ad pepper

The e-Advertising Network

3-Monats-Bericht 2004

Konzern-Kennzahlen

Die wesentlichen Kennzahlen im Überblick

	Q1/ 2004 TEUR	Q1/ 2003 TEUR	Abweichung
Nettoumsatz	4.721	4.296	10%
Bruttomarge	2.178	2.013	8%
Betriebskosten	2.100	2.008	5%
EBIT	54	23	135%
Periodenüberschuss	356	283	26%

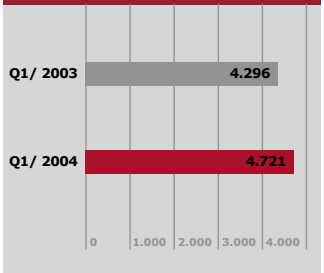
	31.03.2004 TEUR	31.12.2003 TEUR
Liquide Mittel*	26.542	27.018
Eigenkapital	36.204	35.658
Bilanzsumme	41.796	42.945

	Q1/ 2004 EUR	Q1/ 2003 EUR
Ergebnis pro Aktie (unverwässert)	0,03	0,03

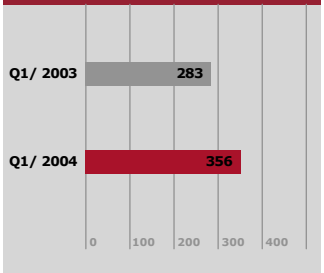
	31.03.2004	31.03.2003
Anzahl Mitarbeiter	113	93

* einschl. kurzfristig liquidierbarer Wertpapiere und Wertpapiere mit Verfügungsbeschränkung

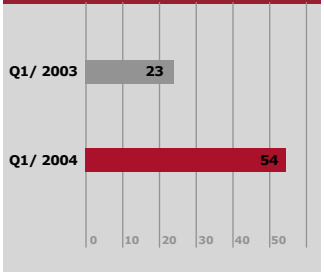
Nettoumsatz (in TEUR)



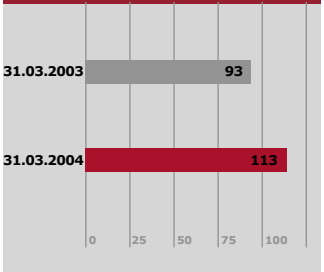
Periodenüberschuss (in TEUR)



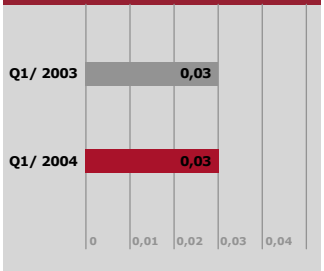
EBIT (in TEUR)



Anzahl Mitarbeiter



Ergebnis pro Aktie (in EUR)



Sehr geehrte Aktionäre,

auch wenn das neue Jahr wie gewohnt ein paar Wochen benötigt, um auf Touren zu kommen, kann ad pepper media mit dem bisherigen Verlauf des Geschäftsjahres zufrieden sein. Trotz anhaltender Konjunkturschwäche, Reformstau und weltpolitischer Wirrungen, konnten wir unseren Wachstumskurs ausbauen, obwohl selbst der Onlinemarkt insgesamt eher verhalten ins neue Jahr gestartet ist.

Dennoch überwiegt nach wie vor der Optimismus und die bisher veröffentlichten Unternehmensdaten geben auch zur Hoffnung auf baldige Besserung des Geschäftsklimas Anlass. Dem Onlinewerbemarkt werden nach wie vor die mit Abstand höchsten Zuwachsraten zugetraut, insbesondere da Funktionsweise und Effizienz durch harte Fakten überzeugen.

Für ad pepper media ist das erste Quartal wie erwartet gut gelaufen. Bei gestiegenen Umsätzen (+10% zu Q1/2003) konnte vor allem bei EBIT (+135% zu Q1/2003) und Periodenüberschuss (+26 % zu Q1/2003) erfreulicherweise deutlich zugelegt werden. Die stabile Gewinnsituation ist insbesondere unter dem Gesichtspunkt vermehrter Investitionen in neue Produkte und Technologien bemerkenswert. Neue Angebote und verbesserte Abwicklungsprozesse sind in einem dynamischen Wettbewerbsumfeld weiterhin die Garanten von Wettbewerbsvorteilen und zukünftigen Erträgen.

