



***Ungeprüfter verkürzter Konzernzwischenabschluss
zum 31. März 2011***

Ausgewählte Konzernkennzahlen

	01.01.-31.03. 2011	01.01.-31.03. 2010	Veränderung
	TEUR	TEUR	Prozent
Netto- umsatz	12.859	11.995	+7,2
Brutto- marge	5.410	5.291	+2,2
EBIT	-1.225	17	>-100
Perioden- ergebnis	-1.151	419	>-100
Ergebnis pro Aktie in EUR (unver- wässert)	-0,06	0,02	>-100

	31.03.2011	31.03.2010	Veränderung
	TEUR	TEUR	Prozent
Liquide Mittel*	21.061	22.677	-7,1
Eigen- kapital	25.241	22.339	+13,0
Bilanz- summe	34.822	32.400	+7,5
Anzahl Mitarbeiter	267	242	+10,3

- Starkes Umsatzwachstum im ersten Quartal. Profitabilitäts-Kennziffern beeinflusst durch Investition in Personal im Bereich Technologie
- Der diesjährigen Hauptversammlung wird erstmals die Zahlung einer Dividende (Sonderausschüttung) in Höhe von EUR 0,05 pro Aktie vorgeschlagen
- 123people.de weiter exklusiv mit ad pepper media auf Wachstumskurs

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

6 Zwischenlagebericht

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

20 Konzernzwischenabschluss

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

49 Weitere Informationen

- 49 Finanzkalender
- 49 Kontakt/Impressum

Wichtige Ereignisse

Starkes Umsatzwachstum in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres. Profitabilitäts-Kennziffern beeinflusst durch hohe Investitionen in Personal.

Der Umsatz konnte in den ersten drei Monaten um 7,2 Prozent gesteigert werden. Insbesondere das Segment Webgains verzeichnete mit einem Umsatzanstieg von 36 Prozent eine spürbare Ausweitung des Geschäftsvolumens, während das Segment ad pepper media mit einem Umsatzrückgang von 7,0 Prozent etwas schwächer als erwartet in das laufende Geschäftsjahr startete. Die Bruttomarge entwickelte sich unterproportional mit einem Wachstum von 2,2 Prozent. Insbesondere aufgrund von Investitionen zum Aufbau von Personalressourcen im Bereich Technologie konnten die Profitabilitäts-Kennziffern des Vorjahresquartals nicht gehalten werden. Das EBITDA betrug für das erste Quartal 2011 TEUR -1.090 (Q1 2010: TEUR 203). Das EBIT betrug TEUR -1.225 nach TEUR 17 im Vorjahresquartal.

ad pepper media schlägt Zahlung einer Sonderausschüttung vor

Der Vorstand sowie der Aufsichtsrat der ad pepper media International N.V. haben sich darauf geeinigt, der diesjährigen Hauptversammlung die Zahlung einer Sonderausschüttung aus Kapitalrücklagen in Höhe von EUR 0,05 je Aktie für das abgelaufene Geschäftsjahr 2010 vorzuschlagen. Die Entscheidung zur Zahlung einer Dividende bedarf der Zustimmung durch die Hauptversammlung, welche am 17. Mai 2011 stattfinden wird. Sofern die Hauptversammlung dem Vorschlag zustimmt, wird die Dividende am 18. Mai 2011 an diejenigen Aktionäre vergütet, für die per 17. Mai 2011 abends ad pepper media-Aktien verbucht sind.

Die Notierung der Inhaber-Stammaktien der ad pepper media International N.V. im Nennbetrag von je EUR 0,05 erfolgt im Teilbereich des regulierten Marktes mit weiteren Zulassungsfolgepflichten an der Frankfurter Wertpapierbörse (Prime Standard) am 18. Mai 2011 "ex-Kapitalrückzahlung".

123people.de weiter exklusiv mit ad pepper media auf Wachstumskurs

Die weltweit führende Online-Personensuchmaschine 123people (www.123people.de) hat ihre erfolgreiche Zusammenarbeit mit ad pepper media in Deutschland verlängert. ad pepper media bleibt weiterhin der exklusive Vermarkter der deutschen Website (5,21 Mio. Unique Users laut AGOF if-2010 III) des aktuell in über 13 Ländern aktiven Personensuchservices. Neben telefonbuch.de, dasoertliche.de und gelbeseiten.de ist 123people.de die vierte große Verzeichnisseite im Portfolio von ad pepper media. Mit diesen Search- und Verzeichnisseiten erreicht der Online-Vermarkter jeden dritten deutschen Internetuser (34,8 Prozent laut AGOF if-2010 III).

