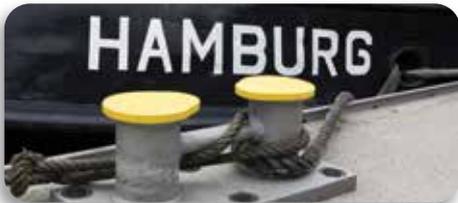


ad  pepper group
digital pioneers since 1999



AD PEPPER MEDIA GROUP

Geschäftsbericht 2014

20
14



Die wesentlichen Kennzahlen im Überblick



	2014	2013
Konzern-Umsatzerlöse, in TEUR	47.281	49.626
Bruttoergebnis, in TEUR	16.131	20.701
Bruttomarge, in Prozent	34,1	41,7
EBITDA (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen), in TEUR	-3.729	4.964
EBIT (Ergebnis vor Zinsen und Steuern), in TEUR	-3.940	4.690
EBT (Ergebnis vor Steuern), in TEUR	-5.225	5.293
Nettogewinn/-verlust, in TEUR	-5.335	5.097
Gewinn/Verlust je Aktie, in EUR (unverwässert)	-0,26	0,23
Bilanzsumme, in TEUR	30.290	36.262
Eigenkapital der Aktionäre, in TEUR	15.961	24.339
Eigenkapitalquote, in Prozent	52,7	67,1
Liquide Mittel*, in TEUR	19.639	21.702
Anzahl Mitarbeiter (per 31. Dezember)	221	228

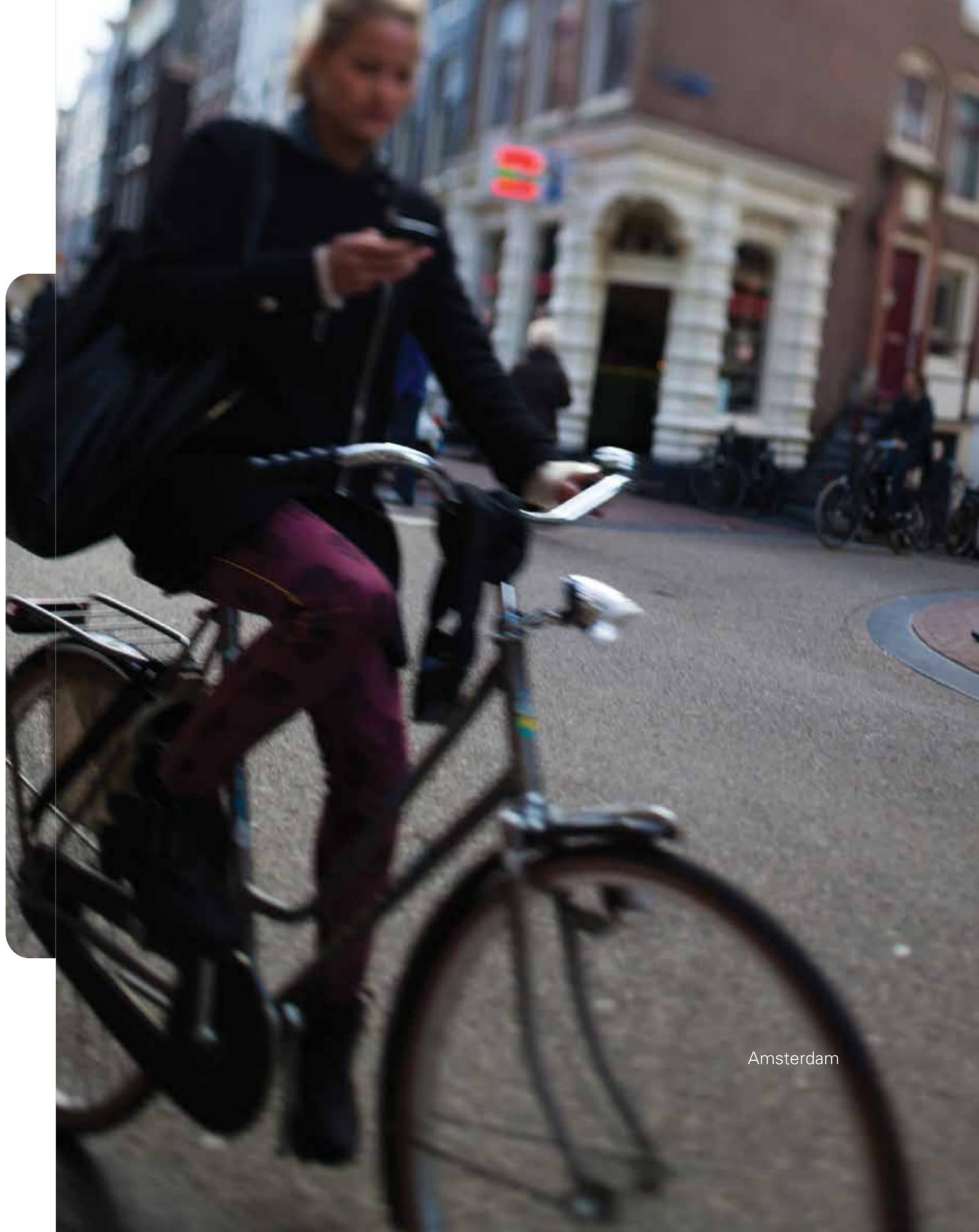
* einschließlich Wertpapierbestände zum beizulegenden Zeitwert und Termineinlagen mit Laufzeiten von mehr als 3 Monaten

Inhaltsverzeichnis

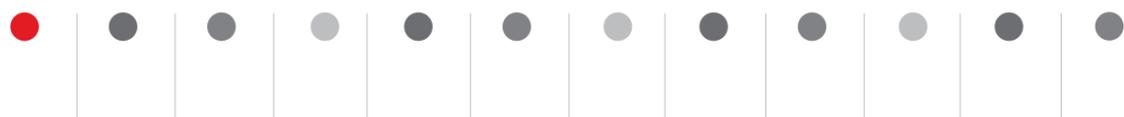
8	Brief des Vorstands
14	Bericht des Aufsichtsrats
20	Corporate Governance und Artikel 10 Übernahmerichtlinie
22	Corporate Governance: "Comply or Explain"
28	Artikel 10 Übernahmerichtlinie
30	Die Aktie
34	Geschäftstätigkeit
38	Wirtschaftliche Entwicklung
40	Wirtschaftliches Umfeld und Produkte
42	Darstellung der Ertragslage
43	Darstellung der Finanz- und Vermögenslage
44	Risikobericht
56	Versicherung der gesetzlichen Vertreter
60	Konzernabschluss
62	Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
63	Konzern-Gesamtergebnisrechnung
64	Konzern-Bilanz
66	Konzern-Kapitalflussrechnung
68	Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
70	Konzernanhang
128	Weitere Informationen
132	Bestätigungsvermerk
142	Auf einen Blick
144	Adressen
146	Termine und Kontakte



Brief des Vorstands



Amsterdam



Sehr geehrte Aktionärinnen, sehr geehrte Aktionäre, liebe Freunde und Partner unseres Unternehmens,

das Jahr 2014 war kein leichtes für ad pepper media. Während das Geschäftsjahr 2013 ganz im Zeichen einer Refokussierung auf unsere Kerngeschäftsfelder stand, die unter anderem mit dem Verkauf unserer Technologieunternehmen „Crystal“ (Semantisches Targeting) und „Emediate“ (Ad Serving) einherging, zielte das abgelaufene Geschäftsjahr insbesondere auf eine Stärkung des Bestandsgeschäftes ab. Das ist uns nur zum Teil gelungen. Mit Blick auf das Umsatzwachstum der gesamten ad pepper media Gruppe, welches auf vergleichbarer Basis, d.h. unter Berücksichtigung der im Vorjahr erfolgten Beteiligungsverkäufe und eingestellter Aktivitäten immerhin 8,9 Prozent aufwies, kann man dennoch von einer insgesamt noch erfreulichen Entwicklung sprechen.

Allen voran konnte das Segment „Webgains“ (Affiliate Marketing) mit einem deutlichen Umsatzplus von 20,5 Prozent und dem erstmaligen Erreichen der Umsatzschwelle von EUR 30 Mio. überzeugen. Im Vorjahr waren es noch ca. EUR 25 Mio. Damit macht Webgains heute ca. 65 Prozent des gesamten Umsatzes der ad pepper media Gruppe aus. Allein im vierten Quartal hat Webgains einen Umsatz von über EUR 9 Mio. erzielt, was ca. einem Drittel des Gesamtjahresumsatzes dieses Segmentes entspricht.

Ebenfalls erfreulich war die Entwicklung des Segmentes „ad agents“ (Search Engine Optimization „SEO“/Search Engine Marketing „SEM“). Hier wurde in einem insgesamt schwieriger gewordenen Markt- und Wettbewerbsumfeld ein Umsatzplus von 6,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr erreicht. Auch ad agents konnte im zurückliegenden Geschäftsjahr ein positives EBITDA erwirtschaften, wenngleich die Profitabilität unterhalb des im Vorjahr erreichten Niveaus liegt.

Geschäftsentwicklung des Segments „ad pepper media“ unter den eigenen Erwartungen

Weitaus schwieriger verlief dagegen das Geschäft im Segment „ad pepper media“. Der positive Ergebnisbeitrages von „Emediate“ fiel durch dessen Verkauf weg. In den Standorten der ad pepper media Gesellschaften in UK, Spanien, Deutschland und Dänemark (jeweils das Display- und Leadgeschäft betreffend) hatten wir stagnierende bzw. rückläufige Umsatzentwicklungen, insbesondere innerhalb der ersten sechs Monate des Geschäftsjahres. Auch das mediasquares Geschäft entwickelte sich entgegen unserer Erwartung negativ und trug zu dem Verlust bei. Die zu hohen operativen Kosten im Verhältnis zur vom Segment „ad pepper media“ generierten Bruttomarge sorgten daher für zum Teil deutlich negative Quartalsergebnisse.

Darüber hinaus wurde in der Holding mit neuem Personal zusätzliches Know-How aufgebaut, welches sich aber noch nicht in 2014 monetarisieren ließ. Daher waren die Kosten der Holding (Segment „Admin“), auch für das verbleibende Bestandsgeschäft, insgesamt zu hoch und trugen ebenfalls zu dem enttäuschenden Ergebnis der ad pepper media Gruppe bei. Per Jahresende verblieb ein deutlicher Verlust in Höhe von EUR 3,729 Mio. (EBITDA). Im Vorjahr konnte dank der Beteiligungsverkäufe noch ein positives EBITDA von EUR 4,964 Mio. erwirtschaftet werden.

Des Weiteren mussten wir unsere Minderheitsbeteiligung an Brand Affinity Technologies und Veritone Inc. aufgrund eines negativen wirtschaftlichen Ausblicks für 2015 wertberichtigen. Letzteres wirkte sich mit EUR 1,594 Mio. im Zinsergebnis aus (Segment „Admin“), so dass das EBT mit EUR -5,225 Mio. ebenfalls deutlich negativ ausfiel.

Break-even als angepeiltes Ziel für das vor uns liegende Geschäftsjahr

Als Reaktion auf die hinter den Erwartungen gebliebene Entwicklung des operativen Geschäftes des Segments „ad pepper media“ mit der Gruppe als Ganzes wurde bereits im zweiten Quartal beschlossen, die ad pepper media Standorte Kopenhagen und Düsseldorf aufzugeben. Mit Globase ist die ad pepper media Gruppe aber weiterhin in Dänemark/Skandinavien präsent. Des Weiteren entschied ad pepper media ihr mediasquares Geschäft zu verkaufen, und verabschiedete gegen Ende des dritten Quartals ein umfangreiches Maßnahmenpaket mit dem Ziel einer Anpassung der Kostenbasis an die Umsatz- und Margenentwicklung, welches schließlich im vierten Quartal umgesetzt wurde. Hiervon waren im Wesentlichen die Segmente „ad pepper media“ und „Admin“ betroffen. Die beiden nicht unmittelbar betroffenen Segmente („Webgains“ und „ad agents“) wurden ebenfalls einem straffen Kosten- und Effizienzsteigerungsmanagement unterzogen. Insgesamt erwarten wir uns annualisierte Kosteneinsparungen von bis zu EUR 2,0 Mio., die ab dem ersten Quartal 2015 voll wirksam werden sollten.

Insofern steht das vor uns liegende Geschäftsjahr ganz im Zeichen eines angepeilten break-even auf Gesamtjahresbasis, wobei wir – wie bereits in den Vorjahren – von starken geschäftsmodellimmanenten Schwankungen der Quartalsergebnisse innerhalb des Geschäftsjahres ausgehen.

Voraussetzung für die angestrebte Trendumkehr ist die Beibehaltung eines straffen gruppenübergreifenden Kostenmanagements, die Rückkehr des Segments „ad pepper media“ in einen positiven Wachstumskanal und eine weiterhin positive Entwicklung der Segmente „Webgains“ und „ad agents“. Ein intaktes makroökonomisches Umfeld ist ebenfalls Voraussetzung für das Erreichen eines break-even. Wir sind vorsichtig optimistisch, dass wir dieses Ziel im laufenden Jahr erreichen können.

Darüber hinaus verfügen wir über ein Liquiditätspolster von EUR 19,6 Mio. sowie eine Eigenkapitalquote von komfortablen 52,7 Prozent, was uns die notwendige operative Flexibilität verleihen sollte, um auch im vor uns liegenden Geschäftsjahr die Stabilisierung des derzeitigen Bestandsgeschäfts der ad pepper media Gruppe weiter voranzutreiben. Anhand des vorliegenden Geschäftsberichts möchten wir Ihnen nun einen tieferen Einblick in das Zahlenwerk der ad pepper media Gruppe gewähren sowie einige wesentliche Fragen beantworten, die vor dem Hintergrund des hinter uns liegenden Geschäftsjahres für alle an ad pepper media Interessierten von Bedeutung sind. Für Sie, unsere Aktionäre, werden wir unverändert jede Anstrengung unternehmen, um nachhaltigen Mehrwert zu schaffen. Vielen Dank für Ihre Loyalität und wir würden uns sehr freuen, wenn Sie uns auch zukünftig in unserem Engagement für ad pepper media unterstützen.

Mit freundlichen Grüßen.

Der Vorstand
ad pepper media International N.V.

Ulrike Handel *Jens Körner*
Dr. Ulrike Handel Dr. Jens Körner

Amsterdam, den 12. März 2015

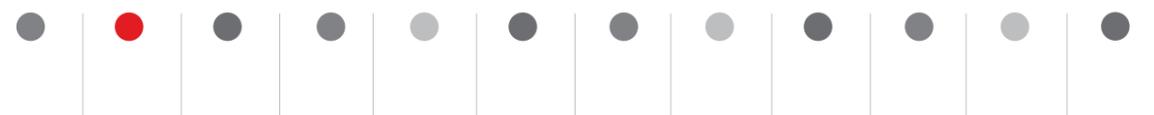


Dr. Ulrike Handel (CEO und Chairman) und Dr. Jens Körner (Chief Financial Officer)

Bericht des Aufsichtsrats



New York



Sehr geehrte Aktionärinnen, sehr geehrte Aktionäre,

der Aufsichtsrat hat im Geschäftsjahr 2014 die ihm nach Gesetz und Satzung obliegenden Aufgaben wahrgenommen. Er hat den Vorstand regelmäßig beraten, bei der Führung der Geschäfte überwacht und war in Entscheidungen von grundlegender Bedeutung für das Unternehmen und den Konzern eingebunden.

Umfassend informiert

Im Jahr 2014 trat der Aufsichtsrat zu vier Sitzungen zusammen. Zusätzlich zu den planmäßigen Sitzungen hielten der Vorsitzende und andere Mitglieder des Aufsichtsrats regelmäßigen Kontakt mit dem CEO und CFO. Keines der Aufsichtsratsmitglieder war bei den Aufsichtsratssitzungen oder -telefonkonferenzen abwesend. Der Vorstand hielt den Aufsichtsrat über den Stand der Gespräche über Entwicklung und Umsetzung der Strategie für das Jahr 2014 und darüber hinaus informiert. Der Aufsichtsrat genehmigte den Finanzplan für das Jahr 2014 und besprach (potenzielle) Übernahmen und Verkäufe mit dem Vorstand. Zu den besprochenen Themen gehörten ferner die Jahres- und Zwischenergebnisse, das am 17. September 2014 beschlossene Einsparprogramm, die Neuordnung lokaler Ländergesellschaften sowie die Veräußerung des unter der Marke „mediasquares“ zusammengefassten Vermarktungsgeschäftes, Ergebnisse der Betriebsprüfung, Entwicklung der Wertpapiere und Beteiligungen, Technologieentwicklungen, die Organisation von Vertrieb und Marketing, Investor Relations, Vergütung sowie Personal. Der Aufsichtsrat wurde über die allgemeinen und finanziellen Risiken des Geschäfts und über die Ergebnisse einer Beurteilung der internen Risikomanagement- und Kontrollsysteme informiert. Entsprechend dem niederländischen Corporate Governance Code wurden die Arbeit des Aufsichtsrats und des Vorstandes sowie die Arbeit der einzelnen Mitglieder beider Organe in Abwesenheit der Mitglieder des Vorstandes besprochen.

Auf Basis der derzeit gültigen Satzung der Gesellschaft wird die Vergütung der Vorstandsmitglieder durch die Hauptversammlung geregelt, nachdem entsprechende Vorschläge seitens des Aufsichtsrates unterbreitet wurden. Die Vergütung des Vorstandes setzt sich aus einer fixen und einer variablen Komponente zusammen. Die variable Vergütung umfasst jährliche erfolgsabhängige Zahlungen (Bonus) sowie langfristige Anreize wie beispielsweise Aktienoptionen. Der fixe Bestandteil der Vergütung wird regelmäßig im Januar/Februar eines jeden Jahres rückwirkend zum 01. Januar des jeweiligen Jahres festgelegt. Der variable Teil der Vergütung ist üblicherweise an im Voraus vereinbarte, messbare und beeinflussbare Ziele gekoppelt. Als Ziel werden budgetierte konsolidierte Ergebnisse des Folgejahres festgelegt. Mitglieder des Vorstandes erhalten keine garantierten Minimumbonuszahlungen. In den vergangenen fünf Jahren betrug der Bonus der Vorstandsmitglieder zwischen 4 und 124 Prozent des jährlichen Fixgehalts. Variable Boni werden üblicherweise innerhalb des ersten Quartals, nach Veröffentlichung des konsolidierten Jahresergebnisses ausgezahlt.

Im Jahre 2000 hat ad pepper media ein langfristiges Anreizmodell in Form von Stock Option Plänen für Mitarbeiter in Schlüsselpositionen inklusive Mitgliedern des Vorstandes eingeführt. Stock Options der Gesellschaft werden ausübbar, sofern der Aktienkurs der ad pepper media Aktie bestimmte im Voraus festgelegte Ausübungshürden überschreitet, allerdings nicht vor Ablauf eines Jahres nach Ausgabe der Optionen. Tranchen von Optionsplänen wurden in den Jahren 2000, 2001, 2002, 2003, 2008 und 2013 an Mitglieder des Vorstandes gewährt.

ad pepper media hat keinerlei Pensionsverpflichtungen gegenüber Mitgliedern des Vorstandes.

Die Summe und Struktur der Vergütung an die Mitglieder des Vorstandes ist derart ausgestaltet, dass die Gewinnung und Bindung von entsprechenden Führungskräften gewährleistet ist. Die Vergütungsstruktur, Altersvorsorgezahlungen und andere finanzielle Verpflichtungen sind so ausgestaltet, dass sie die mittel- und langfristigen Interessen der Gesellschaft befördern. Es wird erwartet, dass die Vergütungspolitik im Jahre 2015 im Wesentlichen unverändert bleibt.

Zusammensetzung des Aufsichtsrats

Michael Oschmann (Jahrgang 1969; deutscher Staatsbürger)

- Vorsitzender des Aufsichtsrats während des gesamten Geschäftsjahres bis einschließlich 31. Dezember 2014
- Diplom-Kaufmann, Geschäftsführer des Telefonbuchverlages Hans Müller GmbH & Co. KG, Nürnberg
- Seit 10. Januar 2000 Aufsichtsratsmitglied, Bestellung bis zur Hauptversammlung 2017

Thomas Bauer (Jahrgang 1963; deutscher Staatsbürger)

- Mitglied des Aufsichtsrats während des gesamten Geschäftsjahres bis einschließlich 31. Dezember 2014
- Geschäftsführer der Thomas Bauer GmbH, Nürnberg
- Seit 20. März 2013 Aufsichtsratsmitglied, Bestellung bis zur Hauptversammlung 2015

Eun-Kyung Park (Jahrgang 1978; deutsche Staatsbürgerin)

- Mitglied des Aufsichtsrats während des gesamten Geschäftsjahres bis einschließlich 31. Dezember 2014
- Geschäftsführerin ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH
- Seit 20. März 2013 Aufsichtsratsmitglied, Bestellung bis zur Hauptversammlung 2017

Stephan Roppel (Jahrgang 1964; deutscher Staatsbürger)

- Mitglied des Aufsichtsrats während des gesamten Geschäftsjahres bis einschließlich 31. Dezember 2014
- Direktor Multichannel und Mitglied der Geschäftsleitung bei H. Hugendubel GmbH & Co. KG, München
- Seit 20. März 2013 Aufsichtsratsmitglied, Bestellung bis zur Hauptversammlung 2016

Bezüge des Aufsichtsrats	2014 EUR	2013 EUR
Michael Oschmann	6.000	6.000
Thomas Bauer	6.000	4.691
Eun-Kyung Park	6.000	4.691
Stephan Roppel	6.000	4.691

Wir unterstützen einen ausgeglichenen Anteil von Frauen und Männern in unserem Vorstand und Aufsichtsrat. Eine zum 01. Januar 2013 in Kraft getretene Niederländische Vorschrift sieht vor, dass Unternehmen mindestens 30 Prozent ihrer Aufsichtsrats- und Vorstandsmandate mit Frauen und mindestens 30 Prozent mit Männern besetzt werden sollen. Wir sind überzeugt, dass wir gute Fortschritte bei der Implementierung dieser Regelung machen. Mit Ulrike Handel als Vorstand und CEO erreichen wir hinsichtlich der Geschlechterdiversität im Vorstand die vorgegebenen Kriterien. Darüber hinaus ist Frau Eun-Kyung Park Mitglied des Aufsichtsrates. In diesem Zusammenhang sind wir uns dessen bewusst, dass verschiedene andere pragmatische Gründe, sonstige relevante Auswahlkriterien sowie die Verfügbarkeit eines passenden Kandidaten bei ad pepper media ein Hindernis zur vollständigen Erreichung der vorgegebenen Geschlechterdiversität darstellen können. Somit ist davon auszugehen, dass wir auch in Zukunft die vom Niederländischen Recht vorgeschlagene Regel hinsichtlich der Geschlechterdiversität möglicherweise nicht vollständig erfüllen können. Weitere ausführliche Informationen zur Unabhängigkeit der Aufsichtsratsmitglieder sowie weitere Informationen sind im Corporate Governance-Bericht enthalten. Dieser ist Bestandteil dieses Geschäftsberichts.

Konzernabschluss uneingeschränkt bestätigt

Der Abschlussprüfer PricewaterhouseCoopers Accountants N.V. hat den Konzernabschluss der ad pepper media International N.V. einschließlich Lagebericht für das Geschäftsjahr 2014 geprüft und mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen. Dem Aufsichtsrat haben der Konzernabschluss und der Lagebericht sowie der Prüfungsbericht des Abschlussprüfers zur Prüfung vorgelegen. Beratungen fanden gemeinsam mit dem Abschlussprüfer statt, der wesentliche Ergebnisse seiner Prüfung berichtete und Fragen dazu beantwortete. Von dem Prüfungsergebnis nahm der Aufsichtsrat zustimmend Kenntnis. Der Aufsichtsrat billigte am 12. März 2015 den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss für das Jahr 2014.

Corporate Governance

ad pepper media International N.V. ist eine Gesellschaft niederländischen Rechts mit Tochtergesellschaften in verschiedenen Ländern. Sämtliche Geschäftstätigkeiten erfolgen unter Beachtung des niederländischen Gesellschaftsrechts sowie des deutschen Kapitalmarktrechts, insbesondere des Wertpapierhandelsgesetzes (WpHG). Die Stammaktien sind an der Frankfurter Wertpapierbörse zum Handel im Prime Standard zugelassen. Der Aufsichtsrat fühlt sich im Interesse aller Aktionäre der Steigerung des Shareholder Value verpflichtet und legt an die Corporate Governance-Grundsätze der Gesellschaft seit jeher höchste Maßstäbe. Obwohl die Gesellschaft nach ihren eigenen Richtlinien grundsätzlich den im niederländischen Corporate Governance Code beschriebenen Vorgaben folgt, können sich aus den für ad pepper media geltenden gesetzlichen Bestimmungen Abweichungen ergeben. Im Abschnitt „Corporate Governance“ dieses Geschäftsberichts berichtet ad pepper media eingehend über die Einhaltung des niederländischen Corporate Governance Code.

Dank des engagierten Einsatzes des Vorstands und aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der ad pepper media International N.V. konnte ad pepper media die Herausforderungen des abgelaufenen Geschäftsjahres meistern und sieht sich gut aufgestellt für die Anforderungen des neuen Geschäftsjahres. Hierfür spricht der gesamte Aufsichtsrat seinen ganz besonderen Dank und seine Anerkennung für hervorragende Arbeit und den besonderen Teamgeist der Mannschaft aus.

Nürnberg, den 12. März 2015

Für den Aufsichtsrat
Michael Oschmann, Aufsichtsratsvorsitzender



Michael Oschmann (Aufsichtsratsvorsitzender)



Corporate Governance



Corporate Governance: „Comply or Explain“

Einführung

Am 12. Juli 2009 wurde ein neues Dutch Corporate Governance Monitoring Committee durch den Finanzminister, den Justizminister sowie den Wirtschaftsminister eingesetzt. Die Zielvorgabe des Monitoring Committee ist es dabei sicherzustellen, dass der Dutch Corporate Governance Code praktikabel, aktuell und börsennotierte Gesellschaften niederländischen Rechts sowie institutionelle Investoren anhand des Code überwacht werden können (der Dutch Corporate Governance Code kann unter <http://commissiecorporategovernance.nl> eingesehen werden).

ad pepper media International N.V. hat in den vergangenen Jahren bereits umfangreiche Maßnahmen ergriffen, um den niederländischen Corporate Governance Code (den „Code“) umzusetzen, darunter:

- eine Geschäftsordnung für den Vorstand.
- eine Geschäftsordnung für den Aufsichtsrat.
- ein Profil für den Aufsichtsrat.
- Regeln für den Besitz von Aktien durch den Vorstand und den Aufsichtsrat sowie den Handel mit diesen Aktien und
- ein internes Risikomanagement und -kontrollsystem.

Mit Ausnahme des internen Risikomanagement und -kontrollsystems sind diese Dokumente auf der Unternehmenswebsite von ad pepper media veröffentlicht.

Die Corporate Governance-Richtlinien wurden zuletzt in der Hauptversammlung 2011 diskutiert. Die Hauptversammlung wurde dazu aufgefordert, die Struktur der Corporate Governance zu verbessern und für eine Änderung der Unternehmenssatzung zu stimmen, die der Einhaltung des Codes durch das Unternehmen auch künftig Rechnung trägt. Jede wesentliche Änderung der Corporate Governance-Struktur durch ad pepper media und der Einhaltung des Codes durch das Unternehmen wurde der Hauptversammlung zur Diskussion vorgelegt. Dieses Kapitel gibt einen Überblick über die Corporate Governance-Struktur von ad pepper media. Abweichungen vom Code werden hierin gezielt diskutiert und begründet.

Vorstand

ad pepper media wird von einem Vorstand geführt, der für die Ziele, Strategie und Politik des Unternehmens verantwortlich ist (wobei dem Chief Executive Officer („CEO“) eine führende Rolle zukommt). Der Vorstand ist zuständig für die Leitung des Tagesgeschäfts sowie die operativen, taktischen und strategischen Entscheidungen des Unternehmens. Die Verantwortung für das Management des Unternehmens obliegt dem Vorstand insgesamt. Der Vorstand von ad pepper media bestand bis zum 19. März 2013 aus einem Director A (dem CFO). Seit dem 20. März 2013 besteht der Vorstand der Gesellschaft aus zwei Director A (CEO und CFO). Der Vorstand ist für die Einhaltung der geltenden Gesetze und Verordnungen sowie für das Risikomanagement hinsichtlich der Geschäftstätigkeit von ad pepper media und der Finanzierung des Unternehmens verantwortlich.

Der Vorstand wird durch den Aufsichtsrat kontrolliert und stellt letzterem sämtliche Informationen zur Verfügung, die zur Erfüllung seiner Aufgaben erforderlich sind. Wichtige Entscheidungen des Vorstandes erfordern die Zustimmung des Aufsichtsrats, darunter (a) die operativen und finanziellen Zielstellungen der Gesellschaft, (b) die Strategie zur Erreichung der Ziele, (c) sofern erforderlich, die Rahmenbedingungen hinsichtlich der Zielerreichung und (d) Fragen der sozialen Verantwortung, die aus Sicht der Gesellschaft von Bedeutung sind. Der Vorstand hat sich Regeln über die Aufteilung von Pflichten innerhalb des Vorstands sowie Verfahrensregeln für den Vorstand gegeben.

Die Vorstandsmitglieder werden nach verbindlicher Nominierung durch den Aufsichtsrat von der Hauptversammlung gewählt. Nach der gegenwärtigen Satzung des Unternehmens kann die Hauptversammlung mit absoluter Mehrheit der abgegebenen Stimmen, die mehr als ein Drittel des ausgegebenen Kapitals repräsentieren, beschließen, dass die Kandidatenliste nicht verbindlich ist. ad pepper media erfüllt somit die Bestimmung IV.1.1 des Codes.

Bestimmung II.1.1 sieht vor, dass Vorstände für einen Zeitraum von maximal vier Jahren bestellt werden sollen. Während mit Frau Dr. Handel ein Vorstandsvertrag über einen Zeitraum von drei Jahren abgeschlossen wurde, beträgt die Laufzeit des Vorstandsvertrages mit Herrn Körner insgesamt fünf Jahre. Dies entspricht somit nicht gänzlich der Bestimmung II.1.1 des Codes.

Das Unternehmen wird keine „Whistleblower“-Richtlinien zur Meldung von Fehlverhalten von Unternehmensangehörigen aufstellen. Dies stellt eine Abweichung von der Bestimmung II.1.7 des Codes dar. Aufgrund der geringen Größe des Unternehmens sind die Kommunikationswege kurz, der Vorstand ist in hohem Maß in das Tagesgeschäft des Unternehmens involviert, und die Mitarbeiter haben bereits jetzt die Möglichkeit, vermutete Unregelmäßigkeiten des Unternehmens auf allgemeiner, operativer und informeller Ebene zu melden, ohne ihre rechtliche Situation zu gefährden. Darüber hinaus wurde im Jahr 2007 ein „Code of Conduct“ verabschiedet, der auch Geschäftsgrundsätze für unsere Mitarbeiter und Verhaltensregeln beinhaltet. Aufgrund der Tatsache, dass der Hauptaktionär von ad pepper media in der Regel über 90 Prozent des auf der Hauptversammlung anwesenden bzw. vertretenen Kapitals repräsentiert, hat sich ad pepper media dafür entschieden, die Bestimmung II.1.9 und IV.4.4 unberücksichtigt zu lassen.

Wir sind der Ansicht, dass die Vorschrift zur Feststellung der Höhe und Zusammensetzung der Vorstandsvergütung aufgrund der gegenwärtigen Größe des Unternehmens nicht anwendbar ist. ad pepper media handelt daher nicht nach den Bestimmungen II.2.1 bis II.2.3, II.2.12 sowie II.2.13 des Codes. Wir ziehen es vor, die Bestimmungen II.2.4, II.2.6, II.2.8 sowie II.2.10 und II.2.11 nicht anzuwenden. Da die vorhandenen Vertragsbeziehungen zwischen ad pepper media und einzelnen Vorstandsmitgliedern nicht beliebig ignoriert werden können. Dies wird auch von der Kommission, die den Code entworfen hat, bestätigt. So beträgt insbesondere der Leistungszeitraum („vesting period“) von den Vorstandsmitgliedern gewährten Optionen ein und nicht drei Jahre. Weiterhin kann die Vergütung im Falle einer Entlassung mehr als ein Jahresgehalt

betragen. Im Falle einer Entlassung eines Vorstandsmitglieds ohne wichtigen Grund entsprechend der Definition im geltenden Recht, ist ad pepper media zur Fortzahlung der Vergütung des betreffenden Vorstandsmitglieds bis zum Ende der Vertragslaufzeit verpflichtet. Schließlich ist es dem Aufsichtsrat auf Basis der bestehenden Verträge nicht möglich, den in einem früheren Geschäftsjahr unter Vorbehalt gewährten variablen Vergütungsanteil nach unten zu korrigieren oder vom Vorstand die Erstattung einer variablen Vergütung zu verlangen, die auf der Grundlage unrichtiger finanzieller oder anderer Daten gewährt worden war. Bei einer zukünftigen Bestellung eines neuen Vorstands wird dies unter Berücksichtigung des Codes erfolgen. Um jedoch auf dem globalen Markt höchstqualifizierte Bewerber gewinnen zu können, spielen hierbei auch Faktoren wie beispielsweise Marktpraxis, Staatsangehörigkeit und bestehende Dienstverträge eine Rolle. Insoweit wird sich das Unternehmen bemühen, sich im Einzelfall nach der „Best-Practice“-Regelung zu richten.

Die Gesellschaft hat und wird keine wesentlichen Details zu bestehenden Vorstandsverträgen veröffentlichen (Bestimmung II.2.14 des Codes). Gleichwohl erfüllt der vorliegende Geschäftsbericht sämtliche diesbezüglichen gesetzlichen Veröffentlichungspflichten.

ad pepper media hat an Vorstandsmitglieder keine Darlehen ausgereicht. ad pepper media hat keine Bürgschaften zugunsten eines Vorstandsmitglieds ausgestellt. ad pepper media erfüllt somit die Bestimmung II.2.9 des Codes. 2009 hat der Vorstand eine Änderung der Ausübungspraxis und der Zahl der Optionen aller Aktienoptionspläne beschlossen, um der größeren Anzahl von Aktien aufgrund des Aktiensplits mit Wirkung ab 27. Mai 2009 Rechnung zu tragen. ad pepper media ist daher der Auffassung, dass das Unternehmen die Bestimmung II.2.7 des Codes erfüllt. Ein Vorstandsmitglied muss dem Vorsitzenden des Aufsichtsrats und den anderen Vorstandsmitgliedern unverzüglich Bericht erstatten und alle relevanten Informationen vorlegen, wenn das betreffende Vorstandsmitglied in einen Interessenkonflikt gerät oder geraten könnte, der für das Unternehmen und/oder das Mitglied selbst von erheblicher Bedeutung sein kann.

Nach deutschem Datenschutzrecht beschränkt sich diese Anforderung abweichend von Bestimmung II.3.2 des Codes auf Vorstandsmitglieder und berücksichtigt keine Mitteilungen über Interessenkonflikte in Bezug auf Ehepartner, eingetragene Lebenspartner oder andere Lebensgefährten. Pflegekinder und Verwandte oder Verschwägerter von Vorstandsmitgliedern bis zum zweiten Grad. Entscheidungen über den Abschluss von Transaktionen, in deren Rahmen ein Vorstandsmitglied in einem Interessenkonflikt stehen könnte, der von wesentlicher Bedeutung für das Unternehmen und/oder das betreffende Vorstandsmitglied ist, bedürfen der Genehmigung durch den Aufsichtsrat. Ein Vorstandsmitglied ist gehalten, sich nicht an Diskussionen oder Entscheidungsfindungen zu beteiligen, bei denen es um Angelegenheiten oder Transaktionen geht, die das Vorstandsmitglied in einem Interessenkonflikt mit dem Unternehmen geraten lassen. Alle Transaktionen, die mit Interessenkonflikten eines Vorstandsmitgliedes verbunden sind, sind zu Bedingungen zu vereinbaren, die branchenüblich sind. Im Geschäftsjahr gab es keine solchen Geschäfte mit nahestehenden Personen. Transaktionen mit potenziellen Interessenkonflikten zwischen dem Unternehmen und einem Vorstandsmitglied werden im Geschäftsbericht des Jahresabschlusses des Unternehmens beschrieben.

