ad pepper
The e-Advertising Network

Ungeprüfter verkürzter Konzernzwischenabschluss zum 30. Juni 2007

Konzern-Kennzahlen

Die wesentlichen Kennzahlen im Überblick

	Q2/2007 TEUR	Q2/2006 TEUR	Veränderung	1. Hj. 2007 TEUR	1. Hj. 2006 TEUR	Veränderung
Nettoumsatz	12.659	10.910	16%	24.007	20.173	19%
Bruttomarge	6.261	5.474	14%	12.198	9.867	24%
EBIT	205	517		1.651	6.764	
Periodenergebnis	32	381	-92%	1.553	6.466	-76%

				30.06.2007 TEUR	31.12.2006 TEUR	
Liquide Mittel*				14.775	22.678	
Eigenkapital				55.882	50.853	
Bilanzsumme				68.022	66.130	

	Q2/2007 EUR	Q2/2006 EUR	Veränderung	1. HJ 2007 EUR	1. HJ 2006 EUR	
Ergebnis pro Aktie (unverwässert)	0,00	0,04	-100%	0,14	0,60	

				30.06.2007	30.06.2006	
Anzahl Mitarbeiter				249	192	

* einschließlich kurzfristig liquidierbarer Wertpapiere

Vorwort

Sehr geehrte Aktionäre,

ad pepper media International N.V. hat den Umsatz im 2. Quartal gegenüber dem Vergleichszeitraumes des Vorjahres um 16 Prozent (1. Hj. 2007: 19 Prozent) auf 12.659 TEUR (1. Hj. 2007: 24.007 TEUR) gesteigert und dabei ein EBIT von 205 TEUR (1. Hj. 2007: TEUR 1.651) erzielt. Neben einem erfreulichen operativen Wachstum der gesamten ad pepper Gruppe, konnten auch die jüngst getätigten Akquisitionen Emediate (Adserving) und ad agents (SEO/SEM) bereits substanziell zum Umsatzwachstum beitragen. Einen ebenfalls positiven Ergebnisbeitrag lieferte die Earn-Out-Komponente aus dem Verkauf der Minderheitsbeteiligung an der Falk eSolutions in Höhe von 441 TEUR (1. Hj. 2007: 1,969 Mio. EUR).

Operativ war die Integration der Technologie des im Januar übernommenen skandinavischen Ad Serving Providers Emediate in das ad pepper Netzwerk einer der wichtigsten Meilensteine. Hier konnten wir im abgelaufenen Quartal in einigen Ländern bereits komplett von Drittanbietern wie DoubleClick und AdTech auf unsere proprietäre Technologie migrieren, was kurz- bis mittelfristig zu Kosteneinsparungen führen wird. So setzen wir Emediate bereits in Dänemark, Spanien, Frankreich, Niederlande, Großbritannien, Norwegen, Schweden, USA und Australien ein.

Nach den Übernahmen der Emediate-Wettbewerber AdTech durch AOL im Mai und DoubleClick durch Google im April dieses Jahres ist ad pepper media nun einer der wenigen Player im Markt, die noch über ein unabhängiges und leistungsstarkes Adserving verfügen und ist somit auch für externe Kunden noch attraktiver geworden. In diesem Zusammenhang wurde der Launch der Vermarktung der Emediate-Technologie gegenüber externen Kunden in Deutschland vorbereitet. Startschuss wird September sein. Agenturen, Publisher, Vermarkter und Werbetreibende erhalten mit den Produkten EmediateAd und EmediateTracking eine zuverlässige und skalierbare Softwarelösung zur effizienten Planung, Steuerung und Analyse ihrer Kampagnen. Weitere Märkte werden folgen.

Erfreulich hat sich auch unsere jüngste Akquisition der ad agents GmbH entwickelt, an der wir seit April 60 Prozent halten. Die Gesellschaft ist im zukunftsweisenden Bereich Suchmaschinen Optimierung (SEO) und Suchmaschinen Marketing (SEM) tätig und konnte bereits substantiell zum Umsatz und Ergebnis der ad pepper Gruppe beitragen.

Planmäßig schreitet auch der internationale Roll-Out von mediasquares sowie unserer im vergangenen Jahr akquirierten Affiliate-Plattform Webgains voran. In den ersten sechs Monaten des Jahres konnte sich Webgains in Großbritannien, Deutschland, Frankreich und den Niederlanden weiter etablieren und wird trotz des zum Teil starken Wettbewerbs in diesen Ländern als ernstzunehmender Player respektiert.

Als grundsätzlicher Trend innerhalb der Online-Werbebranche bleibt festzuhalten: Die Wege zu den Zielgruppen werden schmaler und verzweigter und machen den Einsatz flexibler Lösungsmodelle erforderlich. Das Portfolio von ad pepper media bietet nahezu das komplette Set an Produkten und Technologien, um die Online-Werbeziele unserer Kunden zu erreichen: Egal ob breite Reichweiten erzielt oder zielgruppengenau Werbebotschaften adressiert werden sollen, die Generierung von Leads und Interessenten im Vordergrund steht oder auf die Gewinnung von Neukunden abgezielt wird.

Wir sind daher auch für die kommenden Quartale optimistisch, dass wir mit unseren Produkten und Technologien den Nerv der Zeit treffen. Weitere Produkte und Services sind in Vorbereitung, um Werbetreibenden, Media-Agenturen und Webseiten auch zukünftig maßgeschneiderte und innovative Lösungen anbieten zu können. Von diesen erwarten wir auch in der zweiten Jahreshälfte weiterhin positive Wachstumsimpulse.

Ihnen, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, danken wir für das entgegengebrachte Vertrauen und werden alles daran setzen, dieses auch im weiteren Verlauf des Geschäftsjahres 2007 zu rechtfertigen.

Der Vorstand
ad pepper media International N.V.

Ulrich Schmidt Jens Körner Niels Nüssler Michael A. Carton

1. Geschäftstätigkeit und Märkte

1.1. Geschäftstätigkeit

In den Produktgruppen Media, Response, E-Mail-Marketing und Affiliate-Marketing realisiert ad pepper media kundenindividuelle Marketinglösungen für Media-Agenturen, Werbetreibende und Betreiber von Webseiten.

