



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

Ausgewählte Konzernkennzahlen

	01.04.- 30.06. 2010 TEUR	01.04.- 30.06. 2009 TEUR	Verän- derung Prozent	01.01.- 30.06. 2010 TEUR	01.01.- 30.06. 2009 TEUR	Verän- derung Prozent
Netto- umsatz	12.889	11.468	12,4	24.884	23.087	7,8
Brutto- marge	6.035	5.288	14,1	11.325	10.510	7,8
EBIT	304	-1.770	>100	322	-2.979	>100
Perioden- ergebnis	632	-1.120	>100	1.051	-1.998	>100
Ergebnis pro Aktie in EUR (unver- wässert)	0,03	-0,05	>100	0,04	-0,09	>100

- Umsatzzanstieg gegenüber Vorjahreszeitraum um 11,0 Prozent auf EUR 24,884 Mio. bei einem überproportionalen Wachstum der Bruttomarge um 11,2 Prozent, jeweils auf vergleichbarer Basis. Operative Kosten sinken deutlich um 18,4 Prozent gegenüber Vorjahreszeitraum.
- EBITDA, EBT und EBIT auch in den ersten sechs Monaten des Jahres 2010 deutlich positiv. Anhebung der Gewinnprognose für das Gesamtjahr 2010.
- Hauptversammlung vom 18. Mai 2010 beschließt mit 100 Prozent des anwesenden Kapitals u. a. Ermächtigung zum Rückkauf von bis zu 50 Prozent der ausstehenden Aktien der ad pepper media International N.V.
- ad pepper media expandiert weiter in den USA und eröffnet an der Westküste das zweite Büro

	30.06. 2010 TEUR	30.06. 2009 TEUR	Verän- derung Prozent
Liquide Mittel*	21.846	21.933	-0,4
Eigen- kapital	22.673	52.944	-57,2
Bilanz- summe	32.432	62.103	-47,8
Anzahl Mitarbeiter	238	257	-7,4

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

ZWISCHENLAGEBERICHT

Wichtige Ereignisse	6
Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	8
Die Aktie	12
Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage	16
Risiko- und Chancenbericht	20
Prognosebericht	20
Versicherung der gesetzlichen Vertreter	22

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	24
Konzern-Gesamterfolgsrechnung	26
Konzern-Bilanz	28
Konzern-Kapitalflussrechnung	32
Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung	36
Konzern-Anhang	40

WEITERE INFORMATIONEN

Finanzkalender	56
Kontakt/Impressum	56

Wichtige Ereignisse

Dank einer dynamischen Entwicklung bei Umsatz- und Bruttomarge, konnten auch im zweiten Quartal alle Profitabilitätskennziffern deutlich gesteigert werden

Auf vergleichbarer Basis konnte der Umsatz in den ersten sechs Monaten um 11,0 Prozent gesteigert werden, wobei sogar 12,2 Prozent Wachstum im zweiten Quartal erzielt werden konnte.

Die Marge blieb mit 45,5 Prozent auf dem hohen Wert des Vorjahres. EBITDA, EBT und EBIT sind somit auch für die ersten sechs Monate deutlich positiv. Das Periodenergebnis betrug im 1. Halbjahr 2010 TEUR 1.051. Aufgrund der positiven Entwicklung des ersten Halbjahres hebt die Gesellschaft ihre Prognose für das EBITDA auf TEUR 1.500 für 2010 an.

Hauptversammlung vom 18. Mai 2010 stimmt sämtlichen Beschlussvorlagen der Tagesordnung mit 100 Prozent des anwesenden Grundkapitals zu

Die ordentliche Hauptversammlung der ad pepper media International N.V. vom 18. Mai 2010 hat ohne Gegenstimmen u. a. beschlossen, den Vorstand zum Rückkauf von eigenen Aktien bis zu einer Gesamthöhe von 50 Prozent des Grundkapitals für einen Zeitraum von 18 Monaten zu ermächtigen. Die Ermächtigung gilt bis November 2011.

Insgesamt waren 56 Prozent der 23.000.000 Stimmrechte auf der Hauptversammlung vertreten.

ad pepper media eröffnet zweites Büro in den USA

ad pepper media expandiert mit der Eröffnung eines Büros in Los Angeles an die Westküste der USA. Neben der vor 4 Jahren in New York eröffneten Niederlassung ist dies die zweite Dependence in den USA, einem der weltweit wichtigsten Märkte für digitales Marketing. Damit trägt ad pepper media der anhaltenden Nachfrage nach internationalen Kampagnen sowie dem deutlich gestiegenen Auftragseingang in den USA für seine semantische Targeting-Technologie iSense Rechnung. Von Los Angeles aus werden die Kunden in den Staaten Kalifornien, Oregon, Washington, Nevada, Utah, Texas, Arizona, New Mexico und Hawaii betreut.

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Welt/Europa/Deutschland

Die Wirtschaft in den Industrieländern wird sich laut einer jüngsten Einschätzung der Organisation für Wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) vom Mai 2010 deutlich schneller als erwartet von der schweren Rezession erholen. Die Wirtschaftsleistung in den 31 OECD-Staaten steigt nach Vorhersage der Experten in diesem Jahr saison- und preisbereinigt um 2,7 Prozent und legt 2011 um 2,8 Prozent zu. Damit ist die OECD optimistischer als noch Ende 2009, als lediglich ein Plus von 1,9 Prozent in diesem Jahr für möglich gehalten wurde.

