



***Ungeprüfter verkürzter Konzernzwischenabschluss
zum 30. September 2013***

Ausgewählte Konzernkennzahlen

	01.07.- 30.09. 2013	01.07.- 30.09. 2012	Verän- derung	01.01.- 30.09. 2013	01.01.- 30.09. 2012	Verän- derung
	TEUR	TEUR	Prozent	TEUR	TEUR	Prozent
Netto- umsatz	11.290	12.714	-11,2	36.434	39.355	-7,4
Brutto- marge	4.695	5.638	-16,7	15.792	16.367	-3,5
EBIT	-371	-674	45,0	-1.085	-1.917	43,4
Perioden- ergebnis	327	-561	158,3	-303	-1.648	81,6
Ergebnis pro Aktie in EUR (unver- wässert)	0,01	-0,03	133,3	-0,02	-0,08	75,0
				30.09. 2013	30.09. 2012	Verän- derung
				TEUR	TEUR	Prozent
Liquide Mittel*				14.445	15.777	-8,4
Eigen- kapital				18.381	21.956	-16,3
Bilanz- summe				27.933	32.173	-13,2
Anzahl der Mitar- beiter				266	263	1,1

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

- dmexco 2013: Alle wichtigen Themen, Köpfe und Visionen der globalen Wirtschaft an einem Ort
- Veräußerung unserer Minderheitsbeteiligung an Videovalis GmbH

6 Die ad pepper media-Aktie

8 Konzernzwischenlagebericht

- 8 Struktur der ad pepper media-Gruppe
- 10 Allgemeine Informationen zum Lagebericht
- 12 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
- 16 Wichtige Ereignisse und Maßnahmen
- 18 Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage
- 22 Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten
- 23 Mitarbeiter
- 24 Risiko- und Chancenbericht
- 25 Prognosebericht

26 Konzernzwischenabschluss

- 26 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
- 28 Konzern-Gesamterfolgsrechnung
- 30 Konzern-Bilanz
- 34 Konzern-Kapitalflussrechnung
- 34 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 42 Konzern-Anhang

60 Weitere Informationen

- 60 Finanzkalender
- 60 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

	01.01.-30.09.2013	01.01.-30.09.2012
XETRA Schlusskurs am Periodenende in EUR	0,85	0,85
Höchstkurs in EUR	1,05	1,53
Tiefstkurs in EUR	0,79	0,82
Marktkapitalisierung am Periodenende in EUR	19,6 Mio.	19,6 Mio.
Durchschnittliches Handels- volumen pro Tag in Stück (XETRA)	26.309	22.169
Ergebnis je Aktie (unverwässert) in EUR	-0,02	-0,08
Net Cash per Share* in EUR	0,63	0,69

Aktienkursentwicklung der letzten 12 Monate (Xetra)



Aktionärsstruktur per 30. September 2013

Aktionär	Aktien Stück	des Grundkapitals in Prozent
EMA B.V.	9.486.402	41,25
Eigene Anteile	1.759.292	7,65
Axxion S.A.	1.163.501	5,06
Euro Serve Media GmbH	436.963	1,90
Zwischensumme	12.846.158	55,86
Freefloat	10.153.842	44,14
Summe	23.000.000	100,00

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

Struktur der ad pepper media-Gruppe

Die ad pepper media-Gruppe ist eines der führenden unabhängigen Vermarktungsnetzwerke und Anbieter richtungsweisender Branchentechnologien 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 15 Gesellschaften in acht europäischen Ländern und 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 dieser Technologie besteht aus der patentierten „Sense Engine™“ und ist das Ergebnis zehnjähriger Forschung und Entwicklung von Prof. Dr. David Crystal, einem der führenden Linguistikexperten weltweit. Weiterhin 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, Spanien und den USA. 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, Multiple Datafeeds und Mobile Tracking.

ad agents

ad agents ist auf Suchmaschinenmarketing (SEM), Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Performance-Marketing spezialisiert. ad agents berät bekannte Unternehmen aus dem Versandhandel, der Reisebranche sowie zahlreichen anderen Sektoren, die bereits über eine ausgereifte E-Commerce-Strategie verfügen und Waren und/oder Dienstleistungen über ihre Websites bzw. Web-Shops anbieten. ad agents hilft ihren Kunden dabei, schnell und zielsicher auf allen gängigen Suchmaschinen gefunden zu werden und die Suchergebnisse in erfolgreiche Transaktionen umzuwandeln. Die ad pepper media International N.V. 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 2012 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

Welt/Europa/Deutschland

Der Internationale Währungsfonds (IWF) geht laut einer im Oktober veröffentlichten Studie von zuletzt leicht verbesserten Wirtschaftsdaten aus. Für Deutschland hob der Währungsfonds die Wachstumsprognose für 2013 um 0,2 Prozentpunkte auf 0,5 Prozent des Bruttoinlandsprodukts (BIP) an. Nächstes Jahr soll das BIP der Bundesrepublik um 1,4 Prozent zulegen.

Auch für die Eurozone sieht der IWF Anzeichen für eine Verbesserung der Situation. Zwar werde für dieses Jahr für die 17 Euroländer noch ein Minus von 0,4 Prozent erwartet, die Konjunktur in Spanien und Griechenland ziehe aber langsam wieder an. Die Rezession trifft die Eurozone in diesem Jahr demnach etwas weniger hart als beim letzten Ausblick im Juli angenommen. Im kommenden Jahr soll die Wirtschaft in der Eurozone der Prognose zufolge wieder wachsen, allerdings nur um magere 1,0 Prozent. Hinsichtlich der Weltkonjunktur „bleibe das globale Wachstum in niedrigem Gang“, erklärte der IWF. Für dieses Jahr erwartet der Währungsfonds nur noch ein Wachstum von 2,9 Prozent, das sind 0,3 Prozentpunkte weniger als im Juli-Ausblick. Auch kommendes Jahr dürfte das weltweite Wirtschaftswachstum mit 3,6 Prozent etwas schwächer ausfallen als bisher angenommen.

Werbemarkt

Inzwischen ist Online-Werbung die zweitgrößte Medienkategorie in Europa für viele Branchen und Marken. Dem Internet wird eine immer größere Rolle in ihren Kommunikationskonzepten eingeräumt: Digitale Werbeformen, Medien und Plattformen bieten den Marken und Unternehmen inzwischen immer vielfältigere Möglichkeiten der Kommunikation. Nach wie vor ist Online auch der wachstumsstärkste Werbeträger. Die Experten des europäischen IAB AdEx Benchmarkreports bescheinigten der Gattung Internetwerbung ein hervorragendes Jahr 2012. Basierend auf Datenmaterial liegt der Onlineanteil am Gesamtwerbekuchen damit bei 25,6 Prozent (EUR 24,3 Mrd.).

