignisse

Alle Profitabilitätskennziffern in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres im positiven Bereich. Turn-around setzt sich fort.

Auf vergleichbarer Basis konnte der Umsatz in den ersten neun Monaten um 10,3 Prozent erhöht werden. Die bereinigte Bruttomarge konnte überproportional um 11,5 Prozent gesteigert werden, so dass sich eine entsprechend höhere Marge im Verhältnis zum Umsatz in Höhe von 45,5 Prozent ergibt. Aufgrund eines weiterhin konsequenten Kostenmanagements sind daher EBITDA, EBT und EBIT auch für die ersten neun Monate deutlich positiv, nach zum Teil deutlichen Verlusten in der entsprechenden Vorjahresperiode. Das Periodenergebnis betrug per Ende September 2010 TEUR 2.528.

ad pepper media International N.V. erwirbt Minderheitsbeteiligung an der Videovalis GmbH

Online-Videowerbung befindet sich auf einem dynamischen Wachstumskurs. Bereits im Jahr 2009 stiegen die Nettowerbeerinnahmen durch Videowerbung unbeeinträchtigt vom rezessiven wirtschaftlichen Umfeld in allen europäischen Kernmärkten sowie den USA zweistellig an. Dieser Trend hat sich auch im laufenden Jahr fortgesetzt. Um die Position von ad pepper media in diesem schnell wachsenden Segment des Online-Marketings auszubauen, hat das Unternehmen eine Minderheitsbeteiligung an der Videovalis GmbH erworben.

Die Kernkompetenz des Anbieters von Videoinhalten und Content-Syndication-Lösungen umfasst die Beschaffung und Lizenzierung von hochwertigen Filmbeiträgen sowie den Aufbau und die Organisation themenspezifischer TV-Netzwerke im Internet zur Erzielung hoher Einschaltquoten für eine erfolgreiche Markenkommunikation. Die Verknüpfung der Expertise von Videovalis im Bereich Videoinhalte mit den proprietären Technologien von ad pepper media macht die Zusammenarbeit der beiden Unternehmen so einzigartig; ein schneller break-even wird angepeilt und erscheint aus heutiger Sicht realistisch.

ad pepper media hat sich für diesen Fall entsprechende Vorkaufsrechte einräumen lassen, um ggf. die Beteiligung von derzeit 19,9 Prozent auf dann 100 Prozent auszubauen.

ad pepper media präsentierte sich erfolgreich auf der dmexco 2010

Mit einem klaren Fokus auf Werbung, Kreativität, Markenführung, Relevanz und Effizienz war die dmexco als kunden- und markenorientierter Branchentreff Nr. 1 die zentrale, internationale Plattform für alle Player der Marketing- und Media-Szene. Von Vermarktern über Publisher und Werbekunden bis hin zu sämtlichen Agenturgattungen – auf der dmexco profitieren Fachbesucher, Aussteller und Gäste aus aller Welt vom gebündelten Branchen-Know-how sowie von aktuellen Trends und Innovationen des digitalen Marketings.

Auch ad pepper media war als einer der führenden internationalen Online-Vermarkter vor Ort und präsentierte ihre enorme Netzwerk-Reichweite, einzigartige Technologien für Semantisches Targeting (iSense) und Interessentengewinnung (iLead) sowie das am schnellsten wachsende Affiliate Netzwerk in Europa (Webgains). Noch nie war der Andrang von Fachbesuchern am ad pepper media-Stand so hoch und noch nie präsentierte sich ad pepper media so erfolgreich wie in diesem Jahr. Insgesamt war die Messe ein Highlight für die gesamte, stetig wachsende Online-Branche und zeigte eindrucksvoll, dass sich ad pepper media bei Mediaagenturen und werbetreibenden Direktkunden bestens am Markt etabliert hat.

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Welt/Europa/Deutschland

Die Abschwächung des weltweiten Wirtschaftswachstums wird nach Einschätzung der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) im zweiten Halbjahr 2010 stärker ausfallen als bisher angenommen. Der OECD-Prognose zufolge, welche im September diesen Jahres veröffentlicht wurde, wird das annualisierte Wachstum des Bruttoinlandsprodukts (BIP) der sieben führenden Industrieländer (G 7) im dritten Quartal auf 1,4 und im vierten Quartal 2010 auf 1,0 Prozent sinken. Im ersten Quartal war ein Wachstum von 3,2 und im zweiten Jahresviertel von 2,5 Prozent registriert worden.

Den stärksten Wachstumseinbruch erwartet die OECD in Deutschland: Das annualisierte Wachstum des Bruttoinlandsprodukts werde in Deutschland im dritten Quartal 0,7 Prozent und im Abschlussquartal 1,1 Prozent betragen, nach dem außergewöhnlichen starken Zuwachs um 9,0 Prozent im zweiten Quartal 2010.

In den USA wird im dritten Quartal den Angaben zufolge nun nur noch ein BIP-Plus von annualisiert 2,0 und im vierten Quartal von 1,2 Prozent erwartet. Im Juni waren noch Wachstumsraten von 2,8 und 2,7 Prozent prognostiziert worden. Auch in Japan rechnet die OECD im weiteren Jahresverlauf nicht mit einem ausgeprägten Aufschwung. Allerdings dürfte die Wachstumsverlangsamung der OECD zufolge nur vorübergehend sein. So hat der Internationale Währungsfonds (IWF) erst kürzlich seinen Ausblick für das weltweite Wachstum heraufgesetzt. Es wird 2010 mit 4,8 Prozent (zuvor 4,6 Prozent) und 2011 mit 4,2 Prozent angenommen; für Deutschland werden für das laufende Jahr 3,3 Prozent und nächstes Jahr 2,0 Prozent BIP-Zuwachs erwartet. Für die USA ist der IWF allerdings deutlich pessimistischer geworden: Er sagt für 2010 noch 2,6 Prozent voraus und für 2011 noch 2,3 Prozent, was 0,7 und 0,6 Prozentpunkte niedriger ist. Für China bleiben die Schätzungen unverändert: 10,5 Prozent Wachstum 2010 und 9,6 Prozent 2011.

Werbemarkt

Die positiven Wachstumsraten der ersten neun Monate in 2010 zeigen, dass die noch vor einem Jahr vorherrschende Zurückhaltung der werbungstreibenden Industrie – ausgelöst durch die Finanzkrise 2008/2009 – im Online-Sektor nicht mehr vorzufinden ist.

