

Ausgewählte Konzernkennzahlen

	01.07.-30.09. 2014	01.07.-30.09. 2013	Veränderung	01.01.-30.09. 2014	01.01.-30.09. 2013	Veränderung
	TEUR	TEUR	Prozent	TEUR	TEUR	Prozent
Nettoumsatz	11.639	11.290	3,1	33.890	36.434	-7,0
Bruttomarge	4.098	4.695	-12,7	11.958	15.792	-24,3
EBIT	-655	-371	76,5	-2.896	-1.085	>100,0
Periodenergebnis	-606	327	<-100,0	-2.426	-303	>100,0
Ergebnis pro Aktie in EUR (unverwässert)	-0,03	0,01	<-100,0	-0,12	-0,02	>100,0
				30.09.2014	30.09.2013	Veränderung
				TEUR	TEUR	Prozent
Liquide Mittel*				18.788	14.455	30,0
Eigenkapital				22.694	18.381	23,5
Bilanzsumme				33.401	27.933	19,6
Anzahl der Mitarbeiter				234	266	-12,0

* einschließlich Wertpapierbestände zum beizulegenden Zeitwert

6 Die ad pepper media-Aktie**8 Konzernzwischenlagebericht**

- 8 Struktur der ad pepper media-Gruppe
- 10 Allgemeine Informationen zum Lagebericht
- 12 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
- 14 News
- 16 Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage
- 20 Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten
- 21 Mitarbeiter
- 22 Risiko- und Chancenbericht
- 23 Prognosebericht

24 Konzernzwischenabschluss

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

56 Weitere Informationen

- 56 Finanzkalender
- 56 Kontakt/Impressum

Die ad pepper media-Aktie

Stammdaten der ad pepper media-Aktie

Wertpapierkennnummer (WKN)	940883
ISIN	NL0000238145
Aktienart	Inhaber-Stammaktien
Börsensegment (Frankfurter Börse)	Prime Standard
Börsengang	09.10.2000
Designated Sponsor	Equinet
Grundkapital in EUR	1.150.000
Anzahl Aktien	23.000.000
Sektor	Werbung

Kennzahlen der ad pepper media-Aktie

	Q1-Q3 2014	Q1-Q3 2013
XETRA Schlusskurs am Periodenende in EUR	0,89	0,85
Höchstkurs in EUR	1,04	1,05
Tiefstkurs in EUR	0,86	0,79
Marktkapitalisierung am Periodenende in EUR	20,1 Mio.	19,6 Mio.
Durchschnittliches Handels- volumen pro Tag in Stück (XETRA)	22.345	26.309
Ergebnis je Aktie (unverwässert) in EUR	-0,12	-0,02
Net Cash per Share* in EUR	0,82	0,63

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

Aktienkursentwicklung der letzten 12 Monate (Xetra)



Aktionärsstruktur per 30. September 2014

Aktionär	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	58,90
Freefloat	9.454.504	41,10
Summe	23.000.000	100,00

** Am 18. März 2014 wurde uns eine im Sinne der holländischen WFT meldepflichtige Transaktion von Herrn Dieter Koppitz bekannt, wonach sein Stimmrechtsanteil an der ad pepper media International N.V., Amsterdam, Niederlande, ISIN: NL0000238145, WKN: 940883 am 17. Februar 2014 die Schwelle von 3 Prozent der Stimmrechte überschritten hat und nunmehr 3,0406 Prozent (das entspricht 699.338 Stimmrechten) beträgt.

Struktur der ad pepper media-Gruppe

Die ad pepper media-Gruppe ist eines der führenden unabhängigen Vermarktungsnetzwerke und Anbieter richtungsweisender Branchentechnologien im Bereich Online-Werbung. ad pepper media International N.V. mit Sitz in Amsterdam, Niederlande, ist die zentrale Management- und Holdinggesellschaft für die Unternehmen der ad pepper media-Gruppe. Mit zehn Gesellschaften in sechs europäischen Ländern und den USA wickelt ad pepper media für Tausende von nationalen und internationalen Werbekunden Kampagnen in derzeit mehr als 50 Ländern weltweit ab. Wir sind mit drei Geschäftsbereichen im Online-Werbemarkt aktiv: ad pepper media, Webgains und ad agents.

