



***Ungeprüfter verkürzter Konzernzwischenabschluss
zum 30. September 2011***

Ausgewählte Konzernkennzahlen

	01.07.- 30.09. 2011	01.07.- 30.09. 2010	Ver- ände- rung	01.01.- 30.09. 2011	01.01.- 30.09. 2010	Ver- ände- rung
	TEUR	TEUR	Prozent	TEUR	TEUR	Prozent
Netto- umsatz	13.493	12.260	10,1	39.722	37.144	6,9
Brutto- marge	5.499	5.572	-1,3	16.843	16.897	-0,3
EBIT	-580	182	>-100	-2.840	504	>-100
Perioden- ergebnis	-622	1.477	>-100	-2.669	2.528	>-100
Ergebnis pro Aktie in EUR (unver- wässert)	-0,03	0,06	>-100	-0,13	0,10	>-100
				30.09. 2011	30.09. 2010	Ver- ände- rung
				TEUR	TEUR	Prozent
Liquide Mittel*				16.426	23.055	-28,8
Eigen- kapital				21.734	26.673	-18,5
Bilanz- summe				31.076	35.770	-13,1
Anzahl Mitarbei- ter				261	248	5,2

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

- Solides Umsatzwachstum in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2011; zweistelliges Wachstum im dritten Quartal
- ad pepper media launcht Real Time Bidding Plattform
- ad agents weiter auf dem Vormarsch: Erschließung neuer Kunden und Märkte

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

52 Weitere Informationen

- 52 Finanzkalender
- 52 Kontakt/Impressum

Wichtige Ereignisse

Solides Umsatzwachstum in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2011

ad pepper media International N.V. ist in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres solide um 6,9 Prozent gegenüber der entsprechenden Vorjahresperiode gewachsen, wobei die Entwicklung der drei Segmente erneut sehr unterschiedlich verlief: Wachstumstreiber waren die Segmente Webgains (25,0 Prozent) sowie ad agents (28,4 Prozent). Das Segment ad pepper media musste dagegen zum wiederholten Male einen Umsatzrückgang hinnehmen; er betrug 7,8 Prozent.

Erfreulich war die Wachstumsdynamik der Gruppe im dritten Quartal. Hier konnte ein zweistelliges Umsatzplus von 10,1 Prozent erzielt und somit die Wachstumsdelle des zweiten Quartals zum Teil ausgeglichen werden.

Trotz dieser erfreulichen Entwicklung blieb das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2011 mit TEUR -2.446 (Q1-Q3 2010: TEUR 1.050) negativ. Auch das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) blieb mit TEUR -2.840 (Q1-Q3 2010: TEUR 504) hinter den Erwartungen des Managements zurück, wengleich der Verlust im abgelaufenen Quartal aufgrund der geschilderten Wachstumsdynamik sowie parallel eingeleiteter Kostensenkungsmaßnahmen eingegrenzt werden konnte.

ad pepper media launcht Real Time Bidding Plattform

Mit dem Launch seiner proprietären Data- und Real Time Bidding-Plattform ermöglicht ad pepper media Werbungtreibenden deren Zielgruppen im relevanten textlichen Umfeld in Kombination mit komplettem Schutz der Marke auf allen führenden Ad Exchanges und Sell Side Plattformen (SSP) mit RTB-Funktionalität sowie dem eigenen ad pepper media Webseiten-Portfolio zu erreichen.

Die RTB-Plattform zeichnet sich durch eine Vielzahl an individuellen und effizienten Funktionen aus. Ein zentrales Unterscheidungsmerkmal zu anderen Plattformen bietet ad pepper media's semantische Analyse-Technologie, die in 12 Sprachen verfügbar ist und auf Webpage-Ebene semantisches Targeting in mehr als 3.500 Kategorien, Markenschutz in

18 Kategorien, das Management von Negativ- und Positivlisten auf URL-Ebene sowie das Re-Targeting von Zielgruppen möglich macht. Diese Funktionalitäten in Verbindung mit hochentwickelten Biet- und Optimierungs-Algorithmen versetzen die Plattform in die Lage, nur auf diejenigen Seitenaufrufe zu bieten, zu kaufen und auszuliefern, die exakt den Anforderungen des Werbungtreibenden an Markenschutz, Zielgruppe und kontextabhängigen Targeting-Kriterien sowie den Kennzahlen für den Return-On-Investment entsprechen.

ad agents weiter auf dem Vormarsch: Erschließung neuer Kunden und Märkte

Seit Juli 2011 betreut ad agents den Gesamtetat für Suchmaschinen-Marketing und -Optimierung für Neckermann in Slowenien, der Slowakei und der Ukraine. Seit 2007 sind die Herrenberger bereits erfolgreich für den Online-Shop in der Schweiz, seit 2009 in Deutschland und seit 2010 in Österreich tätig. Die langfristig angelegten SEM-Kampagnen von Neckermann in den osteuropäischen Ländern verfolgen vor allem das Ziel einer signifikanten Reichweiten- und Umsatzsteigerung. Darüber hinaus wurde ad agents anlässlich der jährlich in Köln stattfindenden digital marketing Messe dmexco mit dem zanox Agency Award 2011 in der Kategorie „Best Publisher Support“ ausgezeichnet. zanox kürt dabei die besten Agenturen seines Performance Advertising-Netzwerkes. Die Auszeichnung wird in drei Kategorien (Best Programme Performance 2011, Best New Business 2011 und Best Publisher Support 2011) vergeben und darf von den Preisträgern als Qualitätssiegel in ihrem Angebot geführt werden.