Digitale Werbung hat sich mittlerweile nahezu branchenübergreifend im Mediamix etabliert. Immer mehr Unternehmen erkennen, dass sie über das Internet den Dialog zu Bestandskunden intensivieren und gleichzeitig signifikante Neukundenpotenziale erschließen können. Entsprechend ist in den ersten neun Monaten dieses Jahres in nahezu allen dargestellten Wirtschaftsbereichen ein kontinuierlicher Ausbau der Online-Werbeinvestitionen zu beobachten. Laut Nielsen Media Research ist insbesondere bei der Touristik- und Gastronomiebranche, dem Kraftfahrzeugmarkt sowie den Körperpflegeprodukten der Anteil von Online-Werbung am Mediamix in den ersten drei Quartalen 2010 gegenüber dem Vergleichszeitraum des vergangenen Jahres nochmals deutlich angestiegen. Ausschlaggebend für diese Entwicklung sind vor allem die hohe Transparenz und Effizienz des Internets als Werbemedium. Umfassende Planungsdaten sowie eine bedarfsgerechte Aussteuerung der Online-Kampagnen mittels Targeting oder Frequency Capping sorgen für einen optimalen Einsatz der Budgets. Darüber hinaus ermöglicht Online-Werbung vielseitige Analyse- und Aussteuerungsoptionen im laufenden Kampagnenbetrieb, wie sie sich in dieser Form in keiner anderen Mediengattung realisieren lassen.

Struktur der ad pepper media-Gruppe

Die ad pepper media-Gruppe ist eines der führenden unabhängigen Vermarktungsnetzwerke im Bereich Online-Werbung.

ad pepper media International N.V. mit Sitz in Amsterdam, Niederlande, ist die zentrale Management- und Holdinggesellschaft für die Unternehmen der ad pepper media-Gruppe. Mit 16 Niederlassungen in acht europäischen Ländern und den USA wickelt ad pepper media für Tausende von nationalen und internationalen Werbekunden Kampagnen in derzeit mehr als 50 Ländern weltweit ab. Wir sind mit drei Geschäftsbereichen im Online-Werbemarkt aktiv: ad pepper media, Webgains und ad agents.

ad pepper media

Der Geschäftsbereich ad pepper media bietet das komplette Set für erfolgreiches Display-, Performance- und E-Mail-Marketing sowie Ad Serving an. Die wesentlichen Produkte sind: iSense, Sitescreen, iLead, iClick, mailpepper und Emediate.

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

iLead ist die ideale Lösung für Werbetreibende, 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 Werbetreibenden 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 Werbetreibenden explizit zugestimmt haben.

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

Webgains

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

Das Erreichen großer Reichweite über eine Vielzahl von Webseiten bei gleichzeitig erfolgsabhängiger Bezahlung macht Affiliate-Marketing für

alle Teilnehmer so attraktiv. Affiliate-Marketing ist ein provisionsbasiertes Werbemodell, wobei Webseitenbetreiber (Affiliates) Internet-traffic auf Seiten von Werbetreibenden (Merchant) lenken und im Gegenzug hierfür einen Prozentsatz des dort getätigten Kaufumsatzes erhalten. *Webgains* überzeugt dabei nicht nur durch herausragenden Service, sondern hat in den letzten zwei Jahren auch die Führung hinsichtlich technologischer Neuerungen der Plattform übernommen, wie beispielsweise dem *iSense SiteSeeker*, *Voucher Management Tool*, *Page Peel* und *Mobile Tracking*.

ad agents

ad agents ist auf Suchmaschinen-Marketing (SEM), Suchmaschinen-Optimierung (SEO) und Performance-Marketing spezialisiert. *ad agents* berät bekannte Unternehmen aus dem Versandhandel, der Reisebranche sowie zahlreichen anderen Sektoren, die bereits über eine ausgefeilte E-Commerce-Strategie verfügen und Waren und/oder Dienstleistungen über ihre Websites bzw. Web-Shops anbieten. *ad agents* hilft ihren Kunden dabei, schnell und zielsicher auf allen gängigen Suchmaschinen gefunden zu werden und die Suchergebnisse in erfolgreiche Transaktionen umzuwandeln. *ad pepper media* hält einen Anteil von 60 Prozent an *ad agents*.

Die Aktie

Kursentwicklung

Der Kurs der ad pepper media-Aktie entwickelte sich seit Jahresanfang erfreulich. Per 30. September 2010 schloß die ad pepper media-Aktie bei einem Stand von EUR 2,05 und lag damit im Vergleich zu Ende Dezember 2009 um ca. 73 Prozent höher (Aktienkurs am 31. Dezember 2009: EUR 1,18). In den letzten zwölf Monaten betrug das Kursplus 54 Prozent.

Daten zur Aktie	
Wertpapierkennnummer (WKN)	940883
ISIN	NL0000238145
Börsensegment (Frankfurter Börse)	Prime Standard
Designated Sponsor	Equinet
Anzahl Aktien	23.000.000
Marktkapitalisierung (per 30.09.2010)	EUR 47,2 Mio.

Aktienkursentwicklung der letzten 12 Monate (Xetra)



Aktionärsstruktur

Tag des Reports: 30.09.2010

Aktionär	Aktien (Stück)	in Prozent des Grundkapitals
EMA B.V.	9.486.402	41,25
Eigene Anteile	2.048.792	8,91
U. Schmidt	1.005.524	4,37
Grabacap ApS	708.000	3,08
Euroserve Media GmbH	406.132	1,77
M. A. Carton	332.178	1,44
Viva Media Service GmbH	71.300	0,31
Zwischensumme	14.058.328	61,12
Freefloat	8.941.672	38,88
Summe	23.000.000	100,00

Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Ertragslage

In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres wurde ein Umsatz von TEUR 37.144 erzielt (Q1-Q3 2009: TEUR 34.526). Gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahres entspricht dies einem Anstieg von 7,6 Prozent. Auf vergleichbarer Basis, d.h. unter Berücksichtigung der eingestellten Aktivitäten der ad pepper media Italy srl., betrug das Wachstum sogar rund 10,3 Prozent. Erneut für Wachstumsimpulse sorgten das Segment Webgains, welches um 29,5 Prozent und damit von TEUR 8.768 auf TEUR 11.351 zulegen konnte. Auch das Segment ad agents entwickelte sich mit einem Umsatzplus von 24,5 Prozent erneut erfreulich. Hier konnte der Umsatz von TEUR 3.980 auf TEUR 4.835 gesteigert werden.

Das Segment ad pepper media mußte im Neunmonatszeitraum einen Umsatzrückgang um TEUR 812 auf TEUR 20.948 hinnehmen (Q1-Q3 2009: TEUR 21.760), welche sich unter Berücksichtigung der eingestellten Aktivitäten in Italien in ein kleines Wachstumsplus von 0,1 Prozent umkehrt.

Die Bruttomarge ausgedrückt in Prozent konnte mit 45,5 auf dem hohen Niveau des entsprechenden Vorjahreszeitraumes gehalten werden (Q1-Q3 2009: 45,0 Prozent). Absolut betrachtet ergibt sich ein Anstieg um TEUR 1.365 auf TEUR 16.897 (Q1-Q3 2009: TEUR 15.532), wobei die Bruttomarge auf vergleichbarer Basis, also unter Berücksichtigung von ad pepper media Italy srl., um TEUR 1.748 oder 11,5 Prozent zulegen konnte.

