



***Ungeprüfter verkürzter Konzernzwischenabschluss
zum 30. Juni 2012***

6 Die ad pepper media-Aktie

8 Konzernzwischenlagebericht

- 8 Struktur der ad pepper media-Gruppe
- 10 Allgemeine Informationen zum Lagebericht
- 12 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
- 15 Wichtige Ereignisse und Maßnahmen
- 16 Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage
- 18 Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten
- 19 Mitarbeiter
- 20 Risiko- und Chancenbericht
- 21 Prognosebericht
- 22 Versicherung der gesetzlichen Vertreter

24 Konzernzwischenabschluss

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

54 Weitere Informationen

- 54 Finanzkalender
- 54 Kontakt/Impressum

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

	1. Hj. 2012	1. Hj. 2011
XETRA Schlusskurs am Periodenende in EUR	0,90	1,74
Höchstkurs in EUR	1,54	2,09
Tiefstkurs in EUR	0,88	1,60
Marktkapitalisierung am Periodenende in EUR	20,7 Mio.	44,0 Mio.
Durchschnittliches Handels- volumen in Stück (XETRA)	20.137	30.624
Ergebnis je Aktie (unverwässert) in EUR	-0,06	-0,04
Net Cash per Share* in EUR	0,71	0,75

* (liquide Mittel – langfristige Verbindlichkeiten) / Anzahl ausgegebene Aktien

Aktienkursentwicklung der letzten 12 Monate (Xetra)



Aktionärsstruktur per 30.06.2012

Aktionär	Aktien Stück	des Grundkapitals in Prozent
EMA B.V.	9.486.402	41,25
Eigene Anteile	1.759.292	7,65
U. Schmidt	1.005.524	4,37
Euroserve Media GmbH	436.963	1,90
M. A. Carton	0	0,00
Viva Media Service GmbH	41.554	0,18
Zwischensumme	12.729.735	55,35
Freefloat	10.270.265	44,65
Summe	23.000.000	100,00

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 12 Niederlassungen in sechs europäischen Ländern und den USA wickelt ad pepper media für Tausende von nationalen und internationalen Werbekunden Kampagnen in derzeit mehr als 50 Ländern weltweit ab. Wir sind mit drei Geschäftsbereichen im Online-Werbemarkt aktiv: ad pepper media, Webgains und ad agents.

ad pepper media

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

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

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

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

mailpepper bietet die Möglichkeit, via E-Mail-Versand schnell und effektiv breite oder auch sehr spezielle Zielgruppen direkt anzusprechen, die

einer Kontaktaufnahme durch ad pepper media oder den Werbungtreibenden explizit zugestimmt haben.

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

Webgains

ist eines der führenden internationalen Affiliate-Netzwerke mit Niederlassungen in Großbritannien, Frankreich, Deutschland, den Niederlanden, USA, Spanien sowie Schweden und Dänemark.

Das Erreichen großer Reichweite über eine Vielzahl von Websites bei gleichzeitig erfolgsabhängiger Bezahlung macht Affiliate-Marketing für alle Teilnehmer so attraktiv. Affiliate-Marketing ist ein provisionsbasiertes Werbemodell, wobei Websitebetreiber (Affiliates) Internet-Traffic auf Seiten von Werbungtreibenden (Merchant) lenken und im Gegenzug hierfür einen Prozentsatz des dort getätigten Kaufumsatzes erhalten.

Webgains überzeugt dabei nicht nur durch herausragenden Service, sondern hat in den letzten 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.

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 2011 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) 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

Welt/Europa/Deutschland

Während im laufenden Jahr insgesamt mit einem soliden Wachstum der Weltwirtschaft zu rechnen ist, haben die konjunkturellen Risiken, die auf eine mögliche Abkühlung der Weltwirtschaft deuten, im zweiten Quartal zugenommen. Der Internationale Währungsfonds geht allerdings weiterhin von einem Wachstum über 2 Prozent in 2012 aus.

So haben die Unsicherheiten auf den Finanzmärkten bezüglich der weiteren Entwicklung der weltweiten Staatsschuldenkrisen weiter zugenommen, insbesondere die Euro-Krise bleibe die größte Bedrohung für die Finanzstabilität, erklärte der Währungsfonds. Die hohe Unsicherheit und damit verbundene Risiken reduzieren die Belastbarkeit der Prognosen zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung in der Welt, Europa und Deutschland erheblich. Einer jüngeren Weltbank-Prognose zufolge verringert sich die Wirtschaftsleistung der Eurozone im laufenden Jahr entsprechend um 0,3 Prozent. Darüber hinaus schwäche sich auch in aufstrebenden Staaten wie China, Brasilien und Indien das Wachstum deutlich ab. Alle Schwellen- und Entwicklungsländer zusammen wachsen dem Ausblick zufolge dieses Jahr um 5,4 Prozent. ad pepper media stellt sich daher auf ein im Laufe der kommenden Monate schwieriger werdendes makroökonomisches Umfeld ein.

