

Empfehlung: Kaufen

Kursziel: 8,10 Euro

Kurspotenzial: +42 Prozent

Aktien Daten

KURS (Schlusskurs Vortag)	5,70 EURO (XETRA)
Aktienanzahl (in Mio.)	20,74
Marktkap. (in Mio. Euro)	118,2
Enterprise Value (in Mio. Euro)	94,8
Ticker	APM
ISIN	NL0000238145

Kursperformance

52 Wochen-Hoch (in Euro)	6,96
52 Wochen-Tief (in Euro)	3,30
3 M relativ zum CDAX	-5,6%
6 M relativ zum CDAX	-17,5%


Aktionärsstruktur

Streubesitz	49,7%
EMA B.V.	44,1%
Eigene Anteile	3,6%
Euro Serve Media GmbH	2,6%

Termine
Q3 Bericht 18. November 2021

Prognoseanpassung

	2021e	2022e	2023e
Umsatz (alt)	29,1	32,6	35,8
Δ in %	-	-	-
EBIT (alt)	6,5	8,2	9,5
Δ in %	-	-	-
EPS (alt)	0,18	0,23	0,27
Δ in %	-	-	-

Analyst

Henrik Markmann
+49 40 41111 37 84
h.markmann@montega.de

Publikation
Comment 24. August 2021

Kurz- und mittelfristige Perspektiven unverändert positiv

ad pepper hat heute den Q2-Bericht veröffentlicht und damit die bereits Mitte Juli vorgelegten vorläufigen Finanzkennzahlen bestätigt (vgl. Comment vom 16.07.2021). Unsere positive Sicht auf die strukturellen Wachstumstreiber wird zudem kurzfristig durch die Geldflut im Venture Capital-Umfeld (VC) sowie mittelfristig aufgrund der steigenden Bedeutung von Direct-2-Consumer-Vertriebskanälen (D2C) untermauert.

Geldflut im VC-Umfeld dürfte Werbeausgaben erhöhen: In den letzten sechs Monaten ist die Stimmung im deutschen VC-Markt deutlich gestiegen, wie u.a. das Investorenbarometer der KfW-Bank und des Branchenverbands BVK zeigt. Der Geschäftsklimaindikator ist trotz nach wie vor bestehender Corona-bedingter Unsicherheiten auf einen neuen Rekordstand geklettert. In Europa ist die Lage genauso positiv, was nicht zuletzt durch die signifikant gestiegenen VC-Gelder deutlich wird. So wurde in H1/21 mit 59 Mrd. US-Dollar fast dreimal so viel Geld im europäischen VC-Ökosystem investiert wie im Vorjahr (H1/20: 18,5 Mrd. US-Dollar). Da u.E. ein relevanter Teil der zusätzlichen Mittel der VC-finanzierten Unternehmen in digitales Marketing fließt, dürften neben den Platzhirschen Google und Facebook auch Unternehmen wie ad pepper profitieren. Insbesondere die Affiliate-Plattform Webgains sollte im Longtail (ca. 75% der Kunden) auch über solche Kunden verfügen und daher in H2/21 eine steigende Nachfrage spüren. Folglich halten wir bei Webgains im zweiten Halbjahr ein etwas stärkeres Wachstum von +19,2% yoy für realistisch (Q2: +15,9% yoy; Guidance Q3: ca. +17% yoy).

Profiteur der steigenden Bedeutung von D2C-Vertriebskanälen: Neben den positiven (kurzfristigen) Effekten durch die u.E. erhöhten Werbeausgaben infolge der Geldflut im VC-Umfeld rechnen wir mittelfristig mit einer steigenden Bedeutung der D2C-Vertriebskanäle. Zurückzuführen ist dies auf die mittlerweile hohe Marktmacht der Big-Tech-Unternehmen (Google und Co.) im internationalen Werbemarkt. Durch diese zunehmende Dominanz versuchen u.E. immer mehr Unternehmen, ihre Werbebotschaften auch über alternative Kanäle, wie das Affiliate-Marketing, an die Endkunden zu transportieren. Beleg dafür ist beispielsweise der in Q1 bekannt gewordene Vorstoß des Anbieters von E-Commerce-Software Shopify, der scheinbar ein eigenes Affiliate-Netzwerk aufbaut und mit der Social Media-Plattform TikTok direkt einen ersten sehr prominenten Partner hat. Wenngleich sich die Wettbewerbslandschaft durch solche Vorstöße etwas verschärfen könnte, halten wir Webgains als ein führendes europäisches Affiliate-Netzwerk mit mehr als 1.800 Werbetreibenden (Merchants) und 250.000 Affiliates für gut positioniert, um ebenfalls von der steigenden Bedeutung der D2C-Vertriebskanäle zu profitieren. In diesem Zusammenhang erachten wir auch ein Übernahmeangebot für ad pepper bzw. das Segment Webgains nach wie vor als ein realistisches Szenario.