Erfreulich ist auch der erhebliche Anteil von internationalen Kampagnen, sowohl im Media- als auch im Direktmarketing Bereich. Durch die breitgefächerte europäische Präsenz in Verbindung mit der globalen Reichweite unserer Netzwerke kann ad pepper media auch komplexe, länderübergreifende Kampagnen mit hoher Effizienz abwickeln und entwickelt hier auch in den Augen der Werbekunden gewisse Alleinstellungsmerkmale. Zunehmend wichtig wird auch der Anteil des außereuropäischen Geschäfts, das neben der USA vor allem aus Asien kommt.

Als Resultat haben sich alle wesentlichen wirtschaftlichen Kennziffern positiv weiterentwickelt und ad pepper media ist optimistisch, dass sich dieser Trend auch im Verlauf des Jahres fortsetzen wird.

Auch unser Aktienkurs konnte von dieser Entwicklung weiter profitieren und hat ein weiteres Mal outperformt. Dies schafft auch immer mehr positive Resonanz, nicht nur bei privaten Anlegern sondern erfreulicherweise auch wieder bei internationalen institutionellen Fonds.

Die eingeschlagene Strategie wird konsequent fortgesetzt und wir sind zuversichtlich, dass wir mit harter Arbeit und klugen Konzepten unseren Aktionären auch weiterhin Erfolgsmeldungen präsentieren können.

Wir danken Ihnen für das entgegengebrachte Vertrauen.

Der Vorstand
ad pepper media International N.V.

Ulrich Schmidt Hermann Claus Niels Nüssler

Ergebnis – 1. Quartal 2004

ad pepper media International N.V. konnte die positive Umsatz- und Ergebnisentwicklung des Geschäftsjahres 2003 auch im konjunkturell schwachen ersten Quartal 2004 fortsetzen, was nicht zuletzt einem weiterhin straffen Kostenmanagement, einer Verbesserung der Marktpräsenz und des Kundenservices sowie dem konsequenten Ausbau der internationalen Aktivitäten geschuldet ist.

ad pepper media erzielte im 1. Quartal 2004 einen Umsatz von TEUR 4.721 (Q1/2003: TEUR 4.296)- dies entspricht einem Wachstum von 10% im Vergleich zum Vorjahresquartal. Die erwirtschaftete Bruttomarge im 1. Quartal 2004 beläuft sich auf TEUR 2.178 (Q1/2003: TEUR 2.013), was einer Steigerung von 8% entspricht. In den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres steigerte ad pepper media das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) um 135% von TEUR 23 auf TEUR 54. Mit einem sehr guten Finanzergebnis von TEUR 304 (Q1/2003: TEUR 257) erhöhte sich der Periodenüberschuss um 26%, von TEUR 283 im 1. Quartal 2003 auf TEUR 356 im 1. Quartal 2004.

Zum Stichtag 31. März 2004 verfügt ad pepper media weiterhin über einen komfortablen Bestand an liquiden Mitteln von Mio. EUR 27,2, einschl. kurzfristig liquidierbarer Wertpapiere des Anlagevermögens und Zahlungsmitteln mit Verfügungsbeschränkung. Die ohnehin hohe Eigenkapitalquote konnte im Vergleich zum 31. Dezember 2003 um 4%-Punkte von 83% auf nunmehr 87% erhöht werden.

Unternehmensentwicklung

Die ad pepper media International N.V. hat sich in den letzten vier Jahren als eine internationale Verkaufs- und Vermarktungsorganisation für digitale Marketing-Lösungen positioniert und ist heute in der Lage, maßgeschneiderte Kampagnen in der ganzen Welt auszuliefern. Alleine in Europa kann das Unternehmen 650 Websites mit 1,2 Milliarden Werbekontakten pro Monat bedienen. In Amerika kommen über Partner nochmals drei Milliarden Werbekontakte hinzu, und in Asien eine Milliarde. Darüber hinaus besteht für ad pepper media jederzeit die Möglichkeit, bei Bedarf auf mehrere Milliarden Kontakte zuzugreifen, die über ausgewählte weltweite Partnerschaften zur Verfügung gestellt werden.