Werbemarkt

Auch wenn die meisten Volkswirtschaften der Eurozone deutliche Anzeichen von Schwäche zeigen bzw. sich bereits in oder am Rande einer Rezession befinden, präsentiert sich ein Wirtschaftszweig bislang nahezu unbeeindruckt: Die Online-Werbung. Nach den Zahlen der diesjährigen AdEx-Benchmark-Studie des Interactive Advertising Bureau (IAB) investieren die Werbungtreibenden in den europäischen Staaten inzwischen jeden fünften Euro in den Online-Bereich. Ausgaben für Online-Werbung stiegen dabei länderübergreifend um 14,5 Prozent bzw. über EUR 20 Mio. gegenüber dem Vorjahr. Der übrige Werbemarkt konnte hingegen nur 0,8 Prozent Wachstum verzeichnen. Die Top 5 Länder sind Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Italien und die Niederlande.

Gemeinsam haben sie einen Anteil von 67,9 Prozent am gesamten europäischen Werbemarkt. Laut derselben Studie hat Videowerbung in Europa inzwischen einen Anteil von 8 Prozent an der gesamten Display-Werbung. Mit knapp 10 Prozent liegt hier Schweden an der Spitze. In Deutschland hat Bewegtbild-Werbung mit einem Betrag von EUR 117 Mio. die 100 Mio. Euro-Schwelle bereits hinter sich gelassen. Auch Großbritannien konnte diese bereits mit einem Wert von EUR 126 Mio. überschreiten. Mobile-Advertising verzeichnet zwar ein enormes Wachstum, kommt aber bisher nur auf einen Anteil von ein bis drei Prozent in den europäischen Werbemärkten.

Der Trend zur Technologisierung des Online-Marketing setzt sich dabei weiter fort: Insbesondere das sogenannte Real Time Bidding (RTB) wird die Art und Weise, wie Online-Werbung im klassischen Displaygeschäft bisher durchgeführt wird, in weiten Teilen revolutionieren: RTB stellt eine neue technische Infrastruktur in Form von Werbeplattformen dar, an die sich Vermarkter mit ihren Sites und Publisher anschließen. Dabei haben es sich sogenannte Supply Side Plattformen (SSP) zum Ziel gesetzt, für Publisher die bestmögliche Monetarisierung des Werbeinventars zu übernehmen. Die maximale Verbreitung des Inventars durch die verschiedenen Nachfrage-Kanäle zielt dabei auf eine Steigerung der Publisher-Werbeumsätze bei gleichzeitig höherer Preistransparenz und Kontrolle. Agenturen verknüpfen sich ihrerseits über sogenannte Trading Desks und eigene Einkaufsplattformen mit den Anbieterplattformen. Damit ist es möglich, jede Platzierung bzw. jeden User über nur ein Interface zu erreichen. Ein Beispiel sind sogenannte Demand Side Platforms (DSP). DSP's sind unabhängige Dienstleister, die Reichweiten für Agenturen und Kunden unter einer Oberfläche bündeln, um so den Einkaufspreis für Kunden zu optimieren und Buchungen sowie das Reporting zu vereinfachen. Die Effizienz wird anhand des Einkaufspreises und vorab festgelegter Erfolgsparameter wie beispielsweise Traffic oder Konvertierung gemessen. Dabei bieten sie nicht selbst Werbeflächen an, sondern es ist vielmehr möglich, Preise bei verschiedenen Online-Werbevermarktern und Marktplätzen automatisiert zu vergleichen, eine Buchungsentscheidung zu treffen und an Echtzeitauktionen von Inventar teilzunehmen.

Wie in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres erkennbar, hat

die Entwicklung weg von der klassischen Inventarbündelung hin zum Real Time Bidding - analog zu den meisten anderen Online-Werbevermarktern - auch bei ad pepper media deutliche Spuren hinsichtlich der Umsatzentwicklung hinterlassen (Segment ad pepper media core betreffend) und droht das konventionelle Displayvermarktungsgeschäft zu verdrängen. Mit unserer proprietären Real Time Bidding Plattform adEXplorer sind wir unseres Erachtens bestens aufgestellt, um den Umsatztrend mittelfristig nicht nur zu stoppen, sondern auch umzukehren. Insofern beabsichtigen wir, den sich derzeit vollziehenden Transformationsprozess aktiv mitzugestalten und von zusätzlichen Umsatzpotenzialen zu profitieren.

Wichtige Ereignisse und Maßnahmen

ad pepper media USA LLC beteiligt mit 15 Prozent an React2Media, einem dynamisch wachsenden Onlinewerbevermarkter mit Sitz in New York, USA

ad pepper media USA LLC hat sich mit Wirkung zum 01. April 2012 insgesamt 15 Prozent an React2Media LLC, New York, gesichert, einem dynamisch wachsenden Onlinewerbevermarkter mit Fokus auf semantisches Targeting und RTB-Technologie. Gleichzeitig vereinbarten beide Gesellschaften eine enge Kooperation auf den Gebieten iSense, SiteScreen und der RTB-Plattform adEXplorer.

***Gewinnung namhafter Kunden setzt sich fort: Emediate gewinnt Schibsted, einer der größten skandinavischen Medienkonzerne
Webgains gewinnt Nike, einen der weltweit größten Sportartikel-Hersteller***

Emediate, eine 100 prozentige Tochter der ad pepper media, ist der führende Anbieter von Ad Server-Lösungen in den nordischen Ländern und kann mit der Gewinnung der norwegischen Schibsted Media Group seine Marktpenetration in Skandinavien nochmals deutlich erhöhen. Schibsted ist eines der führenden Medienkonzerne in Nordeuropa.