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Welt/Europa/Deutschland

Laut Angaben des Internationalen Währungsfonds (IWF) wird die Weltwirtschaft in diesem Jahr noch robust wachsen. Der Ausblick hat sich für das kommende Jahr jedoch aufgrund der hohen Staatsverschuldung in den USA und Europa sowie erster Anzeichen einer leichten konjunkturellen Abkühlung in Schwellenländern deutlich eingetrübt. Die USA werden in diesem Jahr nach IWF-Annahmen demzufolge nur noch um 1,5 und im kommenden Jahr um 1,8 Prozent wachsen. Das ist fast ein Prozentpunkt weniger als vom IWF noch im Frühjahr erwartet.

Behalten die IWF-Volkswirte Recht, wird sich auch der Aufschwung in Deutschlands nicht weiter fortsetzen, der zu einem Wachstum von voraussichtlich 2,7 Prozent in 2011 führen wird, nach 3,6 Prozent in 2010. Der IWF rechnet nun mit einem Plus von 1,3 Prozent für 2012; die Experten revidieren die Prognosen für Deutschland damit ebenfalls deutlich nach unten. Noch schlechter als die Bundesrepublik stehen allerdings die anderen großen Partner in der Eurozone da: Frankreich wächst in diesem Jahr nur um 1,7 Prozent. Im nächsten sollen es dann nur noch 1,4 Prozent sein. Für Italien prognostiziert der IWF in diesem Jahr ein Wachstum von 0,6 Prozent. Kommendes Jahr sollen es dann nur noch 0,3 Prozent sein.

Werbemarkt

Insgesamt betrachtet, baut das Internet aufgrund der ungebrochenen Investitionsbereitschaft seitens der werbungstreibenden Industrie seine Position als zweitstärkstes Werbemedium weiter aus. Der Online-Anteil am Mediamix beträgt beispielsweise in Deutschland als einem der Kernmärkte mit 21,8 Prozent mehr als ein Fünftel des Gesamtwerbemarkts. Dies geht aus einer aktuellen Erhebung der Bruttowerbeinvestitionen durch den Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. hervor. Das Internet ist bei der jüngeren Generation bereits das Leitmedium schlechthin. Demnach nimmt das Internet auch eine immer bedeutendere Rolle in den Werbekampagnen von Unternehmen ein. Andere Mediengattungen stagnieren oder sinken in Ihrer Nutzung und somit auch in der Attraktivität als Werbekanal.

Eine immer wichtigere Rolle spielen dabei Analyse- und Tracking-Tools für den Überblick und die Optimierung der Kampagnen-Performance sowie die Generierung von Kennzahlen für aussagekräftige Analysen und die Optimierung von Online-Werbebudgets. Vielfältige Targeting-Methoden sollen zur Erhöhung der Treffsicherheit für die Werbeschaltung und der Verringerung der Streuverluste beitragen. Durch die ungebremste Innovationskraft auf dem Online-Werbemarkt sowie die technische Infrastruktur für Systemweiterentwicklung, Umsetzung und Verbreitung, hat sich im Bereich des digitalen Marketings eine geschlossene Wertschöpfungskette entwickelt, die inzwischen eine Messung und Identifizierung über mehrere Mediengattungen hinweg möglich macht.

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 der ad agents GmbH.

Die Aktie

Kursentwicklung

Die Kursentwicklung der ad pepper media-Aktie entwickelte sich in den ersten neun Monaten des Jahres enttäuschend. Per 30. September 2011 schloss die ad pepper media-Aktie bei einem Stand von EUR 1,17 und lag damit um 35 Prozent 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 30.09.2011)	EUR 26,9 Mio.

Aktienkursentwicklung der letzten 12 Monate (Xetra)



Aktionärsstruktur

Tag des Reports: 30.09.2011

Aktionär	Aktien Stück	in Prozent des Grundkapitals
EMA B.V.	9.486.402	41,25
Eigene Anteile	1.759.292	7,65
U. Schmidt	1.005.524	4,37
Euroserve Media GmbH	436.963	1,90
M. A. Carton	92.582	0,40
Viva Media Service GmbH	77.670	0,34
Zwischensumme	12.858.433	55,91
Freefloat	10.141.567	44,09
Summe	23.000.000	100,00

Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Ertragslage

ad pepper media International N.V. ist in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2011 um TEUR 2.578 bzw. 6,9 Prozent auf TEUR 39.722 gewachsen (Q1-Q3 2010: TEUR 37.144), wobei das Umsatzwachstum sowohl der drei Segmente als auch der abgelaufenen drei Quartale sehr unterschiedlich ausfiel. Während die Segmente Webgains und ad agents mit Wachstumsraten von 25,0 Prozent um TEUR 2.841 auf TEUR 14.192 (Q1-Q3 2010: TEUR 11.351) respektive 28,4 Prozent um TEUR 1.375 auf TEUR 6.210 (Q1-Q3 2010: TEUR 4.835) weiterhin eine hohe Wachstumsdynamik aufwiesen, verlief das Umsatzwachstum des Segments ad pepper media weiterhin unbefriedigend. Hier musste ein Umsatzrückgang von insgesamt 7,8 Prozent bzw. um TEUR 1.628 auf TEUR 19.320 (Q1-Q3 2010: TEUR 20.948) hingenommen werden.

