

**UNGEPRÜFTER VERKÜRZTER  
KONZERN-ZWISCHENABSCHLUSS**

ZUM 30. SEPTEMBER 2016

## AUSGEWÄHLTE KONZERN-KENNZAHLEN

	Q3 2016	Q3 2015	Veränderung	01.01.-30.09. 2016	01.01.-30.09. 2015	Veränderung
	TEUR	TEUR	Prozent	TEUR	TEUR	Prozent
Konzern-Umsatzerlöse	13.530	12.769	6,0	41.830	37.149	12,6
Bruttomarge	3.711	3.783	-1,9	11.460	11.403	0,5
EBIT	170	-68	<-100,0	1.184	-417	<-100,0
Periodenergebnis	40	30	33,3	1.262	-306	<-100,0
Ergebnis pro Aktie in EUR (unverwässert)	0,00	0,00	0,0	0,03	-0,02	<-100,0

	30.09.2016	30.09.2015	Veränderung
	TEUR	TEUR	Prozent
Liquide Mittel*	18.280	18.602	-1,7
Eigenkapital	15.271	16.139	-5,4
Bilanzsumme	26.258	28.003	-6,2
Anzahl der Mitarbeiter	172	185	-7,0

\* einschließlich Wertpapierbestände zum beizulegenden Zeitwert

**INHALTSVERZEICHNIS**

<b>Die ad pepper media Aktie</b>	<b>6</b>
<b>Konzern-Zwischenlagebericht</b>	<b>8</b>
Struktur der ad pepper media group	8
Allgemeine Informationen zum Lagebericht	10
Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	11
Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage	13
Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten	16
Mitarbeiter	16
Risiko- und Chancenbericht	16
Prognosebericht	17
<b>Konzern-Zwischenabschluss</b>	<b>18</b>
Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	18
Konzern-Gesamtergebnisrechnung	20
Konzern-Bilanz	24
Konzern-Kapitalflussrechnung	28
Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung	32
Ausgewählte, erläuternde Anhangsangaben	36
<b>Weitere Informationen</b>	<b>48</b>
Finanzkalender	48
Investorenkontakt	48
Impressum	49

## DIE AD PEPPER MEDIA AKTIE

### Stammdaten der ad pepper media Aktie

Wertpapierkennnummer (WKN)	940883
ISIN	NL0000238145
Aktienart	Inhaber-Stammaktien
Börsensegment (Frankfurter Börse)	Prime Standard
Börsengang	09.10.2000
Designated Sponsor	Equinet
Grundkapital in EUR	1.150.000
Anzahl Aktien	23.000.000
Sektor	Werbung

### Kennzahlen der ad pepper media Aktie

	01.01.- 30.09.2016	01.01.- 30.09.2015
XETRA Schlusskurs am Periodenende in EUR	2,40	1,15
Höchstkurs in EUR	2,79	1,21
Tiefstkurs in EUR	1,20	0,73
Marktkapitalisierung am Periodenende in EUR	55,2 Mio.	26,5 Mio.
Durchschnittliches Handelsvolumen pro Tag in Stück	30.602	17.374
Ergebnis je Aktie (unverwässert) in EUR	0,03	-0,02
Net cash per share* in EUR	0,88	0,81

### Aktienkursentwicklung der letzten 12 Monate (Xetra)



### Aktionärsstruktur per 30.09.2016

	Aktien	Anteil am Grundkapital
	Stück	Prozent
EMA B.V.	9.486.402	41,25
Eigene Anteile	2.189.292	9,52
Axxion S.A.	1.163.501	5,06
Dieter Koppitz	699.338	3,04
Euro Serve Media GmbH	436.963	1,90
<b>Zwischensumme</b>	<b>13.975.496</b>	<b>60,76</b>
Freefloat	9.024.504	39,24
<b>Summe</b>	<b>23.000.000</b>	<b>100,00</b>

\* (liquide Mittel – langfristige Verbindlichkeiten) / Anzahl ausgegebener Aktien

## STRUKTUR DER AD PEPPER MEDIA GROUP

Die ad pepper media International N.V. ist die Holding-Gesellschaft einer der führenden internationalen Performance-Marketing-Gruppen. Sie wurde 1999 gegründet und ist damit einer der Pioniere im Online-Marketing. Im Jahre 2000 erfolgte der Börsengang im Prime Standard der Frankfurter Börse (WKN: 940883). Mit sechs Büros in vier europäischen Ländern und den USA entwickelt die ad pepper media Gruppe Performance-Marketing-Lösungen weltweit für Kunden wie Samsung, Nike, Nestlé oder Opel.

Die Gruppe hat ihr Geschäft in drei Reporting-Segmenten gebündelt, die in enger Abstimmung mit der Holding-Gesellschaft operativ eigenständig am Markt tätig sind: **ad pepper media** (Lead-Generierung und semantisches Targeting), **ad agents** (Suchmaschinen-Marketing) und **Webgains** (Affiliate-Marketing). Darüber hinaus organisiert die Holding (admin) den Know-how-Transfer zwischen den einzelnen Segmenten und verantwortet die strategische Ausrichtung im Rahmen der Gesamtsteuerung der Gruppe. Die Finanzierung und die Liquidität im Konzern werden ebenfalls zentral geführt. Insgesamt arbeiten 172 Mitarbeiter in den drei Segmenten und in der Holding der Gruppe.

### Die Segmente der ad pepper media group

#### Webgains

Webgains gehört seit dem Jahre 2006 zur Gruppe und ist eines der führenden internationalen Affiliate-Netzwerke, das effiziente Lösungen in allen Bereichen des Affiliate-Managements bietet. Dabei setzt das Netzwerk auf seine hochmoderne Technologieplattform und leistet erstklassigen Support für Merchants & Affiliates. Webgains verfügt über Büros in Großbritannien, Deutschland, Frankreich, Spanien sowie den USA und ist darüber hinaus in Irland, Italien, den Niederlanden, Schweden und Dänemark vertreten. Webgains setzt für eine Vielzahl seiner Kunden internationale und regionale Online-Kampagnen erfolgreich um. Dank seiner langjährigen Expertise im weltweiten Affiliate-Marketing ermöglicht Webgains seinen Kunden, global zu expandieren, sowohl in Bezug auf die konkrete Programmbetreuung als auch hinsichtlich der Anzahl unterstützter Sprachen, Währungen und Zahlungsformen.