ad pepper media

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

iSense gibt Werbungtreibenden und Publishern eine revolutionäre semantische Targeting-Technologie an die Hand, mit der Werbung zielgerichtet für jede Website im relevanten Themenumfeld platziert werden kann. Der Kern dieser Technologie besteht aus der patentierten „Sense Engine™“ und ist das Ergebnis zehnjähriger Forschung und Entwicklung von Prof. Dr. David Crystal, einem der führenden Linguistikexperten weltweit. Weiterhin bietet die Technologie Werbekunden höchste Sicherheit für ihre Marke, da die Werbeauslieferung in schädlichen Themenumfeldern blockiert wird. **iLead** ist die ideale Lösung für Werbungtreibende, die ihre Kundendatenbank erweitern und aufbauen wollen. Potenzielle Neukunden, die bereits Interesse für die vom Werbekunden angebotenen Produkte und Dienstleistungen gezeigt und einer Ansprache zugestimmt haben, werden über Telefon, E-Mail oder per Post kontaktiert.

iClick ist die erfolgsabhängige Marketinglösung von ad pepper media, die Werbungtreibenden auf effiziente und messbare Weise

qualifizierte Internet-User auf ihre Website bringt.

mailpepper bietet die Möglichkeit, via E-Mail-Versand schnell und effektiv breite oder auch sehr spezielle Zielgruppen direkt anzusprechen, die einer Kontaktaufnahme durch ad pepper media oder den Werbungtreibenden explizit zugestimmt haben.

Webgains

ist eines der führenden internationalen Affiliate-Netzwerke mit Niederlassungen in Großbritannien, Frankreich, Deutschland, Spanien und den USA. Das Erreichen großer Reichweite über eine Vielzahl von Websites bei gleichzeitig erfolgsabhängiger Bezahlung macht Affiliate-Marketing für alle Teilnehmer so attraktiv. Affiliate-Marketing ist ein provisions-basiertes Werbemodell, wobei Websitebetreiber (Affiliates) Internet-Traffic auf Seiten von Werbungtreibenden (Merchant) lenken und im Gegenzug hierfür einen Prozentsatz des dort getätigten Kaufumsatzes erhalten. Webgains überzeugt dabei nicht nur durch herausragenden Service, sondern hat in den letzten Jahren auch die Führung hinsichtlich technologischer Neuerungen der Plattform übernommen, wie beispielsweise dem Voucher Management Tool, Multiple Datafeeds, Page Peel und Mobile Tracking.

ad agents

ist auf Suchmaschinenmarketing (SEM), Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Performance-Marketing spezialisiert. ad agents berät bekannte Unternehmen aus dem Versandhandel, der Reisebranche sowie zahlreichen anderen Sektoren, die bereits über eine ausgereifte E-Commerce-Strategie verfügen und Waren und/oder Dienstleistungen über ihre Websites bzw. Web-Shops anbieten. ad agents hilft seinen Kunden dabei, schnell und zielsicher auf allen gängigen Suchmaschinen gefunden zu werden und die Suchergebnisse in erfolgreiche Transaktionen umzuwandeln. Die ad pepper media International N.V. hält einen Anteil von 60 Prozent an ad agents.

Allgemeine Informationen zum Lagebericht

Begriffsdefinition

Sofern in diesem Lagebericht von „ad pepper media International N.V.“, „ad pepper media“, „ad pepper media-Gruppe“ oder die „Gruppe“ die Rede ist, ist stets der ad pepper media-Konzern gemeint.