Hinsichtlich der drei abgelaufenen Quartale verlief das Umsatzwachstum ebenfalls deutlich heterogen. Nachdem das erste Quartal mit einem Wachstum von 7,2 Prozent recht solide verlief, enttäuschte insbesondere das zweite Quartal 2011 mit einem Umsatzwachstum von lediglich 3,7 Prozent. Das abgelaufene dritte Quartal konnte diese Wachstumsdelle teilweise kompensieren und wies mit 10,1 Prozent einen hervorragenden Wert auf.

Die Konzern-Bruttomarge sank leicht gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum um 0,3 Prozent auf TEUR 16.843 (Q1-Q3 2010: TEUR 16.897). Der resultierende prozentuale Rückgang der Bruttomarge im Verhältnis zum Umsatz von 45,5 auf 42,4 Prozent ist Spiegelbild der unterschiedlichen Umsatzentwicklungen der drei Segmente: Während ad pepper media traditionell die höchste prozentuale Bruttomarge aufweist, wirkt sich das dynamische Umsatzwachstum von Webgains und ad agents, mit branchenüblichen Margen unterhalb der von ad pepper media, tendenziell leicht verwässernd auf die Bruttomarge aus.

Trotz des erfreulichen Umsatzwachstums im dritten Quartal blieb das operative Ergebnis hinter den eigenen Erwartungen zurück. Zwar konnten die Verluste im abgelaufenen Quartal deutlich begrenzt werden, dennoch blieb ein negatives EBITDA in Höhe von TEUR -2.446 für die ersten neun Monate des Geschäftsjahres (Q1-Q3 2010: TEUR 1.050).

Der negative EBITDA-Beitrag des abgelaufenen Quartals betrug „nur“ noch TEUR -451, was insbesondere den im Juni/Juli eingeleiteten Kostensenkungsmaßnahmen geschuldet ist (Q1-Q3 2010: TEUR 359).

Hierzu zählt beispielsweise die Schließung unserer Niederlassung in Schweden (ad pepper media AB). Wir gehen nunmehr von weitgehend stabilen operativen Kosten für das vor uns liegende vierte Quartal aus. Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) betrug in den abgelaufenen drei Quartalen TEUR -2.840 nach TEUR 504 im Vorjahreszeitraum. Das Ergebnis vor Steuern (EBT) betrug in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres TEUR -2.233 (Q1-Q3 2010: TEUR 2.499). Das Periodenergebnis fiel mit TEUR -2.669 ebenfalls negativ aus (Q1-Q3 2010: TEUR 2.528).

Finanzlage

Der Brutto Cash-Flow betrug TEUR -2.087 (Q1-Q3 2010: TEUR 1.070), während für den operativen Cash-Flow ein Wert von TEUR -3.549 nach TEUR -550 in den ersten neun Monaten des Jahres 2010 verzeichnet wurde. Der Netto-Cash-Flow aus Investitionstätigkeit betrug im Neunmonatszeitraum 2011 TEUR 2.835 (Q1-Q3 2010: TEUR -730). Der Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit betrug in den ersten neun Monaten 2011 TEUR -1.163 nach TEUR 247 im entsprechenden Zeitraum des Vorjahres.

Vermögenslage

Die Bilanzsumme hat sich gegenüber der entsprechenden Vorjahresperiode um TEUR 4.694 auf TEUR 31.076 vermindert (30.09.2010: TEUR 35.770). Die liquiden Mittel (einschließlich Wertpapierbeständen zum beizulegenden Zeitwert sowie Termineinlagen) sanken u.a. aufgrund der im Mai gezahlten Sonderausschüttung sowie der Anteilserhöhung an SocialTyze LLC auf TEUR 16.426 (30.09.2010: TEUR 23.055). Zusätzlich hält ad pepper media 1.759.292 eigene Aktien. Bankverbindlichkeiten bestehen weiterhin nicht. Die Eigenkapitalquote beträgt 69,9 Prozent (30.09.2010: 74,6 Prozent).

Mitarbeiter

Per 30. September 2011 beschäftigte die ad pepper media-Gruppe 261 Mitarbeiter. Zum Ende des entsprechenden Vorjahreszeitraumes waren insgesamt 248 Mitarbeiter beschäftigt. Die Mitarbeiter der ad pepper media-Gruppe waren in folgenden Segmenten beschäftigt.

	<i>30. September 2011 Anzahl</i>	<i>30. September 2010 Anzahl</i>
<i>ad pepper media</i>	<i>135</i>	<i>144</i>
<i>Webgains</i>	<i>70</i>	<i>61</i>
<i>ad agents</i>	<i>33</i>	<i>20</i>
<i>Administration</i>	<i>23</i>	<i>23</i>

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 Entwicklung des operativen Geschäftes der ad pepper media-Gruppe während der ersten neun Monate des Geschäftsjahres war geprägt durch ein schwaches Wachstum des Segments ad pepper media, während die beiden anderen Segmente Webgains und ad agents weiterhin eine sehr erfreuliche Tendenz aufweisen. Insbesondere im abgelaufenen dritten Quartal konnte das Wachstum dieser beiden Segmente überzeugen, was letztlich sogar zu einem zweistelligen Wachstum (konsolidiert) im üblicherweise schwachen Sommerquartal führte. Vor diesem Hintergrund sind wir auch für das vor uns liegende Schlussquartal optimistisch, welches traditionell zu den umsatzstärksten des Jahres gehört, und gehen von einer weiterhin positiven Umsatzentwicklung aus. In Kombination mit der im Sommer durchgeführten Anpassung des Kostenniveaus, sollte dies zu positiven Impulsen im vierten Quartal führen.