Die Euro-Zone kommt dagegen mit einem Wachstum von 1,2 Prozent 2010 und 1,8 Prozent 2011 schleppender aus der Krise. Deutschland wird dagegen trotz der schweren Schuldenkrise in Europa dank anziehender Exporte in 2010 kräftig wachsen. Das Bruttoinlandsprodukt werde demnach in diesem Jahr mit 1,9 Prozent stärker zulegen, als von der OECD noch Ende 2010 prognostiziert. 2011 werde es sogar ein Plus von 2,1 Prozent geben.

Im Vergleich zu Asien und Nordamerika ist der Aufschwung in Deutschland und dem Euro-Raum jedoch relativ moderat. Zu den Spitzenreitern beim Wachstum dürften die USA gehören, wo das Bruttoinlandsprodukt in 2010 und 2011 jeweils um 3,2 Prozent zulege.

Auch Japans Wirtschaft erhole sich rasch von dem tiefen Einbruch von 2009: Hier sagen die OECD-Experten ein Wachstum von 3 Prozent für das laufende und ein Plus von 2 Prozent für das nächste Jahr voraus. Zugspitze bleibt China, das nicht Mitglied in der OECD ist, mit 11,1 Prozent Wachstum in 2010.

Werbemarkt

Das Internet konnte auch im ersten Halbjahr 2010 sein Wachstum im Werbemarkt weiter fortsetzen und zählt zu den prozentualen Gewinnern im Vergleich zum Vorjahr. In diesem Jahr sollen die Ausgaben für Online-Werbung zudem erstmals diejenigen für Printmedien erreichen bzw. diese sogar übertreffen: Laut einer aktuellen US-Erhebung von Outsell werden die Werbetreibenden 2010 mehr in digitale Kampagnen investieren als in gedruckte Medien.

Interessant zu beobachten ist vor allem die Entwicklung der verschiedenen Unterbereiche des digitalen Marketings.

Auf der einen Seite ist der positive Trend für Performance orientiertes Online-Marketing weiterhin intakt, welcher von Suchmaschinenwerbung angeführt wird. Auf der anderen Seite der Skala ist Displaywerbung zu finden, die laut Zahlen des Interactive Advertising Bureau Europe auf einigen größeren Märkten weitere Umsatzeinbußen hinnehmen mußte. Grund hierfür ist der Umstand, daß sich Werbetreibende vorrangig auf den „Return On Investment“ bei Werbeformaten konzentriert haben, die eine direkte Rückmeldung der Konsumenten ermöglichen. Angesichts weiterhin leicht rezessiver Märkte, werden Werbetreibende auch zukünftig im Bereich Performance orientierte Werbung aktiv sein. ad pepper media hat sich in den vergangenen Jahren in diesem Bereich deutlich verstärkt und ist insofern hervorragend positioniert um von dem allgemeinen Trend hin zu meßbarer und erfolgsorientierter Werbung zu profitieren.

Struktur der ad pepper media-Gruppe

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

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

ad pepper media

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

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

iLead ist die ideale Lösung für Werbetreibende, die ihre Kundendatenbank erweitern und aufbauen wollen, indem potenzielle Neukunden, die bereits Interesse für die vom Werbekunden angebotenen Produkte und Dienstleistungen gezeigt und einer Ansprache zugestimmt haben, über Telefon, E-Mail oder per Post kontaktiert werden.

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

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

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

Webgains

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

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

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

ad agents

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

Die Aktie

Hauptversammlung

Auf der Hauptversammlung der ad pepper media International N.V. am 18. Mai 2010 in Amsterdam wurden alle Beschlußvorschläge der Tagesordnung ohne Gegenstimmen angenommen.

Insgesamt waren 56 Prozent der 23.000.000 Stimmrechte auf der Hauptversammlung vertreten. Wichtige Tagesordnungspunkte waren neben der Vorlage des Jahresabschlusses für das Jahr 2009, die Ermächtigung zum Rückkauf eigener Aktien sowie die Wahl des Aufsichtsrats. Alle amtierenden Mitglieder wurden erneut bestellt.

Kursentwicklung

Der Kurs der ad pepper media-Aktie entwickelte sich seit Jahresanfang erfreulich. Per 30. Juni 2010 schloß die ad pepper media-Aktie bei einem Stand von EUR 1,62 und lag damit im Vergleich zu Ende Dezember 2009 um ca. 37 Prozent höher (Aktienkurs am 31. Dezember 2009: EUR 1,18). In den letzten zwölf Monaten betrug das Kursplus sogar 91 Prozent.

Aktienkursentwicklung der letzten 12 Monate (Xetra)



Aktionärsstruktur

Am 8. März 2010 wurde uns eine im Sinne der holländischen WFT meldepflichtige Transaktion der Amiral Gestion S.A. bekannt, wonach ihr Stimmrechtsanteil an der ad pepper media International N.V. die Schwelle von 5 Prozent der Stimmrechte unterschritten hat und nunmehr 4,90 Prozent beträgt (dies entspricht 1.126.517 Stimmrechten).