Aufgegliedert in die drei Geschäftsbereiche MEDIA, DIREKTMARKETING und TECHNOLOGIE realisiert ad pepper media für mittlere und große Unternehmen nationale, pan-europäische und weltweite Online-Marketingkampagnen, die bis zur Überführung der dabei gewonnenen Daten und Profile in die entsprechenden Netzwerke der Kunden reichen. Insgesamt stellt sich das Kundenportfolio der Gesellschaft international und sehr diversifiziert dar, konkret gehören Procter & Gamble, Quelle, Adidas, Toyota oder Volvo zum illustren Kundenkreis ebenso wie die Postbank, Barclays Bank, Nokia oder Lufthansa. Innerhalb der einzelnen Geschäftsbereiche hat das Unternehmen im vergangenen Jahr sein Leistungsspektrum erneut erweitert und verfügt heute über mehr als ein Dutzend effizienter Marketingwerkzeuge, die entsprechend den Marktterfordernissen und Kundenwünschen ständig erweitert und angepasst werden.

Mit 14 Niederlassungen in zehn europäischen Ländern verfügt die ad pepper media International N.V. über ein weit gefächertes Vertriebsnetzwerk. Die lokale Präsenz ermöglicht die Umsetzung der Firmenphilosophie „ein Kunde, ein Ansprechpartner vor Ort". Mit der Abdeckung der wichtigsten europäischen Staaten betreut ad pepper media seit Jahren erfolgreich ihr internationales Klientel. Zudem erleichtert die Präsenz vor Ort den Zugang zu lokalen Netzwerken, da die jeweiligen Key Account Manager die Landessprache sprechen und über entsprechende Marktkenntnisse verfügen.

Online Werbung

Der Onlinewerbemarkt ist saisonal bedingt schwach gestartet, viele Budgets sind zwar genehmigt bzw. erhöht worden, werden jedoch punktueller verteilt. Aufmerksamkeitsstarke Formate und Umfelder profitieren insbesondere von zunehmend qualifizierterer Mediaplanung, die professionellere Performancemessung zeigt Wirkung. Dennoch ist auf der Userseite deutlich eine nachlassende Toleranz für aufdringliche oder nicht genehmigte Werbung zu spüren. Die Pop up Blocker und

Spam Diskussion ist ein Ausfluss dieser Entwicklung, die ad pepper media jedoch sehr gelegen kommt, da die Formate bewusst und zustimmungsbasiert eingesetzt werden.

Grundsätzliche Zweifel an der Notwendigkeit und Effektivität von Online Werbung sind kaum noch zu spüren, viel mehr wird die Diskussion um die richtige Kampagnenart und deren Integration geführt. Fast alle großen Unternehmen haben den Online Bereich erheblich aufgestockt und ihn fest in die Mediaplanung einbezogen. Dies nach wie vor noch auf niedriger Basis, woraus sich aber auch die Wachstumshoffnungen der Zukunft mitbegründen lassen.

Durch gezielte Nachfrage nach passenden Produkten und Lösungen erfolgt aber auch eine Qualitätssicherung, nicht nur auf Anbieterseite sondern auch bei den Preisen. Billigangebote und schlechter Service können mit den erforderlichen Standards nicht mehr mithalten und fallen zunehmend durch das Auswahlraster.

Neben dem Wachstumsmotor der internationalen Kampagnen liegt zunehmender Fokus auch auf den regionalen Märkten. Der Mittelstand und regionale Anbieter entdecken die Vorteile interaktiver Kommunikation, so dass insbesondere der B to B als auch der E-Commerce-Bereich in den nächsten Jahren starke Wachstumstreiber werden.

Um für diese Anforderungsprofile qualifizierte Resultate liefern zu können, bedarf es großer vernetzter Einheiten, hohem technologischem und organisatorischem Know-how mit hervorragender Verankerung in lokalen Märkten.

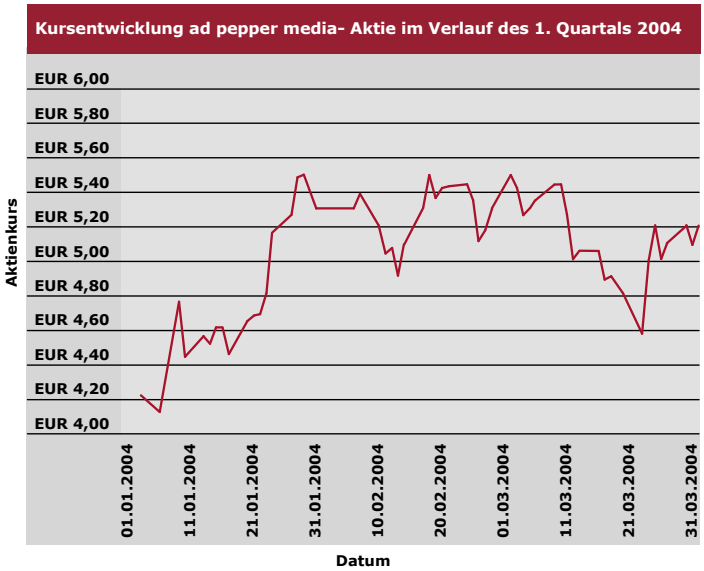
Mit seiner europäischen Struktur und den lokalen und internationalen Kompetenzteams ist ad pepper media hier sehr gut im Markt positioniert und für einen weiteren Anstieg der Werbeausgaben gut vorbereitet.