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (IFRS)

	Q3 / 2011	Q3 / 2010	01.01.-30.09.11	01.01.-30.09.10
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Umsatzerlöse	13.493	12.260	39.722	37.144
<i>Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen</i>	-7.994	-6.688	-22.879	-20.247
Bruttoergebnis vom Umsatz	5.499	5.572	16.843	16.897
<i>Vertriebskosten</i>	-3.933	-3.741	-12.213	-11.460
<i>Allgemeine und Verwaltungskosten</i>	-2.165	-2.203	-7.360	-6.463
<i>Sonstige betriebliche Erträge</i>	294	808	556	2.401
<i>Sonstige betriebliche Aufwendungen</i>	-275	-254	-666	-871
Ergebnis vor Zinsen und Steuern	-580	182	-2.840	504
<i>Finanzerträge</i>	133	377	622	1.200
<i>Finanzierungsaufwendungen</i>	-4	-4	-15	-94
<i>Zuschreibungen auf Wertpapiere und andere finanzielle Vermögenswerte</i>	0	889	0	889
Ergebnis vor Steuern	-451	1.444	-2.233	2.499
<i>Steuern vom Einkommen und vom Ertrag</i>	-171	33	-436	29
Periodenergebnis	-622	1.477	-2.669	2.528
<i>davon entfallen auf Anteilseigner des Mutterunternehmens</i>	-704	1.360	-2.832	2.255
<i>davon entfallen auf Minderheitenanteile</i>	82	117	163	273
<i>Ergebnis je Aktie (unverwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)</i>	-0,03	0,06	-0,13	0,10
<i>Ergebnis je Aktie (verwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)</i>	-0,03	0,06	-0,13	0,10
	Q3 / 2011	Q3 / 2010	01.01.-30.09.11	01.01.-30.09.10
	Stück	Stück	Stück	Stück
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	21.228.840	21.430.651	21.192.778	21.546.331
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (verwässert)	21.228.840	22.027.230	21.192.778	22.002.465

Konzern-Gesamterfolgsrechnung (IFRS)

	Q3 / 2011	Q3 / 2010	01.01.-30.09.11	01.01.-30.09.10
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Periodenergebnis	-622	1.477	-2.669	2.528
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	47	100	-70	-133
Marktwertveränderungen available-for-sale Wertpapiere	-769	509	-470	766
Marktwertveränderungen available-for-sale Beteiligungen	207	1.900	-33	1.900
Direkt im Eigenkapital verrechnete Ertragsteuern	0	0	0	0
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen	-515	2.509	-573	2.533
Gesamterfolg	-1.137	3.986	-3.242	5.061
davon auf Minderheitsanteile entfallend	82	117	163	273
davon auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallend	-1.219	3.869	-3.405	4.788

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 / 2011			Q3 / 2010			01.01.-30.09.11			01.01.-30.09.10		
	vor Ertragsteuern	Ertragsteuern	nach Ertragsteuern	vor Ertragsteuern	Ertragsteuern	nach Ertragsteuern	vor Ertragsteuern	Ertragsteuern	nach Ertragsteuern	vor Ertragsteuern	Ertragsteuern	nach Ertragsteuern
Unterschiede aus der Währungsumrechnung (inkl. Minderheitenanteile)	47	0	47	100	0	100	-70	0	-70	-133	0	-133
Marktwertveränderungen available-for-sale Wertpapiere	-769	0	-769	509	0	509	-470	0	-470	766	0	766
Marktwertveränderungen available-for-sale Beteiligungen	207	0	207	1.900	0	1.900	-33	0	-33	1.900	0	1.900
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen	-515	0	-515	2.509	0	2.509	-573	0	-573	2.533	0	2.533

Konzern-Bilanz (IFRS)

Aktiva	30. September 2011	31. Dezember 2010
	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>
Langfristige Vermögenswerte		
Firmenwerte	24	24
Immaterielle Vermögenswerte	261	457
Sachanlagen	436	445
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Wertpapiere des Anlagevermögens	2.488	3.197
Zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere des Anlagevermögens	5.087	8.524
Andere finanzielle Vermögenswerte	5.122	4.106
Latente Steuern	118	113
Summe langfristige Vermögenswerte	13.536	16.866
Kurzfristige Vermögenswerte		
Wertpapiere und Termineinlagen	1.000	1.400
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	7.206	8.030
Forderungen aus Ertragsteuern	666	675
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	352	446
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	465	290
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	7.851	9.803
Summe kurzfristige Vermögenswerte	17.540	20.644
Aktiva, gesamt	31.076	37.510

Konzern-Bilanz (IFRS)

Passiva	30. September 2011	31. Dezember 2010
	TEUR	TEUR
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital*	1.150	1.150
Kapitalrücklage	66.185	67.192
Eigene Anteile	-3.281	-3.443
Bilanzverlust	-40.672	-37.839
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	-1.917	-1.344
Summe	21.465	25.716
Minderheitenanteile	269	370
Summe Eigenkapital	21.734	26.086
Langfristige Verbindlichkeiten		
Latente Steuern	0	0
Summe langfristige Verbindlichkeiten	0	0
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	6.086	6.437
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	821	1.081
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2.032	3.274
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	403	632
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten	9.342	11.424
Summe Verbindlichkeiten	9.342	11.424
Passiva, gesamt	31.076	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 30. September 2011 21.240.708 (31. Dezember 2010: 21.046.208) Aktien im Umlauf befanden.

Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)

	<i>01.01.11-30.09.11</i>	<i>01.01.10-30.09.10</i>
	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>
Periodenergebnis	-2.670	2.528
Überleitung zwischen Periodenergebnis und Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit		
Abschreibungen	394	546
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Gegenständen des Anlagevermögens	-9	-2
Aktienbasierte Vergütung	54	63
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Wertpapieren	-21	-508
Andere Finanzerträge und Finanzierungsaufwendungen	-586	-1.487
Steuerergebnis	436	-29
Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge	315	-41
Brutto-Cash-Flow	-2.087	1.070
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	509	163
Veränderung anderer Aktiva	339	-58
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-351	-1.169
Veränderung anderer Verbindlichkeiten	-1.535	-847
Vereinnahmte Ertragsteuern	34	256
Gezahlte Ertragsteuern	-620	-395
Vereinnahmte Zinsen	162	430
Netto-Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit	-3.549	-550

Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)

	01.01.11-30.09.11	01.01.10-30.09.10
	TEUR	TEUR
Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	-196	-158
Erlöse aus dem Abgang von immateriellen Vermögensgegenständen und Sachanlagen	16	9
Auszahlung für den Erwerb von sonstigen Beteiligungen	-887	-399
Auszahlung für die Gewährung von Darlehen	-195	0
Erlöse aus dem Verkauf von Wertpapieren und Fälligkeit von Termineinlagen	6.004	5.823
Erwerb von Wertpapieren	-1.907	-6.005
Netto-Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	2.835	-730
Dividenden an Anteilseigner des Mutterunternehmens	-1.061	0
Dividenden an Minderheiten	-264	0
Ausgabe eigener Aktien	209	211
Erwerb eigener Anteile	-47	0
Einzahlungen aus der Tilgung gewährter Darlehen	0	36
Netto-Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	-1.163	247
Einfluss von Wechselkursänderungen auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-75	-133
Zahlungswirksame Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-1.877	-1.033
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres	9.803	13.514
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode	7.851	12.348

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 available-for-sale Wertpapiere (TEUR)	-2.164	766				-1.398
Marktbewertung available-for-sale Beteiligungen (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-Eigenkapitalveränderungsrechnung (IFRS)

	Stand 1. Januar 2011	Gesamt- erfolg	Aktien- basierte Vergütung	Erwerb eigener Anteile	Ausgabe eigener Anteile	Divi- denden	Stand 30. September 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		54				2.403
aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V. (TEUR)	64.843					-1.061	63.782
Eigene Anteile							
Anzahl der Aktien	1.953.792				-194.500		1.759.292
Rückkaufswert (TEUR)	-3.443			-47	209		-3.281
Bilanzverlust (TEUR)	-37.839	-2.833					-40.672
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis							
Währungsdifferenzen (TEUR)	-1.372	-70					-1.442
Marktbewertung available-for-sale Wertpapiere (TEUR)	-1.939	-470					-2.409
Marktbewertung available-for-sale Beteiligungen (TEUR)	1.967	-33					1.934
Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)	25.716	-3.406	54	-47	209	-1.061	21.465
Minderheitenanteile (TEUR)	370	163				-264	269
Eigenkapital (TEUR)	26.086	-3.243	54	-47	209	-1.325	21.734

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 vorgeschriebenen Erläuterungen und Angaben und sollte daher im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2010 gelesen werden.

In den Konzernzwischenabschluss sind sämtliche Tochterunternehmen einbezogen.

Die SocialTyze LLC wird nicht „at equity“ in den Konzernzwischenabschluss einbezogen, da eine Geschäftsordnung vereinbart wurde, nach der für ad pepper media kein maßgeblicher Einfluss vorliegt. Die Beteiligung wird weiterhin zu Anschaffungskosten bilanziert.

Der vorliegende Konzernzwischenabschluss zum 30. September 2011 wurde vom Vorstand am 28. Oktober 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.

Die folgenden Standards und Interpretationen wurden veröffentlicht, aber noch nicht im Rahmen des Komitologieverfahrens übernommen:

IFRS 10-12 zu Konsolidierung, Joint Arrangements und Anhangangaben

Der International Accounting Standards Board (IASB) hat am 12. Mai 2011 IFRS 10 „Consolidated Financial Statements“, IFRS 11 „Joint Arrangements“ und IFRS 12 „Disclosure of Interests in Other Entities“ veröffentlicht, die Teil eines umfassenden Reformprojekts sind. Ferner wurde IAS 27 (2011) „Separate Financial Statements“ angepasst, der jetzt ausschließlich die unveränderten Vorschriften zu IFRS-Einzelabschlüssen enthält. Schließlich wurde IAS 28 (2011) „Investments in Associates and Joint Ventures“ geändert und damit an die neuen Standards IFRS 10, 11 und 12 angepasst.