Vertretungsberechtigt sind CEO und CFO (jeweils Director A). Beide können nach eigenem Ermessen das Unternehmen vertreten und Dokumente unterzeichnen.

Aufsichtsrat

Die Aufgabe des Aufsichtsrats besteht darin, die Strategien des Vorstands, den allgemeinen Verlauf der Angelegenheiten des Unternehmens und die damit verbundenen Geschäfte zu beaufsichtigen sowie dem Vorstand beratend zur Seite zu stehen. Der Aufsichtsrat bewertet die wesentlichen Organisationsstrukturen und Kontrollmechanismen, die unter der Leitung des Vorstands eingerichtet wurden. Der Aufsichtsrat beteiligt sich an Diskussionen in Bezug auf die operativen und finanziellen Ziele des Unternehmens sowie in Bezug auf die Strategie, um die in deren Rahmen anzustrebenden Ziele und Parame-

ter zu erreichen. Die Verantwortung für die ordnungsgemäße Erfüllung von Pflichten ist dem Aufsichtsrat insgesamt übertragen. Der Aufsichtsrat kann gegenüber dem Vorstand eine unabhängige Haltung einnehmen. Bei der Erfüllung seiner Pflichten handelt der Aufsichtsrat in Übereinstimmung mit den Interessen des Unternehmens und den damit verbundenen Geschäften und berücksichtigt zu diesem Zweck alle angemessenen Interessen im Zusammenhang mit dem Unternehmen.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats erfüllen ihre Pflichten weisungsungebunden und unabhängig von Interessen am Geschäft des Unternehmens.

Nach den Kriterien des niederländischen Corporate Governance Codes gelten drei der derzeit vier Mitglieder des Aufsichtsrats von ad pepper media als unabhängig. Herr Michael Oschmann, der Aufsichtsratsvorsitzende von ad pepper media, gilt in diesem Sinne als nicht unabhängig, da er Geschäftsführer der EMA Electronic Media Advertising International B.V. ist. Dieses Unternehmen hält mehr als 10 Prozent des Aktienkapitals des Unternehmens.

Das Unternehmen möchte sich auch weiterhin die Möglichkeit offen halten. Personen einen Sitz im Aufsichtsrat anzubieten, die gemäß dem Code nicht unabhängig sind. Dies steht mit der gegenwärtigen Größe des Unternehmens im Zusammenhang. Es ist daher möglich, dass das Unternehmen nicht jederzeit den Bestimmungen III.2.1 und III.2.2 des Codes entspricht. Der Aufsichtsrat ist für die Qualität seiner eigenen Leistung selbst verantwortlich. Der Aufsichtsrat hat in einer Reihe von Regeln die Aufgabenverteilung innerhalb des Aufsichtsrats und seine Verfahrensregeln festgelegt. Die Aufsichtsratsmitglieder werden von der Hauptversammlung ernannt. Die Anzahl der Mitglieder des Aufsichtsrats werden von der Hauptversammlung bestimmt. Seit der außerordentlichen Hauptversammlung vom 20. März 2013 gehören dem Aufsichtsrat von ad pepper media derzeit vier Mitglieder an. Die aktuelle Satzung des Unternehmens beschränkt die Amtszeit auf höchstens vier Jahre und sieht eine sofortige Wiederernennung von Mitgliedern des Aufsichtsrats vor. Abweichend von Bestimmung III.3.5 des Codes wird

nicht vorgeschlagen, eine Obergrenze von drei Amtszeiten zu je vier Jahren einzuführen. Das Unternehmen will die Möglichkeit offen halten, dass ein Aufsichtsratsmitglied seine Tätigkeit aufgrund seiner Erfahrungen und Fachkenntnisse sowie seines Engagements fortsetzt.

Bereits im Jahre 2005 erarbeitete und beschloss der Aufsichtsrat ein Profil, welches Größe und Zusammensetzung des selbigen regelt. Hierbei wurden ad pepper media's Geschäftsmodell, ihren Aktivitäten sowie den gewünschten Erfahrungen und Fachkenntnissen von Aufsichtsratsmitgliedern gesondert Rechnung getragen. Der Aufsichtsrat nimmt hinsichtlich der Angemessenheit seines Profils eine jährliche Überprüfung vor. Das aktuelle Profil wurde vom Aufsichtsrat am 30. Januar 2013 angenommen. Mindestens ein Mitglied des Aufsichtsrats soll dabei ein Finanzexperte sein. Darüber hinaus soll der Aufsichtsrat eine jährliche Überprüfung dahingehend durchführen, ob seitens eines oder mehrerer Aufsichtsratsmitglieder ein etwaiger Schulungs- bzw. Fortbildungsbedarf während der jeweiligen Amtszeit angezeigt ist.

Nach der Bestimmung III.1.7 des Codes, sollen Mitglieder des Aufsichtsrats eine Selbsteinschätzung vornehmen. Im Geschäftsjahr haben die Mitglieder des Aufsichtsrats eine Beurteilung ihrer Fähigkeiten und Kompetenz durchgeführt und beabsichtigen, in 2014 eine detaillierte Selbsteinschätzung vorzunehmen.

In Übereinstimmung mit dem Code ist es der Wille des Aufsichtsrats, dass seine Mitglieder nicht mehr als fünf Aufsichtsratsposten niederländischer börsennotierter Unternehmen einschließlich ad pepper media innehaben. Hierbei zählt die Position des Aufsichtsratsvorsitzenden doppelt. Gegenwärtig gehört kein Aufsichtsratsmitglied mehr als fünf Aufsichtsräten an. Der Aufsichtsrat hat kein formales Prozedere für das Ausscheiden von Aufsichtsratsmitgliedern aufgestellt. In Anbetracht der begrenzten Zahl von Aufsichtsratsmitgliedern hält die Gesellschaft die Aufstellung eines Prozedere für das Ausscheiden von Aufsichtsratsmitgliedern für nicht erforderlich. Das Unternehmen weicht daher von Bestimmung III.3.6 des Codes ab.

Nach Bestimmung III.4.1 des Codes ist der Vorsitzende des Aufsichtsrats dafür zuständig, dass a.) die Mitglieder des Aufsichtsrats ihr Einführungs- und Ausbildungs- bzw. Schulungsprogramm absolvieren, f.) der Aufsichtsrat einen stellvertretenden Vorsitzenden wählt und g.) der Aufsichtsrat den gebotenen Kontakt mit dem Vorstand und einem etwaigen Betriebsrat (bzw. dem Gesamtbetriebsrat) hält.

ad pepper media weicht aufgrund der Größe des Unternehmens und der begrenzten Zahl der Aufsichtsratsmitglieder von Bestimmung III.4.1 a.) und f.) ab. Darüber hinaus weicht das Unternehmen aufgrund der Struktur der Gruppe von Bestimmung III.4.1 g.) ab.

Die Hauptversammlung wird nicht vom Aufsichtsratsvorsitzenden geleitet, da der Aufsichtsrat der Auffassung ist, dass es angemessener sei, wenn der CEO den Vorsitz auf der Hauptversammlung führt.

Der Aufsichtsratsvorsitzende wird von einem „Company Secretary“ unterstützt. Insoweit erfüllt das Unternehmen die Bestimmung III.4.3 des Codes.

Seit 2005 enthält die Satzung des Unternehmens einen Passus, nach dem der Aufsichtsrat, wenn er dies für erforderlich erachtet, einen oder mehrere Ausschüsse einsetzen kann. In diesem Fall hat er die Regeln für jeden Ausschuss aufzustellen.

Vergütungen der Aufsichtsratsmitglieder werden nicht abhängig von den Ergebnissen des Unternehmens gezahlt. Einem Aufsichtsratsmitglied können als Vergütung Aktien und/oder Anrechte auf Aktien gewährt werden. Bei den Aktien des Unternehmens im Besitz von Aufsichtsratsmitgliedern handelt es sich um langfristige Investitionen.

Jeder tatsächliche oder offenkundige Interessenkonflikt zwischen dem Unternehmen und Mitgliedern des Aufsichtsrats ist zu vermeiden. Transaktionen mit einem potenziellen Interessenkonflikt zwischen ad pepper media und einem Mitglied des Aufsichtsrats werden im Jahresbericht des Unternehmens dargestellt.

Transaktionen, in deren Rahmen Aufsichtsratsmitglieder in einen Interessenkonflikt geraten könnten, die für das Unternehmen und/oder den betreffenden Aufsichtsrat von erheblicher Bedeutung sind, werden nach dem Fremdvergleichsgrundsatz („arm's length“) durchgeführt.

Der Aufsichtsrat ist für Entscheidungen zuständig, wie Interessenkonflikte zwischen Vorstandsmitgliedern, Aufsichtsratsmitgliedern, Großaktionären und dem externen Wirtschaftsprüfer einerseits und dem Unternehmen andererseits zu lösen sind. Nach Einschätzung des Vorstands hat das Unternehmen in Übereinstimmung mit den „Best-Practice“-Bestimmungen III.6.1 bis einschließlich III.6.3 gehandelt. Während des Geschäftsjahres haben keine Transaktionen stattgefunden, bei denen (potenzielle) Interessenskonflikte wesentlichen Inhalts im Zusammenhang mit Mitgliedern des Aufsichtsrats eine Rolle gespielt haben. Im Kontext der „Best-Practice“-Bestimmung III.6.4 haben keine Transaktionen stattgefunden.

Nach Bestimmung IV.3.10 des Codes ist der Bericht der Hauptversammlung den Aktionären auf Verlangen spätestens drei Monate nach dem Ende der Hauptversammlung zur Verfügung zu stellen. Im Anschluss daran sollen die Aktionäre Gelegenheit haben, während der folgenden drei Monate auf den Bericht zu reagieren. Der Bericht soll sodann satzungsgemäß verabschiedet werden. Das Protokoll der Versammlung wird entsprechend der Satzung notariell beurkundet. Die notarielle Beurkundung steht spätestens drei Monate nach dem Ende der Versammlung auf Verlangen zur Verfügung. Diese „Best-Practice“-Bestimmung ist folglich nicht in vollem Umfang umgesetzt. Nach Anpassungen im niederländischen Aktienrecht ist der Bericht innerhalb einer kürzeren Frist zu veröffentlichen.

In Bezug auf die „Best-Practice“-Bestimmung IV.3.11 bestätigt das Unternehmen, über keine Abwehrmaßnahmen zu verfügen, die ausschließlich oder in erster Linie dem Zweck dienen, zukünftige feindliche Übernahmeangebote abzuwehren. ad pepper media verfügt ebenso über keine Maßnahmen, die spezifisch dem Zweck dienen, einen Bieter nach Übernahme von 75 Prozent des Kapitals der

Gesellschaft daran zu hindern. Vorstandsmitglieder zu bestellen oder zu entlassen und anschließend die Satzung zu ändern. Nach niederländischem Recht steht die Übernahme der Aktienmehrheit eines Unternehmens im Wege eines Übernahmeangebots nicht unmittelbar dem Recht des Vorstands des Unternehmens entgegen, weiterhin seine Rechte auszuüben und Beschlüsse zu fassen.

Der Aufsichtsratsvorsitzende legt die Tagesordnung fest, leitet die Aufsichtsratssitzungen und überwacht die ordnungsgemäße Arbeit des Aufsichtsrats.

Ebenso ist der Aufsichtsratsvorsitzende dafür zuständig, für die angemessene Information der Aufsichtsratsmitglieder zu sorgen und zu gewährleisten, dass genügend Zeit für Entscheidungen zur Verfügung steht. Der Aufsichtsratsvorsitzende ist weiterhin zuständig für das Einführungs- und Schulungsprogramm für die Aufsichtsratsmitglieder, er handelt im Namen des Aufsichtsrats als Hauptansprechpartner für den Vorstand, er veranlasst die Beurteilung der Arbeit des Aufsichtsrats und des Vorstands, und er entscheidet, ob der Aufsichtsrat Ausschüsse einrichten soll oder nicht. Im Jahr 2013 existierten bei ad pepper media keine Ausschüsse gemäß Bestimmung III.5 des Codes, so dass das Unternehmen nicht in Gänze dieser Bestimmung entsprach. In Abwesenheit eines Prüfungsausschusses nimmt der gesamte Aufsichtsrat die Aufgaben des Prüfungsausschusses wahr.

ad pepper media verzichtet angesichts der Größe und Komplexität des Geschäftsmodells sowie der intensiven Einbindung der externen Wirtschaftsprüfer auf die Implementierung eines internen Prüfers. ad pepper media erfüllt insofern nicht die Bestimmungen V.3.1 bis V.3.3 des Codes.

Analystenkonferenzen. Präsentationen für Analysten, private und institutionelle Anleger sowie Pressekonferenzen werden in der Regel im Voraus auf der Website des Unternehmens angekündigt. Aufgrund ihrer großen Zahl und in Anbetracht sich überschneidender Informationen werden einige der weniger wichtigen Veranstaltungen nicht im Voraus angekündigt. allgemein bekannt gegeben

oder auf unserer Website veröffentlicht. Weiterhin werden aufgrund der Größe von ad pepper media Besprechungen und Präsentationen nicht in Echtzeit wiedergegeben. Das Unternehmen handelt mithin nicht in Gänze in Übereinstimmung mit IV.3.1 des Codes.

ad pepper media hat aufgrund der geringen Zahl von Aktionären keine Grundsätze zu bilateralen Kontakten mit Aktionären formuliert. Das Unternehmen handelt mithin nicht nach Bestimmung IV.3.13 des Codes.

Abschlussprüfer

Der externe Abschlussprüfer wird von der Hauptversammlung bestellt. Der Aufsichtsrat kann für diese Funktion einen Kandidaten nominieren; insoweit berät der Vorstand den Aufsichtsrat. Die Vergütung des externen Wirtschaftsprüfers und eine Beauftragung des externen Wirtschaftsprüfers mit anderen als Abschlussprüferleistungen sind vom Aufsichtsrat nach Rücksprache mit dem Vorstand zu genehmigen. Der Aufsichtsrat muss mindestens alle vier Jahre eine eingehende Bewertung der Arbeit des externen Wirtschaftsprüfers innerhalb der verschiedenen Unternehmenseinheiten und in seinen unterschiedlichen Eigenschaften vornehmen, in denen der Prüfer tätig ist. Die wichtigsten Ergebnisse dieser Prüfung und Bewertung werden in der Hauptversammlung mitgeteilt. Aufgrund ihrer Größe beschäftigt ad pepper media keine Mitarbeiter als Innenrevisoren. Die Abteilung Controlling nimmt zugleich die Funktion der Innenrevision wahr. Mitarbeiter des Bereiches Controlling handeln unter direkter Verantwortung des Vorstands des Unternehmens.

Es ist erforderlich, dass der externe Abschlussprüfer an der Sitzung des Aufsichtsrats teilnimmt, im Rahmen derer der Bericht des Wirtschaftsprüfers im Hinblick auf die Prüfung des Jahresabschlusses besprochen und der Jahresabschluss genehmigt wird.

Internes Risikomanagement- und Kontrollsystem

Auf Basis unserer Bewertung der Effektivität der Ausgestaltung und Wirksamkeit unseres internen Risikomanagement- und Kontrollsystems, ist der Vorstand der Auffassung, dass die internen Kontrollen des Finanzberichtswesens ein angemessenes Maß an Gewissheit bieten, so dass das Finanzberichtswesen keine wesentlichen Ungenauigkeiten enthält und ferner ist der Vorstand der Ansicht, dass das interne Risikomanagement- und Kontrollsystem im Berichtsjahr im Hinblick auf Risiken des Finanzberichtswesens ordnungsgemäß funktioniert hat.

Diese Bewertung und der aktuelle Status wurden mit dem externen Wirtschaftsprüfer und dem Aufsichtsrat erörtert. Hinsichtlich anderer Risiken als solcher, die das Finanzberichtswesen betreffen, darunter auch Risiken operativer/strategischer, finanzieller und rechtlicher/aufsichtsbehördlicher Art, verweisen wir auf die wichtigsten mit unserem Geschäft und unseren Zielen verbundenen Risikofaktoren im Abschnitt „Risikofaktoren“.

In Anbetracht obiger Informationen ist der Vorstand der Ansicht, dass die Gesellschaft die Anforderungen in Bestimmung II.1.4 und II.1.5 des niederländischen Corporate Governance Code erfüllt hat.

Artikel 10 Übernahmerrichtlinie (Besluit artikel 10 overnamerichtlijn)

Einführung

Nach Artikel 10 der Übernahmerrichtlinie (Dertiende Richtlijn) sind Unternehmen mit Wertpapieren, die zum Handel auf einem regulierten Markt zugelassen sind, verpflichtet, in ihrem Jahresbericht bestimmte Informationen offenzulegen. Diese Verpflichtung ist mit Artikel 10 der Übernahmerrichtlinie in niederländisches Recht umgesetzt. ad pepper media muss bestimmte Informationen offenlegen, die für Unternehmen relevant sein können, die ein Übernahmeangebot für ad pepper media erwägen. Die Informationen, zu deren Bekanntgabe einschließlich eines entsprechenden Erläuterungsberichts ad pepper media verpflichtet ist, sind im Folgenden dargestellt.

Kapitalstruktur

Am 31. Dezember 2014 betrug die Gesamtzahl der ad pepper media-Aktien mit Stimmrechten 23.000.000 Stammaktien (einschließlich 1.759.292 auf Hauptversammlungen stimmrechtslosen Aktien im Besitz des Unternehmens). Das Unternehmen hat nur Stammaktien.

Verpflichtung der Aktionäre, Aktienbesitz offenzulegen

Nach dem Finanzmarktaufsichtsgesetz (Wet op het financieel toezicht) und dem Beschluss zur Offenlegung wesentlicher Beteiligungen und Kapitalbeteiligungen an Wertpapiere ausgebenden Institutionen (Besluit melding zeggenschap en kapitaalbelang in uitgevende instellingen) wurde die Finanzaufsichtsbehörde über die folgenden wesentlichen Beteiligungen im Hinblick auf ad pepper media International N.V. unterrichtet. Uns wurde eine im Sinne der holländischen WFT meldepflichtige Transaktion von Herrn Dieter Koppitz am 18. März 2014 bekannt, wonach sein Stimmrechtsanteil an der ad pepper media International N.V. am 17. Februar 2014 die Schwelle von 3 Prozent der Stimmrechte überschritten hat und nunmehr 3,0406 Prozent (das entspricht 699.338 Stimmrechten) beträgt.

Bestellung und Abberufung von Vorstandsmitgliedern

Die Vorstände („Directors of the Board“) werden auf der Grundlage einer verbindlichen Nominierung seitens des Aufsichtsrats benannt. Wenn keine verbindliche Nominierung vorliegt, ist die Hauptversammlung in ihrer Entscheidung frei. Die Hauptversammlung kann jederzeit durch Beschluss mit absoluter Mehrheit der Stimmen, die mehr als ein Drittel des ausgegebenen Kapitals repräsentieren, beschließen, dass die Kandidatenliste nicht verbindlich ist. Wenn mindestens die absolute Mehrheit der abgegebenen gültigen Stimmen den Beschluss, die Nominierung für nicht verbindlich zu erklären, unterstützt, ohne dass das erforderliche Quorum von einem Drittel des ausgegebenen Kapitals erreicht ist, kann dieser Beschluss jedoch in einer zweiten einzuberufenden Versammlung gefasst werden. In dieser Versammlung kann der Beschluss mit absoluter Mehrheit der abgegebenen gültigen Stimmen gefasst werden, ohne dass ein Quorum erforderlich ist. Ein Mitglied kann jeweils nur für einen Zeitraum von maximal fünf Jahren neu gewählt werden. Der Aufsichtsrat bestellt eines der Mitglieder des Vorstands zum Vorstandsvorsitzenden. Die Hauptversammlung kann jederzeit ein Vorstandsmitglied suspendieren oder entlassen. Der Aufsichtsrat ist berechtigt, jedes Vorstandsmitglied zu suspendieren. Der Aufsichtsrat ist verpflichtet, das betreffende Vorstandsmitglied unverzüglich schriftlich von seiner Suspendierung zu benachrichtigen. Hierbei sind die Gründe für die Suspendierung zu nennen, und der Aufsichtsrat ist weiterhin verpflichtet, eine Hauptversammlung einzuberufen, welche die Suspendierung entweder aufhebt oder die Entlassung des suspendierten Vorstandsmitglieds beschließt.

Vereinbarung der Aktionäre hinsichtlich der Beschränkung der Ausübung von Stimmrechten

Jede von ad pepper media ausgegebene Aktie gewährt ihrem Inhaber eine Stimme. Es gibt keine Beschränkungen von Stimmrechten. Nach Kenntnis von ad pepper media ist kein Aktionär von ad pepper media an einer Vereinba-

rung beteiligt, die zu einer Beschränkung der Übertragbarkeit von Aktien oder mit Aktien verbundenen Stimmrechten führen könnte.

Bestellung und Suspendierung von Aufsichtsratsmitgliedern

Die Hauptversammlung bestellt die Mitglieder des Aufsichtsrats und ist jederzeit berechtigt, jedes Mitglied des Aufsichtsrats abzurufen und zu entlassen. Die Bestellung, Entlassung und Suspendierung eines Mitglieds des Aufsichtsrats erfolgt durch die Hauptversammlung mit absoluter Mehrheit. Der Aufsichtsrat soll aus nicht weniger als drei Mitgliedern einschließlich eines Vorsitzenden bestehen, der nach schriftlich geregelter Turnus durch den Aufsichtsrat abgelöst wird und unter Beachtung der gesetzlichen Vorschriften erneut bestellt werden kann, wobei grundsätzlich die geringstmögliche Zahl von Aufsichtsratsmitgliedern gleichzeitig soll zurücktreten soll.

Satzungsänderungen

Satzungsänderungen sind nur durch Beschluss der Hauptversammlung auf Antrag des Vorstands möglich, der mit Zustimmung des Aufsichtsrats gestellt wird. Wenn der Vorstand keinen entsprechenden Vorschlag unterbreitet hat, bedarf ein Beschluss zur Satzungsänderung der Mehrheit von mindestens zwei Dritteln der abgegebenen gültigen Stimmen.

Rückkauf eigener Aktien durch das Unternehmen

Am 13. Mai 2014 erteilte die Hauptversammlung dem Vorstand für einen Zeitraum von 18 Monaten die Genehmigung zum Rückkauf von bis 50 Prozent des zu diesem Zeitpunkt ausgegebenen Aktienkapitals. Der Kaufpreis je Aktie beträgt dabei mindestens 80 Prozent des Eröffnungskurses am Tage des jeweiligen Rückkaufs, sowie maximal 120 Prozent dieses Aktienkurses. Während des Geschäftsjahres 2014 hat ad pepper media keine Aktien zurückgekauft.

Zahlungen an Mitarbeiter anlässlich einer Kündigung im Zusammenhang mit einem öffentlichen Übernahmeangebot

Bei einem Kontrollwechsel (change of control) besteht für Herrn Jens Körner die Option einer außerordentlichen Kündigung 12 Monate nach dem Vollzug des Kontrollwechsels. Im Falle der außerordentlichen Kündigung hat Herr Körner Anspruch auf Zahlung einer Abfindung in Höhe des jeweiligen Jahreszieleinkommens bis zum Ende der vertraglich vereinbarten Laufzeit, mindestens jedoch 150 Prozent seines aktuellen Jahreszieleinkommens. Ein Kontrollwechsel in diesem Sinne liegt vor, wenn ein Aktionär die Kontrolle über die Gesellschaft im Sinne des § 29 Wertpapiererwerbs- und Übernahmegesetzes (WpÜG), d. h. mindestens 30 Prozent der Stimmrechte an der ad pepper media International N.V. erlangt.



Herrenberg

Die Aktie



Die Aktie der ad pepper media International N.V.

Hauptversammlung

Auf der Hauptversammlung der ad pepper media International N.V. am 13. Mai 2014 in Amsterdam wurden alle Beschlussvorschläge der Tagesordnung angenommen. Die Abstimmung erfolgte ohne Gegenstimmen oder Enthaltungen. Insgesamt waren 9.923.365 Stimmrechte bzw. 46,72 Prozent aller stimmberechtigten Aktien auf der Hauptversammlung vertreten.

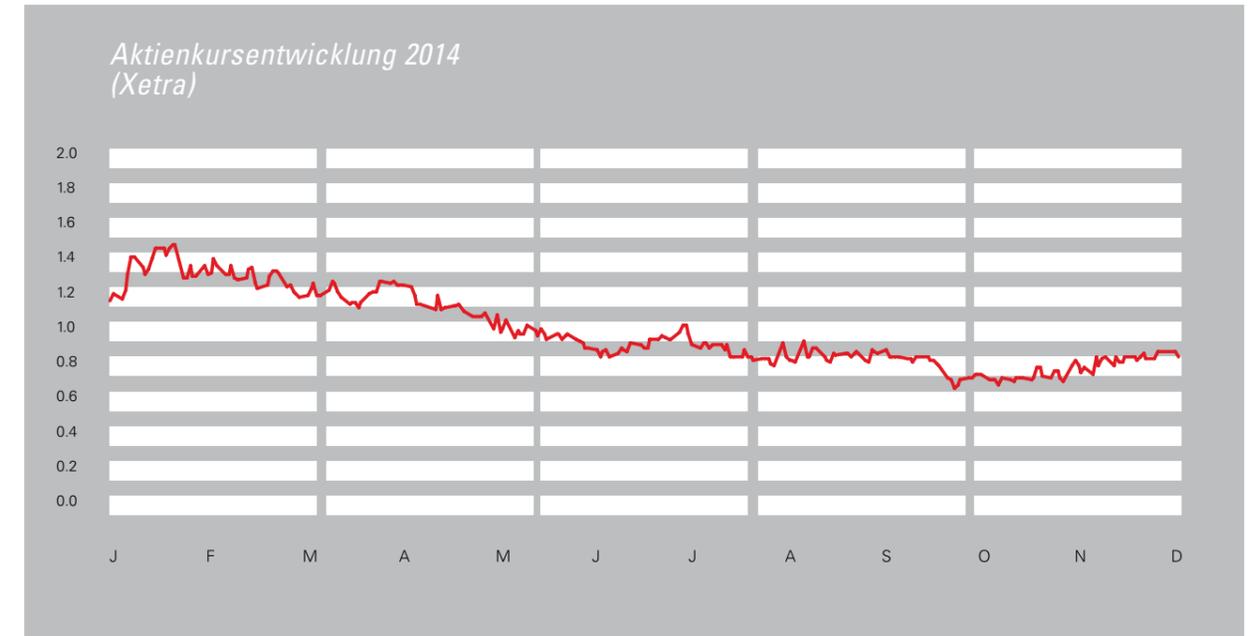
Wichtige Tagesordnungspunkte waren neben der Vorlage des Jahresabschlusses für das Jahr 2013, die Ermächtigung zum Rückkauf eigener Aktien sowie die Verabschiedung einer neuen „remuneration policy“.

Kursentwicklung	2014	2013
	EUR	EUR
Marktkapitalisierung	20,7 Mio.	26,2 Mio.
Jahresende	0,90	1,14
Jahreshoch	1,42	1,21
Jahrestief	0,75	0,79

Der Kurs der ad pepper media-Aktie erreichte im Februar ihr Jahreshoch mit 1,42 EUR und bewegte sich bis Mai 2015 deutlich über der EUR 1,00 Marke. Im Juni 2015 wurde die EUR 1,00 Marke wieder unterschritten und seitdem bewegte sich die Aktie im dritten und vierten Quartal kontinuierlich unterhalb der EUR 1,00 Marke und schloss bei EUR 0,90 per Jahresende.

Aktionärsstruktur per 31. Dezember 2014

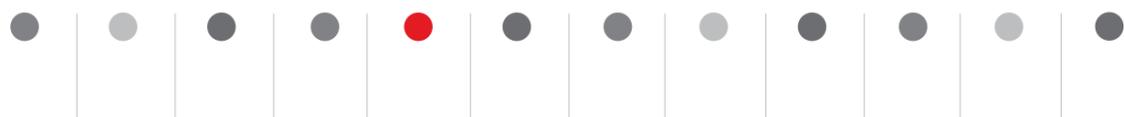
	Aktien Stück	des Grund- kapitals in Prozent
EMA B.V.	9.486.402	41,25
Eigene Anteile	1.759.292	7,65
Axxion S.A.	1.163.501	5,06
Dieter Koppitz	699.338	3,04
Euro Serve Media GmbH	436.963	1,90
Zwischensumme	13.545.496	41,10
Freefloat	9.454.504	41,10
Summe	23.000.000	100,0



Geschäftstätigkeit



Madrid



Geschäftstätigkeit

Die ad pepper media group

Die ad pepper media International N.V. ist die Holdinggesellschaft einer der führenden internationalen Online-Marketing Gruppen. Sie wurde 1999 gegründet und ist seit dem Börsengang im Jahre 2000 im Prime Standard der Frankfurter Börse gelistet (WKN: 940 883).

Mit acht Büros in zehn europäischen Ländern und den USA, entwickelt die ad pepper media Gruppe digitale Lösungen in mehr als 50 Ländern weltweit, für Kunden wie British Airways, Burberry, Hertz, Levi's oder Sony. Zur Gruppe gehören die drei Segmente ad pepper media mit dem Geschäftsbereich ad pepper media (Leadgenerierung und semantisches Targeting) und dem Geschäftsbereich Globase (CRM-Technologie), ad agents (Suchmaschinenmarketing) und Webgains (Affiliate Marketing). Insgesamt arbeiten 221 Mitarbeiter in den vier Geschäftsbereichen und in der Holding der Gruppe.

Die Segmente der ad pepper media group

ad pepper media

Der Geschäftsbereich ad pepper media wurde 1999 gegründet. Die Gesellschaften in diesem Geschäftsbereich sind in ihren Ländern führende internationale Performance Marketing Agenturen, spezialisiert auf Leadgenerierung (Interessentengewinnung) und semantisches Targeting.

ad pepper media ist in den Ländern Deutschland, Großbritannien und Spanien präsent. Von dort werden internationale Kampagnen in über 50 Ländern weltweit realisiert.

Die Produkte des Geschäftsbereichs ad pepper media im Einzelnen:

iSense - Semantisches Targeting

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. Die Technologie bietet Werbekunden höchste Sicherheit für ihre Marke, da die Werbeauslieferung in schädlichen Themenumfeldern blockiert werden kann.

iLead - Lead Generation

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.

mailpepper - E-Mail Marketing

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.



Globase International

Globase International ist einer der führenden Anbieter von Technologien und Strategien im Bereich E-Mail-Marketing. Das Unternehmen hat seinen Sitz in Kopenhagen, Dänemark. Seit seiner Gründung im Jahr 1999 entwickelt Globase International eine fortschrittliche Technologie für detaillierte Kundensegmentierung, Berichterstellung und automatisiertes Kampagnenmanagement für diverse Kanäle wie E-Mail, Textnachrichten, Display Advertising, soziale Netzwerke, Umfragen, Mailings und Microsites. Vor Kurzem hat Globase das innovativste Datenmanagement basierte CRM-Modell auf den Markt gebracht, mit dem man kinderleicht mit sämtlichen Arten von Daten arbeiten, gezielte Nachrichten versenden und die Konversionsraten von Kampagnen steigern kann.

Globase ist eine benutzerfreundliche, flexible E-Mail-Marketing-Plattform, die sich auf individuelle Anforderungen konzentriert und es dem Anwender ermöglicht, Kampagnen auf die Bedürfnisse seiner Kunden zuzuschneiden. Die Plattform ist verfügbar in Englisch und in Dänisch.

Webgains – Marketplace

Webgains ist eines der führenden internationalen Affiliate Netzwerke und bietet effiziente Lösungen in allen Bereichen des Affiliate-Managements. Dabei setzt das Netzwerk auf modernste Technologie und einen erstklassigen Support für Merchants & Affiliates. Webgains verfügt über lokale Experten in Großbritannien, Deutschland, Frankreich, Spanien sowie den USA und setzt für eine Vielzahl seiner Kunden internationale und regionale Affiliate-Programme erfolgreich um.

Nach der Expansion nach Australien und Polen in diesem Jahr agiert Webgains nun in über zwölf Ländern und fördert die Umsätze von Kunden weltweit. Webgains verfügt über ein Portfolio von 180.000 Publishern, die mit über 2.000 Kunden – von globalen Modemarken bis hin zu kleinen und mittelständischen Händlern – zusammenarbeiten.

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 (Publisher, Affiliates) Internettraffic auf Seiten von Werbungtreibenden (Händler, Merchants) lenken und im Gegenzug hierfür einen Prozentsatz des dort getätigten Kaufumsatzes erhalten.

ad agents

Die ad agents zählen zu den erfolgreichsten Performance Agenturen in Deutschland. Sie konzipieren, steuern und optimieren erfolgsorientierte Marketing- und Vertriebslösungen in allen digitalen Kanälen, auf allen Screens und Devices.

Die Schwerpunkte der ad agents sind: Search Engine Optimization (SEO), Search Engine Marketing (SEM), Affiliate Management, Social Media Advertising, Performance Display und Produktdaten Management. Dabei beraten sie namhafte, auch internationale Unternehmen aus allen Branchen (u.a. Finanzen., Handel, Mode, Pharma, Technologie). Zu ihren Kunden gehören Firmen wie z. B. CHRIST, die Ergo Gruppe, Galeria Kaufhof und Thalia.

Über 70 internationale Online-Experten am Standort Herrenberg (Region Stuttgart) begeistern langjährige Kunden mit Qualität, Transparenz und hervorragenden Ergebnissen.

Wirtschaftliche Entwicklung



Wirtschaftliches Umfeld und Produkte

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Welt/Europa/Deutschland

Das Institut für Weltwirtschaft (IfW) erwartet, dass die Konjunktur in Deutschland weiter anziehen wird. Für die Jahre 2015 und 2016 erwartet das IfW, dass das Bruttoinlandsprodukt um 1,7 Prozent bzw. 1,9 Prozent zulegt, nach 1,5 Prozent im abgelaufenen Jahr. Zunächst wird insbesondere der private Verbrauch wachstumsunterstützend wirken. Dieser wird durch kräftig steigende Einkommen und eine durch den Ölpreisverfall bedingte höhere Kaufkraft stimuliert. Nach und nach, so der IfW, wird die Investitionstätigkeit angesichts günstiger Finanzierungsbedingungen und starker zyklischer Auftriebskräfte die konjunkturelle Dynamik vorantreiben. Nicht zuletzt da das monetäre Umfeld in Deutschland laut Einschätzung des IfW äußerst expansiv ausgerichtet bleiben wird. Hinsichtlich der weltwirtschaftlichen Dynamik erwartet der IfW in den kommenden beiden Jahren eine allmähliche Verstärkung. Der Anstieg der Weltproduktion wird sich laut IfW von 3,4 Prozent in 2014 auf 3,7 Prozent bzw. 3,9 Prozent in den Jahren 2015 und 2016 erhöhen. Insbesondere für die fortgeschrittenen Volkswirtschaften ist für die kommenden beiden Jahre eine höhere Zuwachsrate in Sicht. Die insgesamt weiterhin sehr expansive Geldpolitik und Anregungen vonseiten des Ölpreises fallen angesichts fortschreitender Entschuldungsprozesse im privaten Sektor zunehmend auf fruchtbaren Boden. Die Wirtschaft im Euroraum gewinnt dagegen nur allmählich an Fahrt und expandiert in den kommenden beiden Jahren um 1,2 bzw. 1,5 Prozent. Einer dynamischen konjunkturellen Erholung laut IfW weiterhin die strukturellen Probleme in einem Teil des Währungsgebiets entgegen. Entsprechend werde die Arbeitslosenquote auf hohem Niveau verharren. Das IfW weist darauf hin, dass die Wachstumsprognose unterstellt, dass es nicht zu nachhaltigen Irritationen im Zusammenhang mit den anstehenden Wahlen in Krisenländern des Euroraums kommt oder aus anderen Gründen erneut Zweifel am Bestand des Euroraums aufkommen. Robust wächst laut IfW auch die Produktion im Vereinigten Königreich. Mit Raten von durchschnittlich 0,8 Prozent pro Quartal nimmt die Produktion seit mehr als einem Jahr zu.