Durch diese Partnerschaft erschließen sich weitere Vermarktungsmöglichkeiten für ad pepper media.

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Welt/Europa/Deutschland

Die deutsche Wirtschaft wird laut International Monetary Fund (IMF) in 2011 um 3,6 Prozent wachsen. Damit wird Deutschland laut IMF auch im laufenden Jahr zum Zuggpferd für die gesamte Eurozone. Deren Wirtschaftsleistung wird laut IMF in 2011 um 1,5 Prozent wachsen – allerdings mit großen regionalen Unterschieden. Für das hoch verschuldete Griechenland sagt der IMF für dieses Jahr beispielsweise ein Minus von 4,0 Prozent voraus. Für die Wirtschaftsleistung von Spanien und Irland wird für 2011 ein leichtes Plus erwartet.

Insofern rechnen wir auch im laufenden Jahr mit einem dynamischen wirtschaftlichen Wachstumsumfeld. Der Beschäftigungsgrad und somit die Konsumentenstimmung und der private Konsum werden sich daher voraussichtlich auch in den vor uns liegenden Quartalen in wesentlichen Regionen der ad pepper media-Gruppe robust entwickeln, wenngleich verschiedene, vor allem globale Faktoren möglicherweise zu einer zunehmend unsicheren Wachstumsprognose führen könnten.

Werbemarkt

Aktuelle Zahlen von The Nielsen Company belegen, dass auch im ersten Quartal 2011 die Werbeausgaben für Online-Werbung kräftig zulegen. Laut Nielsen erhöhte sich der Bruttowerbedruck des Mediums Internet weiter überdurchschnittlich im Vergleich zu anderen Medien wie TV oder Print. Diese Entwicklung wird auch von einer Studie der Experten von PricewaterhouseCoopers (PwC) gestützt. Diese führen an, dass die Wirtschaftskrise aus dem Jahr 2009 den strukturellen Wandel der Medienbranche erheblich beschleunigt hat und erst 2014 seinen Höhepunkt erreichen wird. Die Konsumenten wandern weiter verstärkt ins Internet, verbringen immer mehr Zeit online und investieren dort immer mehr Geld. Diesem Trend folgen auch die Werbebudgets. Für die Online-Marketing-Planer geht es dabei neben der Zielgruppenerreichung stets auch darum, die Marketingbudgets sinnvoll und effizient einzusetzen. Dies bedeutet für die Werbungtreibenden, die Qualität und die Erreichung von relevanten Zielgruppen ohne große Streuverluste noch stärker in den Mittelpunkt zu rücken.

Und die qualitative Umfeldplanung von Kampagnen noch effizienter zu planen. Grundsätzlich setzt sich unseres Erachtens auch in 2011 der Trend fort, dass erfolgreiches Online-Marketing immer stärker relevant und performant sein muss.

Performance als dominierendes Media-Asset in Verbindung mit einem Produkt-Mix und den damit verbundenen erfolgsabhängigen Vergütungsmodellen sind zentrale Punkte für die Entscheidung über die Vergabe von Kampagnen. Kein Medium verfügt zudem derzeit über vergleichbare Effizienzpotenziale wie das Internet, das mit seiner Rückkanalfähigkeit völlig neue Möglichkeiten der präzisen Aussteuerung von Media bietet. Allerdings darf dabei der Nutzer nicht in Vergessenheit geraten. Denn nur Werbung, die von den Usern auch tatsächlich wahrgenommen wird, ist letztendlich auch erfolgreich. Besonders für diesen Bereich haben sich in den vergangenen Monaten weitere Entwicklungen mit der Kombination unterschiedlicher Targeting-Methoden entwickelt, um durch verdichtete Informationen zur Zielgruppe die Online-Kampagnen präzise entsprechend der Werbeziele auszusteuern.

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 Werbungtreibenden und Publishern eine revolutionäre semantische Targeting-Technologie an die Hand, mit der Werbung zielgerichtet für jede Website im relevanten Themenumfeld platziert werden kann. Der Kern von iSense besteht aus der patentierten Sense Engine™-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 Werbungtreibende, die ihre Kundendatenbank erweitern und aufbauen wollen, indem potenzielle Neukunden, die bereits Interesse für die vom Werbekunden angebotenen Produkte und Dienstleistungen gezeigt und einer Ansprache zugestimmt haben, über Telefon, E-Mail oder per Post kontaktiert werden.

iClick ist die erfolgsabhängige Marketinglösung von ad pepper media, die Werbungtreibenden auf effiziente und messbare Weise qualifizierte Internet-User auf ihre Website bringt.

mailpepper bietet die Möglichkeit, via E-Mail-Versand schnell und effektiv breite oder auch sehr spezielle Zielgruppen direkt anzusprechen, die einer Kontaktaufnahme durch ad pepper media oder den Werbungtreibenden explizit zugestimmt haben.