IFRS 10 schafft eine einheitliche Definition für den Begriff der Beherrschung und damit eine einheitliche Grundlage für das Vorliegen einer Mutter-Tochter-Beziehung und die hiermit verbundene Abgrenzung des Konsolidierungskreises. Der neue Standard ersetzt die bisher relevanten IAS 27 (2008) „Consolidated and Separate Financial Statements“ und SIC-12 „Consolidation – Special Purpose Entities“. Nach IFRS 10 wird ein (Tochter-)Unternehmen durch einen an dessen variablen Ergebnisbestandteilen beteiligten Investor beherrscht, wenn dieser aufgrund von Rechtspositionen in der Lage ist, die für den wirtschaftlichen Erfolg wesentlichen Geschäftsaktivitäten des (Tochter-)Unternehmens zu beeinflussen. Zwar enthielt auch IAS 27 (2008) ähnliche Definitionselemente für die Prüfung von Beherrschung, jedoch werden nunmehr die Einzelkriterien in einen stärkeren kausalen Zusammenhang gestellt und für die Auslegung einzelner Sachverhalte eine weitreichende wirtschaftliche Betrachtungsweise betont: allein die Stimmrechtsverhältnisse heranzuziehen wird regelmäßig nicht mehr ausreichend sein.

Die Anwendungsbeispiele in IFRS 10 konkretisieren zudem eine Reihe von Fragestellungen, die IAS 27 (2008) bisher nicht adressiert, z. B. Mitwirkungs- und Schutzrechten Dritter und Prinzipal-Agenten-Beziehungen. Änderungen des Konsolidierungskreises aufgrund der Neuregelung sind grundsätzlich retrospektiv abzubilden. Zudem regelt IFRS 10 auch grundlegende Konsolidierungsfragen, z. B. die Verwendung einheitlicher Bilanzierungsmethoden, die Behandlung von Anteilen nicht-beherrschender Gesellschafter oder die Entkonsolidierung.

Hier sind keine wesentlichen Änderungen zu verzeichnen.

IFRS 11 regelt die Bilanzierung von Sachverhalten, in denen ein Unternehmen gemeinschaftliche Führung (joint control) über ein Gemeinschaftsunternehmen (joint venture) oder eine gemeinschaftliche Tätigkeit (joint operation) ausübt. Der neue Standard ersetzt IAS 31 „Interests in Joint Ventures“ und SIC-13 „Jointly Controlled Entities – Non-Monetary Contributions by Venturers“ als die bisher für Fragen der Bilanzierung von Gemeinschaftsunternehmen einschlägigen Vorschriften.

Die bedeutsamste Änderung des IFRS 11 gegenüber IAS 31 ist die Abschaffung der Quotenkonsolidierung für Gemeinschaftsunternehmen: Diese sind künftig stets nach der Equity-Methode zu bilanzieren. Liegt statt eines Gemeinschaftsunternehmens eine gemeinschaftliche Tätigkeit vor, sind Vermögenswerte, Schulden, Erträge und Aufwendungen, die dem beteiligten Unternehmen direkt zurechenbar sind, unmittelbar im Konzernabschluss des beteiligten Unternehmens zu erfassen. Derartige gemeinschaftliche Tätigkeiten können unter bestimmten Voraussetzungen – und dies ist eine weitere bedeutsame Neuerung gegenüber IAS 31 – auch dann auftreten, wenn die gemeinschaftlichen Aktivitäten innerhalb einer gesonderten Gesellschaft durchgeführt werden.

Die Anhangangaben zu Unternehmensverbindungen im Konzernabschluss und Joint Arrangements ergeben sich aus IFRS 12.

Die neuen Standards sind verpflichtend für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2013 beginnen, anzuwenden. Eine frühere Anwendung ist zulässig. Die im Kaufvertrag über die Videovalis GmbH vereinbarten potenziellen Stimmrechte in Form einer Kaufoption über die verbleibenden Anteile könnten ab dem dritten Quartal 2013 zu einer Vollkonsolidierung der Videovalis GmbH führen.

IFRS 13 „Bemessung des beizulegenden Zeitwerts“

Der IASB hat am 12. Mai 2011 IFRS 13 „Bemessung des beizulegenden Zeitwerts“ herausgegeben, der die bestehenden Leitlinien zur Bemessung des beizulegenden Standards in den einzelnen aktuellen IFRS-Verlautbarungen durch einen einzigen Standard ersetzt. In IFRS 13 wird der beizulegende Zeitwert definiert, werden Leitlinien zur Bemessung des beizulegenden Zeitwerts zur Verfügung gestellt und Angaben über die Bestimmung des beizulegenden Zeitwerts gefordert.

Mit IFRS 13 werden jedoch nicht die Vorschriften geändert, welcher Posten der Bilanz zum beizulegenden Zeitwert zu bewerten oder anzugeben ist. IFRS 13 tritt für Berichtsperioden in Kraft, die am oder nach dem 1. Januar 2013 beginnen; eine vorzeitige Anwendung ist zulässig.

Wesentliche Auswirkungen auf den Konzernabschluss von ad pepper media International N.V. werden nicht erwartet.

Änderung zu IAS 19 „Leistungen an Arbeitnehmer“

Das International Financial Standards Board (IASB) hat am 16. Juni 2011 eine Änderungen des IAS 19 „Leistungen an Arbeitnehmer“ veröffentlicht.