Die Lage am Arbeitsmarkt habe sich inzwischen erheblich verbessert. Für 2015 geht der IfW von einem anhaltend robusten Wachstum von 2,9 bzw. 2,6 für das Jahr 2016 aus.

Online-Werbemarkt

Der international zu beobachtende Trend deutet weiter nach oben: Einer aktuellen Prognose der Mediaagenturgruppe ZenithOptimedia zufolge wird Online-Werbung bis 2015 jährlich im Schnitt um 15 Prozent wachsen und 66 Prozent des gesamten Wachstums der Netto-Werbeinvestitionen weltweit ausmachen. Online-Video, Social Media und Mobile sind dabei die starken Wachstumstreiber. Auch in Deutschland konnte die Digitale Wirtschaft 2014 ein erhebliches Wachstum verzeichnen. So stieg der Wert der Internetwirtschaft laut des im Dezember von der Bundesregierung veröffentlichten „Monitoring-Report Digitale Wirtschaft 2014“ von EUR 79 Milliarden auf EUR 85 Milliarden, gemessen am Bruttoinlandsprodukt entspricht dieser Wert einem Anteil von rund 3,1 Prozent. Gegenwärtig beschäftigt die Digitale Wirtschaft in Deutschland über eine halbe Million Menschen und liegt mit Blick auf die globale Leistungsfähigkeit der Digitalen Wirtschaft im internationalen 15-Länder-Vergleich auf Platz 5 mit 47 Punkten von 100 angesetzten Indexpunkten, mit steigender Tendenz.

Für das kommende Jahr prognostiziert der Fachkreis Online-Mediaagenturen im Bundesverband Digitale Wirtschaft ein Wachstum von 10 Prozent (9,9 Prozent) für den gesamten deutschen digitalen Werbemarkt.



Darstellung der Ertragslage

Entwicklung des Umsatzes und der Bruttomarge

Im Geschäftsjahr 2014 sank der Umsatz der ad pepper media-Gruppe auf TEUR 47.281 (2013: TEUR 49.627), was einem Rückgang um 4,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. Auf vergleichbarer Basis, d.h. unter Berücksichtigung der in 2013 veräußerten (Crystal Semantics Ltd und Emediate ApS) sowie eingestellten Aktivitäten (ad pepper media BeNeLux B.V.), betrug das Umsatzwachstum 8,9 Prozent.

Wesentlicher Wachstumstreiber war das Segment „Webgains“, welches seinen Umsatz um 20,5 Prozent auf TEUR 30.713 steigern konnte (2013: TEUR 25.498). Webgains konnte somit erstmals die EUR 30 Mio. Marke beim Umsatz überschreiten. Allein das vierte Schlussquartal, traditionell der stärkste Dreimonatszeitraum, steuerte mit TEUR 9.228 ca. ein Drittel des Gesamtjahresumsatzes dieses Segmentes bei.

Mit Blick auf die Entwicklung der Bruttomarge war das abgelaufene Geschäftsjahr für Webgains ebenfalls erfolgreich. Insgesamt betrug die Bruttomarge im abgelaufenen Geschäftsjahr TEUR 7.527 (2013: TEUR 6.306), was einer Steigerung um 19,4 Prozent entspricht. Ausgedrückt in Prozent, blieb die Bruttomarge mit 24,5 in etwa auf Vorjahresniveau (2013: 24,7 Prozent)

Das Segment „ad agents“ verzeichnete ebenfalls ein Umsatzplus um TEUR 432 auf 7.417 bzw. 6,2 Prozent (2013: TEUR 6.985). Der Anstieg resultiert im Wesentlichen aus höheren Werbebudgets im Bereich Search (Google). Hinsichtlich der Bruttomarge musste allerdings ein leichter Rückgang hingenommen werden. Auf Jahresbasis betrug das Minus TEUR 255 bzw. 6,6 Prozent (2013: TEUR 3.876).

Ein deutliches Umsatzminus musste dagegen das Segment „ad pepper media“ hinnehmen. Es fiel von TEUR 17.185 im Jahr 2013 auf TEUR 9.181 im angelaufenen Geschäftsjahr. Auf vergleichbarer Basis betrug der Rückgang TEUR 1.821 bzw. 16,7 Prozent (2013: TEUR 10.806). Schwache Länderperformances in Deutschland, Groß-

britannien und Dänemark sind die Hauptgründe für den Rückgang. Analog zum Umsatzrückgang sank die Bruttomarge entsprechend auf TEUR 4.732 (2013: TEUR 9.955).

Die Bruttomarge der Gruppe sank auf TEUR 16.131 (2013: TEUR 20.701). Auf vergleichbarer Basis blieb sie mit TEUR 16.122 in etwa auf Vorjahresniveau (2013: TEUR 16.151). Die im Segment „Webgains“ erzielten Bruttomargenzuwächse konnten somit den Rückgang im Segment „ad agents“ und „ad pepper media“ nur zum Teil kompensieren.

Entwicklung der operativen Kosten

Die operativen Kosten der ad pepper media-Gruppe stiegen um 18,6 Prozent auf TEUR 20.070 (2013: TEUR 16.011). Der Vorjahreswert enthält positive Einmaleffekte im Zusammenhang mit Beteiligungsverkäufen in Höhe von TEUR 8.653 enthalten. Darüber hinaus wurde im Jahre 2014 die Marke mediasquares an Ströer verkauft, was zu einem Einmalsertrag in Höhe von TEUR 400 führte. Unter Herausrechnung der in 2013 und 2014 erfolgten Beteiligungsverkäufe ergibt sich – auf vergleichbarer Basis – eine Reduzierung der operativen Kosten um 17,0 Prozent bzw. um TEUR 4.193 auf TEUR 20.471 an (2013: TEUR 24.664).

EBIT, EBITDA und EBT

Im abgelaufenen Geschäftsjahr betrug das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) TEUR -3.940 (2013: TEUR 4.690). Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) betrug im abgelaufenen Jahr TEUR -3.729 (2013: TEUR 4.964). Das Ergebnis vor Steuern (EBT) betrug in 2014 TEUR -5.225 (2013: TEUR 5.293). In dieser Kennzahl sind Wertminderungen in Höhe von TEUR 1.594 auf zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen in Eigenkapitalinstrumente der Brand Affinity Technologies Inc. sowie der Veritone Inc. enthalten, die das Zinsergebnis einmalig belasteten. Das Periodenergebnis fiel mit TEUR -5.335 ebenfalls deutlich negativ aus (2013: TEUR 5.097). In den Vergleichszahlen für das Vorjahr sind die bereits erwähnten Einmaleffekte aus Beteiligungsverkäufen in Höhe von TEUR 8.653 enthalten.

Darstellung der Finanz- und Vermögenslage

Cash Flow

Der operative Cash Flow betrug im abgelaufenen Jahr TEUR -1.659 nach TEUR -4.633 im Geschäftsjahr 2013. Der Netto-Cash Flow aus Investitionstätigkeit betrug im abgelaufenen Geschäftsjahr TEUR 676 (2013: TEUR 4.615). Der Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit betrug TEUR 2 nach TEUR -158 im Geschäftsjahr 2013.

Bilanzstruktur

Die Bilanzsumme ist deutlich um TEUR 5.972 auf TEUR 30.290 gesunken (31. Dezember 2013: TEUR 36.262). Auf der Aktivseite schlugen das Impairment auf unsere Minderheitsbeteiligung an Brand Affinity Technologies (zur Veräußerung verfügbare Beteiligungen in Eigenkapitalinstrumente) in Höhe von TEUR 4.503 sowie der Rückgang bei den Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalenten im Höhe von TEUR 960 zu Buche. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen erhöhten sich dagegen leicht um TEUR 668 auf TEUR 7.739 (31. Dezember 2013: TEUR 7.071). Auf der Passivseite reduzierte sich das Eigenkapital aufgrund des ausgewiesenen negativen Periodenergebnisses entsprechend um TEUR 8.279 auf TEUR 16.296 (31. Dezember 2013: TEUR 24.575). Die Eigenkapitalquote beträgt per 31. Dezember 2014 trotz des Periodenverlustes weiter hervorragende 53,8 Prozent (31. Dezember 2013: 67,8 Prozent). „Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistung“ erhöhten sich deutlich um TEUR 1.903 auf TEUR 9.865 (31. Dezember 2013: TEUR 7.962). Die ad pepper media Gruppe ist zum Bilanzstichtag eigenfinanziert. Die liquiden Mittel belaufen sich per Ende Dezember 2014 auf TEUR 19.639 (31. Dezember 2013: TEUR 21.702). Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten existieren weiterhin nicht.



Madrid

Risikobericht



Risikobericht

Vormerkung

Im deutschen Gesetz über Kontrolle und Transparenz im Unternehmensbereich (KonTraG) sowie im niederländischen Corporate Governance Code sind die wesentlichen Bestimmungen und Verpflichtungen bezüglich des Risikomanagement- und Kontrollsystems festgelegt. Entsprechend diesen in Deutschland und den Niederlanden geltenden Vorschriften unterhält ad pepper media ein umfassendes und angemessenes Risikomanagementsystem. Der Vorstand hat dabei sicherzustellen, dass die Gesellschaft sämtliche einschlägigen Gesetze und Vorschriften erfüllt und berichtet dem Aufsichtsrat regelmäßig über die internen Risikomanagement- und Kontrollsysteme. Das Risikomanagementsystem von ad pepper media identifiziert dabei signifikante Risiken, die sich auf das Unternehmen auswirken könnten. Diese werden quantifiziert und auf ihre möglichen Auswirkungen bewertet. Schließlich werden entsprechende Maßnahmen festgelegt, mit welchen den Risiken zu begegnen ist. Im Folgenden sind mögliche signifikante Risiken aufgeführt, denen die Gesellschaft ausgesetzt ist:

Rechtliche und behördliche Risiken

Datenschutz und Privatsphäre

Websites legen normalerweise kleine Dateien mit nicht personenbezogenen (oder „anonymen“) Informationen, allgemein als Cookies bekannt, auf den Browser eines Internetnutzers. Cookies sammeln in der Regel nicht personenbezogene Informationen über Nutzer, um Websites zu ermöglichen, den Website-User mit besser auf dessen Bedürfnisse zugeschnittenen Inhalten zu versorgen. Die Informationen der Cookies werden durch die Browsersoftware des Internetnutzers an die Website weitergeleitet. Wir verwenden Cookies derzeit, um die Bewegungen von Internetnutzern durch die Websites unserer Werbekunden zu verfolgen und mögliche betrügerische Handlungen in unseren Netzwerken zu überwachen und zu verhindern. Die meisten derzeit erhältlichen Internetbrowser ermöglichen es Internetnutzern, ihre Browsereinstellungen zu ändern, um zu verhindern, dass Cookies auf der Festplatte

gespeichert werden. Internetnutzer können Cookies auch jederzeit von der Festplatte löschen. Einige Internetkommentatoren und Verfechter der Privatsphäre haben eine Begrenzung und eine ausdrückliche Einwilligung der User für die Verwendung von Cookies vorgeschlagen, und in manchen Ländern wurden Gesetze erlassen, welche die Verwendung der Cookie-Technologie in diesem Sinne reglementieren. Die Wirksamkeit unserer Technologie kann durch die Verringerung oder Beschränkung der Verwendung von Cookies begrenzt werden. Aufgrund der von Datenschutz-Aufsichtsbehörden aufgestellten Forderungen („privacy by default“) sollen Softwareunternehmen bei neuen Browsern die Voreinstellung treffen, dass Cookies nicht akzeptiert werden und der User selbst hier Änderungen in den Einstellungen zum Erhalt von Cookies vornehmen müsste. Wenn die Verwendung oder Wirkung von Cookies eingeschränkt würde, müssten wir uns auf andere Technologien umstellen, um geographische oder verhaltensbezogene Informationen zu sammeln. Solche Technologien existieren zwar, sind aber erheblich weniger effektiv als Cookies. Wir müssten außerdem neue Technologien entwickeln oder kaufen, um Betrug in unseren Netzwerken zu verhindern. Der Ersatz von Cookies könnte zeitraubend und mit erheblichen Investitionen verbunden sein. Es ist möglich, dass sich die Entwicklung desselben als wirtschaftlich nicht sinnvoll erweist oder aber sich eine Umsetzung nicht rechtzeitig realisieren lässt, um den Verlust von Kunden oder Werbeplatz zu verhindern. Die Verwendung von Cookie-Technologie oder vergleichbaren Technologien zur Informationssammlung von Internetnutzungsverhalten können in der Zukunft Gegenstand von Prozessen oder Ermittlungen werden. Darüber hinaus regeln viele Rechtssysteme im Detail sowohl die Sammlung persönlicher Daten als auch die Nutzung dieser Daten für Kampagnen im Direkt-Marketing. Gerade die Zulässigkeit der hier angesprochenen Datenverarbeitungen ist angesichts unklarer gesetzlicher Vorgaben noch nicht abschließend geklärt, so dass einseitige Entscheidungen der Datenschutz-Aufsichtsbehörden zu Einschränkungen in unserer Geschäftstätigkeit führen können. Gerade im Zusammenhang mit der anstehenden Novelle des europäischen Datenschutzrechts wird zudem gefordert, ein umfassendes Verbot der Profilbildung einzuführen und

eine solche Datenverarbeitung nur mit Einwilligung des Betroffenen zu gestatten. Eine solche Regelung hätte weitreichende Auswirkungen auf unser derzeit praktiziertes Geschäftsmodell.

Wir halten uns zwar an die jeweils geltenden Gesetze in den verschiedenen Rechtssystemen, können aber nicht ausschließen, dass sich Veränderungen der Gesetzeslage erheblich auf unsere Geschäftsmodelle und Erlöse auswirken. Jeder Prozess oder jede staatliche Maßnahme gegen uns könnte teuer und zeitaufwendig sein, könnte uns zwingen, unsere Geschäftspraktiken zu ändern und die Aufmerksamkeit des Managements von anderen Geschäftsfeldern ablenken.

Unsere zur ad pepper media Gruppe zugehörigen Unternehmen könnten sich zudem gegenüber ihren Kunden haftbar machen und Kunden verlieren, wenn ihre Produkte oder Dienstleistungen Fehler oder Mängel aufweisen oder in ihren angebotenen Diensten, Störungen vorkommen.

Rechte um das geistige Eigentum

Unsere Patente, Warenzeichen, Geschäftsgeheimnisse, Urheberrechte und andere Rechte am geistigen Eigentum stellen wichtige Vermögensgegenstände für uns dar. Verschiedene Ereignisse außerhalb unserer Kontrolle bilden eine potenzielle Gefahr für unsere Rechte am geistigen Eigentum. Gleiches gilt für unsere Produkte und Dienstleistungen. Ein wirksamer Schutz geistigen Eigentums steht möglicherweise nicht in jedem Land zur Verfügung, in dem unsere Produkte und Dienstleistungen vertrieben oder durch das Internet angeboten werden. Auch können die Bemühungen, die wir zum Schutz unserer Eigentumsrechte unternommen haben, nicht ausreichen oder unwirksam sein. Jede bedeutende Beeinträchtigung unserer Rechte am geistigen Eigentum kann unser Geschäft oder unsere Wettbewerbsfähigkeit negativ beeinträchtigen. Darüber hinaus ist der Schutz unserer Rechte am geistigen Eigentum teuer und zeitaufwendig. Jede Zunahme nicht genehmigter Nutzungen unseres geistigen Eigentums kann höhere Verwaltungsaufwendungen und -arbeit mit sich bringen und unsere Ergebnisse negativ be-

einflussen. Unser Ziel ist es, Patentschutz für unsere Innovationen gewährt zu bekommen, allerdings besteht die Möglichkeit, dass wir einige dieser Innovationen nicht entsprechend schützen können. Darüber hinaus ist es angesichts der zum Teil erheblichen Kosten des Patentschutzes möglich, dass wir bestimmte Innovationen nicht schützen, die sich später jedoch als wichtig erweisen. Des Weiteren besteht die Möglichkeit, dass sich der Umfang des Patentschutzes als unzureichend herausstellt, oder dass ein erteiltes Patent für ungültig oder nicht einklagbar erklärt wird. Darüber hinaus steigt im Laufe unseres Unternehmenswachstums die Wahrscheinlichkeit, dass gegen uns Klagen im Zusammenhang mit geistigem Eigentum erhoben werden. Unsere Produkte, Dienstleistungen und Technologien können möglicherweise Ansprüchen Dritter nicht standhalten, und unabhängig von der Berechtigung des Anspruches kann es unter Umständen zeitaufwendig und teuer sein, diese Ansprüche gerichtlich oder außergerichtlich abzuwenden. Wenn darüber hinaus Forderungen gegen uns erfolgreich sind, ist es möglich, dass wir zum Teil erhebliche Schadensersatzleistungen zahlen oder Dienstleistungen oder Praktiken einstellen müssen, die sich als Verletzung der Rechte Dritter erweisen könnten. Es kann auch sein, dass wir uns um eine Lizenz bemühen müssen, um unseren bestehenden Geschäftsverlauf fortzusetzen zu können, was mit zum Teil erheblichen zusätzlichen Kosten verbunden sein könnte.

Personalrisiken

Qualifizierte Mitarbeiter und Führungskräfte bilden die Grundlage für einen langfristigen wirtschaftlichen Unternehmenserfolg. Mitarbeiter langfristig an das Unternehmen zu binden, aber auch neue, hochqualifizierte Mitarbeiter zu gewinnen, ist für die ad pepper media Gruppe von größter Bedeutung. Sollte eine Vielzahl dieser Mitarbeiter in kurzer Zeit das Unternehmen verlassen und kein adäquater Ersatz gefunden werden, könnte die Geschäftsentwicklung beeinträchtigt werden. Vor allem im Fall eines verstärkten Wettbewerbs um hochqualifizierte Mitarbeiter, insbesondere in der IT- und Internet-Branche, gibt es keine Garantie dafür, dass das Unternehmen in der Lage ist, entscheidende Leistungsträger an sich zu binden.

Marktrisiken

Konkurrenz durch andere Werbenetzwerke. Anbieter von Suchmaschinen und traditionellen Werbemedien

Unser Angebot für Werbekunden und Betreiber von Webseiten im Internet umfasst Produkte und Dienstleistungen, deren Preisgestaltung auf Cost Per Action (CPA), Cost Per Lead (CPL), Cost Per Thousand Impressions (CPM) oder Cost Per Click (CPC) beruht. Wir stehen in jedem Bereich unseres Geschäfts in starkem Wettbewerb, insbesondere durch andere Werbe- und Affiliate-Netzwerke, die ähnliche Online-Dienstleistungen und Produkte anbieten. Neben Online-Marketing-Netzwerken und auf Affiliate-Marketing spezialisierten Unternehmen stehen wir im Wettbewerb mit Anbietern von Suchmaschinen wie Google und Yahoo! sowie mit großen Ad Exchanges, Marktplätzen also, auf denen Werbeflächen ähnlich wie an der Börse in Echtzeit (RTB) versteigert werden. Daneben konkurrieren wir auch mit traditionellen Werbemedien, wie Direkt-Marketing, Fernsehen, Radio, Kabel und Printmedien, die allesamt einen Anteil am Gesamtwerbeetat für sich gewinnen möchten. Zahlreiche bestehende und potenzielle Wettbewerber verfügen uns gegenüber über Wettbewerbsvorteile wie z. B. eine längere Unternehmensgeschichte, einen höheren Bekanntheitsgrad, einen größeren Kundenstamm, einen besseren Zugang zu vielbesuchten Websites sowie zum Teil erheblich größere Ressourcen in Bezug auf Finanzen, Technik, Vertrieb und Marketing. Diese Unternehmen setzen ihre Erfahrung und Ressourcen auf unterschiedliche Art gegen uns ein, indem sie beispielsweise eine aktivere M&A Strategie verfolgen, mehr in Forschung und Entwicklung investieren oder aggressiver um Werbekunden und Websites konkurrieren. Wenn unsere Wettbewerber mit Erfolg ähnliche oder bessere Dienstleistungen oder relevantere Werbung anbieten, kann dies unter Umständen zu einem erheblichen Verlust von Websites führen und sich damit negativ auf unsere Erlöse auswirken.

Heftiger Wettbewerb/Druck auf Margen und Erlöswachstum

Die Werbemärkte im Internet sind gekennzeichnet durch einen raschen technologischen Wandel, sich neu etablierende Branchenstandards, regelmäßige Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen und sich schnell ändernde Anforderungen seitens der Kunden. Die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen mit Hilfe innovativer Technologien sowie einer damit einhergehenden Etablierung neuer Industriestandards können dazu führen, dass unsere bestehenden Produkte und Dienstleistungen veralten und unverkäuflich werden und uns somit zu unvorhergesehenen und nicht eingeplanten Investitionen zwingen. Eine unzureichende Anpassungsfähigkeit an diese Veränderungen kann negative Auswirkungen auf unsere Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage haben. Wir erwarten, dass unser Umsatzwachstum als Folge des Basiseffekts sowie des stärker werdenden Wettbewerbs im Laufe der Zeit sinken wird. Des Weiteren erwarten wir einen zunehmenden Druck auf unsere operativen Margen als Folge des gesteigerten Wettbewerbs und generell steigender Ausgaben in anderen Bereichen unseres Geschäfts. Darüber hinaus könnte die Marge dadurch sinken, dass wir in Zukunft einen höheren Anteil unserer Werbeeinnahmen an unsere Websitepartner innerhalb unseres Websiteportfolios bzw. Affiliate-Netzwerkes zahlen müssen.

Finanzielle Risiken

Geringe Rentabilität

Wir sind Risiken ausgesetzt, die uns auch in der Zukunft daran hindern können, Nettogewinne zu erzielen. Zu diesen Risiken zählt unter anderem unsere Fähigkeit:

- unseren Bestand an Werbeplätzen auf Websites von Publishern und Affiliates, Eigentümern von E-Mail-Listen und Herausgebern von Newslettern zu behaupten und zu erweitern.
- die Zahl der Werbekunden zu halten und zu steigern, die unsere Produkte und Dienstleistungen nutzen.
- die Anzahl unserer angebotenen Produkte und Dienstleistungen zu erweitern.
- uns an Veränderungen der Bedürfnisse und Usancen von Online-Werbekunden anpassen zu können, auch im Hinblick auf die vom Markt geforderte Technologie.
- auf Herausforderungen zu reagieren, die sich aus der großen und steigenden Zahl von Wettbewerbern in der Branche ergeben.
- uns an rechtliche oder regulatorische Veränderungen im Hinblick auf das Internet anzupassen, die Nutzung. Werbung und den Handel betreffen.
- Umsatzziele für Partner zu erreichen, mit denen wir Mindestgarantien vereinbart haben.
- Erlöse aus Dienstleistungen zu erzielen, in die wir beträchtliche Zeit und Ressourcen investiert haben.
- langfristigen Zielen, sofern erforderlich, gegenüber kurzfristigen Ergebnissen Vorrang zu gewähren.
- uns an technologische Veränderungen hinsichtlich Programmen zur Unterdrückung von Internetwerbung anzupassen.
- uns an Veränderungen im Wettbewerbsumfeld anzupassen.
- und eine auf Basis unserer Investitionen in neue Technologien und damit verbundenen Produkten/Dienstleistungen ausreichende Profitabilität und Reputation im Markt zu erzielen.

Wenn wir beim Umgang mit diesen Risiken und Unsicher-

heiten keinen Erfolg haben, kann das zum Teil erheblich negative Auswirkungen auf unsere Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage nach sich ziehen.

Risiken unserer M&A Strategie

Wir sind zum Teil aufgrund von Unternehmenskäufen und -zusammenlegungen gewachsen und wir werden auch zukünftig Unternehmenskäufe in Erwägung ziehen. Des Weiteren werden wir unser Beteiligungsportfolio kontinuierlich dahingehend überprüfen, ob etwaige Unternehmenskäufe angezeigt sind. Jede Übernahme bzw. Verkauf kann materielle Auswirkungen auf unsere Ertrags- und Finanzlage haben. Darüber hinaus kann die Integration eines übernommenen Unternehmens oder einer Technologie unvorhergesehene betriebliche Schwierigkeiten, Ausgaben und Risiken mit sich bringen. Zu den Bereichen, in denen wir in diesem Zusammenhang mit Risiken konfrontiert sein können, zählen:

- die Umsetzung oder Veränderung von Kontrollen, Verfahren und Strategien des übernommenen Unternehmens.
- die Ablenkung der Aufmerksamkeit des Managements von anderen geschäftlichen Angelegenheiten.
- die Überbewertung des übernommenen Unternehmens, die Akzeptanz der Produkte und Dienstleistungen des übernommenen Unternehmens bei unseren Kunden.
- kulturelle Probleme im Zusammenhang mit der Integration von Mitarbeitern des übernommenen Unternehmens in unsere Gruppe.
- die Fortsetzung der Beschäftigung von Mitarbeitern der Unternehmen, die wir übernehmen.
- und die Integration der Buchhaltungs-, Management- und Informationssysteme, der Personalverwaltung und anderer Verwaltungssysteme jedes übernommenen Unternehmens.

Die Integration übernommener Firmen, Produkte und Mitarbeiter kann für das Management und unsere internen Ressourcen eine erhebliche Belastung sein.

Insbesondere Übernahmen im Ausland sind zusätzlich zu den oben genannten mit weiteren Risiken verbunden. Hierzu zählen Risiken im Zusammenhang mit der Integration von Firmen mit unterschiedlichen Kulturen und Sprachen, Wechselkursrisiken sowie landesspezifische wirtschaftliche, politische und rechtliche Risiken.

Aufgrund der Zahl der Übernahmen, die wir in den vergangenen Jahren abgeschlossen haben, der unterschiedlichen Kunden und technologischen Funktionalitäten der übernommenen Produkte, der Dienstleistungsangebote, können uns zukünftige Übernahmen vor erheblich größere Herausforderungen im Hinblick auf Produkte, Umsatz, Marketing, Kundensupport, Forschung und Entwicklung, Gebäude, Informationssysteme, Buchhaltung, Personal und andere Integrationsaspekte stellen, als diejenigen, die wir bereits getätigt haben. Sie können die vollständige Integration dieser übernommenen Unternehmen verzögern oder gefährden.

Mindestzahlungen an bestimmte Mitglieder des Werbenetzwerkes

Wir sind im Rahmen bestimmter Vereinbarungen verpflichtet, unkündbare garantierte Mindestzahlungen von Erlösanteilen an die Mitglieder unseres Netzwerkes zu leisten. In diesen Vereinbarungen sagen wir zu, diese Mindestzahlungen an die Mitglieder unseres Netzwerkes über einen ausgehandelten Zeitraum zu leisten. Es ist schwierig, mit Sicherheit diejenigen Umsätze vorherzusagen, die wir unsererseits im Rahmen dieser Vereinbarungen mit Garantiesummen einnehmen werden, und manchmal bleiben unsere Einnahmen hinter der garantierten Mindestzahlung von Erlösanteilen zurück.

Währungsrisiken

Da ad pepper media einen signifikanten Anteil ihres Geschäfts außerhalb der Euroländer tätigt, können Währungsschwankungen das Ergebnis wesentlich beeinflussen. Währungsrisiken aus Finanzinstrumenten bestehen bei Forderungen, Verbindlichkeiten, Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten, die nicht in der funktionalen Währung einer Gesellschaft bestehen. Das Währungsrisi-

ko aus Finanzinstrumenten ist bei ad pepper media insbesondere für den US Dollar sowie das Britische Pfund bedeutsam.

Steuerrisiken

Unsere zukünftigen Ertragssteuerzahlungen könnten negativ beeinflusst werden durch zukünftig geringer als erwartete Gewinne in Rechtssystemen mit niedrigeren Steuersätzen und höher als erwartete Gewinne in Rechtssystemen mit höheren Steuersätzen. Zusätzlicher Steueraufwand droht ebenfalls, wenn sich die Bewertung unserer latenten Steuerguthaben und -verbindlichkeiten verändert, oder wenn sich das Steuerrecht, Verordnungen, Buchhaltungsgrundsätze oder deren Interpretationen ändern. Unsere Vorhersage der Steuerverbindlichkeiten kann jederzeit durch zuständige Steuerbehörden überprüft werden. Jedes nachteilige Ergebnis einer solchen Überprüfung kann sich negativ auf unsere Finanz-, Ertrags- und Vermögenslage auswirken. Darüber hinaus ist die Ermittlung der Höhe unserer weltweiten Steuerrückstellungen und anderer Steuerverbindlichkeiten höchst komplex und es gibt viele Transaktionen und Berechnungen, bei denen die endgültige Festlegung der Steuern ungewiss ist. Wir halten unsere Schätzungen zwar für realistisch, aber das tatsächliche Steuerergebnis kann sich von den in unseren Abschlüssen enthaltenen Beträgen unterscheiden und unsere finanziellen Ergebnisse in dem Zeitraum oder den Zeiträumen, für die diese Steuerfestsetzung gilt, erheblich beeinflussen.

Neue Bilanzierungsrichtlinien

Das International Accounting Standards Board (IASB) oder andere Gremien können neue und überarbeitete Richtlinien, Interpretationen und andere Leitlinien herausgeben, die Auswirkungen auf die International Financial Reporting Standards (IFRS) haben können. Im Ergebnis kann es sein, dass eine Rechnungslegungsvorschrift vorgeschrieben wird, für die es zuvor keine Regelung gab oder dass eine Rechnungslegungsvorschrift als allgemeingültig erklärt wird, für die es zuvor Interpretationsspielraum gab. Denkbar ist auch, dass die Akzeptabilität einer gültigen Methode zugunsten einer völlig anderen widerrufen wird.

Solche Änderungen hinsichtlich IFRS können sich erheblich auf unsere Finanz-, Ertrags- und Vermögenslage auswirken.

Liquiditäts- und Cash Flow-Risiken

Im Wesentlichen werden alle liquiden Mittel und kurzfristig liquidierbaren Wertpapiere des Unternehmens von Finanzinstitutionen verwaltet. Auf der Grundlage unserer Geschäftsentwicklung kann die Liquidität von ad pepper media International N.V. gegenwärtig als sicher angesehen werden und reicht trotz zukünftiger Investitionen in neue Unternehmen und eines negativen Cash Flows aus betrieblicher Tätigkeit aus, um alle zukünftigen Zahlungsverpflichtungen zu erfüllen. Ein weiterer moderater Rückgang der liquiden Mittel ist möglich, falls in der Zukunft zusätzliche Investitionen erforderlich sind. Hinzu kommt, dass das Unternehmen abhängig ist von der Zahlungsmoral seiner Kunden. Unsere Forderungen sind in der Regel ungesichert und resultieren aus Umsätzen, die zum weit überwiegenden Teil mit Kunden generiert werden, die ihren Sitz in Europa haben. Das Unternehmen prüft laufend die Kreditwürdigkeit seiner Kunden und hat Rückstellungen für etwaige Forderungsausfälle gebildet.

Technologien und IT-Risiken

Gefahren durch neue Technologien

Technologien könnten entwickelt werden, die das Anzeigen unserer Werbung im Internet blockieren oder unterdrücken. Ein Großteil unserer Erlöse wird dadurch erzielt, dass Werbekunden für das Erscheinen ihrer Werbung auf Websites Geld bezahlen. Technologien, die den Zweck erfüllen, Internet-Werbung zu blockieren oder zu unterdrücken, können sich daher nachteilig auf unsere Betriebsergebnisse auswirken.

Rasanter technologischer Wandel

Der Markt für Internet-Werbung ist gekennzeichnet durch schnellen technologischen Wandel, sich entwickelnde Branchenstandards, die häufige Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen sowie ein sich veränderndes Kun-

denverhalten. Die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen und die Entstehung neuer Branchenstandards können vorhandene Produkte und Dienstleistungen veralten lassen und unverkäufliche oder unerwartete Investitionen in neue Technologie erforderlich machen. Unser Erfolg wird von unserer Fähigkeit abhängen, uns an die rasanten technologischen Veränderungen anzupassen, vorhandene Lösungen zu verbessern und eine Vielzahl neuer Lösungen zu entwickeln und einzuführen, um den sich kontinuierlich verändernden Anforderungen seitens unserer Kunden und Partner gerecht zu werden. Werbekunden verlangen z. B. zunehmend nach Online-Werbenetzwerken sowie nach Werbung, die über reine Standbilder hinausgeht und „Rich Media“ wie Audio und Video, Interaktivität und Methoden zur zielgenaueren Verbrauchersprache einbezieht. Unsere Systeme unterstützen nicht sämtliche Arten von Werbeformaten. Ebenso ist es so, dass einige Website-Betreiber innerhalb unseres Netzwerkes nicht alle durch uns angebotenen Werbeformate akzeptieren. Darüber hinaus kann eine weitere Zunahme von schnellen und leistungsfähigen Internetzugängen, neue Produkte und Dienstleistungen mit sich bringen, die durch den Anstieg der Bandbreite erst möglich werden. Wenn wir uns nicht mit Erfolg solchen Entwicklungen anpassen, könnten wir Kunden und/oder Teile des von uns vermarkteten Werbeplatzes verlieren. Den überwiegenden Teil der in unserem Unternehmen benutzten Software kaufen wir ein und wir beabsichtigen auch zukünftig, Technologien von Drittanbietern zu erwerben. Wir können nicht mit Sicherheit sagen, dass diese Technologien auch in Zukunft zu wirtschaftlich vertretbaren Bedingungen oder überhaupt erhältlich sein werden. Möglich ist auch, dass sich der Trend hin zur Vermarktung von Online-Werbeplätzen über automatisierte Marktplätze, sogenannte Ad Exchanges, weiter verstärkt. Durch die Etablierung und Professionalisierung von Demand Side (DSP's) und/oder Supply Side Plattformen (SSP's) könnten Online-Netzwerke wie ad pepper media zukünftig weiter an Bedeutung verlieren oder sogar deren Geschäftsgrundlage entzogen werden. Wir können auch auf Schwierigkeiten treffen, die das erfolgreiche Design, die Entwicklung, Einführung oder Vermarktung neuer Lösungen verzögern oder verhindern. Jede neu von uns entwickelte Lösung oder Verbesserung

wird die Anforderungen unserer derzeitigen Kunden und Interessenten erfüllen müssen, und es ist möglich, dass sie im Markt nicht auf die erhoffte Akzeptanz trifft. Wenn wir mit den technologischen Entwicklungen und der Einführung neuer Branchenstandards nicht kostengünstig Schritt halten, könnten unsere Ausgaben steigen, und wir könnten Kunden und Werbeplätze verlieren.

