

**UNGEPRÜFTER VERKÜRZTER  
KONZERN-ZWISCHENABSCHLUSS**

ZUM 31. MÄRZ 2016

## AUSGEWÄHLTE KONZERN-KENNZAHLEN

	Q1 2016	Q1 2015	Veränderung
	TEUR	TEUR	Prozent
Konzern-Umsatzerlöse	14.418	11.599	24,3
Bruttomarge	3.793	3.759	0,9
EBIT	561	-358	<-100,0
Periodenergebnis	544	-308	<-100,0
Ergebnis pro Aktie in EUR (unverwässert)	0,02	-0,02	<-100,0

	31.03.2016	31.03.2015	Veränderung
	TEUR	TEUR	Prozent
Liquide Mittel*	19.638	17.171	14,4
Eigenkapital	16.061	16.023	0,2
Bilanzsumme	29.113	27.232	6,9
Anzahl der Mitarbeiter	166	210	-21,0

\* 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	12
Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage	13
Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten	16
Mitarbeiter	17
Risiko- und Chancenbericht	18
Prognosebericht	18
<b>Konzern-Zwischenabschluss</b>	<b>20</b>
Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	20
Konzern-Gesamtergebnisrechnung	22
Konzern-Bilanz	26
Konzern-Kapitalflussrechnung	30
Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung	34
Ausgewählte, erläuternde Anhangsangaben	38
<b>Weitere Informationen</b>	<b>52</b>
Finanzkalender	52
Investorenkontakt	52
Impressum	53

## DIE AD PEPPER MEDIA AKTIE

### Stammdaten der ad pepper media Aktie

Wertpapierkennnummer (WKN)	940 883
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

	Q1 2016	Q1 2015
XETRA Schlusskurs am Periodenende in EUR	1,90	0,76
Höchstkurs in EUR	1,90	0,91
Tiefstkurs in EUR	1,20	0,74
Marktkapitalisierung am Periodenende in EUR	43,7 Mio.	17,5 Mio.
Durchschnittliches Handelsvolumen pro Tag in Stück	25.916	13.754
Ergebnis je Aktie (unverwässert) in EUR	0,02	-0,02
Net cash per share* in EUR	0,85	0,75

### Aktienkursentwicklung der letzten 12 Monate (Xetra)



### Aktionärsstruktur per 31.03.2016

	Aktien	Anteil am Grundkapital
	Stück	Prozent
EMA B.V.	9.486.402	41,25
Eigene Anteile	1.816.495	7,90
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>13.602.699</b>	<b>59,15</b>
Freefloat	9.397.301	40,85
<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 Bereich Online-Marketing. Im Jahre 2000 erfolgte der Börsengang im Prime Standard der Frankfurter Börse (WKN: 940 883). Mit sechs Büros in vier europäischen Ländern und den USA entwickelt die ad pepper media Gruppe Performance-Marketing 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** (Suchmaschinenmarketing) und **Webgains** (Affiliate Marketing). Darüber hinaus übernimmt die Holding (**admin**) den Know-how-Transfer zwischen den einzelnen Segmenten und verantwortet die strategische Ausrichtung im Rahmen der Gesamtsteuerung der gesamten Gruppe. Die Finanzierung und die Liquidität im Konzern werden ebenfalls zentral gesteuert. Insgesamt arbeiten 166 Mitarbeiter in den drei Segmenten und in der Holding der Gruppe.

### Die Segmente der ad pepper media group

#### 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 zur Gewinnung von Abonnenten, Probefahrten, Warenproben, Katalogbestellungen, User-Registrierungen oder Gewinnspiel-Aktionen umgesetzt werden können.