Die Aktie

Im ersten Quartal 2004 zeigte der Aktienkurs der ad pepper media International N.V. eine erfreuliche Entwicklung und positive Tendenz. Die ad pepper media- Aktie erfuhr im 1. Quartal 2004 eine Wertsteigerung von 24%. Der Kurs stieg von EUR 4,20 am 02. Januar 2004 auf EUR 5,20 am 31. März 2004. Ihr Hoch erreichte die Aktie mit einem Plus von 31% bei einem Kurs von EUR 5,50. Die Marktkapitalisierung zum Quartalsende betrug rund EUR 54 Mio. (bei 10.390.972 Aktien).

Die ad pepper media- Aktie konnte sich mit einer Kurssteigerung von 24% deutlich von der Entwicklung des Prime All Share Index abkoppeln, der in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres mit einem Minus von 3% schloss.

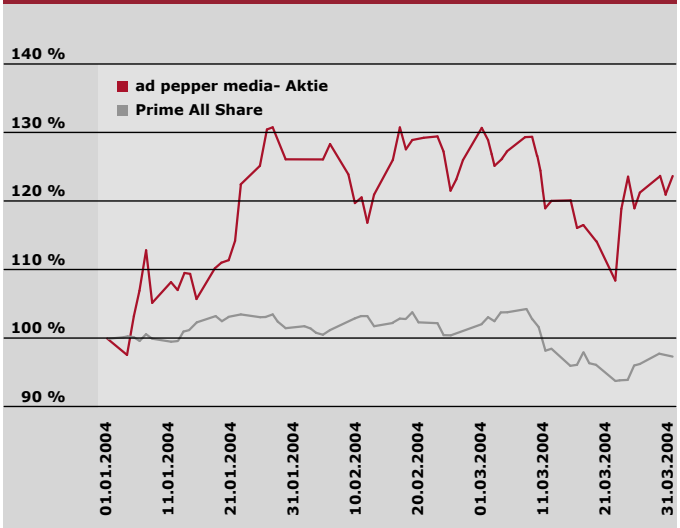
Die seit dem Sommer vergangenen Jahres intensivierte Finanzkommunikation des Unternehmens wurde auch im 1. Quartal 2004 weiter ausgebaut, die positive Entwicklung des Geschäftsjahres 2003 sowie die Strategie für 2004 gegenüber Investoren, Analysten und Multiplikatoren entsprechend kommuniziert.



Den Dialog mit allen Zielgruppen der Finanzgemeinde wird ad pepper media auch in diesem Jahr verstärkt fortsetzen und ausbauen.

Interessenten erhalten unter **www.adpepper.com** (Investor Relations) Gelegenheit, sich umfassend über das Unternehmen zu informieren sowie die Möglichkeit des Downloads von Finanzberichten und -meldungen. Darüber hinaus stehen wir für Anfragen unserer Investoren und Interessenten jederzeit gern telefonisch oder per E-Mail zur Verfügung.

Kursentwicklung ad pepper media- Aktie, indiziert zur Wertentwicklung „Prime All Share"



Ausblick

Ein Ausblick auf das laufende Jahr gestaltet sich angesichts der weiterhin unsicheren Aussichten für die konjunkturelle Entwicklung in Deutschland und Europa schwierig. Ungeachtet des sich darstellenden schwierigen Umfelds erwartet ad pepper media insgesamt eine positive Geschäftsentwicklung.