IT-Architektur/Infrastruktur

Um erfolgreich zu sein, muss die Infrastruktur unserer Netzwerke leistungsfähig und zuverlässig sein. Je größer die Nutzerfrequenz und die Komplexität unserer Produkte und Dienstleistungen, desto mehr Rechenleistung werden wir benötigen. Wir haben erhebliche Aufwendungen für den Kauf und die Anmietung von Datenzentralen, Geräten und die Aktualisierung unserer Technologie und der Infrastruktur unseres Netzwerkes getätigt, um mit steigendem Traffic umzugehen und neue Produkte und Dienstleistungen einzuführen, und erwarten, dies fortzusetzen. Diese Investitionen sind kostenintensiv und komplex und könnten Effizienzverluste oder Betriebsausfälle verursachen. Wenn wir nicht erfolgreich expandieren oder Effizienzverluste sowie Betriebsausfälle eintreten, könnte die Qualität unserer Produkte und Dienstleistungen und die Kundenzufriedenheit leiden. Dies könnte unseren Ruf beschädigen und dazu führen, dass wir vorhandene und potenzielle Kunden, Werbekunden und Mitglieder unseres Netzwerkes verlieren. Kostensteigerungen, geringere Nutzungsfrequenz unserer Partner im Werbenetzwerk, mangelnde Anpassung an neue Technologien oder geänderte geschäftliche Anforderungen könnten unsere Ertrags- und Finanzkraft negativ beeinflussen. Wir stützen uns darüber hinaus auf IT-Lieferanten, darunter Datenzentralen und Bandbreitenanbieter. Jede Störung im Netzwerkzugang oder den Co-Location-Services dieser Anbieter oder deren Unfähigkeit, die derzeitigen oder größeren Datenmengen zu verarbeiten, könnte unser Geschäft erheblich schädigen. Finanzielle oder andere Schwierigkeiten unserer Provider können zudem negative Wirkungen für unser Geschäft mit sich bringen. Wir haben Unterbrechungen und Verzögerungen bei den beschriebenen Dienstleistungen sowie der Verfügbarkeit der IT-Infrastruktur erlebt und

erwarten dies auch für die Zukunft. Fehler, Unterbrechungen und Verzögerungen im Zusammenhang mit diesen Technologien und Informationsdiensten könnten unsere Beziehungen zu Nutzern schädigen, sich negativ auf unsere Marke auswirken und uns Haftungsrisiken aussetzen. Schließlich sind unsere Systeme extrem abhängig von der Stromversorgung. Bei größeren Stromausfällen wären wir auf Notstromgeneratoren angewiesen. Es kann sein, dass diese Notstromgeneratoren nicht ordnungsgemäß funktionieren, und bei einem größeren Stromausfall der Brennstoff nicht ausreicht. Dies könnte zur Unterbrechung unserer Geschäftstätigkeit führen.

Internetzugang

Unsere Produkte und Dienstleistungen sind einerseits davon abhängig, dass unsere Nutzer Zugang zum Internet haben, andererseits benötigen sie eine zum Teil erhebliche Bandbreite. Gegenwärtig wird dieser Zugang von Unternehmen bereitgestellt, die eine bedeutende und zunehmende Macht auf dem Markt für Breitband- und Internetzugang haben, darunter Telefongesellschaften, Kabelunternehmen und Anbieter von mobiler Kommunikation. Einige dieser Provider könnten dazu übergehen, Maßnahmen zu ergreifen, die den Nutzerzugang zu bestimmten Produkten unterbrechen oder verschlechtern oder die Kosten des Nutzerzugesangs zu diesen Produkten erhöhen, indem sie die Nutzung ihrer Infrastruktur für unsere Angebote begrenzen oder verbieten oder von uns oder unseren Nutzern höhere Gebühren verlangen. Dies könnte zu einem Verlust von Mitgliedern in unserem Werbenetzwerk sowie Werbekunden und letztlich zu steigenden Kosten führen, und unsere Fähigkeit schmälern, neue Nutzer und Werbekunden zu gewinnen, und so unsere Erlöse und unser Wachstum negativ beeinträchtigen.

Unterbrechung von IT- und Kommunikationssystemen

Die Verfügbarkeit unserer Produkte und Dienstleistungen hängt vom ununterbrochenen Betrieb unserer Informationstechnologie- und Kommunikationssysteme ab. Jeder Schaden oder jedes Versagen unserer Systeme könnte Unterbrechungen unserer Dienstleistungen zur Folge

haben, wodurch sich unsere Erlöse und Gewinne verringern und unsere Marke beschädigt werden könnten. Unsere Systeme können durch Überschwemmungen, Feuer, Stromausfall, Ausfälle in der Telekommunikation, Computerviren, terroristische Anschläge, Angriffe, die Computern den Zugang zu Dienstleistungen unmöglich machen, und andere Angriffe auf unsere Systeme beschädigt werden. Unsere Datenzentralen können das Ziel von Einbrüchen, Sabotage oder vorsätzlichem Vandalismus sowie durch Störungen beeinträchtigt werden, die aufgrund von finanziellen Schwierigkeiten seitens der Betreiber von Datenzentralen eintreten können. Nicht alle unsere Systeme sind vollständig redundant und unsere Pläne zur Wiederherstellung nach etwaigen Naturkatastrophen können nicht alle Eventualitäten berücksichtigen. Derartige Naturkatastrophen oder die Entscheidung, eine von uns genutzte Einrichtung ohne angemessene Vorankündigung aus finanziellen Gründen seitens des Betreibers zu schließen bzw. andere unerwartete Probleme in unseren Datenzentralen könnten langanhaltende Störungen unserer Dienstleistungen zur Folge haben.

Zunehmende Nutzung von PC-unabhängigen Dienstleistungen

Die Zahl derer, die mit anderen Geräten als einem PC, Zugang zum Internet haben, darunter Mobiltelefone, mobile Terminplaner und E-Mail-Assistenten sowie Fernsehreceiver, hat in den letzten Jahren dramatisch zugenommen. Die noch geringe Auflösung und Funktionalität und der geringere Speicher, die mit diesen Geräten verbunden sind, machen die Nutzung unserer Produkte und Dienstleistungen mit diesen Geräten schwieriger. Wenn es uns jedoch zukünftig nicht gelingt, eine nennenswerte Zahl von Nutzern alternativer Geräte zu gewinnen und an unsere Produkte und Dienstleistungen zu binden, oder wenn wir Produkte und Technologien zu langsam entwickeln, die mit anderen Kommunikationsgeräten als dem PC kompatibel sind, wird uns ein bedeutender Teil eines zunehmend wichtiger werdenden Anteils des Marktes für Online-Services entgehen.

Risiken im Zusammenhang mit dem Besitz unserer Aktie

Kursschwankungen der Aktie

Der Börsenkurs unserer Aktie ist seit seiner Erstnotiz zum Teil erheblichen Schwankungen ausgesetzt und wird auch weiterhin volatil bleiben. Der Aktienkurs kann als Reaktion auf verschiedene Einflussfaktoren in hohem Maße volatil sein, von denen manche sich unserer Kontrolle entziehen. Zu diesen Faktoren zählen:

- Schwankungen unserer Quartalsergebnisse oder der Ergebnisse unserer Wettbewerber.
- Ankündigungen von Unternehmensverkäufen und -übernahmen, neuen Produkten, wichtigen Verträgen, wirtschaftlichen Beziehungen oder Kapitalbereitstellungen.
- Empfehlungen von Wertpapieranalysten oder geänderte Gewinnschätzungen.
- Veröffentlichung von Gewinnen, die nicht den Erwartungen von Analysten entsprechen; dieses Risiko kann erheblich sein, da es Teil unserer Investor-Relations-Strategie ist, keinen Gewinnausblick zu kommunizieren.
- die Zahl der im Umlauf befindlichen Aktien.
- Aktienverkäufe durch uns oder unsere Aktionäre.
- Leerverkäufe, Hedging oder andere Derivatstransaktionen von Aktien.

Darüber hinaus hat der Aktienmarkt allgemein und der Markt für Technologieunternehmen im Speziellen extreme Kurs- und Handelsvolumenschwankungen erlebt, die oft nicht im Zusammenhang mit der operativen Leistung dieser Unternehmen standen oder unverhältnismäßig waren. Diese allgemeinen Faktoren des Marktes und der Branche können den Kurs unserer Aktie ungeachtet unserer tatsächlichen Entwicklung ernsthaft schädigen. In der Vergangenheit wurden nach Zeiten hoher Kursschwankungen des Gesamtmarktes sowie von Einzelaktien Klagen gegen diese Unternehmen angestrengt.

Für den Fall, dass solche Prozesse gegen uns geführt werden, könnte dies erhebliche Kosten und eine Ablenkung von Zeit und Ressourcen des Managements mit sich bringen.

Keine Dividendenzahlungen

Wir beabsichtigen, zukünftige Gewinne einzubehalten und erwarten in absehbarer Zeit nicht, Dividenden zu zahlen.

Begrenzter Einfluss von Aktionären

Unsere Aktie hat ein Stimmrecht pro Aktie. Zum 31. Dezember 2014 besaß einer der Gründungsaktionäre, EMA B.V., Aktien, die ca. 43 Prozent des Grundkapitals betragen, was wiederum regelmäßig über 90 Prozent der auf der Hauptversammlung anwesenden Stimmrechte entspricht. EMA B.V. hat daher für die vorhersehbare Zukunft bedeutenden Einfluss auf das Management und alle Angelegenheiten, die der Genehmigung durch die Aktionäre bedürfen, u. a. die Wahl von Vorständen, wichtige Unternehmenstransaktionen wie Unternehmenszusammenschlüsse oder eine -veräußerung des Unternehmens im Ganzen oder in Teilen. Diese Konzentration der Kontrolle begrenzt die Fähigkeit unserer Aktionäre, Firmenangelegenheiten zu beeinflussen, und infolgedessen können wir Maßnahmen ergreifen, die unsere Aktionäre vor diesem Hintergrund nicht für nützlich halten. Dies kann zur Folge haben, dass der Kurs der Aktie nachteilig beeinflusst wird.

Gesamtbeurteilung der Risiken

Die Risikolandschaft der ad pepper media hat sich im Berichtszeitraum nicht wesentlich gegenüber dem Vorjahr verändert. Die Einschätzung der Gesamtrisikosituation ist das Ergebnis der konsolidierten Betrachtung aller wesentlichen Einzelrisiken. Aus heutiger Sicht zeichnen sich keine den Fortbestand der ad pepper media gefährdenden Risiken ab, auch in Verbindung mit anderen Risiken. Wir verweisen auf Anhangsangabe [42] des Konzernabschlusses.

Chancen und Prognose

Nicht zuletzt aufgrund eines weiterhin guten makroökonomischen Klimas in Europa und einem sich weiter positiv entwickelnden Online-Werbemarktes, gehen wir im laufenden Jahr von einer positiven Geschäftsentwicklung in allen drei Segmenten aus. Insbesondere ad agents und Webgains sollten den bereits in 2014 beschrittenen Erfolgspfad weitergehen. Für beide Bereiche erwarten wir positive Ergebnisbeiträge. Für das ad pepper media Segment gehen wir von einer Stabilisierung der Umsatz- und Bruttomargenentwicklung aus. Darüber hinaus wurden im vierten Quartal 2014 umfangreiche Kostenanpassungen im Segment „Admin“ vorgenommen, um dem neuen Produktmix und -schwerpunkten Rechnung zu tragen. Dennoch wird im laufenden Geschäftsjahr, wie schon in den Vorjahren, voraussichtlich ein Großteil des erwarteten Umsatzes der ad pepper media Gruppe in den letzten Monaten generiert werden, so dass auch für das vor uns liegende Geschäftsjahr erneut mit der für unser Geschäftsmodell typischen Saisonalität und Zyklizität zu rechnen ist. Trotz einer erwarteten positiven Ergebnisentwicklung der Segmente „ad agents“ und „Webgains“, einer Stabilisierung des Segments auf niedrigem Niveau und eines umfassenden Kostencontrollings im Segment „Admin“, kann daher nicht ausgeschlossen werden, dass die Gruppe insbesondere in den ersten zwei Quartale zum Teil deutlich negativen Profitabilitätskennziffern ausweisen wird.

Vericherung der gesetzlichen Vertreter

(EU-Transparenzrichtlinie, niederländisches Finanzmarktaufsichtsgesetz)

Im Zusammenhang mit § 5.25c des niederländischen Finanzmarktaufsichtsgesetzes (Wet op het financieel toezicht) versichert der Vorstand nach bestem Wissen, dass

- der Jahresabschluss zum und für das am 31. Dezember 2014 geendete Jahr in Übereinstimmung mit den Rechnungslegungsgrundsätzen (IFRS, International Financial Reporting Standards), wie sie in der Europäischen Union (EU) anzuwenden sind, ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage von ad pepper media International N.V. sowie der Gesamtheit der in die Konsolidierung einbezogenen Unternehmen vermittelt, und dass
- der Lagebericht den Geschäftsverlauf und das Geschäftsergebnis des Unternehmens im Verlauf des Geschäftsjahres und die Lage des Konzerns zum 31. Dezember 2014 so darstellt, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild entsteht, und dass er die wesentlichen Risiken beschreibt, denen ad pepper media International N.V. ausgesetzt ist.

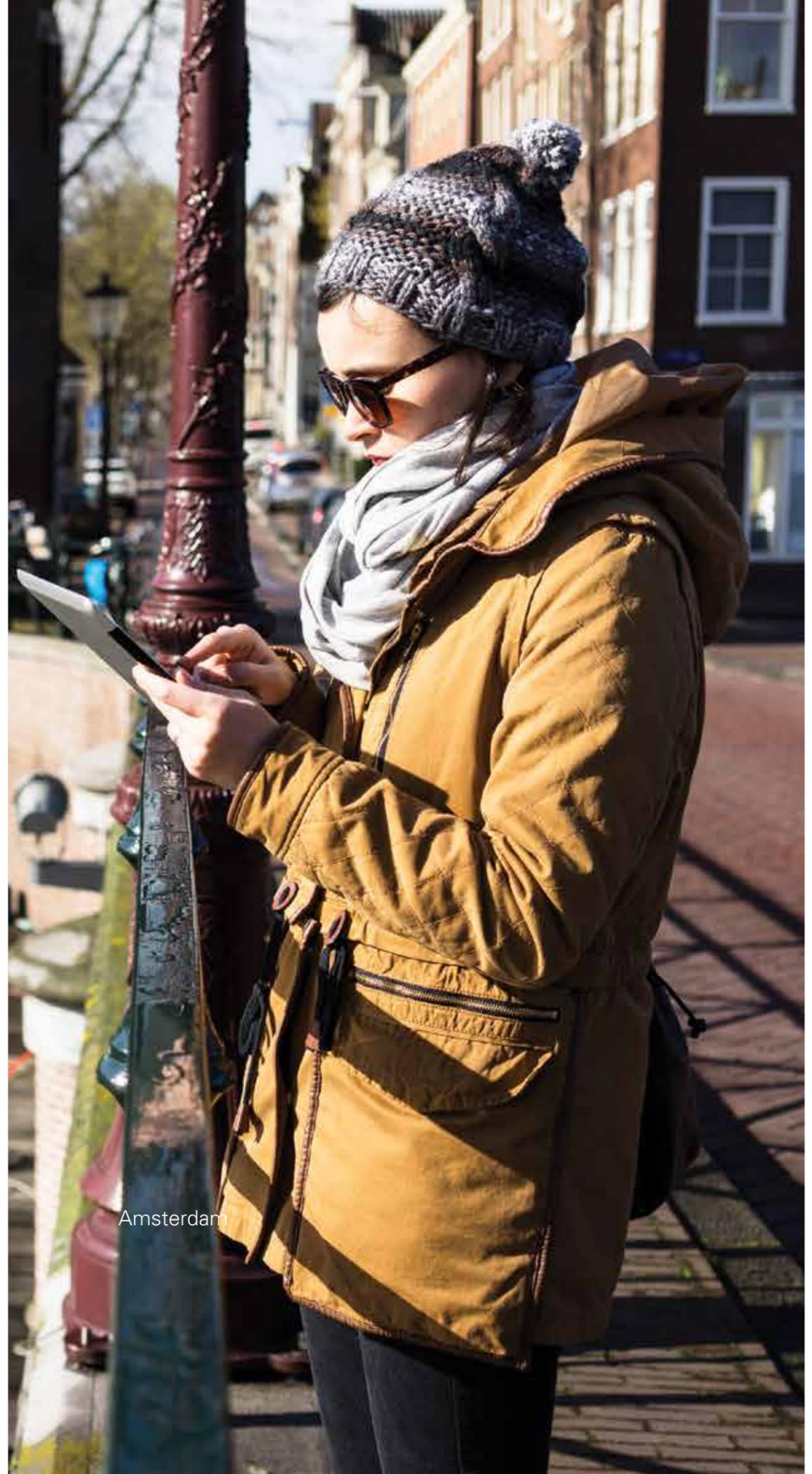
Der Vorstand
ad pepper media International N.V.



Dr. Ulrike Handel

Dr. Jens Körner

Konzernabschluss



Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (IFRS)

	Anhang	2014	2013
		TEUR	TEUR
Umsatzerlöse	[5]	47.281	49.627
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	[7]	-31.150	-28.926
Bruttoergebnis vom Umsatz		16.131	20.701
Vertriebskosten	[8]	-12.603	-14.990
Allgemeine und Verwaltungskosten	[9]	-7.644	-9.988
Sonstige betriebliche Erträge	[10]	1.650	1.629
Sonstige betriebliche Aufwendungen	[11]	-1.474	-1.315
Gewinn aus der Veräußerung von Tochterunternehmen und sonstigen Beteiligungen	[12]	0	8.653
Operatives Ergebnis		-3.940	4.690
Finanzerträge	[13]	390	693
Finanzaufwendungen	[13]	-1.675	-90
Ergebnis vor Steuern		-5.225	5.293
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	[14]	-110	-196
Periodenergebnis		-5.335	5.097
davon entfallen auf Anteilseigner des Mutterunternehmens		-5.432	4.968
davon entfallen auf nicht beherrschende Anteile		97	129
Ergebnis je Aktie (unverwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)	[15]	-0,26	0,23
Ergebnis je Aktie (verwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)	[15]	-0,26	0,23
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	[15]	21.240.708	21.240.708
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (verwässert)	[15]	21.492.534	21.371.302

Konzern-Gesamtergebnisrechnung (IFRS) [30]

	2014	2013
	TEUR	TEUR
Periodenergebnis	-5.335	5.097
Sonstiges Ergebnis		
Posten, die anschließend möglicherweise in den Gewinn oder Verlust umgliedert werden:		
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	21	475
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	-15	969
Realisierte Gewinne/Verluste aus von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	-39	0
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen in Eigenkapitalinstrumente	-3.105	-199
Im sonstigen Ergebnis verrechnete Ertragsteuern	95	-105
Sonstiges Ergebnis, nach Steuern	-3.043	1.140
Gesamtergebnis	-8.378	6.237
davon auf nicht beherrschende Anteile entfallend	97	129
davon auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallend	-8.475	6.108

Konzernbilanz (IFRS)

Aktiva	Anhang	31. Dezember 2014	31. Dezember 2013
		TEUR	TEUR
Langfristige Vermögenswerte			
Firmenwerte	[16]	24	24
Immaterielle Vermögenswerte	[17]	398	261
Sachanlagen	[18]	204	221
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Wertpapiere des Anlagevermögens	[19]	3.324	3.490
Zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere des Anlagevermögens	[19]	2.386	5.326
Andere finanzielle Vermögenswerte	[20]	580	1.630
Zur Veräußerung verfügbare Beteiligungen in Eigenkapitalinstrumente	[20a]	0	4.503
Latente Steuern	[14]	0	35
Summe langfristige Vermögenswerte		6.916	15.490
Kurzfristige Vermögenswerte			
Wertpapiere	[21]	2.003	0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	[22]	7.739	7.071
Sonstige Forderungen	[23]	400	428
Forderungen aus Ertragsteuern	[23a]	314	187
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	[24]	992	200
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	[25]	11.926	12.886
Summe kurzfristige Vermögenswerte		23.374	20.772
Aktiva, gesamt		30.290	36.262

Passiva	Anhang	31. Dezember 2014	31. Dezember 2013
		TEUR	TEUR
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital			
Gezeichnetes Kapital	[26]	1.150	1.150
Kapitalrücklage	[27]	66.353	66.254
Eigene Anteile	[28]	-3.281	-3.281
Bilanzverlust		-46.218	-40.786
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	[30]	-2.043	1.002
Summe		15.961	24.339
Nicht beherrschende Anteile	[31]	335	236
Summe Eigenkapital		16.296	24.575
Kurzfristige Verbindlichkeiten			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	[32]	9.865	7.962
Sonstige Verbindlichkeiten	[32a]	1.474	1.032
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	[33]	2.625	2.558
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern		30	135
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten		13.994	11.687
Summe Verbindlichkeiten		13.994	11.687
Passiva, gesamt		30.290	36.262

Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)

	Anhang	2014	2013
		TEUR	TEUR
Periodenergebnis		-5.335	5.097
Anpassungen für:			
Abschreibungen	[6]	211	274
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Gegenständen des Anlagevermögens	[10]	0	17
Aktienbasierte Vergütung	[39]	99	51
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Wertpapieren	[13]	-137	-208
Andere Finanzerträge und Finanzierungsaufwendungen	[13]	1.422	-395
Steuerergebnis	[14]	110	196
Gewinn aus der Veräußerung von Anteilen an Tochterunternehmen und von sonstigen Beteiligungen	[12]	0	-8.653
Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge	[38]	68	269
Brutto-Cash Flow		-3.562	-3.352
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	[22]	-652	943
Veränderung anderer Aktiva		97	-384
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	[32]	1.831	-92
Veränderung anderer Passiva		442	-2.159
Vereinnahmte Ertragsteuern		0	729
Gezahlte Ertragsteuern		-156	-401
Vereinnahmte Zinsen		457	585
Gezahlte Zinsen		-116	-502
Netto-Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit		-1.659	-4.633

	Anhang	2014	2013
		TEUR	TEUR
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	[18]	-334	-237
Erlöse aus dem Abgang von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen		17	0
Auszahlungen für die Gewährung von Darlehen	[20]	-200	-233
Einzahlungen für die Veräußerung von sonstigen Beteiligungen	[12], [20]	0	636
Einzahlungen für die Veräußerung von Tochtergesellschaften	[12], [20]	0	8.065
Einzahlungen aus der Tilgung gewährter Darlehen	[20]	53	581
Erlöse aus dem Verkauf/der Fälligkeit von Wertpapieren	[19], [21]	10.124	15.442
Erwerb von Wertpapieren	[19], [21]	-8.984	-19.639
Netto-Cash Flow aus Investitionstätigkeit		676	4.615
Einzahlungen aus Transaktionen mit nicht beherrschende Anteile	[12]	50	0
Ausschüttung an nicht beherrschende Anteile	[31]	-48	-158
Netto-Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit		2	-158
Zahlungswirksame Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		-981	-176
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres		12.886	12.587
Einfluss von Wechselkursänderungen auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		21	475
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende des Geschäftsjahres	[25]	11.926	12.886

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung (IFRS)

Anhang	Stand 1. Januar 2013	Gesamt- ergebnis	Aktien- basierte Vergütung	Ausgabe eigener Anteile	Divi- denden	Trans- aktionen mit nicht beherr- schenden Anteilen	Stand 31. Dezember 2013
Gezeichnetes Kapital [26]							
Anzahl der Aktien	23.000.000						23.000.000
Gezeichnetes Kapital (TEUR)	1.150						1.150
Kapitalrücklage [27]							
für Aktienoptions- programme (TEUR)	2.421		51				2.472
aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V. (TEUR)	63.782						63.782
Eigene Anteile [28]							
Anzahl der Aktien	1.759.292						1.759.292
Rückkaufswert (TEUR)	-3.281						-3.281
Bilanzverlust (TEUR)	-45.754	4.968					-40.786
Kumuliertes sonstiges Ergebnis (TEUR) [30]							
Währungsdifferenzen (TEUR)	-1.384	475					-909
Unrealisierte Gewinne/ (Verluste) aus zur Ver- äußerung verfügbaren Wertpapieren (TEUR)	-2.028	860					-1.168
Unrealisierte Gewinne/ (Verluste) aus zur Veräußerung verfüg- baren Beteiligungen in Eigenkapital- instrumente (TEUR)	3.274	-195					3.079
Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)	18.180	6.108	51	0	0	0	24.339
nicht beherrschende Anteile (TEUR) [31]	265	129	0	0	-158	0	236
Eigenkapital (TEUR)	18.445	6.237	51	0	-158	0	24.575

Anhang	Stand 1. Januar 2014	Gesamt- ergebnis	Aktien- basierte Vergütung	Ausgabe eigener Anteile	Divi- denden	Trans- aktionen mit nicht beherr- schenden Anteilen	Stand 31. Dezember 2014
Gezeichnetes Kapital [26]							
Anzahl der Aktien	23.000.000						23.000.000
Gezeichnetes Kapital (TEUR)	1.150						1.150
Kapitalrücklage [27]							
für Aktienoptions- programme (TEUR)	2.472		99				2.571
aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V. (TEUR)	63.782						63.782
Eigene Anteile [28]							
Anzahl der Aktien	1.759.292						1.759.292
Rückkaufswert (TEUR)	-3.281						-3.281
Bilanzverlust (TEUR)	-40.786	-5.432					-46.218
Kumuliertes sonstiges Ergebnis (TEUR) [30]							
Währungsdifferenzen (TEUR)	-909	21					-888
Unrealisierte Gewinne/ (Verluste) aus zur Ver- äußerung verfügbaren Wertpapieren (TEUR)	-1.168	13					-1.155
Unrealisierte Gewinne/ (Verluste) aus zur Veräußerung verfüg- baren Beteiligungen in Eigenkapital- instrumente (TEUR)	3.079	-3.079					0
Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)	24.339	-8.477	99	0	0	0	15.961
nicht beherrschende Anteile (TEUR) [31]	236	97	0	0	-48	50	335
Eigenkapital (TEUR)	24.575	-8.380	99	0	-48	50	16.296



Konzernanhang



Informationen zum Unternehmen [1]

Der Konzernabschluss der ad pepper media International N.V. (die „Gesellschaft“) für das zum 31. Dezember 2014 endende Geschäftsjahr wurde am 12. März 2015 durch Beschluss der Unternehmensleitung zur Veröffentlichung freigegeben. Die ad pepper media International N.V. ist eine Aktiengesellschaft niederländischen Rechts mit Sitz in Bernhardplein 200, 1097JB Amsterdam, Niederlande und oberstes Mutterunternehmen der ad pepper media Gruppe. Ort der Geschäftsleitung ist Frankenstraße 150C, 90461 Nürnberg. Die Aktien der Gesellschaft werden unter der WKN 940883 (ISIN NL0000238145) im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse öffentlich gehandelt. Die Geschäftstätigkeit der ad pepper media International N.V. umfasst das Halten von Beteiligungen an anderen Unternehmen, deren Geschäftszweck in der Vermarktung von Werbeflächen im Internet liegt, sowie die Erbringung von Dienstleistungen für die Tochtergesellschaften. Seit der Gründung ist ad pepper media darauf ausgelegt, als international tätige Unternehmensgruppe flexibel die Bedürfnisse verschiedenster Märkte zu erfüllen.

ad pepper media ist ein international tätiger Anbieter von interaktiven Produkten und Dienstleistungen für Websites und Werbungtreibende. Das Unternehmen vermarktet derzeit Kampagnen und Websites in mehr als 50 Ländern und operiert aus acht Niederlassungen in fünf europäischen Ländern und den USA. Durch hochwertigste Technologie verknüpft ad pepper media dabei Tausende kleine, mittlere und große Websites zu einem qualitativ hochwertigen Werbe-Netzwerk mit globaler Reichweite und exakter Zielgruppenansprache.

Websitepartner erhalten neben regionaler, nationaler und internationaler Vermarktungsrepräsentanz eine Vielzahl von weiteren wichtigen Produkten und Services, wie z. B. Traffic Analyse und Performance-Optimierung, die von ad pepper media und seinen verbundenen Unternehmen, jeweils an lokale Gegebenheiten angepasst, angeboten werden.

Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze [2]

Der Jahresabschluss nach Niederländischem Recht besteht aus dem Einzelabschluss, der separat veröffentlicht wird und dem Konzernabschluss, wie er nachstehend in diesem Geschäftsbericht dargestellt ist.

Grundlagen der Erstellung des Abschlusses

Die Erstellung des Konzernabschlusses erfolgt grundsätzlich unter Anwendung des Anschaffungskostenprinzips. Hiervon ausgenommen sind Finanzinstrumente der Kategorien „Zur Veräußerung verfügbar“ bzw. „als erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert designiert“, die zum beizulegenden Zeitwert durch das „Sonstiges kumuliertes Gesamtergebnis“ bzw. durch die „Gewinn- und Verlustrechnung“ bewertet wurden. Der Konzernabschluss wird in Euro aufgestellt. Sofern nichts anderes angegeben ist, werden sämtliche Werte auf volle Tausend Euro (TEUR) bzw. Million Euro (EUR Mio.) gerundet. Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass sich einzelne Zahlen nicht genau zur angegebenen Summe addieren.

Auf Basis der Anforderungen des Niederländischen Bürgerlichen Gesetzbuches, beinhaltet ein vollständiger Geschäftsbericht den Bericht des Vorstandes und des Aufsichtsrats, den Konzernabschluss, den Einzelabschluss und sonstige Informationen. Dieser Bericht enthält den Bericht des Vorstandes und des Aufsichtsrats, den Konzernabschluss und sonstige Informationen. Der Jahresabschluss (inklusive sonstiger Informationen nach lokalem Recht) ist in einem separaten, am 12. März 2015 ausgestellten Bericht, enthalten.

In Übereinstimmung mit Artikel 402, Buch 2 des Niederländischen Bürgerlichen Gesetzbuches ist im Jahresabschluss der ad pepper media International N.V. eine verkürzte Gewinn- und Verlustrechnung enthalten. Für ein besseres Verständnis der Finanzpositionen und des Ergebnisses der Gesellschaft sollte dieser Bericht in Verbindung mit Einzelabschluss und den sonstigen Informationen nach lokalem Recht gelesen werden.

Erklärung zur Übereinstimmung mit IFRS

Der Konzernabschluss der ad pepper media International N.V. und ihrer Tochterunternehmen wurde in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der Europäischen Union (EU) anzuwenden sind, und mit Abschnitt 9 des zweiten Teils des Bürgerlichen Gesetzbuches der Niederlande aufgestellt.

Der Einzelabschluss der ad pepper media International N.V. wurde in Übereinstimmung mit Abschnitt 9 des zweiten Teils des Bürgerlichen Gesetzbuches der Niederlande aufgestellt.

Konsolidierungsgrundsätze

Der Konzernabschluss umfasst den Abschluss der ad pepper media International N.V. und ihrer Tochterunternehmen zum 31. Dezember eines jeden Geschäftsjahres. Die Abschlüsse der Tochterunternehmen werden unter Anwendung einheitlicher Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden zum gleichen Bilanzstichtag aufgestellt wie der Abschluss des Mutterunternehmens. Tochterunternehmen sind sämtliche Unternehmen, die von der Gruppe beherrscht werden. Der Gruppe beherrscht ein Unternehmen, wenn dem Konzern aus seinem Engagement bei dem Unternehmen eine Risikobelastung durch oder Anrechte auf schwankende Renditen entstehen und er diese Renditen durch seine Verfügungsgewalt über dieses Unternehmen beeinflussen kann. Tochterunternehmen werden ab dem Erwerbszeitpunkt, d. h. ab dem Zeitpunkt, zu dem der Konzern die Beherrschung erlangt, voll konsolidiert. Die Einbeziehung in den Konzernabschluss endet, sobald die Beherrschung durch das Mutterunternehmen nicht mehr besteht. Die Kapitalkonsolidierung wird nach der Erwerbsmethode durchgeführt.

Nach dieser Methode werden die Anschaffungskosten der erworbenen Anteile mit dem auf das Mutterunternehmen entfallenden Anteil am Eigenkapital des erworbenen Tochterunternehmens zum Erwerbszeitpunkt verrechnet. Dabei werden alle identifizierbaren Vermögenswerte, Schulden und Eventualschulden zu ihrem Zeitwert angesetzt und in die Konzernbilanz übernommen. Ein Überschuss der Anschaffungskosten über den Zeitwert des auf den Konzern entfallenden Reinvermögens wird als Firmenwert aktiviert. Ist der Zeitwert des auf den Konzern entfallenden Reinvermögens höher als die Anschaffungskosten der Anteile, ergibt sich ein passivischer Unterschiedsbetrag. Sollte ein solcher nach einer erneuten Überprüfung der Kaufpreisverteilung bzw. Bestimmung der Zeitwerte der erworbenen Vermögenswerte, Schulden und Eventualschulden verbleiben, so wird dieser sofort erfolgswirksam erfasst. Der auf die Minderheitsgesellschafter entfallende Anteil der Vermögenswerte, Schulden und Eventualschulden des Tochterunternehmens wird ebenfalls zum Zeitwert angesetzt.

Alle konzerninternen Salden, Transaktionen, Erträge, Aufwendungen sowie Gewinne und Verluste aus konzerninternen Transaktionen, die im Buchwert von Vermögenswerten enthalten sind, werden in voller Höhe eliminiert.

Ein Firmenwert wird jedoch nur insoweit ausgewiesen, als er auf den Konzern entfällt, und wird nicht auf die Minderheitsgesellschafter hochgerechnet.

Konsolidierungskreis

Im Einzelnen werden folgende Tochterunternehmen in den Konzernabschluss einbezogen:

Gesellschaft	Beteiligung in Prozent 31.12.2014	Beteiligung in Prozent 31.12.2013
ad pepper media GmbH, Nürnberg, Deutschland	100	100
ad pepper media Benelux B.V., Amsterdam, Niederlande	0	100
ad pepper media Denmark A/S, Kopenhagen, Dänemark	100	100
ad pepper media UK Ltd, London, Vereinigtes Königreich	100	100
ad pepper media France S.A.R.L., Paris, Frankreich	100	100
ad pepper media Spain S.A., Madrid, Spanien	65	100
ad pepper media USA LLC, New York, USA	100	100
Webgains Ltd, London, Vereinigtes Königreich	100	100
Globase International ApS, Kopenhagen, Dänemark	100	100
ad agents GmbH, Herrenberg, Deutschland	60	60

Veränderungen an Anteilen von Tochtergesellschaften und nicht beherrschenden Anteilen

Die Tochtergesellschaft ad pepper media Benelux B.V. Amsterdam wurde am 9. Dezember 2014 mit Wirkung zum 7. November 2014 liquidiert.

Mit Wirkung zum 31. Januar 2014 verkaufte die ad pepper media International N.V. einen nicht beherrschenden Anteil von 35 Prozent der 100 Prozent Tochter, ad pepper media Spanien S.A., an dessen Geschäftsführer.

Die Folgen der Veränderung des Eigenkapitalanteils sind in der Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung dargestellt.

Änderungen der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden entsprechen grundsätzlich den im Vorjahr angewandten Methoden.

Folgende neue Standards und Interpretationen bzw. Änderungen von bestehenden Standards und Interpretationen sind für Geschäftsjahre, die am 1. Januar 2014 beginnen, erstmalig anzuwenden:

- Änderung an IAS 36 „Wertminderungen von Vermögenswerten“ (Zeitpunkt des Inkrafttretens: 01. Januar 2014): Wesentliche Auswirkungen auf den Konzernabschluss hatte diese Neuerung nicht.
- Änderungen an IAS 39 „Novationen von Derivaten und Fortsetzung der Sicherungsbilanzierung“ (Zeitpunkt des Inkrafttretens: 01. Januar 2014): Diese Neuerung hatte keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss.
- Änderungen an IFRS 10, IFRS 12, IAS 27 „Investmentgesellschaften“ (Zeitpunkt des Inkrafttretens: 01. Januar 2014): Diese Neuerung hatte keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss.
- IFRS 10, IFRS 11, IFRS 12 „Übergangsvorschriften“ (Zeitpunkt des Inkrafttretens: 01. Januar 2014): Diese Neuerung hatte keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss.
- Änderungen an IAS 32 „Saldierung von Finanzinstrumenten“ (Zeitpunkt des Inkrafttretens: 01. Januar 2014): Diese Neuerung hatte keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss.
- IFRS 10 „Konzernabschlüsse“ (Zeitpunkt des Inkrafttretens: 01. Januar 2014): Diese Neuerung hatte keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss.
- IFRS 11 „Gemeinsame Vereinbarungen“ (Zeitpunkt des Inkrafttretens: 01. Januar 2014): Diese Neuerung hatte keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss.
- IFRS 12 „Angaben zu Anteilen an anderen Unternehmen“ (Zeitpunkt des Inkrafttretens: 01. Januar 2014): Diese Neuerung hatte keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss. Diese Änderung erforderte zusätzliche Anhangsangaben im Konzernabschluss.
- IAS 28 „Anteile an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen“ (Zeitpunkt des Inkrafttretens: 01. Januar 2014): Diese Neuerung hatte keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss. Diese Änderung erforderte zusätzliche Anhangsangaben im Konzernabschluss.