Mit 20 Niederlassungen in zwölf europäischen Ländern, den USA und Australien wickelt ad pepper media für Tausende von nationalen und internationalen Werbekunden Kampagnen in derzeit mehr als 50 Ländern weltweit ab. Durch die gesamte Bandbreite an effizienten Marketinglösungen, eigene technische Systeme und hohe internationale Platzierungskraft, durch die Länder übergreifende Werbekampagnen realisiert werden können, hat sich das Unternehmen weiter erfolgreich vom Wettbewerb abgegrenzt.

Für zahlreiche Unternehmen und Marken geht es insbesondere darum, eine deutliche Präsenz mit hohem Wiedererkennungswert im Online-Markt zu generieren und die angestrebte Zielgruppe mit dem richtigen Instrument und möglichst geringen Streuverlusten anzusprechen. Hier kommen die Lösungen Services und das internationale Netzwerk von ad pepper media zum Tragen.

Agenturen und Werbetreibende erhalten einen umfangreichen Komplettservice vom Kampagnen-Management bis zum Reporting – immer auf Basis der bestverfügbaren Technologie. ad pepper media baut sein Leistungsspektrum innerhalb der einzelnen Produktbereiche stetig aus, entwickelt neue Services und Lösungen, um Kunden und Webseitenpartner gleichermaßen ständig bessere Ergebnisse garantieren zu können.

Das Portfolio von ad pepper media bietet für Betreiber von Webseiten ein umfassendes Set an Produkten und Technologien, um die Seiten gewinnbringend zu vermarkten oder noch attraktiver für Besucher zu machen: Egal ob Webseitenpartner von uns die Nutzung von freiem Werbeinventar maximieren, zusätzliche Erträge mit ihrer E-Mail-Datenbank erzielen, leistungsstarkes Adserving nachfragen oder sie einfach als Affilliate-Partner Geld mit ihren Webseiten verdienen wollen.

1.2. Märkte

Der starke Trend zur Online-Werbung in den Marketingabteilungen der Unternehmen ist nicht nur in Deutschland, sondern in ganz Europa deutlich zu erkennen, wo sich die Ausgaben für das Online-Marketing innerhalb der nächsten fünf Jahre von ca. 7,5 Milliarden EUR im Jahr 2006 auf 16 Milliarden EUR im Jahr 2012 mehr als verdoppeln sollen. Das prognostiziert das Marktforschungsinstitut Forrester Research in einer aktuellen Studie. Zwölf Milliarden EUR kommen davon aus den Ländern Großbritannien, Frankreich und Deutschland, für die die Forscher ein außerordentlich starkes Wachstum prognostizieren. In fünf Jahren, so schätzen die Marktexperten, soll Online-Marketing mit Suchmaschinen-, Bildschirm- und E-Mail-Werbung insgesamt rund 18 Prozent des gesamten Mediabudgets ausmachen.

Neben dem Suchmaschinen-Marketing gehört der Affiliate-Markt zu den dynamischsten Bereichen der Online-Werbung. Mit der Übernahme der Affiliate-Plattform Webgains im vergangenen Jahr und der Mehrheitsbeteiligung an der ad agents GmbH im April diesen Jahres, einer hochspezialisierten Agentur für Suchmaschinen-Marketing, nimmt ad pepper media in beiden Segmenten nicht nur am Wachstum teil, sondern stärkt außerdem ihre Positionierung als Full-Service-Anbieter insgesamt. Stark steigende Zahlen von Online-Käufern und die wachsende Zahl an Handelsunternehmen, die diesen Vertriebskanal für sich erkennen und zunehmend professionell erschließen, sorgen dafür, dass die Bereiche Affilliate- und Suchmaschinen-Marketing auch zukünftig eine hohe Bedeutung genießen werden.

Daneben wird auch die klassische Online-Werbung weiter wachsen. Geringe Streuverluste, ein hoher Personalisierungsgrad und eine verbesserte Kundenbindung durch Interaktivität sind nur einige wesentliche Vorteile der Online-Werbung gegenüber herkömmlicher Werbung in Medien wie TV, Radio und Printmedien. Online-Kampagnen lassen sich dabei immer genauer planen. Neben den Klick-Raten gibt es für viele Webseiten inzwischen auch umfangreiche Daten zu Zielgruppen und Reichweiten. Das zieht die Werbetreibenden verstärkt ins Internet und macht Online-Werbung für immer mehr Werbetreibende zu einem unverzichtbaren Teil des Marketingmixes.

Unter all den Gesichtspunkten ist ad pepper media hervorragend positioniert, um langfristig an diesem dynamischen Wachstum auch überproportional teilzunehmen.

2. Die Aktie

Der Kurs der ad pepper media-Aktie konnte sich im Berichtszeitraum aufgrund der Veröffentlichung der Quartalszahlen für die ersten drei Monate am 24. April kurzfristig erholen. Nachdem der Aktienkurs am 2. April mit 6,81 EUR noch stark unter dem Eindruck der veröffentlichten Jahresergebnisse stand, konnte die ad pepper media-Aktie bis auf 7,90 EUR am 7. Mai steigen. Hierzu trug auch die erste Meilensteinzahlung durch Google im Zusammenhang mit dem Verkauf der Minderheitsbeteiligung an dMarc Broadcasting bei, im Rahmen derer ad pepper media ein Betrag von 1,38 Mio. EUR zufloss. Unterstützend auf den Aktienkurs wirkte auch die Ankündigung eines am 7. Mai vom Vorstand der Gesellschaft beschlossenen Aktienrückkauf-Programmes. Bis zum Ende des Rückkaufs am 9. Juli wurden insgesamt 169.200 Stück ad pepper media-Aktien (entspricht circa 1,5 Prozent des Grundkapitals) zu einem durchschnittlichen Kurs von 7,22 EUR erworben; das Gesamtvolumen betrug 1,22 Mio. EUR (Stand eigener Aktien per 30.06.2007: 181.896 Stück).