Dem Internet als Werbemedium, der unverzichtbaren vierten Säule im Media- und Marketing- Mix, werden für das Jahr 2004 Wachstumsraten im zweistelligen Bereich prognostiziert. Nach allen derzeit verfügbaren Indikatoren, wird sich die positive Geschäftsentwicklung des Vorjahres im Geschäftsjahr 2004 fortsetzen und ad pepper media stellt sich dem ehrgeizigen Ziel, das Wachstum der Branche ein weiteres Mal zu übertreffen. Auch in den folgenden Quartalen werden wir neue Chancen zielgerichtet verfolgen um den Unternehmenswert des ad pepper media- Konzerns weiter zu steigern und das Vertrauen unserer Investoren einmal mehr zu bestätigen.

Konzern Gewinn- und Verlust-Rechnung (US GAAP)

	Q1/ 2004 EUR	Q1/ 2003 EUR
Umsatzerlöse	4.721.171	4.295.869
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	-2.542.720	-2.283.040
Bruttoergebnis vom Umsatz	**2.178.451**	**2.012.829**
Vertriebskosten	-1.377.672	-1.076.714
Allgemeine und Verwaltungskosten	-757.137	-942.371
Sonstige betriebliche Erträge und Aufwendungen, netto	34.968	11.461
Operatives Ergebnis	**78.610**	**5.205**
Beteiligungserträge	23.722	11.830
Kursgewinne/ -verluste, netto	-48.251	6.131
Zinserträge/ -aufwendungen, netto	304.494	257.076
Ergebnis vor Steuern (und Minderheitenanteilen)	**358.573**	**280.243**
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-2.603	0
Ergebnis vor Minderheitenanteilen	**355.970**	**280.243**
Minderheitenanteile	0	2.261
Periodenüberschuss	**355.970**	**282.504**
Gewinn je Aktie (unverwässert)	0,03	0,03
Gewinn je Aktie (verwässert)	0,03	0,03

	Q1/ 2004 Stück	Q1/ 2003 Stück
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	10.355.743	10.509.459
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (verwässert)	11.306.345	10.675.792

Konzern-Bilanz (US GAAP)

	31. März 2004 EUR	31. Dezember 2003 EUR
Aktiva		
Umlaufvermögen		
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	16.744.356	17.281.976
Wertpapiere	1.008.000	1.002.400
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, netto	7.542.742	8.447.743
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände	1.530.598	1.387.513
Summe kurzfristige Vermögensgegenstände	**26.825.696**	**28.119.632**
Langfristig gebundenes Vermögen		
Zahlungsmittel mit Verfügungsbeschränkung	650.000	650.000
Sachanlagen, netto	454.631	428.679
Immaterielle Vermögensgegenstände, netto	1.135.183	1.107.663
Firmenwert	2.922.971	2.922.971
Beteiligungen	798.073	774.352
Wertpapiere des Anlagevermögens	8.789.410	8.733.256
Sonstige Vermögensgegenstände	220.138	208.835
Summe langfristiges Vermögen	**14.970.406**	**14.825.756**
Aktiva, gesamt	**41.796.102**	**42.945.388**
Passiva		
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.729.874	2.846.872
Rückstellungen	2.448.283	3.509.336
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	1.378.510	895.710
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten, gesamt	**5.556.667**	**7.251.918**
Ausgleichsposten für Anteile anderer Gesellschafter	**35.695**	**35.695**
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	1.115.500	1.115.500
Eigene Anteile	-76.403	-79.973
Kapitalrücklage	56.650.813	56.584.792
Bilanzverlust	-21.698.460	-22.054.430
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	212.290	91.886
Summe Eigenkapital	**36.203.740**	**35.657.775**
Passiva, gesamt	**41.796.102**	**42.945.388**

Konzern-Kapitalflussrechnung (US GAAP)