Gegenüber dem ersten AdEx Bericht über das Jahr 2006 hat sich der Anteil von 10,3 Prozent (EUR 9,4 Mrd.) damit mehr als verdoppelt. 2012 überrundete der Onlinebereich auf diese Weise erstmals die Kategorie Tageszeitungen und katapultiert sich im Europaschnitt an die zweite Stelle hinter TV.

Die Erhöhung der Onlinespendings eines in Summe stagnierenden Werbemarktes trägt der Bedeutungszunahme der Onlinekanäle im Mediennutzungsverhalten der Userinnen und User Rechnung. Der AdEx Report erhebt die Onlinewerbeausgaben getrennt nach den Kategorien Display, Search und Rubriken & Kleinanzeigen. Über alle Märkte wird fast jeder zweite Euro in Suchwortwerbung investiert (48,8 Prozent). Kleinanzeigen und Rubriken vereinen knapp ein Fünftel (18,5 Prozent) der Onlineausgaben. Der Displaybereich macht immer noch ein Drittel aus, hat aber die geringste Wachstumsdynamik. Prozentuell besonders deutlich ist das Wachstum von 87,3 Prozent im Bereich Mobile Display, womit neben Werbeformen für das Mobiltelefon auch Tabletwerbung und mobile Bewegtbildwerbung erfasst sind. Mobile Display Ausgaben entsprechen mit EUR 392 Mio. mittlerweile einem Anteil von 5 Prozent an Online Display Werbung. Die Ausgaben hinken immer noch weit hinter dem Nutzungsanteil von Mobile im Medienkonsum hinterher. Instream (pre-, mid-, postrolls) Videowerbung über alle Endgeräte macht immerhin schon 12,9 Prozent des gesamten Online Displayumsatzes aus (+50,7 Prozent versus 2011). Ein zweistelliges Wachstum von hochentwickelten Online-Ökonomien wie Skandinavien oder Großbritannien zeigt, dass Investments in Technologien, verbesserte Messungen und Strategien der Monetarisierung in Bezug auf die mobileren Konsumenten ein nachhaltiges Wachstum der Online-Werbung fördert.

Für Deutschland erwartet der Online-Vermarkterkreis (OVK) für das Jahr 2013 bei der Online-Werbung ein Wachstum von gut 11 Prozent (2012: EUR 6,5 Mrd.) und somit ein Branchenvolumen von EUR 7,18 Mrd. (Bruttowerbevolumen).

Das Wachstum geht also weiter und der Abstand zum Leitmedium TV sollte auch 2013 wohl wieder weiter verringert werden können.

Gründe für dieses starke Wachstum liegen weiterhin in der Tatsache, dass Werbungtreibende den Online-Bereich zunehmend als Medium für Markenaufbau und neue Möglichkeiten für Zielgruppenpräzisierung betrachten. Effiziente Zielgruppenansprache steht dabei im Fokus; und Themen wie Messbarkeit, Werbewirkung, Datenschutz und Big Data rücken damit immer mehr in den Mittelpunkt der werbungtreibenden Industrie. Die Bewältigung der großen Datenmengen und deren intelligente Verknüpfung bilden die Grundlage für effizientere und erfolgreichere Marketing-Strategien. Wichtigste Treiber für diese Entwicklung sind innovative Werbeformate (z. B. im Bereich Bewegtbild, internetfähigem TV, Mobile und Audio Digital-Umfeldern) und verfeinerte Targeting-Optionen. Die Kombination von Marketing-Analyse und -Automatisierung mit den neuen Kommunikationskanälen und übergreifenden Targeting- und Tracking-Kompetenzen sind weitere Entwicklungstreiber bezüglich einer verbesserten Leistungswertberichterstattung und Wirksamkeitsmessung. Customer Tracking, Ad Währungen zur Bewertung von Online-Kontakten im Allgemeinen sowie Ad Visibility im Speziellen werden dabei von Werbungtreibenden als stark relevant bewertet. Darauf folgen automatisierter Handel, Datenschutz sowie OBA Initiative.

Wichtige Ereignisse und Maßnahmen

ad pepper media trennt sich von seiner Minderheitsbeteiligung an Videovalis GmbH

ad pepper media International N.V. hat sich per 21. August 2013 von seinem 49,5%igen Anteil an der Videovalis GmbH getrennt. ad pepper media hat die Videovalis GmbH während der Aufbauphase unterstützt, in der die Syndizierung und Vermarktung von Video-Content im Fokus der Geschäftstätigkeit waren. Die nächsten strategischen Schritte in Richtung TV-Broadcasting und Audio unternimmt die Videovalis GmbH zusammen mit einem strategischen Partner, der RSG Rundfunk Service GmbH, an der ad pepper media ihren Anteil vollständig verkauft hat. Der Verkaufserlös betrug TEUR 475, der den Gewinn des dritten Quartals um insgesamt TEUR 259 erhöht hat.

dmexco 2013: Alle wichtigen Themen, Köpfe und Visionen der globalen Wirtschaft an einem Ort

Die dmexco ist die internationale Leitmesse und Kongress für die digitale Wirtschaft mit nach wie vor ungebrochenem Wachstum: 2013 war auch sie mit neuer dritter Halle so gut wie ausgebucht: Mehr als 740 Unternehmen aus aller Welt präsentierten auf 57.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche ihre neuesten digitalen Lösungen, Technologien und Visionen und kommen mit Kunden in Kontakt. Da durfte natürlich auch das deutsche Team von ad pepper media nicht fehlen. Wir sind mit 30 unserer Experten angereist. CEO Dr. Ulrike Handel absolvierte an beiden Tagen auf der Messe einen Terminmarathon mit Kunden und Partnern, um über zukünftige gemeinsame Projekte und die neusten Entwicklungen in der Branche auszutauschen. Unter dem diesjährigen dmexco Motto "Turning Visions into Reality" präsentierte die dmexco Conference alle wichtigen Themen, Trends und Köpfe der globalen Digitalwirtschaft auf absolutem Top-Niveau. Dass Visionen in Realität verwandelt werden müssen, um in Zukunft erfolgreich zu sein, war demnach auf dem gesamten Gelände der dmexco 2013 deutlich zu spüren. Welche Chancen und Herausforderungen sich daraus für das Digital Business ergeben, wurde kontrovers diskutiert. Zum Beispiel die dringende Notwendigkeit, Konsumenten zukünftig noch unmittelbarer in die Markenkommunikation