Neue Standards und Interpretationen bzw. Änderungen zu bestehenden Standards und Interpretationen, die für nach dem 01. Januar 2014 beginnende Geschäftsjahre anzuwenden sind:

- IFRS 9 „Finanzinstrumente“ (Veröffentlichung: 24. Juli 2014): Der neue Standard ist auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2018 beginnen; eine vorzeitige Anwendung ist zulässig. Die European Financial Advisory Group hat die Empfehlung zur Übernahme von IFRS 9 verschoben. Der Konzern ist dabei, die Auswirkungen des neuen Standards zu ermitteln.
- IFRS 15 „Erlöse aus Verträgen mit Kunden“ (Veröffentlichung 28. Mai 2014): Der neue Standard ist auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2017 beginnen; eine vorzeitige Anwendung ist zulässig. Der Konzern ist dabei, die Auswirkungen des neuen Standards zu ermitteln.

Es gibt keine weiteren IFRS Standards oder IFRIC Interpretationen, die noch nicht effektiv sind, und die wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss haben könnten.

Wesentliche Ermessensentscheidungen sowie Schätzungen und Annahmen

Bei der Anwendung der nachfolgend in [3] dargestellten Konzernbilanzierungsrichtlinien muss die Geschäftsführung in Bezug auf die Buchwerte von Vermögenswerten und Schulden, die nicht ohne Weiteres aus anderen Quellen ermittelt werden können, Sachverhalte beurteilen, Schätzungen anstellen und Annahmen treffen. Die Schätzungen und die ihnen zu Grunde liegenden Annahmen resultieren aus Vergangenheitserfahrungen sowie weiteren als relevant erachteten Faktoren, die von Natur aus ungewiss sind und Veränderungen unterliegen können. Die tatsächlichen Werte können von den Schätzungen abweichen, sodass regelmäßige Überprüfung und routinemäßige Anpassungen der zugrundeliegenden Annahmen vorzunehmen sind.

A) Ermessensentscheidungen

Bedeutende Ermessensentscheidungen sind im Zusammenhang mit der Beurteilung der Notwendigkeit einer Wertminderung von finanziellen Vermögenswerten getroffen worden. Dabei berücksichtigt ad pepper media neben der normalen Volatilität von Börsenpreisen und des Einflusses mangelnder Handelsliquidität insbesondere das Vorhandensein von objektiven Beweisen für eine Wertminderung. Als Beweise für eine Wertminderung können signifikante finanzielle Schwierigkeiten, Wahrscheinlichkeit einer Insolvenz, finanzielle Restrukturierungen und/ oder beobachtbare Daten, die einen messbaren Rückgang der geschätzten zukünftigen Kapitalflüsse anzeigen z.B. bei Zahlungsrückständen des Emittenten, sein.

Weitere Ermessensentscheidungen sind im Rahmen der Auswahl von Bewertungskategorien des IAS 39 für Wertpapiere zum Tragen gekommen.

B) Schätzungen und Annahmen

Die wichtigsten zukunftsbezogenen Annahmen sowie sonstige am Stichtag bestehende wesentliche Quellen von Schätzungsunsicherheiten, aufgrund derer ein beträchtliches Risiko besteht, dass innerhalb des nächsten Geschäftsjahres eine wesentliche Anpassung der Buchwerte von Vermögenswerten und Schulden erforderlich sein wird, werden nachstehend erläutert.

Wertminderung finanzieller Vermögenswerte

Der Konzern überprüft mindestens einmal jährlich, ob ein finanzieller Vermögenswert oder eine Gruppe von finanziellen Vermögenswerten wertgemindert ist. Die Bestimmung des beizulegenden Zeitwerts beinhaltet Schätzungen und Annahmen die mit einer gewissen Unsicherheit behaftet sind.

Abgegrenzte Schulden

Für die Bewertung der abgegrenzten Schulden für noch nicht ausbezahlte Affiliate Guthaben im Segment Web-gains werden Annahmen herangezogen, die mit Hilfe diverser Controlling und Berichterstattungs- Tools ermittelt wurden. Auf diversen Auswertungen basierend, schätzt ad pepper media die Auszahlung von Guthaben aus bestätigten Transaktionen, die länger als ein Jahr nach Programmschließung nicht abgerufen werden, als nicht wahrscheinlich ein und vermindert die abgegrenzte Schuld um diesen Betrag.

Aktive latente Steuern

Aktive latente Steuern werden für alle nicht genutzten steuerlichen Verlustvorträge in dem Maße erfasst, in dem es wahrscheinlich ist, dass hierfür zu versteuerndes Einkommen verfügbar sein wird, so dass die Verlustvorträge tatsächlich genutzt werden können. Die Ermittlung der Höhe der aktiven latenten Steuern erfordert eine Schätzung der Unternehmensleitung bezüglich der Höhe des künftig zu versteuernden Einkommens, der zukünftigen Steuerplanungsstrategien sowie des erwarteten Eintrittszeitpunktes. Für weitere Informationen verweisen wir auf die Angabe „Steuern vom Einkommen und Ertrag“.

Zusammenfassung wesentlicher Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden [3]

Fremdwährungsumrechnung

Der Konzernabschluss wird in Euro, der funktionalen und der Darstellungswährung der Gesellschaft, aufgestellt. Jedes Unternehmen innerhalb des Konzerns legt seine eigene funktionale Währung fest. Die im Abschluss des jeweiligen Unternehmens enthaltenen Posten werden unter Verwendung dieser funktionalen Währung bewertet. Fremdwährungstransaktionen werden zunächst zu dem am Tag des Geschäftsvorfalles gültigen Kassakurs in die funktionale Währung umgerechnet. Monetäre Vermögenswerte und Schulden in einer Fremdwährung werden zu jedem Stichtag unter Verwendung des Stichtagskurses in die funktionale Währung umgerechnet. Alle Währungsdifferenzen werden erfolgswirksam erfasst. Nichtmonetäre Posten, die zu historischen Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten in einer Fremdwährung bewertet wurden, werden mit dem Kurs am Tag des Geschäftsvorfalles umgerechnet. Nicht-monetäre Posten, die mit ihrem beizulegenden Zeitwert in einer Fremdwährung bewertet werden, werden mit dem Kurs umgerechnet, der zum Zeitpunkt der Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts gültig war.

Zum Bilanzstichtag werden die Vermögenswerte und Schulden der Tochterunternehmen, deren funktionale Währung nicht der Euro ist, in die Darstellungswährung der ad pepper media International N.V. (Euro) zum Stichtagskurs umgerechnet. Die Umrechnung der Erträge und Aufwendungen dieser Tochterunternehmen erfolgt zum gewichteten Durchschnittskurs des Geschäftsjahres. Die bei der Umrechnung entstehenden Umrechnungsdifferenzen werden als separater Bestandteil des Eigenkapitals erfasst. Bei Veräußerung eines ausländischen Geschäftsbetriebs wird der im Eigenkapital für diesen ausländischen Geschäftsbetrieb erfasste kumulative Betrag erfolgswirksam aufgelöst.

Die für die Währungsumrechnung zu Grunde gelegten wesentlichen Wechselkurse haben sich wie folgt entwickelt:

Fremdwährung pro EUR 1	Stichtags- kurs	Stichtags- kurs	Durch- schnittskurs	Durch- schnittskurs
	31.12.14	31.12.13	2014	2013
US Dollar	1,2141	1,3791	1,3324	1,3289
Britisches Pfund	0,7789	0,8337	0,8062	0,8472
Dänische Krone	7,4453	7,4593	7,4562	7,4577

Sachanlagen

Sachanlagen werden zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten mit Ausnahme der Kosten der laufenden Instandhaltung abzüglich kumulierter planmäßiger Abschreibungen und kumulierter Wertminderungsaufwendungen angesetzt. Nachträgliche Anschaffungs- und Herstellungskosten gehen nur dann in den Buchwert des Vermögenswertes ein bzw. werden nur dann als gesonderter Vermögenswert erfasst, wenn es wahrscheinlich ist, dass der mit dem Einzelposten verbundene künftige wirtschaftliche Nutzen dem Konzern zufließen wird und die Kosten des Postens verlässlich bewertet werden können. Den planmäßigen linearen Abschreibungen liegen die geschätzten Nutzungsdauern der Vermögenswerte zugrunde. Die geschätzten Nutzungsdauern betragen zwischen drei und zehn Jahren. Eine Sachanlage wird entweder bei Abgang ausgebucht oder dann, wenn aus der weiteren Nutzung oder Veräußerung des Vermögenswerts kein wirtschaftlicher Nutzen mehr erwartet wird. Die aus dem Abgang des Vermögenswerts resultierenden Gewinne oder Verluste werden als Differenz aus Nettoveräußerungserlösen und Buchwert des Vermögenswerts ermittelt und in der Periode, in welcher der Vermögenswert ausgebucht wird, erfolgswirksam in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Unternehmenszusammenschlüsse und Geschäfts- oder Firmenwert

Unternehmenszusammenschlüsse werden unter Anwendung der Erwerbsmethode bilanziert. Dies beinhaltet die Erfassung von identifizierbaren Vermögenswerten (einschließlich der zuvor nicht erfassten immateriellen Vermögenswerte) und Schulden (einschließlich der Eventualschulden, jedoch unbeachtlich künftiger Restrukturierung) des erworbenen Geschäftsbetriebs zum beizulegenden Zeitwert.

Geschäfts- oder Firmenwerte aus einem Unternehmenszusammenschluss werden bei erstmaligem Ansatz zu Anschaffungskosten bewertet, die sich als Überschuss der Anschaffungskosten des Unternehmenszusammenschlusses über den Anteil des Erwerbers an den beizulegenden Zeitwerten der identifizierbaren Vermögenswerte, Schulden und Eventualschulden des erworbenen Unternehmens bemessen. Nach dem erstmaligen Ansatz wird der Geschäfts- oder Firmenwert zu Anschaffungskosten abzüglich kumulierter Wertminderungsaufwendungen bewertet. Zum Zweck des Wertminderungstests wird der im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses erworbene Geschäfts- oder Firmenwert ab dem Erwerbszeitpunkt den zahlungsmittelgenerierenden Einheiten bzw. Gruppen von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten zugeordnet, die von den Synergieeffekten aus dem Unternehmenszusammenschluss profitieren.

Dies gilt unabhängig davon, ob andere Vermögenswerte oder Schulden des Erwerbers diesen zahlungsmittelgenerierenden Einheiten oder Gruppen von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten zugeordnet werden.

Eine zahlungsmittelgenerierende Einheit oder eine Gruppe von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten, der dem Geschäfts- oder Firmenwert zugeordnet wird, stellt die niedrigste Ebene innerhalb des Unternehmens dar, auf welcher der Geschäfts- oder Firmenwert für die interne Unternehmenssteuerung überwacht wird und ist nicht größer als ein Segment, das auf dem Berichtsformat des Konzerns basiert, wie es nach IFRS 8 „Geschäftssegmente“ festgelegt ist.

In den Fällen, in denen der Geschäfts- oder Firmenwert einen Teil der zahlungsmittelgenerierenden Einheit (Gruppe von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten) darstellt und ein Teil des Geschäftsbereichs dieser Einheit veräußert wird, wird der dem veräußerten Geschäftsbereich zuzurechnende Geschäfts- oder Firmenwert als Bestandteil des Buchwerts des Geschäftsbereichs bei der Ermittlung des Ergebnisses aus der Veräußerung des Geschäftsbereichs berücksichtigt. Der Wert des veräußerten Anteils des Geschäfts- oder Firmenwerts wird auf der Grundlage der relativen Werte des veräußerten Geschäftsbereichs und dem Teil der zurückbehaltenen zahlungsmittelgenerierenden Einheit ermittelt.

Beim Verkauf eines Tochterunternehmens wird die Differenz zwischen dem Verkaufspreis und dem Nettovermögen zuzüglich der kumulierten Fremdwährungsdifferenzen und des nicht amortisierten Geschäfts- oder Firmenwerts erfolgswirksam erfasst.

Immaterielle Vermögenswerte

Einzelne erworbene immaterielle Vermögenswerte werden bei der erstmaligen Erfassung zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten angesetzt. Die Anschaffungskosten von im Rahmen des Unternehmenszusammenschlusses erworbenen immateriellen Vermögenswerten entsprechen ihrem beizulegenden Zeitwert zum Erwerbszeitpunkt. Die immateriellen Vermögenswerte werden in den Folgeperioden mit ihren Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten abzüglich kumulierter Abschreibungen und kumulierter Wertminderungsaufwendungen angesetzt.

Alle immaterielle Vermögenswerte haben eine begrenzte Nutzungsdauer und werden über die wirtschaftliche Nutzungsdauer abgeschrieben, in der Regel drei bis fünf Jahre, und auf eine mögliche Wertminderung überprüft, sofern ein Anhaltspunkt dafür vorliegt, dass der immaterielle Vermögenswert wertgemindert sein könnte. Die Nutzungsdauer und die Abschreibungsmethode werden mindestens zum Ende eines jeden Geschäftsjahres überprüft. Gewinne oder Verluste aus der Ausbuchung immaterieller Vermögenswerte werden als Differenz zwischen den Nettoveräußerungserlösen und dem Buchwert des Vermögenswerts ermittelt und in der Periode, in welcher der Posten ausgebucht wird, erfolgswirksam erfasst.

Forschungs- und Entwicklungskosten

Forschungskosten werden als Aufwand in der Periode erfasst, in der sie angefallen sind. Ein immaterieller Vermögensgegenstand, der aus der Entwicklung eines einzelnen Projektes entsteht, wird nur dann aktiviert, sofern er die Ansatzkriterien des IAS 38 kumulativ erfüllt.

Während der Entwicklungsperiode wird der Vermögenswert einmal jährlich auf Werthaltigkeit überprüft. Nach dem erstmaligen Ansatz der Entwicklungskosten wird das Anschaffungskostenmodell angewandt, nach dem der Vermögenswert zu Anschaffungskosten abzüglich kumulierter Abschreibungen und kumulierter Wertminderungsaufwendungen anzusetzen ist. Die Abschreibung beginnt nach Abschluss der Entwicklung, wenn der Vermögenswert zur Nutzung zur Verfügung steht.

Wertminderung von nicht finanziellen Vermögenswerten

Der Konzern beurteilt an jedem Bilanzstichtag, ob Anhaltspunkte dafür vorliegen, dass ein nicht finanzieller Vermögenswert (z. B. Sachanlagen, immaterielle Vermögensgegenstände einschließlich Geschäfts- oder Firmenwert) wertgemindert sein könnte. Liegen solche Anhaltspunkte vor oder ist eine jährliche Überprüfung eines Vermögenswerts auf Werthaltigkeit erforderlich, nimmt der Konzern eine Schätzung des erzielbaren Betrags des jeweiligen Vermögenswerts vor. Der erzielbare Betrag eines Vermögenswerts ist der höhere der beiden Beträge aus beizulegendem Zeitwert eines Vermögenswerts oder einer zahlungsmittelgenerierenden Einheit abzüglich Veräußerungskosten und dem Nutzungswert. Der erzielbare Betrag ist für jeden einzelnen Vermögenswert zu bestimmen, es sei denn, ein Vermögenswert erzeugt keine Cash Flows, die weitestgehend unabhängig von denen anderer Vermögenswerte oder anderer Gruppen von Vermögenswerten sind. Übersteigt der Buchwert eines Vermögenswerts seinen erzielbaren Betrag, wird der Vermögenswert als wertgemindert betrachtet und auf seinen erzielbaren Betrag abgeschrieben. Zur Ermittlung des Nutzungswerts werden die erwarteten künftigen Cash Flows unter Zugrundelegung eines Abzinsungssatzes vor Steuern, der die aktuellen Markterwartungen hinsichtlich des Zinseffekts und der spezifischen Risiken des Vermögenswerts widerspiegelt, auf ihren Barwert abgezinst. Zur Bestimmung des beizulegenden Zeitwerts abzüglich der Verkaufskosten wird ein angemessenes Bewertungsmodell angewandt. Dieses stützt sich zur Ermittlung des beizulegenden Zeitwertes auf ein Discounted Cash Flow-Verfahren.

Wertminderungsaufwendungen werden in den Aufwandskategorien erfasst, die der Funktion des wertgeminderten Vermögenswerts im Unternehmen entsprechen.

Für Vermögenswerte, mit Ausnahme des Geschäfts- oder Firmenwerts, wird zu jedem Bilanzstichtag eine Überprüfung vorgenommen, ob Anhaltspunkte dafür vorliegen, dass ein zuvor erfasster Wertminderungsaufwand nicht mehr länger besteht oder sich verringert hat. Wenn ein solcher Anhaltspunkt vorliegt, nimmt der Konzern eine Schätzung des erzielbaren Betrags vor. Unabhängig davon, ob ein Anhaltspunkt für eine Wertminderung vorliegt, wird die Werthaltigkeit der Geschäfts- und Firmenwerte mindestens jährlich überprüft.

Ein zuvor erfasster Wertminderungsaufwand wird nur dann rückgängig gemacht, wenn sich seit der Erfassung des letzten Wertminderungsaufwands eine Änderung in den Schätzungen ergeben hat, die bei der Bestimmung des erzielbaren Betrags herangezogen wurden. Ist dies der Fall, so wird der Buchwert des Vermögenswerts auf seinen erzielbaren Betrag erhöht. Dieser Betrag darf jedoch nicht den Buchwert übersteigen, der sich nach Berücksichtigung der Abschreibungen ergeben würde, wenn in den früheren Jahren kein Wertminderungsaufwand für den Vermögenswert erfasst worden wäre. Eine solche Wertaufholung wird sofort im Periodenergebnis erfasst, es sei denn, der Vermögenswert wird zum Neubewertungsbetrag erfasst. In diesem Fall ist die Wertaufholung als eine Wertsteigerung durch Neubewertung zu behandeln. Ein für den Geschäfts- oder Firmenwert erfasster Wertminderungsaufwand darf bei Erhöhung des erzielbaren Betrags in den Folgejahren nicht aufgeholt werden.

Finanzinvestitionen und andere finanzielle Vermögenswerte

Finanzielle Vermögenswerte im Sinne von IAS 39 werden entweder als erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert, Kredite und Forderungen, bis zur Endfälligkeit zu haltende Finanzinvestitionen oder als zur Veräußerung verfügbare Finanzinvestitionen klassifiziert. Die finanziellen Vermögenswerte werden bei der erstmaligen Erfassung zum beizulegenden Zeitwert bewertet. Im Falle von anderen Finanzinvestitionen als solchen, die als erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet klassifiziert sind, werden darüber hinaus Transaktionskosten berücksichtigt, die direkt dem Erwerb des Vermögenswerts zuzurechnen sind.

Die Klassifizierung der finanziellen Vermögenswerte in die Bewertungskategorien erfolgt bei ihrem erstmaligen Ansatz. Umwidmungen werden, sofern diese zulässig und erforderlich sind, zum Ende des Geschäftsjahres vorgenommen.

Alle marktüblichen Käufe und Verkäufe von finanziellen Vermögenswerten werden am Erfüllungstag, d. h. am Tag, an dem der Konzern die Abrechnung des Kaufs oder Verkaufs des Vermögenswerts vornimmt, bilanziell erfasst. Marktübliche Käufe und Verkäufe sind Käufe oder Verkäufe von finanziellen Vermögenswerten, die die Lieferung der Vermögenswerte innerhalb eines durch Marktvorschriften oder -konventionen festgelegten Zeitraums vorschreiben.

Die Folgebewertung finanzieller Vermögenswerte richtet sich nach der jeweiligen IAS 39 Kategorie, der sie zugeordnet sind. Finanzinstrumente der Kategorien „erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert“ und „zur Veräußerung verfügbar“ werden mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet. Veränderungen des beizulegenden Zeitwerts, die in realisierten und unrealisierten Gewinnen und Verlusten resultieren, werden zum Zeitpunkt ihrer Entstehung erfolgswirksam erfasst, mit Ausnahme von zur Veräußerung verfügbaren Finanzanlagen, deren unrealisierte Gewinne und Verluste, sofern keine Wertminderung, bis zu ihrem Abgang im Eigenkapital ausgewiesen werden.

Bis zur Endfälligkeit zu haltende Investitionen sowie Kredite und Forderungen werden nach der erstmaligen Erfassung zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Anwendung der Effektivzinsmethode abzüglich etwaiger Wertminderung bewertet. Gewinne und Verluste werden im Periodenergebnis erfasst, wenn die Finanzinvestitionen ausgebucht oder wertgemindert sind.

Beizulegender Zeitwert

Der beizulegende Zeitwert von Finanzinvestitionen, die auf organisierten Märkten gehandelt werden, wird durch den am Bilanzstichtag notierten Marktpreis (Geldkurs) bestimmt. Der beizulegende Zeitwert von Finanzinvestitionen, für den kein aktiver Markt besteht, wird unter Anwendung von Bewertungsmethoden ermittelt. Zu den Bewertungsmethoden gehören die Verwendung der jüngsten Geschäftsvorfälle zwischen sachverständigen, vertragswilligen und unabhängigen Geschäftspartnern, der Vergleich mit dem aktuellen beizulegenden Zeitwert eines anderen, im wesentlichen identischen Finanzinstruments, die Analyse von diskontierten Cash Flows sowie die Verwendung anderer Bewertungsmodelle. Wenn der beizulegende Zeitwert eines nicht notierten Eigenkapitalinstruments nicht verlässlich bestimmt werden kann, wird es zu Anschaffungskosten bewertet.

Wertminderung von finanziellen Vermögenswerten, die mit ihren fortgeführten Anschaffungskosten bilanziert werden

Besteht ein objektiver Hinweis, dass eine Wertminderung bei mit fortgeführten Anschaffungskosten bilanzierten Krediten und Forderungen eingetreten ist, ergibt sich die Höhe des Verlusts als Differenz zwischen dem Buchwert des Vermögenswerts und dem Barwert der erwarteten künftigen Cash Flows (mit Ausnahme erwarteter künftiger, noch nicht eingetretener Kreditausfälle), abgezinst mit dem ursprünglichen Effektivzinssatz des finanziellen Vermögenswerts (d. h. dem bei erstmaligem Ansatz ermittelten Effektivzinssatz). Der Buchwert des Vermögenswerts wird unter Verwendung eines Wertberichtigungskontos reduziert. Der Wertminderungsverlust wird ergebniswirksam erfasst. Verringert sich die Höhe der Wertberichtigung in einer der folgenden Berichtsperioden und kann diese Verringerung objektiv auf einen nach der Erfassung der Wertminderung aufgetretenen Sachverhalt zurückgeführt werden, wird die früher erfasste Wertberichtigung rückgängig gemacht.

Jede spätere Umkehrung einer Wertminderung wird ergebniswirksam erfasst, soweit bis der Buchwert des Vermögenswertes nicht deren fortgeführte Anschaffungskosten zum Zeitpunkt der Wertaufholung übersteigt.

Liegen bei Forderungen aus Lieferungen und Leistungen objektive Hinweise (wie z. B. die Wahrscheinlichkeit einer Insolvenz oder signifikante finanzielle Schwierigkeiten des Schuldners) dafür vor, dass nicht alle fälligen Beträge gemäß den ursprünglich vereinbarten Rechnungskonditionen eingehen werden, wird eine Wertminderung unter Verwendung eines Wertberichtigungskontos vorgenommen. Wertminderungsbeträge werden ausgebucht, wenn sie als uneinbringlich eingestuft werden. Für Forderungen, die eine Überfälligkeit von mehr als 120 Tage aufweisen, wurde in den Geschäftsjahren 2013 und 2012 eine Wertberichtigung in Höhe von 50 Prozent, für mehr als 240 Tage von 75 Prozent und für mehr als 1 Jahr überfällige Forderungen in Höhe von 100 Prozent vorgenommen.

Wertminderung von zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten

Ist ein zur Veräußerung verfügbarer Vermögenswert in seinem Wert gemindert, wird ein im Eigenkapital erfasster Betrag in Höhe der Differenz zwischen den Anschaffungskosten (abzüglich etwaiger Tilgungen und Amortisationen) und dem aktuellen beizulegenden Zeitwert, abzüglich etwaiger, bereits früher ergebniswirksam erfasster Wertberichtigungen dieses finanziellen Vermögenswerts, in die Gewinn- und Verlustrechnung umgebucht.

Der Konzern beurteilt an jedem Bilanzstichtag detailliert, ob Anhaltspunkte dafür vorliegen, dass ein Vermögenswert wertgemindert sein könnte. Bei dieser Beurteilung zieht ad pepper media alle verfügbaren Informationen mit ein, unter anderem die normale Volatilität von Börsenpreisen, den Einfluss mangelnder Handelsliquidität, und die Dauer und Ausmaß des Wertrückgangs.

Jedoch ist ein finanzieller Vermögenswert der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“ nur dann als wertgemindert einzustufen, wenn objektive Beweise für ein Impairment bestehen, weil mindestens ein Ereignis nach dem erstmaligen Bilanzansatz eingetreten ist und dieses Ereignis Einfluss auf die geschätzten zukünftigen Kapitalflüsse aus diesem Finanzinstrument haben. Als Beweise für ein Impairment können angesehen werden, wenn sich der Emittent oder Schuldner in signifikanten finanziellen Schwierigkeiten befindet, Zahlungen von Zinsen oder Ursprungskapital ausbleiben oder ausfallen, eine Insolvenz wahrscheinlich eintritt, finanzielle Restrukturierungen vorgenommen werden oder wo beobachtbare Daten einen messbaren Rückgang der geschätzten zukünftigen Kapitalflüsse anzeigen, z. B. bei Zahlungsrückständen.

Ein Impairment wird als angemessen angesehen, wenn begründete Zweifel an der Kreditwürdigkeit des Emittenten bestehen.

Eigene Anteile

Erwirbt der Konzern eigene Anteile, so werden diese vom Eigenkapital abgezogen. Der Kauf, Verkauf, die Ausgabe oder Einziehung von eigenen Anteilen wird nicht erfolgswirksam erfasst.

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen in der Bilanz umfassen den Kassenbestand, Bankguthaben und kurzfristige Einlagen mit Restlaufzeit – gerechnet vom Erwerbszeitpunkt – von weniger als drei Monaten. Hierunter fallen auch Anteile an Geldmarktfonds, deren fortgeführte Anschaffungskosten den Marktwerten entsprechen. Der Finanzmittelfond in der Konzern-Kapitalflussrechnung wird entsprechend der obigen Definition abgegrenzt.

Verzinsliche Darlehen

Darlehen werden bei der erstmaligen Erfassung mit dem beizulegenden Zeitwert der erhaltenen Gegenleistung abzüglich der mit der Kreditaufnahme verbundenen Transaktionskosten bewertet. Nach der erstmaligen Erfassung werden die verzinslichen Darlehen unter Anwendung der Effektivzinsmethode zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet. Gewinne und Verluste werden erfolgswirksam erfasst, wenn die Schulden ausgebucht werden, sowie im Rahmen von Amortisationen.

Sonstige Rückstellungen und abgegrenzte Schulden

Eine Rückstellung wird dann angesetzt, wenn der Konzern eine gegenwärtige (gesetzliche oder faktische) Verpflichtung aufgrund eines vergangenen Ereignisses besitzt, der Abfluss von Ressourcen mit wirtschaftlichem Nutzen zur Erfüllung der Verpflichtung wahrscheinlich und eine verlässliche Schätzung der Höhe der Verpflichtung möglich ist, wobei die Fälligkeit oder die Höhen noch ungewiss sind. Ist der aus der Diskontierung langfristiger Rückstellungen resultierende Zinseffekt wesentlich, werden diese zu einem Zinssatz vor Steuern abgezinst, der, sofern im Einzelfall erforderlich, die für die Schuld spezifischen Risiken widerspiegelt. Im Falle einer Abzinsung wird die durch Zeitablauf bedingte Erhöhung der Rückstellungen als Finanzaufwendungen erfasst.

Abgegrenzte Schulden sind Schulden zur Zahlung von erhaltenen oder gelieferten Gütern oder Dienstleistungen, die weder bezahlt, noch vom Lieferanten in Rechnung gestellt worden sind. Auch wenn zur Bestimmung der Höhe oder des zeitlichen Eintretens der abgegrenzten Schulden gelegentlich Schätzungen erforderlich sind, ist die Unsicherheit im Allgemeinen deutlich geringer als bei Rückstellungen. Abgegrenzte Schulden werden als Teil der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen ausgewiesen.

Finanzielle Verbindlichkeiten

ad pepper media bewertet die finanziellen Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten. Eine Ausbuchung erfolgt, wenn die Verpflichtung eingelöst oder storniert wird.

Aktienbasierte Vergütung

Als Entlohnung für die geleistete Arbeit erhalten die Mitarbeiter des Konzerns (einschließlich der Führungskräfte) eine aktienbasierte Vergütung in Form von Eigenkapitalinstrumenten (sog. Transaktion mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente) iSd. IFRS 2. Die Kosten aus der Gewährung der Eigenkapitalinstrumente werden mit dem beizulegenden Zeitwert dieser Eigenkapitalinstrumente zum Zeitpunkt ihrer Gewährung bemessen. Der beizulegende Zeitwert wird durch einen externen Sachverständigen unter Anwendung eines geeigneten Optionspreismodells ermittelt (siehe Anhangsangabe [39]). Die Erfassung der aus der Gewährung der Eigenkapitalinstrumente resultierenden Aufwendungen (sog. Vergütungsaufwand) und die korrespondierende Erhöhung des Eigenkapitals erfolgt über den Zeitraum, in dem die Ausübungs- bzw. Leistungsbedingungen erfüllt werden müssen (sog. Erdienungszeitraum). Die an jedem Bilanzstichtag bis zum Zeitpunkt der ersten Ausübungsmöglichkeit ausgewiesenen kumulierten Aufwendungen aus der Gewährung der Eigenkapitalinstrumente reflektieren den bereits abgelaufenen Teil des Erdienungszeitraums sowie die Anzahl der Eigenkapitalinstrumente, die nach bestmöglicher Schätzung des Konzerns mit Ablauf des Erdienungszeitraums tatsächlich ausübbar werden. Der verwässernde Effekt der ausstehenden Aktienoptionen wird bei der Berechnung der Ergebnisse je Aktie als zusätzliche Verwässerung berücksichtigt (siehe Anhangsangabe [15]).

Leasingverhältnisse

Die Feststellung, ob eine Vereinbarung ein Leasingverhältnis enthält, wird auf Basis des wirtschaftlichen Gehalts der Vereinbarung zum Zeitpunkt des Abschlusses der Vereinbarung getroffen und erfordert eine Einschätzung, ob die Erfüllung der vertraglichen Vereinbarung von der Nutzung eines bestimmten Vermögenswerts oder bestimmter Vermögenswerte abhängig ist und ob die Vereinbarung ein Recht auf die Nutzung des Vermögenswerts einräumt. Es bestehen ausschließlich operative Leasingverhältnisse. Zahlungen für diese werden linear über die Laufzeit des Leasingverhältnisses als Aufwand in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Umsatzrealisierung

Erträge werden erfasst, wenn es wahrscheinlich ist, dass der wirtschaftliche Nutzen dem Konzern zufließen wird und die Höhe der Erträge verlässlich bestimmt werden kann. Erträge sind zum beizulegenden Zeitwert der erhaltenen Gegenleistung zu bemessen. Skonti, Rabatte sowie Umsatzsteuer oder andere Abgaben bleiben unberücksichtigt.

Erbringung von Dienstleistungen

Der Konzern erzielt seine Umsatzerlöse im Wesentlichen durch die Vermarktung von Werbeflächen im Internet. Die Werbekunden buchen über den Konzern Einheiten (Ad Impressions, Ad Clicks, Registrierungen, Mailversendungen, Transaktionen), die über einen vom Kunden zu bestimmenden Zeitraum geliefert werden.

In den Fällen, in denen eine Kampagne vor dem Bilanzstichtag beginnt und darüber hinaus andauert, erfolgt die Abgrenzung der Umsatzerlöse proportional zum Fertigstellungsgrad des Geschäfts zum Bilanzstichtag und die bislang angefallenen Kosten und die Kosten bis zur Fertigstellung verlässlich ermittelt werden können.

Zinserträge

Zinserträge werden unter Verwendung der Effektivzinsmethode zum Zeitpunkt ihrer Entstehung erfasst.

Tatsächliche Ertragssteuern

Laufende Steuern werden auf Basis der Jahresgeschäftsergebnisse und unter Zugrundelegung der am Bilanzstichtag geltenden nationalen Steuersätze und Steuergesetz der jeweiligen Steuerjurisdikationen, in denen der Konzern tätig ist, berechnet. Tatsächliche Steuern, die sich auf Posten beziehen, die direkt im Eigenkapital erfasst werden, werden nicht in der Gewinn- und Verlustrechnung, sondern entsprechend im Eigenkapital berücksichtigt.

Latente Steuern

Die Bildung latenter Steuern erfolgt unter Anwendung der Verbindlichkeitsmethode auf zum Bilanzstichtag bestehende temporäre Differenzen zwischen dem Wertansatz eines Vermögenswerts bzw. einer Schuld in der Bilanz und dem steuerlichen Wertansatz. Latente Steuerschulden werden für alle zu versteuernden und abzugsfähigen temporären Differenzen erfasst, mit Ausnahme einer latenten Steuerschuld für Geschäfts- oder Firmenwert, für die eine Erfassung nicht zulässig ist. Latente Steueransprüche werden für alle abzugsfähigen temporären Unterschiede, noch nicht genutzten steuerlichen Verlustvorträge und nicht genutzten Steuergutschriften in dem Maße erfasst, in dem es wahrscheinlich ist, dass zu versteuerndes Einkommen verfügbar sein wird, gegen das die abzugsfähigen temporären Differenzen und die noch nicht genutzten steuerlichen Verlustvorträge und Steuergutschriften verwendet werden können. Der Buchwert der latenten Steueransprüche wird an jedem Bilanzstichtag überprüft und in dem Umfang reduziert, in dem es nicht mehr wahrscheinlich ist, dass ein ausreichendes zu versteuerndes Ergebnis zur Verfügung stehen wird, gegen das der latente Steueranspruch zumindest teilweise verwendet werden kann. Nicht angesetzte latente Steueransprüche werden an jedem Bilanzstichtag überprüft und in dem Umfang angesetzt, in dem es wahrscheinlich geworden ist, dass ein künftig zu versteuerndes Ergebnis die Realisierung des latenten Steueranspruchs ermöglicht. Latente Steueransprüche und -schulden werden anhand der Steuersätze bemessen, deren Gültigkeit für die Periode, in der ein Vermögenswert realisiert wird oder eine Schuld erfüllt wird, erwartet wird. Dabei werden die Steuersätze (und Steuergesetze) zugrunde gelegt, die zum Bilanzstichtag gültig oder angekündigt sind. Latente Steuern, die sich auf Posten beziehen, die direkt im Eigenkapital erfasst werden, werden nicht in der Gewinn- und Verlustrechnung, sondern im Eigenkapital erfasst. Latente Steueransprüche und latente Steuerschulden werden miteinander verrechnet, wenn der Konzern einen einklagbaren Anspruch zur Aufrechnung der tatsächlichen Steuererstattungsansprüche gegen tatsächliche Steuerschulden hat und diese sich auf Ertragsteuern des gleichen Steuersubjekts beziehen, die von der gleichen Steuerbehörde erhoben werden.

Unternehmenszusammenschlüsse [4]

Im Geschäftsjahr 2014 sind ebenso wie im Geschäftsjahr 2013 keine Unternehmenszusammenschlüsse eingetreten.

Segmentberichterstattung [5]

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

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

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

Geschäftsjahr 2014	ad pepper media	Web-gains	ad agents	Admin	Konsolidierung	Konzern
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Gesamtumsatz	9.181	30.722	7.417	292	-332	47.281
davon Umsatz mit Drittkunden	9.150	30.713	7.417	0	0	47.281
davon Intersegmentumsätze	31	9	0	292	-332	0
Aufwendungen und sonstige Erträge	-11.565	-30.693	-7.322	-1.931	292	-51.220
davon Abschreibungen	-21	-73	-60	-58	0	-211
davon andere nicht zahlungswirksame Aufwendungen	-105	-433	-4	-99	0	-641
davon andere nicht zahlungswirksame Erträge	0	280	0	0	0	280
EBITDA	-2.364	102	155	-1.581	-40	-3.729
EBIT	-2.385	29	95	-1.639	-40	-3.940
Finanzertrag	3	9	0	393	-15	390
Finanzaufwand	-10	-5	2	-1.677*	15	-1.675
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag						-110
Periodenergebnis						-5.335

Umsätze des ad pepper media Segments enthalten im Vorjahreszeitraum Anteile von zwischenzeitlich veräußerten und/oder eingestellten Aktivitäten (Emediate ApS, Crystal Semantics Ltd, ad pepper media BeNeLux B.V.).