Fazit: Für ad pepper sind die strukturellen Wachstumstreiber u.E. unverändert intakt. Der operative Newsflow sollte im zweiten Halbjahr erfreulich bleiben und der Aktie weiter Auftrieb geben. Wir bestätigen unsere Kaufempfehlung mit unverändertem Kursziel von 8,10 Euro.

Geschäftsjahresende: 31.12.	2019	2020	2021e	2022e	2023e
Umsatz	21,8	25,6	29,1	32,6	35,8
Veränderung yoy	7,5%	17,6%	13,7%	11,9%	9,8%
EBITDA	3,5	6,6	7,7	9,4	10,8
EBIT	2,5	5,4	6,5	8,2	9,5
Jahresüberschuss	1,4	3,7	3,8	4,8	5,7
Bruttomarge	96,2%	96,4%	96,7%	97,0%	97,2%
EBITDA-Marge	16,1%	25,6%	26,5%	28,7%	30,1%
EBIT-Marge	11,6%	21,3%	22,5%	25,0%	26,5%
Net Debt	-25,2	-25,3	-31,7	-38,8	-46,7
Net Debt/EBITDA	-7,2	-3,9	-4,1	-4,1	-4,3
ROCE	-56,5%	-93,2%	-132,2%	-144,8%	-157,8%
EPS	0,06	0,17	0,18	0,23	0,27
FCF je Aktie	0,28	0,12	0,26	0,29	0,33
Dividende	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Dividendenrendite	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
EV/Umsatz	4,4	3,7	3,3	2,9	2,6
EV/EBITDA	27,0	14,5	12,3	10,1	8,8
EV/EBIT	37,6	17,4	14,5	11,6	10,0
KGV	95,0	33,5	31,7	24,8	21,1
KBV	6,9	6,0	4,7	3,7	3,0

Quelle: Unternehmen, Montega, CapitalIQ

Angaben in Mio. EUR, EPS in EUR Kurs: 5,70

UNTERNEHMENSHINTERGRUND

ad pepper media International N.V. ist ein führender Online-Vermarkter mit Fokus auf Performance-Marketing. Das Unternehmen ist international tätig und betreut mit 216 Mitarbeitern Kunden aus über 50 Ländern. Niederlassungen gibt es in Europa sowie den USA. Der Hauptsitz verteilt sich auf die Städte Amsterdam und Nürnberg. ad pepper bietet Media-Agenturen, Werbetreibenden und Websites in den Bereichen Display-, Performance-, E-Mail- und Affiliate-Marketing individuelle und effiziente Lösungen, die nahezu die gesamte Palette der Online-Werbung abdecken.

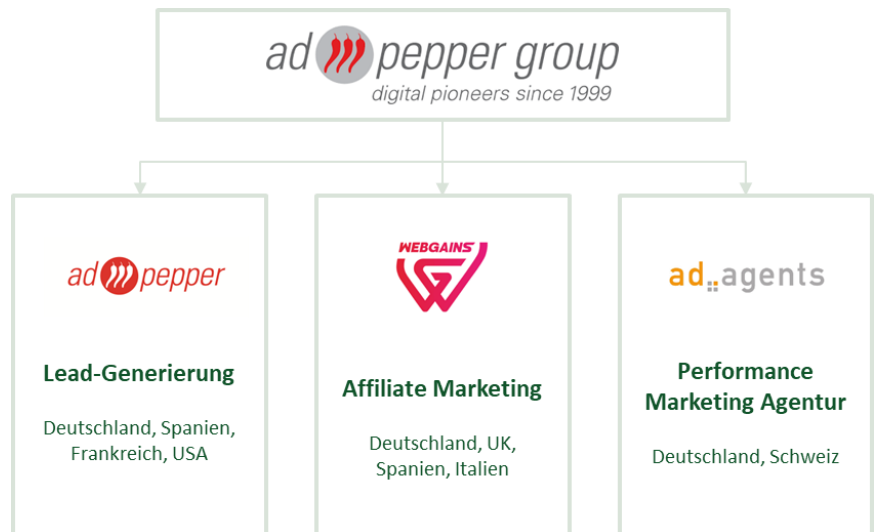
Bereits kurz nach der Gründung im Jahr 1999 begann ad pepper mit einer relativ hohen M&A-Aktivität, die verschiedenen Geschäftsbereiche auszubauen. Dabei beteiligte sich das Unternehmen immer wieder an Technologie-Unternehmen aus der digitalen Werbedienstleistungsbranche. In den Jahren ab 2008 veräußerte ad pepper gewinnbringend einen Großteil der zugekauften Unternehmen und schloss 2015 erfolgreich die Restrukturierungsphase ab. Seitdem agiert das Unternehmen mit den Geschäftsbereichen ad pepper media, ad agents und Webgains deutlich fokussierter. Nach wie vor behält sich ad pepper jedoch vor, weiter opportunistisch Zukäufe zu tätigen oder gegebenenfalls auch Geschäftsbereiche zu veräußern.