Nach der jüngsten Expansion nach Australien und Polen agiert Webgains nun in über zwölf Ländern und fördert Umsätze von Kunden weltweit. Webgains verfügt über ein Portfolio von mehr als 180.000 Publishern, die mit über 2.000 Kunden – von globalen Modemarken bis hin zu kleinen mittelständischen Händlern – zusammenarbeiten. Das Erzielen großer Reichweite über eine Vielzahl von Websites bei gleichzeitig erfolgsabhängiger Bezahlung macht Affiliate-Marketing für Werbetreibende und Webseiten so attraktiv. Affiliate-Marketing ist ein provisionsbasiertes Werbemodell, wobei Websitebetreiber (Publisher, Affiliates) Internettraffic auf Seiten von Werbungtreibenden (Händler, Merchants) lenken und im Gegenzug hierfür einen Prozentsatz des dort getätigten Kaufumsatzes erhalten.

#### ad pepper media

Der Geschäftsbereich ad pepper media wurde 1999 gegründet und ist somit derjenige Bereich, mit dem die Erfolgsgeschichte des Unternehmens begann. Heute ist dieses Segment noch in zwei europäischen Kernmärkten vertreten: Deutschland und Spanien. Als führende internationale Performance-Marketing-Agentur ist ad pepper media spezialisiert auf Lead-Generierung, also das Gewinnen eines interessierten Kunden, der zum Käufer wird. Dabei arbeitet der Geschäftsbereich mit unserer proprietären Technologieplattform iLead, mit deren Hilfe in kürzester Zeit maßgeschneiderte Kampagnen für die Gewinnung von Abonnenten, Probefahrten, Warenproben, Katalogbestellungen, User-Registrierungen oder Gewinnspiel-Aktionen umgesetzt werden können.

#### ad agents

Die Agentur ad agents wurde vor zehn Jahren gegründet und gehört seit dem Jahre 2007 zur ad pepper media Gruppe. Sie zählt heute zu den erfolgreichsten Performance-Agenturen in Deutschland und konzipiert, steuert und optimiert erfolgsorientierte Marketing- und Vertriebslösungen in allen digitalen Kanälen, auf allen Screens und Devices. Die Schwerpunkte der ad agents sind: Suchmaschinen-Marketing, Suchmaschinen-Optimierung, Affiliate-Management, Social Media Advertising, Performance Display und Produktdaten-Management. Dabei werden namhafte, auch internationale Unternehmen aus

allen Branchen beraten (u. a. Finanzen, Handel, Mode, Pharma, Technologie). Zu den Kunden gehören Firmen wie z. B. CHRIST, die Ergo Gruppe, Gale-ria Kaufhof und Thalia. Über 70 internationale Online-Experten am Standort Herrenberg (Region Stuttgart) begeistern langjährige Kunden mit Qualität, Transparenz und hervorragenden Ergebnissen. Die ad agents hat kürzlich das Qualitätszertifikat SEA 2016 des Bundesverbands Digitale Wirtschaft (BVDW) erhalten und ist zertifizierter Google Partner.

## ALLGEMEINE INFORMATIONEN ZUM LAGEBERICHT

### Begriffsdefinition

Sofern in diesem Lagebericht von „ad pepper media International N.V.“, „ad pepper media“, „ad pepper media Gruppe“ oder die „Gruppe“ die Rede ist, ist stets der ad pepper media Konzern gemeint.

### Vorausschauende Aussagen

Dieser Lagebericht enthält vorausschauende Aussagen und Informationen, die auf den Ansichten und Annahmen der Geschäftsleitung beruhen. Diese stützen sich ihrerseits auf die Informationen, die der Geschäftsleitung gegenwärtig zur Verfügung stehen. Solche zukunftsbezogenen Aussagen resultieren aus unseren aktuellen Erwartungen, Annahmen und Prognosen im Hinblick auf zukünftige Umstände und Ereignisse. Folglich unterliegen diese vorausschauenden Aussagen und Informationen verschiedenen Risiken und Unsicherheiten, von denen viele außerhalb unseres Einflussbereichs liegen. Sollten eines oder mehrere dieser Risiken und Unsicherheiten eintreten oder sollten sich die Annahmen der Geschäftsleitung als unrichtig erweisen, könnten unsere tatsächlichen Ergebnisse erheblich von den Erwartungen abweichen, die in den vorausschauenden Aussagen und Informationen beschrieben sind oder die sich daraus ableiten lassen. Die betreffenden Risiken und Unsicherheiten sind im Risikobericht des Geschäftsberichtes 2015 beschrieben.

Wörter wie „erwarten“, „glauben“, „rechnen mit“, „fortführen“, „schätzen“, „voraussagen“, „beabsichtigen“, „zuversichtlich sein“, „davon ausgehen“, „planen“, „vorhersagen“, „sollen“, „sollten“, „können“, „könnten“, „werden“, „Ausblick“, „voraussichtliche Entwicklung“ und „Ziele“ sowie ähnliche Begriffe in Bezug auf ad pepper media sollen solche vorausschauenden Aussagen anzeigen. Dem Leser wird empfohlen, diesen Aussagen kein unangemessen hohes Vertrauen zu schenken. Abgesehen von rechtlichen Veröffentlichungspflichten übernehmen wir keine Verpflichtung gegenüber der Öffentlichkeit, vorausschauende Aussagen aufgrund neuer Informationen oder Umstände, die sich nach dem Datum der Veröffentlichung ergeben, aufgrund künftiger Ereignisse oder aus anderen Gründen zu aktualisieren oder zu korrigieren.

### Unternehmensinternes Steuerungssystem

Zur Steuerung und Überwachung der Entwicklung der einzelnen Tochtergesellschaften analysiert ad pepper media unter anderem monatlich deren Umsatz und Ergebnisse (EBIT, EBITDA, Bruttomarge) und vergleicht diese Kennzahlen mit der ursprünglichen Planung. Zusätzlich werden weitere Key Performance Indicators erhoben und innerhalb aller operativen Gesellschaften der ad pepper media Gruppe zur Steuerung eingesetzt. Auch werden zur Unternehmenssteuerung regelmäßig externe Indikatoren herangezogen. Zudem finden wöchentliche Jour fixes sowie regelmäßig Gesellschafterversammlungen mit den einzelnen Tochtergesellschaften statt.

## WIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

### Deutschland/Europa/Welt

Die Aussichten für die Weltwirtschaft trüben sich dem am 04. Oktober 2016 veröffentlichten „World Economic Outlook“ des Internationalen Währungsfonds (IWF) zufolge erneut leicht ein. Die globale Wirtschaftsleistung werde in diesem Jahr nur um 3,1 Prozent (zuvor: 3,2 Prozent) und im kommenden Jahr nur um 3,4 Prozent wachsen (zuvor 3,5 Prozent), schätzt der IWF. 2015 hatte es ein weltweites Wachstum von noch 3,2 Prozent gegeben.

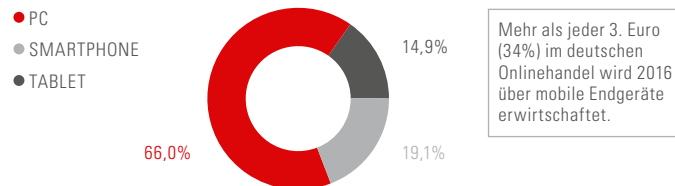
Insbesondere für die USA zeigte sich der IWF skeptischer als noch im Juli. Für die weltgrößte Volkswirtschaft senkte der Fonds seine Wachstumsprognose für 2016 deutlich auf 1,6 Prozent von zuvor 2,2 Prozent und für 2017 auf 2,2 Prozent von 2,5 Prozent. Damit fällt das US-Wachstum auch hinter die Eurozone zurück, wo dieses Jahr 1,7 Prozent erwartet werden und im Jahr 2017 dann 1,5 Prozent. Zur deutschen Wirtschaft hingegen äußerten sich die IWF-Experten optimistischer. Sie erhöhten ihre Wachstumsprognose für 2016 auf 1,6 auf 1,7 Prozent und für das nächste Jahr von 1,2 auf 1,4 Prozent. Innerhalb der Eurozone wurden die Wachstumsaussichten für Spanien ebenfalls erhöht, während für Frankreich und Italien eine weitere Eintrübung der Wirtschaftsleistung erwartet wird.

Die Brexit-Entscheidung vom Juni bewertet der IWF in seinem veröffentlichten Konjunkturausblick als Teil einer globalen Bewegung zugunsten wirtschaftlicher Abschottung. Trotz der latenten Unsicherheit im Zusammenhang mit einem Ausscheiden Großbritanniens aus der EU, erhöhte der IWF die kurzfristigen Wachstumsaussichten von 1,7 Prozent auf 1,8 Prozent. Großbritannien wäre in 2016 damit das am schnellsten wachsende G7-Mitglied. Anders als zuletzt prognostiziert erwartet der IWF somit ein „soft landing“ der britischen Volkswirtschaft. Für das kommende Jahr wurde die Wachstumsprognose demzufolge von 1,3 Prozent auf 1,1 Prozent reduziert.

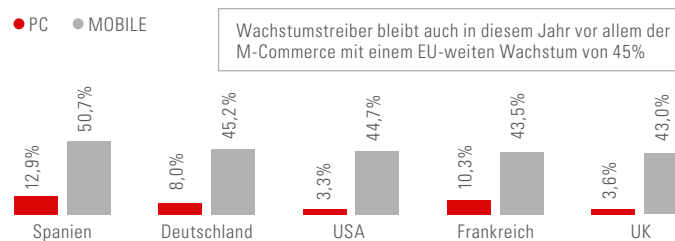
### Wachstumsmarkt E-Commerce

Laut der Internationalen E-Commerce-Studie 2016 von RetailMeNot werden deutsche Onlineshops in diesem Jahr EUR 62,5 Milliarden erwirtschaften, was einem Anstieg von rund 18 Prozent gegenüber dem Vorjahr entsprechen würde. Größter Wachstumstreiber bleibt auch in diesem Jahr der Einkauf über mobile Endgeräte. Mehr als ein Drittel des E-Commerce-Umsatzes in Deutschland wird in diesem Jahr auf Einkäufe auf Smartphones oder Tablets zurückzuführen sein.

### Umsatzverteilung im deutschen E-Commerce 2016 in %



### Umsatzwachstum 2016 nach Kanal (gegenüber 2015) in %



Quelle: RetailMeNot für Centre for Retail Research 2016

## ERTRAGS-, FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

### Ertragslage

ad pepper media International N.V. hat die ersten neun Monate des Geschäftsjahres mit einem Rekordumsatz von TEUR 41.830 abgeschlossen (Q1-Q3 2015: TEUR 37.149). Das Umsatzwachstum beträgt auf vergleichbarer Basis, d. h. unter Berücksichtigung nicht fortgeführter Aktivitäten, ca. 17,4 Prozent. Mit einem Umsatz von TEUR 8.092 und einem Wachstum von ca. 36,4 Prozent war ad agents das am dynamischsten wachsende Segment der Gruppe (Q1-Q3 2015: TEUR 5.932). Der Umsatz des Segmentes ad pepper media betrug im Neunmonatszeitraum 2016 TEUR 3.865 und zeigte auf vergleichbarer Basis ebenfalls ein zweistelliges Umsatzplus von 14,4 Prozent (Q1-Q3 2015: TEUR 3.379). Der Umsatz des Segmentes Webgains stieg um ca. 13,5 Prozent auf eine neue Rekordmarke von TEUR 29.866 (Q1-Q3 2015: TEUR 26.317), allerdings verlangsamte sich das Wachstum im abgelaufenen Quartal

insbesondere infolge der Schwäche des britischen Pfundes gegenüber dem Euro. Währungsbereinigt lag das Umsatzplus dieses Segmentes im Neunmonatszeitraum bei ca. 20,0 Prozent.

Die Bruttomarge der Gruppe stieg in den ersten neun Monaten 2016 auf vergleichbarer Basis um ca. 15,2 Prozent, wobei alle drei operativen Segmente zum Teil deutlich zulegen konnten. Das Bruttomargenplus bei ad agents beträgt ca. 16,9 Prozent, ad pepper media wuchs mit einem Plus von ca. 17,0 Prozent und das Segment Webgains steigerte die Bruttomarge um ca. 8,4 Prozent; unter Herausrechnung von Währungseffekten erhöhte sich die Bruttomarge des Segmentes Webgains um 13,7 Prozent.