Die operativen Kosten sanken innerhalb der ersten sechs Monate des laufenden Jahres gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum deutlich um 65,1 Prozent und damit von TEUR 46.910 auf TEUR 16.393. Wesentliche Einflussfaktoren für diese Entwicklung sind zum einen reduzierte Personalaufwendungen insbesondere im Zusammenhang mit der Einstellung der italienischen Aktivitäten, zum anderen im Vergleich zum Vorjahr deutlich niedrigere Abschreibungen auf im Rahmen von Unternehmensübernahmen erworbene immaterielle Vermögenswerte. Darüber hinaus konnten die Wertberichtigungen auf Forderungen inkl. Abschreibungen deutlich reduziert werden, die mit TEUR +41 signifikant niedriger ausfielen als in der vergleichbaren Vorjahresperiode (Q1-Q3 2009: TEUR -1.030).

Weiterhin gilt es zu berücksichtigen, dass die Vorjahresperiode durch umfangreiche Bereinigungsmaßnahmen beeinflusst war. Für die kommenden Quartale rechnen wir wieder mit insgesamt leicht steigenden Aufwendungen.

Sämtliche Profitabilitätskennziffern der ad pepper media-Gruppe waren im Neunmonatszeitraum positiv: Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) betrug TEUR 1.050 (Q1-Q3 2009: -29.539). Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) betrug in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres TEUR 504 (Q1-Q3 2009: TEUR -31.378). Erfreulich entwickelte sich auch das Ergebnis vor Steuern (EBT). Nach TEUR -33.310 innerhalb der ersten neun Monate des Jahres 2009, konnte in diesem Jahr ein deutlich positiver Betrag von TEUR 2.499 erzielt werden. Zur Steigerung des EBT trug maßgeblich ein hervorragendes Finanzergebnis bei, welches in einer Größenordnung von EUR 0,9 Mio. auf eine Zuschreibung eines im Vorjahr wertberichtigten Darlehens zurückzuführen ist. Dies erfolgte im Zusammenhang mit einer Drittrundenfinanzierung der Brand Affinity Technologies Inc.

Der Periodengewinn fiel mit TEUR 2.528 ebenfalls deutlich positiv aus (Q1-Q3 2009: TEUR -33.780).

Finanzlage

Der Brutto Cash-Flow betrug TEUR 1.070 (Q1-Q3 2009: TEUR -2.860), während für den operativen Cash-Flow ein Wert von TEUR -550 nach TEUR -1.169 in den ersten neun Monaten des Jahres 2009 verzeichnet wurde. Der Netto-Cash-Flow aus Investitionstätigkeit betrug im Neunmonatszeitraum 2010 TEUR -730 (Q1-Q3 2009: TEUR 7.760). Der Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit betrug in den ersten neun Monaten 2010 TEUR 247 nach TEUR -1.289 im entsprechenden Zeitraum des Vorjahres.

Vermögenslage

Die Bilanzsumme hat sich gegenüber dem 31. Dezember 2009 erhöht. Sie stieg um TEUR 2.966 auf TEUR 35.770 (31. Dezember 2009: TEUR 32.804).

Die Eigenkapitalposition erhöhte sich aufgrund des in der Berichtsperiode ausgewiesenen Periodenergebnisses.

Darüber hinaus erfolgte im Zusammenhang mit der erwähnten Drittrundenfinanzierung der Brand Affinity Technologies Inc. eine das Eigenkapital um TEUR 1.900 erhöhende Zuschreibung des Beteiligungswertes, so dass sich die Eigenkapitalposition insgesamt um TEUR 5.335 auf TEUR 26.673 erhöhte (31. Dezember 2009: TEUR 21.338).

Die Eigenkapitalquote beträgt per 30. September 2010 demzufolge hervorragende 75 Prozent (31. Dezember 2009: 65 Prozent). Die ad pepper media-Gruppe ist zum Bilanzstichtag eigenfinanziert.

Die liquiden Mittel einschließlich Wertpapierbeständen zum beizulegenden Zeitwert sowie Termineinlagen mit Laufzeiten von mehr als drei Monaten belaufen sich per Ende September 2010 auf TEUR 23.055 (31. Dezember 2009: TEUR 22.602).

Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten existieren nicht.

Mitarbeiter

Per 30. September 2010 beschäftigte die ad pepper media-Gruppe 248 Mitarbeiter. Zum Ende des entsprechenden Vorjahreszeitraumes waren insgesamt 246 Mitarbeiter beschäftigt. Die Mitarbeiter der ad pepper media-Gruppe waren in folgenden Segmenten beschäftigt:

	<i>30. September 2010</i>	<i>30. September 2009</i>
	<i>Anzahl</i>	<i>Anzahl</i>
<i>ad pepper media</i>	143	142
<i>Webgains</i>	61	55
<i>ad agents</i>	20	14
<i>Administration</i>	24	35

Risiko- und Chancenbericht

Gegenüber dem Konzernabschluß zum 31. Dezember 2009 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 2009.

Prognosebericht

Trotz einer sich im dritten Quartal abgeschwächten Wirtschaftsausblicks, ist die weltweite Konjunkturerholung gemäss führender Prognoseinstitute weiterhin intakt. Wir gehen daher von einer stützenden Rolle der makroökonomischen Entwicklung für das operative Geschäft der ad pepper media-Gruppe aus. Dank eines konsequenten Kostenmanagements in Verbindung mit soliden Wachstumsraten insbesondere in den Segmenten Webgains und ad agents sind wir daher zuversichtlich, die äußerst positive Entwicklung auch im vor uns liegenden vierten Quartal fortzusetzen. Insofern halten wir an unserer Prognose eines EBITDA-Zieles in Höhe von TEUR 1.500 für das laufende Geschäftsjahr fest.