Am 15. April 2010 wurde uns ferner bekannt, daß Amiral Gestion S.A. ihren Stimmrechtsanteil an der ad pepper media International N.V. auf nunmehr 0 Prozent (dies entspricht 0 Stimmrechten) reduziert hat.

Im Zuge der Ausübung von Mitarbeiteroptionen innerhalb der ersten sechs Monate des Geschäftsjahres 2010 reduzierte sich der Anteil der eigenen Aktien gegenüber dem 31. Dezember 2009 leicht auf Stück 2.048.792, was einem Anteil von 8,91 Prozent des Grundkapitals entspricht (Stand per 31. Dezember 2009: 2.267.792).

Daten zur Aktie

Wertpapierkennnummer (WKN)	940883
ISIN	NL0000238145
Börsensegment (Frankfurter Börse)	Prime Standard
Designated Sponsor	Equinet
Anzahl Aktien	23.000.000
Marktkapitalisierung (per 30.06.2010)	EUR 37,3 Mio.

Tag des Reports: 30.06.2010

Aktionär	Aktien (Stück)	in Prozent des Grundkapitals
EMA B.V.	9.486.402	41,25
Eigene Anteile	2.048.792	8,91
U. Schmidt	1.005.524	4,37
Grabacap ApS	848.000	3,69
Euroserve Media GmbH	306.132	1,33
M. A. Carton	332.178	1,44
Viva Media Service GmbH	71.300	0,31
Zwischensumme	14.098.238	61,30
Freefloat	8.901.672	38,70
Summe	23.000.000	100,00

Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Ertragslage

In den ersten sechs Monaten konnte ad pepper media seinen Umsatz auf TEUR 24.884 steigern (1. Hj. 2009: TEUR 23.087). Gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahres entspricht dies einem Anstieg von 7,8 Prozent. Auf vergleichbarer Basis, d.h. unter Berücksichtigung der eingestellten Aktivitäten der ad pepper media Italy srl., betrug das Wachstum sogar rund 11,0 Prozent. Wachstumstreiber waren erneut das Segment Webgains, welches um 30,8 Prozent und damit von TEUR 5.626 auf TEUR 7.359 zulegen konnte. Auch das Segment ad agents entwickelte sich mit einem Umsatzplus von 20,3 Prozent sehr erfreulich. Hier konnte der Umsatz von TEUR 2.747 auf TEUR 3.305 gesteigert werden.

Das Segment ad pepper media mußte im Halbjahreszeitraum noch einen Umsatzrückgang um TEUR 487 auf TEUR 14.213 hinnehmen (1. Hj. 2009: TEUR 14.700), welche sich unter Berücksichtigung der eingestellten Aktivitäten in Italien in ein Wachstum von 1,3 Prozent verbessert. Allein im abgelaufenen zweiten Quartal konnte der Umsatz dieses Segments – auf vergleichbarer Basis – bereits von TEUR 7.059 auf TEUR 7.655 und somit um 8,4 Prozent gesteigert werden.

Die Bruttomarge ausgedrückt in Prozent konnte mit 45,5 Prozent auf dem hohen Niveau des entsprechenden Vorjahreszeitraumes gehalten werden (1. Hj. 2009: 45,5 Prozent). Absolut betrachtet ergibt sich ein Anstieg um TEUR 815 auf TEUR 11.325 (1. Hj. 2009: TEUR 10.510), wobei die Bruttomarge auf vergleichbarer Basis, also unter Berücksichtigung von ad pepper media Italy srl., um TEUR 1.141 oder 11,2 Prozent zulegen konnte.

Die operativen Kosten sanken innerhalb der ersten sechs Monate des laufenden Jahres gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum deutlich um 18,4 Prozent und damit von TEUR 13.489 auf TEUR 11.003. Hierin spiegeln sich zum einen reduzierte Personalaufwendungen insbesondere im Zusammenhang mit der Einstellung der italienischen Aktivitäten wider, zum anderen im Vergleich zum Vorjahr niedrigere Abschreibungen auf im Rahmen von Unternehmensübernahmen erworbene immaterielle Vermögenswerte. Des Weiteren konnten die Wertberichtigungen auf Forderungen inkl. Abschreibungen deutlich reduziert werden, die mit einer Nettoauflösung von TEUR 48 signifikant niedriger ausfielen als in der vergleichbaren Vorjahresperiode (1. Hj. 2009: TEUR -357).

Hinsichtlich der Profitabilität der ad pepper media-Gruppe konnte auch im zweiten Quartal die erfreuliche Entwicklung der ersten drei Monate fortgesetzt werden, so dass sämtliche Kennzahlen für das erste Halbjahr deutlich positiv ausfielen: Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) betrug TEUR 691 (1. Hj. 2009: -1.697). Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) betrug in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres TEUR 322 (1. Hj. 2009: TEUR -2.979). Erfreulich entwickelte sich auch das Ergebnis vor Steuern (EBT). Nach TEUR -1.990 innerhalb der ersten sechs Monate des Jahres 2009, konnte in diesem Jahr ein deutlich positiver Betrag von TEUR 1.055 erzielt werden. Auch der Periodengewinn fiel mit TEUR 1.051 ebenfalls deutlich positiv aus (1. Hj. 2009: TEUR -1.988).