einzubinden. Die größte Herausforderung der Digitalwirtschaft liegt aus Sicht von ad pepper media vor allem darin, das Produkt- oder Markenerlebnis ganzheitlich – sowohl on- als auch offline – im Blick zu behalten. Der Konsument erwartet über die von ihm gewünschten Kanäle authentisch angesprochen zu werden. Auch macht das Internet hier möglich, was früher nicht möglich war: der Verbraucher wird selbst zum Anbieter. Welche Rolle dabei die verschiedenen Kanäle auf den unterschiedlichsten Screens spielen können, wurde ebenfalls auf der Leitmesse auf den Punkt gebracht. Der zu erfüllende wirtschaftliche Aspekt, der zwangsläufig hinter jeder neuen Entwicklung stehen muss, ist dabei nicht aus den Augen zu verlieren. Die Digitalwirtschaft befindet sich derzeit im Spannungsfeld zwischen hohem Innovationstempo und dem Erfüllen von Rentabilitätskriterien. Die zentrale Herausforderung besteht darin, beides nahezu zeitgleich zu bewerkstelligen.

Generelle Themenschwerpunkte waren in diesem Jahr unter anderem Advertising, Targeting, Content, Web-Controlling, E-Commerce, Apps, Mobile Shopping und Mobile Payment.

Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Ertragslage

Die ad pepper media International N.V. konnte in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres einen Umsatz in Höhe von TEUR 36.434 erzielen (Q1-Q3 2012: TEUR 39.355). Dies entspricht einem Rückgang von 7,4 Prozent gegenüber der entsprechenden Vorjahresperiode. Das Bruttoergebnis vom Umsatz verzeichnete ebenfalls einen leichten Rückgang um TEUR 575 auf TEUR 15.792 bzw. um 3,5 Prozent (Q1-Q3 2012: TEUR 16.367). Die Bruttomarge ausgedrückt im Verhältnis zum Umsatz erhöhte sich leicht von 41,6 innerhalb der ersten neun Monate des vergangenen Jahres auf nun 43,3 Prozent.

Hinsichtlich des Umsatzes konnte das Segment Webgains um TEUR 1.998 auf TEUR 17.689 bzw. 12,7 Prozent zulegen, während das Segment ad agents einen Umsatzrückgang um TEUR 3.309 auf TEUR 5.161 bzw. 39,1 Prozent hinnehmen musste. Die Umsatzentwicklung bei ad agents ist auf die bereits in den vorangegangenen Quartalen beschriebene Umstellung des Geschäftsmodells zurückzuführen, wonach ein Großteil der Kunden von ad agents dazu bewegt werden konnten, reine Mediaumsätze im Bereich SEO und SEM direkt mit Google abzurechnen.

Das Segment ad pepper media musste dagegen einen deutlichen Umsatzrückgang um TEUR 1.610 auf TEUR 13.584 bzw. 10,6 Prozent hinnehmen und blieb somit hinter den Erwartungen zurück. Grund waren im Wesentlichen die Ländergesellschaften Spanien und UK, die hinsichtlich der Bruttomarge die Vorjahreszahlen zum Teil deutlich unterschritten. Anzumerken ist in diesem Zusammenhang auch, dass der Rückgang um 8,8 Prozent hinsichtlich der Bruttomarge in Anbetracht der Schließung unserer niederländischen Gesellschaft leicht überzeichnet ist. Darüber hinaus mussten wir Minimumgaranzahlungen an durch uns vermarktete Webseiten zahlen, die im dritten Quartal zu Aufwendungen in einer Gesamthöhe von TEUR 259 führten. Unter Herausrechnung dieser beiden Effekte hätte sich das Bruttoergebnis des Segmentes ad pepper media um lediglich 2,9 Prozent reduziert. Das operative Geschäft von Emediate, welches ebenfalls Teil des Segments ad pepper media ist, verlief demgegenüber äußerst erfreulich.

Die operativen Kosten konnten um 7,7 Prozent bzw. um TEUR 1.407 auf TEUR 16.877 gesenkt werden (Q1-Q3 2012: TEUR 18.284). Die Einstellung

unseres operativen Geschäfts des Segments ad pepper media in den Niederlanden sowie weitere Personalanpassungsmaßnahmen in Dänemark führten in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres zu Einmalbelastungen in Höhe von insgesamt TEUR 389. Auf der anderen Seite konnten wir im Zusammenhang mit der Veräußerung unseres Anteils an der Videovalis GmbH Einmalerträge in Höhe von 259 verbuchen. Darüber hinaus führte eine Reduzierung von Rückstellungen im Segment Webgains zu Einmalerträgen in Höhe von EUR 357 (für nähere Erläuterungen hierzu siehe Anhang Nr. 2). Dank des nur leicht rückläufigen Bruttoergebnisses bei gleichzeitig deutlich reduzierter Kostenbasis konnten sämtliche Profitabilitätskennziffern gegenüber der entsprechenden Vorjahresperiode zum Teil deutlich verbessert werden. Dennoch ist es uns nicht gelungen, ausgeglichene Ergebnisse auszuweisen. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) betrug für die ersten neun Monaten 2013 mithin TEUR -871 (Q1-Q3 2012: TEUR -1.567). Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) betrug TEUR -1.085 nach TEUR -1.917 im Vorjahreszeitraum. Das Ergebnis vor Steuern (EBT) betrug in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres TEUR -803 (Q1-Q3 2012: TEUR -1.380). Das Periodenergebnis verbesserte sich deutlich und betrug TEUR -303 (Q1-Q3 2012: TEUR -1.648).

Finanzlage

Der Brutto Cash-Flow betrug TEUR -1.069 (Q1-Q3 2012: TEUR -1.276), während für den operativen Cash-Flow ein Wert von TEUR -2.671 nach TEUR -1.014 in den ersten neun Monaten des Jahres 2012 verzeichnet wurde. Der Netto Cash-Flow aus Investitionstätigkeit betrug im Neunmonatszeitraum 2013 TEUR -193 (Q1-Q3 2012: TEUR 2.515). Der Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit betrug in den neun Monaten 2013 TEUR -95 nach TEUR -260 im entsprechenden Zeitraum des Vorjahres.