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (IFRS)

	Q3 / 2010	Q3 / 2009	01.01.-30.09.10	01.01.-30.09.09
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Umsatzerlöse	12.260	11.438	37.144	34.526
<i>Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen</i>	-6.688	-6.417	-20.247	-18.994
Bruttoergebnis vom Umsatz	5.572	5.021	16.897	15.532
<i>Vertriebskosten</i>	-3.741	-4.239	-11.460	-12.590
<i>Allgemeine und Verwaltungskosten</i>	-2.203	-3.364	-6.463	-8.459
<i>Sonstige betriebliche Erträge</i>	808	443	2.401	1.051
<i>Sonstige betriebliche Aufwendungen</i>	-254	-2.383	-871	-3.036
<i>Wertberichtigungen auf Firmenwerte und andere immaterielle Vermögenswerte</i>	0	-23.876	0	-23.876
Ergebnis vor Zinsen und Steuern	182	-28.398	504	-31.378
<i>Finanzerträge</i>	377	281	1.200	1.358
<i>Finanzierungsaufwendungen</i>	-4	-84	-94	-171
<i>Zuschreibungen/Wertberichtigungen auf Wertpapiere und andere finanzielle Vermögenswerte</i>	889	-3.119	889	-3.119
Ergebnis vor Steuern	1.444	-31.320	2.499	-33.310
<i>Steuern vom Einkommen und vom Ertrag</i>	33	-462	29	-470
Periodenergebnis	1.477	-31.782	2.528	-33.780
<i>davon entfallen auf Anteilseigner des Mutterunternehmens</i>	1.360	-31.761	2.255	-33.754
<i>davon entfallen auf Minderheitenanteile</i>	117	-21	273	-26
<i>Ergebnis je Aktie (unverwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)</i>	0,06	-1,49	0,10	-1,56
<i>Ergebnis je Aktie (verwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)</i>	0,06	-1,47	0,10	-1,55
	Q3 / 2010	Q3 / 2009	01.01.-30.09.10	01.01.-30.09.09
	Stück	Stück	Stück	Stück
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	21.430.651	21.332.691	21.546.331	21.592.006
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (verwässert)	22.027.230	21.639.073	22.002.465	21.796.877

Konzern-Gesamterfolgsrechnung (IFRS)

	Q3 / 2010	Q3 / 2009	Q1-Q3 2010	Q1-Q3 2009
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Periodenergebnis	1.477	-31.782	2.528	-33.780
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	100	-32	-133	-194
Marktwertveränderungen von Wertpapieren	509	1.073	766	958
Marktwertveränderungen von Beteiligungen	1.900	0	1.900	0
Direkt im Eigenkapital verrechnete Ertragsteuern	0	0	0	0
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen	2.509	1.041	2.533	764
Gesamterfolg	3.986	-30.741	5.061	-33.016
davon auf Minderheitsanteile entfallend	117	-21	273	-26
davon auf Aktionäre der ad pepper media International N.V. entfallend	3.869	-30.720	4.788	-32.990

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:

	Q3 / 2010			Q3 / 2009			Q1-Q3 2010			Q1-Q3 2009		
	vor Ertragsteuern	Ertragsteuern	nach Ertragsteuern									
Unterschiede aus der Währungsumrechnung (inkl. Minderheitenanteile)	100	0	100	-32	0	-32	-133	0	-133	-194	0	-194
Marktwertveränderungen von Wertpapieren	509	0	509	1.073	0	1.073	766	0	766	958	0	958
Marktwertveränderungen von Wertpapieren	1.900	0	1.900	0	0	0	1.900	0	1.900	0	0	0
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen	2.509	0	2.509	1.041	0	1.041	2.533	0	2.533	764	0	764

Konzern-Bilanz (IFRS)

Aktiva	30. September 2010	31. Dezember 2009
	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>
Langfristige Vermögenswerte		
Firmenwerte	24	24
Immaterielle Vermögenswerte	535	816
Sachanlagen	449	563
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Wertpapiere des Anlagevermögens	2.427	3.265
Zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere des Anlagevermögens	6.879	4.423
Andere finanzielle Vermögenswerte	4.007	727
Latente Steuern	109	308
Summe langfristige Vermögenswerte	14.430	10.126
Kurzfristige Vermögenswerte		
Wertpapiere und Termineinlagen	1.400	1.400
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	6.268	6.390
Forderungen aus Ertragsteuern	621	607
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	376	463
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	327	304
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	12.348	13.514
Summe kurzfristige Vermögenswerte	21.340	22.678
Aktiva, gesamt	35.770	32.804

Konzern-Bilanz (IFRS)

Passiva	30. September 2010	31. Dezember 2009
	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital*	1.150	1.150
Kapitalrücklage	67.165	67.102
Eigene Anteile	-3.199	-3.410
Bilanzverlust	-37.821	-40.076
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	-1.000	-3.533
Summe	26.295	21.233
Minderheitenanteile	378	105
Summe Eigenkapital	26.673	21.338
Langfristige Verbindlichkeiten		
Latente Steuern	21	21
Summe langfristige Verbindlichkeiten	21	21
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	5.450	6.619
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	682	749
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2.892	3.693
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	52	384
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten	9.076	11.445
Summe Verbindlichkeiten	9.097	11.466
Passiva, gesamt	35.770	32.804

* 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. September 2010 20.951.208 (31. Dezember 2009: 20.732.208) Aktien im Umlauf befanden.

Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)

	<i>01.01.-30.09.2010</i>	<i>01.01.-30.09.2009</i>
	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>
Periodenergebnis	2.528	-33.780
Überleitung zwischen Periodenergebnis und Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit		
Abschreibungen	546	1.839
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Gegenständen des Anlagevermögens	-2	0
Aktienbasierte Vergütung	63	164
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Wertpapieren	-508	-547
Andere Finanzerträge und Finanzierungsaufwendungen	-1.487	-640
Steuerergebnis	-29	470
Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge	-41	29.634
Brutto-Cash-Flow	1.070	-2.860
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	163	2.937
Veränderung anderer Aktiva	-58	-124
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-1.169	-1.840
Veränderung anderer Verbindlichkeiten	-847	-110
Vereinnahmte Ertragsteuern	256	250
Gezahlte Ertragsteuern	-395	-328
Vereinnahmte Zinsen	430	906
Gezahlte Zinsen	0	0
Netto-Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit	-550	-1.169

Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)

	<i>01.01.-30.09.2010</i>	<i>01.01.-30.09.2009</i>
	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>
<i>Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen</i>	-158	-360
<i>Erlöse aus dem Abgang von immateriellen Vermögensgegenständen und Sachanlagen</i>	9	0
<i>Einzahlungen aus der Veräußerung von Anteilen an assoziierten Unternehmen und von sonstigen Beteiligungen</i>	0	1.200
<i>Auszahlungen für den Erwerb von Anteilen an assoziierten Unternehmen und von sonstigen Beteiligungen</i>	-399	0
<i>Auszahlung für die Gewährung von Darlehen</i>	0	-751
<i>Erlöse aus dem Verkauf von Wertpapieren und Fälligkeit von Termineinlagen</i>	5.823	13.116
<i>Erwerb von Wertpapieren</i>	-6.005	-5.445
<i>Netto-Cash-Flow aus Investitionstätigkeit</i>	-730	7.760
<i>Ausgabe eigener Aktien</i>	211	0
<i>Erwerb eigener Anteile</i>	0	-1.343
<i>Einzahlungen aus der Tilgung gewährter Darlehen</i>	36	54
<i>Netto-Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit</i>	247	-1.289
<i>Einfluss von Wechselkursänderungen auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</i>	-133	-194
<i>Zahlungswirksame Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</i>	-1.166	5.108
<i>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres</i>	13.514	5.833
<i>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode</i>	12.348	10.941

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung (IFRS)