Webgains konnte sich gegen sämtliche Wertbewerber durchsetzen und gewinnt Nike als neuen Kunden. Damit steigt Webgains erstmals in das lukrative Großkunden-Geschäft ein.

Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Ertragslage

ad pepper media International N.V. ist in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres bereinigt um eingestellte Aktivitäten (im Wesentlichen USA und Schweden) um 7,3 Prozent gegenüber der entsprechenden Vorjahresperiode gewachsen. Die drei Segmente entwickelten sich dabei folgendermaßen: ad pepper media verzeichnete einen Umsatzrückgang um 23,0 Prozent, bereinigt um die eingestellten Aktivitäten ergibt sich ein Rückgang um 14,2 Prozent. Grund für die rückläufige Tendenz ist der sich derzeit sowohl innerhalb der ad pepper media-Gruppe als auch branchenweit vollziehende Transformationsprozess, wonach ein immer größerer Anteil des Display-Buchungsvolumens nicht mehr über klassische Inventarbündelung, sondern in Form von Real Time Bidding abgewickelt wird. Ad Exchanges haben sich in kürzester Zeit vom Restplatzanbieter hin zum Inventarmagneten entwickelt und drohen das konventionelle Displayvermarktungsgeschäft zu verdrängen. Mit unserer proprietären Real Time Bidding Plattform adExplorer sind wir unserer Erachtens gut aufgestellt, um diesem Trend entgegenzuwirken.

Das zweite operative Segment der Gruppe, Webgains, ist in den ersten sechs Monaten gegenüber dem Vorjahr um 9,7 Prozent gewachsen. Wachstumstreiber war insbesondere Großbritannien, also der Kernmarkt unseres Affiliategeschäfts, wo zahlreiche neue Kunden gewonnen werden konnten. ad agents schließlich, das dritte Standbein der Gruppe, konnte den ersten Sechsmonatszeitraum gegenüber dem Vorjahreszeitraum mit einem fulminanten Umsatzwachstum von 69,0 Prozent abschließen. Das überdurchschnittliche Wachstum der letzten Quartale ist in diesem Segment also weiter ungebrochen.

Aus einer gegenüber der Umsatzentwicklung rückläufigen Bruttomarge von 40,3 Prozent (1. Hj. 2011: 43,3 Prozent), resultierte ein Bruttoergebnis vom Umsatz in Höhe von TEUR 10.729 (1. Hj. 2011: TEUR 11.344). Trotz der moderaten Entwicklung hinsichtlich Umsatz und Bruttomarge konnten dank umfangreicher Kostenoptimierungsmaßnahmen sämtliche Profitabilitätskennziffern der Gruppe verbessert werden, zum Teil sogar deutlich: Die operativen Kosten sanken innerhalb der ersten sechs Monate des laufenden Jahres gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum um 11,9 Prozent und damit von TEUR 13.604 auf TEUR 11.972, so dass sich das EBITDA auf TEUR -1.012 (1. Hj. 2011: TEUR -1.995) und das

Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) auf TEUR -1.243 (1. Hj. 2011: TEUR -2.260) verbesserte. Das Ergebnis vor Steuern (EBT) betrug in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres TEUR -840 (1. Hj. 2011: TEUR -1.782) und das Periodenergebnis beträgt TEUR -1.087 (1. Hj. 2011: TEUR -2.048).

Finanzlage

Der Brutto Cash-Flow betrug TEUR -981 (1. Hj. 2011: TEUR -1.731), während für den operativen Cash-Flow ein Wert von TEUR -714 nach TEUR -3.501 in den ersten sechs Monaten des Jahres 2011 verzeichnet wurde. Der Netto Cash-Flow aus Investitionstätigkeit betrug im ersten Halbjahr 2012 TEUR 1.777 (1. Hj. 2011: TEUR 2.996). Der Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit betrug in den sechs Monaten 2012 TEUR -260 nach TEUR -1.163 im entsprechenden Zeitraum des Vorjahres.

Vermögenslage

Die Bilanzsumme hat sich gegenüber der entsprechenden Vorjahresperiode um TEUR 1.204 auf TEUR 33.371 erhöht. Die liquiden Mittel (einschließlich Wertpapierbeständen zum beizulegenden Zeitwert sowie Termineinlagen) sanken trotz laufender Investitionen nur geringfügig auf TEUR 16.275 (30.06.2011: TEUR 17.278). Zusätzlich hält ad pepper media 1.759.292 eigene Aktien. Bankverbindlichkeiten bestehen weiterhin nicht. Die Eigenkapitalquote beträgt 68,5 Prozent (30.06.2011: 71,1 Prozent).

Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten

Die ad pepper media verfügt mit der Emediate ApS und Crystal Semantics Ltd über Beteiligungen, die einen bedeutenden Teil der Entwicklungen für das Admin-Segment 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 selbst statt. Im Sinne einer konservativen Buchführung, werden die Entwicklungskosten der ad pepper media-Gruppe nicht als selbsterstellte Software aktiviert, sondern gänzlich im Aufwand erfasst.