Vorausschauende Aussagen

Dieser Lagebericht enthält vorausschauende Aussagen und Informationen, die auf den Ansichten und Annahmen der Geschäftsleitung beruhen. Diese stützen sich ihrerseits auf die Informationen, die der Geschäftsleitung gegenwärtig zur Verfügung stehen. Solche zukunftsbezogenen Aussagen resultieren aus unseren aktuellen Erwartungen, Annahmen und Prognosen im Hinblick auf zukünftige Umstände und Ereignisse. Folglich unterliegen diese vorausschauenden Aussagen und Informationen verschiedenen Risiken und Unsicherheiten, von denen viele außerhalb unseres Einflussbereichs liegen. Sollten eines oder mehrere dieser Risiken und Unsicherheiten eintreten oder sollten sich die Annahmen der Geschäftsleitung als unrichtig erweisen, könnten unsere tatsächlichen Ergebnisse erheblich von den Erwartungen abweichen, die in den vorausschauenden Aussagen und Informationen beschrieben sind oder die sich daraus ableiten lassen. Die betreffenden Risiken und Unsicherheiten sind im Risikobericht des Geschäftsberichtes 2013 beschrieben.

Wörter wie „erwarten“, „glauben“, „rechnen mit“, „fortführen“, „schätzen“, „voraussagen“, „beabsichtigen“, „zuversichtlich sein“, „davon ausgehen“, „planen“, „vorhersagen“, „sollen“, „sollten“, „können“, „könnten“, „werden“, „Ausblick“, „voraussichtliche Entwicklung“ und „Ziele“ sowie ähnliche Begriffe in Bezug auf ad pepper media sollen solche vorausschauenden Aussagen anzeigen. Dem Leser wird empfohlen, diesen Aussagen kein unangemessen hohes Vertrauen zu schenken. Abgesehen von rechtlichen Veröffentlichungspflichten übernehmen wir keine Verpflichtung gegenüber der Öffentlichkeit, vorausschauende Aussagen aufgrund neuer Informationen oder Umstände, die sich nach dem Datum der

Veröffentlichung ergeben, aufgrund künftiger Ereignisse oder aus anderen Gründen zu aktualisieren oder zu korrigieren.

Unternehmensinternes Steuerungssystem

Zur Steuerung und Überwachung der Entwicklung der einzelnen Tochtergesellschaften analysiert ad pepper media unter anderem monatlich deren Umsatz und Ergebnisse (EBIT, EBITDA, Bruttomarge) und vergleicht diese Kennzahlen mit der ursprünglichen Planung. Zusätzlich werden weitere Key Performance Indicators erhoben und innerhalb aller operativen Gesellschaften der ad pepper media-Gruppe zur Steuerung eingesetzt. Auch werden zur Unternehmenssteuerung regelmäßig externe Indikatoren herangezogen. Zudem finden wöchentliche Jour fixes sowie regelmäßig Gesellschafterversammlungen mit den einzelnen Tochtergesellschaften statt.

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Welt/Europa/Deutschland

Der Internationale Währungsfond (IWF) konstatiert in seinem jüngsten Bericht, dass die Risiken für die Weltkonjunktur in den vergangenen Monaten wieder größer geworden sind. Die Wachstumsprognose für dieses Jahr korrigierte der IWF im neuen Weltwirtschaftsausblick erneut nach unten. Statt wie im April mit 3,7 Prozent rechnet er für dieses Jahr nun nur noch mit 3,3 Prozent Wachstum der Weltwirtschaft. Im Jahr 2015 soll sie mit 3,8 Prozent wieder etwas stärker wachsen; allerdings liegt auch dieser Wert unter der Prognose aus dem April. Damit musste der IWF zum wiederholten Male in Folge seine Erwartungen reduzieren. Auch die Schätzung für das Wachstum in Deutschland fällt schwächer aus als bisher. Der IWF rechnet nur noch mit einem Wirtschaftswachstum in diesem Jahr von 1,4 Prozent und im nächsten Jahr von 1,5 Prozent - das ist für 2014 eine Absenkung um einen halben Prozentpunkt und für 2015 um 0,2 Prozentpunkte.