	Stand 1. Januar 2009	Gesamt- erfolg	Aktien- basierte Vergütung	Erwerb eigener Anteile	Ausgabe eigener Anteile	Stand 30. September 2009
Gezeichnetes Kapital						
Anzahl der Aktien	22.789.708					22.789.708
Gezeichnetes Kapital (TEUR)	1.139					1.139
Kapitalrücklage						
für Aktienoptionsprogramme (TEUR)	2.080		164			2.244
aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V. (TEUR)	64.667					64.667
Eigene Anteile						
Anzahl der Aktien	765.026			1.253.313		2.018.339
Rückkaufswert (TEUR)	-1.732			-1.343		-3.075
Bilanzverlust (TEUR)	-5.769	-33.754				-39.523
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis						
Währungsdifferenzen (TEUR)	-1.477	-194				-1.671
Marktbewertung zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere des Anlagevermögens (TEUR)	-3.353	958				-2.395
Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)	55.555	-32.990	164	-1.343	0	21.386
Minderheitenanteile (TEUR)	120	-26				94
Eigenkapital (TEUR)	55.675	-33.016	164	-1.343	0	21.480

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung (IFRS)

	Stand 1. Januar 2010	Gesamt- erfolg	Aktien- basierte Vergütung	Erwerb eigener Anteile	Ausgabe eigener Anteile	Stand 30. September 2010
Gezeichnetes Kapital						
Anzahl der Aktien	23.000.000					23.000.000
Gezeichnetes Kapital (TEUR)	1.150					1.150
Kapitalrücklage						
für Aktienoptionsprogramme (TEUR)	2.259		63			2.322
aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V. (TEUR)	64.843					64.843
Eigene Anteile						
Anzahl der Aktien	2.267.792				-219.000	2.048.792
Rückkaufswert (TEUR)	-3.410				211	-3.199
Bilanzverlust (TEUR)	-40.076	2.255				-37.821
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis						
Währungsdifferenzen (TEUR)	-1.369	-133				-1.502
Marktbewertung zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere des Anlagevermögens (TEUR)	-2.164	766				-1.398
Marktbewertung zur Veräußerung verfügbare Beteiligungen des Anlagevermögens (TEUR)	0	1.900				1.900
Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)	21.233	4.788	63	0	211	26.295
Minderheitenanteile (TEUR)	105	273				378
Eigenkapital (TEUR)	21.338	5.061	63	0	211	26.673

Konzern-Anhang

1. Grundlage für die Erstellung des Quartalsabschlusses

Der vorliegende verkürzte Konzernzwischenabschluss der ad pepper media International N.V. wurde nach den Vorschriften der am Abschlussstichtag geltenden International Financial Reporting Standards (IFRS) in Euro (EUR) erstellt. Die Vergleichswerte des Vorjahres wurden nach den gleichen Grundsätzen ermittelt und soweit erforderlich angepasst. Der Quartalsabschluss erfüllt die Anforderungen des IAS 34. Der verkürzte Konzernzwischenabschluss enthält nicht sämtliche für den Abschluss des Geschäftsjahres vorgeschriebene Erläuterungen und Angaben und sollte daher im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2009 gelesen werden.

In den Konzernzwischenabschluss sind sämtliche Tochterunternehmen einbezogen. Im Vergleich mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2009 ergab sich folgende Veränderung im Konsolidierungskreis:

Emediate ApS und Pentamind A/S wurden im zweiten Quartal 2010 mit rechtlicher Wirkung zum 1. Januar 2010 verschmolzen.

Der vorliegende Konzernzwischenabschluss zum 30. September 2010 wurde vom Vorstand am 22. Oktober 2010 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 2009 erstellt wurde.

Folgende Standards und Interpretationen wurden seitdem im Rahmen des Komitologieverfahrens übernommen:

Verbesserungen an den IFRS 2007-2009

Im Amtsblatt der Europäischen Union vom 24. März 2010 (53. Jahrgang, L 77) wurde Verordnung (EG) Nr. 243/2010 zur Übernahme der im April 2009 vom IASB veröffentlichten jährlichen „Verbesserungen an den IFRS“

bekannt gemacht, die am dritten Tag nach ihrer Veröffentlichung im Amtsblatt in Kraft tritt. Die „Verbesserungen an den IFRS“ zielen darauf ab, die internationalen Rechnungslegungsstandards zu straffen und deren Verständnis zu erleichtern. Bei den meisten Änderungen handelt es sich um Klarstellungen oder Korrekturen von vorhandenen IFRS bzw. Änderungen, die sich aus zuvor an den IFRS vorgenommenen Modifikationen ergeben. Die Änderungen an IFRS 8, IAS 17, IAS 36 und IAS 39 beinhalten Änderungen der bestehenden Anforderungen oder zusätzliche Leitlinien zur Umsetzung dieser Anforderungen. Die „Verbesserungen an den IFRS 2007-2009“ sind verpflichtend anzuwenden spätestens mit Beginn des ersten nach dem 31. Dezember 2009 beginnenden Geschäftsjahres.

Die Verbesserung an IFRS 8 führt im vorliegenden Abschluss und auch künftig dazu, dass ad pepper media keine Angaben mehr zu Segmentvermögen macht, da diese nicht regelmäßig an den Hauptentscheidungsträger des Unternehmens berichtet werden.

Änderungen an IFRS 2 „Anteilsbasierte Vergütung“

Im Amtsblatt der Europäischen Union vom 24. März 2010 (53. Jahrgang, L 77) wurde Verordnung (EG) Nr. 244/2010 zur Übernahme der vom IASB am 18. Juni 2009 veröffentlichten Änderungen von IFRS 2 „Anteilsbasierte Vergütung“ bekannt gemacht, die am dritten Tag nach ihrer Veröffentlichung im Amtsblatt in Kraft tritt. Die vorgenommene Änderung klärt die Bilanzierungsmethode für anteilsbasierte Vergütungen, bei denen ein Lieferant von Waren oder Dienstleistungen bar bezahlt wird und die Verpflichtung zum Barausgleich bei einem anderen Unternehmen der Gruppe liegt (anteilsbasierte Vergütungen mit Barausgleich durch ein Unternehmen der Gruppe).

Die Änderungen des IFRS 2 sind spätestens mit Beginn des ersten nach dem 31. Dezember 2009 beginnenden Geschäftsjahres anzuwenden. Es ergeben sich hieraus keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss von ad pepper media.

Änderungen an IFRS 1

Im Amtsblatt der Europäischen Union vom 24. Juni 2010 (53. Jahrgang, L 157) wurde die folgende Verordnung bekannt gemacht, die am dritten Tag nach ihrer Veröffentlichung im Amtsblatt in Kraft tritt:

Verordnung (EG) Nr. 550/2010 zur Übernahme der vom International Accounting Standards Board (IASB) am 23. Juli 2009 veröffentlichten Änderungen an IFRS 1 Erstmalige Anwendung der International Financial Reporting Standards.