Trotz dieser positiven Nachrichten, einer weiterhin sehr aktiven Investor-Relations-Aktivität mit Stationen in Paris, Amsterdam und Frankfurt sowie der Aufnahme der ad pepper media-Aktie in die Analysten-Coverage des Bankhauses Sal. Oppenheim, blieb die Kursentwicklung insgesamt unbefriedigend. Der Schlusskurs per 29. Juni betrug 6,50 EUR und befand sich damit in etwa auf dem Niveau zu Beginn des zweiten Quartals. Die konsequente Fortsetzung unserer strategischen Ausrichtung in Verbindung mit einer unvermindert aktiven Kapitalmarktkommunikation sollte die Basis für eine wieder positivere Kursperfomance in der zweiten Jahreshälfte legen.

3. Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Auch im zweiten Quartal konnte ad pepper media wieder dynamisch wachsen und den positiven Trend des ersten Quartals fortsetzen. Verglichen mit den ersten sechs Monaten des Jahres 2006 verzeichnete ad pepper media mit einem Umsatz von 24.007 TEUR (1. Hj. 2006: 20.173 TEUR) ein Plus von rund 19 Prozent. Dabei wurde im zweiten Quartal mit 12.659 TEUR der höchste Quartalsumsatz seit Gründung der Gesellschaft erreicht (Q2 2006: 10.910 TEUR). Während das organische Wachstum des abgelaufenen Halbjahres verglichen zum Vorjahr im Rahmen der Erwartungen blieb, was u.a. auf ein hervorragendes zweites Quartal 2006 in Kernmärkten von ad pepper media zurückzuführen ist, konnten die in den ersten sechs Monaten getätigten Akquisitionen von Emediate und ad agents gänzlich überzeugen.

Die Bruttomarge konnte mit 50,8 Prozent (1. Hj. 2006: 48,9 Prozent) wieder auf sehr hohem Niveau gehalten werden; sie stieg von 9.867 TEUR im ersten Halbjahr 2006 auf 12.198 TEUR. Auch das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) lag mit 1.651 TEUR (1. Hj. 2006: 6.764 TEUR) im Rahmen der Erwartungen des Vorstandes zumal weitere Investitionen in Bereichen wie iSense (Semantisches Targeting), Webgains (Affiliate-Marketing) und mediasquares (Premium-Webseiten-Vermarktung) getätigt wurden. Die Roll-Outs der vorgenannten Produkte und Technologien in die wichtigsten Wachstumsmärkte Europas verlaufen planmäßig, wenngleich wir - wie bereits im ersten Quartalsbericht dieses Jahres angekündigt - insbesondere in der zweiten Jahreshälfte mit deutlicheren Umsatz- und Ergebnisbeiträgen rechnen.

Als Teil des EBIT im ersten Halbjahr konnte ein Betrag von 1.969 TEUR (1. Hj. 2006: 7,846 Mio. EUR) aus den Beteiligungsverkäufen an Falk eSolutions und dMarc Broadcasting als Beteiligungsertrag verbucht werden. Davon entfiel ein Teilbetrag von 593 TEUR auf das zweite Quartal. Das Periodenergebnis beträgt 1.553 TEUR nach 6.466 TEUR im Vorjahreszeitraum, welches jedoch maßgeblich durch Earn-Out Zahlungen geprägt war). Im zweiten Quartal betrug das Periodenergebnis 32 TEUR nach 381 TEUR im 2. Quartal des Vorjahres.

Die Bilanzstruktur wird weiterhin durch eine vergleichsweise sehr hohe Eigenkapitalposition in Höhe von 55.882 TEUR geprägt nach 50.853 TEUR per 31. Dezember 2006. Die Erhöhung dieser Position resultiert im Wesentlichen aus der im Zuge der Akquisition der Emediate im Januar durchgeführten Barkapitalerhöhung von 2.278 TEUR durch Ausgabe von 209.854 neuen ad pepper media-Aktien. Die Eigenkapitalquote beträgt somit per 30. Juni 82 Prozent bei einer Bilanzsumme von 68.022 TEUR (31. Dezember 2006: 76,9 Prozent). Die ad pepper Gruppe ist zum Bilanzstichtag eigenfinanziert. Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten existieren nicht.

Auf der Aktivseite der Bilanz erhöhten sich die Firmenwerte auf 20.654 TEUR nach 16.066 TEUR per 31. Dezember 2006. Grund hierfür ist im Wesentlichen wiederum die Akquisition der Emediate zu Beginn des Jahres im Zuge derer Firmenwerte in Höhe von 3.601 TEUR erworben wurden sowie eine letzte Meilensteinzahlung an die ehemaligen Gesellschafter der mediasquares GmbH in Höhe von 949 TEUR. Die Forderungen aus Lieferung und Leistung erhöhten sich um 2.373 TEUR auf 13.563 TEUR gegenüber Jahresende 2006.

Die liquiden Mittel einschließlich kurzfristig liquidierbarer Zahlungsmittel haben sich gegenüber dem ersten Quartal auf 14.775 TEUR reduziert (31. Dezember 2006: 22.678 TEUR). Grund hierfür ist im Wesentlichen die Akquisition von Emediate und das im Rahmen des Anfang Mai begonnenen und mittlerweile abgeschlossenen Aktienrückkauf-Programms sowie Bonuszahlungen.

4. Mitarbeiter

ad pepper media beschäftigte am 30. Juni 2007 weltweit 249 festangestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Somit wurden im ersten Halbjahr 2007 insgesamt 44 zusätzliche Mitarbeiter eingestellt. Neben einer akquisitionsbedingten Erhöhung der Belegschaft im Zusammenhang mit dem Erwerb von Emediate und ad agents hat insbesondere der Ausbau des Kerngeschäfts sowie der Roll-Out von Webgains und mediasquares in Deutschland, Frankreich, BeNeLux und Skandinavien wesentlich zum Mitarbeiteranstieg beigetragen.