Die operativen Kosten der Gruppe sanken in den ersten drei Quartalen auf vergleichbarer Basis, unterstützt durch die Schwäche des britischen Pfundes, um TEUR 1.544 auf TEUR 10.276 bzw. 13,1 Prozent (Q1-Q3 2015: TEUR 11.820). Die positive Entwicklung des ersten Halbjahres setzt sich dank der verbesserten Kostenstruktur in Verbindung mit höheren Bruttomargen mithin weiter fort. So beträgt das Konzern-EBITDA im Neunmonatszeitraum des laufenden Geschäftsjahres TEUR 1.255 (Q1-Q3 2015: TEUR -205), wobei allein das Segment Webgains sein EBITDA um TEUR 624 auf TEUR 1.035 steigern konnte (Q1-Q3 2015: TEUR 411). Das Segment ad agents erzielte im Neunmonatszeitraum 2016 ein EBITDA von TEUR 694 (Q1-Q3 2015: TEUR -14). Das Segment ad pepper media verbesserte sein EBITDA auf TEUR 655 (Q1-Q3 2015: TEUR 320).

### Finanzlage

Der Brutto-Cashflow betrug TEUR 899 (Q1-Q3 2015: TEUR -1.336), während für den operativen Cashflow ein Wert von TEUR -1.931 (Q1-Q3 2015: TEUR -1.060) verzeichnet wurde. Der deutlich höhere Bruttomittelzufluss, der im Wesentlichen aus dem gestiegenen Periodenergebnis resultierte, wurde durch den erhöhten Nettomittelabfluss im operativen Bereich mehr als aufgehoben. Wesentlicher Faktor für den erhöhten Finanzmittelabfluss im operativen Bereich war der Rückgang abgegrenzter Schulden für Affiliate-Guthaben

im Webgains-Segment und sonstiger Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen. Die im Investitionsbereich zugeflossenen Nettozahlungsmittel in Höhe von TEUR 3.791 (Q1-Q3 2015: TEUR 1.968) resultieren im Wesentlichen aus der Veräußerung von Wertpapieren des Anlagevermögens. Der Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit betrug in den ersten neun Monaten 2016 TEUR -1.958 (Q1-Q3 2015: TEUR 160) und beinhaltet im Wesentlichen Zahlungs-mittelabflüsse im Zusammenhang mit dem Aktienrückkaufprogramm in Höhe von TEUR 1.437 (Q1-Q3 2015: TEUR 0) und TEUR 346 (Q1-Q3 2015: TEUR 0) für den Barausgleich von bereits verdienten Aktienoptionen. Weitere TEUR 222 (Q1-Q3 2015: TEUR 0) sind für Ausschüttungen an Minderheiten abgeflossen.

### Vermögenslage

Die Bilanzsumme hat sich gegenüber dem 31. Dezember 2015 um TEUR 7.782 auf TEUR 26.258 deutlich reduziert. Der Rückgang beruhte im Wesentlichen auf einem niedrigeren Bestand an Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. Letztere verringerten sich zum 30. September 2016 um TEUR 3.388 auf TEUR 6.596. Die liquiden Mittel (einschließlich Wertpapierbestände zum beizulegenden Zeitwert) reduzierten sich gegenüber dem Stand zum 31. Dezember 2015 (TEUR 22.437) um TEUR 4.157 auf TEUR 18.280. Hauptverantwortlich für den Rückgang der liquiden Mittel war das laufende Aktienrückkaufprogramm, in dessen Rahmen TEUR 1.437 für den Rückkauf von insgesamt 690.000 Aktien eingesetzt wurden. Das Aktienrückkaufprogramm wurde am 15. Juli 2016 beendet. Kurzfristige Verbindlichkeiten reduzierten sich deutlich von TEUR 17.436 per 31. Dezember 2015 auf TEUR 10.876 per 30. September 2016, was insbesondere auf einen Rückgang von Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistung zurückzuführen ist. Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten bestehen weiterhin nicht. Die Summe der Verbindlichkeiten beträgt zum Stichtag 30. September 2016 insgesamt TEUR 10.987 (31. Dezember 2015: 17.532). Das Eigenkapital sank um TEUR 1.237 auf TEUR 15.271 (31. Dezember 2015: 16.508), was im Wesentlichen auf das durchgeführte Aktienrückkaufprogramm zurückzuführen ist. Die Eigenkapitalquote erhöhte sich auf 58,2 Prozent (31. Dezember 2015: 48,5 Prozent).



## FORSCHUNGS- UND ENTWICKLUNGSAKTIVITÄTEN

Schwerpunkt der Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten liegt in der ad pepper media International N.V. selbst. Hier wird ein bedeutender Teil der Entwicklungen für das Admin- und das ad pepper media-Segment entweder selbst erstellt oder begleitend beauftragt. Im Segment Webgains finden die Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten dezentral innerhalb der Webgains Ltd statt.

## MITARBEITER

Per 30. September 2016 beschäftigte die ad pepper media Gruppe 172 Mitarbeiter. Zum Ende des entsprechenden Vorjahreszeitraumes waren insgesamt 185 Mitarbeiter beschäftigt. Die Mitarbeiter der ad pepper media Gruppe waren in folgenden Segmenten beschäftigt:

	30.09.2016	30.09.2015
	Anzahl	Anzahl
ad pepper media	19	37
Webgains	88	81
ad agents	51	54
Administration	14	13

## RISIKO- UND CHANCENBERICHT

Gegenüber dem Konzern-Abschluss zum 31. Dezember 2015 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 2015.

## PROGNOSEBERICHT

Der traditionell zu den schwächeren Quartalen zählende, hinter uns liegende Dreimonatszeitraum verlief aus Sicht des Vorstandes sehr erfreulich. Mit Blick auf den gesamten Neunmonatszeitraum bleibt der Trend daher ungebrochen: ad pepper media konnte sowohl bezüglich des Umsatzwachstums als auch wesentlicher Profitabilitätskennziffern die entsprechenden Vorjahreswerte zum Teil deutlich übertreffen.

Das vor uns liegende vierte Quartal gehört traditionell üblicherweise zu den umsatzstärksten Zeiträumen innerhalb unserer Branche. Wir gehen davon aus, dass dies auch im laufenden Geschäftsjahr so sein wird. In Anbetracht der zuletzt beobachtbaren Abwertungsdynamik des britischen Pfundes gegenüber dem Euro sind Umsatzschätzungen in der Berichtswährung – mehr als noch in den Vorquartalen – naturgemäß mit nicht unerheblichen Prognoseungenauigkeiten verbunden. Dessen ungeachtet erwarten wir für das Geschäftsjahr 2016 ein solides Umsatzwachstum der Gruppe von ca. 10 Prozent gegenüber dem Vorjahr (auf vergleichbarer Basis). Wir halten insofern grundsätzlich an der zu Beginn des Jahres formulierten Wachstumsprognose fest. Spiegelbildlich gehen wir davon aus, dass die anhaltende Pfund-Abwertung im vierten Quartal einen deutlich positiven Einfluss auf die Entwicklung der operativen Kosten haben wird, sodass wir im vor uns liegenden Schlussquartal erneut mit einer erfreulichen Profitabilitätsentwicklung rechnen.