Historie

- 1999** Gründung der ad pepper media International N.V.
- 2000** Börsengang: Die Aktiengesellschaft wird im Prime Standard an der Frankfurter Börse gelistet
- 2001** ad pepper führt mit iLead ein neues Produkt zur Lead-Generierung ein
- 2006** Dr. Jens Körner tritt als CFO der ad pepper Gruppe bei
ad pepper übernimmt das Affiliate-Netzwerk Webgains für 4,1 Mio. Euro
- 2007** ad pepper beteiligt sich für 0,3 Mio. Euro zu 60% an dem auf Suchmaschinenwerbung ausgerichteten Unternehmen ad agents
- 2012** CEO und Gründer Ulrich Schmidt scheidet aus dem Vorstand aus. Bis zur Übernahme der Position durch Dr. Ulrike Handel leitet der CFO Dr. Jens Körner die Geschäfte
- 2017** Dr. Jens Körner wird CEO und alleiniges Vorstandsmitglied von ad pepper
- 2019** ad pepper feiert sein 20-jähriges Firmenjubiläum

Konzernstruktur

Nach der abgeschlossenen Restrukturierung in 2015 verbleiben innerhalb der Holding von den ehemals 15 Gesellschaften in zehn Ländern lediglich sieben mit Niederlassungen in vier europäischen Ländern und den USA. Die aktuelle Konzernstruktur kann der nachfolgenden Abbildung entnommen werden.



Quelle: Unternehmen

Segmentbetrachtung

Das operative Geschäft gliedert sich analog zur Konzernstruktur in drei Segmente:

- ad pepper media
- Webgains
- ad agents

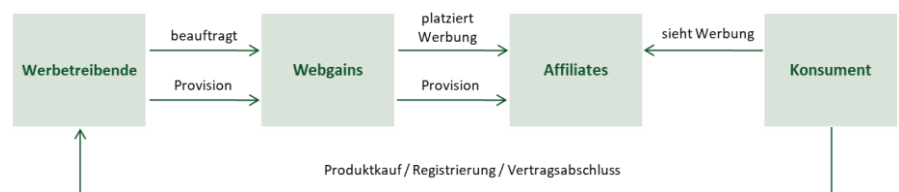
ad pepper media

ad pepper media ist das Traditionsegment der Unternehmensgruppe. Nach Umsatzrückgängen in den letzten Jahren, die auf Standortschließungen und einen sehr intensiven Wettbewerb im Display-Bereich zurückzuführen sind, haben sich die Erlöse zuletzt wieder stabilisiert. Grund dafür ist u.a. eine erfreuliche Entwicklung im Bereich Performance-Display-Advertising und Lead-Generierung. Die von ad pepper media erstellten Kampagnen werden letztlich durch grafische Werbemittel (Display Advertising) wie z.B. Banner, Buttons, Videos, Animationen oder Bilder angesteuert. Um den Erfolg einer Kampagne zu maximieren, greift das Unternehmen auch auf patentierte Technologien zurück (z.B. iSense und iLead), die zu einer genauen Zielgruppenansprache ohne Streuverlust führen sollen. So konnte das Unternehmen mit klaren Wettbewerbsvorteilen zahlreiche Aufträge für diverse namhafte Kunden gewinnen (Opel, VW, BAUR, L'ORÉAL, Telekom, Nivea). Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2020 erzielte ad pepper media Bruttoumsätze von 10,4 Mio. Euro bzw. Nettoerlöse i.H.v. 5,3 Mio. Euro, was einem Anteil von rund 21% vom Konzernumsatz ausmachte.

iLead beschreibt Maßnahmen im Dialog- und Direktmarketing zur Neukundengewinnung (Leads). Abgerechnet wird diese Leistung performanceabhängig nach dem Cost per Lead-Preismodell (CPL-Werbetreibende zahlen für die erfolgreiche Vermittlung qualifizierter Interessenten). ad pepper vermittelt mit diesem Produkt nur Leads, bei denen der potenzielle Neukunde einer zukünftigen Kontaktaufnahme bereits zugestimmt hat. Dabei kann ad pepper einen Track Record von mehr als 30.000 durchgeführten Kampagnen weltweit sowie mehr als 1 Mio. generierten qualifizierten Leads pro Monat vorweisen.

Webgains

Webgains wurde 2004 gegründet, 2006 von ad pepper übernommen und hat sich bis heute zu einem der führenden europäischen Affiliate-Netzwerke entwickelt. Mehr als 1.800 Werbetreibende (Merchants) und 250.000 Affiliates sind in über 150 Ländern an das Netzwerk angeschlossen. Webgains tritt im eCommerce als Intermediär zwischen werbetreibenden Merchants und Publishern auf. Die Merchants platzieren mittels der Technologie-Plattform von Webgains ihre verschiedenen Werbemittel (z.B. Banner, Links etc.) auf den Websites der Affiliates. Die Bezahlung erfolgt überwiegend erfolgsabhängig, d.h. ad pepper erhält für erfolgreich abgeschlossene Produktkäufe oder Vertragsabschlüsse eine Provision. In geringerem Umfang (ca. 10% des Segmentumsatzes) erlöst Webgains fixe Gebühren wie bei Anmeldung eines neuen Merchants eine Setup-Gebühr sowie monatliche Admingebühren.