Mitarbeiter

Per 30. Juni 2012 beschäftigte die ad pepper media-Gruppe 255 Mitarbeiter. Zum Ende des entsprechenden Vorjahreszeitraumes waren insgesamt 289 Mitarbeiter beschäftigt. Die Mitarbeiter der ad pepper media-Gruppe waren in folgenden Segmenten beschäftigt:

	30. Juni 2012	30. Juni 2011
	<i>Anzahl</i>	<i>Anzahl</i>
<i>ad pepper media</i>	118	158
<i>Webgains</i>	75	81
<i>ad agents</i>	43	26
<i>Administration</i>	19	24

Risiko- und Chancenbericht

Gegenüber dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2011 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 2011.

Prognosebericht

Die Entwicklung des operativen Geschäftes der ad pepper media-Gruppe während der ersten sechs Monate des Geschäftsjahres war geprägt durch ein schwaches Wachstum des Segments ad pepper media, während die beiden anderen Segmente Webgains und ad agents weiterhin eine sehr erfreulich Tendenz zeigten. Hinsichtlich des Segmentes ad pepper media gehen wir mittlerweile von stabilen Umsatzzahlen im vor uns liegenden Dreimonatszeitraum aus (bereinigt um eingestellte Aktivitäten), bei gleichzeitig anhaltender Wachstumsdynamik in den Segmenten Webgains und ad agents. Darüber hinaus sollte die Kostenstruktur nur leicht über derjenigen des hinter uns liegenden Dreimonatszeitraums entsprechen, so dass wir vorsichtig optimistisch auf das dritte Quartal blicken. Angesichts des vor uns liegenden traditionell schwachen Sommerquartals rechnen wir jedoch weiterhin mit negativen Profitabilitätskennziffern. Erst im Schlussquartal erwarten wir positive Profitabilitätskennziffern.

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.

Amsterdam/Nürnberg, 19. Juli 2012
ad pepper media International N.V.

Ulrich Schmidt, Jens Körner, Michael A. Carton

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (IFRS)

	Q2 2012	Q2 2011	01.01.-30.06. 2012	01.01.-30.06. 2011
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Umsatzerlöse	13.328	13.370	26.641	26.229
<i>Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen</i>	-7.726	-7.436	-15.912	-14.885
Bruttoergebnis vom Umsatz	5.602	5.934	10.729	11.344
<i>Vertriebskosten</i>	-4.001	-4.210	-8.018	-8.280
<i>Allgemeine und Verwaltungskosten</i>	-2.210	-2.569	-4.309	-5.196
<i>Sonstige betriebliche Erträge</i>	343	123	552	262
<i>Sonstige betriebliche Aufwendungen</i>	-82	-313	-197	-390
Ergebnis vor Zinsen und Steuern	-348	-1.035	-1.243	-2.260
<i>Finanzerträge</i>	85	194	437	489
<i>Finanzierungsaufwendungen</i>	-26	-5	-34	-11
Ergebnis vor Steuern	-289	-846	-840	-1.782
<i>Steuern vom Einkommen und vom Ertrag</i>	-107	-50	-247	-266
Periodenergebnis	-396	-896	-1.087	-2.048
<i>davon entfallen auf Anteilseigner des Mutterunternehmens</i>	-441	-931	-1.191	-2.129
<i>davon entfallen auf Minderheitsanteile</i>	45	35	104	81
<i>Ergebnis je Aktie (unverwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)</i>	-0,02	-0,04	-0,06	-0,10
<i>Ergebnis je Aktie (verwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)</i>	-0,02	-0,04	-0,06	-0,10
	Q2 2012	Q2 2011	1. Hj. 2012	1. Hj. 2011
	Stück	Stück	Stück	Stück
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	21.240.708	21.228.840	21.240.708	21.168.415
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (verwässert)	21.240.708	21.228.840	21.240.708	21.168.415

Konzern-Gesamterfolgsrechnung (IFRS)

	Q2 2012	Q2 2011	1. Hj. 2012	1. Hj. 2011
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Periodenergebnis	-396	-896	-1.087	-2.048
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	61	-12	31	-117
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	-232	-103	1.328	299
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen	283	-52	133	-240
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen	112	-167	1.492	-58
Gesamterfolg	-284	-1.063	405	-2.106
davon auf Minderheitsanteile entfallend	45	35	104	81
davon auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallend	-329	-1.098	301	-2.187

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 2012			Q2 2011			1. Hj. 2012			1. Hj. 2011		
	TEUR			TEUR			TEUR			TEUR		
	vor Ertrag-steuern	Ertrag-steuern	nach Ertrag-steuern									
Unterschiede aus der Währungsumrechnung (inkl. Minderheitenanteile)	61	0	61	-12	0	-12	31	0	31	-117	0	-117
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	-232	0	-232	-103	0	-103	1.328	0	1.328	299	0	299
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen	283	0	283	-52	0	-52	133	0	133	-240	0	-240
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen	112	0	112	-167	0	-167	1.492	0	1.492	-58	0	-58

Konzern-Bilanz (IFRS)

Aktiva	30. Juni 2012	31. Dezember 2011
	TEUR	TEUR
Langfristige Vermögenswerte		
Firmenwerte	24	24
Immaterielle Vermögenswerte	144	247
Sachanlagen	483	393
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Wertpapiere des Anlagevermögens	3.083	2.277
Zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere des Anlagevermögens	2.579	4.192
Andere finanzielle Vermögenswerte	7.300	6.821
Latente Steuern	372	368
Summe langfristige Vermögenswerte	13.985	14.322
Kurzfristige Vermögenswerte		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	7.461	9.918
Forderungen aus Ertragsteuern	535	562
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	498	456
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	280	407
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	10.612	9.778
Summe kurzfristige Vermögenswerte	19.386	21.121
Aktiva, gesamt	33.371	35.443