#### 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 Erreichen 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 agents

Die ad agents wurden vor 10 Jahren gegründet und gehören seit dem Jahre 2007 zur ad pepper media Gruppe. ad agents 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: Suchmaschinenmarketing, Suchmaschinenoptimierung, Affiliate-

Management, Social Media Advertising, Performance Display und Produktdaten-Management. Dabei beraten sie namhafte, auch internationale Unternehmen aus allen Branchen (u.a. Finanzen, Handel, Mode, Pharma, Technologie). Zu ihren Kunden gehören Firmen wie z. B. CHRIST, die Ergo Gruppe, Galeria Kaufhof und Thalia. Über 70 internationale Online-Experten am Standort Herrenberg (Region Stuttgart) begeistern langjährige Kunden mit Qualität, Transparenz und hervorragenden Ergebnissen. 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-Indikatoren 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 Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) senkte in ihrem im Februar 2016 vorgelegten Bericht ihre Wachstumsaussichten für Deutschland. Dieses Jahr wird eine Zunahme des Bruttoinlandsprodukts (BIP) von 1,3 Prozent erwartet, 2017 dann von 1,7 Prozent. Im November lag die Prognose der OECD noch bei 1,8 beziehungsweise 2,0 Prozent. Kürzlich hatte auch die EU-Kommission ihre Wachstumsprognose für die Eurozone reduziert.

Angesichts der Konjunkturschwäche in vielen Schwellenländern hat die OECD ihre Prognose für die Lage der Weltwirtschaft insgesamt ebenfalls erneut gesenkt. In ihrem Konjunkturausblick geht die Organisation für dieses Jahr nur noch von einem weltweiten Wachstum von drei Prozent aus – im vergangenen November hatte die OECD noch ein Plus von 3,3 Prozent erwartet.

So erwartet die OECD in der Eurozone in diesem Jahr ein Wachstum von 1,4 Prozent und im kommenden Jahr von 1,7 Prozent. Für die USA prognostiziert die OECD 2016 ein Wachstum von 2,0 Prozent. 2017 dürften es dann 2,2 Prozent werden. Dies ist jeweils weniger als noch im November erwartet. China wird ebenfalls ein langsames Wirtschaftswachstum vorausgesagt, von 6,5 Prozent in diesem Jahr auf 6,2 Prozent 2017. Im Schwellenland Brasilien rechnet die OECD in diesem Jahr mit einer schweren Rezession. Die Wirtschaft werde hier um vier Prozent schrumpfen, prognostiziert die OECD.

### Werbemarkt

ZenithOptimedia sagt voraus, dass die globalen Werbeausgaben, nachdem sie 2015 mit einem Wachstum von 4,2 Prozent die Höhe von 531 Milliarden erreicht haben, 2016 mit 5,0 Prozent beschleunigt weiterwachsen werden. Treiber hierfür werden die Olympischen Sommerspiele in Rio sowie die Fußball-Europameisterschaft sein. Nach diesen Großevents wird sich das Wachstum 2017 mit 4,3 Prozent wieder etwas verlangsamen.

Gemäß den von ZenithOptimedia im aktuellen „Advertising Expenditure Forecast“ getroffenen Prognosen wird das Internet in zwölf Schlüsselmärkten, die zusammen 28 Prozent der globalen Werbeausgaben ausmachen, das wichtigste Werbemedium sein. In vier dieser Märkte wird Internet-Werbung mehr als die Hälfte der gesamten Werbeausgaben ausmachen. Global gesehen wird das Internet zwar weiterhin hinter dem Fernsehen an zweiter Stelle stehen, doch der Abstand zwischen den Marktanteilen der beiden Medien wird 2017 von elf auf nur noch vier Prozentpunkte schrumpfen.

In sieben Märkten war das Internet bereits letztes Jahr das dominante Medium: Australien, Kanada, Dänemark, Niederlande, Norwegen, Schweden und Großbritannien. Bis 2017 wird es fünf weitere Märkte dominieren: China, Finnland, Deutschland, Irland und Neuseeland. In Großbritannien wird der Marktanteil des Internets dieses Jahr die 50-Prozent-Marke übersteigen, nächstes Jahr in Dänemark und Schweden, 2017 in China.