Quelle: Unternehmen

Dank seines dynamischen Wachstums hat sich Webgains in den letzten Jahren mit nun rund 52% zum umsatzstärksten Segment der ad pepper-Gruppe entwickelt. Im Geschäftsjahr 2020 erzielte Webgains Bruttoerlöse i.H.v. 67,8 Mio. Euro bzw. einen Nettoumsatz von 13,2 Mio. Euro.

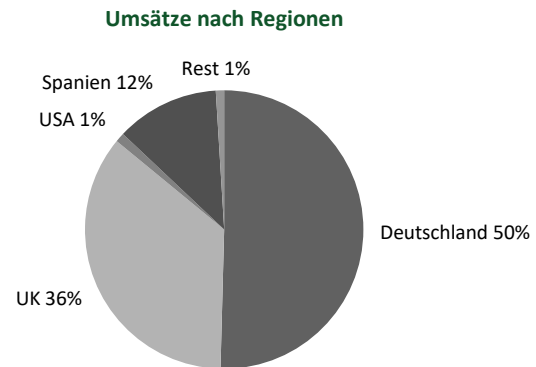
ad agents

Das Konzern-Segment ad agents ist eine Full-Service-Agentur für digitale Beratung und Performance-Marketing. Dazu gehören neben Suchmaschinen-Marketing (SEM), Suchmaschinen-Advertising (SEA), Suchmaschinen-Optimierung (SEO) auch diverse andere Performance-Marketing-Elemente wie Social Media Advertising, Display Advertising, Affiliate Marketing, Amazon Advertising und die Google Marketing Platform. So ist beispielsweise in sozialen Medien wie Facebook und Twitter eine zielgruppenorientierte Ansprache gut möglich, jedoch fehlt vielen Produktanbietern hier das Know-How bezüglich der zahlreichen Möglichkeiten und Formate, die nutzbar gemacht werden können.

Zu den Kunden zählen bekannte Unternehmen aus den Branchen Handel, Finanzen, Mode, Home & Living u.v.a., die bereits über gute E-Commerce-Strategien verfügen. Diesen Kunden hilft ad agents durch Optimierung der Reichweite und Werbewirksamkeit, ihr Online-Marketing und ihre Webpräsenz noch effizienter zu gestalten. Zusätzlich stellt ad agents dazu ein detailliertes Reporting bezüglich der Erfolge sicher. Das Segment ad agents ist mit etwa 28% das zweitgrößte Segment und erreichte im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Bruttoumsatz von 23,1 Mio. Euro bzw. Nettoerlöse i.H.v. 7,1 Mio. Euro.

Umsatz nach Regionen

Der ad pepper-Konzern ist zwar international ausgerichtet und betreut Kunden aus mehr als 50 Ländern, allerdings liegt der Fokus gemessen an den Umsatzbeiträgen klar auf Deutschland, Großbritannien und Spanien. In 2020 konnten Umsatzzuwächse in fast allen vorgenannten Regionen erzielt werden.



Quelle: Unternehmen

Management

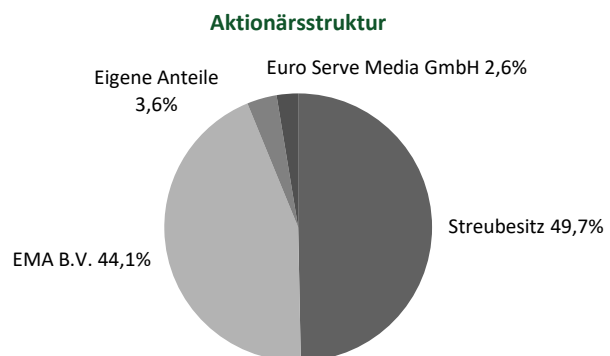
Das operative Geschäft wird derzeit alleinverantwortlich von CEO Dr. Jens Körner geleitet.



Dr. Jens Körner ist seit 2006 Mitglied im Vorstand der ad pepper media International N.V. Im März 2017 ist er nach dem Ausscheiden von Dr. Ulrike Handel zum CEO berufen worden. Vor seiner Tätigkeit bei ad pepper war Herr Dr. Körner als Direktor bei der Investmentbank Sal. Oppenheim jr. & Cie. in Frankfurt beschäftigt. Dort war er im Bereich M&A vor allem für innovative Technologieunternehmen verantwortlich. Erste Berührungspunkte zu ad pepper baute Herr Dr. Körner durch seine beratende Funktion beim IPO der Gruppe im Jahr 2000 auf.

Aktionärsstruktur

Größter Anteilseigner von ad pepper ist seit dem IPO mit inzwischen 44,1% die Electronic Media Advertising (EMA B.V.). 49,7% der Aktien befinden sich im Streubesitz. 3,6% werden von ad pepper selbst gehalten. Die Euro Serve Media GmbH besitzt 2,6% der Anteile, Geschäftsführer bei letztgenanntem Unternehmen sowie der EMA B.V. ist der ad pepper-Aufsichtsratsvorsitzende Michael Oschmann.