5. Chancen- und Risikobericht

Einführung einer neuen IT-Architektur

Qualitativ hochwertiges Online-Marketing, wie es ad pepper media betreibt, ist in zunehmendem Maße von hochentwickelten Informationstechnologien („IT")-Systemen anhängig. Die Harmonisierung der IT-Systeme der Produktbereiche (z.B. Adserving) und Tochtergesellschaften der ad pepper media zur Schaffung einer einheitlichen IT-Architektur stellt eine besondere Herausforderung dar. In diesem Zusammenhang setzt die Gesellschaft derzeit die Implementierung eines neuen ERP-Systems mit integriertem Customer-Relation-Management (CRM) und Finanzwirtschaftssystems, welches voraussichtlich im Laufe des vierten Quartals live geschalten werden wird. ad pepper media wird dabei ein IT-System eines namhaften Softwarehauses lizensieren und ggf. dieses an Unternehmensspezifika anpassen. Dennoch ist nicht auszuschließen, dass die Implementierung nicht fristgerecht erfolgt, das neue IT-System fehlerbehaftet ist oder sich als inkompatibel mit der bestehenden IT-Architektur erweist bzw. sich die Implementierung nur zu wesentlich höher als geplanten Kosten umsetzen lässt. Für diesen Fall muss u.U. mit erheblich negativen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft gerechnet werden.

Mindestumsatzgarantien für vermarktete Webseiten

Wir sind im Rahmen bestimmter, auf feste Laufzeiten abgeschlossener Vereinbarungen zur Zahlung von Mindestgarantien an Webseitenbetreiber verpflichtet, die uns mit der Vermarktung ihrer Werbefläche beauftragen. Im Rahmen dieser durchaus marktüblichen Webseitenvermarktungsverträge ist die exakte Planung und Prognose der mit der jeweiligen Webseite erzielbaren Umsätze zum Zeitpunkt der Vertragsunterzeichnung mitunter nur bedingt möglich. Im Falle einer Unterschreitung der vereinbarten Mindestumsatzziele ist ad pepper media dennoch verpflichtet, den ursprünglich vereinbarten Preis der zu vermarktenden Werbefläche an den Websitebetreiber zu zahlen, was im Einzelfall zu negativen Margen bei ad pepper media führen kann.

Unternehmenssteuerreform und Betriebsprüfung
Nachdem der Bundesrat am 6. Juli 2007 dem vom Bundestag am 25. Mai 2007 verabschiedeten Gesetzentwurf zur Unternehmenssteuerreform 2008 zugestimmt hat, tritt das Gesetz mit Wirkung zum 1. Januar 2008 in Kraft. Dies hat zur Folge, dass der bisherige kombinierte Steuersatz für die Körperschafts- und Gewerbesteuer des ad pepper Konzerns von 39 Prozent auf circa 30 Prozent sinkt und somit eine Abwertung der aktivierten steuerlichen Verlustvorträge erforderlich wird, die per 31.12.2006 etwa 19 Mio. EUR betrugen.

Aufgrund der laufenden Betriebsprüfung für die Jahre 1999 bis 2002 bestehen gewisse Unsicherheiten hinsichtlich der Höhe der bestehende Verlustvorträge.

Weitere Beteiligungserträge
Im Februar 2006 hat ad pepper media die Anteile an dMarc Broadcasting, Inc. in Höhe von 8,2 Prozent an Google veräußert. In diesem Zusammenhang sind bereits erste Zahlungen an ad pepper media im Jahre 2006 sowie im ersten Quartal dieses Jahres erfolgt. Neben den bereits erfolgten Kaufpreiszahlungen werden bezogen auf das laufende Jahr, in Abhängigkeit von der Erreichung bestimmter leistungsbezogener Zielen, bis zu 390 Mio. USD und bezogen auf 2008 nochmals bis zu 721 Mio. USD ausgezahlt. Entsprechend der ehemaligen Beteiligungsquote in Höhe von 8,2 Prozent können ad pepper media somit maximal 31,98 Mio. USD bezogen auf das Jahr 2007 und 59,122 Mio. USD bezogen auf das Jahr 2008 zufließen. Die tatsächlichen Zahlungen können dabei, je nach Grad der Zielerreichung der Performanceziele, deutlich von den vorgenannten Beträgen abweichen und im Extremfall auch gänzlich ausbleiben.

6. Prognosebericht und Ausblick

ad pepper media verfolgt auch zukünftig eine konsequente Wachstumsstrategie zur Gewinnung von neuen Kunden, zum Ausbau der Geschäftsbeziehungen mit bestehenden Kunden durch intensive Kundenpflege sowie eine weitere Diversifikation des Produktangebots in den einzelnen Ländergesellschaften. Zu diesem Zweck werden wir unsere bestehenden Niederlassungen in den Wachstumsmärkten weiter ausbauen und deren Produktsortiment mittels des Ende 2006 begonnenen Roll-Outs von Webgains und mediasquares weiter voranbringen. Die in diesem Jahr erworbenen Gesellschaften Emediate und ad agents werden für zusätzliches Wachstumspotenzial sorgen und uns als international agierender Online-Vermarkter mit einem gut ausgebautem Netzwerk, modernsten Technologien und leistungsstarken Produkten weiter etablieren. Sehr viel versprechend ist in diesem Zusammenhang unsere semantische Targeting-Lösung iSense, die eine Analyse von Webseiten bezüglich des Inhalts in Echtzeit ermöglicht. Wir sind davon überzeugt, dass semantisch basierten Werbeformaten die Zukunft gehört, daher werden wir in den verbleibenden sechs Monaten des Geschäftsjahres mit Nachdruck die Vermarktung von iSense Produkten in den größten europäischen Märkten von ad pepper media vorantreiben.

Hierfür und für den europäischen Roll-Out der vorgenannten Produkte sind weitere Investitionen in Mitarbeiter und Technologien erforderlich. Das Jahr 2007 wird also ganz im Zeichen dieser strategischen Neuausrichtung stehen, die die operative Ertragskraft der Gesellschaft auch in den kommenden zwei Quartalen noch beeinträchtigen wird.