## ERTRAGS-, FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

### Ertragslage

ad pepper media International N.V. ist mit einem Rekordumsatz von TEUR 14.418 in das erste Quartal 2016 gestartet. Dies entspricht einem Wachstum von 24,3 Prozent gegenüber dem entsprechenden Zeitraum des Vorjahres (Q1 2015: TEUR 11.599). Auf vergleichbarer Basis, d. h. unter Berücksichtigung nicht-fortgeführter Aktivitäten, betrug das Wachstum sogar 31,6 Prozent. Wesentliche Wachstumstreiber waren die Segmente Webgains mit 34,2 Prozent und einem Umsatz von TEUR 10.657 (Q1 2015: TEUR 7.941) sowie ad agents mit 38,5 Prozent und einem Umsatz von TEUR 2.657 (Q1 2015: TEUR 1.919). Das Segment ad pepper media blieb auf vergleichbarer Basis mit einem Umsatz von TEUR 1.104 in etwa auf Vorjahresniveau (Q1 2015: TEUR 1.100).

Die Bruttomarge der Gruppe stieg um 0,9 Prozent auf TEUR 3.793 (Q1 2015: TEUR 3.759). Auf vergleichbarer Basis betrug das Wachstum der Brutto-

marge 16,0 Prozent, wobei das Segment Webgains mit einem Bruttomargenplus von 25,8 Prozent am dynamischsten wuchs. Die Bruttomarge des Segments ad agents legte ebenfalls zu. Es stieg um TEUR 98 bzw. 11,3 Prozent (Q1 2015: TEUR 866). Die Bruttomarge des Segmentes ad pepper media war – auf vergleichbarer Basis – leicht rückläufig und betrug TEUR 396 (Q1 2015: TEUR 475).

Die operativen Kosten der Gruppe sanken erneut deutlich um 21,5 Prozent auf TEUR 3.233 (Q1 2015: TEUR 4.117). Alle Segmente rangierten hinsichtlich des Kostenniveaus dabei unterhalb des Vorjahres. Aufgrund gestiegener Bruttomargen bei gleichzeitig niedrigeren operativen Kosten wurde mit einem EBITDA von TEUR 519 das bisher beste operative Ergebnis in einem ersten Quartal seit Bestehen der ad pepper media Gruppe erzielt (Q1 2015: TEUR -292); dies entspricht einer EBITDA-Marge von 3,6 Prozent. Das EBIT liegt bei TEUR 561 (Q1 2015: TEUR -358). Das EBT beläuft sich im ersten Quartal 2016 auf TEUR 626 (Q1 2015: TEUR -307).

Das erste Quartal schloss die Gruppe mit einem Periodenergebnis von TEUR 544 ab, was deutlich über dem Periodenergebnis der entsprechenden Vorjahresperiode liegt (Q1 2015: TEUR -308).

### Finanzlage

Der Brutto-Cashflow beträgt TEUR 358 (Q1 2015: TEUR -325), während aus operativer Tätigkeit ein Cashflow von TEUR -1.903 nach TEUR -2.462 in den ersten drei Monaten des Jahres 2016 erzielt wurde. Wesentlicher Faktor für den erhöhten Finanzmittelabfluss im operativen Bereich war der Rückgang abgegrenzter Schulden für Affiliate-Guthaben im Webgains-Segment und sonstigen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen.

Die im Investitionsbereich zugeflossenen Nettoszahlungsmittel in Höhe von TEUR 3.903 (Q1 2015: TEUR 983) resultieren im Wesentlichen aus der Veräußerung von Wertpapieren des Anlagevermögens.

Der Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit betrug im ersten Quartal 2016 TEUR -479 (Q1 2015: TEUR 0) und beinhaltet Zahlungsmittelabflüsse im Zusammenhang mit dem laufenden Aktienrückkaufprogramm in Höhe von TEUR 439 und Ausschüttungen an Minderheiten in Höhe von TEUR 40.