Die Änderungen betreffen die retrospektive Anwendung von IFRS in besonderen Situationen und sollen sicherstellen, dass Unternehmen bei der Umstellung auf IFRS keine unverhältnismäßig hohen Kosten entstehen.

Konkret befreien die Änderungen Unternehmen der Öl- und Gas-Industrie, die unter nationalen Rechnungslegungsvorschriften Explorations- und Entwicklungskosten für Objekte in der Entwicklungs- oder Produktionsphase in einer geographischen Region zusammengefasst in cost centern erfasst haben, von der vollständigen retrospektiven Anwendung der IFRS auf die betreffenden Öl- und Gas-Vermögenswerte, sowie Unternehmen mit bestehenden Leasing-Verträgen von der Neubeurteilung dieser Verträge im Hinblick auf deren Klassifizierung gemäß IFRIC 4 „Feststellung, ob eine Vereinbarung ein Leasingverhältnis enthält“, falls zu einem früheren Bilanzstichtag bereits eine Beurteilung nach nationalen Rechnungslegungsvorschriften erfolgte, die den Regelungen des IFRIC 4 vergleichbar sind.

Die Änderungen des IFRS 1 sind spätestens mit Beginn des ersten nach dem 31. Dezember 2009 beginnenden Geschäftsjahres verpflichtend anzuwenden. Eine frühere Anwendung ist zulässig. Es ergeben sich hieraus keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss von ad pepper media.

Änderungen an IFRS 1 und IFRS 7

Im Amtsblatt der Europäischen Union vom 1. Juli 2010 (53. Jahrgang, L166) wurde die folgende Verordnung bekannt gemacht, die am dritten Tag nach Ihrer Veröffentlichung im Amtsblatt in Kraft tritt:

Verordnung (EG) Nr. 574/2010 zur Übernahme der vom International Accounting Standards Board (IASB) am 28. Januar 2010 veröffentlichten Änderungen an IFRS 1 Begrenzte Befreiung erstmaliger Anwender von Vergleichsangaben nach IFRS 7 und Änderungen an IFRS 7 Finanzinstrumente: Angaben.

Die Änderung an IFRS 1 ermöglicht nun auch Unternehmen, die erstmalig IFRS anwenden, die Befreiung von Vergleichsangaben für die Bewertungen zum beizulegenden Zeitwert und für das Liquiditätsrisiko in Anspruch zu nehmen.

Diese Befreiungen sieht IFRS 7 in Fällen vor, in denen die Vergleichsperioden vor dem 31. Dezember 2009 enden.

Die Änderungen an IFRS 1 und an IFRS 7 sind spätestens mit Beginn des ersten nach dem 30. Juni 2010 beginnenden Geschäftsjahres anzuwenden. Es ergeben sich hieraus keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss von ad pepper media.

IAS 24 (2009) sowie Änderungen an IFRS 8 und IFRIC 14

Im Amtsblatt der Europäischen Union vom 20. Juli 2010 (53. Jahrgang, L186) wurden die folgenden Verordnungen bekannt gemacht, die am dritten Tag nach Ihrer Veröffentlichung im Amtsblatt in Kraft treten:

Verordnung (EG) Nr. 632/2010 zur Übernahme der vom International Accounting Standards Board (IASB) am 4. November 2009 veröffentlichten überarbeiteten Fassung des IAS 24: Angaben über Beziehungen zu nahe stehenden Unternehmen und Personen sowie zur Übernahme der erforderlichen Folgeänderungen an IFRS 8: Geschäftssegmente sowie Verordnung (EG) Nr. 633/2010 zur Übernahme der vom IASB am 15. November 2009 veröffentlichten Änderungen an IFRIC 14: Die Begrenzung eines leistungsorientierten Vermögenswertes, Mindestdotierungsverpflichtungen und ihre Wechselwirkung.

Die überarbeitete Fassung des IAS 24 soll die Definition von nahe stehenden Unternehmen und Person verdeutlichen und Unternehmen, die öffentlichen Stellen nahe stehen, von bestimmten Angaben zu Geschäftsvorfällen mit nahe stehenden Unternehmen und Personen befreien. Die Änderungen an IFRS 8 betreffen Folgeänderungen aus der Übernahme des IAS 24 bezogen auf die Angabepflicht bei wesentlichen staatlichen Kunden.

Die Änderungen an IFRIC 14 sind in den seltenen Fällen relevant, in denen ein Unternehmen Mindestdotierungsverpflichtungen unterliegt und Beitragsvorauszahlungen leistet, um diese Mindestdotierungsverpflichtungen zu erfüllen.

Die überarbeitete Fassung des IAS 24 sowie die Änderungen an IFRS 8 und an IFRIC 14 sind spätestens mit Beginn des ersten nach dem 31. Dezember 2010 beginnenden Geschäftsjahres anzuwenden.

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

IFRIC 19 sowie Änderungen an IFRS 1

Im Amtsblatt der Europäischen Union vom 24. Juli 2010 (53. Jahrgang, L193) wurde die folgende Verordnung bekannt gemacht, die am dritten Tag nach Ihrer Veröffentlichung im Amtsblatt in Kraft tritt:

Verordnung (EG) Nr. 662/2010 zur Übernahme der vom International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) am 26. November 2009 veröffentlichten Interpretation 19: Tilgung finanzieller Verbindlichkeiten durch Eigenkapitalinstrumente sowie zur Übernahme der erforderlichen Folgeänderungen an IFRS 1: Erstmalige Anwendung der International Financial Reporting Standards (IFRS). IFRIC 19 erläutert die Anforderungen der IFRS, wenn ein Unternehmen teilweise oder vollständig eine finanzielle Verbindlichkeit durch Ausgabe von Aktien oder anderen Eigenkapitalinstrumenten tilgt.

Die Interpretation stellt klar, dass

- die zur Tilgung einer finanziellen Verbindlichkeit an einen Gläubiger ausgegebenen Eigenkapitalinstrumente Bestandteil des "gezählten Entgelts" im Sinne von IAS 39.41 sind;
- die entsprechenden Eigenkapitalinstrumente grundsätzlich zum beizulegenden Zeitwert (fair value) zu bewerten sind. Sofern dieser nicht verlässlich ermittelbar ist, müssen die Eigenkapitalinstrumente mit dem beizulegenden Zeitwert der getilgten Verbindlichkeit bewertet werden;
- die Differenz zwischen dem Buchwert der auszubuchenden finanziellen Verbindlichkeit und dem erstmaligen Wertansatz der ausgegebenen Eigenkapitalinstrumente in der Gewinn- und Verlustrechnung zu erfassen ist.

IFRIC 19 und die entsprechenden Folgeänderungen an IFRS 1 sind mit Beginn des ersten nach dem 30. Juni 2010 beginnenden Geschäftsjahres verpflichtend anzuwenden. Eine frühere Anwendung ist zulässig.