Quelle: Unternehmen

G&V (in Mio. Euro) ad pepper media Int. N.V.	2018	2019	2020	2021e	2022e	2023e
Umsatz	20,3	21,8	25,6	29,1	32,6	35,8
Herstellungskosten	0,7	0,8	0,9	0,9	1,0	1,0
Bruttoergebnis	19,5	21,0	24,7	28,2	31,6	34,8
Forschung und Entwicklung	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vertriebskosten	12,6	12,2	13,4	14,7	16,4	18,0
Verwaltungskosten	5,9	6,9	7,1	7,3	7,4	7,5
Sonstige betriebliche Aufwendungen	0,5	0,3	0,2	0,4	0,5	0,5
Sonstige betriebliche Erträge	0,5	0,9	1,5	0,8	0,9	0,7
EBITDA	1,4	3,5	6,6	7,7	9,4	10,8
Abschreibungen auf Sachanlagen	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
EBITA	1,2	3,4	6,4	7,5	9,2	10,6
Amortisation immaterielle Vermögensgegenstände	0,2	0,8	0,9	1,0	1,0	1,1
Impairment Charges und Amortisation Goodwill	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
EBIT	1,0	2,5	5,4	6,5	8,2	9,5
Finanzergebnis	-0,2	-0,2	-0,1	-0,1	-0,2	-0,1
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	0,8	2,3	5,3	6,4	8,0	9,3
Außerordentliches Ergebnis	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
EBT	0,8	2,3	5,3	6,4	8,0	9,3
EE-Steuern	0,3	0,4	1,0	1,9	2,4	2,8
Jahresüberschuss aus fortgef. Geschäftstätigkeit	0,5	1,9	4,3	4,5	5,6	6,5
Ergebnis aus nicht fortgeführter Geschäftstätigkeit (netto)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Jahresüberschuss vor Anteilen Dritter	0,5	1,9	4,3	4,5	5,6	6,5
Anteile Dritter	0,3	0,6	0,7	0,7	0,8	0,9
Jahresüberschuss	0,2	1,4	3,7	3,8	4,8	5,7

Quelle: Unternehmen (berichtete Daten), Montega (Prognosen)

G&V (in % vom Umsatz) ad pepper media Int. N.V.	2018	2019	2020	2021e	2022e	2023e
Umsatz	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Herstellungskosten	3,6%	3,8%	3,6%	3,3%	3,0%	2,8%
Bruttoergebnis	96,4%	96,2%	96,4%	96,7%	97,0%	97,2%
Forschung und Entwicklung	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Vertriebskosten	62,26%	56,11%	52,36%	50,57%	50,43%	50,19%
Verwaltungskosten	29,23%	31,45%	27,75%	24,90%	22,70%	21,08%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	2,30%	1,44%	0,91%	1,37%	1,66%	1,31%
Sonstige betriebliche Erträge	2,44%	4,33%	5,91%	2,58%	2,76%	1,82%
EBITDA	6,7%	16,1%	25,6%	26,5%	28,7%	30,1%
Abschreibungen auf Sachanlagen	0,7%	0,7%	0,8%	0,6%	0,6%	0,6%
EBITA	6,0%	15,4%	24,8%	25,9%	28,1%	29,5%
Amortisation immaterielle Vermögensgegenstände	0,9%	3,8%	3,5%	3,4%	3,1%	3,0%
Impairment Charges und Amortisation Goodwill	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
EBIT	5,1%	11,6%	21,3%	22,5%	25,0%	26,5%
Finanzergebnis	-0,9%	-1,0%	-0,5%	-0,4%	-0,5%	-0,4%
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	4,1%	10,6%	20,8%	22,1%	24,5%	26,1%
Außerordentliches Ergebnis	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
EBT	4,1%	10,6%	20,8%	22,1%	24,5%	26,1%
EE-Steuern	1,5%	1,8%	3,9%	6,6%	7,4%	7,8%
Jahresüberschuss aus fortgef. Geschäftstätigkeit	2,6%	8,8%	16,9%	15,5%	17,1%	18,3%
Ergebnis aus nicht fortgeführter Geschäftstätigkeit (netto)	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Jahresüberschuss vor Anteilen Dritter	2,6%	8,8%	16,9%	15,5%	17,1%	18,3%
Anteile Dritter	1,4%	2,6%	2,6%	2,4%	2,5%	2,4%
Jahresüberschuss	1,2%	6,2%	14,3%	13,1%	14,6%	15,9%

Quelle: Unternehmen (berichtete Daten), Montega (Prognosen)