Geschäftsjahr 2013	ad pepper media	Web-gains	ad agents	Admin	Konsolidierung	Konzern
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Gesamtumsatz	17.185	25.513	6.985	620	-676	49.627
davon Umsatz mit Drittkunden	17.145	25.498	6.984	0	0	49.627
davon Intersegmentumsätze	40	15	1	620	-676	0
Aufwendungen und sonstige Erträge	-18.653	-25.352	-6.530	4.978**	620	-44.937
davon Abschreibungen	-110	-51	-62	-51	0	-274
davon andere nicht zahlungswirksame Aufwendungen	-140	-293	1	-58	-43	-533
EBITDA	-1.358	212	517	5.649	-56	4.964
EBIT	-1.468	161	455	5.598	-56	4.690
Finanzertrag	12	2	1	697	-19	693
Finanzaufwand	-13	-6	0	-90	19	-90
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag						-196
Periodenergebnis						5.097

* davon Wertminderungsaufwand TEUR 1.594. Für weitere Informationen verweisen wir auf die Angaben [20a] und [13]

** davon Gewinn aus der Veräußerung von Tochterunternehmen und sonstigen Beteiligungen TEUR 8.653

Geografische Informationen

Der Konzern ist im Wesentlichen in vier geografischen Regionen tätig - Deutschland, Skandinavien, Spanien und Vereinigtes Königreich. Das operative Geschäft in den Niederlanden wurde per 30. Juni 2013 eingestellt. Die für die Vorjahresperiode ausgewiesenen Umsätze der Region „Skandinavien“ umfassen im Wesentlichen das per 01. November 2013 veräußerte operative Geschäft der Emediate ApS.

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 keine Finanzinstrumente beinhalten:

	Umsatz mit Drittkunden		Langfristige Vermögenswerte	
	Geschäftsjahr 2014 TEUR	Geschäftsjahr 2013 TEUR	31.12.2014 TEUR	31.12.2013 TEUR
Niederlande	0	322	0	0
Deutschland	14.403	14.067	453	376
Skandinavien	2.228	8.211	2	2
Vereinigtes Königreich	23.786	20.808	157	124
Spanien	3.007	2.742	2	2
Sonstige	3.858	3.478	12	2
Summe	47.281	49.627	626	506

Es gibt keinen einzelnen Kunden, der mehr als 10 Prozent der Einnahmen beiträgt.

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung [6]

Der Umsatz von ad pepper media resultiert aus Online-Marketing Dienstleistungen wie z. B. Display, Affiliate-Marketing und SEM/SEO. Die Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Umsatzkostenverfahren aufgebaut, bei der die Zuordnung der Aufwendungen nach Funktionsbereichen erfolgt. In den einzelnen Bereichen sind unter anderem Personalaufwendungen von TEUR 14.737 (2013: TEUR 18.148) und planmäßige Abschreibungen von TEUR 211 (2013: TEUR 274) enthalten. Abschreibungen von immateriellen Vermögenswerten sind in den Vertriebsaufwendungen in Höhe von TEUR 18 (2013: TEUR 3), in den Verwaltungsaufwendungen in Höhe von TEUR 19 (2013: TEUR 10) und in den anderen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von TEUR 34 (2013: TEUR 0) enthalten.

Die Personalaufwendungen beinhalten TEUR 568 (2013: TEUR 690), die als Arbeitgeberbeiträge zu beitragsorientierten Plänen anzugeben sind.

Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen [7]

Die Herstellungskosten des Umsatzes bestehen in Höhe von TEUR 30.787 (2013: TEUR 28.578) aus Aufwendungen für Werbeflächen im Internet sowie den Aufwendungen für die eingesetzte Ad Servertechnologie, einschließlich dazu gehöriger Personalkosten in Höhe von TEUR 350 (2013: TEUR 348).

Vertriebskosten [8]

Hierunter fallen alle Aufwendungen, die im Zusammenhang mit der Kunden- und Auftragsakquisition stehen. Darin enthalten sind die folgenden Aufwandsarten:

	2014 TEUR	2013 TEUR
Personalaufwendungen	10.552	12.130
Standortkosten (Mieten, Abschreibungen)	123	164
Kosten für Werbemaßnahmen	298	328
Beratungsdienstleistungen	525	753
Allgemeinen Betriebskosten (Kommunikation, Reisen, sonstige Leistungen)	1.060	1.564
Sonstige	45	51
Gesamt	12.603	14.990

Allgemeine Verwaltungskosten [9]

Die allgemeinen Verwaltungskosten enthalten die folgenden Aufwandsarten:

	2014 TEUR	2013 TEUR
Personalaufwendungen	3.835	5.670
Standortkosten (Mieten, Abschreibungen)	1.642	1.444
Beratungsdienstleistungen	1.026	1.494
Allgemeinen Betriebskosten (Kommunikation, Reisen, sonstige Leistungen)	1.089	1.326
Sonstige	52	54
Gesamt	7.644	9.988

Sonstige betriebliche Erträge [10]

Die sonstigen betrieblichen Erträge setzen sich wie folgt zusammen:

	2014	2013
	TEUR	TEUR
Währungskursgewinne	558	471
Gewinne aus der Veräußerung von immateriellen Vermögensgegenständen (Kundenverträge), die nicht aktiviert wurden	400	0
Einmaliger Ertrag aus der Änderung von Bewertungsmethoden (2013)	0	357
Erträge aus der Auflösung abgegrenzter Schulden	279	201
Sonstige	413	600
Gesamt	1.650	1.629

Im Geschäftsjahr veräußerte ad pepper media alle Kundenverträge ihres Vermarktungsgeschäfts an einen fremden Dritten. Diese immateriellen Vermögensgegenstände waren nicht aktiviert, sodass der Erlös von TEUR 400 als „Gewinn aus der Veräußerung von immateriellen Vermögensgegenständen“ erfasst wurde.

Sonstige betriebliche Aufwendungen [11]

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen setzen sich wie folgt zusammen:

	2014	2013
	TEUR	TEUR
Währungskursverluste	584	937
Abschreibungen aus Forderungen	368	269
Sonstige	522	109
Gesamt	1.474	1.315

Die Position „sonstige“ enthält im Wesentlichen Aufwendungen in Zusammenhang mit vertraglichen Verpflichtungen.

Gewinn aus der Veräußerung von Anteilen an Tochterunternehmen und von sonstigen Beteiligungen [12]**Verkauf von Anteilen an Tochterunternehmen**

Im Geschäftsjahr 2014 veräußerte ad pepper media keine Tochterunternehmen und verzeichnete somit keine Gewinne aus der Veräußerung von Tochterunternehmen (2013: TEUR 8.195).

	2014	2013
	TEUR	TEUR
Verkauf von Anteilen an Tochterunternehmen		
Verkaufte Vermögensgegenstände und Schulden		
Sachanlagen	0	144
Liquide Mittel	0	392
Sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände	0	2.064
Kurzfristige Verbindlichkeiten	0	-1.409
Gesamtnettovermögen	0	1.191
Verkaufspreis	0	9.386
Gewinn aus der Veräußerung	0	8.195

Die Veräußerung des 35 prozentigen Minderheitenanteils an dem vollkonsolidierten Tochterunternehmen ad pepper media Spain S.A. wurde als Eigenkapitaltransaktion erfasst. Es ergab sich kein wesentlicher Unterschiedsbetrag zwischen dem Preis des verkauften Anteils und dem Buchwert des anteiligen Nettovermögens zum Abgangszeitpunkt.

Verkauf von Anteilen an sonstigen Beteiligungen

Im Geschäftsjahr 2014 veräußerte ad pepper media keine sonstigen Beteiligungen. Der im Vorjahr realisierte Gewinn von TEUR 457 stammt aus dem Verkauf von React2Media LLC. (TEUR 98), Socialtzye LLC. (TEUR 100) und Videovalis GmbH (TEUR 259).

Finanzergebnis [13]

Das Finanzergebnis setzt sich wie folgt zusammen:

	2014	2013
	TEUR	TEUR
Zinserträge	235	286
Realisierte Kursgewinne aus der Veräußerung von Wertpapieren	155	293
Unrealisierte Gewinne aus Finanzinstrumenten, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden	0	114
Finanzerträge	390	693
Wertminderungen	-1.594	0
Unrealisierte Verluste aus Finanzinstrumenten, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden	-62	0
Sonstige Finanzaufwendungen	-19	-90
Finanzaufwendungen	-1.675	-90
Finanzergebnis	-1.285	603

Die Wertminderung in Höhe von TEUR 1.594 zeigt die im Geschäftsjahr vorgenommene Wertberichtigung von zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen in Eigenkapitalinstrumente der Brand Affinity Technologies Inc. sowie der Veritone Inc. Für weitere Erläuterungen verweisen wir auf die Anhangsangabe [20a].

Für eine Aufteilung der Zinserträge entsprechend der Kategorien von Finanzinstrumenten verweisen wir auf die Anhangsangabe [42].

Steuern vom Einkommen und vom Ertrag [14]

	2014	2013
	TEUR	TEUR
Tatsächlicher Ertragsteueraufwand	-5	-235
Latenter Ertragsteuerertrag/-aufwand	-105	39
Gesamt	-110	-196

Die ausgewiesenen laufenden Ertragssteuern betreffen die in einzelnen Landesgesellschaften gezahlten bzw. zurückgestellten Steuern vom Einkommen und vom Ertrag. Für die Berechnung der latenten Steuern wurden die landesspezifischen Steuersätze zu Grunde gelegt.

Auf Basis der vorhandenen Verlustvorträge in Höhe von TEUR 42.989 (2013: TEUR 42.608) wurden aktive latente Steuern von TEUR 13.024 (2013: TEUR 13.080) ermittelt.

Latente Steuererstattungsansprüche auf steuerliche Verlustvorträge werden in dem Ausmaß bilanziert wie es wahrscheinlich ist, dass sie mit versteuernden Gewinnen innerhalb einer vorhersehbaren Planungsperiode verrechnet werden können. Daher wurden auf steuerliche Verlustvorträge TEUR 0 (2013: TEUR 0) an latenten Steuererstattungsansprüchen gebildet. Die Mehrheit der Verlustvorträge kann unbefristet vorgetragen werden.

Neben den Verlustvorträgen ergeben sich nachfolgend dargestellte wesentliche Steuerlatenzen aus temporären Buchungsunterschieden:

Passive latente Steuern	2014	2013
	TEUR	TEUR
Beteiligungen	0	26
Wertpapiere	97	200
Summe	97	226

Aktive latente Steuern	2014	2013
	TEUR	TEUR
Sonstige	78	261
Wertpapiere	19	0
Summe	97	261

Die Höhe der erfolgswirksam erfassten Veränderung von passiven latenten Steuern aus temporären Buchungsunterschieden beträgt TEUR 17 (2013: TEUR -35). Die Veränderung der aktiven latenten Steuern aus temporären Buchungsunterschieden wird erfolgswirksam erfasst. Latente Steueransprüche und latente Steuerschulden werden miteinander verrechnet, wenn der Konzern einen einklagbaren Anspruch zur Aufrechnung der tatsächlichen Steuererstattungsansprüche gegen tatsächliche Steuerschulden hat und diese sich auf Ertragsteuern desselben Steuersubjekts beziehen, die von derselben Steuerbehörde erhoben werden. Daraus ergibt sich für das Berichtsjahr ein Bilanzansatz von aktiven latenten Steuern in Höhe von TEUR 0 (2013: TEUR 35) und passive latente Steuerschulden von TEUR 0 (2013: TEUR 0). Sowohl aktive latente Steuern als auch passive latente Steuerschulden sind langfristiger Natur.

Aktive latente Steuern auf Verlustvorträge werden in Höhe von 0 TEUR (2013: TEUR 0) für Ländergesellschaften mit Verlusthistorie angesetzt. Zum 31. Dezember 2014 waren keine passiven latenten Steuern (2013: TEUR 0) für Steuern auf nicht abgeführte Gewinne von Tochterunternehmen erfasst. Würden für diese zeitlichen Unterschiede latente Steuern angesetzt, wäre für die Berechnung nur der jeweils anzuwendende Quellensteuersatz, gegebenenfalls unter Berücksichtigung der deutschen Besteuerung von 5 Prozent der ausgeschütteten Dividenden, heranzuziehen. Die Ermittlung dieser nicht berücksichtigten passiven Steuerlatenzen wäre mit einem unverhältnismäßig hohen Aufwand verbunden.

Der steuerliche Sitz der ad pepper media International N.V. liegt in Deutschland. Die Überleitung der Steuern vom Einkommen und Ertrag auf eine erwartete Steuerbelastung bei Anwendung des deutschen kombinierten Körperschaft- und Gewerbeertragssteuersatzes von 31,47 Prozent (2013: 31,47 Prozent) stellt sich wie folgt dar:

	2014	2013
	TEUR	TEUR
Erwarteter Steueraufwand	1.644	-1.622
Besteuerungsunterschied Ausland	-71	-49
Besteuerungsunterschied Ausland am Gewinn	15	0
Effekt aus steuerfreien Erträgen	-1.271	2.390
Periodenfremder Steueraufwand	0	0
Latenter Steueraufwand wegen der Änderung von Steuersätzen	-36	0
Abwertung latenter Steueransprüche	56	-857
Abwertung latenter Steueransprüche aus Wertpapierbewertung	-94	0
Nicht abzugsfähige Aufwendungen für Aktienoptionen	-31	-16
Steuerlich nicht abzugsfähige Aufwendungen und sonstige	-322	-42
Ausgewiesener Steueraufwand	-110	-196

Der Rückgang der Abwertung latenter Steueransprüche beinhaltet TEUR -48 (2013: TEUR 73) an latenten Steueransprüchen aus Vorjahren.

Ergebnis je Aktie [15]

Bei der Berechnung des unverwässerten Ergebnisses je Aktie wird das den Inhabern von Stammaktien des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis durch die gewichtete durchschnittliche Anzahl von Stammaktien, die sich während des Jahres im Umlauf befinden, geteilt.

Bei der Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie wird das den Inhabern von Stammaktien des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis durch die gewichtete durchschnittliche Anzahl von Stammaktien, die sich während des Jahres im Umlauf befinden, zuzüglich der gewichteten durchschnittlichen Anzahl der Stammaktien, welche sich aus der Umwandlung aller potenziellen Stammaktien mit Verwässerungseffekt in Stammaktien ergeben würden, geteilt.

Die folgende Tabelle zeigt die Berechnung des Nettoergebnisses je Aktie:

	2014	2013
	TEUR	TEUR
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Periodenergebnis	-5.432	4.968
Ausgegebene Aktien zu Periodenbeginn in Stück	21.240.708	21.240.708
Ausgegebene Aktien zum Periodenende in Stück	21.240.708	21.240.708
Gewichteter Bestand ausgegebener Aktien (unverwässert) in Stück	21.240.708	21.240.708
Ergebnis je Aktie (unverwässert) in EUR	-0,26	0,23
Gewichteter Bestand ausgegebener Aktien (verwässert) in Stück	21.492.534	21.371.302
Ergebnis je Aktie (verwässert) in EUR	-0,26	0,23

Die Ermittlung des gewichteten Bestandes der ausgegebenen Aktien in 2014 erfolgte auf Tagesbasis. Ein Verwässerungseffekt von durchschnittlich 251.826 Aktien war in 2014 hinsichtlich der gewährten Optionen zu verzeichnen (2013: 130.594 Aktien). An der Frankfurter Wertpapierbörse wurden keine neuen Aktien zum Handel zugelassen (2013: 0 Aktien). Die Gesellschaft hat in 2014 kein Aktienrückkaufprogramm durchgeführt. Daher wurden keine Aktien (2013: 0 Aktien) erworben.

Insgesamt wurden 0 eigene Aktien (2013: 0 Aktien) im Zusammenhang mit der Ausübung von Optionen aus Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen veräußert.

Die Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie erfolgt auf der Basis der gewichteten Durchschnittszahl der im Umlauf befindlichen Stammaktien unter Berücksichtigung des Verwässerungseffekts durch künftig gemäß bestimmten Vereinbarungen wie z. B. Optionsplänen zu emittierenden Aktien. Das Unternehmen weist keinen Unterschied zwischen dem unverwässerten und verwässerten Nettoverlust je Aktie aus, da die Auswirkungen der genannten Vereinbarungen in der Berichtsperiode einer Verwässerung entgegenwirken.

LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE**Firmenwerte [16]**

Firmenwerte werden auf Ebene der berichtspflichtigen operativen Segmente überwacht. Die Firmenwerte wurden gemäß den Bestimmungen der IAS 36 jährlich im vierten Quartal auf der Grundlage zukünftiger Cash Flows auf ihre Werthaltigkeit überprüft. Der erzielbare Betrag jeder zahlungsmittelgenerierenden Einheit („ZGE“), die mit den operativen Segmenten im Sinne des IFRS 8 identisch sind, wurde auf Basis der Berechnung eines beizulegenden Zeitwerts nach Abzug von Veräußerungskosten unter Verwendungen von Cash Flow-Prognosen ermittelt, die auf Finanzplänen für die nächsten fünf Geschäftsjahre beruhen. Für die einzelnen operativen Segmente wurde individuelles Wachstum für den Fünf-Jahres-Prognosezeitraum budgetiert. Der für die Cash Flow-Prognose verwendete Abzinsungssatz, der als durchschnittliche gewichtete Kapitalkosten ermittelt wurde, beträgt 5,48 Prozent (2013: 6,64 Prozent). Cash Flows nach dem fünfjährigen Prognosezeitraum wurden ohne Verwendung einer stetigen Wachstumsrate berechnet, da eine langfristige, durchschnittliche Wachstumsrate derzeit nicht verlässlich kalkulierbar ist. Damit beträgt die Höhe der bilanzierten Firmenwerte zum Ende des Geschäftsjahres TEUR 24 (2013: TEUR 24). Die Anschaffungskosten von Firmenwerten betragen EUR 22,4 Mio. (2013: EUR 22,4 Mio.), wogegen sich die kumulierten Wertberichtigungen auf EUR 22,4 Mio. (2013: EUR 22,4 Mio.) belaufen. Per 31. Dezember 2014 ist der Firmenwert vollständig der ZGE ad agents zugeordnet. Die zu Grunde gelegten Annahmen stellten sich folgendermaßen dar:

ZGE 2014	Firmenwert	Zinssatz in	Wach-
	in	Prozent	tums-
	TEUR		rate in
			Prozent
ad agents	24	5,48	9,2

ZGE 2013	Firmenwert	Zinssatz in	Wach-
	in	Prozent	tums-
	TEUR		rate in
			Prozent
ad agents	24	6,64	15,7

Dies resultierte in keinem Wertberichtigungsbedarf (2013: TEUR 0).

Die Unternehmensleitung ist der Auffassung, dass keine nach vernünftigem Ermessen grundsätzlich mögliche Änderung einer der zur Bestimmung des erzielbaren Betrages der ZGE ad agents getroffenen Grundannahmen dazu führen könnte, dass der Buchwert dieser ZGE ihren erzielbaren Betrag wesentlich übersteigt.

Immaterielle Vermögenswerte [17]**Software**

Im Geschäftsjahr 2014 wurde wie im Vorjahr keine zur Eigennutzung selbst geschaffene Software entwickelt und aktiviert. Aufwendungen bezogen sich auf die Wartung. Die Abschreibungen und Wertberichtigungen auf zur Eigennutzung selbst geschaffener Software belaufen sich auf TEUR 0 (2013: TEUR 0), der Buchwert zum 31. Dezember 2014 beträgt TEUR 0 inklusive Wechselkursdifferenzen (2013: TEUR 0).

Zugänge betreffen im Wesentlichen das Upgrade der Buchhaltungssoftware auf Dynax 2012 in Höhe von TEUR 103.

Software wird über eine drei- bis fünfjährige Nutzungsdauer abgeschrieben.

Entwicklung von immaterielle Vermögenswerten und Sachanlagen [18]

Geschäftsjahr 2014	Anschaffungs- und Herstellungskosten					
	01. Januar 2014	Zugänge	Abgänge	Abgänge im Zuge von Unternehmensverkäufen	Währungsdifferenzen	31. Dezember 2014
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Firmenwert	24	0	0	0	0	24
Immaterielle Vermögenswerte						
Software	1.728	196	24	0	4	1.904
Markenrechte und Kundenstamm	735	6	0	0	7	748
Summe	2.463	202	24	0	11	2.652
Sachanlagen						
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	1.583	132	239	0	21	1.497
Summe	4.070	334	263	0	32	4.173

Geschäftsjahr 2013	Anschaffungs- und Herstellungskosten					
	01. Januar 2013	Zugänge	Abgänge	Abgänge im Zuge von Unternehmensverkäufen	Währungsdifferenzen	31. Dezember 2013
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Firmenwert	24	0	0	0	0	24
Immaterielle Vermögenswerte						
Software	1.646	139	5	50	-2	1.728
Markenrechte und Kundenstamm	637	98	0	0	0	735
Summe	2.283	237	5	50	-2	2.463
Sachanlagen						
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	2.104	173	112	565	-17	1.583
Summe	4.411	410	117	615	-19	4.070

01. Januar 2014	Kumulierte Abschreibungen					Buchwerte	
	Abschreibungen	Abgänge	Abgänge im Zuge von Unternehmensverkäufen	Währungsdifferenzen	31. Dezember 2014	31. Dezember 2014	31. Dezember 2013
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
0	0	0	0	0	0	24	24
1.543	37	23	0	2	1.559	345	185
659	34	0	0	2	695	53	76
2.202	71	23	0	4	2.254	398	261
1.362	140	229	0	20	1.293	204	221
3.564	211	252	0	24	3.547	626	506

01. Januar 2013	Kumulierte Abschreibungen					Buchwerte	
	Abschreibungen	Abgänge	Abgänge im Zuge von Unternehmensverkäufen	Währungsdifferenzen	31. Dezember 2013	31. Dezember 2013	31. Dezember 2012
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
0	0	0	0	0	0	24	24
1.585	13	5	49	-1	1.543	185	61
636	23	0	0	0	659	76	1
2.221	36	5	49	-1	2.202	261	62
1.669	238	109	422	-14	1.362	221	435
3.890	274	114	471	-15	3.564	506	521

Wertpapiere des Anlagevermögens [19]

Die Wertpapiere des Anlagevermögens per 31. Dezember 2014 enthalten sowohl Wertpapiere, die zur Veräußerung verfügbar sind als auch Wertpapiere die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden und umfassen Wertpapiere mit einer Restlaufzeit von über einem Jahr, für die eine Veräußerung innerhalb eines Jahres nicht vorgesehen ist.

Zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere

	2014	2013
	TEUR	TEUR
Buchwert 01.01.	5.326	3.162
Realisierte Gewinne	155	112
darin: Umgliederung von unrealisierten Gewinnen aus der Gesamtergebnisrechnung in den Gewinn oder Verlust	-39	0
Unrealisierte Gewinne/Verluste	-15	969
Verkauf	-6.634	-2.789
Kauf	3.593	3.872
Buchwert 31.12.	2.386	5.326

Die Fälligkeitsstruktur der Wertpapiere der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“ stellt sich zum Bilanzstichtag wie folgt dar:

	31.12.14	31.12.13
	TEUR	TEUR
Fällig innerhalb eines Jahres	1.776**	5.326*
Fällig nach einem bis fünf Jahren	610	0
Fällig nach mehr als fünf Jahren	0	0
Gesamt	2.386	5.326

* der Betrag bezieht sich auf zwei unbefristete Anleihen, die jährlich kündbar sind.
** der Betrag bezieht sich auf eine unbefristete Anleihe, die jährlich kündbar ist.

Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Wertpapiere

	2014	2013
	TEUR	TEUR
Buchwert 01.01.	3.490	0
Realisierte Gewinne	0	260
Unrealisierte Gewinne/Verluste	-62	114
Verkauf	-3.490	-12.653
Kauf	3.386	15.769
Buchwert 31.12.	3.324	3.490

IAS 39.AG33A besagt, dass für den Fall, dass ein Unternehmen Vertragspartei eines hybriden (kombinierten) Finanzinstrumentes wird, welches ein oder mehrere eingebettete Derivate enthält, Absatz 11 vom Unternehmen verlangt, solche eingebetteten Derivate zu identifizieren, zu beurteilen, ob solche vom Hauptvertrag abgetrennt werden müssen und für die Derivate, die abgetrennt werden müssen, deren beizulegenden Zeitwert beim erstmaligen Ansatz und in der Folge zu bestimmen. Diese Anforderungen können komplexer sein oder zu weniger verlässlichen Bewertungen führen als das ganze Finanzinstrument erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert zu bewerten.

Daher erlaubt der Standard, das gesamte Finanzinstrument als erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert zu bewerten, zu designieren. ad pepper media hat sich zur Ausübung dieser sogenannten „Fair Value“-Option entschieden, da die erworbenen Wertpapiere eingebettete Derivate enthalten.

Die Fälligkeitsstruktur der Wertpapiere, die als erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert kategorisiert sind, stellt sich zum Bilanzstichtag wie folgt dar:

	31.12.14	31.12.13
	TEUR	TEUR
Fällig innerhalb eines Jahres	0	3.490
Fällig nach einem bis fünf Jahren	3.324	0
Fällig nach mehr als fünf Jahren	0	0
Gesamt	3.324	3.490

Sonstige finanzielle Vermögenswerte [20]

Die sonstigen finanziellen Vermögenswerte setzten sich wie folgt zusammen:

	31.12.14	31.12.13
	TEUR	TEUR
Kautionen	330	391
Treuhandkonto im Zusammenhang mit dem Emediate Verkauf in 2013	0	929
Darlehen	250	310
Gesamt	580	1.630

Die mit dem Verkauf der Tochtergesellschaft Emediate ApS, Kopenhagen in 2013 auf einem Treuhandkonto (des Käufers) hinterlegten TEUR 929 werden zum 31. Dezember 2014 entsprechend ihrer Restlaufzeit unter den sonstigen kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte ausgewiesen (Anhangsangabe [24]).

Das im November 2013 an Brand Affinity Technologies Inc. ausgegebene Darlehen in Höhe von TEUR 184, wurde im August 2014 in eine 0,55 prozentige Minderheitsbeteiligung an Veritone Inc. umgewandelt. Für weitere Angaben verweisen wir auf die Anhangsangabe [20a].

Die Fälligkeitsstruktur der sonstigen finanziellen Vermögenswerte stellt sich zum Bilanzstichtag wie folgt dar:

	31.12.14	31.12.13
	TEUR	TEUR
Fällig innerhalb eines Jahres	0	0
Fällig nach einem bis fünf Jahren	580	1.630
Fällig nach mehr als fünf Jahren	0	0
Gesamt	580	1.630

Zur Veräußerung verfügbare Beteiligungen in Eigenkapitalinstrumente [20a]

Die zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen in Eigenkapitalinstrumente beinhalten im Wesentlichen die 4,46 prozentige Minderheitsbeteiligung in Brand Affinity Technologies Inc. in Höhe von TEUR 0 (2013: TEUR 4.503).

Die Wirtschafts- und Liquiditätslage der Brand Affinity Technologies Inc. verschlechterte sich im Laufe des Geschäftsjahres drastisch.

Neben dem Verlust wesentlicher Kundenbeziehungen, scheiterten die in 2014 vom Management eingeleiteten Maßnahmen für eine Ertragswende, so dass der Vorstand der ad pepper media International N.V. unter Berücksichtigung der vorliegenden Informationen, eine Insolvenz als unausweichlich erachtete und im November 2014 die Beteiligung auf TEUR 0 wertberichtigte. Der Wertminderungsaufwand in Höhe von TEUR 1.398 wurde als Finanzaufwand erfasst. Kumulierte, unrealisierte im sonstigen Gesamtergebnis erfasste Bewertungsgewinne in Höhe von TEUR 3.105 wurden aufgelöst. Im Januar 2015 erfuhr der Vorstand der ad pepper media International N.V., dass die Brand Affinity Technologies Inc. am 17. Dezember 2014 Insolvenz angemeldet hat.

ad pepper media International N.V. liegen keine weiteren Informationen vor, aus denen ein Nutzungswert der Veritone Inc. abgeleitet werden könnte. Unter Berücksichtigung der vorliegenden Informationen bezüglich der Brand Affinity Technologies Inc. entschied sich der Vorstand der ad pepper media International N.V. diese Beteiligung ebenfalls auf einen Wert von TEUR 0 abzuschreiben. Der Wertminderungsaufwand in Höhe von TEUR 196, einschließlich Fremdwährungsdifferenzen und ausstehenden Zinsforderungen, wurde als Finanzaufwand erfasst.

KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE**Wertpapiere [21]**

Bei dem kurzfristigen Wertpapier handelt es sich um einen nicht-börsennotierten, verbrieften Schuldschein, der am 28. Januar 2015 fällig wurde. Die Bilanzierung erfolgt zu fortgeführten Anschaffungskosten.

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen [22]

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden beim erstmaligen Ansatz mit ihrem beizulegenden Zeitwert und anschließend zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet und setzen sich wie folgt zusammen:

	31.12.14	31.12.13
	TEUR	TEUR
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, brutto	8.283	7.443
kumulierte Wertberichtigungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-544	-372
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, netto	<u>7.739</u>	<u>7.071</u>

Die Wertberichtigungen werden auf Basis aller der Gesellschaft zur Verfügung stehenden Informationen berechnet und beinhalten alle wahrscheinlichen Forderungsausfälle bezogen auf den Forderungsbestand zum 31. Dezember 2014. Für weitere Angaben verweisen wir auf die Abschnitte [3] und [42].

Sonstige Forderungen [23]

Die sonstigen Forderungen setzten sich wie folgt zusammen:

	31.12.14	31.12.13
	TEUR	TEUR
Umsatzsteuererstattungsansprüche	162	165
Geleistete Anzahlungen	227	263
Übrige	11	0
Gesamt	<u>400</u>	<u>428</u>

Forderungen aus Ertragsteuern [23a]

Forderungen aus Ertragssteuern beinhalten vorab entrichtete Kapitalertragssteuern, die vom Fiskus in Höhe von TEUR 227 (2013: TEUR 130) zurückerstattet werden sowie Steuervorauszahlungen in Höhe von TEUR 87 (2013: TEUR 58).

Sonstige finanzielle Vermögenswerte [24]

Die sonstigen finanziellen Vermögenswerte setzten sich wie folgt zusammen:

	31.12.14	31.12.13
	TEUR	TEUR
Treuhandkonto im Zusammenhang mit dem Emediate Verkauf in 2013	929	0
Zinsforderungen	14	122
Übrige	49	78
Gesamt	<u>992</u>	<u>200</u>

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente [25]

Der Posten enthält Bankguthaben, kurzfristige Bankeinlagen und Kassenbestände. Für Zwecke der Kapitalflussrechnung setzt sich der Finanzmittelfonds aus Guthaben bei Kreditinstituten und Kassenbeständen in Höhe von TEUR 11.926 (2013: TEUR 12.886) zusammen.

EIGENKAPITAL**Gezeichnetes Kapital [26]**

Es wurden keine neuen Aktien der ad pepper media International N.V. zum Handel an der Frankfurter Wertpapierbörse in 2014 (2013: 0) zugelassen.

Das gezeichnete Kapital von ad pepper media International N.V. besteht aus 23.000.000 (2013: 23.000.000) Inhaberk Aktien mit einem Nennwert von je EUR 0,05 und ist vollständig einbezahlt.

Kapitalrücklage [27]

Die Kapitalrücklage beinhaltet im Wesentlichen das im Rahmen von Aktienemissionen gezahlte Agio. Außerdem enthalten sind die Aufwendungen für Aktienoptionspläne.

Eigene Anteile [28]**Erwerb eigener Aktien**

Mit Hauptversammlungsbeschluss vom 13. Mai 2014 wurde der Vorstand zum Rückkauf eigener Aktien von bis zu 50 Prozent des Stammkapitals innerhalb der nächsten 18 Monate ermächtigt. Das Unternehmen hat im Jahr 2014 an keinem Aktienrückkaufprogramm teilgenommen. Folglich wurden im Geschäftsjahr 2014 keine eigenen Aktien (2013: 0 Aktien) erworben.

Per 31. Dezember 2014 hält die ad pepper media International N.V. 1.759.292 eigene Aktien (2013: 1.759.292) mit einem Nennwert von je EUR 0,05 was 7,65 Prozent (2013: 7,65 Prozent) des Grundkapitals entspricht. Gemäß Hauptversammlungsbeschluss können die eigenen Aktien für Akquisitionen und zur Bedienung von Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen eingesetzt werden.

Veräußerung eigener Aktien

Es wurden keine Anteile in dem Jahr 2014 veräußert (2013: 0). Es wurden ebenfalls keine Anteile im Rahmen der Mitarbeiter-Optionsprogramme veräußert (2013: 0).

Zahl der ausgegebenen Aktien

Die Zahl der ausgegebenen und im Umlauf befindlichen Aktien beläuft sich nach Abzug eigener Aktien zum 31. Dezember 2014 auf 21.240.708 (2013: 21.240.708). Der Nennbetrag je Aktie beträgt EUR 0,05.

Genehmigtes Kapital [29]

Das genehmigte Kapital beträgt EUR 21.485,40 (2013: EUR 21.485,40) entsprechend 429.708 Aktien (2013: 429.708 Aktien).

Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis [30]

Das kumulierte sonstige Gesamtergebnis enthält unrealisierte Kursverluste von Wertpapieren der Kategorien „zur Veräußerung verfügbaren“ in Höhe von TEUR 1.155 (2013: TEUR -1.168) unter der Berücksichtigung von passiven latenten Steuern in Höhe von 67 TEUR (2013: TEUR 109). Weiterhin sind aufgelaufene Währungsumrechnungsdifferenzen in Höhe von TEUR -888 (2013: TEUR -909) aus der Umrechnung der Abschlüsse ausländischer Tochterunternehmen sowie TEUR 0 (2013: TEUR 3.079) aus der Bewertung zum beizulegenden Zeitwert der Minderheitsbeteiligung an Brand Affinity Technologies Inc. unter Berücksichtigung der Auflösung passiver latenter Steuern in Höhe von TEUR 26 enthalten.

Im Folgenden ist das direkt im Eigenkapital erfasste sonstige Ergebnis sowie die darauf entfallende Steuerbelastung dargestellt:

	vor Ertragsteuern	Ertragsteuern	nach Ertragsteuern
2014			
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	21	0	21
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	-15	67	52
Realisierte Gewinne/Verluste aus von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	-39	0	-39
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen in Eigenkapitalinstrumente	-3.105	26	-3.079
Sonstige Ergebnis, gesamt	-3.138	93	-3.045
2013			
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	475	0	475
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	969	-109	860
Realisierte Gewinne/Verluste aus von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	0	0	0
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen in Eigenkapitalinstrumente	-199	4	-195
Sonstige Ergebnis, gesamt	1.245	-105	1.140

Nicht beherrschende Anteile [31]

Die nicht beherrschenden Anteile resultieren aus dem Erwerb von 60 Prozent der Anteile an der ad agents GmbH und aus dem Verkauf eines 35 prozentigen Anteils an der ad pepper media Spain S.A. Für weitere Angaben verweisen wir auf den Abschnitt [2] Veränderungen im Konsolidierungskreis.

Im Dezember 2014 hat die ad agents GmbH aus ihrem Bilanzgewinn einen Betrag von TEUR 120 ausgeschüttet. Davon entfallen TEUR 48 entsprechend der Beteiligungsquote 40 Prozent auf die an der ad agents GmbH beteiligten Minderheitsgesellschafter.

KURZFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN**Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen [32]**

Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen enthalten auch abgegrenzte Schulden. Der Posten wird zum Rückzahlungsbetrag bewertet.