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 Websites bei gleichzeitig erfolgsabhängiger Bezahlung macht Affiliate-Marketing für alle Teilnehmer so attraktiv. Affiliate-Marketing ist ein provisionsbasiertes Werbemodell, wobei Websitebetreiber (Affiliates) Internet-Traffic auf Seiten von Werbungtreibenden (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 ausgereifte E-Commerce-Strategie verfügen und Waren und/oder Dienstleistungen über ihre Websites bzw. Web-Shops anbieten. ad agents hilft ihren Kunden dabei, schnell und zielsicher auf allen gängigen Suchmaschinen gefunden zu werden und die Suchergebnisse in erfolgreiche Transaktionen umzuwandeln.

ad pepper media hält einen Anteil von 60 Prozent an ad agents.

Die Aktie

Kursentwicklung

Der Kurs der ad pepper media-Aktie entwickelte sich in den ersten drei Monaten des Jahres stabil. Per 31. März 2011 schloss die ad pepper media-Aktie bei einem Stand von EUR 1,74 und lag damit nur leicht unterhalb des Schlusskurses per Ende Dezember 2010 (EUR 1,80).

Daten der Aktie

Wertpapierkennnummer (WKN)	940883
ISIN	NL0000238145
Börsensegment (Frankfurter Börse)	Prime Standard
Designated Sponsor	Equinet
Anzahl Aktien	23.000.000
Marktkapitalisierung (per 31.03.2011)	EUR 40,2 Mio.

Aktienkursentwicklung der letzten 12 Monate (Xetra)



Aktionärsstruktur

Tag des Reports: 31.03.2011

Aktionär	Aktien Stück	in Prozent des Grundkapitals
EMA B.V.	9.486.402	41,25
Eigene Anteile	1.779.292	7,74
U. Schmidt	1.005.524	4,37
Grabacap ApS	732.000	3,18
Euroserve Media GmbH	436.963	1,90
M. A. Carton	92.582	0,40
Viva Media Service GmbH	77.670	0,34
Zwischensumme	13.610.433	59,18
Freefloat	9.389.567	40,82
Summe	23.000.000	100,00

Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Ertragslage

ad pepper media International N.V. ist mit einem klaren Umsatzanstieg im ersten Quartal 2011 in das Geschäftsjahr gestartet. Mit einem Konzern-Umsatz von TEUR 12.859 (Q1 2010: TEUR 11.995) wurde der bisher höchste Wert in einem ersten Quartal seit Gründung der Gesellschaft erreicht. Gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahres entspricht dies einem Anstieg von 7,2 Prozent. Insbesondere das Segment Webgains verzeichnete mit einem Umsatzanstieg von 36 Prozent auf TEUR 4.886 (Q1 2010: TEUR 3.591) eine spürbare Ausweitung des Geschäftsvolumens, während das Segment ad pepper media mit einem Umsatz von TEUR 6.100 (Q1 2010: TEUR 6.558) etwas schwächer als erwartet in das laufende Geschäftsjahr startete. Das Segment ad agents erreichte mit einem Umsatz von TEUR 1.873 in etwa den Wert des Vorjahresniveaus (Q1 2010: TEUR 1.843). Ein gegenüber der Umsatzentwicklung unterproportionaler Anstieg der Bruttomarge auf TEUR 5.410 (Q1 2010: TEUR 5.291) resultierte in einer niedrigeren Bruttomarge ausgedrückt in Prozent von 42,1 Prozent (Q1 2010: 44,1 Prozent). Auch hier zeigt sich der gegenüber den beiden anderen Segmenten deutlich schwächere Jahresstart des Segmentes ad pepper media.