Bilanz (in Mio. Euro) ad pepper media Int. N.V.	2018	2019	2020	2021e	2022e	2023e
AKTIVA						
Immaterielle Vermögensgegenstände	0,2	2,5	2,3	1,9	1,5	1,2
Sachanlagen	0,3	0,4	0,4	0,5	0,7	0,8
Finanzanlagen	2,7	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Anlagevermögen	3,3	3,3	3,1	2,8	2,6	2,4
Vorräte	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	17,6	14,9	19,7	20,7	22,3	23,5
Liquide Mittel	18,2	25,2	25,3	31,7	38,8	46,7
Sonstige Vermögensgegenstände	0,5	0,6	0,7	0,7	0,7	0,7
Umlaufvermögen	36,3	40,7	45,7	53,1	61,7	70,9
Bilanzsumme	39,6	44,1	48,8	55,9	64,3	73,3
PASSIVA						
Eigenkapital	15,7	17,1	19,7	25,2	31,7	39,4
Anteile Dritter	0,9	0,9	1,2	1,2	1,2	1,2
Rückstellungen	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Zinstragende Verbindlichkeiten	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Verbindl. aus Lieferungen und Leistungen	19,0	18,6	20,7	22,3	24,1	25,5
Sonstige Verbindlichkeiten	4,1	7,4	7,3	7,3	7,3	7,3
Verbindlichkeiten	23,1	26,0	28,0	29,6	31,4	32,8
Bilanzsumme	39,6	44,1	48,8	55,9	64,3	73,3

Quelle: Unternehmen (berichtete Daten), Montega (Prognosen)

Bilanz (in % der Bilanzsumme) ad pepper media Int. N.V.	2018	2019	2020	2021e	2022e	2023e
AKTIVA						
Immaterielle Vermögensgegenstände	0,6%	5,6%	4,7%	3,4%	2,4%	1,6%
Sachanlagen	0,8%	0,9%	0,8%	0,9%	1,0%	1,1%
Finanzanlagen	6,9%	1,0%	0,8%	0,7%	0,6%	0,5%
Anlagevermögen	8,2%	7,5%	6,4%	5,0%	4,0%	3,2%
Vorräte	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	44,5%	33,8%	40,4%	37,0%	34,7%	32,1%
Liquide Mittel	46,0%	57,2%	51,9%	56,8%	60,3%	63,7%
Sonstige Vermögensgegenstände	1,2%	1,4%	1,4%	1,2%	1,0%	0,9%
Umlaufvermögen	91,8%	92,4%	93,7%	95,0%	96,0%	96,7%
Bilanzsumme	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
PASSIVA						
Eigenkapital	39,5%	38,8%	40,3%	45,0%	49,3%	53,8%
Anteile Dritter	2,2%	2,1%	2,4%	2,1%	1,8%	1,6%
Rückstellungen	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Zinstragende Verbindlichkeiten	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Verbindl. aus Lieferungen und Leistungen	47,9%	42,2%	42,5%	39,9%	37,5%	34,8%
Sonstige Verbindlichkeiten	10,4%	16,8%	14,9%	13,0%	11,3%	9,9%
Verbindlichkeiten	58,3%	59,0%	57,4%	52,9%	48,8%	44,7%
Bilanzsumme	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Quelle: Unternehmen (berichtete Daten), Montega (Prognosen)

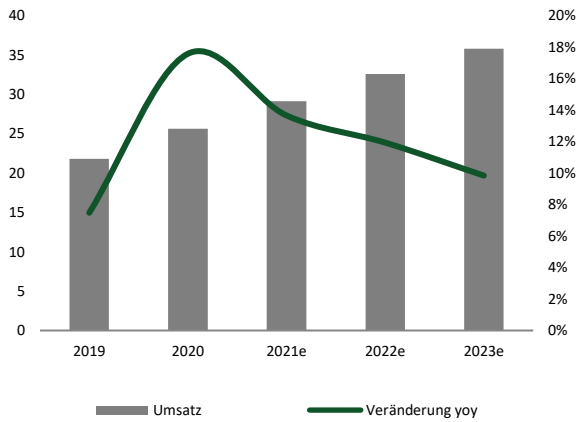
Kapitalflussrechnung (in Mio. Euro) ad pepper media Int. N.V.	2018	2019	2020	2021e	2022e	2023e
Jahresüberschuss/ -fehlbetrag	0,5	1,9	4,3	4,5	5,6	6,5
Abschreibung Anlagevermögen	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Amortisation immaterielle Vermögensgegenstände	0,2	0,8	0,9	1,0	1,0	1,1
Veränderung langfristige Rückstellungen	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Sonstige zahlungsunwirksame Erträge/Aufwendungen	0,2	-0,8	-0,5	0,0	0,0	0,0
Cash Flow	1,1	2,1	4,9	5,7	6,8	7,8
Veränderung Working Capital	-2,6	4,3	-1,6	0,6	0,2	0,2
Cash Flow aus operativer Tätigkeit	-1,5	6,5	3,4	6,3	7,0	8,0
CAPEX	-0,1	-0,5	-0,8	-0,9	-1,0	-1,1
Sonstiges	0,0	2,2	-1,0	0,0	0,0	0,0
Cash Flow aus Investitionstätigkeit	-0,1	1,6	-1,8	-0,9	-1,0	-1,1
Dividendenzahlung	-0,2	-0,5	-0,5	0,0	0,0	0,0
Veränderung Finanzverbindlichkeiten	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Sonstiges	-0,1	-0,7	-1,8	0,0	0,0	0,0
Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit	-0,3	-1,2	-2,3	0,0	0,0	0,0
Effekte aus Wechselkursänderungen	0,0	0,1	-0,2	0,0	0,0	0,0
Veränderung liquide Mittel	-1,9	6,9	-0,7	5,4	6,0	6,9
Endbestand liquide Mittel	18,2	25,2	24,3	30,7	37,7	45,7