Amsterdam/Nürnberg, 28. Oktober 2016  
ad pepper media International N.V.

Dr. Ulrike Handel

Dr. Jens Körner

## KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG (IFRS)

	Q3 2016	Q3 2015	01.01.-30.09.2016	01.01.-30.09.2015
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>13.530</b>	<b>12.769</b>	<b>41.830</b>	<b>37.149</b>
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	-9.819	-8.986	-30.370	-25.746
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>3.711</b>	<b>3.783</b>	<b>11.460</b>	<b>11.403</b>
Vertriebskosten	-2.245	-2.519	-6.680	-8.182
Allgemeine und Verwaltungskosten	-1.342	-1.668	-4.323	-4.546
Sonstige betriebliche Erträge	612	837	3.222	2.244
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-566	-501	-2.495	-1.336
<b>Operatives Ergebnis</b>	<b>170</b>	<b>-68</b>	<b>1.184</b>	<b>-417</b>
Finanzerträge	6	95	142	207
Finanzaufwendungen	0	-6	-64	-73
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>176</b>	<b>21</b>	<b>1.262</b>	<b>-283</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-136	9	-293	-23
<b>Periodenergebnis</b>	<b>40</b>	<b>30</b>	<b>969</b>	<b>-306</b>
Davon entfallen auf Anteilseigner des Mutterunternehmens	-85	-3	675	-356
Davon entfallen auf nicht-beherrschende Anteile	125	33	294	50
Ergebnis je Aktie (unverwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)	0,00	0,00	0,03	-0,02
Ergebnis je Aktie (verwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)	0,00	0,00	0,00	-0,02
	Stück	Stück	Stück	Stück
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	20.803.660	21.329.838	21.072.184	21.270.745
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (verwässert)	21.254.238	21.456.662	21.487.409	21.368.791

## KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG (IFRS)

	Q3 2016	Q3 2015	01.01.-30.09.2016	01.01.-30.09.2015
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
<b>Periodenergebnis</b>	<b>40</b>	<b>30</b>	<b>969</b>	<b>-306</b>
<b>Posten, die anschließend möglicherweise in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden:</b>				
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	-56	-18	-270	20
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	441	36	9	-80
Realisierte Gewinne/Verluste aus von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	0	0	-10	0
Im sonstigen Ergebnis verrechnete Ertragsteuern	0	0	0	0
<b>Sonstiges Ergebnis, nach Steuern</b>	<b>385</b>	<b>18</b>	<b>-271</b>	<b>-60</b>
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>425</b>	<b>48</b>	<b>698</b>	<b>-366</b>
Davon auf nicht-beherrschende Anteile entfallend	125	33	294	50
Davon auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallend	300	15	404	-416

### Angaben zu erfolgsneutralen Sachverhalten in der Gesamtergebnisrechnung

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

	Q3 2016			Q3 2015			01.01.-30.09.2016			01.01.-30.09.2015		
	TEUR			TEUR			TEUR			TEUR		
	vor Ertrag-steuern	Ertrag-steuern	nach Ertrag-steuern	vor Ertrag-steuern	Ertrag-steuern	nach Ertrag-steuern	vor Ertrag-steuern	Ertrag-steuern	nach Ertrag-steuern	vor Ertrag-steuern	Ertrag-steuern	nach Ertrag-steuern
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	-56	0	-56	-18	0	-18	-270	0	-270	20	0	20
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	441	0	441	36	0	36	9	0	9	-80	0	-80
Realisierte Gewinne/Verluste aus von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	0	0	0	0	0	0	-10	0	-10	0	0	0
<b>Sonstiges Ergebnis, gesamt</b>	<b>385</b>	<b>0</b>	<b>385</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>18</b>	<b>-271</b>	<b>0</b>	<b>-271</b>	<b>-60</b>	<b>0</b>	<b>-60</b>

**KONZERN-BILANZ (IFRS)**

## AKTIVA

	30.09.2016	31.12.2015
	TEUR	TEUR
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>		
Immaterielle Vermögenswerte	503	349
Sachanlagen	134	150
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Wertpapiere des Anlagevermögens	0	3.295
Zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere des Anlagevermögens	1.606	2.210
Andere finanzielle Vermögenswerte	272	310
<b>Summe langfristige Vermögenswerte</b>	<b>2.514</b>	<b>6.314</b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	6.596	9.983
Sonstige Forderungen	334	292
Forderungen aus Ertragsteuern	84	222
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	56	297
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	16.674	16.932
<b>Summe kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>23.743</b>	<b>27.726</b>
<b>Aktiva, gesamt</b>	<b>26.258</b>	<b>34.040</b>

**KONZERN-BILANZ (IFRS)**

## PASSIVA

	30.09.2016	31.12.2015
	TEUR	TEUR
<b>Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital*	1.150	1.150
Kapitalrücklage	66.432	66.410
Eigene Anteile	-4.841	-3.105
Bilanzverlust	-45.575	-46.250
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	-2.470	-2.199
<b>Summe</b>	<b>14.696</b>	<b>16.005</b>
Nicht-beherrschende Anteile	575	503
<b>Summe Eigenkapital</b>	<b>15.271</b>	<b>16.508</b>
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>		
Latente Steuerverbindlichkeiten	111	96
<b>Summe langfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>111</b>	<b>96</b>
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	8.490	13.618
Sonstige Verbindlichkeiten	721	1.254
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	1.301	2.300
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	364	265
<b>Summe kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>10.876</b>	<b>17.436</b>
<b>Summe Verbindlichkeiten</b>	<b>10.987</b>	<b>17.532</b>
<b>Passiva, gesamt</b>	<b>26.258</b>	<b>34.040</b>

\* 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 Aktien (31. Dezember 2015: 23.000.000) begeben sind und sich 20.810.708 Aktien (31. Dezember 2015: 21.460.708) am 30. September 2016 im Umlauf befanden.

**KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG (IFRS)**

1/2

	01.01.-30.09.2016	01.01.-30.09.2015
	TEUR	TEUR
<b>Periodenergebnis</b>	<b>969</b>	<b>-306</b>
<b>Anpassungen für:</b>		
Abschreibungen	70	212
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Gegenständen des Anlagevermögens	-8	-26
Aktienbasierte Vergütung	22	48
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Wertpapieren	-13	-33
Andere Finanzerträge und Finanzaufwendungen	-65	-101
Steuerergebnis	293	24
Sonstige nicht-zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge	-369	-1.154
<b>Brutto-Cashflow</b>	<b>899</b>	<b>-1.336</b>
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	3.162	767
Veränderung anderer Aktiva	47	220
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-4.651	-174
Veränderung anderer Passiva	-1.390	-736
Vereinnahmte Ertragsteuern	150	225
Gezahlte Ertragsteuern	-212	-41
Vereinnahmte Zinsen	84	33
Gezahlte Zinsen	-20	-18
<b>Netto-Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit</b>	<b>-1.931</b>	<b>-1.060</b>
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	-336	-127
Erlöse aus dem Abgang von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	3	59
Einzahlungen aus der Tilgung gewährter Darlehen	213	0
Erlöse aus dem Verkauf/der Fälligkeit von Wertpapieren	5.323	2.036
Erwerb von Wertpapieren/Anlage in Termingelder	-1.412	0
<b>Netto-Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>3.791</b>	<b>1.968</b>

**KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG (IFRS)**

2/2

	01.01.-30.09.2016	01.01.-30.09.2015
	TEUR	TEUR
Ausgabe eigener Aktien	47	160
Rückkauf eigener Aktien	-1.783	0
Ausschüttungen an nicht-beherrschende Anteile	-222	0
<b>Netto-Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-1.958</b>	<b>160</b>
Zahlungswirksame Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-98	1.068
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres</b>	<b>16.932</b>	<b>11.926</b>
Einfluss von Wechselkursänderungen auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-160	20
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode</b>	<b>16.674</b>	<b>13.014</b>



## KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG (IFRS)

	Stand 01.01.2016	Gesamt- ergebnis	Aktien- basierte Vergütung	Ausgabe eigener Anteile	Dividen- den	Rückkauf eigener Aktien	Aktien- optionen mit Barausgleich	Stand 30.09.2016
<b>Gezeichnetes Kapital</b>								
Anzahl der Aktien	23.000.000							23.000.000
Gezeichnetes Kapital (TEUR)	1.150							1.150
<b>Kapitalrücklage</b>								
Für Aktienoptionsprogramme (TEUR)	2.628		22					2.650
Aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V. (TEUR)	63.782							63.782
<b>Eigene Anteile</b>								
Anzahl der Aktien	1.539.292			-40.000		690.000		2.189.292
Rückkaufswert (TEUR)	-3.105			47		-1.437	-346	-4.841
<b>Bilanzverlust (TEUR)</b>	<b>-46.251</b>	<b>675</b>						<b>-45.575</b>
<b>Kumuliertes sonstiges Ergebnis</b>								
Währungsdifferenzen (TEUR)	-880	-270						-1.150
Unrealisierte Gewinne/(Verluste) aus zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren (TEUR)	-1.319	-1						-1.320
<b>Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)</b>	<b>16.005</b>	<b>404</b>	<b>22</b>	<b>47</b>	<b>0</b>	<b>-1.437</b>	<b>-346</b>	<b>14.696</b>
Nicht-beherrschende Anteile (TEUR)	503	294			-222			575
<b>Eigenkapital (TEUR)</b>	<b>16.508</b>	<b>698</b>	<b>22</b>	<b>47</b>	<b>-222</b>	<b>-1.437</b>	<b>-346</b>	<b>15.271</b>

**KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG  
(IFRS)**

	Stand 01.01.2015	Gesamt- ergebnis	Aktien- basierte Vergütung	Ausgabe eigener Anteile	Dividenden	Rückkauf eigener Aktien	Aktien- optionen mit Barausgleich	Stand 30.09.2015
<b>Gezeichnetes Kapital</b>								
Anzahl der Aktien	23.000.000							23.000.000
Gezeichnetes Kapital (TEUR)	1.150							1.150
<b>Kapitalrücklage</b>								
Für Aktienoptionsprogramme (TEUR)	2.571		48					2.619
Aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V. (TEUR)	63.782							63.782
<b>Eigene Anteile</b>								<b>0</b>
Anzahl der Aktien	1.759.292			-200.000				1.559.292
Rückkaufswert (TEUR)	-3.281			160				-3.121
<b>Bilanzverlust (TEUR)</b>	<b>-46.218</b>	<b>-356</b>						<b>-46.574</b>
<b>Kumuliertes sonstiges Ergebnis</b>								
Währungsdifferenzen (TEUR)	-888	20						-868
Unrealisierte Gewinne/(Verluste) aus zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren (TEUR)	-1.155	-80						-1.235
<b>Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)</b>	<b>15.961</b>	<b>-416</b>	<b>48</b>	<b>160</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>15.754</b>
Nicht-beherrschende Anteile (TEUR)	335	50						385
<b>Eigenkapital (TEUR)</b>	<b>16.296</b>	<b>-366</b>	<b>48</b>	<b>160</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>16.139</b>

## AUSGEWÄHLTE, ERLÄUTERnde ANHANGSANGABEN

Konzern-Segmentbericht (IFRS)

Q1-Q3 2016	ad pepper media	Webgains	ad agents	Admin	Zwischen- segment- Eliminierung	Konzern
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
<b>Gesamtumsatz</b>	<b>3.876</b>	<b>29.873</b>	<b>8.092</b>	<b>214</b>	<b>-225</b>	<b>41.830</b>
Davon Umsatz mit Drittkunden	3.872	29.866	8.092	0	0	41.830
Davon Intersegmentumsätze	4	7	0	214	-225	0
<b>Aufwendungen und sonstige Erträge</b>	<b>-3.218</b>	<b>-28.785</b>	<b>-7.420</b>	<b>-1.437</b>	<b>214</b>	<b>-40.646</b>
Davon Abschreibungen	-7	46	-23	-86	0	-70
Davon andere nicht-zahlungswirksame Erträge	142	588	18	44	0	792
Davon andere nicht-zahlungswirksame Aufwendungen	-19	-250	0	-85	0	-354
<b>EBITDA</b>	<b>666</b>	<b>1.042</b>	<b>694</b>	<b>-1.137</b>	<b>-10</b>	<b>1.255</b>
<b>EBIT</b>	<b>658</b>	<b>1.088</b>	<b>671</b>	<b>-1.223</b>	<b>-10</b>	<b>1.184</b>
<b>Finanzerträge</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>142</b>	<b>-2</b>	<b>142</b>
<b>Finanzaufwendungen</b>	<b>0</b>	<b>-2</b>	<b>0</b>	<b>-64</b>	<b>2</b>	<b>-64</b>
<b>Steuern vom Einkommen und vom Ertrag</b>						<b>-293</b>
<b>Periodenergebnis</b>						<b>969</b>