Die bedeutendste Änderung des IAS 19 besteht darin, dass künftig unerwartete Schwankungen der Pensionsverpflichtungen sowie etwaiger Planvermögensbestände, sog. versicherungsmathematische Gewinne und Verluste, unmittelbar im sonstigen Ergebnis (other comprehensive income, OCI) erfasst werden müssen. Das bisherige Wahlrecht zwischen sofortiger Erfassung im Gewinn oder Verlust, im sonstigen Ergebnis (OCI) oder der zeitverzögerten Erfassung nach der sog. Korridormethode wird abgeschafft. Beim Übergang auf die OCI-Erfassung, insbesondere bei vorheriger Anwendung der Korridor-Methode, kann dadurch die Eigenkapitalvolatilität steigen. Eine zweite Änderung des Pension Accounting nach IAS 19 besteht darin, dass künftig das Management die Verzinsung des Planvermögens nicht mehr entsprechend der Verzinsungserwartung nach Maßgabe der Asset Allocation schätzen soll, sondern ein Ertrag aufgrund der erwarteten Verzinsung des Planvermögens lediglich in Höhe des Diskontierungszinssatzes erfasst werden darf.

Der geänderte IAS 19 fordert drittens umfangreichere Anhangangaben. Unternehmen müssen künftig erstmals über die Finanzierungsstrategie ihrer Pensionspläne Angaben machen und die Finanzierungsrisiken ihrer Pläne nicht nur beschreiben, sondern auch quantifizieren; u.a. wird dazu künftig eine Sensibilitätsanalyse gefordert, die zeigt, in welchem Umfang Pensionsverpflichtungen bei Änderungen wesentlicher Bewertungsannahmen schwanken. Auch muss künftig die durchschnittliche Restlaufzeit der Pensionsverpflichtungen angegeben werden. Die Änderungen sind ab dem 1. Januar 2013 anzuwenden und führen zu einer transparenteren und vergleichbareren Abbildung betrieblicher Versorgungswerke in IFRS-Abschlüssen als bislang.

IAS 19 ist auf den Konzernabschluss der ad pepper media International N.V. nicht anwendbar.

Änderung zu IAS 1 „Darstellung des Abschlusses“

Das International Accounting Standards Board (IASB) hat am 16. Juni 2011 die Änderungen von IAS 1 „Presentation of Items of Other Comprehensive Income (OCI)“ veröffentlicht. Durch die Änderung des IAS 1 „Presentation of Items of Other Comprehensive Income (OCI)“ wird künftig die IFRS-Erfolgsrechnung nur formal noch aus einem einzigen Abschlussbestandteil bestehen: Dem „Statement of Profit or Loss and Other Comprehensive Income“. Gleichwohl muss diese formal zusammengefasste Erfolgsrechnung künftig verpflichtend in zwei Sektionen unterteilt werden: Eine mit dem Gewinn oder Verlust (profit or loss) und eine mit dem sonstigen Ergebnis (other comprehensive income). Nach dem derzeitigen IAS 1 kann die Gewinn- und Verlustrechnung formal ein gesonderter Bestandteil des Abschlusses sein, welcher der Gesamtergebnisrechnung vorangestellt werden muss. Geändert wird auch, dass die Erfolgsgröße „sonstiges Ergebnis“ (OCI) künftig danach aufzuspalten ist, ob die darin erfassten Aufwendungen und Erträge zu einem späteren Zeitpunkt in die Gewinn- und Verlustrechnung recycelt werden.

Fortbestehen bleibt das Wahlrecht, die Posten des OCI vor oder nach Steuern darzustellen; bei einer Vorsteuer-Darstellung müssen die Steuern jedoch danach getrennt werden, ob sie sich auf Posten beziehen, die recycelt werden können, oder auf nicht zu recycelnde Posten. Insgesamt führen die Änderungen zu einer transparenteren und vergleichbareren Darstellung des sonstigen Ergebnisses (OCI). IAS 1 in der geänderten Fassung ist ab dem 1. Januar 2012 anzuwenden.

ad pepper media International N.V. stellt bisher Gewinn- und Verlustrechnung sowie die Gesamterfolgsrechnung getrennt dar, so dass eine Änderung der Darstellung im Konzernabschluss erfolgen wird.

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 realisierte Netto-Kursgewinne aus dem Verkauf von Wertpapieren in Höhe von TEUR 21 (Q1-Q3 2010: TEUR 508), unrealisierte Netto-Bewertungsgewinne in Höhe von TEUR 0 (Q1-Q3 2010: TEUR 162) und Gewinnanteile aus der 10-prozentigen Beteiligung an SocialTyz LLC in Höhe von TEUR 202 enthalten.

Das Steuerergebnis resultiert aus der Bildung laufender Steuerabgrenzungen für profitable Gesellschaften und für die in den USA steuerpflichtigen Gewinnanteile aus der Beteiligung an SocialTyz LLC.