Konzern-Bilanz (IFRS)

Passiva	30. Juni 2012	31. Dezember 2011
	TEUR	TEUR
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital*	1.150	1.150
Kapitalrücklage	66.201	66.193
Eigene Anteile	-3.281	-3.281
Bilanzverlust	-41.672	-40.481
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	228	-1.264
Summe	22.626	22.317
Minderheitsanteile	239	395
Summe Eigenkapital	22.865	22.712
Langfristige Verbindlichkeiten		
Latente Steuern	0	0
Summe langfristige Verbindlichkeiten	0	0
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	7.220	8.935
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	757	1.319
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2.371	2.371
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	158	106
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten	10.506	12.731
Summe Verbindlichkeiten	10.506	12.731
Passiva, gesamt	33.371	35.443

* 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 2012 21.240.708 (31. Dezember 2011: 21.240.708) Aktien im Umlauf befanden.

Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)

	01.01.12-30.06.2012	01.01.11-30.06.2011
	TEUR	TEUR
Periodenergebnis	-1.087	-2.048
Überleitung zwischen Periodenergebnis und Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit		
Abschreibungen	231	265
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Gegenständen des Anlagevermögens	1	-9
Aktienbasierte Vergütung	8	45
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Wertpapieren	-6	-21
Andere Finanzerträge und Finanzierungsaufwendungen	-397	-457
Steuerergebnis	247	266
Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge	22	228
Brutto-Cash-Flow	-981	-1.731
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.435	439
Veränderung anderer Aktiva	109	211
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-1.715	-689
Veränderung anderer Verbindlichkeiten	-563	-1.494
Vereinnahmte Ertragsteuern	254	0
Gezahlte Ertragsteuern	-421	-402
Vereinnahmte Zinsen	211	165
Gezahlte Zinsen	-43	0
Netto-Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit	-714	-3.501

Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)

	01.01.12-30.06.2012	01.01.11-30.06.2011
	TEUR	TEUR
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	-219	-164
Erlöse aus dem Abgang von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	0	16
Auszahlungen für den Erwerb von Anteilen an sonstigen Beteiligungen	-30	-887
Auszahlungen für die Gewährung von Darlehen	-350	-150
Einzahlungen aus der Tilgung gewährter Darlehen	16	0
Erlöse aus dem Verkauf/der Fälligkeit von Wertpapieren und Fälligkeit von Termineinlagen	3.476	6.002
Erwerb von Wertpapieren	-1.116	-1.821
Netto-Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	1.777	2.996
Ausschüttung an Anteilseigner des Mutterunternehmens	0	-1.061
Ausschüttung an Minderheiten	-260	-264
Ausgabe eigener Aktien	0	209
Erwerb eigener Anteile	0	-47
Netto-Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	-260	-1.163
Einfluss von Wechselkursänderungen auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	31	-117
Zahlungswirksame Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	803	-1.668
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres	9.778	9.803
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode	10.612	8.018

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung (IFRS)

	Stand 1. Januar 2011	Gesamt- erfolg	Aktien- basierte Vergütung	Erwerb eigener Anteile	Ausgabe eigener Anteile	Dividen- den	Stand 30. Juni 2011
Gezeichnetes Kapital							
Anzahl der Aktien	23.000.000						23.000.000
Gezeichnetes Kapital (TEUR)	1.150						1.150
Kapitalrücklage							
für Aktienoptionsprogramme (TEUR)	2.349		45				2.394
aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V. (TEUR)	64.843					-1.061	63.782
Eigene Anteile							
Anzahl der Aktien	1.953.792				-194.500		1.759.292
Rückkaufswert (TEUR)	-3.443			-47	209		-3.281
Bilanzverlust (TEUR)	-37.839	-2.129					-39.968
Kumuliertes sonstiges Ergebnis							
Währungsdifferenzen (TEUR)	-1.372	-117					-1.489
Marktbewertung von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren (TEUR)	-1.939	299					-1.640
Marktbewertung von zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen (TEUR)	1.967	-240					1.727
Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)	25.716	-2.187	45	-47	209	-1.061	22.675
Minderheitenanteile (TEUR)	370	81				-264	187
Eigenkapital (TEUR)	26.086	-2.106	45	-47	209	-1.325	22.862

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung (IFRS)

	Stand 1. Januar 2012	Gesamt- erfolg	Aktien- basierte Vergütung	Erwerb eigener Anteile	Ausgabe eigener Anteile	Dividen- den	Stand 30. Juni 2012
Gezeichnetes Kapital							
Anzahl der Aktien	23.000.000						23.000.000
Gezeichnetes Kapital (TEUR)	1.150						1.150
Kapitalrücklage							
für Aktienoptionsprogramme (TEUR)	2.411		8				2.419
aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V. (TEUR)	63.782						63.782
Eigene Anteile							
Anzahl der Aktien	1.759.292						1.759.292
Rückkaufswert (TEUR)	-3.281						-3.281
Bilanzverlust (TEUR)	-40.481	-1.191					-41.672
Kumuliertes sonstiges Ergebnis							
Währungsdifferenzen (TEUR)	-1.369	31					-1.338
Marktbewertung von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren (TEUR)	-3.304	1.328					-1.976
Marktbewertung von zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen (TEUR)	3.409	133					3.542
Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)	22.317	301	8	0	0	0	22.626
Minderheitenanteile (TEUR)	395	104				-260	239
Eigenkapital (TEUR)	22.712	405	8	0	0	-260	22.865