Finanzlage

Der Brutto Cash-Flow betrug TEUR 686 (1. Hj. 2009: TEUR -1.233), während für den operativen Cash-Flow ein Wert von TEUR -1.372 nach TEUR -991 im ersten Halbjahr 2009 erreicht werden konnte. Der Netto-Cash-Flow aus Investitionstätigkeit betrug im ersten Halbjahr 2010 TEUR 227 (1. Hj. 2009: TEUR 4.898). Der Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit betrug in den ersten sechs Monaten 2010 TEUR 235 nach TEUR -521 im ersten Halbjahr 2009.

Vermögenslage

Die Bilanzsumme hat sich gegenüber dem 31. Dezember 2009 nur geringfügig verändert. Sie sank leicht um TEUR 372 auf TEUR 32.432 (31. Dezember 2009: TEUR 32.804).

Die Eigenkapitalposition erhöhte sich aufgrund des in der Berichtsperiode ausgewiesenen Periodenergebnisses um TEUR 1.335 auf TEUR 22.673 (31. Dezember 2009: TEUR 21.338).

Die Eigenkapitalquote beträgt per 30. Juni 2010 hervorragende 70 Prozent (31. Dezember 2008: 65 Prozent). Die ad pepper media-Gruppe ist zum Bilanzstichtag eigenfinanziert.

Die liquiden Mittel einschließlich Wertpapierbeständen zum beizulegenden Zeitwert sowie Termineinlagen mit Laufzeiten von mehr als drei Monaten belaufen sich per Ende des ersten Halbjahrs 2010 auf TEUR 21.846 (31. Dezember 2009: TEUR 22.602).

Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten existieren nicht.

Mitarbeiter

Per 30. Juni 2010 beschäftigte die ad pepper media-Gruppe 238 Mitarbeiter. Zum Ende des Halbjahres 2009 waren insgesamt 257 Mitarbeiter beschäftigt. Die Mitarbeiter der ad pepper media-Gruppe waren in folgenden Segmenten beschäftigt:

	<i>30. Juni 2010</i>	<i>30. Juni 2009</i>
	<i>Anzahl</i>	<i>Anzahl</i>
<i>ad pepper media</i>	<i>139</i>	<i>154</i>
<i>Webgains</i>	<i>60</i>	<i>55</i>
<i>ad agents</i>	<i>16</i>	<i>14</i>
<i>Administration</i>	<i>23</i>	<i>34</i>

Risiko- und Chancenbericht

Gegenüber dem Konzernabschluß zum 31. Dezember 2009 hat sich keine wesentliche Veränderung der Chancen- und Risikosituation von ad pepper media International N.V. ergeben. Wir verweisen insoweit auf die Darstellung im Lagebericht für das Geschäftsjahr 2009.

Prognosebericht

Wie bereits ausgeführt, wurden die weltweiten Konjunkturprognosen in den letzten Monaten nach oben korrigiert. Die OECD sieht für das Jahr 2010 ein Wachstum um 2,7 Prozent, nach zuletzt prognostizierten 1,9 Prozent. Auch für den Online-Werbemarkt bleibt es bei dem weiterhin positiven Ausblick.

ad pepper media hat in den zurückliegenden sechs Monaten einen beeindruckenden Turn-around vollzogen. Sämtliche Profitabilitätskennziffern weisen positive Werte auf. Das zweite Quartal hat darüber hinaus gezeigt, dass die Wachstumsdynamik in den einzelnen Segmenten der ad pepper media-Gruppe weiter intakt ist. Ebenso konnte die Bruttomarge auf einem sehr hohen Niveau gehalten werden. Darüber hinaus ist es uns gelungen, die operativen Kosten auf niedrigem Niveau zu stabilisieren, so dass bereits für die ersten sechs Monate ein EBITDA von TEUR 691 erzielt werden konnte.

Trotz eines vor uns liegenden traditionell schwächeren dritten Quartals, sehen wir uns veranlaßt, unsere Prognose eines ausgeglichenen EBITDA für das Gesamtjahr 2010 nach oben anzupassen: Wir gehen nun von einem EBITDA in Höhe von mindestens TEUR 1.500 für das laufende Geschäftsjahr aus.

Versicherung der gesetzlichen Vertreter

Wir versichern nach bestem Wissen, daß gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernzwischenabschluß ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, daß ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns beschrieben sind.

Nürnberg, 19. Juli 2010

ad pepper media International N.V.

Ulrich Schmidt, Jens Körner, Michael A. Carton

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (IFRS)