## Konzern-Segmentbericht (IFRS)

Q1-Q3 2015	ad pepper media	Webgains	ad agents	Admin	Zwischen- segment- Eliminierung	Konzern
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
<b>Gesamtumsatz</b>	<b>4.903</b>	<b>26.319</b>	<b>5.932</b>	<b>168</b>	<b>-173</b>	<b>37.149</b>
Davon Umsatz mit Drittkunden	4.900	26.317	5.932	0	0	37.149
Davon Intersegmentumsätze	3	2	0	168	-173	0
<b>Aufwendungen und sonstige Erträge</b>	<b>-4.591</b>	<b>-25.966</b>	<b>-6.002</b>	<b>-1.175</b>	<b>168</b>	<b>-37.566</b>
Davon Abschreibungen	-8	-57	-58	-89	0	-212
Davon andere nicht-zahlungswirksame Erträge	290	344	33	685	0	1.352
Davon andere nicht-zahlungswirksame Aufwendungen	0	-430	-1	-29	0	-460
<b>EBITDA</b>	<b>320</b>	<b>411</b>	<b>-14</b>	<b>-918</b>	<b>-4</b>	<b>-205</b>
<b>EBIT</b>	<b>312</b>	<b>353</b>	<b>-71</b>	<b>-1.007</b>	<b>-4</b>	<b>-417</b>
<b>Finanzerträge</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>214</b>	<b>-9</b>	<b>207</b>
<b>Finanzaufwendungen</b>	<b>-10</b>	<b>-7</b>	<b>-1</b>	<b>-64</b>	<b>9</b>	<b>-73</b>
<b>Steuern vom Einkommen und vom Ertrag</b>						<b>-23</b>
<b>Periodenergebnis</b>						<b>-306</b>

## 1. Grundlage für die Erstellung des Zwischenabschlusses

Der vorliegende verkürzte Konzern-Zwischenabschluss 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 Konzern-Zwischenabschluss erfüllt die Anforderungen des IAS 34. Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss enthält nicht sämtliche für den Abschluss des Geschäftsjahres vorgeschriebenen Erläuterungen und Angaben und sollte daher im Zusammenhang mit dem Konzern-Abschluss zum 31. Dezember 2015 gelesen werden.

Der vorliegende Konzern-Zwischenabschluss zum 30. September 2016 wurde vom Vorstand am 28. Oktober 2016 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 2015 erstellt wurde.

Seitdem wurde die folgende neue Änderung eines bestehenden Standards im Rahmen des Komitologieverfahrens übernommen:

- **Änderungen an IFRS 10, IFRS 12 und IAS 28 in Bezug auf Investmentgesellschaften.**

Diese Änderung wird keine Auswirkung auf den Konzern-Abschluss haben.

## 3. Konsolidierungskreis

Im Einzelnen sind folgende Gesellschaften im Konzern-Abschluss einbezogen:

Gesellschaft	30.09.2016	31.12.2015
	Prozent	Prozent
ad pepper media GmbH, Nürnberg, Deutschland	100	100
ad pepper media UK Ltd, London, Vereinigtes Königreich	100	100
ad pepper media France S.A.R.L., Paris, Frankreich	100	100
ad pepper media Spain S.A., Madrid, Spanien	65	65
ad pepper media USA LLC, New York, USA	100	100
Webgains Ltd, London, Vereinigtes Königreich	100	100
ad agents GmbH, Herrenberg, Deutschland	60	60

## 4. Erläuterungen zum Zwischenabschluss

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

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

Die Vertriebskosten enthalten in den ersten neun Monaten 2016 Forschungs- und Entwicklungskosten in Höhe von TEUR 153 (Q1-Q3 2015: 0 TEUR). Die sonstigen betrieblichen Erträge enthalten im Wesentlichen die zweite variable Kaufpreiskomponente in Höhe von TEUR 135 für das in 2014 veräußerte Vermarktungsgeschäft (mediasquares). Weitere sonstige betriebliche Erträge resultieren mit TEUR 322 (Q1-Q3 2015: TEUR 254) aus der Auflösung von nicht-ausbezahlten Affiliate-Guthaben im Webgains-Segment, deren Auszahlung ad pepper media nicht mehr für wahrscheinlich einschätzt, sowie Auflösungen von verjährten Ansprüchen in Höhe von TEUR 233 (Q1-Q3 2015: TEUR 542).

Währungskursgewinne betragen in den ersten neun Monaten 2016 TEUR 2.407 (Q1-Q3 2015: TEUR 971). Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen beinhalten in den ersten neun Monaten 2016 im Wesentlichen Währungskursverluste in Höhe von TEUR 2.280 (Q1-Q3 2015: TEUR 998) und Abschreibungen auf Forderungen in Höhe von TEUR 226 (Q1-Q3 2015: TEUR 150). Das Finanzergebnis in Höhe von TEUR 78 besteht in den ersten neun Monaten aus Zinserträgen in Höhe von TEUR 65 (Q1-Q3 2015: TEUR 158) und Gewinnen aus der Veräußerung von Wertpapieren des Anlagevermögens in Höhe von TEUR 13 (Q1-Q3 2015: TEUR 3).

#### **In der Berichtsperiode ergaben sich folgende wesentliche Auswirkungen auf die Bilanz:**

Die sonstigen Verbindlichkeiten reduzierten sich um TEUR 533 im Vergleich zum 31. Dezember 2015, was im Wesentlichen auf niedrigere Umsatzsteuerverbindlichkeiten zurückzuführen ist. Der Rückgang der sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten um TEUR 999 auf TEUR 1.301 in den ersten neun Monaten 2016 resultiert insbesondere aus der Auszahlung von variablen Vergütungsbestandteilen sowie dem Rückgang von Verbindlichkeiten für ausstehende Rechnungen.

#### **5. Segmentberichterstattung gemäß IFRS 8**

IFRS 8 fordert die Angabe von finanziellen und beschreibenden Informationen bezüglich sogenannter „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), „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 Konzern-Abschlusses zum 31. Dezember 2015 beschriebenen Konzern-Bilanzierungsrichtlinien.

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.

## Geografische Informationen

Der Konzern ist im Wesentlichen in vier geografischen Regionen tätig – Deutschland, Spanien, Vereinigtes Königreich und USA.