### Vermögenslage

Die Bilanzsumme hat sich gegenüber dem 31. Dezember 2015 um TEUR 4.927 auf TEUR 29.113 reduziert. Der Rückgang beruhte im Wesentlichen auf einem niedrigeren Bestand an Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. Letztere verringerten sich zum Ende des ersten Quartals um TEUR 2.694 auf TEUR 7.289. Die liquiden Mittel (einschließlich Wertpapierbeständen zum beizulegenden Zeitwert) reduzierten sich gegenüber dem Stand zum 31. Dezember 2015 (TEUR 22.437) um TEUR 2.799 auf TEUR 19.638. Verantwortlich für den Rückgang der liquiden Mittel war ein stichtagsbedingter Rückgang von Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von TEUR 3.098 auf TEUR 10.520 (31. Dezember 2015: TEUR 13.618) sowie das laufende Aktienrückkaufprogramm.

Sonstige Verbindlichkeiten reduzierten sich von TEUR 1.254 per 31. Dezember 2015 auf TEUR 559, was insbesondere auf den Rückgang von Umsatzsteuerverbindlichkeiten zurückzuführen ist. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten reduzierten sich von TEUR 2.300 per 31. Dezember 2015 auf TEUR 1.564. Die Summe der Verbindlichkeiten beträgt insgesamt TEUR 13.052 (31. Dezember 2015: 17.532). Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten bestehen weiterhin nicht. Das Eigenkapital sank um TEUR 447 auf TEUR 16.061 (31. Dezember 2015: 16.508), was im Wesentlichen auf das laufende Aktienrückkaufprogramm zurückzuführen ist. Die Eigenkapitalquote erhöhte sich auf 55,2 Prozent (31. Dezember 2015: 48,5 Prozent).



## FORSCHUNGS- UND ENTWICKLUNGSAKTIVITÄTEN

Im Segment Webgains finden die Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten dezentral innerhalb der Webgains Ltd. statt. Entwicklungen für das Admin- und das ad pepper media Segment werden direkt von der ad pepper media International N.V. gesteuert. In allen Segmenten bedienen sich die Gesellschaften entweder an eigenen internen Entwicklungs-Ressourcen oder es werden externe Dienstleister begleitend beauftragt.

## MITARBEITER

Per 31. März 2016 beschäftigte die ad pepper media Gruppe 166 Mitarbeiter. Zum Ende des entsprechenden Vorjahreszeitraumes waren insgesamt 210 Mitarbeiter beschäftigt. Die Mitarbeiter der ad pepper media Gruppe waren in folgenden Segmenten beschäftigt:

	31.03.2016	31.03.2015
	Anzahl	Anzahl
ad pepper media	19	46
Webgains	87	90
ad agents	45	55
admin	15	19

## 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

Hinsichtlich Umsatzwachstum und wesentlicher Profitabilitätskennziffern verlief das erste Quartal 2016 deutlich besser als der entsprechende Zeitraum des Vorjahres. Darüber hinaus übersteigen die im ersten Quartal 2016 erzielten Profitabilitätskennziffern EBIT und EBT sogar die im gesamten 12-Monats-Zeitraum 2015 erzielten Werte. Für das Gesamtjahr 2016 gehen wir zunächst weiterhin von einem Umsatzziel von ca. TEUR 60.000 aus, welches im Rahmen der Veröffentlichung des Geschäftsberichtes 2015 kommuniziert wurde.

Amsterdam/Nürnberg, den 02. Mai 2016  
ad pepper media International N.V.



Dr. Ulrike Handel



Dr. Jens Körner

## KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG (IFRS)

	Q1 2016	Q1 2015
	TEUR	TEUR
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>14.418</b>	<b>11.599</b>
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	-10.624	-7.840
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>3.793</b>	<b>3.759</b>
Vertriebskosten	-2.145	-2.861
Allgemeine und Verwaltungskosten	-1.472	-1.347
Sonstige betriebliche Erträge	1.090	360
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-706	-269
<b>Operatives Ergebnis</b>	<b>561</b>	<b>-358</b>
Finanzerträge	129	60
Finanzaufwendungen	-64	-9
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>626</b>	<b>-307</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-81	-1
<b>Periodenergebnis</b>	<b>544</b>	<b>-308</b>
Davon entfallen auf Anteilseigner des Mutterunternehmens	468	-326
Davon entfallen auf nicht-beherrschende Anteile	76	18
Ergebnis je Aktie (unverwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)	0,02	-0,02
Ergebnis je Aktie (verwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)	0,02	-0,02
	Stück	Stück
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	21.376.815	21.240.708
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (verwässert)	21.815.183	21.240.775

## KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG (IFRS)

	Q1 2016	Q1 2015
	TEUR	TEUR
<b>Periodenergebnis</b>	<b>544</b>	<b>-308</b>
<b>Sonstiges Ergebnis</b>		
<b>Posten, die anschließend möglicherweise in den Gewinn oder Verlust umgliedert werden:</b>		
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	-168	1
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	-344	17
Realisierte Gewinne/Verluste aus von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	-10	0
<b>Sonstiges Ergebnis, nach Steuern</b>	<b>-521</b>	<b>18</b>
<b>Gesamterfolg</b>	<b>23</b>	<b>-290</b>
Davon auf nicht-beherrschende Anteile entfallend	76	18
Davon auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallend	-53	-308

### 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:

	Q1 2016			Q1 2015		
	TEUR			TEUR		
	vor Ertragsteuern	Ertragsteuern	nach Ertragsteuern	vor Ertragsteuern	Ertragsteuern	nach Ertragsteuern
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	-168	0	-168	1	0	1
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	-344	0	-344	17	0	17
Realisierte Gewinne/Verluste aus von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	-10	0	-10	0	0	0
<b>Sonstiges Ergebnis, gesamt</b>	<b>-521</b>	<b>0</b>	<b>-521</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>18</b>

**KONZERN-BILANZ (IFRS)**

## AKTIVA

	31.03.2016	31.12.2015
	TEUR	TEUR
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>		
Immaterielle Vermögenswerte	324	349
Sachanlagen	131	150
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Wertpapiere des Anlagevermögens	0	3.295
Zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere des Anlagevermögens	1.253	2.210
Andere finanzielle Vermögenswerte	277	519
<b>Summe langfristige Vermögenswerte</b>	<b>1.985</b>	<b>6.523</b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	7.289	9.983
Sonstige Forderungen	891	292
Forderungen aus Ertragsteuern	146	222
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	417	88
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	18.385	16.932
<b>Summe kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>27.128</b>	<b>27.517</b>
<b>Aktiva, gesamt</b>	<b>29.113</b>	<b>34.040</b>

**KONZERN-BILANZ (IFRS)**

## PASSIVA

	31.03.2016	31.12.2015
	TEUR	TEUR
<b>Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital*	1.150	1.150
Kapitalrücklage	66.418	66.410
Eigene Anteile	-3.544	-3.105
Bilanzverlust	-45.782	-46.250
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	-2.720	-2.199
<b>Summe</b>	<b>15.523</b>	<b>16.006</b>
Nicht-beherrschende Anteile	539	503
<b>Summe Eigenkapital</b>	<b>16.061</b>	<b>16.508</b>
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>		
Latente Steuerverbindlichkeiten	95	96
<b>Summe langfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>95</b>	<b>96</b>
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	10.520	13.618
Sonstige Verbindlichkeiten	559	1.254
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	1.564	2.300
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	314	265
<b>Summe kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>12.957</b>	<b>17.436</b>
<b>Summe Verbindlichkeiten</b>	<b>13.052</b>	<b>17.532</b>
<b>Passiva, gesamt</b>	<b>29.113</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 21.183.505 Aktien sich am 31. März 2016 (31. Dezember 2015: 21.460.708) im Umlauf befanden.

**KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG (IFRS)**

1/2

	01.01.-31.03.2016	01.01.-31.03.2015
	TEUR	TEUR
<b>Periodenergebnis</b>	<b>544</b>	<b>-308</b>
<b>Anpassungen für:</b>		
Abschreibungen	-42	65
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Gegenständen des Anlagevermögens	-1	0
Aktienbasierte Vergütung	8	17
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Wertpapieren	-13	3
Andere Finanzerträge und Finanzaufwendungen	-52	-54
Steuerergebnis	81	1
Sonstige nicht-zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge	-167	-49
<b>Brutto-Cashflow</b>	<b>358</b>	<b>-325</b>
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.576	611
Veränderung anderer Aktiva	-692	-105
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-2.835	-1.728
Veränderung anderer Passiva	-1.405	-922
Vereinnahmte Ertragsteuern	97	0
Gezahlte Ertragsteuern	-52	0
Vereinnahmte Zinsen	70	8
Gezahlte Zinsen	-20	0
<b>Netto-Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit</b>	<b>-1.903</b>	<b>-2.462</b>
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	-12	-17
Erlöse aus dem Abgang von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	1	0
Einzahlungen aus der Tilgung gewährter Darlehen	3	0
Erlöse aus dem Verkauf/der Fälligkeit von Wertpapieren	5.323	2.000
Erwerb von Wertpapieren	-1.412	-1.000
<b>Netto-Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>3.903</b>	<b>983</b>

**KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG (IFRS)**

2/2

	01.01.-31.03.2016	01.01.-31.03.2015
	TEUR	TEUR
Auszahlungen für den Rückkauf eigener Aktien	-439	0
Ausschüttung an nicht beherrschende Anteile	-40	0
<b>Netto-Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-479</b>	<b>0</b>
Zahlungswirksame Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.521	-1.478
<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	-68	1
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode</b>	<b>18.385</b>	<b>10.449</b>



**KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG  
(IFRS)**

	Stand 01.01.2016	Gesamt- ergebnis	Aktienbasierte Vergütung	Dividenden	Rückkauf eigener Aktien	Stand 31.03.2016
<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)	2.571		8			2.579
Aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V. (TEUR)	63.839					63.839
<b>Eigene Anteile</b>						
Anzahl der Aktien	1.539.292				277.203	1.816.495
Rückkaufswert (TEUR)	-3.105				-438	-3.543
<b>Bilanzverlust (TEUR)</b>	<b>-46.251</b>	<b>469</b>				<b>-45.782</b>
<b>Kumuliertes sonstiges Ergebnis</b>						
Währungsdifferenzen (TEUR)	-880	-168				-1.048
Unrealisierte Gewinne/(Verluste) aus zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren (TEUR)	-1.319	-354				-1.673
<b>Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)</b>	<b>16.005</b>	<b>-53</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>-438</b>	<b>15.522</b>
Nicht-beherrschende Anteile (TEUR)	503	76		-40		539
<b>Eigenkapital (TEUR)</b>	<b>16.508</b>	<b>23</b>	<b>8</b>	<b>-40</b>	<b>-438</b>	<b>16.061</b>

## KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG (IFRS)

	Stand 01.01.2015	Gesamt- ergebnis	Aktienbasierte Vergütung	Dividenden	Rückkauf eigener Aktien	Stand 31.03.2015
<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		17			2.588
Aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V. (TEUR)	63.782					63.782
<b>Eigene Anteile</b>						
Anzahl der Aktien	1.759.292					1.759.292
Rückkaufswert (TEUR)	-3.281					-3.281
<b>Bilanzverlust (TEUR)</b>	<b>-46.218</b>	<b>-326</b>				<b>-46.544</b>
<b>Kumuliertes sonstiges Ergebnis</b>						
Währungsdifferenzen (TEUR)	-888	1				-887
Unrealisierte Gewinne/(Verluste) aus zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren (TEUR)	-1.155	17				-1.138
<b>Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)</b>	<b>15.961</b>	<b>-308</b>	<b>17</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>15.670</b>
Nicht-beherrschende Anteile (TEUR)	335	18				353
<b>Eigenkapital (TEUR)</b>	<b>16.296</b>	<b>-290</b>	<b>17</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>16.023</b>