	Q2 / 2010	Q2 / 2009	01.01.-30.06.10	01.01.-30.06.09
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Umsatzerlöse	12.889	11.468	24.884	23.087
<i>Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen</i>	-6.854	-6.180	-13.559	-12.577
Bruttoergebnis vom Umsatz	6.035	5.288	11.325	10.510
<i>Vertriebskosten</i>	-3.980	-4.277	-7.719	-8.352
<i>Allgemeine und Verwaltungskosten</i>	-2.307	-2.508	-4.260	-5.090
<i>Sonstige betriebliche Erträge</i>	1.073	33	1.592	608
<i>Sonstige betriebliche Aufwendungen</i>	-517	-306	-616	-655
Ergebnis vor Zinsen und Steuern	304	-1.770	322	-2.979
<i>Finanzerträge</i>	361	758	823	1.077
<i>Finanzierungsaufwendungen</i>	-31	-75	-90	-88
Ergebnis vor Steuern	634	-1.087	1.055	-1.990
<i>Steuern vom Einkommen und vom Ertrag</i>	-2	-33	-4	-8
Periodenergebnis	632	-1.120	1.051	-1.998
<i>davon entfallen auf Anteilseigner des Mutterunternehmens</i>	554	-1.108	895	-1.993
<i>davon entfallen auf Minderheitenanteile</i>	78	-12	156	-5
<i>Ergebnis je Aktie (unverwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)</i>	0,03	-0,05	0,04	-0,09
<i>Ergebnis je Aktie (verwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)</i>	0,03	-0,05	0,04	-0,09
	Q2 / 2010	Q2 / 2009	01.01.-30.06.10	01.01.-30.06.09
	Stück	Stück	Stück	Stück
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	21.430.651	21.757.052	21.511.138	21.841.673
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (verwässert)	21.907.766	21.844.250	21.900.466	21.908.664

Konzern-Gesamterfolgsrechnung (IFRS)

	Q2 / 2010	Q2 / 2009	1. Hj. 2010	1. Hj. 2009
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Periodenergebnis	632	-1.120	1.051	-1.998
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	-180	-48	-233	-163
Marktwertveränderungen von Wertpapieren	-162	470	257	-114
Direkt im Eigenkapital verrechnete Ertragsteuern	0	0	0	0
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen	-342	422	24	-277
Gesamterfolg	290	-698	1.075	-2.275
davon auf Minderheitsanteile entfallend	78	-12	156	-5
davon auf Aktionäre der ad pepper media International N.V. entfallend	212	-686	919	-2.270

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:

	Q2 / 2010			Q2 / 2009			1. Hj. 2010			1. Hj. 2009		
	vor Ertragsteuern	Ertragsteuern	nach Ertragsteuern									
Unterschiede aus der Währungsumrechnung (inkl. Minderheitenanteile)	-180	0	-180	-48	0	-48	-233	0	-233	-163	0	-163
Marktwertveränderungen von Wertpapieren	-162	0	-162	-470	0	-470	257	0	257	-114	0	-114
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen	-342	0	-342	-422	0	-422	24	0	24	-277	0	-277

Konzern-Bilanz (IFRS)

Aktiva	30. Juni 2010	31. Dezember 2009
	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>
Langfristige Vermögenswerte		
Firmenwerte	24	24
Immaterielle Vermögenswerte	628	816
Sachanlagen	449	563
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Wertpapiere des Anlagevermögens	3.206	3.265
Zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere des Anlagevermögens	4.869	4.423
Andere finanzielle Vermögenswerte	723	727
Latente Steuern	109	308
Summe langfristige Vermögenswerte	10.008	10.126
Kurzfristige Vermögenswerte		
Wertpapiere und Termineinlagen	1.400	1.400
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	7.270	6.390
Forderungen aus Ertragsteuern	572	607
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	489	463
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	322	304
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	12.371	13.514
Summe kurzfristige Vermögenswerte	22.424	22.678
Aktiva, gesamt	32.432	32.804

Konzern-Bilanz (IFRS)

Passiva	30. Juni 2010	31. Dezember 2009
	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital*	1.150	1.150
Kapitalrücklage	67.151	67.102
Eigene Anteile	-3.199	-3.410
Bilanzverlust	-39.181	-40.076
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	-3.509	-3.533
Summe	22.412	21.233
Minderheitenanteile	261	105
Summe Eigenkapital	22.673	21.338
Langfristige Verbindlichkeiten		
Latente Steuern	21	21
Summe langfristige Verbindlichkeiten	21	21
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	5.265	6.619
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	742	749
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	3.545	3.693
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	186	384
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten	9.738	11.445
Summe Verbindlichkeiten	9.759	11.466
Passiva, gesamt	32.432	32.804

* Das Gezeichnete Kapital besteht aus Stückaktien mit einem Nennwert von je EUR 0,05. Das genehmigte Kapital beträgt 23.429.708 Aktien, wovon 23.000.000 begeben sind und sich am 30. Juni 2010 20.951.208 (31. Dezember 2009: 20.732.208) Aktien im Umlauf befanden.

Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)

	1. Hj. 2010	1. Hj. 2009
	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>
Periodenergebnis	1.051	-1.998
Überleitung zwischen Periodenergebnis und Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit		
Abschreibungen	369	1.282
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Gegenständen des Anlagevermögens	4	0
Aktienbasierte Vergütung	49	107
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Wertpapieren	-266	-464
Andere Finanzerträge und Finanzierungsaufwendungen	-477	-525
Steuerergebnis	4	8
Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge	-48	357
Brutto-Cash-Flow	686	-1.233
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-832	2.175
Veränderung anderer Aktiva	23	-409
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-1.354	-1.347
Veränderung anderer Verbindlichkeiten	-155	-877
Vereinnahmte Ertragsteuern	226	250
Gezahlte Ertragsteuern	-194	-265
Vereinnahmte Zinsen	228	715
Gezahlte Zinsen	0	0
Netto-Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit	-1.372	-991

Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)