Die operativen Kosten stiegen innerhalb der ersten drei Monate des laufenden Jahres gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum deutlich um 25,8 Prozent und damit von TEUR 5.274 auf TEUR 6.635. Wesentliche Einflussfaktoren für diese Entwicklung ergaben sich aus Investitionen zum Aufbau von Personalressourcen im Bereich Technologie, sowohl im Segment Webgains als auch im Segment ad pepper media. Für die kommenden Quartale rechnen wir mit einer Stabilisierung der operativen Kosten auf dem Niveau des ersten Quartals. Aufgrund des vorgenannten Effektes, konnten die Profitabilitäts-Kennziffern der ad pepper media-Gruppe des Vorjahres nicht gehalten werden:

Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) betrug für das erste Quartal 2011 TEUR -1.090 (Q1 2010: TEUR 203). Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) betrug TEUR -1.225 nach TEUR 17 im Vorjahresquartal. Das Ergebnis vor Steuern (EBT) betrug in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres TEUR -936 (Q1 2010: TEUR 420). Das Periodenergebnis fiel mit TEUR -1.151 ebenfalls negativ aus (Q1 2010: TEUR 419).

Finanzlage

Der Brutto Cash-Flow betrug TEUR -999 (Q1 2010: TEUR 122), während für den operativen Cash-Flow ein Wert von TEUR -2.107 nach TEUR -693 in den ersten drei Monaten des Jahres 2010 verzeichnet wurde. Der Netto-Cash-Flow aus Investitionstätigkeit betrug im Dreimonatszeitraum 2011 TEUR 3.627 (Q1 2010: TEUR 1.354). Der Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit betrug in den ersten drei Monaten 2011 TEUR 177 nach TEUR 185 im entsprechenden Zeitraum des Vorjahres.

Vermögenslage

Die Bilanzsumme hat sich gegenüber der entsprechenden Vorjahresperiode um TEUR 2.422 auf TEUR 34.822 erhöht. Die liquiden Mittel (einschließlich Wertpapierbeständen zum beizulegenden Zeitwert sowie Termineinlagen) sanken auf TEUR 21.061 (31.3.2010: TEUR 22.677). Zusätzlich hält ad pepper media 1.779.292 eigene Aktien. Bankverbindlichkeiten bestehen weiterhin nicht. Die Eigenkapitalquote erhöhte sich auf 72,5 Prozent (31.3.2010: 68,9 Prozent).

Mitarbeiter

Per 31. März 2011 beschäftigte die ad pepper media-Gruppe 267 Mitarbeiter. Zum Ende des entsprechenden Vorjahreszeitraumes waren insgesamt 242 Mitarbeiter beschäftigt. Die Mitarbeiter der ad pepper media-Gruppe waren in folgenden Segmenten beschäftigt:

	31. März 2011	31. März 2010
	Anzahl	Anzahl
<i>ad pepper media</i>	145	143
<i>Webgains</i>	72	60
<i>ad agents</i>	26	17
<i>Administration</i>	24	22

Risiko- und Chancenbericht

Gegenüber dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2010 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 2010.

Prognosebericht

Die fundamentalen Wachstumstrends im Online-Marketing sind weiterhin intakt: Die Internetpenetration wächst nach wie vor weltweit und die durchschnittliche Verweildauer im Internet entwickelt sich ebenfalls dynamisch. Daneben nimmt Online-Werbung im Vergleich zu traditioneller Werbung eine zunehmend prominente Rolle ein, insbesondere gegenüber Print, Radio oder TV. Unterstützung wird auch von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung erwartet. Auch wenn die makroökonomischen Daten eine regional sehr heterogene wirtschaftliche Erholung signalisieren, ist doch insgesamt von einer stützenden Wirkung für das Geschäft der ad pepper media-Gruppe auszugehen.

Trotz einer erhöhten Prognoseunsicherheit im Zusammenhang mit verschiedenen, insbesondere globalen Einflussfaktoren, ist die weltweite Konjunkturerholung gemäß führender Prognoseinstitute in einer weiterhin robusten Verfassung. Wir gehen daher von einer stützenden Rolle der makroökonomischen Entwicklung für das operative Geschäft der ad pepper media-Gruppe aus. Ziel ist es, die Kostenstruktur der Gruppe zu stabilisieren, ohne die für die weitere Entwicklung von ad pepper media erforderliche Innovationsfähigkeit negativ zu beeinflussen. Dies, in Verbindung mit erwarteten soliden Wachstumsraten insbesondere in den Segmenten Webgains und ad agents, sollte zu einem positiven Verlauf des vor uns liegenden Quartals - welches traditionell zu einem der stärksten des Geschäftsjahres zählt - führen.