	01.01.04- 31.03.04 EUR	01.01.03- 31.03.03* EUR
Periodenüberschuss	355.970	282.504
Überleitung zwischen Periodenüberschuss und Mittelzufluss/ -abfluss aus laufender Geschäftstätigkeit		
Auf konzernfremde Gesellschafter entfallende Ergebnisanteile	0	-2.261
Abschreibungen	128.824	98.158
Gewinn/ Verlust aus dem Verkauf von Gegenständen des Anlagevermögens	-8.774	6.273
Realisierte Kursverluste aus der Umrechnung von Fremdwährungsabschlüssen	0	0
Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge	-23.721	-17.512
Brutto-Cash-Flow	**452.299**	**367.162**
Veränderungen des Umlaufvermögens und kurzfristiger Verbindlichkeiten		
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	905.001	668.993
Veränderung anderer Aktiva	-143.084	-277.861
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-1.116.999	-339.457
Veränderung anderer Verbindlichkeiten	-578.253	238.033
Mittelzufluss/ -abfluss aus laufender Geschäftstätigkeit	**-481.036**	**656.871**
Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	-186.590	-19.119
Erlöse aus dem Abgang von immateriellen Vermögensgegenständen und Sachanlagen	13.068	4.000
Kautionszahlungen	-11.303	-563
Erwerb von Anteilen konsolidierter Unternehmen	0	-202.500
Erwerb von Wertpapieren	0	-3.915.750
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	**-184.825**	**-4.133.932**
Verkauf eigener Anteile	69.591	1.330
Erwerb eigener Anteile	0	-370.821
Mittelzufluss/ -abfluss aus Finanzierungstätigkeit	**69.591**	**-369.491**
Einfluss von Wechselkursänderungen auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	58.650	-26.600
Zahlungswirksame Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-537.620	-3.873.153
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres	**17.281.976**	**20.833.667**
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende des 1. Quartals	**16.744.356**	**16.960.514**

* Vorjahresausweis angepasst

Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals

	Gezeichnetes Kapital	Eigene Anteile	Kapital-rücklage	Bilanz-verlust	Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis		Gesamt
					Unrealisierte Kursgewinne/ -verluste	Währungs-differenzen	
	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
Stand 1. Januar 2003	1.115.500	-62.716	57.026.709	-24.180.665		15.724	33.914.552
Erwerb eigener Aktien		-27.200	-588.647				-615.847
Ausgabe eigener Aktien		9.943	146.730				156.673
Jahresergebnis				2.126.235			2.126.235
Währungsdifferenzen						-42.679	-42.679
Unrealisierte Kursgewinne/ -verluste					118.841		118.841
Gesamtergebnis							**2.202.397**
Stand 31. Dezember 2003	**1.115.500**	**-79.973**	**56.584.792**	**-22.054.430**	**118.841**	**-26.955**	**35.657.775**
Stand 1. Januar 2004	1.115.500	-79.973	56.584.792	-22.054.430	118.841	-26.955	35.657.775
Ausgabe eigener Aktien		3.570	66.021				69.591
Periodenergebnis				355.970			355.970
Währungsdifferenzen						56.975	56.975
Unrealisierte Kursgewinne/ -verluste					63.429		63.429
Gesamtergebnis							**476.374**
Stand 31. März 2004	**1.115.500**	**-76.403**	**56.650.813**	**-21.698.460**	**182.270**	**30.020**	**36.203.740**

Unternehmenszusammenschlüsse

Im Oktober 2003 hat die ad pepper media Italy srl. zu 100% die ad pepper media Interactive Marketing Services srl. übernommen, die wiederum durch den Kauf einzelner Wirtschaftsgüter den Online-Geschäftsbereich der Clickit srl. erworben hat. Teil des Geschäftsbereichs ist eine 51%ige Beteiligung an der Borsa del Banner srl. Clickit war der größte italienische Online-Vermarkter und ergänzt durch seine Stärken im Media- und E-Mail Marketing Bereich die erfolgreichen Direktmarketingaktivitäten von ad pepper media. Die Ergebnisse des Clickit- Geschäftsbereiches, sowie der Borsa del Banner werden seit Oktober 2003 in den Konzernabschluss einbezogen.

Der vorläufige Kaufpreis beläuft sich auf EUR 408.088. Der Kaufpreis erhöht sich unter der Bedingung der Erreichung und in Abhängigkeit bestimmter Ergebnisziele in 2004. Der weitere Kaufpreis wird teilweise in Aktien der ad pepper media International N.V. fällig. Die Anzahl der Anteile errechnet sich nach dem durchschnittlichen Börsenkurs der letzten zehn Handelstage vor Vertragsunterzeichnung (EUR 3,46).

Im Zuge der Akquisition wurden diverse Markenrechte für EUR 3.063, die über einen Zeitraum von 15 Monaten abgeschrieben werden, sowie ein Kundenstamm für EUR 75.000 erworben, dessen Nutzungsdauer drei Jahre beträgt.