Vermögenslage

Die Bilanzsumme hat sich gegenüber der entsprechenden Vorjahresperiode um TEUR 4.240 auf TEUR 27.933 verringert (30.09.2012: TEUR 32.173).

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen reduzierten sich dabei auf TEUR 5.924 (30.09.2012: TEUR 7.013). Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sanken auf TEUR 6.112 (30.09.2012: TEUR 6.846). Die liquiden Mittel (einschließlich Wertpapierbeständen zum beizulegenden Zeitwert sowie Termineinlagen) reduzierten sich gegenüber dem Stand zum 31. Dezember 2012 um TEUR 1.304 auf TEUR 14.445 (31.12.2012: TEUR 15.749). Zusätzlich hält ad pepper media 1.759.292 eigene Aktien. Bankverbindlichkeiten bestehen weiterhin nicht. Die Eigenkapitalquote beträgt 65,8 Prozent (30.09.2012: 68,2 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. September 2013 beschäftigte die ad pepper media-Gruppe 266 Mitarbeiter. Zum Ende des entsprechenden Vorjahreszeitraumes waren insgesamt 263 Mitarbeiter beschäftigt. Die Mitarbeiter der ad pepper media-Gruppe waren in folgenden Segmenten beschäftigt:

	<i>30. September 2013</i>	<i>30. September 2012</i>
	<i>Anzahl</i>	<i>Anzahl</i>
<i>ad pepper media</i>	<i>106</i>	<i>114</i>
<i>Webgains</i>	<i>90</i>	<i>82</i>
<i>ad agents</i>	<i>53</i>	<i>49</i>
<i>Administration</i>	<i>17</i>	<i>18</i>

Risiko- und Chancenbericht

Gegenüber dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2012 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 2012.

Prognosebericht

Die Entwicklung des operativen Geschäftes der ad pepper media-Gruppe während der ersten neun Monate des Geschäftsjahres verlief zufriedenstellend: Die Bruttomarge reduzierte sich zwar leicht um 3,5 Prozent, allerdings haben wir uns kostenseitig deutlich schlanker aufgestellt als im Vorjahr. Die Kostenbasis wird sich aufgrund der im zweiten Quartal vorgenommenen Personalanpassungsmaßnahmen (Schließung des operativen Geschäftes unserer niederländischen Tochtergesellschaft) nachhaltig auf niedrigerem Niveau einpendeln. Insgesamt gehen wir daher im Vergleich zum Vorjahr auch für das vor uns liegende Schlussquartal von verbesserten Ergebnissen aus.

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (IFRS)

	Q3 2013	Q3 2012	01.01.2013- 30.09.2013	01.01.2012- 30.09.2012
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Umsatzerlöse	11.290	12.714	36.434	39.355
<i>Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen</i>	-6.595	-7.076	-20.642	-22.988
Bruttoergebnis vom Umsatz	4.695	5.638	15.792	16.367
<i>Vertriebskosten</i>	-3.494	-3.799	-11.232	-11.817
<i>Allgemeine und Verwaltungskosten</i>	-2.232	-2.356	-6.705	-6.665
<i>Sonstige betriebliche Erträge</i>	649	202	1.214	754
<i>Sonstige betriebliche Aufwendungen</i>	-248	-359	-512	-556
<i>Gewinn aus der Veräußerung an assoziierten Unternehmen und von sonstigen Beteiligungen</i>	259	0	358	0
Ergebnis vor Zinsen und Steuern	-371	-674	-1.085	-1.917
<i>Finanzerträge</i>	118	134	338	572
<i>Finanzierungsaufwendungen</i>	-10	0	-56	-35
Ergebnis vor Steuern	-263	-540	-803	-1.380
<i>Steuern vom Einkommen und vom Ertrag</i>	590	-21	500	-268
Periodenergebnis	327	-561	-303	-1.648
<i>davon entfallen auf Anteilseigner des Mutterunternehmens</i>	296	-557	-399	-1.748
<i>davon entfallen auf Minderheitsanteile</i>	31	-4	96	100
<i>Ergebnis je Aktie (unverwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)</i>	0,01	-0,03	-0,02	-0,08
<i>Ergebnis je Aktie (verwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)</i>	0,01	-0,03	-0,02	-0,08
	Q3 2013	Q3 2012	01.01.2013- 30.09.2013	01.01.2012- 30.09.2012
	Stück	Stück	Stück	Stück
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	21.240.708	21.240.708	21.240.708	21.240.708
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (verwässert)	21.272.996	21.240.708	21.240.708	21.240.708

Konzern-Gesamterfolgsrechnung (IFRS)

	Q3 2013 TEUR	Q3 2012 TEUR	01.01.-30.09.2013 TEUR	01.01.-30.09.2012 TEUR
Periodenergebnis	327	-561	-303	-1.648
Posten, die anschließend möglicherweise in den Gewinn oder Verlust umgliedert werden:				
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	39	-13	-1	9
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	358	-198	419	1.130
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen	-150	-130	-97	3
Direkt im Eigenkapital verrechnete Ertragsteuern	0	0	0	0
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen	247	-341	321	1.142
Gesamterfolg	574	-902	18	-506
davon auf Minderheitsanteile entfallend	31	-4	96	100
davon auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallend	543	-898	-78	-606

Angaben zu erfolgsneutralen Sachverhalten in der Gesamterfolgsrechnung

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

	Q3 2013 TEUR			Q3 2012 TEUR			01.01.-30.09.2013 TEUR			01.01.-30.09.2012 TEUR		
	vor Ertragsteuern	Ertragsteuern	nach Ertragsteuern	vor Ertragsteuern	Ertragsteuern	nach Ertragsteuern	vor Ertragsteuern	Ertragsteuern	nach Ertragsteuern	vor Ertragsteuern	Ertragsteuern	nach Ertragsteuern
Unterschiede aus der Währungsumrechnung (inkl. Minderheitenanteile)	39	0	39	-13	0	-13	-1	0	-1	9	0	9
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	358	0	358	-198	0	-198	419	0	419	1.130	0	1.130
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen	-150	0	-150	-130	0	-130	-97	0	-97	3	0	3
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen	247	0	247	-341	0	-341	321	0	321	1.142	0	1.142

Konzern-Bilanz (IFRS)