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (IFRS)

	Q1 / 2011	Q1 / 2010
	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>
Umsatzerlöse	12.859	11.995
<i>Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen</i>	-7.449	-6.704
Bruttoergebnis vom Umsatz	5.410	5.291
<i>Vertriebskosten</i>	-4.070	-3.731
<i>Allgemeine und Verwaltungskosten</i>	-2.627	-1.957
<i>Sonstige betriebliche Erträge</i>	140	520
<i>Sonstige betriebliche Aufwendungen</i>	-78	-106
Ergebnis vor Zinsen und Steuern	-1.225	17
<i>Finanzerträge</i>	295	462
<i>Finanzierungsaufwendungen</i>	-6	-59
Ergebnis vor Steuern	-936	420
<i>Steuern vom Einkommen und vom Ertrag</i>	-215	-1
Periodenergebnis	-1.151	419
<i>davon entfallen auf Anteilseigner des Mutterunternehmens</i>	-1.197	341
<i>davon entfallen auf Minderheitenanteile</i>	46	78
<i>Ergebnis je Aktie (unverwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)</i>	-0,06	0,02
<i>Ergebnis je Aktie (verwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)</i>	-0,06	0,02
	Q1 / 2011	Q1 / 2010
	<i>Stück</i>	<i>Stück</i>
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	21.107.139	21.414.991
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (verwässert)	21.433.121	21.729.647

Konzern-Gesamterfolgsrechnung (IFRS)

	Q1 / 2011	Q1 / 2010
	TEUR	TEUR
Periodenergebnis	-1.151	419
Unterschiede aus der Währungs- umrechnung	-105	-53
Marktwertveränderungen available-for-sale Wertpapiere	402	420
Marktwertveränderungen available-for-sale Beteiligungen	-188	0
Direkt im Eigenkapital verrechnete Ertragsteuern	0	0
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen	109	367
Gesamterfolg	-1.042	786
davon auf Minderheitsanteile entfallend	46	78
davon auf Anteilseigner des Mut- terunternehmens entfallend	-1.088	708

**Angaben zu erfolgsneutralen Sachverhalten in der Ge-
samterfolgsrechnung**

Im Folgenden sind die Aufwendungen und Erträge sowie die darauf entfallende Steuerbelastung der im Eigenkapital direkt erfassten Wertänderungen dargestellt:

Q1 / 2011	vor	Ertrag-	nach
TEUR	Ertrag-	Ertrag-	Ertrag-
	steuern	steuern	steuern
Unterschiede aus der Währungsumrechnung (inkl. Minderheitenanteile)	-105	0	-105
Marktwertveränderungen available-for-sale Wertpapiere	402	0	402
Marktwertveränderungen available-for-sale Beteiligungen	-188	0	-188
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen	109	0	109

Q1 / 2010	vor	Ertrag-	nach
TEUR	Ertrag-	Ertrag-	Ertrag-
	steuern	steuern	steuern
Unterschiede aus der Währungsumrechnung (inkl. Minderheitenanteile)	-53	0	-53
Marktwertveränderungen available-for-sale Wertpapiere	420	0	420
Marktwertveränderungen available-for-sale Beteiligungen	0	0	0
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen	367	0	367

Konzern-Bilanz (IFRS)

Aktiva	31. März 2011	31. Dezember 2010
	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>
Langfristige Vermögenswerte		
Firmenwerte	24	24
Immaterielle Vermögenswerte	394	457
Sachanlagen	482	445
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Wertpapiere des Anlagevermögens	2.273	3.197
Zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere des Anlagevermögens	5.992	8.524
Andere finanzielle Vermögenswerte	4.083	4.106
Latente Steuern	97	113
Summe langfristige Vermögenswerte	13.345	16.866
Kurzfristige Vermögenswerte		
Wertpapiere und Termineinlagen	1.400	1.400
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	6.928	8.030
Forderungen aus Ertragsteuern	738	675
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	650	446
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	365	290
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	11.396	9.803
Summe kurzfristige Vermögenswerte	21.477	20.644
Aktiva, gesamt	34.822	37.510

Konzern-Bilanz (IFRS)

Passiva	31. März 2011	31. Dezember 2010
	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital*	1.150	1.150
Kapitalrücklage	67.211	67.192
Eigene Anteile	-3.265	-3.443
Bilanzverlust	-39.036	-37.839
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	-1.235	-1.344
Summe	24.825	25.716
Minderheitenanteile	416	370
Summe Eigenkapital	25.241	26.086
Langfristige Verbindlichkeiten		
Latente Steuern	0	0
Summe langfristige Verbindlichkeiten	0	0
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	5.861	6.437
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	737	1.081
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2.135	3.274
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	848	632
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten	9.581	11.424
Summe Verbindlichkeiten	9.581	11.424
Passiva, gesamt	34.822	37.510

* 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 31. März 2011 21.220.708 (31. Dezember 2010: 21.046.208) Aktien im Umlauf befanden.

Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)

	<i>01.01.-31.03.2011</i>	<i>01.01.-31.03.2010</i>
	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>
Periodenergebnis	-1.151	419
Überleitung zwischen Periodenergebnis und Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit		
Abschreibungen	135	186
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Gegenständen des Anlagevermögens	-9	4
Aktienbasierte Vergütung	19	42
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Wertpapieren	-19	-216
Andere Finanzerträge und Finanzierungsaufwendungen	-270	-187
Steuerergebnis	215	1
Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge	81	-127
Brutto-Cash-Flow	-999	122
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.021	655
Veränderung anderer Aktiva	-213	-123
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-576	-1.162
Veränderung anderer Verbindlichkeiten	-1.466	-243
Gezahlte Ertragsteuern	-63	-98
Vereinnahmte Zinsen	189	156
Netto-Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit	-2.107	-693

Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)

	<i>01.01.-31.03.2011</i>	<i>01.01.-31.03.2010</i>
	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>
<i>Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen</i>	-116	-49
<i>Erlöse aus dem Abgang von immateriellen Vermögensgegenständen und Sachanlagen</i>	16	3
<i>Auszahlung für die Gewährung von Darlehen</i>	-150	0
<i>Erlöse aus dem Verkauf von Wertpapieren und Fälligkeit von Termineinlagen</i>	4.468	2.387
<i>Erwerb von Wertpapieren</i>	-591	-987
<i>Netto-Cash-Flow aus Investitionstätigkeit</i>	3.627	1.354
<i>Ausgabe eigener Aktien</i>	177	173
<i>Einzahlungen aus der Tilgung gewährter Darlehen</i>	0	12
<i>Netto-Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit</i>	177	185
<i>Einfluss von Wechselkursänderungen auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</i>	-104	-53
<i>Zahlungswirksame Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</i>	1.697	846
<i>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres</i>	9.803	13.514
<i>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode</i>	11.396	14.307

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung (IFRS)

	Stand 1. Januar 2010	Gesamt- erfolg	Aktien- basierte Vergütung	Erwerb eigener Anteile	Ausgabe eigener Anteile	Stand 31. März 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		42			2.301
aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V. (TEUR)	64.843					64.843
Eigene Anteile						
Anzahl der Aktien	2.267.792				-194.000	2.073.792
Rückkaufswert (TEUR)	-3.410				173	-3.237
Bilanzverlust (TEUR)	-40.076	341				-39.735
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis						
Währungsdifferenzen (TEUR)	-1.369	-53				-1.422
Marktbewertung available-for-sale Wertpapiere (TEUR)	-2.164	420				-1.744
Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)	21.233	708	42	0	173	22.156
Minderheitenanteile (TEUR)	105	78				183
Eigenkapital (TEUR)	21.338	786	42	0	173	22.339

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung (IFRS)

	Stand 1. Januar 2011	Gesamt- erfolg	Aktien- basierte Vergütung	Erwerb eigener Anteile	Ausgabe eigener Anteile	Stand 31. März 2011
Gezeichnetes Kapital						
Anzahl der Aktien	23.000.000					23.000.000
Gezeichnetes Kapital (TEUR)	1.150					1.150
Kapitalrücklage						
für Aktienoptionsprogramme (TEUR)	2.349		19			2.368
aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V. (TEUR)	64.843					64.843
Eigene Anteile						
Anzahl der Aktien	1.953.792				-174.500	1.779.292
Rückkaufswert (TEUR)	-3.443				178	-3.265
Bilanzverlust (TEUR)	-37.839	-1.197				-39.036
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis						
Währungsdifferenzen (TEUR)	-1.372	-105				-1.477
Marktbewertung available-for-sale Wertpapiere (TEUR)	-1.939	402				-1.537
Marktbewertung available-for-sale Beteiligungen (TEUR)	1.967	-188				1.779
Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)	25.716	-1.088	19	0	178	24.825
Minderheitenanteile (TEUR)	370	46				416
Eigenkapital (TEUR)	26.086	-1.042	19	0	178	25.241

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 2010 gelesen werden.

In den Konzernzwischenabschluss sind sämtliche Tochterunternehmen einbezogen.

Der vorliegende Konzernzwischenabschluss zum 31. März 2011 wurde vom Vorstand am 27. April 2011 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 2010 erstellt wurde.

Seitdem wurden keine Standards und Interpretationen im Rahmen des Komitologieverfahrens übernommen.