Sonstige Verbindlichkeiten [32a]

Die sonstigen Verbindlichkeiten setzten sich wie folgt zusammen:

	31.12.14	31.12.13 Nach Um- gliederung	31.12.13
	TEUR	TEUR	TEUR
Umsatzsteuerverbindlichkeiten	920	721	721
Verbindlichkeiten aus Lohnsteuer und Sozialabgaben	325	311	0
Erhaltene Anzahlungen	229	0	0
Gesamt	1.474	1.032	721

Im Geschäftsjahr 2013 wurden Verbindlichkeiten aus Lohnsteuer und Sozialabgaben unter den sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten ausgewiesen. Per 31.12.2014 wird diese Position unter den sonstigen Verbindlichkeiten dargestellt. Entsprechende Anpassung der Vorjahresdarstellung wurde vorgenommen.

Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten [33]

Die sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten setzten sich wie folgt zusammen:

	31.12.14	31.12.13 Nach Um- gliederung	31.12.13
	TEUR	TEUR	TEUR
Boni und Provisionen	895	1.179	1.179
Zeitguthaben der Mitarbeiter	317	390	390
Abfindungen	362	39	39
Verbindlichkeiten für ausstehende Rechnungen	581	380	380
Übrige	470	570	881
Gesamt	2.625	2.558	2.869

Geschäftsbeziehungen mit nahestehenden Unternehmen und Personen [34]

Gemäß der Definition des IAS 24 wurden der Vorstand und die Mitglieder des Aufsichtsrats als nahestehende Personen identifiziert. Alle Mitglieder dieser Organe erhalten ausschließlich Bezüge im Rahmen ihrer Funktion als Personen in Schlüsselpositionen. Weitere Angaben zu den Bezügen dieses Personenkreises finden sich unter der Angabe [40].

Rechtsstreitigkeiten und Schadenersatzansprüche [35]

Weder die Konzern-Obergesellschaft noch die Einzelgesellschaften befinden sich zum Bilanzstichtag in materiellen Rechtsstreitigkeiten mit Dritten.

Eventualverbindlichkeiten und sonstige finanzielle Verpflichtungen [36]

ad pepper media International N.V. haftet bis zum Zeitpunkt ihrer vollständigen Tilgung für alle per 31.12.2014 offenen Verbindlichkeiten ihrer Tochtergesellschaften, Webgains Ltd, registriert in Großbritannien unter der Nummer: 05353649 und ad pepper media UK Ltd, registriert in Großbritannien unter der Nummer 3788170. Im Gegenzug nehmen die Webgains Ltd und die ad pepper media UK Ltd entsprechend der Bestimmungen die Befreiung von der Prüfungspflicht der Sektion 479A des UK Companies Act 2006 in Anspruch. Zum 31. Dezember 2014 betragen die offenen Verbindlichkeiten von Webgains' Ltd TEUR 5.615 (2013: TEUR 4.736) und die von ad pepper media UK Ltd TEUR 793 (2013: TEUR 737).

Sonstige finanzielle Verpflichtungen ergeben sich im Wesentlichen aus der Anmietung von Büroräumen und Leasingverträgen für Personenkraftwagen und Büroausstattung.

Die Aufwendungen aus Leasingverträgen betragen im Geschäftsjahr 2014 TEUR 67 (2013: TEUR 115). Mietaufwendungen betragen TEUR 1.215 (2013: TEUR 1.035). Die aus den zum 31. Dezember 2014 bestehenden Verträgen resultierenden zukünftigen Mindestzahlungsverpflichtungen lassen sich wie folgt darstellen:

Geschäftsjahr	2015	2016	2017	2018	2019	Danach	Summe
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Mieten für Büroräume	771	688	240	0	0	0	1.699
PKW-Leasing	27	12	4	0	0	0	43
Sonstige	395	42	13	0	0	0	450
Summe	1.193	742	257	0	0	0	2.192

Saisoneinflüsse auf die Geschäftstätigkeit [37]

ad pepper media ist im weitesten Sinne im Bereich der Online-Werbung tätig. Aufgrund des saisonalen Charakters der Werbebranche werden im traditionell stärksten vierten Quartal in der Regel höhere Umsatzerlöse und daraus resultierend ein höheres operatives Ergebnis erzielt.

Zusätzliche Cash Flow-Informationen [38]

Zusätzlich zur Kapitalflussrechnung werden die folgenden Informationen gegeben: Die „sonstigen zahlungsunwirksamen Aufwendungen und Erträge“ beinhalten Aufwendungen für die Zuführung zur bzw. Erträge aus der Auflösung der Wertberichtigung auf Forderungen und Aufwendungen aus der Abschreibung auf Forderungen. Des Weiteren enthalten sind Wertberichtigungen auf noch nicht ausbezahlte Affiliate Guthaben.

Aktienoptionspläne [39]

Durch Verdoppelung der Aktienanzahl und Halbierung des Kurses bzw. des Ergebnisses je Aktie wurden alle Mitarbeiterbeteiligungsprogramme an den Aktiensplit vom 27. Mai 2009 angepasst.

Die Optionen der „Ongoing Stock Option Plans“ unterliegen folgenden Bestimmungen:

Die Optionen werden Mitarbeitern der ad pepper media Gruppe gewährt. Es wurden 1.000.000 Aktien für den „Ongoing Stock Option Plan“ reserviert. Das Bezugsverhältnis beträgt eine Aktie je Optionsrecht. Der Bezugspreis errechnet sich aus dem durchschnittlichen Xetra-Kurs der ersten zehn Handelstage des Monats Mai 2001 für den Plan 2001 bzw. den ersten zehn Handelstagen des Monats Januar für die folgenden Pläne. Die Optionsrechte können erst ausgeübt werden, wenn der Kurs der Aktie um mindestens 10 Prozent über den Bezugspreis gestiegen ist, frühestens jedoch nach einem Jahr ab der Gewährung des Optionsrechts. Die Optionen können ganz oder teilweise innerhalb von drei Wochen nach Veröffentlichung der Quartalsberichte der Gesellschaft ausgeübt werden. Die gewährten Aktienoptionen sind prinzipiell unverfallbar.

Die Optionsrechte verfallen jedoch bei Kündigung des Arbeitsverhältnisses seitens des Arbeitnehmers oder bei Kündigung seitens der Gesellschaft aus wichtigem Grund.

Zur stärkeren Bindung von Führungskräften an das Unternehmen wurden im Januar 2003 deren „Ongoing Stock Option Plans“ durch den „Executive Stock Option Plan“ ersetzt. Im Zuge dieses Optionsplans wurden leitenden Mitarbeitern einmalig Optionen zugeteilt, deren Ausübungspreis sich ebenfalls nach dem Durchschnitt der ersten zehn Handelstage im Januar richtet. Die Optionen werden in den folgenden zehn Jahren zu jeweils 10 Prozent ausübbar. Durch den Hauptversammlungsbeschluss vom 2. Mai 2005 wurde die Gesellschaft ermächtigt, anstelle der Übertragung von Aktien im Zuge der Ausübung von Optionsrechten in Einzelfällen wahlweise auch einen Barausgleich vorzunehmen.

In den Jahren 2005 und 2006 wurde jeweils ein Optionsplan („Executive Stock Option Plan 2005“ und „Executive Stock Option Plan 2006“) zur Bindung von Mitarbeitern in Schlüsselpositionen ausgegeben. Diese Optionen werden über einen Zeitraum von vier Jahren jeweils zu 25 Prozent ausübbar. Der Ausübungspreis der Optionen errechnet sich, wie bei den anderen Optionsplänen, aus dem Durchschnitt der Xetra-Schlusskurse der letzten zehn Handelstage vor Ausgabe der Optionen. Die Volatilität des Exec SOP 2005 wurde aus dem Kursverlauf der Aktie der ad pepper media International N.V. in der Zeit vom 1. Januar 2003 bis 30. September 2005 errechnet. Die Volatilität des Exec SOP 2006 wurde aus dem Kursverlauf der Aktie der ad pepper media International N.V. in der Zeit vom 1. Januar 2003 bis 28. April 2006 errechnet. Die Optionen unterliegen keiner Ausübungshürde, können jedoch frühestens ein Jahr nach Zuteilung ausgeübt werden.

Am 15. Mai 2008 wurde ein Mitarbeiterbeteiligungsprogramm für leitende Mitarbeiter („Executive Stock Option Plan 2008“) in einem Umfang von 1.220.000 Optionen aufgelegt. Die Bewertung erfolgte durch Simulation (Monte-Carlo-Verfahren). Die Volatilität wurde aus dem Kursverlauf der Aktie der ad pepper media International N.V. in der Zeit vom 1. Januar 2003 bis 30. April 2008 errechnet. Frühere Werte hätten zu einer falschen Schätzung der Volatilität geführt. 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 0,282 und EUR 0,5145 pro ausgegebener Option. Der maximal zu erfassende Aufwand für das Programm liegt über die gesamte Laufzeit bei TEUR 500.

Am 20. August 2013 wurde ein Aktienoptionsprogramm für den Vorstand (Executive SOP 2013 Board of Directors, BoD) in einem Umfang von 510.000 Optionen aufgelegt. Die Bewertung erfolgte durch Simulation (Monte-Carlo-Verfahren). 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 ausgegebene 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 Mitarbeiterbeteiligungs-Programm für leitende Mitarbeiter (Executive SOP 2013 Managing Directors, MD) in einem Umfang von 490.000 Optionen aufgelegt. Die Bewertung erfolgte durch Simulation (Monte-Carlo-Verfahren). 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 ausgegebene Option. Der maximal zu erfassende Aufwand für das Programm liegt über die gesamte Laufzeit bei TEUR 147.

Die Berechnung des „Fair Value“ der Aktienoptionen wurde nach dem Black-Scholes-Verfahren durchgeführt. Hierzu wurden folgende Annahmen zu Grunde gelegt:

	Ongoing SOP 2001	Ongoing SOP 2002	Ongoing SOP 2003	Ongoing SOP 2004	Executive SOP 2003
Aktienkurs bei Gewährung, in EUR	1,30	0,65	0,89	2,22	0,89
Datum der Gewährung	18.05.01	15.01.02	15.01.03	16.01.04	15.01.03
Basispreis, in EUR	1,365	0,665	0,89	2,225	0,89
Risikofreier Zinssatz, in Prozent	4,00	3,80	3,50	2,75	4,50
Erwartete Laufzeit, in Jahre	4	1	1	1	10
Zukünftige Dividende, in EUR	0	0	0	0	0
Erwartete Volatilität, in Prozent	93	68	73	40	53

	Executive SOP 2005	Executive SOP 2006	Executive SOP 2008	Executive SOP 2013 (BoD)	Executive SOP 2013 (MD)
Aktienkurs bei Gewährung, in EUR	2,50	3,80	1,40	0,80	0,80
Datum der Gewährung	15.04.05	16.01.06	15.05.08	20.08.13	20.08.13
Basispreis, in EUR	2,66	3,795	1,50	0,80	0,80
Risikofreier Zinssatz, in Prozent	3,65	3,48	4,15	1,10	1,10
Erwartete Laufzeit, in Jahre	4	4	10	7	7
Zukünftige Dividende, in EUR	0	0	0,04 bis 0,06	0,04 bis 0,06	0,04 bis 0,06
Erwartete Volatilität, in Prozent	58	56	50	64,41	64,41

Der durchschnittliche Aktienkurs lag im Geschäftsjahr 2014 bei EUR 1,06 (2013: EUR 0,91).

Der im Geschäftsjahr erfasste Personalaufwand im Zusammenhang mit Aktienoptionsprogrammen auf Basis von Eigenkapitalinstrumenten beläuft sich auf TEUR 99 (2013: TEUR 51).

Nachfolgend ist die Veränderung der Anzahl der Optionen innerhalb des Geschäftsjahres 2014 dargestellt:

	2014	2013	Bezugspreis
	Anzahl	Anzahl	EUR
Optionsrechte zu Beginn des Geschäftsjahres (Ongoing SOP 2001)	20.000	20.400	1,365
Optionsrechte zu Beginn des Geschäftsjahres (Ongoing SOP 2002)	400	1.600	0,665
Optionsrechte zu Beginn des Geschäftsjahres (Executive SOP 2003)	332.000	404.000	0,890
Optionsrechte zu Beginn des Geschäftsjahres (Ongoing SOP 2003)	800	2.800	0,890
Optionsrechte zu Beginn des Geschäftsjahres (Ongoing SOP 2004)	3.200	6.400	2,225
Optionsrechte zu Beginn des Geschäftsjahres (Executive SOP 2005)	0	20.000	2,660
Optionsrechte zu Beginn des Geschäftsjahres (Executive SOP 2006)	10.000	50.000	3,795
Optionsrechte zu Beginn des Geschäftsjahres (Executive SOP 2008)	137.500	297.500	1,500
Optionsrechte zu Beginn des Geschäftsjahres (Executive 2013 BoD)	510.000	0	0,800
Optionsrechte zu Beginn des Geschäftsjahres (Executive SOP 2013 MD)	490.000	0	0,800
Gewährte Optionen (Executive SOP 2013 BoD)	0	510.000	0,800
Gewährte Optionen (Executive SOP 2013 MD)	0	490.000	0,800
Verwirkte Optionsrechte (Executive SOP 2013 MD)	-190.000	0	0,800
Annulierte Optionsrechte (Executive SOP 2005)	0	-20.000	2,660
Annulierte Optionsrechte (Executive SOP 2008)	0	-60.000	1,500
Verwirkte Optionsrechte (Ongoing SOP 2001)	0	-400	1,365
Verwirkte Optionsrechte (Ongoing SOP 2002)	0	-1.200	0,665
Annulierte Optionsrechte (Ongoing SOP 2003)	0	-2.000	0,890
Annulierte Optionsrechte (Ongoing SOP 2004)	0	-3.200	2,225
Annulierte Optionsrechte (Executive SOP 2003)	0	-72.000	0,890
Annulierte Optionsrechte (Executive SOP 2006)	0	-40.000	3,795
Annulierte Optionsrechte (Executive SOP 2008)	0	-100.000	1,500
Optionsrechte zum Ende des Geschäftsjahres	1.313.900	1.503.900	0,665-3,795
Gewichteter Bezugspreis, in EUR	1,162	0,914	
Ausübbarer Optionsrechte zum 31. Dezember	603.200	333.200	
Gewichteter Bezugspreis, in EUR	0,850	0,890	

Ein durchschnittlicher gewichteter Bezugspreis von ausgeübten Optionen lag im Geschäftsjahr 2014 mangels Ausübungen nicht vor (2013: EUR 0).

Der Großteil der Aktienoptionsprogramme hat kein Auslaufdatum, daher ist es nicht möglich, eine gewichtete Restdurchschnittslaufzeit zu berechnen.

Gesamtbezüge der Vorstandsmitglieder [40]

	Geschäfts- jahr 2014	Geschäfts- jahr 2013
	TEUR	TEUR
Kurzfristig fällige Leistungen	451	794
Leistungen nach Beendigung des Arbeits- verhältnisses (Pensionsleistungen und medizinische Versorgung)	19	18
Aktienbasierte Vergütung	70	4
Gesamt	540	816

Von Vorstandsmitgliedern gehaltene Aktienoptionen zum Erwerb von Inhaberaktien weisen die folgenden Verfallstermine und Ausübungspreise auf:

	Verfallsdatum	Ausübungspreis in EUR	31.12.14	31.12.13
			Anzahl	Anzahl
2014	20.08.21	0,80	510.000	510.000

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag [41]

Bis zum Tage der Freigabe zur Veröffentlichung sind keine Ereignisse eingetreten, welche die dargestellte Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zum 31. Dezember 2014 in wesentlichem Umfang beeinflusst hätten.

Finanzinstrumente [42]

Die Klassen von Finanzinstrumenten im Sinne des IFRS 7.6 werden in Übereinstimmung mit den Kategorien von Finanzinstrumenten nach IAS 39 definiert. Damit wird unterschieden zwischen Finanzinstrumenten, die zu fortgeführten Anschaffungskosten oder zu Anschaffungskosten bewertet werden und solchen, die zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden.

1. Kapitalrisikomanagement

Der Konzern steuert sein Kapital mit dem Ziel, die Erträge der Unternehmensbeteiligungen durch Optimierung des Verhältnisses von Eigen- zu Fremdkapital zu optimieren und den Shareholder-Value durch die Aufrechterhaltung eines hohen Bonitätsratings und einer guten Eigenkapitalquote zu maximieren. Dabei wird sichergestellt, dass die Konzernunternehmen unter der Prämisse der Unternehmensfortführung operieren können. Die Kapitalstruktur des Konzerns besteht aus Schulden, wobei in diesen keine neuen Fremdkapitalaufnahmen enthalten sind, Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten, Wertpapieren der Kategorien „zur Veräußerung verfügbar“, „erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert“ und „bis zur Fälligkeit gehalten“ sowie den Eigenkapitalgebern des Mutterunternehmens zustehendem Eigenkapital. Dieses setzt sich zusammen aus ausgegebenen, sich in Umlauf befindlichen Aktien, der Kapitalrücklage, dem Ergebnisvortrag und sonstigen Eigenkapitalposten.

Nettoverschuldungsgrad

Der Konzern steuert seine Kapitalstruktur und nimmt Anpassungen unter Berücksichtigung des Wandels der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen vor. Zur Aufrechterhaltung oder Anpassung der Kapitalstruktur kann der Konzern Dividendenzahlungen an die Anteilseigner oder eine Kapitalrückzahlung an die Anteilseigner vornehmen oder neue Anteile ausgeben oder eigene Anteile zurückkaufen. Zum 31. Dezember 2014 bzw. 31. Dezember 2013 wurden keine Änderungen der Ziele, Richtlinien und Verfahren vorgenommen.

Ein negativer Verschuldungsgrad bedeutet, dass die Gruppe schuldenfrei ist.

Der Nettoverschuldungsgrad zum Jahresende stellt sich wie folgt dar:

	31.12.14	31.12.13 Nach Um- gliederung	31.12.13
	TEUR	TEUR	TEUR
Kurz- und langfristige Finanzverbindlichkeiten	12.490	10.520	10.831
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-11.926	-12.886	-12.886
Wertpapiere und Festgelder	-7.713	-8.816	-8.816
Nettoschulden	-7.149	-11.182	-10.871
Bilanzielles Eigenkapital inklusive Minderheitenanteilen	16.296	24.575	24.575
Nettoverschuldungsgrad, in Prozent	-44	-46	-44

2. Wesentliche Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

IAS 39.AG33A besagt, dass für den Fall, dass ein Unternehmen Vertragspartei eines hybriden (kombinierten) Finanzinstrumentes wird, welches ein oder mehrere eingebettete Derivate enthält, Absatz 11 vom Unternehmen verlangt, solche eingebetteten Derivate zu identifizieren und zu beurteilen, ob solche vom Hauptvertrag abgetrennt werden müssen für die Derivate, die abgetrennt werden müssen, deren beizulegender Zeitwert beim erstmaligen Ansatz und in der Folge zu bestimmen. Diese Anforderungen können komplexer sein oder zu weniger verlässlichen Bewertungen führen als das ganze Finanzinstrument erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert zu bewerten. Daher erlaubt der Standard, das gesamte Finanzinstrument als erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet, zu designieren. Wir verweisen in diesem Zusammenhang auf den Abschnitt [19, 21] zu langfristige Wertpapiere.

Die Gruppe hat keine finanziellen Vermögenswerte in einer Art und Weise übertragen, dass die Vermögenswerte nicht hätten ausgebucht werden dürfen. Die Mietkaution und sonstigen Konditionen, auf die in Abschnitt [20] Bezug genommen wird, sind mit ihrem Buchwert in Höhe von TEUR 330 (2013: TEUR 391) als Sicherheit für Bankbürgschaften verpfändet. Der Konzern hält keine Kreditsicherheiten.

Einzelheiten der angewendeten wesentlichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden, einschließlich der Ansatzkriterien, der Bewertungsgrundlagen sowie der Grundlagen für die Erfassung von Erträgen und Aufwendungen, sind – getrennt für jede Klasse von finanziellen Vermögenswerten, finanziellen Schulden und Eigenkapitalinstrumenten – in Abschnitt [3] dargestellt.

3. Kategorien von Finanzinstrumenten

Buchwerte je Kategorie von Finanzinstrumenten

Finanzielle Vermögenswerte	31.12.14	31.12.13
	TEUR	TEUR
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet		
als erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet designiert	3.324	3.490
Kredite und Forderungen (einschließlich Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente)	21.237	21.787
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	2.386	9.829
Bis zur Endfälligkeit gehaltene Finanzinstrumente	2.003	0
Gesamt	28.950	35.106

Finanzielle Vermögenswerte	31.12.14	31.12.13
	TEUR	TEUR
Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet		
bis zur Endfälligkeit gehaltene Finanzinstrumente	2.003	0
Kredite und Forderungen (einschließlich Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente)	21.237	21.787
Gesamt	23.240	21.787

Finanzielle Verbindlichkeiten	31.12.14	31.12.13 Nach Umgliederung	31.12.13
	TEUR	TEUR	TEUR
Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet	12.490	10.520	10.831
Gesamt	12.490	10.520	10.831

Aufgrund der kurzen Laufzeit der flüssigen Mittel, Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, kurzfristigen finanziellen Forderungen und Verbindlichkeiten als auch zur Endfälligkeit gehaltenen Finanzinstrumenten, wird angenommen, dass die beizulegenden Zeitwerte den Buchwerten entsprechen.

Zeitwerte von langfristigen „zur Veräußerung verfügbaren“ und „erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert“ bewerteten Finanzinstrumenten basieren auf dem an einem aktiven Markt notierten Marktpreis oder es wird eine Bewertung des Zeitwerts vorgenommen.

Hierarchische Einstufung der beizulegenden Zeitwerte von Finanzinstrumenten gemäß IFRS 7 zum 31.12.2014:

	Beizulegender Zeitwert	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3
	31.12.14			
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte	3.324		3.324	0
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	2.386	2.386		0

Die folgenden Tabellen zeigen gemäß IFRS 13 die Bewertungsmethoden für den beizulegenden Zeitwert nach Stufe 1 und 2.

Zum beizulegenden Zeitwert bewertete Finanzinstrumente Stufe 1

Kategorie	Art	Bewertungsmethode	Wesentliche nicht beobachtbare Inputfaktoren
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	Anleihen	Der beizulegende Zeitwert basiert auf dem Marktpreis der Anleihen zum 31.12.2014	Nicht anwendbar

Zum beizulegenden Zeitwert bewertete Finanzinstrumente Stufe 2

Kategorie	Art	Bewertungsmethode	Wesentliche nicht beobachtbare Inputfaktoren
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte	Festsatzanleihe	Der beizulegende Zeitwert basiert auf einer Asset-Swap Bewertung unter Berücksichtigung der aktuellen Zinsen sowie der Kreditwürdigkeit des Emittenten	Siehe Bewertungsmethode

Im Geschäftsjahr 2014 fanden keine Umgruppierungen zwischen den einzelnen Stufen der Fair Value Hierarchie statt.

Am Abschlussstichtag bestanden keine wesentlichen Konzentrationen von Ausfallrisiken bei Krediten und Forderungen. Der dargestellte Buchwert von Null spiegelt das maximale Ausfallrisiko des Konzerns für solche Kredite und Forderungen wieder.

(Kumulierte) Änderungen des beizulegenden Zeitwerts aufgrund von Änderungen des Ausfallrisikos während der Berichtsperiode haben sich nicht ergeben. Kreditderivate zur Absicherung von erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewerteter designierten Krediten und Forderungen bestanden und bestehen nicht.

Nettogewinne und -verluste je Kategorie von Finanzinstrumenten (IFRS 7.20 (a))

	31.12.14	31.12.13
	TEUR	TEUR
Finanzielle Vermögenswerte		
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet		
als erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet designiert	0	374
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte		
realisierte Gewinne	116	0
umgegliedert vom Eigenkapital in die Gewinn- und Verlustrechnung	39	33
über kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	-15	665
Gesamt	140	1.072

Die Nettogewinne und -verluste aus finanziellen Verbindlichkeiten betragen Null.

Zinserträge und -aufwendungen je Kategorie von Finanzinstrumenten (IFRS 7.20 (b))

	31.12.14	31.12.13
	TEUR	TEUR
Finanzielle Vermögenswerte		
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet		
als erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet designiert	119	165
Nicht erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet	92	121*
Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet	24	0
Gesamt	235	286

Die Zinserträge und -aufwendungen aus finanziellen Verbindlichkeiten betragen Null.

* davon Zuschreibung TEUR 80 (2012: TEUR 76) aus der Aufzinsung eines Wertpapiers, das unter dem Nennwert erworben wurde

Wertberichtigungsaufwand je Klasse von finanziellen Vermögenswerten (IFRS 7.20 (e))

	31.12.14	31.12.13
	TEUR	TEUR
Finanzielle Vermögenswerte		
Zu Anschaffungskosten	0	0
Nicht erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet	-1.594	0
Gesamt	-1.594	0

4. Ziele des Finanzrisikomanagements

Die wesentlichen durch den Konzern verwendeten finanziellen Verbindlichkeiten umfassen Schulden aus Lieferungen und Leistungen. Der Hauptzweck dieser finanziellen Verbindlichkeiten ist die Finanzierung der Geschäftstätigkeit des Konzerns. Der Konzern verfügt über verschiedene finanzielle Vermögenswerte wie z. B. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, Zahlungsmittel, Wertpapiere und kurzfristige Einlagen, die unmittelbar aus seiner Geschäftstätigkeit resultieren. Die Geschäftsleitung des Konzerns überwacht und steuert die Finanzrisiken des Konzerns. Diese Risiken beinhalten das Marktrisiko (einschließlich Wechselkursrisiken, zinsinduzierten Zeitwertrisiken und Preisrisiken), das Ausfallrisiko, das Liquiditätsrisiko und zinsinduzierte Zahlungsstromrisiken.

Darüber hinaus entscheidet die Geschäftsleitung über den Einsatz von derivativen und nicht-derivativen Finanzgeschäften und die Anlage überschüssiger Liquidität. Der Konzern kontrahiert und handelt keine Finanzinstrumente, einschließlich derivativer Finanzinstrumente, für spekulative Zwecke.

5. Marktrisiko

Die Aktivitäten des Konzerns setzen ihn im Wesentlichen finanziellen Risiken aus der Änderung von Wechselkursen (siehe 6. unten) und Zinssätzen (siehe 7. nachfolgend) aus.

Marktrisikopositionen werden mittels einer Sensitivitätsanalyse bestimmt. Es gab weder Änderungen der Marktrisikopositionen des Konzerns noch Änderungen in der Art und Weise der Risikosteuerung und -bewertung.

6. Wechselkursrisikomanagement

Bestimmte Geschäftsvorfälle im Konzern lauten auf fremde Währung. Daher entstehen Risiken aus Wechselkurschwankungen.

Der Buchwert der auf fremde Währung lautenden monetären Vermögenswerte und Schulden des Konzerns lautet wie folgt:

	31.12.14	31.12.13
	TEUR	TEUR
Finanzielle Vermögenswerte		
US-Dollar	309	4.894
Britisches Pfund	6.577	6.139
Dänische Krone	764	1.005
Summe	7.650	12.038
Finanzielle Verbindlichkeiten		
US-Dollar	379	358
Britisches Pfund	4.887	4.080
Dänische Krone	301	562
Summe	5.567	5.000

Fremdwährungssensitivitätsanalyse

Der Konzern ist hauptsächlich dem Wechselkursrisiko der Währungen USD und GBP ausgesetzt, da der Kursverlauf der Dänischen Krone in Relation zum EUR kaum Schwankungen aufweist.

Die folgende Tabelle zeigt aus Konzernsicht die Sensitivität eines 10-prozentigen Anstiegs oder Falls des Euro gegenüber der jeweiligen Fremdwährung auf. Der 10 Prozent-Shift stellt die Einschätzung der Geschäftsleitung hinsichtlich einer vernünftigen möglichen Wechselkursänderung dar. Die Sensitivitätsanalyse beinhaltet lediglich ausstehende, auf fremde Währung lautende monetäre Positionen und passt deren Umrechnung zum Periodenende gemäß einer 10-prozentigen Änderung der Wechselkurse an. Eine untenstehende negative Zahl weist auf einen Rückgang des Jahresergebnisses und des Eigenkapitals hin, wenn der Euro gegenüber der jeweiligen Währung um 10 Prozent ansteigt. Fällt der Euro um 10 Prozent gegenüber der jeweiligen Währung, hat dies eine gleichgroße und gegensätzliche Auswirkung auf das Jahresergebnis und das Eigenkapital; die nachstehenden Posten wären damit positiv.

	Auswirkung USD 31.12.14	Auswirkung USD 31.12.13	Auswirkung GBP 31.12.14	Auswirkung GBP 31.12.13	Summe 31.12.14	Summe 31.12.13
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Jahresergebnis	-13	-16	-12	-34	-25	-50
Eigenkapital	0	-409	0	0	0	-409

Der Grund für den Rückgang der Wechselkursrisikosensitivität mit Auswirkung auf das Eigenkapital ist die Wertberichtigung der Minderheitsbeteiligung an Brand Affinity Technologies Inc., die in USD denominated war. Für weitere Erläuterungen zur Wertberichtigung verweisen wir auf die Anhangsangabe [20a].

7. Zinsrisikomanagement

Der Konzern ist Zinsrisiken ausgesetzt, da die Konzernmutter Finanzmittel zu festen und variablen Zinssätzen anlegt. Das Risiko wird durch den Konzern gesteuert, indem ein angemessenes Verhältnis zwischen variablen und festen Mittelanlagen eingehalten wird. Das Zinsrisiko finanzieller Vermögenswerte und finanzieller Verbindlichkeiten wird ausführlich im Abschnitt über die Steuerung des Liquiditätsrisikos beschrieben.

Zinssensitivitätsanalyse

Die unten dargestellten Sensitivitätsanalysen wurden anhand des Zinsrisiko-Exposures von nicht-derivativen Finanzinstrumenten zum Bilanzstichtag bestimmt.

Für variabel verzinsliche Mittelanlagen wird die Analyse unter der Annahme erstellt, dass der Betrag der angelegten Mittel zum Bilanzstichtag für das gesamte Jahr angelegt war.

Für das Zinsrisiko wird ein Anstieg bzw. Absinken des Zinses von 50 Basispunkten unterstellt. Dies stellt die Einschätzung der Geschäftsleitung hinsichtlich einer begründeten, möglichen Änderung des Zinsniveaus dar.

Falls die Zinsen 50 Basispunkte höher/niedriger gewesen wären und alle anderen Variablen konstant gehalten würden:

- würde das Jahresergebnis für das zum 31. Dezember 2014 endende Geschäftsjahr um TEUR 61 absinken/TEUR 34 ansteigen (2013: Rückgang/Anstieg um TEUR 235/TEUR 184). Dies ist auf ein Zinsrisiko durch die Anlage von Mitteln zu variablen Sätzen durch den Konzern zurückzuführen.
- würde das Eigenkapital des Konzerns um TEUR 65 ansteigen/TEUR 255 absinken (2013: Anstieg um TEUR 86/ Rückgang um TEUR 117). Dies ist das Ergebnis von Änderungen des beizulegenden Zeitwertes von zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten.

Die Zinssensitivität des Konzerns ist während der aktuellen Periode somit gesunken.

8. Ausfallrisikomanagement

Unter dem Ausfallrisiko versteht man das Risiko eines Verlustes für den Konzern, wenn eine Vertragspartei ihren vertraglichen Verpflichtungen nicht nachkommt. Geschäftsverbindungen werden lediglich mit kreditwürdigen Vertragspartei, und, falls angemessen, unter der Einholung von Sicherheiten eingegangen, um die Risiken eines Verlustes aus der Nichterfüllung von Verpflichtungen zu mindern. Der Konzern geht nur Geschäftsbeziehungen mit Unternehmen ein, die gleichermaßen oder besser als „investment grade“ bewertet sind. Diese Informationen werden von unabhängigen Ratingagenturen zur Verfügung gestellt. Sind solche Informationen nicht verfügbar, verwendet der Konzern andere verfügbare Finanzinformationen sowie seine eigenen Handelsaufzeichnungen, um seine Großkunden zu bewerten. Das Risikoexposure des Konzerns und die Kreditratings werden fortlaufend überwacht.

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen bestehen gegenüber einer großen Anzahl von über unterschiedliche Branchen und geographische Gebiete verteilten Kunden. Ständige Kreditbeurteilungen werden hinsichtlich des finanziellen Zustands der Forderungen durchgeführt.

Der Konzern ist keinen wesentlichen Ausfallrisiken einer Vertragspartei oder einer Gruppe von Vertragsparteien mit ähnlichen Merkmalen ausgesetzt. Der Konzern definiert Vertragsparteien als solche mit ähnlichen Merkmalen, wenn es sich hierbei um nahestehende Unternehmen handelt. Die Konzentration der Ausfallrisiken aus Kundenbeziehungen überschritt in der Berichtsperiode zu keinem Zeitpunkt 8,6 Prozent (2013: 6,4 Prozent) der finanziellen Bruttovermögenswerte. Das Ausfallrisiko aus liquiden Mitteln und zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren ist gering, da die Vertragsparteien Banken und deren Tochtergesellschaften mit guten bis ausgezeichneten Kreditratings von internationalen Ratingagenturen sind. Der Buchwert der im Konzernabschluss enthaltenen finanziellen Vermögenswerte abzüglich etwaiger Wertminderungen stellt das maximale Ausfallrisiko des Konzerns dar. Dabei finden gegebenenfalls erhaltene Sicherheiten keine Berücksichtigung.

Nur für die Klasse „Kredite und Forderungen“ wird für die darin enthaltenen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie ausgereichte Darlehen ein Konto für Einzelwertberichtigungen geführt.

Die nach IFRS 7.16 geforderte Überleitungsrechnung stellt sich wie folgt dar:

	31.12.14	31.12.13
	TEUR	TEUR
Einzelwertberichtigungen		
Stand zum Beginn des Geschäftsjahres	372	558
Wertminderung der Periode		
Zuführung	161	148
Auflösung	-6	-304
Ausbuchung	17	-30
Stand zum Ende des Geschäftsjahres	544	372

Die Analyse der überfälligen, aber nicht wertgeminderten finanziellen Brutto-Vermögenswerten ergibt für die einschlägige Klasse „Kredite und Forderungen“ in Form von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen folgende Übersicht:

	Summe	Nicht fällig	Bis zu 120Tage überfällig, jedoch nicht wertgemindert
	TEUR	TEUR	TEUR
2014	7.494	3.132	4.362
2013	6.890	3.695	3.196

Die Analyse der wertgeminderten finanziellen Vermögenswerten ergibt für die einschlägige Klasse „Kredite und Forderungen“, dass die Wertberichtigungen auf einen Brutto-Forderungsbestand von TEUR 868 (2013: TEUR 614) gebildet wurde.

9. Liquiditätsrisikomanagement

Der Konzern überwacht laufend das Risiko eines Liquiditätsengpasses mittels eines Liquiditätsplanungs-Tools. Dieses Tool berücksichtigt die Laufzeiten der Finanzinvestitionen und der finanziellen Vermögenswerte (z. B. Forderungen, sonstige finanzielle Vermögenswerte) sowie erwartete Cash Flows aus der Geschäftstätigkeit. Das Ziel des Konzerns ist es, ein Gleichgewicht zwischen der kontinuierlichen Deckung des Finanzmittelbedarfs und Sicherstellung der Flexibilität zu wahren.

Zum 31. Dezember 2014 weisen die finanziellen Verbindlichkeiten des Konzerns nachfolgend dargestellte Fälligkeiten auf. Die Angaben erfolgen auf Basis der vertraglichen, nicht abgezinsten Zahlungen.