Konzern Gewinn- und Verlust-Rechnung (IFRS)

	Q2/ 2007 EUR	Q2/ 2006 EUR	1. Hj. 2007 EUR	1. Hj. 2006 EUR
Umsatzerlöse	12.658.553	10.909.751	24.007.135	20.173.179
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	-6.397.336	-5.435.304	-11.808.984	-10.306.291
Bruttoergebnis vom Umsatz	**6.261.216**	**5.474.447**	**12.198.150**	**9.866.888**
Vertriebskosten	-3.848.052	-2.665.740	-7.105.322	-5.066.313
Allgemeine und Verwaltungskosten	-2.822.520	-1.918.772	-5.373.636	-5.344.986
Sonstige betriebliche Erträge	108.685	189.397	65.704	294.223
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-87.425	-562.826	-103.152	-831.452
Gewinn aus der Veräußerung von Anteilen an assoziierten Unternehmen und von sonstigen Beteiligungen	593.226	0	1.969.087	7.846.082
Ergebnis vor Zinsen und Steuern	**205.130**	**516.506**	**1.650.831**	**6.764.442**
Finanzerträge	162.190	143.792	343.750	272.577
Ergebnis vor Steuern	**367.321**	**660.298**	**1.994.581**	**7.037.019**
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-278.501	-279.440	-385.064	-570.866
Ergebnis vor Minderheitenanteile	**88.820**	**380.858**	**1.609.517**	**6.466.153**
Minderheitenanteile	-56.592	0	-56.592	0
Konzern-Periodenergebnis	**32.228**	**380.858**	**1.552.925**	**6.466.153**
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	0,00	0,04	0,14	0,60
Ergebnis je Aktie (verwässert)	0,00	0,03	0,14	0,54
	Q2/ 2007 Stück	**Q2/ 2006 Stück**	**1. Hj. 2007 Stück**	**1. Hj. 2006 Stück**
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	11.126.408	10.832.193	10.762.482	10.762.482
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (verwässert)	11.807.838	12.046.799	11.480.321	11.922.241

Konzern-Bilanz (IFRS)

	30. Juni 2007 EUR	31. Dezember 2006 EUR
Aktiva		
Langfristige Vermögenswerte		
Firmenwerte	20.653.475	16.066.134
Immaterielle Vermögenswerte	9.218.365	7.174.216
Sachanlagen	1.392.626	885.026
Wertpapiere des Anlagevermögens	4.042.300	4.360.000
Andere finanzielle Vermögenswerte	793.170	726.804
Latente Steuern	4.510.512	4.746.613
Summe langfristige Vermögenswerte	**40.610.448**	**33.958.793**
Kurzfristige Vermögenswerte		
Wertpapiere	4.029.750	3.937.800
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	13.563.464	11.190.794
Forderungen aus Ertragsteuern	656.586	661.815
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	2.458.349	2.000.799
Flüssige Mittel und kurzfristige Geldanlagen	6.702.911	14.380.214
Summe kurzfristige Vermögenswerte	**27.411.060**	**32.171.422**
Aktiva, gesamt	**68.021.508**	**66.130.215**
Passiva		
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	1.136.485	1.115.500
Kapitalrücklage	66.210.334	61.859.464
Eigene Anteile	-1.198.430	-340.352
Bilanzverlust	-9.391.335	-10.944.260
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	-1.077.469	-837.451
Auf Gesellschafter des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital	**55.679.585**	**50.852.901**
Minderheitenanteile	202.317	0
Summe Eigenkapital	**55.881.902**	**50.852.901**
Langfristige Verbindlichkeiten		
Latente Steuern	1.381.119	821.539
Summe langfristige Verbindlichkeiten	**1.381.119**	**821.539**
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.293.556	5.003.251
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	1.928.457	3.425.440
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	478.612	378.458
Rückstellungen	5.057.862	5.648.626
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten	**10.758.486**	**14.455.775**
Summe Verbindlichkeiten	**12.139.606**	**15.277.314**
Passiva, gesamt	**68.021.508**	**66.130.215**

Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)

	1. Hj. 2007 EUR	1. Hj. 2006 EUR
Konzern-Periodenergebnis	**1.552.925**	**6.466.166**
Überleitung zwischen Konzern-Jahresüberschuss und Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit		
Abschreibungen	1.077.680	866.394
Gewinn/ Verlust aus dem Verkauf von Gegenständen des Anlagevermögens	-19.334	-63.331
Aufwand Aktienoptionen	352.749	136.184
Zinsergebnis	-343.750	-272.577
Steuerergebnis	385.064	570.866
Gewinn aus der Veräußerung von Anteilen an assoziierten Unternehmen und von sonstigen Beteiligungen	-1.969.087	-7.811.082
Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge	86.941	290.955
Brutto-Cash-Flow	**1.123.188**	**183.575**
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-2.380.717	-248.221
Veränderung anderer Aktiva	899.980	630.116
Gezahlte Ertragsteuern	0	-109.469
Vereinnahmte Zinsen	273.721	201.041
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-2.192.695	-1.920.555
Gezahlte Zinsen	-8.866	-8.390
Veränderung anderer Verbindlichkeiten	-220.871	2.804.834
Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	**-2.506.260**	**1.532.931**
Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	-2.053.305	-785.214
Erlöse aus dem Abgang von immateriellen Vermögensgegenständen und Sachanlagen	23.210	104.605
Einzahlungen aus der Veräußerung von Anteilen an assoziierten Unternehmen und von sonstigen Beteiligungen	1.375.786	12.459.703
Kautionszahlungen/ Einnahmen aus der Rückzahlung von Mietsicherheiten	-78.366	42.464
Rückführung aus Zahlungsmitteln mit Verfügungsbeschränkung	0	650.000
Erwerb von Tochterunternnehmen nach Abzug der erworbenen Zahlungsmittel	-999.883	-2.341.627
Erwerb von Geschäfts-/ Firmenwerten	-4.587.341	-3.319.582
Erlöse aus dem Verkauf von Wertpapieren	0	3.100.500
Erwerb von Wertpapieren	0	-1.990.440
Mittelzufluss/ Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	**-6.319.899**	**7.920.409**
Verkauf eigener Aktien	53.296	308.281
Einzahlungen aus Kapitalerhöhung	2.270.527	0
Erwerb eigener Anteile	-1.160.516	-402.000
Auszahlung für die Tilgung von Krediten	0	-152.311
Einzahlungen aus der Tilgung gewährter Darlehen	12.000	360.000
Mittelzufluss/ Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit	**1.175.307**	**113.970**
Einfluss von Wechselkursänderungen auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-26.451	451
Zahlungswirksame Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-7.650.852	9.567.761
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres	**14.380.214**	**7.027.645**
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Geschäftsperiode	**6.702.911**	**16.595.406**

Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals

	Auf die Gesellschafter des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital							
					Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis			
	Gezeichnetes Kapital	Kapital-rücklage	Eigene Anteile	Bilanz-verlust	Währungs-differenzen	Markt-bewertung „available for sale" securities	Minder-heiten-anteile	Gesamt
	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
Stand 1. Januar 2006	**1.115.500**	**59.942.263**	**-421.578**	**-16.257.118**	**-6.901**	**-431.368**	**0**	**43.940.798**
Ausgabe eigener Aktien			571.280					571.280
Periodenergebnis				6.466.166				6.466.166
Aktienbasierte Vergütung		136.184						136.184
Währungsdifferenzen					451			451
Unrealisierte Kursgewinne/ -verluste						-457.501		-457.501
Gesamtergebnis								**6.145.300**
Stand 30. Juni 2006	**1.115.500**	**60.078.447**	**149.702**	**-9.790.952**	**-6.450**	**-888.869**	**0**	**50.657.378**
Stand 1. Januar 2007	**1.115.500**	**61.859.464**	**-340.352**	**-10.944.260**	**-139.654**	**-697.797**	**0**	**50.852.901**
Erwerb eigener Aktien			-1.160.517					-1.160.517
Ausgabe eigener Aktien		1.748.579	302.439					2.051.018
Kapitalerhöhung	20.985	2.249.542						2.270.527
Periodenergebnis				1.552.925				1.552.925
Erwerb Minderheitenanteile							202.317	202.317
Aktienbasierte Vergütung		352.749						352.749
Währungsdifferenzen					-14.268			-14.268
Unrealisierte Kursgewinne/ -verluste						-225.750		-225.750
Gesamtergebnis								**1.665.656**
Stand 30. Juni 2007	**1.136.485**	**66.210.334**	**-1.198.430**	**-9.391.335**	**-153.922**	**-923.547**	**202.317**	**55.881.902**

1. Grundlage für die Erstellung des Quartalsabschlusses

Der verkürzte Konzernzwischenabschluss für das erste Halbjahr 2007 wurde gemäß IAS 34 Zwischenberichterstattung aufgestellt.

Der verkürzte Konzernzwischenabschluss enthält nicht sämtliche für den Abschluss des Geschäftsjahres vorgeschriebene Erläuterungen und Angaben und sollte im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2006 gelesen werden.

Der vorliegende Konzernzwischenabschluss zum 30. Juni 2007 wurde vom Vorstand am 15. August 2007 zur Veröffentlichung freigegeben.

2. Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die auf den vorliegenden Konzernzwischenabschluss angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden weichen nicht materiell von den angewandten Grundsätzen ab, nach denen der Jahresabschluss zum 31. Dezember 2006 erstellt wurde.

Nachfolgend aufgeführte IFRS Interpretationen wurden, jedoch ohne Auswirkungen zu haben, erstmalig im vorliegenden Konzernzwischenabschluss angewandt.

IFRIC 9 Neubeurteilung eingebetteter Derivate
Die IFRIC Interpretation 9 ist für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Juni 2006 beginnen, anzuwenden. Darin wird der Zeitpunkt zur Beurteilung, ob eingebettete Derivate vorliegen, als der Zeitpunkt bestimmt, an dem das Unternehmen zum ersten Mal Vertragspartei wird. Eine Neubeurteilung erfolgt nur dann, wenn es zu einer erheblichen Änderung der Zahlungsströme kommt. ad pepper media hat in Anwendung dieser Interpretation ihre Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden geändert.

IFRIC 10 Zwischenberichterstattung und Wertminderungen
Die IFRIC Interpretation 10 ist erstmals für Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. November 2006 beginnen. Darin wird geregelt, dass ein in einem früheren Berichtszeitraum erfasster Wertminderungsaufwand für den Geschäfts- oder Firmenwert, für gehaltene Eigenkapitalinstrumente oder Vermögenswerte, die zu Anschaffungskosten bilanziert werden, nicht rückgängig gemacht werden darf. ad pepper media hat in Anwendung dieser Interpretation ihre Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden geändert.

3. Unternehmenszusammenschlüsse

Emediate
Am 31.01.2007 gab ad pepper media die 100-prozentige Übernahme des skandinavischen Adserving-Providers Emediate ApS bekannt. Emediate bietet seine Technologie zur effizienten Auslieferung, Steuerung und Analyse von Online-Werbekampagnen insbesondere kleinen, mittleren und großen Webseiten an. Umsätze wurden in der Vergangenheit einerseits über ein klassisches Application Service Providing Modell (ASP) sowie im Wege einer Lizenzierung der Emediate Software generiert. Beide Erlösströme werden auch nach der Akquisition durch ad pepper media erhalten bleiben. Durch den Roll-Out der Software in diejenigen Länder, in denen ad pepper media bereits präsent ist, sind wir überzeugt, den Wachstumskurs von Emediate deutlich beschleunigen zu können. Zusätzlich werden wir die Technologie von Emediate innerhalb unseres proprietären Netzwerkes webstats4U sowie im Bereich Affiliate-Marketing einsetzen, da wir überzeugt sind, insbesondere im Micro-Publisher-Bereich hervorragende Synergien heben zu können.

Der Kaufpreis für Emediate belief sich auf insgesamt 4,8 Mio. EUR in Bar, die zum Abschluss der Transaktion sofort fällig wurden. Gleichzeitig haben sich die bisherigen Altaktionäre der Emediate verpflichtet, für einen Betrag von 2,3 Mio. EUR neue, aus der Kapitalerhöhung stammende ad pepper media-Aktien zu zeichnen. Auf Basis eines Bezugspreises von 10,96 EUR je ad pepper media-Aktie wurden 209.854 Aktien an die Verkäufer übertragen.

Die endgültige Kaufpreisallokation steht noch aus.