Die Umsatzerlöse aus fortgeführten Geschäftsbereichen des Konzerns aus Geschäften mit externen Kunden sowie Informationen über das Segmentvermögen setzen sich nach geografischer Zuordnung wie nachstehend zusammen, wobei die langfristigen Vermögenswerte keine Finanzinstrumente beinhalten:

	Umsatz mit Drittkunden		Langfristige Vermögenswerte	
	01.01.- 30.09. 2016	01.01.- 30.09. 2015	30.09. 2016	30.09. 2015
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Deutschland	13.238	10.450	173	319
Vereinigtes Königreich	21.488	19.992	443	181
Spanien	3.193	2.530	17	18
USA	3.087	2.080	2	1
Skandinavien	0	1.199	0	1
Sonstige	824	898	2	7
Summe	41.830	37.149	637	528

Umsätze in Höhe von TEUR 4.743 (Q1-Q3 2015: TEUR 3.608) stammen von einem einzelnen externen Kunden und sind dem Segment Webgains zurechenbar.

## 6. Eigene Anteile

### Erwerb eigener Aktien

Mit Hauptversammlungsbeschluss vom 21. Mai 2015 wurde der Vorstand zum Rückkauf eigener Aktien von bis zu 50 Prozent des Stammkapitals innerhalb der folgenden 18 Monate ermächtigt. Von dieser Ermächtigung hat der Vorstand am 1. Februar 2016 Gebrauch gemacht und beschlossen, bis zu 690.000 Aktien zurückzukaufen.

Per 30. September 2016 hielt die ad pepper media International N.V. 2.189.292 eigene Aktien (30. September 2015: 1.559.292) mit einem Nennwert von je EUR 0,05, was 9,52 Prozent (30. September 2015: 6,78 Prozent) des Grundkapitals entspricht.

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

### Veräußerung eigener Aktien

In den ersten neun Monaten des Jahres 2016 wurden keine Anteile veräußert (Q1-Q3 2015: 0). Im Rahmen der Mitarbeiteroptionsprogramme wurden 10.000 Anteile (Q1-Q3 2015: 0) zum Ausübungspreis von EUR 0,80, 20.000 Anteile (Q1-Q3 2015: 0) zu einem Ausübungspreis von EUR 1,50 und 10.000 Anteile (Q1-Q3 2015: 0) zu einem Ausübungspreis von EUR 0,89 veräußert. Darüber hinaus wurden Barausgleiche in Höhe von TEUR 346 (Q1-Q3 2015: TEUR 0) für bereits erdiente Aktienoptionen vorgenommen, die als Abzug vom Eigenkapital im Posten „Eigene Anteile“ erfasst wurden.

### Zahl der ausgegebenen Aktien

Die Zahl der ausgegebenen und im Umlauf befindlichen Aktien beläuft sich nach Abzug eigener Aktien zum 30. September 2016 auf 20.810.708 Stück (30. September 2015: 21.440.708 Stück). Der Nennbetrag je Aktie beträgt EUR 0,05.

## 7. Saisoneinflüsse auf die Geschäftstätigkeit

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

## 8. Aktien und Bezugsrechte der Organe

Zum 30. September 2016 waren insgesamt 723.900 Optionen im Rahmen von Optionsprogrammen ausgegeben. Das Bezugsverhältnis beträgt eine Aktie je Optionsrecht. Der Bezugspreis liegt zwischen EUR 0,665 und EUR 3,795. Die folgende Tabelle veranschaulicht die Anzahl der Aktien und Bezugsrechte, die von Mitgliedern des Vorstands und Aufsichtsrats (direkt bzw. indirekt) sowie von Mitarbeitern gehalten werden.

	Aktienbesitz zum 30.09.2016	Optionen zum 30.09.2016
<b>Vorstand</b>		
Dr. Ulrike Handel	200.000	100.000
Dr. Jens Körner	0	70.000
<b>Ehemaliger Vorstand</b>		<b>379.500</b>
<b>Aufsichtsrat</b>		
Michael Oschmann	0	0
Thomas Bauer	0	0
Eun-Kyung Park	0	0
Dr. Stephan Roppel	0	0
<b>Mitarbeiter</b>		<b>174.400</b>
<b>Untern. mit maßgeb. Einfluss</b>		
EMA B.V.	9.486.402	0
Euro Serve Media GmbH	436.963	0

## 9. Bericht zu wesentlichen Geschäften mit nahestehenden Unternehmen und Personen

Die Geschäfte mit nahestehenden Unternehmen und Personen haben sich im Vergleich zum Jahr 2015 nicht verändert.

## 10. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Bis zum Tage der Freigabe zur Veröffentlichung sind keine Ereignisse eingetreten, welche die dargestellte Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zum 30. September 2016 in wesentlichem Umfang beeinflusst hätten.

Amsterdam/Nürnberg, 28. Oktober 2016  
ad pepper media International N.V.



Dr. Ulrike Handel

Dr. Jens Körner



## FINANZKALENDER

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

Geschäftsbericht 2016	28. März 2017
Hauptversammlung 2017 Amsterdam, Niederlande	16. Mai 2017

## INVESTORENKONTAKT

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

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

[www.adpeppergroup.com](http://www.adpeppergroup.com)

## IMPRESSUM

Verantwortlich:

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

Tel.: +49 (0) 911 929057-0  
Fax: +49 (0) 911 929057-157  
E-Mail: [info@adpepper.com](mailto:info@adpepper.com)  
[www.adpeppergroup.com](http://www.adpeppergroup.com)

Aktiengesellschaft (N.V.)  
Sitz Amsterdam, Niederlande  
Zweigniederlassung Nürnberg

Prime Standard, Frankfurt  
ISIN: NL0000238145  
HRB Nürnberg 17591  
Ust-ID-Nr: DE 210757424

Vorstände:  
Dr. Ulrike Handel, CEO  
Dr. Jens Körner, CFO

Gerne senden wir Ihnen den **Geschäftsbericht 2015** bzw. den **Konzern-Zwischenabschluss 2016** in Deutsch oder Englisch zu.  
Alternativ finden Sie unsere veröffentlichten Berichte als PDF-Datei auf:

[www.adpeppergroup.com](http://www.adpeppergroup.com) unter:  
[Investor Relations / Berichte & Publikationen](#)



**ad pepper media International N.V.**

Prins Bernhardplein 200  
NL-1097JB Amsterdam

**[www.adpeppergroup.com](http://www.adpeppergroup.com)**