3. Erläuterungen zum Zwischenabschluss

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

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

Im Finanzergebnis sind zum Einen realisierte Netto-Kursgewinne aus dem Verkauf von Wertpapieren in Höhe von TEUR 19 (Q1 2010: TEUR 216) sowie der auf das Geschäftsjahr 2010 entfallende Gewinnanteil aus der Beteiligung an SocialTyze LLC in Höhe von TEUR 140 enthalten.

Das Steuerergebnis resultiert aus der Bildung laufender Steuerabgrenzungen für profitable Gesellschaften.

4. Segmentberichterstattung gemäß IFRS 8

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), „Web-gains“ (Affiliate-Marketing) und „ad agents“ (SEM/SEO), sowie für das nicht-operative Segment „Admin“ (Verwaltung).

Die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden der berichtspflichtigen Segmente entsprechen den in Angabe [2] des Konzernabschlusses zum 31. Dezember 2010 beschriebenen Konzernbilanzierungsrichtlinien.

Das Segmentergebnis wird als das je Segment verdiente EBIT und EBIT-DA 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 / 2011	ad pepper media	Webgains	ad agents	Admin	Konsoli- dierung	Konzern
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Gesamtumsatz	6.127	4.960	1.873	261	-362	12.859
davon Umsatz extern	6.100	4.886	1.873	0	0	12.859
davon Intersegmentumsätze	27	74	0	261	-362	0
Aufwendungen und sonstige Erträge	-6.844	-5.057	-1.710	-734	261	-14.084
davon Abschreibungen	-50	-5	-11	-70	1	-135
davon andere nicht zahlungswirksame Aufwendungen	-245	-44	-8	-17	-8	-321
EBITDA	-667	-92	174	-403	-102	-1.090
EBIT	-717	-97	163	-473	-101	-1.225
Finanzerträge	15	0	1	291	-12	295
Finanzierungsaufwendungen	-12	0	-1	-5	12	-6
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag						-215
Periodenergebnis						-1.151

Q1 / 2010	ad pepper media	Webgains	ad agents	Admin	Konsoli- dierung	Konzern
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Gesamtumsatz	6.636	3.665	1.843	324	-473	11.995
davon Umsatz extern	6.558	3.591	1.843	3	0	11.995
davon Intersegmentumsätze	78	74	0	321	-473	0
Aufwendungen und sonstige Erträge	-6.256	-3.663	-1.648	-731	320	-11.978
davon Abschreibungen	-77	-5	-4	-100	0	-186
davon andere nicht zahlungswirksame Aufwendungen	-119	-25	0	-101	0	-245
EBITDA	457	7	199	-307	-153	203
EBIT	380	2	195	-407	-153	17
Finanzerträge	4	0	1	478	-21	462
Finanzierungsaufwendungen	-21	-1	0	-58	21	-59
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag						-1
Periodenergebnis						419

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	
	<i>Q1 / 2011</i>	<i>Q1 / 2010</i>	<i>31.03. 2011</i>	<i>31.03. 2010</i>
	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>
<i>Niederlande</i>	614	559	22	22
<i>Deutschland</i>	4.218	4.141	629	821
<i>Skandinavien</i>	1.742	1.530	154	294
<i>Vereinigtes Königreich</i>	3.608	2.941	73	87
<i>Sonstige</i>	2.677	2.824	22	35
Summe	12.859	11.995	900	1.259

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 31. März 2011 hält die ad pepper media International N.V. 1.779.292 eigene Aktien (31. März 2010: 2.073.792) mit einem Nennwert von je EUR 0,05, was 7,74 Prozent (31. März 2010: 9,02 Prozent) des Grundkapitals entspricht.

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

Veräußerung eigener Aktien

Aus dem Bestand an eigenen Anteilen wurden in den ersten drei Monaten keine (Q1 2010: 0) eigenen Anteile zum Ausübungspreis von EUR 0,665, keine (Q1 2010: 0) Anteile zum Preis von EUR 1,365, 137.000 Anteile (Q1 2010: 194.000) zum Ausübungspreis von EUR 0,89, keine (Q1 2010: 0) Anteile zum Ausübungspreis von EUR 2,225, 37.500 (Q1 2010: 0) Anteile zum Ausübungspreis von EUR 1,500 sowie keine (Q1 2010: 0) Anteile zum Ausübungspreis von EUR 0,915 im Rahmen der Mitarbeiter-Optionsprogramme veräußert.

Insgesamt wurden in den ersten drei Monaten 174.500 (Q1 2010: 194.000) eigene Anteile verkauft.