Konzern-Segmentbericht (IFRS)

1. Hj. 2012	<i>ad pepper media</i> TEUR	<i>Webgains</i> TEUR	<i>ad agents</i> TEUR	<i>Admin</i> TEUR	<i>Konsoli- dierung</i> TEUR	<i>Konzern</i> TEUR
Gesamtumsatz	10.125	10.517	6.150	254	-405	26.641
<i>davon Umsatz mit Drittkunden</i>	10.062	10.429	6.150	0	0	26.641
<i>davon Intersegmentumsätze</i>	63	88	0	254	-405	0
Aufwendungen und sonstige Erträge	-10.598	-10.587	-5.776	-1.177	254	-27.884
<i>davon Abschreibungen</i>	-67	-10	-28	-126	0	-231
<i>davon andere nicht zahlungswirksame Aufwendungen</i>	-4	-64	0	-36	-4	-108
EBITDA	-406	-60	402	-797	-151	-1.012
EBIT	-473	-70	374	-923	-151	-1.243
Finanzerträge	2	0	2	463	-30	437
Finanzierungsaufwendungen	-30	0	-5	-29	30	-34
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag						-247
Periodenergebnis						-1.087

Konzern-Segmentbericht (IFRS)

1. Hj. 2011	<i>ad pepper media</i> TEUR	<i>Webgains</i> TEUR	<i>ad agents</i> TEUR	<i>Admin</i> TEUR	<i>Konsoli- dierung</i> TEUR	<i>Konzern</i> TEUR
Gesamtumsatz	13.125	9.627	3.639	535	-697	26.229
<i>davon Umsatz mit Drittkunden</i>	13.082	9.508	3.639	0	0	26.229
<i>davon Intersegmentumsätze</i>	43	119	0	535	-697	0
Aufwendungen und sonstige Erträge	-14.097	-10.149	-3.351	-1.427	535	-28.489
<i>davon Abschreibungen</i>	-98	-9	-21	-138	1	-265
<i>davon andere nicht zahlungswirksame Aufwendungen</i>	-331	-140	-8	-43	-13	-534
EBITDA	-874	-513	309	-754	-163	-1.995
EBIT	-972	-522	288	-892	-162	-2.260
Finanzerträge	30	0	3	484	-28	489
Finanzierungsaufwendungen	-31	0	-1	-7	28	-11
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag						-266
Periodenergebnis						-2.048

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 2011 gelesen werden.

Der vorliegende Konzernzwischenabschluss zum 30. Juni 2012 wurde vom Vorstand am 19. Juli 2012 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 2011 erstellt wurde.

Die folgenden Änderungen von Standards und Interpretationen wurden im ersten Halbjahr 2012 veröffentlicht:

Änderung zu IFRS 1 „Darlehen der öffentlichen Hand“

Das International Financial Standards Board (IASB) hat am 13. März 2012 Änderungen an IFRS 1 „Erstmalige Anwendung der International Financial Reporting Standards“ in Bezug auf Darlehen der öffentlichen Hand veröffentlicht.

Die Änderungen des Standards wurden unter Bezugnahme auf die Veröffentlichung durch den IASB bereits im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2011 beschrieben.

Änderung zu IAS 1 „Darstellung des Abschlusses“ sowie Änderung zu IAS 19 „Leistungen an Arbeitnehmer“

Die EU-Kommission hat die Änderungen an IAS 1 „Darstellung des Abschlusses“ sowie IAS 19 „Leistungen an Arbeitnehmer durch Veröffentlichung“ im EU-Amtsblatt am 05. Juni 2012 in EU-Recht übernommen.

Die Änderungen an den Standards wurden unter Bezugnahme auf die Veröffentlichung durch den IASB vom 16. Juni 2011 bereits im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2011 beschrieben.

Verbesserungen an den IFRS 2009-2011

Der IASB hat am 17. Mai 2012 die Jährlichen Verbesserungen 2009-2011 endgültig verabschiedet.

Die Änderungen betreffen folgende Standards:

- IFRS 1 „Erstmalige Anwendung der IFRS“
- IAS 1 „Darstellung des Abschlusses“
- IAS 16 „Sachanlagen“
- IAS 32 „Finanzinstrumente: Ausweis“
- IAS 34 „Zwischenberichterstattung“

Die Änderungen treten für Berichtsperioden in Kraft, die am oder nach dem 1. Januar 2013 beginnen, wobei eine frühere Anwendung gestattet ist. Es ergeben sich hieraus keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss der ad pepper media International N.V.