	1. Hj. 2010	1. Hj. 2009
	TEUR	TEUR
Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	-74	-240
Erlöse aus dem Abgang von immateriellen Vermögensgegenständen und Sachanlagen	3	0
Einzahlungen aus der Veräußerung von Anteilen an assoziierten Unternehmen und von sonstigen Beteiligungen	0	1.200
Auszahlung für die Gewährung von Darlehen	0	-751
Erlöse aus dem Verkauf von Wertpapieren und Fälligkeit von Termineinlagen	2.437	9.964
Erwerb von Wertpapieren	-2.139	-5.275
Netto-Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	227	4.898
Ausgabe eigener Aktien	211	0
Erwerb eigener Anteile	0	-563
Einzahlungen aus der Tilgung gewährter Darlehen	24	42
Netto-Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	235	-521
Einfluss von Wechselkursänderungen auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-233	-163
Zahlungswirksame Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-1.143	3.223
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres	13.514	5.833
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode	12.371	9.056

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung (IFRS)

	Stand 1. Januar 2009	Gesamt- erfolg	Aktien- basierte Vergütung	Erwerb eigener Anteile	Ausgabe eigener Anteile	Stand 30. Juni 2009
Gezeichnetes Kapital						
Anzahl der Aktien	22.789.708					22.789.708
Gezeichnetes Kapital (TEUR)	1.139					1.139
Kapitalrücklage						
für Aktienoptionsprogramme (TEUR)	2.080		107			2.187
aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V. (TEUR)	64.667					64.667
Eigene Anteile						
Anzahl der Aktien	765.026			628.113		1.393.139
Rückkaufswert (TEUR)	-1.732			-563		-2.295
Bilanzverlust (TEUR)	-5.769	-1.993				-7.762
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis						
Währungsdifferenzen (TEUR)	-1.477	-163				-1.640
Marktbewertung zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere des Anlagevermögens (TEUR)	-3.353	-114				-3.467
Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)	55.555	-2.270	107	-563	0	52.829
Minderheitenanteile (TEUR)	120	-5				115
Eigenkapital (TEUR)	55.675	-2.275	107	-563	0	52.944

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung (IFRS)

	Stand 1. Januar 2010	Gesamt- erfolg	Aktien- basierte Vergütung	Erwerb eigener Anteile	Ausgabe eigener Anteile	Stand 30. Juni 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		49			2.308
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	895				-39.181
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis						
Währungsdifferenzen (TEUR)	-1.369	-233				-1.602
Marktbewertung zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere des Anlagevermögens (TEUR)	-2.164	257				-1.907
Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)	21.233	919	49	0	211	22.412
Minderheitenanteile (TEUR)	105	156				261
Eigenkapital (TEUR)	21.338	1.075	49	0	211	22.673

Konzern-Anhang

1. Grundlage für die Erstellung des Quartalsabschlusses

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

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

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

Der vorliegende Konzernzwischenabschluss zum 30. Juni 2010 wurde vom Vorstand am 19. Juli 2010 zur Veröffentlichung freigegeben.

2. Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die auf den vorliegenden Quartalsabschluss angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden weichen nicht materiell von den angewandten Grundsätzen ab, nach denen der Jahresabschluss zum 31. Dezember 2009 erstellt wurde.

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

Verbesserungen an den IFRS 2007-2009

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

im Amtsblatt in Kraft tritt.

Die „Verbesserungen an den IFRS“ zielen darauf ab, die internationalen Rechnungslegungsstandards zu straffen und deren Verständnis zu erleichtern. Bei den meisten Änderungen handelt es sich um Klarstellungen oder Korrekturen von vorhandenen IFRS bzw. Änderungen, die sich aus zuvor an den IFRS vorgenommenen Modifikationen ergeben.

Die Änderungen an IFRS 8, IAS 17, IAS 36 und IAS 39 beinhalten Änderungen der bestehenden Anforderungen oder zusätzliche Leitlinien zur Umsetzung dieser Anforderungen. Die „Verbesserungen an den IFRS 2007-2009“ sind verpflichtend anzuwenden spätestens mit Beginn des ersten nach dem 31. Dezember 2009 beginnenden Geschäftsjahres.

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

Änderungen an IFRS 2 „Anteilsbasierte Vergütung“

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

Die Änderungen des IFRS 2 sind spätestens mit Beginn des ersten nach dem 31. Dezember 2009 beginnenden Geschäftsjahres anzuwenden.

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

Änderungen an IFRS 1

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

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

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

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

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

Änderungen an IFRS 1 und IFRS 7

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

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

Die Änderung an IFRS 1 ermöglicht nun auch Unternehmen, die erstmalig IFRS anwenden, die Befreiung von Vergleichsangaben für die Bewertungen zum beizulegenden Zeitwert und für das Liquiditätsrisiko in Anspruch zu nehmen. Diese Befreiungen sieht IFRS 7 in Fällen vor, in denen

die Vergleichsperioden vor dem 31. Dezember 2009 enden.

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

Folgende Standards und Interpretationen wurden seitdem vom IASB veröffentlicht, aber noch nicht im Rahmen des Komitologieverfahrens übernommen:

Verbesserungen an IFRS 2008-2010

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

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

Die Änderungen betreffen im Einzelnen:

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

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

3. Erläuterungen zum Zwischenabschluss

Wir verweisen im Wesentlichen auf die Angaben zur Vermögens-, Finanz- und Ertragslage im Zwischenlagebericht. In der Berichtsperiode ergaben sich folgende Sondereffekte mit wesentlichen Auswirkungen auf die Gewinn- und Verlustrechnung: Im Finanzergebnis sind realisierte Netto-Kursgewinne aus dem Verkauf von Wertpapieren in Höhe von TEUR 266 (1. Hj. 2009: TEUR 464) sowie Netto-Bewertungsgewinne in Höhe von TEUR 162 (1. Hj. 2009: TEUR 0) enthalten.