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

Folgende Standards und Interpretationen wurden seit dem 31. Dezember 2009 veröffentlicht, aber noch nicht im Rahmen des Komitologieverfahrens übernommen:

Verbesserungen an IFRS 2008-2010

Das International Accounting Standards Board (IASB) hat am 06. Mai 2010 die „Verbesserungen an den IFRS 2008-2010“ (Annual Improvements) veröffentlicht, wodurch die Änderung von sechs International Financial Reporting Standards (IFRSs) und einer Interpretation (IFRIC) erfolgt (Pressemitteilung des IASB).

Neben den im Standardentwurf zu den „Verbesserungen an den IFRS“ vom August 2009 vorgeschlagenen Änderungen ist auch eine Änderung zu IFRS 1 Erstmalige Anwendung der International Financial Reporting Standards enthalten. Diese war Bestandteil des im Juli 2009 veröffentlichten Standardentwurfs zu Rate-regulated Activities. Durch die Zusammenfassung der Änderungen in einem Dokument soll der Anpassungsbedarf reduziert werden.

Die Änderungen betreffen im Einzelnen:

- IFRS 1 Erstmalige Anwendung der International Financial Reporting Standards
- IFRS 3 Unternehmenszusammenschlüsse
- IFRS 7 Finanzinstrumente: Angaben
- IAS 1 Darstellung des Abschlusses
- IAS 27 Konzern- und Einzelabschlüsse
- IAS 34 Zwischenberichterstattung
- IFRIC 13 Kundenbindungsprogramme

Soweit nicht anders vermerkt, treten die Änderungen für Berichtsjahre in Kraft, die am oder nach dem 1. Januar 2011 beginnen. Eine vorzeitige Anwendung ist zulässig.

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

Änderungen an IFRS 7

Der International Accounting Standards Board (IASB) hat am 7. Oktober Änderungen an IFRS 7 (Finanzinstrumente: Angaben) veröffentlicht. Die Änderungen führen zu einer weitgehenden Vereinheitlichung der korrespondierenden Angabepflichten nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) und den US generally accepted accounting principles (US-GAAP). Die Änderungen an IFRS 7 betreffen erweiterte

Angabepflichten bei der Übertragung finanzieller Vermögenswerte und sollen den Bilanzadressaten ein besseres Verständnis der Auswirkungen der beim Unternehmen verbleibenden Risiken ermöglichen. Unternehmen haben die Änderungen für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Juli 2011 beginnen, verpflichtend anzuwenden. Eine vorzeitige Anwendung ist möglich. Im ersten Jahr der Anwendung sind Vergleichsangaben entbehrlich. Es ergeben sich hieraus keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss von ad pepper media.

3. Erläuterungen zum Zwischenabschluss

Wir verweisen im Wesentlichen auf die Angaben zur Vermögens-, Finanz- und Ertragslage im Zwischenlagebericht. In der Berichtsperiode ergaben sich folgende Sondereffekte mit wesentlichen Auswirkungen auf die Gewinn- und Verlustrechnung: Im Finanzergebnis sind zum Einen realisierte Netto-Kursgewinne aus dem Verkauf von Wertpapieren in Höhe von TEUR 508 (Q1-Q3 2009: TEUR 547) sowie Netto-Bewertungsgewinne in Höhe von TEUR 162 (Q1-Q3 2009: TEUR 0) enthalten. Zum anderen entfällt eine Größenordnung von EUR 0,9 Mio. auf eine Zuschreibung eines im Vorjahr wertberichtigten Darlehens. Dies erfolgte im Zusammenhang mit einer Drittrundenfinanzierung der Brand Affinity Technologies Inc. In diesem Zusammenhang erfolgte weiterhin ein Übergang auf die Bewertung der Minderheitsbeteiligung zum beizulegenden Zeitwert. Da es sich hierbei um ein zur Veräußerung verfügbares Eigenkapitalinstrument handelt, erfolgt die Zuschreibung erfolgsneutral über die Neubewertungsrücklage.

4. Segmentberichterstattung gemäß IFRS 8

IFRS 8 ersetzt IAS 14 „Segmentberichterstattung“ und passt die Standards des IASB an die Vorschriften des Statement of Financial Accounting Standards (SFAS) 131 an. IFRS 8 fordert die Angabe von finanziellen und beschreibenden Informationen bezüglich so genannter „berichtspflichtiger Segmente“.

Berichtspflichtige Segmente sind entweder operative Segmente oder Zusammenfassungen von operativen Segmenten, die bestimmten Kriterien genügen.

Operative Segmente stellen Komponenten eines Unternehmens dar, über die Finanzinformationen verfügbar sind, die regelmäßig durch die oberste Führungskraft des operativen Bereichs überprüft werden, um zu entscheiden, wie Ressourcen verteilt und Leistungen beurteilt werden.

Im Allgemeinen müssen Finanzinformationen auf Basis der internen Steuerungskonzeption berichtet werden, die bei der Beurteilung der operativen Segmente verwendet wird (Management Approach). Die an den Hauptentscheidungsträger des Unternehmens im Hinblick auf Entscheidungen über die Verteilung von Ressourcen zu diesem Segment und der Bewertung seiner Ertragskraft berichteten Informationen sind an den erbrachten Dienstleistungen ausgerichtet. Daher berichtet der Konzern Segmentinformationen für die operativen Segmente „ad pepper media“ (Lead, Mail, Banner, Ad Serving), „Webgains“ (Affiliate-Marketing) und „ad agents“ (SEM/SEO), sowie für das nicht-operative Segment „Admin“ (Verwaltung).

Wegen der im zweiten Quartal 2010 rückwirkend zum 1. Januar 2010 erfolgten Verschmelzung von Pentamind A/S auf Emediate ApS und der damit einhergehenden Änderung der Geschäftstätigkeit von Pentamind werden die bisher im Segment „Admin“ erfassten Ergebnisbeiträge von Pentamind A/S nunmehr im Segment „ad pepper media“ dargestellt.

Die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden der berichtspflichtigen Segmente entsprechen den in Angabe [2] 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.