Emediate hat mit einem Gewinn von 290.451 EUR zum Periodenergebnis beigetragen.

Der Umsatz der Gesellschaft betrug 801.998 EUR. Der Proforma Umsatz, sowie das Proforma Periodenergebnis unter der Annahme, dass der Erwerbszeitpunkt zu Beginn des laufenden Geschäftsjahres gelegen hätte, weichen nicht materiell von den im Konzernzwischenabschluss dargestellten Werten ab.

Zahlungsmittelabfluss	TEUR
Mit dem Tochterunternehmen erworbene Zahlungsmittel	80
Abfluss von Zahlungsmitteln	-4.800
Dem Erwerb direkt zurechenbare Kosten	-32
Tatsächlicher Zahlungsmittelabfluss	**-4.752**

Die erworbenen Vermögenswerte und Schulden zu Buchwerten stellen sich unmittelbar vor dem Erwerbszeitpunkt wie folgt dar:

	Bei Erwerb angesetzt TEUR	Buchwerte TEUR
Immaterielle Vermögenswerte	1.510	0
Sachanlagen	43	43
Langfristiges Vermögen gesamt	**1.553**	**43**
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	183	183
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	16	16
Zahlungsmittel	80	80
Kurzfristiges Vermögen gesamt	**279**	**279**
Vermögen gesamt	**1.832**	**322**
Latente Steuern	423	0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	43	43
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	72	72
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	63	63
Schulden gesamt	**601**	**178**
Nettovermögen	**1.231**	**144**
Geschäfts- oder Firmenwert aus dem Unternehmenserwerb	3.601	
Gesamter Kaufpreis	**4.832**	

Der Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von 3.601 TEUR umfasst den beizulegenden Zeitwert von erwarteten Synergien aus dem Unternehmenserwerb.

ad agents
Des Weiteren erwarb ad pepper media im April 2007 eine Mehrheitsbeteiligung an der ad agents GmbH, Nürnberg. Das Unternehmen konzipiert und realisiert Dienstleistungen im Umfeld des Suchmaschinen-Marketings. Das Kerngeschäft der ad agents liegt dabei in der Optimierung von Webseiten für Suchmaschinen (SEO) sowie Werbung mit Anzeigen (SEM). Zusätzlich berät das Unternehmen zahlreiche Kunden im Bereich Online-Media, z.B. bei der Betreuung von Kampagnen auf Affiliate-Netzwerken, bei der Vermarktung von Online-Werbeflächen sowie bei Online-Kooperationen. ad pepper media hat sich im Rahmen einer Barkapitalerhöhung mit 60 Prozent an der ad agents GmbH beteiligt und unterstreicht ihre strategische Ausrichtung, durch externes Wachstum Produkte, Formate, Services und Tools schneller in neuen Märkten etablieren zu wollen. Der Kaufpreis der Kapitaleinlage, inklusive Anschaffungsnebenkosten, beläuft sich auf 242.891,46 EUR in bar.

ad agents hat mit einem Gewinn von 84.888 EUR zum Periodenergebnis beigetragen. Der Umsatz der Gesellschaft betrug 829.297 EUR. Unter der Annahme, dass der Erwerbszeitpunkt zu Beginn des laufenden Geschäftsjahres gelegen hätte, ergibt sich ein Proforma Umsatz von 24.881.299 EUR und ein Proforma Periodenergebnis in Höhe von 1.576.720 EUR.

Zahlungsmittelabfluss	
	TEUR
Mit dem Tochterunternehmen erworbene Zahlungsmittel	73
Dem Erwerb direkt zurechenbare Kosten	-3
Tatsächlicher Zahlungsmittelabfluss	**-70**

Die beizulegenden Zeitwerte der identifizierbaren Vermögenswerte und Schulden der ad agents zum Erwerbszeitpunkt, die den Buchwerten unmittelbar vor dem Erwerbszeitpunkt entsprechen, stellten sich wie folgt dar:

	Bei Erwerb angesetzt TEUR
Immaterielle Vermögenswerte	8
Sachanlagen	19
Langfristiges Vermögen gesamt	**27**
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	388
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	173
Zahlungsmittel	73
Kurzfristiges Vermögen gesamt	**634**
Vermögen gesamt	**661**
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	440
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	14
Rückstellungen	82
Latente Steuerverbindlichkeiten	0
Minderheitenanteile	50
Schulden gesamt	**586**
Nettovermögen	**75**
Barkapitalerhöhung nach Minderheitenanteil	144
Geschäfts- oder Firmenwert aus dem Unternehmenserwerb	24
Gesamter Kaufpreis	**243**

Der Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von 24 TEUR umfasst den beizulegenden Zeitwert von erwarteten Synergien aus dem Unternehmenserwerb.
Die endgültige Kaufpreisallokation steht noch aus.

mediasquares
Im Juni 2007 wurde als zusätzliche erfolgsabhängige Kaufpreisrate im Rahmen des Erwerbs der mediasquares im Oktober 2005 ein Betrag von 948.606 EUR in bar ausgezahlt.
Der Betrag wurde dem Firmenwert gutgeschrieben.

4. Segmentberichterstattung

Die verschiedenen Produkte und Dienstleistungen von ad pepper media weisen keine wesentlichen Unterschiede im Hinblick auf Risiko und Ertrag auf. Die interne Finanzberichterstattung und die Managementstruktur orientieren sich überwiegend an geographischen Regionen. Entsprechend erfolgt die primäre Berichterstattung nach folgenden zusammengefassten Segmenten:

- Zentraleuropa umfasst Deutschland, die Niederlande und die Slowakei
- Nordeuropa umfasst Dänemark und Schweden
- Westeuropa umfasst Großbritannien, Frankreich, Spanien und Italien
- Drittländer umfasst USA, Australien und die Schweiz

Umsatz

Umsatz Q2/2007 in TEUR	**ZENTRALEUROPA**	**NORDEUROPA**	**WESTEUROPA**	**DRITTLÄNDER**	**KONSOLIDIERUNG**	**KONZERN**
Umsatz extern	5.459	2.443	3.761	995		12.658
Intersegmentumsätze	320	71	185	2	-578	0
Gesamtumsatz	**5.779**	**2.514**	**3.946**	**997**	**-578**	**12.658**
Umsatz Q2/2006 in TEUR						
Umsatz extern	4.507	1.689	3.963	751		10.910
Intersegmentumsätze	711	125	220	-29	-1.027	0
Gesamtumsatz	**5.218**	**1.814**	**4.183**	**722**	**-1.027**	**10.910**