Aktiva	30. September 2013	31. Dezember 2012
	TEUR	TEUR
Langfristige Vermögenswerte		
Firmenwerte	24	24
Immaterielle Vermögenswerte	92	62
Sachanlagen	377	435
Termineinlagen (>12 Monaten)	750	0
Zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere des Anlagevermögens	4.070	3.162
Andere finanzielle Vermögenswerte	5.160	6.056
Latente Steuern	744	99
Summe langfristige Vermögenswerte	11.217	9.838
Kurzfristige Vermögenswerte		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	5.924	8.353
Forderungen aus Ertragsteuern	254	758
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	572	403
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	339	178
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	9.627	12.587
Summe kurzfristige Vermögenswerte	16.716	22.279
Aktiva, gesamt	27.933	32.117

Konzern-Bilanz (IFRS)

Passiva	30. September 2013	31. Dezember 2012
	TEUR	TEUR
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital*	1.150	1.150
Kapitalrücklage	66.216	66.203
Eigene Anteile	-3.281	-3.281
Bilanzverlust	-46.153	-45.754
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	183	-138
Summe	18.115	18.180
Minderheitsanteile	266	265
Summe Eigenkapital	18.381	18.445
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	6.112	8.073
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	378	1.141
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2.946	4.334
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	116	124
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten	9.552	13.672
Summe Verbindlichkeiten	9.552	13.672
Passiva, gesamt	27.933	32.117

* Das gezeichnete Kapital besteht aus Stückaktien mit einem Nennwert von je EUR 0,05.
Das genehmigte Kapital beträgt 23.429.708 Aktien, wovon 23.000.000 begeben sind
und sich am 30. September 2013 21.240.708 (31. Dezember 2012: 21.240.708) Aktien im Umlauf befanden.

Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)

	01.01.2013-30.09.2013	01.01.2012-30.09.2012
	TEUR	TEUR
Periodenergebnis	-303	-1.648
Überleitung zwischen Periodenergebnis und Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit		
Abschreibungen	214	350
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Gegenständen des Anlagevermögens	11	1
Aktienbasierte Vergütung	13	10
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Wertpapieren	-155	-65
Andere Finanzerträge und Finanzierungsaufwendungen	-127	-472
Steuerergebnis	-500	268
Gewinn aus der Veräußerung von Anteilen an assoziierten Unternehmen und von sonstigen Beteiligungen	-358	0
Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge	136	280
Brutto-Cash-Flow	-1.069	-1.276
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.293	2.625
Veränderung anderer Aktiva	-114	174
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-1.961	-2.089
Veränderung anderer Verbindlichkeiten	-2.261	-378
Vereinnahmte Ertragsteuern	686	254
Gezahlte Ertragsteuern	-308	-568
Vereinnahmte Zinsen	273	287
Gezahlte Zinsen	-210	-43
Netto-Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit	-2.671	-1.014

Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)

	01.01.2013-30.09.2013	01.01.2012-30.09.2012
	TEUR	TEUR
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	-197	-270
Auszahlungen für den Erwerb von Anteilen an sonstigen Beteiligungen	0	-30
Auszahlungen für die Gewährung von Darlehen	-50	-350
Einzahlungen für die Veräußerung von sonstigen Beteiligungen	523	0
Einzahlungen aus der Tilgung gewährter Darlehen	563	30
Erlöse aus dem Verkauf/der Fälligkeit von Wertpapieren und Fälligkeit von Termineinlagen	9.822	4.251
Erwerb von Wertpapieren und Anlage in Termingelder	-10.854	-1.116
Netto-Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-193	2.515
Ausschüttung an Minderheiten	-95	-260
Netto-Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	-95	-260
Einfluss von Wechselkursänderungen auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-1	9
Zahlungswirksame Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-2.959	1.241
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres	12.587	9.778
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode	9.627	11.028

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung (IFRS)

	Stand 01. Januar 2012	Gesamt- erfolg	Aktien- basierte Vergütung	Erwerb eigener Anteile	Ausgabe eigener Anteile	Dividen- den	Stand 30. September 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		10				2.421
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	-1.748					-42.229
Kumuliertes sonstiges Ergebnis							
Währungsdifferenzen (TEUR)	-1.369	9					-1.360
Marktbewertung von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren (TEUR)	-3.304	1.130					-2.174
Marktbewertung von zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen (TEUR)	3.409	3					3.412
Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)	22.317	-606	10	0	0	0	21.721
Minderheitenanteile (TEUR)	395	100				-260	235
Eigenkapital (TEUR)	22.712	-506	10	0	0	-260	21.956

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung (IFRS)

	Stand 01. Januar 2013	Gesamt- erfolg	Aktien- basierte Vergütung	Erwerb eigener Anteile	Ausgabe eigener Anteile	Dividen- den	Stand 30. September 2013
Gezeichnetes Kapital							
Anzahl der Aktien	23.000.000						23.000.000
Gezeichnetes Kapital (TEUR)	1.150						1.150
Kapitalrücklage							
für Aktienoptionsprogramme (TEUR)	2.421		13				2.434
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)	-45.754	-399					-46.153
Kumuliertes sonstiges Ergebnis							
Währungsdifferenzen (TEUR)	-1.384	-1					-1.385
Marktbewertung von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren (TEUR)	-2.028	419					-1.609
Marktbewertung von zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen (TEUR)	3.274	-97					3.177
Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)	18.180	-78	13	0	0	0	18.115
Minderheitenanteile (TEUR)	265	96				-95	266
Eigenkapital (TEUR)	18.445	18	13	0	0	-95	18.381

Konzern-Anhang

Konzern-Segmentinformationen (IFRS)

Q1-Q3 2013	<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	13.620	17.702	5.162	419	-469	36.434
<i>davon Umsatz mit Drittkunden</i>	13.584	17.689	5.161	0	0	36.434
<i>davon Intersegmentumsätze</i>	36	13	1	419	-469	0
Aufwendungen und sonstige Erträge	-14.762	-17.628	-4.817	-731	419	-37.519
<i>davon Abschreibungen</i>	-94	-35	-46	-39	0	-214
<i>davon andere nicht zahlungswirksame Aufwendungen</i>	-79	-169	-4	-20	-20	-292
EBITDA	-1.048	109	391	-273	-50	-871
EBIT	-1.142	74	345	-312	-50	-1.085
Finanzerträge	12	2	1	339	-16	338
Finanzierungsaufwendungen	-12	-4	0	-56	16	-56
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag						500
Periodenergebnis						-303