Der Kaufpreis beinhaltet einen Firmenwert von EUR 396.472 für die ad pepper media Interactive Marketing Services und EUR 14.700 für die Borsa del Banner. Die Firmenwerte sind steuerlich in Höhe von EUR 300.000 abzugsfähig. Die Kaufpreisallokation steht für beide Gesellschaften noch aus, da der endgültige Kaufpreis an die Erreichung bestimmter Ergebnisziele in 2004 geknüpft ist.

Steuern vom Einkommen und Ertrag

Aufgrund vorhandener Verlustvorträge wurde für den Berichtszeitraum kein Steueraufwand realisiert.

Aktienoptionspläne

In Übereinstimmung mit der „intrinsic value" Methode wurde kein Personalaufwand aus Stock-Option-Plänen erfasst. Die folgende Tabelle veranschaulicht den Effekt auf das Jahresergebnis und das Ergebnis pro Aktie, hätte das Unternehmen die „fair value" Methode nach SFAS 123 angewandt:

		Q1/ 2004 EUR	Q1/ 2003 EUR
Periodenüberschuss	Wie gebucht	355.970	282.504
	Proforma Aufwand	49.183	57.352
Periodenüberschuss	**Proforma**	**306.787**	**225.152**
Gewinn pro Aktie (unverwässert)	Wie gebucht	0,03	0,03
	Proforma	0,03	0,02
Gewinn pro Aktie (unverwässert)	Wie gebucht	0,03	0,03
	Proforma	0,03	0,02

Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis

Das kumulierte sonstige Gesamtergebnis („accumulated other comprehensive income/loss") enthält aufgelaufene Währungsumrechnungsdifferenzen in Höhe von EUR 30.020 (2003: EUR 91.886) sowie eine Neubewertungsrücklage für unrealisierte Kursgewinne der Kategorie „available for sale" in Höhe von EUR 182.270 (2003: EUR 0).

Segmentberichterstattung

Die gesamte Geschäftstätigkeit von ad pepper media wird als ein Segment betrachtet. Die interne Berichterstattung an die Geschäftsleitung fokussiert sich zur Zeit primär auf die regionale Entwicklung der Umsatzerlöse. Die nachfolgende Darstellung veranschaulicht die Umsatzerlöse, die Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen sowie die Bruttoergebnisse der einzelnen Regionen und deren Sachanlagen:

Umsatz

	Q1/ 2004 EUR	Q1/ 2003 EUR
Zentraleuropa (Deutschland, Österreich, Niederlande)	1.695.462	1.982.320
Nordeuropa (Dänemark, Schweden, Finnland, Norwegen)	1.071.486	596.721
Westeuropa (Großbritannien, Frankreich, Spanien, Portugal, Italien)	1.836.773	1.716.828
Übrige	117.450	0
Gesamtumsatz	**4.721.171**	**4.295.869**

Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen

	Q1/ 2004 EUR	Q1/ 2003 EUR
Zentraleuropa (Deutschland, Österreich, Niederlande)	1.075.422	1.095.499
Nordeuropa (Dänemark, Schweden, Finnland, Norwegen)	603.500	527.664
Westeuropa (Großbritannien, Frankreich, Spanien, Portugal, Italien)	837.094	659.877
Übrige	26.704	0
Gesamtherstellungskosten	**2.542.720**	**2.283.040**

Bruttoergebnis vom Umsatz

	Q1/ 2004 EUR	Q1/ 2003 EUR
Zentraleuropa (Deutschland, Österreich, Niederlande)	620.040	886.821
Nordeuropa (Dänemark, Schweden, Finnland, Norwegen)	467.986	69.057
Westeuropa (Großbritannien, Frankreich, Spanien, Portugal, Italien)	999.679	1.056.951
Übrige	90.746	0
Bruttoergebnis vom Umsatz	**2.178.451**	**2.012.829**

Sachanlagen

	31.03.2004 EUR	31.03.2003 EUR
Zentraleuropa (Deutschland, Österreich, Niederlande)	168.643	148.709
Nordeuropa (Dänemark, Schweden, Finnland, Norwegen)	188.497	74.710
Westeuropa (Großbritannien, Frankreich, Spanien, Portugal, Italien)	97.491	113.096
Übrige	0	0
Sachanlagen	**454.631**	**336.515**

Eigene Anteile

Laut Gesellschafterbeschluss wurde die ad pepper media zum Rückkauf von bis zu 1.115.500 eigener Aktien ermächtigt. Zum Stichtag 31. März 2004 wurden von der Gesellschaft 764.028 eigene Aktien im Nennwert von EUR 0,10 gehalten, was einem Anteil von 6,85 % am Stammkapital entspricht. Gemäß Hauptversammlungsbeschluss können diese eigenen Aktien als Akquisitionswährung eingesetzt oder im Rahmen von Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen genutzt werden.