Zahl der ausgegebenen Aktien

Die Zahl der ausgegebenen und im Umlauf befindlichen Aktien beläuft sich nach Abzug eigener Aktien zum 31. März 2011 auf 21.220.708 Stück (31. März 2010: 20.926.208 Stück). Der Nennbetrag je Aktie beträgt EUR 0,05.

6. Dividende

Der Vorstand sowie der Aufsichtsrat der ad pepper media International N.V. haben sich am 5. April 2011 darauf geeinigt, der diesjährigen Hauptversammlung die Zahlung einer Sonderausschüttung aus der Kapitalrücklage in Höhe von EUR 0,05 je Aktie für das abgelaufene Geschäftsjahr 2010 vorzuschlagen. Die Entscheidung zur Zahlung einer Dividende bedarf der Zustimmung durch die Hauptversammlung, welche am 17. Mai 2011 stattfinden wird.

7. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Bis zum Tage der Freigabe zur Veröffentlichung sind keine Ereignisse eingetreten, die die dargestellte Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zum 31. März 2011 in wesentlichem Umfang beeinflusst hätten.

8. 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.

9. Aktien und Bezugsrechte der Organe

Zum 31. März 2011 waren insgesamt 1.070.100 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 31.03.2011	Optionen zum 31.03.2011
Vorstand		
<i>Ulrich Schmidt</i>	1.005.524	280.000
<i>Michael A. Carton</i>	92.582	109.500
<i>Jens Körner</i>	0	80.000
Aufsichtsrat		
<i>Michael Oschmann</i>	0	0
<i>Dr. Frank Schlaberg</i>	0	0
<i>Jan Andersen</i>	0	0
<i>Merrill Dean</i>	0	0
Unter maßgeblichem einflussstehende Unternehmen		
<i>EMA B.V.</i>	9.486.402	0
<i>Viva Media Service GmbH</i>	77.670	0
<i>Euroserve Media GmbH</i>	436.963	0
<i>Grabacap ApS</i>	732.000	0
Mitarbeiter		600.600

10. Anzahl der Mitarbeiter

Zum Ende des 1. Quartals 2011 beschäftigte die ad pepper media-Gruppe 267 Mitarbeiter (31. März 2010: 242 Mitarbeiter).

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

Die Geschäfte mit nahe stehenden Unternehmen und Personen haben sich im Vergleich zum Jahr 2010 nicht wesentlich verändert.

Folgende im Sinne des § 15a WpHG meldepflichtige Director's Dealings während der Berichtsperiode wurden der ad pepper media International N.V. gemeldet:

- Datum des Geschäfts: 31. Januar 2011
 Emittent: ad pepper media International N.V.
 Meldepflichtige Person: Merrill Clark Dean
 (Mitglied des Aufsichtsrats)
 Mitteilungspflichtiges Geschäft: Kauf von 8.000 Aktien zum Preis von 2,3899 USD/Aktie,
 Gesamtvolumen: 19.119,20 USD, Börsenplatz: OTC
- Datum des Geschäfts: 24. Februar 2011
 Emittent: ad pepper media International N.V.
 Meldepflichtige Person: Michael A. Carton
 (Geschäftsführendes Organ)
 Mitteilungspflichtiges Geschäft: Kauf von 73.500 Aktien zum Preis von 1,20122 EUR/Aktie,
 Gesamtvolumen: 88.290,00 EUR, Börsenplatz: OTC
- Datum des Geschäfts: 01. März 2011
 Emittent: ad pepper media International N.V.
 Meldepflichtige Person: Grabacap ApS
 Mitteilungspflichtiges Geschäft: Verkauf von 40.000 Aktien zum Preis von 1,7960 EUR/Aktie,
 Gesamtvolumen: 71.840 EUR, Börsenplatz: Xetra

Amsterdam/Nürnberg, 27. April 2011


 Ulrich Schmidt Jens Körner Michael A. Carton

Finanzkalender

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

<i>Quartalsbericht I / 2011</i>	<i>5. Mai 2011</i>
<i>Hauptversammlung (Amsterdam, Niederlande)</i>	<i>17. Mai 2011</i>
<i>Quartalsbericht II / 2011</i>	<i>9. August 2011</i>
<i>Quartalsbericht III / 2011</i>	<i>9. November 2011</i>
<i>Analystenkonferenz Eigenkapitalforum (Frankfurt / Main)</i>	<i>November 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, CEO
Jens Körner, CFO
Michael A. Carton, Director of the Board

Gern senden wir Ihnen den Geschäftsbericht 2010 bzw. den Konzernzwischenabschluss 2011 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