Quelle: Unternehmen (berichtete Daten), Montega (Prognosen)

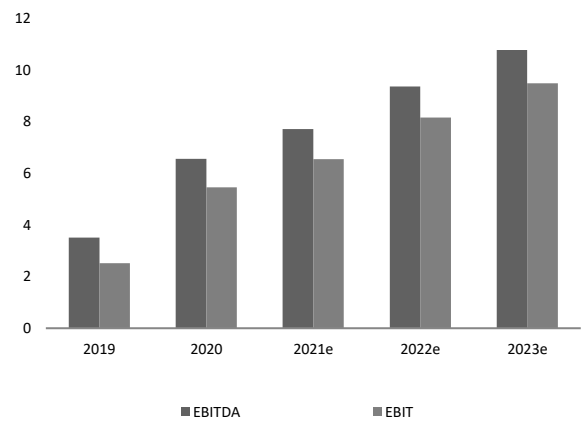
Kennzahlen ad pepper media Int. N.V.	2018	2019	2020	2021e	2022e	2023e
Ertragsmargen						
Bruttomarge (%)	96,4%	96,2%	96,4%	96,7%	97,0%	97,2%
EBITDA-Marge (%)	6,7%	16,1%	25,6%	26,5%	28,7%	30,1%
EBIT-Marge (%)	5,1%	11,6%	21,3%	22,5%	25,0%	26,5%
EBT-Marge (%)	4,1%	10,6%	20,8%	22,1%	24,5%	26,1%
Netto-Umsatzrendite (%)	2,6%	8,8%	16,9%	15,5%	17,1%	18,3%
Kapitalverzinsung						
ROCE (%)	-38,5%	-56,5%	-93,2%	-132,2%	-144,8%	-157,8%
ROE (%)	1,5%	8,2%	20,3%	18,2%	18,0%	17,3%
ROA (%)	0,6%	3,1%	7,5%	6,8%	7,4%	7,7%
Solvenz						
Net Debt zum Jahresende (Mio. Euro)	-18,2	-25,2	-25,3	-31,7	-38,8	-46,7
Net Debt / EBITDA	-13,5	-7,2	-3,9	-4,1	-4,1	-4,3
Net Gearing (Net Debt/EK)	-1,1	-1,4	-1,2	-1,2	-1,2	-1,2
Kapitalfluss						
Free Cash Flow (Mio. EUR)	-1,6	6,0	2,6	5,4	6,0	6,9
Capex / Umsatz (%)	0%	2%	7%	3%	3%	3%
Working Capital / Umsatz (%)	-12%	-12%	-9%	-4%	-5%	-5%
Bewertung						
EV/Umsatz	4,7	4,4	3,7	3,3	2,9	2,6
EV/EBITDA	70,0	27,0	14,5	12,3	10,1	8,8
EV/EBIT	92,3	37,6	17,4	14,5	11,6	10,0
EV/FCF	-	15,9	36,5	17,6	15,8	13,6
KGV	570,0	95,0	33,5	31,7	24,8	21,1
KBV	7,5	6,9	6,0	4,7	3,7	3,0
Dividendenrendite	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Quelle: Unternehmen (berichtete Daten), Montega (Prognosen)