3. Konsolidierungskreis

Im Einzelnen sind folgende Gesellschaften im Konzernabschluss einbezogen:

Gesellschaft	30.06. 2012 Prozent	31.12. 2011 Prozent
<i>ad pepper media GmbH, Nürnberg, Deutschland</i>	100	100
<i>ad pepper media Benelux B.V., Amsterdam, Niederlande</i>	100	100
<i>ad pepper media Sweden AB, Stockholm, Schweden</i>	100	100
<i>ad pepper media Denmark A/S, Kopenhagen, Dänemark</i>	100	100
<i>ad pepper media UK Ltd, London, Vereinigtes Königreich</i>	100	100
<i>ad pepper media France S.A.R.L., Paris, Frankreich</i>	100	100
<i>ad pepper media Spain S.A., Madrid, Spanien</i>	100	100
<i>ad pepper media USA LLC, New York, USA</i>	100	100
<i>Web Measurement Services B.V., Amsterdam, Niederlande</i>	100	100
<i>Crystal Semantics Ltd, London, Vereinigtes Königreich</i>	100	100
<i>Webgains Ltd, London, Vereinigtes Königreich</i>	100	100
<i>ad pepper media Australia Ltd, Melbourne, Australien</i>	0*	100
<i>ad pepper media SA, Küssnacht am Rigi, Schweiz</i>	100	100
<i>Globase International ApS, Kopenhagen, Dänemark</i>	100	100
<i>Emediate ApS, Kopenhagen, Dänemark</i>	100	100
<i>EMSEAS TEKNIK AB, Stockholm, Schweden</i>	100	100
<i>ad agents GmbH, Herrenberg, Deutschland</i>	60	60

* wurde per 27. Mai 2012 liquidiert

ad pepper media hält 20 Prozent an der SocialTyz LLC. Die SocialTyz LLC wird nicht „at equity“ in den Konzernzwischenabschluss einbezogen, da eine Geschäftsordnung vereinbart wurde, nach der für ad pepper media kein maßgeblicher Einfluss vorliegt. Die Beteiligung wird daher weiterhin zu Anschaffungskosten bilanziert.

Im Zuge von zwei Kapitalerhöhungen bei der Videovalis GmbH im Laufe des ersten Halbjahres 2012, die jeweils unter Ausschluss des Bezugsrechts der Altgesellschafter durchgeführt wurden, hält ad pepper media noch insgesamt 40,5 Prozent an der Videovalis GmbH (31. Dezember 2011: 49 Prozent). Die Videovalis GmbH wird nicht „at equity“ in den Konzernzwischenabschluss einbezogen, da nach den Regelungen der Satzung für ad pepper media kein maßgeblicher Einfluss vorliegt. Die Beteiligung wird daher weiterhin zu Anschaffungskosten bilanziert.

ad pepper media USA LLC beteiligte sich mit Wirkung zum 1. April 2012 an React2Media zu 15 Prozent. Der Kaufpreis lag bei TUSD 40. Die Beteiligung wird zu Anschaffungskosten bilanziert.

4. Erläuterungen zum Zwischenabschluss

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

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

Im Finanzergebnis sind realisierte Netto-Kursgewinne aus dem Verkauf von Wertpapieren in Höhe von TEUR 6 (1. Hj. 2011: TEUR 21) sowie unrealisierte Netto-Bewertungsgewinne in Höhe von TEUR 215 (1. Hj. 2011: TEUR 0) enthalten. Das Steuerergebnis resultiert aus der Bildung laufender Steuerabgrenzungen für profitable Gesellschaften.

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

Wie im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2011 dargestellt, ergab sich im ersten Quartal 2012 ein erfolgsneutraler Bewertungsgewinn in Höhe von EUR 1,1 Mio. auf Grund eines, von ad pepper media abgelehnten, öffentlichen Rückkaufangebotes des Wertpapier-Emittenten.

Zudem wurde ad pepper media am 21. März 2012 über die vorzeitige Rückzahlung eines Wertpapiers zum Nennwert in Kenntnis gesetzt. Hieraus ergab sich im ersten Quartal 2012 ein erfolgsneutraler Bewertungsgewinn in Höhe von TEUR 445.

Der Zahlungseingang in Höhe von EUR 3 Mio. wurde am 02. April 2012 verzeichnet, so dass sich zu diesem Datum der Bestand an Zahlungsmitteln entsprechend erhöhte während sich der Bestand an Wertpapieren entsprechend verminderte.

5. Segmentberichterstattung gemäß IFRS 8

IFRS 8 fordert die Angabe von finanziellen und beschreibenden Informationen bezüglich so genannter „berichtspflichtiger Segmente“.

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

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

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

Die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden der berichtspflichtigen Segmente entsprechen den in Angabe [2] des Konzernabschlusses zum 31. Dezember 2011 beschriebenen Konzernbilanzierungsrichtlinien.

Das Segmentergebnis wird als das je Segment verdiente EBIT und EBIT-DA ohne Differenzen zu den IFRS dargestellt.

Das so ermittelte Segmentergebnis wird dem Hauptentscheidungsträger des Unternehmens im Hinblick auf Entscheidungen über die Verteilung von Ressourcen zu dem jeweiligen Segment und der Bewertung seiner Ertragskraft berichtet. Die Grundlage der Rechnungslegung für Intersegment-Transaktionen ist das „Dealing at arm’s length“-Prinzip.