Q1-Q3 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	15.272	15.843	8.470	420	-650	39.355
<i>davon Umsatz mit Drittkunden</i>	15.194	15.691	8.470	0	0	39.355
<i>davon Intersegmentumsätze</i>	78	152	0	420	-650	0
Aufwendungen und sonstige Erträge	-15.595	-16.120	-8.112	-1.865	420	-41.272
<i>davon Abschreibungen</i>	-97	-16	-45	-192	0	-350
<i>davon andere nicht zahlungswirksame Aufwendungen</i>	-136	-128	-102	-38	-6	-410
EBITDA	-226	-261	403	-1.253	-230	-1.567
EBIT	-323	-277	358	-1.445	-230	-1.917
Finanzerträge	3	0	3	611	-45	572
Finanzierungsaufwendungen	-45	0	-5	-30	45	-35
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag						-268
Periodenergebnis						-1.648

1. Grundlage für die Erstellung des Quartalsabschlusses

Der vorliegende verkürzte Konzernzwischenabschluss der ad pepper media International N.V. wurde nach den Vorschriften der am Abschlussstichtag geltenden International Financial Reporting Standards (IFRS) in Euro (EUR) erstellt. Die Vergleichswerte des Vorjahres wurden nach den gleichen Grundsätzen ermittelt und soweit erforderlich angepasst. Der Quartalsabschluss erfüllt die Anforderungen des IAS 34. Der verkürzte Konzernzwischenabschluss enthält nicht sämtliche für den Abschluss des Geschäftsjahres vorgeschriebenen Erläuterungen und Angaben und sollte daher im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2012 gelesen werden. Der vorliegende Konzernzwischenabschluss zum 30. September 2013 wurde vom Vorstand am 28. Oktober 2013 zur Veröffentlichung freigegeben.

2. Änderung von Bewertungsmethoden

Während des dritten Quartals 2013 wurden im Segment Webgains verbesserte Möglichkeiten hinsichtlich Controlling und finanzieller Berichterstattung geschaffen. In diesem Zusammenhang wird die Rückstellung für noch nicht ausbezahlte Affiliate-Guthaben nunmehr anders bewertet. Bisher wurde eine Rückstellung für alle bestätigten Transaktionen, unabhängig vom Transaktionszeitpunkt, gebildet. Die neuen Auswertungen zeigen, dass innerhalb eines Jahres nach Programmschließung nicht abgerufene Guthaben regelmäßig nicht mehr zur Auszahlung gelangen. Daher wird die Rückstellung um den Betrag vermindert, der auf Transaktionen entfällt, die mehr als ein Jahr vor dem jeweiligen Bilanzstichtag liegen. Aus der erstmaligen Anwendung dieser Bewertungsmethode ergibt sich im dritten Quartal 2013 ein einmaliger Ertrag von TEUR 357.

3. 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 2012 erstellt wurde. Seitdem wurden folgende Standards und Interpretationen im Rahmen des Komitologieverfahrens übernommen:

Verbesserungen an den IFRS 2009-2011

Die Europäische Union hat im Amtsblatt vom 28. März 2013 die jährlichen Verbesserungen der International Financial Reporting Standards (Annual Improvements to IFRS) in EU-Recht übernommen.

Die Änderungen zu folgenden Standards sind verpflichtend für alle am oder nach dem 01. Januar 2013 beginnenden Geschäftsjahre anzuwenden:

- IFRS 1 „Erstmalige Anwendung der International Financial Reporting Standards“
- IAS 1 „Darstellung des Abschlusses“
- IAS 16 „Sachanlagen“
- IAS 32 „Finanzinstrumente“
- IAS 34 „Zwischenberichterstattung“

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

Änderungen an IFRS 10, 11 und 12

Die Europäische Union hat im Amtsblatt vom 05. April 2013 die Verordnung (EG) Nr. 313/2013 vom 04. April 2013 zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 1126/2008 betreffend die Übernahme bestimmter internationaler Rechnungslegungsstandards in Übereinstimmung mit der Verordnung (EG) Nr. 1606/2002 des Europäischen Parlaments und des Rates veröffentlicht. Diese Verordnung übernimmt Änderungen an IFRS 10 „Konzernabschlüsse“, IFRS 11 „Gemeinsame Vereinbarungen“ und IFRS 12 „Angaben zu Anteilen an anderen Unternehmen“, die vom IASB im Juni 2012 veröffentlicht wurden.

Ziel der Änderung ist eine Klarstellung der Übergangsvorschriften in IFRS 10 sowie zusätzliche Erleichterungen beim Übergang auf IFRS 10, IFRS 11 und IFRS 12. So werden z. B. angepasste Vergleichsinformationen lediglich für die vorhergehende Vergleichsperiode verlangt und es entfällt die Pflicht zur Angabe von Vergleichsinformationen zu nicht

konsolidierten strukturierten Unternehmen (structured entities) für Perioden, die vor der Erstanwendung von IFRS 12 liegen.

Zusätzlich stellt Artikel 1 der Verordnung klar, dass für die EU-IFRS-Anwender Verweise auf IFRS 9, die in den Änderungen in IFRS 11 enthalten sind, als Verweise auf IAS 39 Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung verstanden werden sollen, da IFRS 9 bislang nicht von der Europäischen Union übernommen wurde. Die Änderungen sind spätestens mit Beginn des ersten am oder nach dem 1. Januar 2014 beginnenden Geschäftsjahres anzuwenden; eine freiwillige frühere Anwendung ist damit zulässig.

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

4. Konsolidierungskreis

Im Einzelnen sind folgende Gesellschaften im Konzernabschluss einbezogen:

Gesellschaft	30.09. 2013 Prozent	31.12. 2012 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>	0***	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>	0**	100
<i>Crystal Semantics Ltd, London, Vereinigtes Königreich</i>	100	100
<i>Webgains Ltd, London, Vereinigtes Königreich</i>	100	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

* in Liquidation
 ** liquidiert mit Wirkung zum 31. Oktober 2012 am 17. Januar 2013
 *** Verschmelzung mit EMSEAS TEKNIK AB zum 09. September 2013

Die Emediate ApS eröffnete am 14. Februar 2013 eine Zweigniederlassung in Oslo, Norwegen, die Emediate Norway NUF.

Die ad pepper media Sweden AB wurde mit der EMSEAS TEKNIK AB zum 09. September 2013 verschmolzen.

ad pepper media International N.V. hält 20 Prozent an der Socialtize LLC. Die Socialtize 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 wurde zum 31. Dezember 2012 voll wertgemindert.