Q1-Q3 2010	ad pepper media TEUR	Webgains TEUR	ad agents TEUR	Admin TEUR	Konsoli- dierung TEUR	Konzern TEUR
Gesamtumsatz	21.214	11.512	4.838	1.036	-1.456	37.144
davon Umsatz extern	20.948	11.351	4.835	10	0	37.144
davon Intersegmentumsätze	266	161	3	1.026	-1.456	0
Aufwendungen und sonstige Erträge	-20.204	-11.802	-4.154	-1.554	1.074	-36.640
davon Abschreibungen	-249	-16	-24	-258	1	-546
davon andere nicht zahlungswirksame Aufwendungen	-417	-90	0	-129	-2	-638
EBITDA	1.259	-274	708	-260	-383	1.050
EBIT	1.010	-290	684	-518	-382	504
Finanzerträge	51	1	1	2.087	-51	2.089
Finanzierungsaufwendungen	-52	-2	-4	-87	51	-94
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag						29
Periodenergebnis						2.528

Q1-Q3 2009	ad pepper media TEUR	Webgains TEUR	ad agents TEUR	Admin TEUR	Konsoli- dierung TEUR	Konzern TEUR
Gesamtumsatz	22.092	9.059	3.994	1.439	-2.058	34.526
davon Umsatz extern	21.760	8.768	3.980	18	0	34.526
davon Intersegmentumsätze	332	291	14	1.421	-2.058	0
Aufwendungen und sonstige Erträge	-43.737	-13.646	-4.062	-5.894	1.435	-65.904
davon Abschreibungen	-827	-220	-16	-777	1	-1.839
davon andere nicht zahlungswirksame Aufwendungen	-20.397	-4.424	-15	-1.586	0	-26.422
EBITDA	-20.818	-4.367	-52	-3.678	-624	-29.539
EBIT	-21.645	-4.587	-68	-4.455	-623	-31.378
Finanzerträge	108	0	2	1.390	-142	1.358
Finanzierungsaufwendungen	-98	-6	0	-3.328	142	-3.290
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag						-470
Periodenergebnis						-33.780

Geographische Informationen

Der Konzern ist im Wesentlichen in vier geographischen Regionen tätig – Niederlande (Heimatland), Deutschland, Skandinavien und Vereinigtes Königreich. Die Umsatzerlöse aus fortgeführten Geschäftsbereichen des Konzerns aus Geschäften mit externen Kunden sowie Informationen über das Segmentvermögen setzen sich nach geographischer Zuordnung wie nachstehend zusammen wobei die langfristigen Vermögenswerte weder Finanzinstrumente noch latente Ertragsteuerforderungen beinhalten:

	Umsatz mit Drittkunden		Langfristige Vermögenswerte	
	Q1-Q3 2010 TEUR	Q1-Q3 2009 TEUR	30.09.2010 TEUR	30.09.2009 TEUR
Niederlande	2.346	2.429	25	23
Deutschland	11.259	10.498	704	1.020
Skandinavien	4.855	6.043	182	358
Vereinigtes Königreich	9.316	8.449	72	40
Sonstige	9.368	7.107	25	94
Summe	37.144	34.526	1.008	1.535

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

5. Eigene Anteile
Erwerb eigener Aktien

Mit Hauptversammlungsbeschluss vom 18. Mai 2010 wurde der Vorstand zum Rückkauf eigener Aktien von bis zu 50 Prozent des Stammkapitals innerhalb der nächsten 18 Monate ermächtigt.

Per 30. September 2010 hält die ad pepper media International N.V. 2.048.792 eigene Aktien (30. September 2009: 2.018.339) mit einem Nennwert von je EUR 0,05, was 8,91 Prozent (30. September 2009: 8,86 Prozent) des Grundkapitals entspricht.

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

Veräußerung eigener Aktien

Durch Verdoppelung der Aktienanzahl und Halbierung des Kurses bzw. des Ergebnisses je Aktie wurden alle Mitarbeiterbeteiligungsprogramme an den Aktiensplit vom 27. Mai 2009 angepasst:

Aus dem Bestand an eigenen Anteilen wurden in den ersten neun Monaten keine (Q1-Q3 2009: 0) eigenen Anteile zum Ausübungspreis von EUR 0,665, keine (Q1-Q3 2009: 0) Anteile zum Preis von EUR 1,365, 194.000 Anteile (Q1-Q3 2009: 0) zum Ausübungspreis von EUR 0,89, keine (Q1-Q3 2009: 0) Anteile zum Ausübungspreis von EUR 2,225, 25.000 (Q1-Q3 2009: 0) Anteile zum Ausübungspreis von EUR 1,500 sowie keine (Q1-Q3 2009: 0) Anteile zum Ausübungspreis von EUR 0,915 im Rahmen der Mitarbeiter-Optionsprogramme veräußert.

Insgesamt wurden in den ersten neun Monaten 219.000 (Q1-Q3 2009: 0) eigene Anteile verkauft.

Zahl der ausgegebenen Aktien

Die Zahl der ausgegebenen und im Umlauf befindlichen Aktien beläuft sich nach Abzug eigener Aktien zum 30. September 2010 auf 20.951.208 Stück (30. September 2009: 20.771.369 Stück). Der Nennbetrag je Aktie beträgt EUR 0,05.

6. 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 2010 in wesentlichem Umfang beeinflusst hätten.

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. September 2010 waren insgesamt 2.361.000 Optionen im Rahmen von Optionsprogrammen ausgegeben. Das Bezugsverhältnis beträgt eine Aktie je Optionsrecht. Der Bezugspreis liegt zwischen EUR 0,665 und EUR 6,75.

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

	Aktienbesitz zum 30.09.2010	Optionen zum 30.09.2010
Vorstand		
Ulrich Schmidt	1.005.524	446.000
Michael A. Carton	332.178	284.000
Jens Körner	0	160.000
Aufsichtsrat		
Michael Oschmann	0	0
Dr. Frank Schlaberg	0	0
Jan Andersen	0	0
Merrill Dean	0	0
Unter maßgeblichem Einfluss stehende Unternehmen		
EMA B.V.	9.486.402	0
Viva Media Service GmbH	71.300	0
Euroserve Media GmbH	406.132	0
Grabacap ApS	708.000	0
Mitarbeiter		1.471.000

9. Anzahl der Mitarbeiter

Zum Ende des dritten Quartals 2010 beschäftigte die ad pepper media-Gruppe 248 Mitarbeiter (30. September 2009: 246 Mitarbeiter).

Nürnberg, 22. Oktober 2010

 Ulrich Schmidt
  Jens Körner
  Michael A. Carton

Finanzkalender

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

<i>Analystenkonferenz (Frankfurt / Main)</i>	<i>22. November 2010</i>
<i>Jahresabschluss 2010</i>	<i>11. April 2011</i>
<i>Quartalsbericht I / 2011</i>	<i>11. Mai 2011</i>
<i>Hauptversammlung (Amsterdam, Niederlande)</i>	<i>17. Mai 2011</i>

Kontakt

Investorenkontakt

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

Tel.: +49 (0) 911 929057-0
Fax: +49 (0) 911 929057-157
E-Mail: ir@adpepper.com
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
HRB Nürnberg 17591
Ust-ID-Nr: DE 210757424

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

Gern senden wir Ihnen den Geschäftsbericht 2009 bzw. den Konzernzwischenabschluss 2010 in Deutsch oder Englisch zu.
Alternativ finden Sie unsere veröffentlichten Berichte als PDF-Datei auf www.adpepper.com unter:
Investor Relations/News & Publikationen/Berichte und Präsentationen.

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

www.adpepper.com