Von den von der Gesellschaft erworbenen eigenen Aktien wurden im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2004 6.200 Stück zum Preis von EUR 1,33, 9.300 Stück zum Preis von EUR 2,73 und 20.200 Stück zum Preis von EUR 1,78 im Rahmen des Mitarbeiteroptionsprogramms genutzt.

Ereignisse nach dem Ende des 1. Quartals 2004

Bis zur Erstellung des Zwischenberichts wurden keine wertbeeinflussenden Sachverhalte bekannt.

Aktien und Bezugsrechte der Organe

Zum 31. März 2004 waren insgesamt 1.698.750 Optionen im Rahmen von Optionsprogrammen ausgegeben. Das Bezugsverhältnis beträgt eine Aktie je Optionsrecht. Der Bezugspreis liegt zwischen EUR 1,33 und EUR 13,50.

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 31. März 2004	Optionen zum 31. März 2004
Vorstand		
Ulrich Schmidt	618.397	368.000
Hermann Claus	51.808	243.000
Niels Nüssler	38.113	296.500
Aufsichtsrat		
Michael Oschmann	5.112	0
Dr. Günther Niethammer	1.112	15.000
Bernd Sexauer	292	0
Jan Andersen	574.600	0
Merrill Dean	0	0
Unter maßgeblichem Einfluss stehende Unternehmen		
EMA B.V.	4.743.201	0
Viva Media Beteiligungsgesellschaft	10.000	0
Euroserve	18.780	0
Mitarbeiter		776.250

Anzahl der Mitarbeiter

Zum Ende des 1. Quartals 2004 beschäftigte ad pepper media 113 Mitarbeiter (31. März 2003: 93 Mitarbeiter) in 10 europäischen Ländern, die wesentlich am Unternehmenserfolg teilhaben.

Auftragslage

Was Anzahl und Buchungsvolumen von Kampagnen betrifft, verzeichnet ad pepper media steigende Auftragseingänge. Dabei ist das Interesse an länderübergreifenden Kampagnen nach wie vor sehr hoch. Außerdem zeichnet sich eine Erholung im Bereich des Media- Geschäfts ab. Die Auftragseingänge in den Geschäftsbereichen Media und Direktmarketing entwickeln sich gleichermaßen positiv.

Unternehmenskalender

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

6-Monats-Bericht 2004: 25. August 2004
9-Monats-Bericht 2004: 24. November 2004

Analystenkonferenz: 23./24. November 2004
(Deutsches Eigenkapitalforum, Frankfurt)

Geschäftsbericht 2003 und 3-Monats-Bericht 2004

Gern senden wir Ihnen den Geschäftsbericht 2003 und den 3-Monats-Bericht 2004 in Deutsch oder Englisch zu. Alternativ finden Sie diese Dokumente ab sofort verfügbar als PDF- Datei (Acrobat) bei **www.adpepper.com**, Investor Relations unter „Berichte".

Investorenkontakt

ad pepper media International N.V.
Anna-Maria Schubert
Manager Investor Relations
Deutschherrnstraße 15-19
D- 90429 Nürnberg

Tel.: +49 911 929 057 0
Fax: +49 911 929 057 312

E-Mail: ir@adpepper.com
http://**www.adpepper.com**

Impressum

Verantwortlich:
ad pepper media International N.V.
Deutschherrnstraße 15-19
D- 90429 Nürnberg

Tel.: +49 911 929 057 0
Fax: +49 911 929 057 312

E-Mail: info@adpepper.com

Aktiengesellschaft (N.V.)
Sitz Hoofddorp, Niederlande
Zweigniederlassung Nürnberg
Prime Standard, Frankfurt, WKN: 940 883
HRA Nürnberg 17591
Ust-ID-Nr.: DE 210757424

Vorstände:
Ulrich Schmidt, Vorstandsvorsitzender
Hermann Claus, Finanzen
Niels Nüssler, Verkauf

Grafik und Realisation:
R. Lamprecht

www.adpepper.com

ad pepper media International N.V.
TransPolis Gebouw
Polaris Avenue 57
NL-2132 JH Hoofddorp