	< 1 Mo.	> 1 Mo. < 3 Mo.	3 Mo. bis 1 Jahr	Summe
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Finanzielle Verbindlichkeiten 31.12.14				
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	9.743	122	0	9.865
Sonstige zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	1.436	851	338	2.625
Gesamt	11.179	973	338	12.490
Finanzielle Verbindlichkeiten 31.12.13 nach Umgliederung				
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	7.878	84	0	7.962
Sonstige zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	972	1.179	407	2.558
Gesamt	8.850	1.263	407	10.520
Finanzielle Verbindlichkeiten 31.12.13				
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	7.878	84	0	7.962
Sonstige zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	1.283	1.179	407	2.869
Gesamt	9.161	1.263	407	10.831

Amsterdam/Nürnberg, 12. März 2015

Der Vorstand der ad pepper media International N. V. setzte sich im Geschäftsjahr 2014 wie folgt zusammen:

Dr. Ulrike Handel, CEO

Dr. Jens Körner, CFO

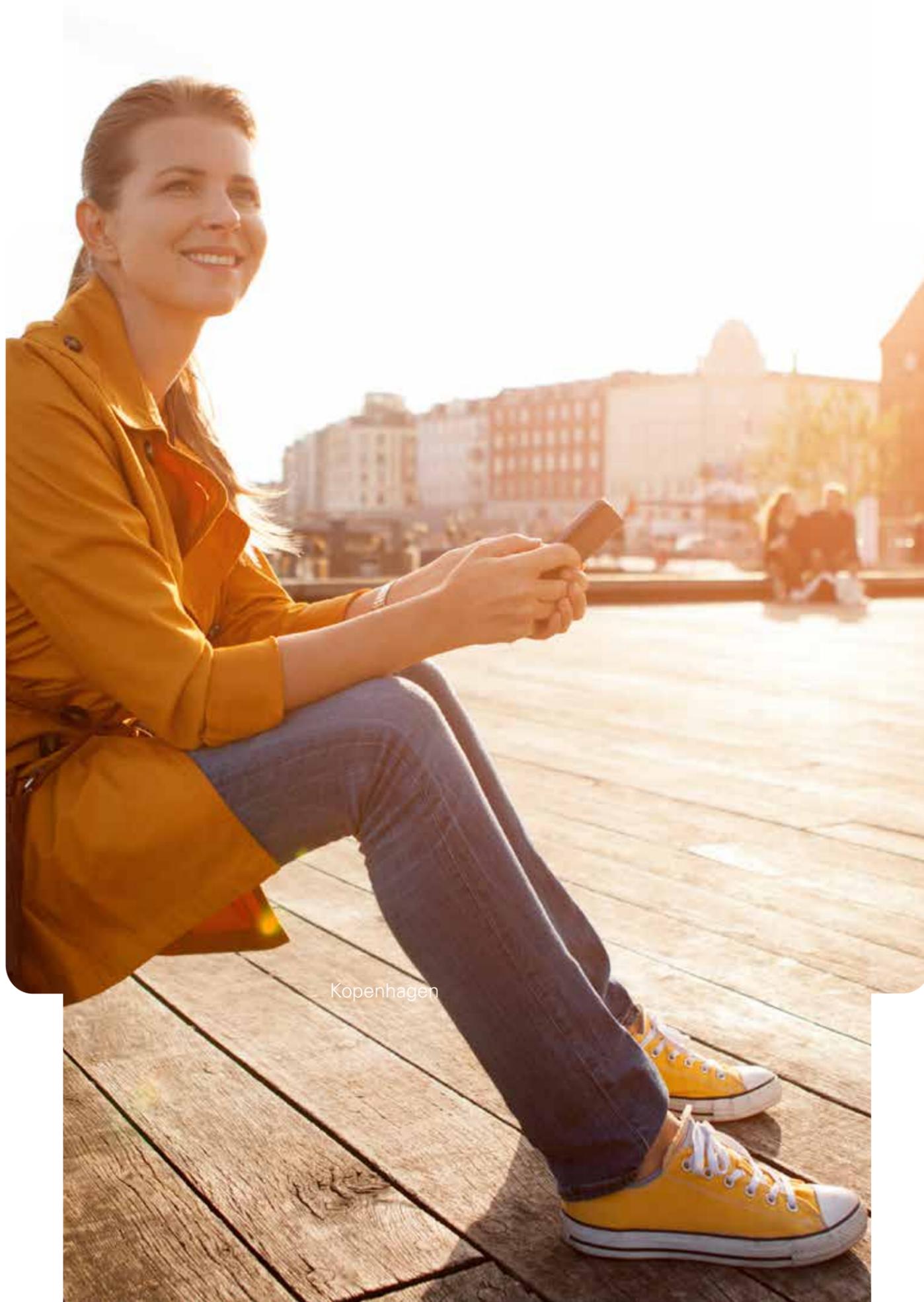
Der Aufsichtsrat der ad pepper media International N. V. bestand im Geschäftsjahr 2014 aus folgenden Mitgliedern:

Michael Oschmann, Vorsitzender

Thomas Bauer

Eun-Kyung Park

Dr. Stephan Roppel



Weitere Informationen



Weitere Informationen

Ergebnisverwendung

Gemäß Artikel 15 der Satzung entscheidet die jährliche Hauptversammlung über die Ergebnisverwendung des Vorjahres und des abgelaufenen Geschäftsjahres.

Ergebnisverwendung für das Geschäftsjahr 2013

Der Konzernabschluss 2013 wurde von der Hauptversammlung am 13. Mai 2014 festgestellt. Die Hauptversammlung hat dabei den gemachten Vorschlag zur Ergebnisverwendung angenommen.

Vorschlag zur Ergebnisverwendung für das Geschäftsjahr 2014

Der Vorstand schlägt vor, mit Zustimmung des Aufsichtsrates, das Ergebnis des Geschäftsjahres 2014 in Höhe von TEUR -5.432 vorzutragen und keine Dividende auszuschütten.

Der Konzernabschluss spiegelt diesen Vorschlag wieder.

Gemäß diesem Vorschlag wurde das Periodenergebnis im Verlustvortrag ausgewiesen.

Vermerk des unabhängigen Abschlussprüfers

An: Die Hauptversammlung und den Aufsichtsrat der ad pepper media International N.V.

Vermerk zum Konzernabschluss 2014

Prüfungsurteil

Nach unserer Beurteilung vermittelt der Konzernabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Finanzlage der ad pepper media International N.V. zum 31. Dezember 2014 sowie ihres Jahresergebnisses und ihrer Cashflows für das zum 31. Dezember 2014 endende Geschäftsjahr in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards, wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind, (EU-IFRS) und gemäß Teil 9 von Buch 2 des niederländischen Zivilgesetzbuches.

Geprüfte Unterlagen

Wir haben den Konzernabschluss 2014, der Bestandteil des (vollständigen) Abschlusses der ad pepper media International N.V., Amsterdam (die „Gesellschaft“) ist, geprüft.

Der Konzernabschluss umfasst:

- die Konzernbilanz zum 31. Dezember 2014;
- die folgenden Aufstellungen für 2014: Konzerngewinn- und -verlustrechnung, Konzern-Gesamtergebnisrechnung, Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung und Konzernkapitalflussrechnung sowie
- den Anhang, der eine Zusammenfassung der wesentlichen Bilanzierungsgrundsätze und weitere erläuternde Informationen enthält.

Bei der Erstellung des Konzernabschlusses wurden als maßgebendes Regelwerk zur Rechnungslegung die EU-IFRS und die maßgeblichen Bestimmungen von Teil 9 von Buch 2 des niederländischen Zivilgesetzbuches angewendet.

Grundlage für unser Prüfungsurteil

Wir haben unsere Abschlussprüfung in Übereinstimmung mit den niederländischen gesetzlichen Vorschriften einschließlich der niederländischen Prüfungsstandards durchgeführt. Unsere Verantwortlichkeiten nach diesen Vorschriften sind im Abschnitt „Unsere Verantwortlichkeiten für die Prüfung des Konzernabschlusses“ dieses Vermerks weiter erläutert.

Wir sind gemäß der „Verordening inzake de onafhankelijkheid van accountants bij assurance-opdrachten“ (ViO) und weiterer relevanter Unabhängigkeitsvorschriften in den Niederlanden von ad pepper media International N.V. unabhängig. Darüber hinaus halten wir die „Verordening gedrags- en beroepsregels accountants“ (VGBA) ein.

Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und angemessen sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen.

Unser Prüfungsansatz

Überblick

Wir haben für unsere Prüfung die Bestimmung der Wesentlichkeit und die Beurteilung des Risikos wesentlicher falscher Angaben im Konzernabschluss vorgenommen. Insbesondere würdigten wir subjektive Beurteilungen der Directors, beispielsweise in Bezug auf bedeutende Schätzwerte in der Rechnungslegung, die auch die Vornahme von Annahmen und die Berücksichtigung zukünftiger Ereignisse erforderten, die von Natur aus unsicher sind. Wie in all unseren Prüfungen befassten wir uns auch mit dem Risiko einer Außerkraftsetzung interner Kontrollen durch das Management, u.a. beurteilten wir, ob Nachweise für eine zielgerichtete und einseitige Einflussnahme durch die Directors vorlagen, die ein Risiko für wesentliche falsche Angaben aufgrund von Verstößen darstellen können.



Wesentlichkeit

Wesentlichkeit für den Abschluss als Ganzes: € 473.000 entsprechend 1 % der Gesamtumsatzerlöse (wie in der Konzerngewinn- und -verlustrechnung erfasst).

Prüfungsumfang

Unsere Prüfungsarbeiten wurden an 3 Standorten durchgeführt und deckten 10 Teilbereiche ab. In Deutschland und Großbritannien fanden Besuche durch das Konzern-Prüfungsteam statt.

Relevante Prüfungsfeststellungen

Abhängigkeit von IT-Systemen

Wesentlichkeit

Der Umfang unserer Prüfung ist von der Anwendung des Wesentlichkeitsgrundsatzes geprägt. Der Zweck unseres Prüfungsurteils ist es, hinreichende Sicherheit darüber zu geben, ob der Konzernabschluss frei von wesentlichen falschen Angaben ist. Die Ursache für falsche Angaben können Unrichtigkeiten oder Verstöße sein. Sie gelten als wesentlich, wenn sie einzeln oder insgesamt hinreichend Grund für die Annahme geben, dass sie Einfluss auf die wirtschaftlichen Entscheidungen von Abschlussadressaten nehmen könnten, die diese aufgrund des Konzernabschlusses treffen.

Hinsichtlich der Wesentlichkeit haben wir bestimmte quantitative Schwellenwerte festgelegt. Zusammen mit qualitativen Erwägungen haben diese uns geholfen, Art, zeitliche Einteilung und Umfang unserer Prüfungshandlungen festzulegen und die Auswirkungen identifizierter falscher Angaben auf unser Prüfungsurteil einzuschätzen.

Aufgrund unseres pflichtgemäßen Ermessens legten wir die Wesentlichkeit für den Konzernabschluss als Ganzes wie folgt fest:

Gesamtwesentlichkeit Konzern	€ 473.000 (2013: € 360.000).
Wie ermittelt?	1 % der Konzernumsatzerlöse (2013: 0,75 % der Konzernumsatzerlöse)
Grundlage für die verwendete Bezugsgröße	Wir haben diese Bezugsgröße, eine allgemein übliche Praxis bei Prüfungen, auf der Grundlage unserer Analyse der allgemeinen Informationsbedürfnisse von Adressaten des Abschlusses angewandt. Wir hatten auch in Erwägung gezogen, den Gewinn vor Steuern zur Bestimmung der Wesentlichkeit zu verwenden, allerdings schwankt dieser Wert in den letzten Jahren vornehmlich aufgrund von Veränderungen im Geschäftsverlauf und aufgrund der Ergebnisse einmaliger Aktivitäten. Daher glauben wir, dass die Konzernumsatzerlöse eine wichtige Kennzahl für den wirtschaftlichen Erfolg der Gesellschaft und die angemessenste Bezugsgröße zur Bestimmung der Wesentlichkeit sind. Da wir 2013 zum ersten Mal als Abschlussprüfer für die Gesellschaft tätig waren, haben wir für die Prüfung 2013 einen niedrigeren Prozentsatz angewandt, der unser vorläufiges Verständnis des Unternehmens widerspiegelte. Angesichts unserer Erfahrungen während der Prüfung sind wir überzeugt, dass ein Prozentsatz von 1 % für die Prüfung 2014 angemessen ist.

Außerdem berücksichtigen wir falsche Angaben und/oder mögliche falsche Angaben, die nach unserer Beurteilung aus qualitativen Gründen wesentlich sind.

Mit dem Aufsichtsrat wurde vereinbart, dass wir über anlässlich unserer Prüfung identifizierte falsche Angaben über einem Betrag von € 20.000 (2013: € 20.000) sowie falsche Angaben unterhalb dieses Betrags, die nach unserer Ansicht aus qualitativen Gründen eine Berichterstattung erforderten, berichten.

Umfang unserer Konzernabschlussprüfung

ad pepper media International N.V. steht an der Spitze einer Gruppe von Unternehmen. Die Finanzinformationen dieser Unternehmensgruppe sind im Konzernabschluss der ad pepper media International N.V. enthalten.

In Anbetracht unserer letztlichen Verantwortung für das Prüfungsurteil zum Konzernabschluss der Gesellschaft sind wir für die Ausrichtung, Überwachung und Durchführung der Konzernabschlussprüfung zuständig. In diesem Zusammenhang haben wir Art und Umfang der Prüfungshandlungen in Bezug auf Teilbereiche festgelegt, um sicherzustellen, dass unsere Arbeiten ausreichend waren, um ein Urteil über den Abschluss als Ganzes abzugeben. Bestimmungsfaktoren sind die geografische Struktur des Konzerns, die Bedeutsamkeit und/oder das Risikoprofil von Konzernunternehmen oder Aktivitäten des Konzerns, die Verfahren und Kontrollen innerhalb der Rechnungslegung und die Branche, in der sich der Konzern betätigt. Davon ausgehend haben wir Konzerngesellschaften ausgewählt, bei denen wir eine Prüfung oder prüfende Durchsicht von Finanzinformationen oder bestimmten Salden für notwendig erachteten.

Schwerpunkt der Konzernabschlussprüfung waren die aufgrund ihrer Bedeutsamkeit und ihres Risikoprofils ausgewählten bedeutenden Teilbereiche. Die vom Umfang unserer Prüfung erfassten Teilbereiche sind: ad pepper media international N.V. (Holdinggesellschaft in den Niederlanden), ad agents GmbH (Deutschland), ad pepper media GmbH (Deutschland), Globase International ApS (Dänemark), ad pepper media Denmark A/S (Dänemark), ad pepper media Spain S.A. (Spanien), ad pepper Media UK Ltd (Großbritannien), Webgains Ltd (Großbritannien), ad pepper media USA LLC (USA) und ad pepper media France S.A.R.L. (Frankreich).

Wo die Arbeiten durch Prüfer der Teilbereiche durchgeführt wurden, bestimmten wir, in welchem Maß wir bei denjenigen Prüfungshandlungen eingebunden werden, die wir für notwendig hielten, um festzustellen, ob ausreichende und angemessene Prüfungsnachweise als Grundlage für unser Prüfungsurteil über den Konzernabschluss als Ganzes eingeholt worden waren. Das Konzern-Prüfungsteam besucht die Standorte abwechselnd. Im Jahr 2014 wurden Standorte in Deutschland und Großbritannien besucht.

Konsolidierungen, zusätzliche Angaben in den Abschlüssen und eine Reihe komplexer Sachverhalte werden vom Konzern-Prüfungsteam am Hauptsitz geprüft.

Durch die obengenannten Prüfungshandlungen für Teilbereiche, in Kombination mit weiteren Prüfungshandlungen auf Konzernebene, haben wir ausreichende und angemessene Prüfungsnachweise in Bezug auf die Finanzinformationen des Konzerns als Ganzes erlangt, um die Grundlage für unser Prüfungsurteil zum Konzernabschluss bilden zu können.

Bedeutsame Prüfungssachverhalte

Bedeutsame Prüfungssachverhalte sind solche, die nach unserem pflichtgemäßen Ermessen bei der Prüfung des Konzernabschlusses von herausragender Bedeutung waren. Wir haben dem Aufsichtsrat einen bedeutsamen Prüfungssachverhalt mitgeteilt, es handelt sich hierbei aber nicht um eine umfassende Betrachtung aller Sachverhalte, die während unserer Prüfung identifiziert wurden und die wir erörtert haben. Wir haben unseren bedeutsamen Prüfungssachverhalt erläutert und eine Zusammenfassung der in Bezug auf diesen Sachverhalt durchgeführten Prüfungshandlungen beigefügt.

Den bedeutsamen Prüfungssachverhalt haben wir im Rahmen unserer Prüfung des Konzernabschlusses als Ganzes und bei der Bildung unserer zu diesem erteilten Prüfungsurteil berücksichtigt. Wir erteilen kein gesondertes Prüfungsurteil zu diesem Sachverhalt.

Bedeutsamer Prüfungssachverhalt

Prüfungsvorgehen hinsichtlich des Sachverhalts

Abhängigkeit von IT-Systemen

(siehe Abschnitt „Technologien und IT-Risiken“ im Risikobericht)

Umsatzerlöse werden in verschiedenen geografischen Regionen durch Einsatz komplexer IT-Systeme erfasst. Die Umsatzrealisation ist stark automatisiert und von der Konfiguration dieser Systeme abhängig. In Anbetracht der Bedeutung von Umsatzerlösen im Abschluss und der Abhängigkeit von IT-Systemen kann jedes Problem in Bezug auf die IT-Systeme zu einer wesentlichen falschen Angabe im Abschluss führen. Daher haben wir dies als wichtigen Sachverhalt für unsere Prüfung betrachtet.

Unsere Prüfungshandlungen in Bezug auf die IT-Systeme umfassten eine Validierung der Systemkonfiguration, Tests der Wirksamkeit allgemeiner IT- und Anwendungskontrollen, insbesondere der erlösbezogenen Kontrollen, sowie die Beurteilung der Kontinuität der IT-Systeme. Unsere Spezialisten für IT-Prüfungen waren auch in die Durchführung dieser Prüfungshandlungen einbezogen. Da jede interne Kontrolle, ob manuell oder automatisch, grundsätzlich ihre inhärenten Grenzen hat, haben wir neben den IT-Systemtests zusätzlich Einzelfallprüfungen an erlösbezogenen Transaktionen vorgenommen, indem wir die Transaktionen stichprobenartig den zugrundeliegenden Aufträgen, Bestellungen, Rechnungen und dem Systemprotokoll für Lieferungen und Zahlungen gegenüberstellten.

Konzernabschluss als Teil des (vollständigen) Abschlusses

Der gesetzlich vorgeschriebene Geschäftsbericht besteht aus dem Lagebericht, dem Konzernabschluss, dem Jahresabschluss der Gesellschaft und weiteren Informationen. Der Jahresabschluss der Gesellschaft ist in einem separaten Bericht enthalten. Für ein zutreffendes Verständnis der Finanzlage und des Jahresergebnisses, muss der Konzernabschluss in Verbindung mit dem Jahresabschluss der Gesellschaft betrachtet werden. Am 12. März 2015 erteilten wir einen separaten Vermerk zum Jahresabschluss der Gesellschaft.

Verantwortlichkeiten des Managements und des Aufsichtsrats

Das Management ist verantwortlich für:

- die Aufstellung des Konzernabschlusses und die Vermittlung eines den tatsächlichen Verhältnissen entsprechenden Bildes in Übereinstimmung mit den EU-IFRS und Teil 9 von Buch 2 des niederländischen BGB und, die Aufstellung des Lageberichts in Übereinstimmung mit Teil 9 von Buch 2 des niederländischen BGB, sowie für
- die internen Kontrollen, die vom Management für notwendig erachtet werden, um die Aufstellung eines Konzernabschlusses zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Angaben ist.

Im Rahmen der Aufstellung des Konzernabschlusses hat das Management die Fähigkeit des Unternehmens zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit beurteilen. Basierend auf dem genannten maßgebenden Regelwerk zur Rechnungslegung sollte das Management den Konzernabschluss auf der Grundlage der Annahme der Unternehmensfortführung aufstellen, es sei denn, das Management beabsichtigt entweder, das Unternehmen aufzulösen oder die Geschäftstätigkeit einzustellen, oder es besteht keine realistische Alternative dazu. Das Management sollte Ereignisse und Umstände, die die Fähigkeit des Unternehmens des Unternehmens zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit erheblich in Zweifel ziehen, im Konzernabschluss angeben.

Der Aufsichtsrat ist für die Aufsicht über den Rechnungslegungsprozess des Unternehmens verantwortlich.

Unsere Verantwortlichkeiten für die Prüfung des Konzernabschlusses

Unsere Aufgabe ist es, einen Prüfungsauftrag so zu planen und durchzuführen, dass wir ausreichende und angemessene Prüfungsnachweise als Grundlage für unser Prüfungsurteil erlangen. Unsere Prüfung wurde mit hoher, allerdings nicht absoluter Prüfungssicherheit durchgeführt, sodass wir möglicherweise nicht alle Unrichtigkeiten oder Verstöße erkannt haben.

Der Anhang zu unserem Vermerk enthält eine detailliertere Beschreibung unserer Verantwortung.

Bericht zu sonstigen gesetzlichen und aufsichtsbehördlichen Vorschriften

Unser Bericht zum Lagebericht und den sonstigen Informationen

Nach den gesetzlichen Vorschriften von Teil 9 von Buch 2 des niederländischen Zivilgesetzbuches (unsere Verpflichtung zur Berichterstattung über den Lagebericht und sonstige Informationen betreffend):

- haben wir als Ergebnis unserer Prüfung, ob der Lagebericht in Übereinstimmung mit Teil 9 Buch 2 dieses Zivilgesetzbuches erstellt und ob die laut Teil 9 von Buch 2 des niederländischen Zivilgesetzbuches geforderten Informationen beigefügt wurden, soweit wir dies beurteilen können, keine Mängel zu berichten;
- berichten wir, dass der Lagebericht, soweit wir dies beurteilen können, mit dem Konzernabschluss übereinstimmt.

Unsere Bestellung

Wir wurden am 1. April 2013 durch den Aufsichtsrat und anschließend durch einen Beschluss der Hauptversammlung vom 14. Mai 2013 zum Abschlussprüfer der ad pepper media International N.V. bestellt. Unsere Bestellung wurde jährlich von den Aktionären erneuert, sodass wir damit zwei aufeinanderfolgende Jahre zum Abschlussprüfer bestellt waren.

Utrecht, 12. März 2015
PricewaterhouseCoopers Accountants N.V.

Sign. Drs. J.W. Middelweerd RA

Anhang zu unserem Vermerk zum Konzernabschluss 2014 als unabhängiger Abschlussprüfer der ad pepper media International N.V.

Zusätzlich zu den in unserem Vermerk enthaltenen Ausführungen haben wir in diesem Anhang unsere Verantwortlichkeiten für die Prüfung des Konzernabschlusses weiter beschrieben und den Umfang einer Abschlussprüfung erläutert.

Verantwortlichkeiten des Abschlussprüfers für die Prüfung des Konzernabschlusses

Während der Abschlussprüfung haben wir in Übereinstimmung mit den niederländischen Prüfungsstandards sowie den beruflichen Verhaltensanforderungen und Unabhängigkeitsvorschriften pflichtgemäßes Ermessen ausgeübt und eine kritische Grundhaltung bewahrt. Unsere Zielsetzung ist es, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Konzernabschluss als Ganzes frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Angaben ist. Unsere Prüfung bestand unter anderem aus:

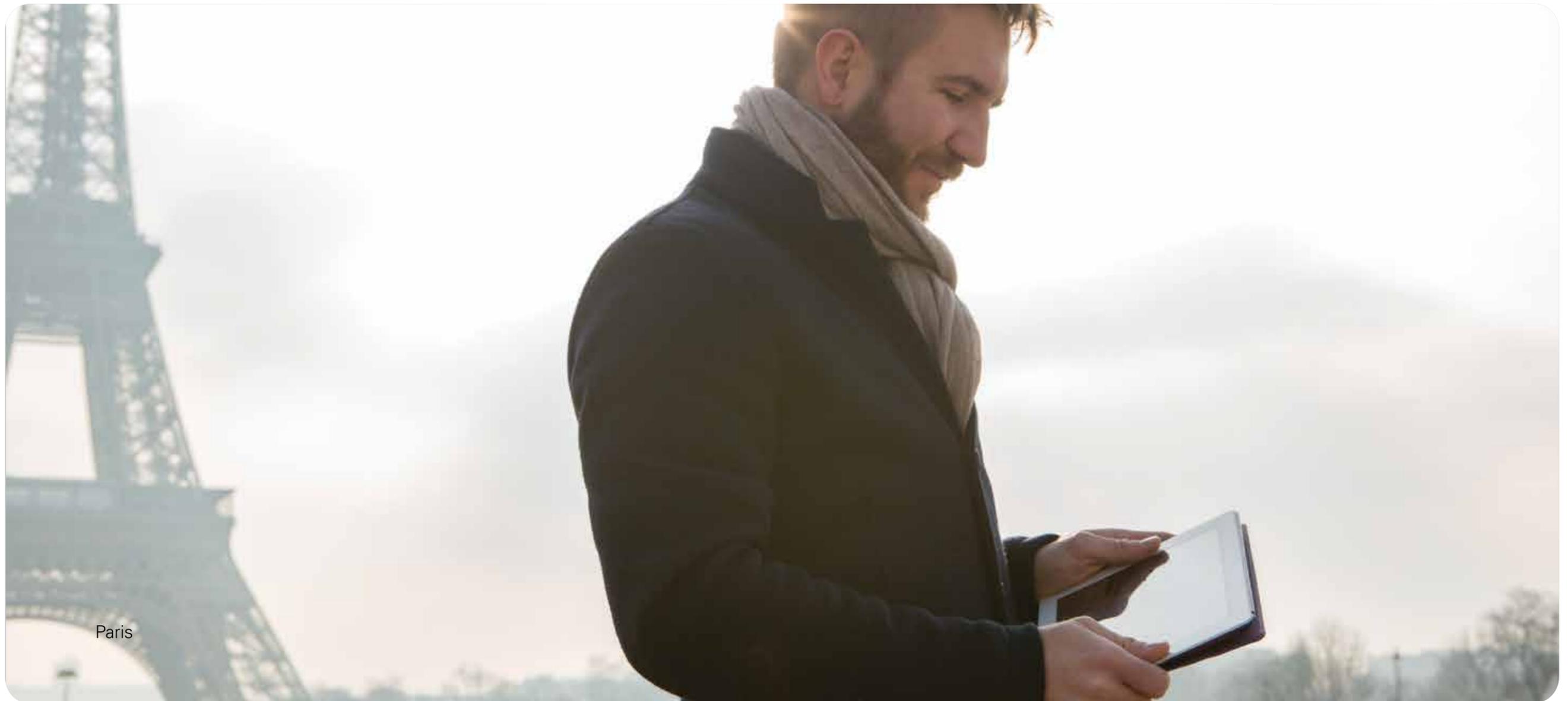
- Der Identifizierung und Beurteilung der Risiken wesentlicher – beabsichtigter oder unbeabsichtigter – falscher Angaben im Konzernabschluss, der auf diese Risiken ausgerichteten Ausgestaltung und Durchführung von Prüfungshandlungen sowie der Erlangung von Prüfungsnachweisen, die ausreichend und angemessen sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen. Das Risiko, dass eine aus einem Verstoß resultierende wesentliche falsche Angabe nicht aufgedeckt wird, ist höher als bei einer unbeabsichtigten wesentlichen falschen Angabe da Verstöße möglicherweise betrügerische mit geheimer Absprache, Fälschungen, absichtlichen Unvollständigkeiten, Falschdarstellungen oder dem Umgehen von internen Kontrollen einhergehen können.
- Der Erlangung eines Verständnisses der prüfungsrelevanten internen Kontrollen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Urteil über die Wirksamkeit der internen Kontrollen der Gesellschaft.
- Der Beurteilung der Angemessenheit der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der Vertretbarkeit der vom Management ermittelten Schätzwerte in der Rechnungslegung sowie der damit zusammenhängenden Abschlussangaben.
- Einer Schlussfolgerung in Bezug auf die Angemessenheit der Anwendung der Annahme der Unternehmensfortführung als Grundlage der Rechnungslegung durch das Management und, ausgehend von den erlangten Prüfungsnachweisen, der Schlussfolgerung, ob eine wesentliche Unsicherheit hinsichtlich Ereignissen und/oder Gegebenheiten besteht, die erhebliche Zweifel an der Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit aufwerfen könnte. Kommen wir zu der Schlussfolgerung, dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, sind wir verpflichtet in unserem Vermerk auf die betreffenden Angaben im Konzernabschluss aufmerksam zu machen oder, sofern diese Angaben unangemessen sind, unser Prüfungsurteil zu modifizieren. Unsere Schlussfolgerungen basieren auf den bis zum Datum unseres Vermerks erlangten Prüfungsnachweisen und werden innerhalb unseres Prüfungsurteils zum Konzernabschluss als Ganzes getroffen. Zukünftige Ereignisse oder Gegebenheiten können jedoch bewirken, dass die Fortführung der Unternehmenstätigkeit der Gesellschaft nicht mehr gegeben ist.

- Einer Beurteilung von Gesamtdarstellung, Aufbau und Inhalt des Konzernabschlusses einschließlich der damit zusammenhängenden Angaben, und einer Beurteilung, ob der Konzernabschluss die ihm zugrundeliegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse in zutreffender Weise zur Darstellung eines den tatsächlichen Verhältnissen entsprechenden Bildes wiedergibt.

Wir kommunizieren mit dem Aufsichtsrat unter anderem in Bezug auf den geplanten Umfang und die Zeitplanung der Abschlussprüfung sowie hinsichtlich bedeutsamer Prüfungssachverhalte und bedeutsamer Mängel bei internen Kontrollen, die wir während unserer Abschlussprüfung festgestellt haben. Wir geben gegenüber dem Aufsichtsrat eine Erklärung ab, dass wir die einschlägigen beruflichen Unabhängigkeitsanforderungen eingehalten haben, und teilen ihm sämtliche Beziehungen und sonstigen Sachverhalte, von denen grds. vermutet werden könnte, dass sie sich auf unsere Unabhängigkeit auswirken, sowie diesbezügliche gegebenenfalls getroffenen Schutzmaßnahmen, mit.

Aus den dem Aufsichtsrat mitgeteilten Sachverhalten bestimmen wir diejenigen, die bei der Prüfung des Konzernabschlusses der laufenden Periode von herausragender Bedeutung waren und somit die bedeutsamen Prüfungssachverhalte sind. Wir kommunizieren diese Sachverhalte in unserem Vermerk, es sei denn, die Kommunikation ist durch Gesetze oder andere Rechtsvorschriften ausgeschlossen, oder wenn in äußerst seltenen Fällen eine Nichtmitteilung des Sachverhalts im öffentlichen Interesse ist.

Auf einen Blick



Adressen

In diesen Ländern finden Sie ad pepper media Niederlassungen:

ad pepper media International N.V.

Office Nürnberg:
Frankenstraße 150 C
D-90461 Nürnberg
Tel.: +49 (0) 911 929057-0
Fax: +49 (0) 911 929057-157
info@adpepper.com

Office Hamburg:
Kampstraße 15
D-20357 Hamburg
Tel.: +49 (0) 40 6094300-0
Fax: +49 (0) 40 6094300-99
hamburg@adpepper.com

Office Amsterdam:
Prins Bernhardplein 200
NL-1097 JB Amsterdam
Tel.: +31 20 5214777
Fax: +31 20 5214888
info@adpepper.com

Postanschrift:
P.O. Box 990
NL-1000 AZ Amsterdam

Dänemark

Globase International ApS
Emdrupvej 28 A, 3.
DK-2100 Copenhagen
Tel.: +45 70 274306
Fax: +45 70 208387
globase@globase.com

Frankreich

Webgains c/o ad pepper media France S.A.R.L.
92 rue de Richelieu
F-75002 Paris
Tel.: +33 1 58562929
Fax: +33 1 58562928
salesfr@adpepper.com

Deutschland

ad pepper media GmbH
Office Nürnberg:
Frankenstraße 150 C
D-90461 Nürnberg
Tel.: +49 (0) 911 929057-0
Fax: +49 (0) 911 929057-157
nuremberg@adpepper.com

Office Hamburg:
Kampstraße 15
D-20357 Hamburg
Tel.: +49 (0) 40 6094300-0
Fax: +49 (0) 40 6094300-99
hamburg@adpepper.com

ad agents GmbH

Am Joachimsberg 10-12
D-71083 Herrenberg
Tel.: +49 (0) 7032 89585-00
Fax: +49 (0) 7032 89585-69
info@ad-agents.com

Spanien

ad pepper media Spain S.A.
C/Infanta Maria Teresa 4. L-4
ES-28016 Madrid
Tel.: +34 914 177450
Fax: +34 914 177456
madrid@adpepper.com

UK

ad pepper media UK Ltd
Ground Floor
20 Farringdon Road
London, EC1M 3HE
Tel.: +44 207 2691200
Fax: +44 207 2691201
london@adpepper.com

Webgains Ltd

Ground Floor
20 Farringdon Road
London, EC1M 3HE
Tel.: +44 207 2691230
Fax: +44 207 2691249
info@webgains.com

USA

Webgains c/o ad pepper media USA LLC
225 W 39th Street
6th Floor. Suite 600
USA-New York, NY 10018
Tel.: +1 212 3917317
Fax: +1 212 6866897
salesusa@adpepper.com

Termine und Kontakt

Unternehmenskalender

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

Finanzkalender

Jahresabschluss 2014	23. März 2015
Hauptversammlung 2015 (Amsterdam, Niederlande)	21. Mai 2015
Quartalsbericht I/2015	13. Mai 2014
Quartalsbericht II/2015	17. August 2014
Quartalsbericht III/2015	16. November 2014

Investorenkontakt

Dr. Jens Körner (CFO)
ad pepper media International N.V.
Frankenstraße 150 C
D-90461 Nürnberg
Tel.: +49 (0) 911 929057-0
Fax: +49 (0) 911 929057-157
ir@adpepper.com
www.adpeppergroup.com

Impressum

Verantwortlich:
ad pepper media International N.V.
Frankenstraße 150 C
D-90461 Nürnberg
Tel.: +49 (0) 911 929057-0
Fax: +49 (0) 911 929057-157
info@adpepper.com
www.adpeppergroup.com

Aktiengesellschaft (N.V.)
Sitz Amsterdam, Niederlande
Zweigniederlassung Nürnberg
Prime Standard, Frankfurt,
ISIN: NL0000238145
HRA Nürnberg 17591
Ust-ID-Nr: DE 210757424

Vorstand:
Dr. Ulrike Handel, CEO
Dr. Jens Körner, CFO

Disclaimer

Dieser Geschäftsbericht enthält zukunftsgerichtete Aussagen, die auf den gegenwärtigen Annahmen und Einschätzungen der Unternehmensleitung der ad pepper media International N.V. beruhen. Diese Aussagen sind nicht als Garantien dafür zu verstehen, dass sich diese Erwartungen auch als richtig erweisen. Die zukünftige Entwicklung sowie die von der ad pepper media International N.V. und ihren verbundenen Unternehmen tatsächlich erreichten Ergebnisse sind abhängig von einer Reihe von Risiken und Unsicherheiten und können daher wesentlich von den zukunftsbezogenen Aussagen abweichen. Verschiedene dieser Faktoren liegen außerhalb des Einflussbereichs von ad pepper media und können nicht präzise vorausgeschätzt werden, wie z. B. das künftige wirtschaftliche Umfeld sowie das Verhalten von Wettbewerbern und anderen Marktteilnehmern. Eine Aktualisierung der zukunftsbezogenen Aussagen ist weder geplant noch übernimmt die ad pepper media International N.V. hierzu eine gesonderte Verpflichtung.

Gern senden wir Ihnen den Geschäftsbericht 2014 bzw. den Konzernzwischenabschluss 2014 in Deutsch oder Englisch zu. Alternativ finden Sie unsere veröffentlichten Berichte als PDF-Datei auf www.adpeppergroup.com unter: Investor Relations/News & Publikationen/Berichte und Publikationen

Bildquellen:
<http://www.shutterstock.com>
<http://deutsch.istockphoto.com>
<http://www.unbuendiaenmadrid.com>
<http://de.wikipedia.org/wiki/Herrenberg>