Die Beteiligung an der Videovalis GmbH in Höhe von 49,5 Prozent wurde im August 2013 zu einem Kaufpreis von TEUR 475 veräußert.

ad pepper media USA LLC beteiligte sich mit Wirkung zum 1. April 2012 an React2Media zu 15 Prozent. Anfang Januar 2013 verkaufte die ad pepper media USA LLC die Beteiligung an React2Media zurück.

5. 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 Handel vom Wertpapieren in Höhe von TEUR 152 (Q1-Q3 2012: TEUR 65) sowie unrealisierte Netto-Bewertungsgewinne in Höhe von TEUR 0 (Q1-Q3 2012: TEUR 240) enthalten. Anfang Januar 2013 verkaufte die ad pepper media USA LLC die Beteiligung an React2Media zurück zu einem Kaufpreis von TUSD 170, was einem Gewinn von TUSD 130 entspricht. Des Weiteren hat die ad pepper media International N.V. die Beteiligung an der Videovalis GmbH zu einem Kaufpreis von TEUR 475 im August 2013 veräußert, wodurch ein Gewinn von TEUR 259 verbucht werden konnte.

Außerdem ergab sich aus der in Note 2 beschriebenen Änderung der Bewertungsmethode im Segment Webgains ein einmaliger Ertrag von TEUR 357.

Die Einstellung unseres operativen Geschäfts des Segments ad pepper media in den Niederlanden sowie weitere Personalanpassungsmaßnahmen in Dänemark führten in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres zu Einmalbelastungen in Höhe von insgesamt TEUR 389. Darüber hinaus mussten wir Minimumgaranziezahlungen an durch uns vermarktete Webseiten zahlen, die im dritten Quartal zu Aufwendungen in einer Gesamthöhe von TEUR 259 führten. Das Steuerergebnis resultiert aus der Bildung laufender Steuerabgrenzungen für profitable Gesellschaften sowie der Bildung von latenten Steueransprüchen in Höhe von TEUR 640.

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

Bei dem Verkauf der Beteiligung React2Media in Höhe von TUSD 170 wurde Ratenzahlung vereinbart. Die ad pepper media USA LLC hat hieraus Forderungen in Höhe von TUSD 104 per 30. September 2013. Der Stand des im März 2012 gewährten Darlehens an die React2Media beträgt TUSD 90 am 30. September 2013. Die anderen finanziellen Vermögenswerte verminderten sich im Vergleich zum 31. Dezember 2012 um TEUR 895, was im Wesentlichen an der Rückzahlung der gesamten Darlehensforderungen an Videovalis GmbH in Höhe von TEUR 525 liegt. Die sonstigen Verbindlichkeiten verminderten sich im Vergleich zum 31. Dezember 2012 um TEUR 1.388 (im Wesentlichen: Bezahlung von Lohnsteuerverbindlichkeiten und Boni sowie Verminderung des Umsatzsteuersaldos).

6. 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 regel-

mäßig durch die oberste Führungskraft des operativen Bereichs überprüft werden, um zu entscheiden, wie Ressourcen verteilt und Leistungen beurteilt werden.

Im Allgemeinen müssen Finanzinformationen auf Basis der internen Steuerungskonzeption berichtet werden, die bei der Beurteilung der operativen Segmente verwendet wird (Management Approach). Die an den Hauptentscheidungsträger des Unternehmens im Hinblick auf Entscheidungen über die Verteilung von Ressourcen zu diesem Segment und der Bewertung seiner Ertragskraft berichteten Informationen sind an den erbrachten Dienstleistungen ausgerichtet. Daher berichtet der Konzern Segmentinformationen für die operativen Segmente „ad pepper media“ (Lead, Mail, Banner, Ad Serving), „Webgains“ (Affiliate-Marketing) und „ad agents“ (SEM/SEO), sowie für das nicht-operative Segment „Admin“ (Verwaltung). Die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden der berichtspflichtigen Segmente entsprechen grundsätzlich den in Angabe [2] des Konzernabschlusses zum 31. Dezember 2012 beschriebenen Konzernbilanzierungsrichtlinien.

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

Geographische Informationen

Der Konzern ist im Wesentlichen in vier geographischen Regionen tätig – Niederlande, Deutschland, Skandinavien und Vereinigtes Königreich. Das operative Geschäft in den Niederlanden wurde jedoch per 30. Juni 2013 eingestellt. 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 Ertragssteuerforderungen beinhalten:

	Umsatz mit Drittkunden		Langfristige Vermögenswerte	
	<i>Q1-Q3 2013</i>	<i>Q1-Q3 2012</i>	<i>30.09. 2013</i>	<i>30.09. 2012</i>
	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>	<i>TEUR</i>
<i>Niederlande</i>	<i>191</i>	<i>798</i>	<i>0</i>	<i>13</i>
<i>Deutschland</i>	<i>12.181</i>	<i>16.208</i>	<i>288</i>	<i>357</i>
<i>Skandinavien</i>	<i>6.543</i>	<i>5.716</i>	<i>155</i>	<i>135</i>
<i>Vereinigtes Königreich</i>	<i>12.805</i>	<i>11.332</i>	<i>45</i>	<i>68</i>
<i>Sonstige</i>	<i>4.714</i>	<i>5.301</i>	<i>5</i>	<i>10</i>
Summe	36.434	39.355	493	583

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

7. Eigene Anteile

Erwerb eigener Aktien

Mit Hauptversammlungsbeschluss vom 14. Mai 2013 sowie 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. September 2013 hält die ad pepper media International N.V. 1.759.292 eigene Aktien (30. September 2012: 1.759.292) mit einem Nennwert von je EUR 0,05, was 7,65 Prozent (30. September 2012: 7,65 Prozent) des Grundkapitals entspricht.

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

Veräußerung eigener Aktien

Es wurden keine Anteile in den ersten neun Monaten des Jahres 2013 veräußert (Q1-Q3 2012: 0). Es wurden ebenfalls keine Anteile im Rahmen der Mitarbeiter-Optionsprogramme veräußert oder ein Barausgleich für bereits erdiente Aktienoptionen vorgenommen (Q1-Q3 2012: 0).

Zahl der ausgegebenen Aktien

Die Zahl der ausgegebenen und im Umlauf befindlichen Aktien beläuft sich nach Abzug eigener Aktien zum 30. September 2013 auf 21.240.708 Stück (30.09.2012: 21.240.708 Stück). Der Nennbetrag je Aktie beträgt EUR 0,05.