4. Segmentberichterstattung gemäß IFRS 8

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

Berichtspflichtige Segmente sind entweder operative Segmente oder Zusammenfassungen von operativen Segmenten, die bestimmten Kriterien genügen. Operative Segmente stellen Komponenten eines Unternehmens dar, über die Finanzinformationen verfügbar sind, die regelmäßig durch die oberste Führungskraft des operativen Bereichs überprüft werden, um zu entscheiden, wie Ressourcen verteilt und Leistungen beurteilt werden.

Im Allgemeinen müssen Finanzinformationen auf Basis der internen Steuerungskonzeption berichtet werden, die bei der Beurteilung der operativen Segmente verwendet wird (Management Approach). Die an den Hauptentscheidungsträger des Unternehmens im Hinblick auf Entscheidungen über die Verteilung von Ressourcen zu diesem Segment und der Bewertung seiner Ertragskraft berichteten Informationen sind an den erbrachten Dienstleistungen ausgerichtet.

Daher berichtet der Konzern Segmentinformationen für die operativen Segmente „ad pepper media“ (Lead, Mail, Banner, Ad Serving), „Web-gains“ (Affiliate-Marketing) und „ad agents“ (SEM/SEO), sowie für das nicht-operative Segment „Admin“ (Verwaltung).

Wegen der im zweiten Quartal 2010 rückwirkend zum 1. Januar 2010 erfolgten Verschmelzung von Pentamind A/S auf Emediate ApS und der

damit einhergehenden Änderung der Geschäftstätigkeit von Pentamind werden die bisher in 2010 im Segment „Admin“ erfassten Ergebnisbeiträge von Pentamind A/S nunmehr im Segment „ad pepper media“ dargestellt.

Die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden der berichtspflichtigen Segmente entsprechen den in Angabe [2] beschriebenen Konzernbilanzierungsrichtlinien. Das Segmentergebnis wird als das je Segment verdiente EBIT und EBITDA ohne Differenzen zu den IFRS dargestellt. Das so ermittelte Segmentergebnis wird dem Hauptentscheidungsträger des Unternehmens im Hinblick auf Entscheidungen über die Verteilung von Ressourcen zu dem jeweiligen Segment und der Bewertung seiner Ertragskraft berichtet. Die Grundlage der Rechnungslegung für Intersegment-Transaktionen ist das „Dealing at arm's length“-Prinzip.

1. Hj. 2010	ad pepper media TEUR	Webgains TEUR	ad agents TEUR	Admin TEUR	Konsoli- dierung TEUR	Konzern TEUR
Gesamtumsatz	14.376	7.478	3.305	700	-975	24.884
davon Umsatz extern	14.213	7.359	3.305	7	0	24.884
davon Intersegmentumsätze	163	119	0	693	-975	0
Aufwendungen und sonstige Erträge	-13.526	-7.716	-2.915	-1.143	738	-24.562
davon Abschreibungen	-170	-11	-10	-179	1	-369
davon andere nicht zahlungswirksame Aufwendungen	-238	-73	0	-109	-1	-421
EBIT	850	-238	390	-443	-237	322
Finanzerträge	33	1	1	826	-38	823
Finanzierungsaufwendungen	-40	-1	0	-87	38	-90
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag						-4
Periodenergebnis						1.051

1. Hj. 2009	ad pepper media TEUR	Webgains TEUR	ad agents TEUR	Admin TEUR	Konsoli- dierung TEUR	Konzern TEUR
Gesamtumsatz	15.010	5.862	2.760	965	-1.510	23.087
davon Umsatz extern	14.700	5.626	2.747	14	0	23.087
davon Intersegmentumsätze	310	236	13	951	-1.510	0
Aufwendungen und sonstige Erträge	-15.882	-5.994	-2.775	-2.380	965	-26.066
davon Abschreibungen	-537	-155	-12	-579	1	-1.282
davon andere nicht zahlungswirksame Aufwendungen	-332	-92	4	-357	0	-777
EBITDA	-335	23	-3	-836	-546	-1.697
EBIT	-872	-132	-15	-1.415	-545	-2.979
Finanzerträge	52	0	2	1.125	-102	1.077
Finanzierungsaufwendungen	-98	-5	0	-87	102	-88
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag						-8
Periodenergebnis						-1.998

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 nicht Finanzinstrumente sowie latente Ertragsteuerforderungen beinhalten:

	Umsatz mit Drittkunden		Langfristige Vermögenswerte	
	1. Hj. 2010 TEUR	1. Hj. 2009 TEUR	30.06.2010 TEUR	30.06.2009 TEUR
Niederlande	1.743	1.769	20	3.465
Deutschland	7.652	6.947	731	6.621
Skandinavien	3.239	4.041	241	7.593
Vereinigtes Königreich	6.376	5.463	80	4.712
Sonstige	5.874	4.867	29	3.458
Summe	24.884	23.087	1.101	25.849

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

5. Eigene Anteile
Erwerb eigener Aktien

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

Per 30. Juni 2010 hält die ad pepper media International N.V. 2.048.792 eigene Aktien (30. Juni 2009: 1.393.139) mit einem Nennwert von je EUR 0,05, was 8,91 Prozent (30. Juni 2009: 6,11 Prozent) des Grundkapitals entspricht.