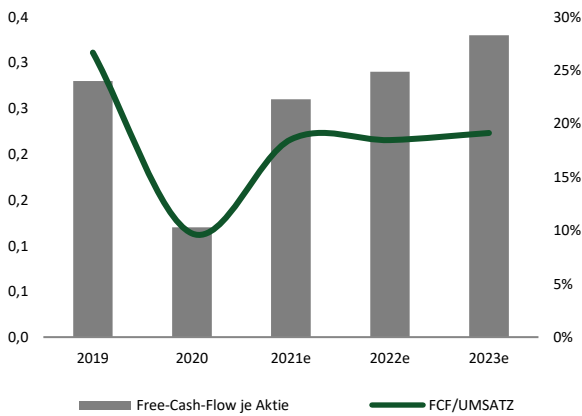
Umsatzentwicklung



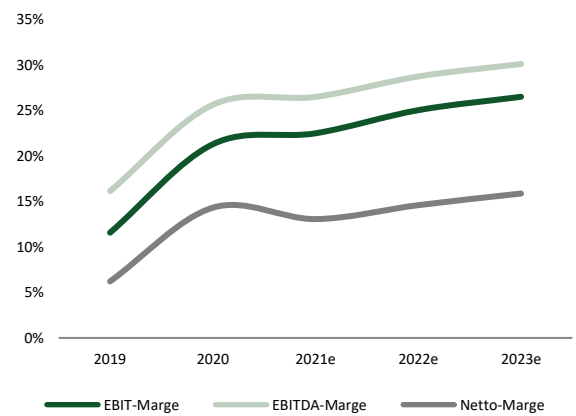
Ergebnisentwicklung



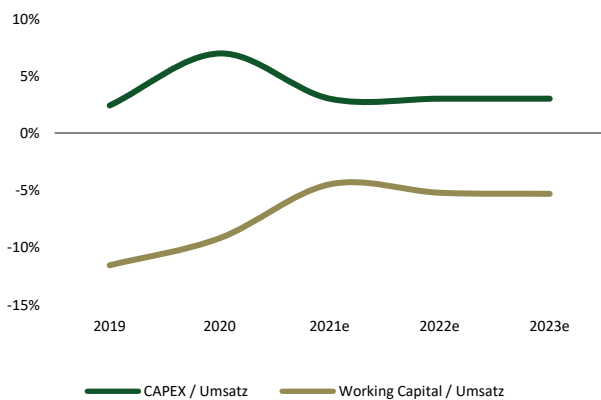
Free-Cash-Flow Entwicklung



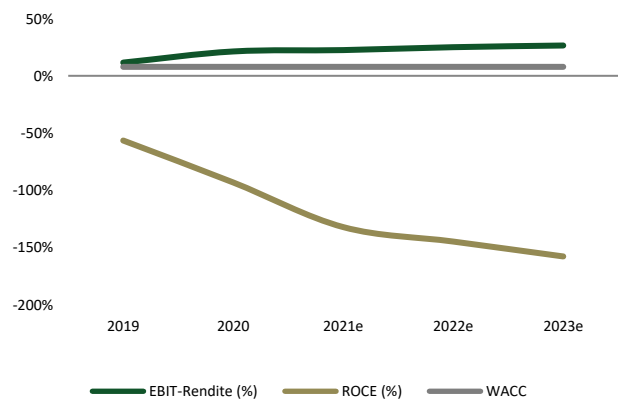
Margenentwicklung



Investitionen / Working Capital



EBIT-Rendite / ROCE



Kurs- und Empfehlungs-Historie

Empfehlung	Datum	Kurs	Kursziel	Potenzial
Kaufen (Ersteinschätzung)	02.08.2010	1,68	2,65	+58%
Kaufen	12.08.2010	1,68	2,65	+57%
Kaufen	15.10.2010	2,05	2,70	+32%
Kaufen	30.11.2010	1,69	2,70	+60%
Kaufen	16.02.2011	1,92	2,70	+41%
Kaufen	05.04.2011	1,69	2,70	+60%
Kaufen	18.04.2011	1,77	2,50	+41%
Kaufen	19.07.2011	1,61	2,30	+43%
Kaufen	17.10.2011	1,14	2,25	+97%
Kaufen	15.02.2012	1,44	1,85	+28%
Kaufen	24.04.2012	1,09	1,80	+65%
Kaufen	17.10.2012	0,93	1,60	+72%
Kaufen	28.02.2013	0,92	1,50	+63%
Kaufen	28.04.2016	2,53	3,20	+26%
Kaufen	13.05.2016	2,79	3,20	+15%
Kaufen	18.07.2016	2,65	3,10	+17%
Kaufen	14.10.2016	2,60	3,10	+19%
Kaufen	30.01.2017	2,52	3,00	+19%
Halten	20.03.2017	2,30	2,20	-4%
Kaufen	20.04.2017	2,03	2,30	+13%
Halten	18.07.2017	2,42	2,50	+3%
Kaufen	04.10.2017	3,05	4,00	+31%
Kaufen	16.10.2017	3,06	4,00	+31%
Kaufen	01.11.2017	3,18	4,20	+32%
Halten	25.01.2018	4,41	4,40	0%
Kaufen	05.04.2018	3,38	4,90	+45%
Kaufen	19.04.2018	3,87	4,90	+27%
Kaufen	16.07.2018	3,90	4,90	+26%
Kaufen	15.10.2018	2,76	4,00	+45%
Kaufen	16.11.2018	2,62	4,00	+53%
Halten	18.02.2019	2,24	2,30	+3%
Kaufen	23.06.2020	3,04	4,70	+55%
Kaufen	20.07.2020	3,72	4,70	+26%
Kaufen	28.07.2020	3,56	4,70	+32%
Kaufen	01.10.2020	3,54	4,80	+36%
Kaufen	19.10.2020	3,86	5,40	+40%
Kaufen	18.11.2020	4,42	5,40	+22%
Kaufen	10.12.2020	4,90	6,20	+27%
Kaufen	10.02.2021	6,00	8,00	+33%
Kaufen	26.03.2021	6,20	8,20	+32%
Kaufen	21.04.2021	6,66	8,20	+23%
Kaufen	29.04.2021	6,62	8,20	+24%
Kaufen	29.06.2021	6,02	8,20	+36%
Kaufen	16.07.2021	5,66	8,10	+43%
Kaufen	24.08.2021	5,70	8,10	+42%