Geographische Informationen

Der Konzern ist im Wesentlichen in vier geographischen Regionen tätig – Niederlande (Heimatland), Deutschland, Skandinavien und Vereinigtes Königreich. Die Umsatzerlöse aus fortgeführten Geschäftsbereichen des Konzerns aus Geschäften mit externen Kunden sowie Informationen über das Segmentvermögen setzen sich nach geographischer Zuordnung wie nachstehend zusammen wobei die langfristigen Vermögenswerte weder Finanzinstrumente noch latente Ertragsteuerforderungen beinhalten:

	Umsatz mit Drittkunden		Langfristige Vermögenswerte	
	1. Hj. 2012	1. Hj. 2011	30.06. 2012	30.06. 2011
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
<i>Niederlande</i>	553	1.255	13	20
<i>Deutschland</i>	11.157	8.237	406	564
<i>Skandinavien</i>	3.644	3.987	145	127
<i>Vereinigtes Königreich</i>	7.522	7.225	75	83
<i>Sonstige</i>	3.765	5.525	12	24
Summe	26.641	26.229	651	818

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

6. Eigene Anteile

Erwerb eigener Aktien

Mit Hauptversammlungsbeschluss vom 15. Mai 2012 wurde der Vorstand zum Rückkauf eigener Aktien von bis zu 50 Prozent des Stammkapitals innerhalb der nächsten 18 Monate ermächtigt.

Per 30. Juni 2012 hält die ad pepper media International N.V. 1.759.292 eigene Aktien (30.06.2011: 1.759.292) mit einem Nennwert von je EUR 0,05, was 7,65 Prozent (30.06.2011: 7,65 Prozent) des Grundkapitals entspricht.

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

Veräußerung eigener Aktien

Aus dem Bestand an eigenen Anteilen wurden in den ersten sechs Monaten keine (1. Hj. 2011: 0) eigenen Anteile zum Ausübungspreis von EUR 0,665, keine (1. Hj. 2011: 0) Anteile zum Preis von EUR 1,365, keine Anteile (1. Hj. 2011: 137.000) zum Ausübungspreis von EUR 0,89, keine (1. Hj. 2011: 0) Anteile zum Ausübungspreis von EUR 2,225, keine (1. Hj. 2011: 57.500) Anteile zum Ausübungspreis von EUR 1,500 sowie keine (1. Hj. 2011: 0) Anteile zum Ausübungspreis von EUR 0,915 im Rahmen der Mitarbeiter-Optionsprogramme veräußert.

Insgesamt wurden in den ersten sechs Monaten keine (1. Hj. 2011: 194.500) eigenen Anteile verkauft.

Zahl der ausgegebenen Aktien

Die Zahl der ausgegebenen und im Umlauf befindlichen Aktien beläuft sich nach Abzug eigener Aktien zum 30. Juni 2012 auf 21.240.708 Stück (30.06.2011: 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. Veränderung innerhalb der Organe

Frau Dr. Handel wurde auf der diesjährigen Hauptversammlung zum weiteren Aufsichtsratsmitglied ernannt.

9. Aktien und Bezugsrechte der Organe

Zum 30. Juni 2012 waren insgesamt 802.700 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 30.06.2012	Optionen zum 30.06.2012
Vorstand		
<i>Ulrich Schmidt</i>	1.005.524	280.000
<i>Michael A. Carton</i>	0	109.500
<i>Jens Körner</i>	0	0
Aufsichtsrat		
<i>Michael Oschmann</i>	0	0
<i>Dr. Frank Schlaberg</i>	0	0
<i>Merrill Dean</i>	0	0
<i>Dr. Ulrike Handel</i>	0	0
Unter maßgeblichem Einfluss stehende Unternehmen		
<i>EMA B.V.</i>	9.486.402	0
<i>Viva Media Service GmbH</i>	41.554	0
<i>Euroserve Media GmbH</i>	436.963	0
Mitarbeiter		413.200

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

Beziehungen zwischen der Muttergesellschaft und Beteiligungsgesellschaften

ad pepper media International N.V. gewährte im ersten Halbjahr 2012 Darlehen in Höhe von TEUR 200 der Videovalis GmbH.

Beziehungen zwischen Töchtergesellschaften und Beteiligungsgesellschaften

Die Emediate ApS liefert Ad Serving-Leistungen an Brand Affinity Technologies Inc. über TUSD 20 pro Monat.

Die ad pepper media USA LLC hält eine Beteiligung an React2Media und gewährte dieser ein Darlehen in Höhe von TUSD 200. Per 30. Juni 2012 betrug das Darlehen noch TUSD 181.

Die Videovalis GmbH lieferte im ersten Halbjahr an die ad pepper media GmbH Websiteinventar im Wert von TEUR 30.

Die Geschäfte mit nahe stehenden Unternehmen und Personen haben sich ansonsten im Vergleich zum Jahr 2011 nicht wesentlich verändert.

11. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Bis zum Tage der Freigabe zur Veröffentlichung sind keine Ereignisse eingetreten, welche die dargestellte Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zum 30. Juni 2012 in wesentlichem Umfang beeinflusst hätten.

Amsterdam/Nürnberg, 19. Juli 2012

Ulrich Schmidt Jens Körner Michael A. Carton

Finanzkalender

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

Finanzkalender

Quartalsbericht II/2012	16. August 2012
Quartalsbericht III/2012	8. November 2012

Kontakt

Investorenkontakt

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

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

Impressum

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

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

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

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

Vorstände:
Ulrich Schmidt, CEO
Jens Körner, CFO
Michael A. Carton, Director of the Board

Gern senden wir Ihnen den Geschäftsbericht 2011 bzw. den Konzernzwischenabschluss 2012 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