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

Veräußerung eigener Aktien

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

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

Insgesamt wurden im ersten Halbjahr 219.000 (1. Hj. 2009: 0) eigene Anteile verkauft.

Zahl der ausgegebenen Aktien

Die Zahl der ausgegebenen und im Umlauf befindlichen Aktien beläuft sich nach Abzug eigener Aktien zum 30. Juni 2010 auf 20.951.208 Stück (30. Juni 2009: 21.396.569 Stück). Der Nennbetrag je Aktie beträgt EUR 0,05.

6. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Bis zum Tage der Freigabe zur Veröffentlichung sind keine Ereignisse eingetreten, die die dargestellte Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zum 30. Juni 2010 in wesentlichem Umfang beeinflusst hätten.

7. Saisoneinflüsse auf die Geschäftstätigkeit

ad pepper media ist im weitesten Sinne im Bereich der Online-Werbung tätig. Aufgrund des saisonalen Charakters der Werbebranche, mit einem traditionellen Höhepunkt der Werbeausgaben im vierten Quartal, werden im zweiten Halbjahr in der Regel höhere Umsatzerlöse und daraus resultierend ein höheres operatives Ergebnis erzielt.

8. Aktien und Bezugsrechte der Organe

Zum 30. Juni 2010 waren insgesamt 2.391.000 Optionen im Rahmen von Optionsprogrammen ausgegeben. Das Bezugsverhältnis beträgt eine Aktie je Optionsrecht. Der Bezugspreis liegt zwischen EUR 0,665 und EUR 6,75.

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

	Aktienbesitz zum 30.06.2010	Optionen zum 30.06.2010
Vorstand		
<i>Ulrich Schmidt</i>	1.005.524	446.000
<i>Michael A. Carton</i>	332.178	284.000
<i>Jens Körner</i>	0	160.000
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 Einfluss stehende Unternehmen		
<i>EMA B.V.</i>	9.486.402	0
<i>Viva Media Service GmbH</i>	71.300	0
<i>Euroserve Media GmbH</i>	306.132	
<i>Grabacap ApS</i>	848.000	0
Mitarbeiter		1.501.000

9. Anzahl der Mitarbeiter

Zum Ende des 1. Halbjahres 2010 beschäftigte die ad pepper media-Gruppe 238 Mitarbeiter (30. Juni 2009: 257 Mitarbeiter).

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

Die Geschäfte mit nahe stehenden Unternehmen und Personen haben sich im Vergleich zum Jahr 2009 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: 15. März 2010
Emittent: ad pepper media International N.V.
Meldepflichtige Person: Michael A. Carton (Geschäftsführendes Organ)
Mitteilungspflichtiges Geschäft:
Verkauf von 41.961 Aktien zum Preis von EUR 1,46/Aktie,
Gesamtvolumen: EUR 61.242,28, Börsenplatz: Xetra, Frankfurt
- Datum des Geschäfts: 16. März 2010
Emittent: ad pepper media International N.V.
Meldepflichtige Person: Michael A. Carton (Geschäftsführendes Organ)
Mitteilungspflichtiges Geschäft:
Verkauf von 38.039 Aktien zum Preis von EUR 1,485/Aktie,
Gesamtvolumen: EUR 56.495,22, Börsenplatz: Xetra, Frankfurt
- Datum des Geschäfts: 24. März 2010
Emittent: ad pepper media International N.V.
Meldepflichtige Person: Michael A. Carton (Geschäftsführendes Organ)
Mitteilungspflichtiges Geschäft:
Kauf von 144.000 Aktien zum Preis von EUR 0,89/Aktie,
Gesamtvolumen: EUR 128.160, Börsenplatz: außerbörslich / OTC
- Datum des Geschäfts: 02. Juli 2010
Emittent: ad pepper media International N.V.
Meldepflichtige Person: Grabacap ApS

Mitteilungspflichtiges Geschäft:

Verkauf von 40.000 Aktien zum Preis von EUR 1,55/Aktie,

Gesamtvolumen: EUR 62.000, Börsenplatz: außerbörslich / OTC

Nürnberg, 19. Juli 2010


Ulrich Schmid


Jens Körner


Michael A. Carton

Finanzkalender

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

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

Kontakt

Investorenkontakt

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

Tel.: +49 (0) 911 929057-0
Fax: +49 (0) 911 929057-157
E-Mail: ir@adpepper.com
www.adpepper.com

Impressum

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

Tel.: +49 (0) 911 929057-0
Fax: +49 (0) 911 929057-157
E-Mail: info@adpepper.com
www.adpepper.com

Aktiengesellschaft (N.V.)
Sitz Amsterdam, Niederlande
Zweigniederlassung Nürnberg
Prime Standard, Frankfurt,
ISIN: NL0000238145
HRB Nürnberg 17591
Ust-ID-Nr: DE 210757424

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

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

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

www.adpepper.com