8. Saisoneinflüsse auf die Geschäftstätigkeit

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

9. Veränderung innerhalb der Organe

Am 20. März 2013 fand eine außerordentliche Hauptversammlung statt, bei der Frau Dr. Ulrike Handel als Vorstandsvorsitzende und Chief Executive Officer (CEO) der ad pepper media International N.V. bestellt wurde. Bis zu diesem Zeitpunkt war sie seit Mai 2012 Mitglied des Aufsichtsrats. Des Weiteren wurden an der außerordentlichen Hauptversammlung folgende drei neue Aufsichtsratsmitglieder ernannt: Herr Thomas Bauer, Frau Eun-Kyung Park sowie Herr Dr. Stephan Roppel.

10. Aktien und Bezugsrechte der Organe

Am 20. August 2013 wurde ein Aktienoptionsprogramm für den Vorstand (BoD) in einem Umfang von 510.000 Optionen aufgelegt. Die Bewertung erfolgte durch Simulation (Monte-Carlo-Verfahren). Hierbei wurden folgende Annahmen zu Grunde gelegt:

Executive SOP 2013 (BoD)

Aktienkurs bei Gewährung (EUR)	0,80
Datum der Gewährung	20.08.2013
Ausübungspreis (EUR)	0,80
Risikofreier Zinssatz (Prozent)	1,10
Laufzeit	7 Jahre
Zukünftige Dividende p. a. (EUR)	0,04 bis 0,06
Erwartete Volatilität (Prozent)	64,41

Die Volatilität wurde aus dem Kursverlauf der Aktie der ad pepper media International N.V. in der Zeit vom 03. September 2007 bis 20. August 2013 errechnet.

Die Optionsrechte können zu einem Drittel frühestens nach einem Jahr nach Gewährung sowie zu jeweils einem weiteren Drittel nach jeweils einem weiteren Jahr nach Gewährung ausgeübt werden.

Die Zeitwerte der einzelnen Tranchen im Gewährungszeitpunkt liegen zwischen EUR 0,237 und EUR 0,325 pro ausgegebener Option. Der maximal zu erfassende Aufwand für das Programm liegt über die gesamte Laufzeit bei TEUR 145.

Des Weiteren wurde am 20. August 2013 ein Mitarbeiterbeteiligungsprogramm für leitende Mitarbeiter (MD) in einem Umfang von 490.000 Optionen aufgelegt. Die Bewertung erfolgte durch Simulation (Monte-Carlo-Verfahren). Hierbei wurden folgende Annahmen zu Grunde gelegt:

Executive SOP 2013 (MD)

Aktienkurs bei Gewährung (EUR)	0,80
Datum der Gewährung	20.08.2013
Ausübungspreis (EUR)	0,80
Risikofreier Zinssatz (Prozent)	1,10
Laufzeit	7 Jahre
Zukünftige Dividende p. a. (EUR)	0,04 bis 0,06
Erwartete Volatilität (Prozent)	64,41

Die Volatilität wurde aus dem Kursverlauf der Aktie der ad pepper media International N.V. in der Zeit vom 03. September 2007 bis 20. August 2013 errechnet.

Die Optionsrechte können zu einem Viertel frühestens nach einem Jahr nach Gewährung sowie zu jeweils einem weiteren Viertel nach jeweils einem weiteren Jahr nach Gewährung ausgeübt werden.

Die Zeitwerte der einzelnen Tranchen im Gewährungszeitpunkt liegen zwischen EUR 0,237 und EUR 0,350 pro ausgegebener Option. Der maximal zu erfassende Aufwand für das Programm liegt über die gesamte Laufzeit bei TEUR 147.

Zum 30. September 2013 waren insgesamt 1.657.900 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 30.09.2013	Optionen zum 30.09.2013
Vorstand		
Dr. Ulrike Handel (seit 20. März 2013)	0	300.000
Jens Körner	0	210.000
Ehemaliger Vorstand		389.500
Aufsichtsrat		
Michael Oschmann	0	0
Thomas Bauer (seit 20. März 2013)	0	0
Eun-Kyung Park (seit 20. März 2013)	0	0
Dr. Stephan Roppel (seit 20. März 2013)	0	0
Dr. Ulrike Handel (bis 19. März 2013)	0	0
Unter maßgeblichem Einfluss stehende Unternehmen		
EMA B.V.	9.486.402	0
Euro Serve Media GmbH	436.963	0
Mitarbeiter		758.400

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

Beziehungen zwischen der Muttergesellschaft und Beteiligungsgesellschaften

ad pepper media International N.V. gewährte der Videovalis GmbH in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2013 zusätzliche Darlehen in Höhe von TEUR 50 (2012: TEUR 475). Die Tilgung des gesamten Darlehensbestandes in Höhe von TEUR 525 erfolgte vor Veräußerung der Beteiligung im August 2013.

Beziehungen zwischen Tochtergesellschaften und Beteiligungsgesellschaften

Die Emediate ApS liefert Ad Serving-Leistungen an Brand Affinity Technologies Inc. über TUSD 102 in den ersten drei Quartalen 2013.

Die Geschäfte mit nahe stehenden Unternehmen und Personen haben sich ansonsten im Vergleich zum Jahr 2012 nicht wesentlich verändert.

12. 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 2013 in wesentlichem Umfang beeinflusst hätten.

Amsterdam/Nürnberg, den 28. Oktober 2013

Dr. Ulrike Handel, Jens Körner

Finanzkalender

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

Finanzkalender

<i>Quartalsbericht III/2013</i>	<i>7. November 2013</i>
---------------------------------	-------------------------

<i>Jahresabschluss 2013</i>	<i>28. März 2014</i>
-----------------------------	----------------------

<i>Hauptversammlung 2014 (Amsterdam, Niederlande)</i>	<i>13. Mai 2014</i>
-----------------------------------------------------------	---------------------

Kontakt

Investorenkontakt

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
www.adpepper.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
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:
Dr. Ulrike Handel, CEO (seit 20. März 2013)
Jens Körner, CFO

Gern senden wir Ihnen den Geschäftsbericht 2012 bzw. den Konzernzwischenabschluss 2013 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.
Zweigniederlassung Nürnberg
Frankenstraße 150 C (FrankenCampus)
D-90461 Nürnberg

www.adpepper.com