## AUSGEWÄHLTE, ERLÄUTERENDE ANHANGSANGABEN

Konzern-Segmentbericht (IFRS)

Q1 2016	ad pepper media	Webgains	ad agents	admin	Zwischen- segment- Eliminierung	Konzern
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
<b>Gesamtumsatz</b>	<b>1.104</b>	<b>10.659</b>	<b>2.657</b>	<b>75</b>	<b>-77</b>	<b>14.418</b>
Davon Umsatz mit Drittkunden	1.104	10.657	2.657	0	0	14.418
Davon Intersegmentumsätze	0	2	0	75	-77	0
<b>Aufwendungen und sonstige Erträge</b>	<b>-1.013</b>	<b>-10.046</b>	<b>-2.420</b>	<b>-454</b>	<b>75</b>	<b>-13.857</b>
Davon Abschreibungen	-3	81	-8	-28	0	42
Davon andere nicht-zahlungswirksame Erträge	42	240	8	12	0	302
Davon andere nicht-zahlungswirksame Aufwendungen	-4	-117	0	-40	0	-161
<b>EBITDA</b>	<b>94</b>	<b>533</b>	<b>246</b>	<b>-351</b>	<b>-2</b>	<b>519</b>
<b>EBIT</b>	<b>91</b>	<b>613</b>	<b>238</b>	<b>-379</b>	<b>-2</b>	<b>561</b>
<b>Finanzerträge</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>128</b>	<b>0</b>	<b>129</b>
<b>Finanzaufwendungen</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-64</b>	<b>0</b>	<b>-64</b>
<b>Steuern vom Einkommen und vom Ertrag</b>						<b>-81</b>
<b>Periodenergebnis</b>						<b>544</b>

## Konzern-Segmentbericht (IFRS)

Q1 2015	ad pepper media	Webgains	ad agents	admin	Zwischen- segment- Eliminierung	Konzern
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
<b>Gesamtumsatz</b>	<b>1.740</b>	<b>7.941</b>	<b>1.919</b>	<b>55</b>	<b>-56</b>	<b>11.599</b>
Davon Umsatz mit Drittkunden	1.739	7.941	1.919	0	0	11.599
Davon Intersegmentumsätze	1	0	0	55	-56	0
<b>Aufwendungen und sonstige Erträge</b>	<b>-1.584</b>	<b>-8.004</b>	<b>-1.943</b>	<b>-481</b>	<b>55</b>	<b>-11.957</b>
Davon Abschreibungen	-3	-19	-13	-31	0	-65
Davon andere nicht-zahlungswirksame Erträge	135	43	0	0	0	178
Davon andere nicht-zahlungswirksame Aufwendungen	-18	-152	-1	-19	0	-190
<b>EBITDA</b>	<b>158</b>	<b>-44</b>	<b>-11</b>	<b>-395</b>	<b>-1</b>	<b>-292</b>
<b>EBIT</b>	<b>155</b>	<b>-62</b>	<b>-24</b>	<b>-426</b>	<b>-1</b>	<b>-358</b>
<b>Finanzerträge</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>64</b>	<b>-5</b>	<b>60</b>
<b>Finanzaufwendungen</b>	<b>-4</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>-9</b>	<b>5</b>	<b>-9</b>
<b>Steuern vom Einkommen und vom Ertrag</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-1</b>
<b>Periodenergebnis</b>						<b>-308</b>

## 1. Grundlage für die Erstellung des Konzern-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 Quartalsabschluss 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 31. März 2016 wurde vom Vorstand am 02. Mai 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 wurden keine neuen Standards und Interpretationen im Rahmen des Komitologieverfahrens übernommen.

## 3. Konsolidierungskreis

Im Einzelnen sind folgende Gesellschaften im Konzern-Abschluss einbezogen:

Gesellschaft	31.03.2016	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 sonstigen betrieblichen Erträge enthalten im Wesentlichen die zweite variable Kaufpreiskomponente in Höhe von TEUR 100 für das in 2014 veräußerte Vermarktungsgeschäft (mediasquares). Weitere sonstige betriebliche Erträge resultieren mit TEUR 73 (Q1 2015: TEUR 33) aus der Auflösung von nicht ausbezahlten Affiliate-Guthaben im Webgains-Segment, deren Auszahlung ad pepper media nicht mehr für wahrscheinlich einschätzt, sowie aus Währungskursgewinnen in Höhe von TEUR 730 (Q1 2015: TEUR 148).