Umsatz 1. Hj. 2007 in TEUR	**ZENTRALEUROPA**	**NORDEUROPA**	**WESTEUROPA**	**DRITTLÄNDER**	**KONSOLIDIERUNG**	**KONZERN**
Umsatz extern	9.453	4.602	8.035	1.917		24.007
Intersegmentumsätze	702	167	472	2	-1.343	0
Gesamtumsatz	**10.155**	**4.769**	**8.507**	**1.919**	**-1.343**	**24.007**
Umsatz 1. Hj. 2006 in TEUR						
Umsatz extern	8.420	3.109	7.072	1.572		20.173
Intersegmentumsätze	1.131	182	288	-24	-1.577	0
Gesamtumsatz	**9.551**	**3.291**	**7.360**	**1.548**	**-1.577**	**20.173**

Ergebnis in TEUR	**ZENTRALEUROPA**	**NORDEUROPA**	**WESTEUROPA**	**DRITTLÄNDER**	**KONSOLIDIERUNG**	**KONZERN**
Q2/ 2007	1.140	-267	-786	-55		32
Q2/ 2006	394	-167	173	4	-23	381
1. Hj. 2007	2.699	-471	-631	-44		1.553
1. Hj. 2006	6.488	-387	162	124	79	6.466

5. Eigene Anteile

Laut Hauptversammlungsbeschluss vom 30. April 2007 wurde ad pepper media bis zum 30. Oktober 2008 zum Rückkauf von bis zu 10 Prozent des Grundkapitales über die Börse ermächtigt. Zum Stichtag 30. Juni 2007 wurden von der Gesellschaft 181.896 eigene Aktien im Nennwert von 0,10 EUR gehalten, was einem Anteil von 1,60 Prozent am Grundkapital 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 in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2007 5.400 Stück zu 2,73 EUR, 5.600 Stück zum Preis von 1,33 EUR, 5.600 Stück zum Preis von 1,78 EUR sowie 4.750 Stück zu 4,45 EUR im Rahmen der laufenden Mitarbeiteroptionsprogramme eingesetzt.

Daneben wurden im Berichtszeitraum 24.658 eigene Anteile zum Preis von 10,74 EUR sowie 143.016 zu durchschnittlich 12,12 EUR zur Begleichung von Kaufpreisverbindlichkeiten im Zusammenhang mit dem Erwerb der Webgains eingesetzt.

6. Ereignisse nach dem Ende des 1. Halbjahres 2007

Bis zur Erstellung des Zwischenberichtes wurden keine wertbeeinflussenden Sachverhalte bekannt.

7. Aktien und Bezugsrechte der Organe

Zum 30. Juni 2007 waren insgesamt 1.672.350 Optionen im Rahmen von Optionsprogrammen ausgegeben. Das Bezugsverhältnis beträgt eine Aktie je Optionsrecht. Der Bezugspreis liegt zwischen 1,33 EUR und 13,50 EUR.

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 30.06.2007	Optionen zum 30.06.2007
Vorstand		
Ulrich Schmidt	502.762	253.000
Michael A. Carton	73.703	214.000
Niels Nüssler	38.113	263.000
Jens Körner	0	30.000
Aufsichtsrat		
Michael Oschmann	7.786	0
Dr. Günther Niethammer	19.862	1.250
Jan Andersen	0	0
Merrill Dean	0	0
Unter maßgeblichem Einfluss stehende Unternehmen		
EMA B.V.	4.743.201	0
Viva Media Beteiligungsgesellschaft	5.650	0
Euroserve	13.780	0
Grabacap AS	424.000	0
Mitarbeiter inkl. ehemaliger Mitarbeiter		**911.100**

8. Anzahl der Mitarbeiter

Zum Ende des 1. Halbjahres 2007 beschäftigte ad pepper media 249 Mitarbeiter (30. Juni 2006: 192 Mitarbeiter).

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

Die Geschäfte mit nahe stehenden Unternehmen und Personen haben sich im Vergleich zum Jahr 2006 nicht wesentlich verändert

10. Versicherung der gesetzlichen Vertreter

Nach bestem Wissen versichern wir, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt, der Konzernzwischenlagebericht den Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und der Lage des Konzerns, so darstellt, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird und dass die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

Der Vorstand
ad pepper media International N.V.

Ulrich Schmidt Jens Körner Niels Nüssler Michael A. Carton

Unternehmenskalender

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

9-Monats-Bericht 2007: 29. November 2007

Analystenkonferenz: November 2007
(Deutsches Eigenkapitalforum, Frankfurt am Main)

Geschäftsbericht 2006/
Konzernzwischenabschluss 2007

Gern senden wir Ihnen den Geschäftsbericht 2006 bzw. den Konzernzwischenabschluss 2007 in Deutsch oder Englisch zu. Alternativ finden Sie unsere veröffentlichten Berichte als PDF-Datei (Acrobat) unter **www.adpepper.com** Investor Relations - Berichte.

Investorenkontakt
Jens Körner (CFO) / Thomas Gahlert
ad pepper media International N.V.
Frankenstraße 150C
Frankencampus
D-90461 Nürnberg

Tel.: +49 911 929057-0
Fax: +49 911 929057-157

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

Impressum

Verantwortlich
ad pepper media International N.V.
Frankenstraße 150C
Frankencampus
D-90461 Nürnberg

Tel.: +49 911 929057-0
Fax: +49 911 929057-157

E-Mail: info@adpepper.com

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

Vorstände
Ulrich Schmidt, Vorstandsvorsitzender
Jens Körner, Finanzen
Niels Nüssler, Verkauf
Michael A. Carton, Director of the Board

Grafik und Realisation: curt Media GmbH

www.adpepper.com

ad pepper media International N.V.
Hogehilweg 15
NL-1101 CB Amsterdam