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), „Webgains“ (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-Q3 2011	ad pepper media	Webgains	ad agents	Admin	Konsoli- dierung	Konzern
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Gesamtumsatz	19.388	14.392	6.210	769	-1.037	39.722
davon Umsatz extern	19.320	14.192	6.210	0	0	39.722
davon Intersegmentumsätze	68	200	0	769	-1.037	0
Aufwendungen und sonstige Erträge	-20.517	-15.117	-5.622	-2.075	769	-42.562
davon Abschreibungen	-143	-14	-33	-206	2	-394
davon andere nicht zahlungswirksame Aufwendungen	-386	-208	-8	-51	-12	-665
EBITDA	-986	-711	621	-1.100	-270	-2.446
EBIT	-1.129	-725	588	-1.306	-268	-2.840
Finanzerträge	43	0	3	624	-48	622
Finanzierungsaufwendungen	-50	0	-5	-8	48	-15
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag						-436
Periodenergebnis						-2.669

Q1-Q3 2010	ad pepper media	Webgains	ad agents	Admin	Konsoli- dierung	Konzern
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	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

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-Q3 2011</i> TEUR	<i>Q1-Q3 2010</i> TEUR	<i>30.09. 2011</i> TEUR	<i>30.09. 2010</i> TEUR
<i>Niederlande</i>	1.745	2.346	18	25
<i>Deutschland</i>	13.016	11.259	497	704
<i>Skandinavien</i>	6.107	4.855	107	182
<i>Vereinigtes Königreich</i>	10.689	9.316	79	72
<i>Sonstige</i>	8.165	9.368	20	25
Summe	39.722	37.144	721	1.008

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

5. Eigene Anteile

Erwerb eigener Aktien

Mit Hauptversammlungsbeschluss vom 17. Mai 2011 wurde der Vorstand zum Rückkauf eigener Aktien von bis zu 50 Prozent des Stammkapitals innerhalb der nächsten 18 Monate ermächtigt.

Per 30. September 2011 hält die ad pepper media International N.V. 1.759.292 eigene Aktien (30.09.2010: 2.048.792) mit einem Nennwert von je EUR 0,05, was 7,65 Prozent (30.09.2010: 8,91 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 neun Monaten keine (Q1-Q3 2010: 0) eigenen Anteile zum Ausübungspreis von EUR 0,665, keine (Q1-Q3. 2010: 0) Anteile zum Preis von EUR 1,365, 137.000 Anteile (Q1-Q3 2010: 194.000) zum Ausübungspreis von EUR 0,89, keine (Q1-Q3 2010: 0) Anteile zum Ausübungspreis von EUR 2,225, 57.500 (Q1-Q3 2010: 25.000) Anteile zum Ausübungspreis von EUR 1,500 sowie keine (Q1-Q3 2010: 0) Anteile zum Ausübungspreis von EUR 0,915 im Rahmen der Mitarbeiter-Optionsprogramme veräußert.

Insgesamt wurden in den ersten neun Monaten 194.500 (Q1-Q3 2010: 219.000) 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 2011 auf 21.240.708 Stück (30.09.2010: 20.951.208 Stück). Der Nennbetrag je Aktie beträgt EUR 0,05.

6. Dividenden

Die Hauptversammlung der ad pepper media International N.V. hat am 17. Mai 2011 zugestimmt, erstmalig die Zahlung einer Dividende (Sonderausschüttung) aus der Kapitalrücklage in Höhe von EUR 0,05 je Aktie für das abgelaufene Geschäftsjahr 2010 vorzunehmen. Am 18. Mai 2011 erfolgte die Auszahlung eines Betrages von EUR 1.061.035,40 auf die nicht in eigenem Besitz befindlichen Aktien.

Im April 2011 hat die ad agents GmbH aus ihrem Bilanzgewinn einen Betrag von TEUR 660 ausgeschüttet. Davon entfallen entsprechend der Beteiligungsquote 40 Prozent auf die an der ad agents GmbH beteiligten Minderheitsgesellschafter.

7. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Bis zum Tage der Freigabe zur Veröffentlichung ist folgendes Ereignis eingetreten, das die dargestellte Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zum 30. September 2011 in wesentlichem Umfang beeinflusst hätte:

ad pepper media France S.A.R.L. hat im Oktober 2011 auf Grund eines gewonnenen Gerichtsverfahrens, das im Jahr 2007 begonnen wurde, eine Entschädigungszahlung in Höhe von TEUR 236 erhalten. Dieser Betrag wird als sonstiger betrieblicher Ertrag im vierten Quartal 2011 erfasst.

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 30. September 2011 waren insgesamt 885.100 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. Herr Jan Andersen ist auf eigenen Wunsch nach dem Tage der Hauptversammlung, dem 18. Mai 2011, aus dem Aufsichtsrat ausgeschieden.

	Aktienbesitz zum 30.09.2011	Optionen zum 30.09.2011
Vorstand		
<i>Ulrich Schmidt</i>	1.005.524	280.000
<i>Michael A. Carton</i>	92.582	109.500
<i>Jens Körner</i>	0	0
Aufsichtsrat		
<i>Michael Oschmann</i>	0	0
<i>Dr. Frank Schlaberg</i>	0	0
<i>Merrill Dean</i>	0	0
Unter maßgeblichem Einfluss stehende 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
Mitarbeiter		495.600

10. Anzahl der Mitarbeiter

Zum Ende des dritten Quartals 2011 beschäftigte die ad pepper media-Gruppe 261 Mitarbeiter (30.09.2010: 248 Mitarbeiter).

Amsterdam/Nürnberg, 28. Oktober 2011


 Ulrich Schmidt Jens Körner Michael A. Carton

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

Finanzkalender

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

<i>Jahresabschluss 2011</i>	<i>30. März 2012</i>
<i>Quartalsbericht I / 2012</i>	<i>8. Mai 2012</i>
<i>Hauptversammlung (Amsterdam, Niederlande)</i>	<i>15. Mai 2012</i>
<i>Quartalsbericht II / 2012</i>	<i>8. August 2012</i>
<i>Quartalsbericht III / 2012</i>	<i>8. November 2012</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