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen beinhalten im ersten Quartal 2016 im Wesentlichen Währungskursverluste in Höhe von TEUR 670 (Q1 2015: TEUR 108) und Abschreibungen auf Forderungen in Höhe von TEUR 120 (Q1 2015: TEUR 102). Das Finanzergebnis in Höhe von TEUR 65 besteht im ersten Quartal 2016 aus Zinserträgen in Höhe von TEUR 52 (Q1 2015: TEUR 54) und Gewinnen aus der Veräußerung von Wertpapieren des Anlagevermögens in Höhe von TEUR 13 (Q1 2015: TEUR 3).

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

Die sonstigen Verbindlichkeiten reduzierten sich um TEUR 695 im Vergleich zum 31. Dezember 2015, was im Wesentlichen auf niedrigere Umsatzsteuerverbindlichkeiten zurückzuführen ist. Der Rückgang der sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten um TEUR 736 auf TEUR 1.564 im ersten Quartal 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	
	Q1 2016	Q1 2015	31.03. 2016	31.03. 2015
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Deutschland	4.244	3.501	223	427
Vereinigtes Königreich	7.593	6.020	209	152
Spanien	913	764	16	2
USA	1.358	562	3	2
Skandinavien	0	431	0	2
Sonstige	309	320	4	9
Summe	14.418	11.599	455	594

Umsätze in Höhe von TEUR 1.601 (Q1 2015: TEUR 858) 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.

Am 1. Februar 2016 beschloss der Vorstand der ad pepper media International N.V., insgesamt bis zu 690.000 Aktien über die Börse zurückzukaufen, was einem Anteil von bis zu drei Prozent des Grundkapitals der Gesellschaft entspricht. Im ersten Quartal 2016 wurden 277.203 eigene Aktien erworben.

Per 31. März 2016 hält die ad pepper media International N.V. 1.816.495 eigene Aktien (31. März 2015: 1.759.292) mit einem Nennwert von je EUR 0,05, was 7,9 Prozent (31. März 2015: 7,65 Prozent) des Grundkapitals entspricht. Gemäß Hauptversammlungsbeschluss können die eigenen Aktien zur Bedienung von Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen und für Akquisitionen eingesetzt werden.

### Veräußerung eigener Aktien

In den ersten drei Monaten des Jahres 2016 wurden keine Anteile veräußert (Q1 2015: 0). Es wurden ebenfalls keine Anteile im Rahmen der Mitarbeiteroptionsprogramme veräußert oder ein Barausgleich für bereits erdiente Aktienoptionen vorgenommen (Q1 2015: 0).

### Zahl der ausgegebenen Aktien

Die Zahl der ausgegebenen und im Umlauf befindlichen Aktien beläuft sich nach Abzug eigener Aktien zum 31. März 2016 auf 21.183.505 Stück (31. März 2015: 21.240.708 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 31. März 2016 waren insgesamt 1.053.900 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.

	Aktien- besitz zum 31.03.2016	Optionen zum 31.03.2016
<b>Vorstand</b>		
Dr. Ulrike Handel	200.000	100.000
Dr. Jens Körner	0	210.000
<b>Ehemaliger Vorstand</b>		<b>389.500</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>394.400</b>
<b>Unternehmen mit maßgeblichem 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 31. März 2016 in wesentlichem Umfang beeinflusst hätten.

Amsterdam/Nürnberg, den 02. Mai 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:

Hauptversammlung 2016 (Amsterdam, Niederlande)	10. Mai 2016
Quartalsbericht II /2016	19. August 2016
Quartalsbericht III / 2016	18. November 2016

## 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)**