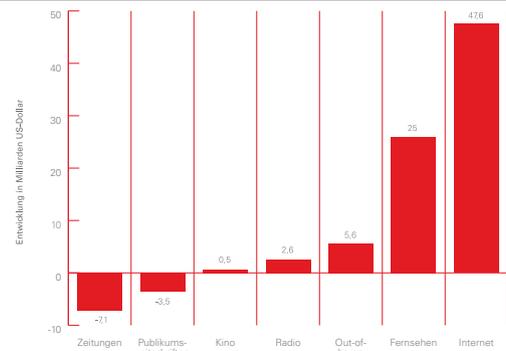
Für den Ausblick nennt der Bericht folgende Hauptgründe: Zum einen bestehe in der Eurozone die Gefahr einer Stagnation statt des erhofften Aufschwungs nach der jahrelangen Wirtschaftskrise. In diesem Jahr werde der gemeinsame Währungsraum um 0,8 Prozent und im kommenden Jahr mit 1,3 Prozent wachsen. Beide Werte wurden deutlich gesenkt. Darüber hinaus könnten dem IWF zufolge geopolitische Krisen wie in der Ukraine oder in Nahost weit über die betroffenen Gebiete hinaus ökonomischen Schaden anrichten, etwa durch steigende Energiepreise. Schließlich weist der IWF erneut auf den Umstand hin, dass es in zahlreichen Nationen den dringenden Bedarf an Strukturreformen gebe. Die Spätfolgen der großen Rezession vor rund sechs Jahren seien demzufolge hartnäckiger als bislang gedacht.

Werbemarkt

Im aktuellen Report des Online-Vermarkterkreises (OVK) im BVDW (Bundesverband Digitale Wirtschaft e.V.) vom 10. September 2014 weisen der BVDW und der OVK eine erweiterte Abbildung des digitalen Werbemarktes und seiner Position im Gesamtwerbemarkt aus. Der deutsche Markt trägt diesen Entwicklungen Rechnung: Die Netto-Werbeinvestitionen in digitaler Display-Werbung (Online und Mobile) und Suchwortvermarktung erzielen inzwischen einen Anteil von über 25,5 Prozent an den Gesamtwerbeausgaben. Damit setzt sich das Internet weiter von den Tageszeitungen (20,2 Prozent) und Publikumszeitschriften (8,5 Prozent) ab und holt beständig zu TV (28,4 Prozent) auf.*

Dieser Trend wird sich laut Prognosen auch zukünftig verstärken. Die Prognose zur Entwicklung der Werbeumsätze weltweit in den einzelnen Mediengattungen bis einschließlich 2015 zeigt ebenfalls auf, dass digitales Marketing bis 2015 noch weiter auf dem Vormarsch ist und prognostiziert für das Internet in 2015 einen Gesamtanteil von 47,6 Prozent bei den Werbeumsätzen weltweit.**

Prognose zur Entwicklung der Werbeumsätze weltweit in den einzelnen Mediengattungen von 2012 bis 2015 (in Milliarden US-Dollar)



Quelle: ZenithOptimedia, © Statista 2014

* Quelle: OVK Online-Report 2014/02
 ** Quelle: Statista 2014, ZenithOptimedia

News

ad pepper media International N.V. verkauft mediasquares an Ströer Digital Media GmbH

ad pepper media International N.V. veräußert ihr Vermarktungsgeschäft an Ströer Digital Media und vereinbart eine enge Zusammenarbeit zur gemeinsamen Nutzung der Daten. Der Weg zu einer der führenden Performance-Marketing-Gruppe wird damit konsequent weiterverfolgt.

Unsere Kundenevents zur dmexco 2014

Mit über 300 Gästen veranstalteten die Geschäftsbereiche ad agents, ad pepper media und Webgains für Kunden und Geschäftspartner einen erfolgreichen Vorabendevent zur Einstimmung auf die dmexco.

Für Sichtbarkeit fürs Messepublikum von ad agents, ad pepper media und Webgains wurde am Abend des ersten Messtages im Rahmen eines Sponsorings auf der Rockstars Aftershow-Party gesorgt.

Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Ertragslage

ad pepper media International N.V. konnte in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres einen Umsatz in Höhe von TEUR 33.890 erzielen. Dies entspricht einem Minus gegenüber der entsprechenden Vorjahresperiode um 7,0 Prozent (Q1-Q3 2013: TEUR 36.434). Während das Segment Webgains um TEUR 3.798 auf TEUR 21.487 bzw. 21,5 Prozent gewachsen ist, musste das Segment ad pepper media einen Umsatzrückgang von TEUR 6.305 (-46,4 Prozent) auf TEUR 7.279 hinnehmen. Die Umsätze des Segments ad agents befinden sich mit TEUR 5.124 auf Vorjahresniveau (Q1-Q3 2013: TEUR 5.161). Die Umsatzeinbußen im Bereich ad pepper media sind – trotz einer erfreulicheren Entwicklung im dritten Quartal – insbesondere auf einen unter den Erwartungen gebliebenen Verlauf des operativen Geschäfts in Deutschland zurückzuführen, während sich Spanien und Großbritannien erfreulich entwickelten. In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass die Umsätze des Vorjahreszeitraumes noch Anteile von zwischenzeitlich veräußerten und/oder eingestellten Aktivitäten enthalten (Emediate ApS, Crystal Semantics Ltd, ad pepper media BeNeLux B.V.). Auf vergleichbarer Basis, also ohne diesen Effekt, hätte die Gruppe in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2014 ein Umsatzplus von 5,7 Prozent verzeichnet, das Umsatzminus des Segments ad pepper media hätte bei 20,9 Prozent gelegen. Im dritten Quartal verzeichnete das Segment ad pepper media auf vergleichbarer Basis ebenfalls ein Umsatzplus und konnte um TEUR 277 bzw. 11,5 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal zulegen.

Das Bruttoergebnis, unsere eigentliche Kenn- und Steuerungsgröße, verzeichnete ebenfalls einen signifikanten Rückgang um TEUR 3.834 auf TEUR 11.958 bzw. um 24,3 Prozent. Die Bruttomarge, ausgedrückt in Relation zum Umsatz, reduzierte sich von 43,3 Prozent auf 35,3 Prozent. Hauptgrund für den starken Rückgang sind die bereits oben erwähnten in 2013 veräußerten bzw. eingestellten Aktivitäten der ad pepper media-Gruppe, die, sofern

man diese Effekte neutralisierte, zu einem bereinigten Minus des Bruttoergebnisses von 2,2 Prozent geführt hätten. Dieser „pro forma“ Rückgang der Bruttomarge ist wiederum – analog zur Umsatzentwicklung – im Wesentlichen auf ein unter den Erwartungen gebliebenes Geschäft des Segments ad pepper media in Deutschland während der ersten neun Monaten des Geschäftsjahres zurückzuführen. Gruppenweit betrug das Bruttoergebnis auf bereinigter Basis im dritten Quartal TEUR 4.098 (Q3 2013: TEUR 3.522), was einem Plus von 16,3 Prozent entspricht. Die operativen Kosten sanken deutlich um 12,0 Prozent bzw. TEUR 2.024 auf TEUR 14.854. Die Kostenreduktion ist im Wesentlichen auf die bereits erwähnten Entkonsolidierungseffekte zurückzuführen.

Mit Blick auf den gesamten Neunmonatszeitraum lagen aufgrund des im Vergleich zur Kostenreduzierung überproportionalen Rückganges des Bruttoergebnisses sämtliche Profitabilitätskennziffern unterhalb des entsprechenden Vorjahresniveaus. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) betrug für die ersten neun Monate 2014 TEUR -2.743 (Q1-Q3 2013: TEUR -871). Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) betrug TEUR -2.896 nach TEUR -1.085 im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Das Ergebnis vor Steuern (EBT) betrug in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres TEUR -2.445 (Q1-Q3 2013: TEUR -803). Das Periodenergebnis betrug TEUR -2.426 (Q1-Q3 2013: TEUR -303).

Finanzlage

Der Brutto Cash-Flow betrug TEUR -2.997 (Q1-Q3 2013: TEUR -1.069), während für den operativen Cash-Flow ein Wert von TEUR -3.387 nach TEUR -2.671 in den ersten neun Monaten des Jahres 2013 verzeichnet wurde. Der Netto-Cash-Flow aus Investitionstätigkeit betrug im Neunmonatszeitraum 2014 TEUR 3.428 (Q1-Q3 2013: TEUR -193). Der Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit betrug in den ersten neun Monaten 2014 TEUR 0 nach TEUR -95 im entsprechenden Zeitraum des Vorjahres.

Vermögenslage

Die Bilanzsumme hat sich gegenüber dem 31. Dezember 2013 um TEUR 2.861 auf TEUR 33.401 reduziert. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sanken dabei auf TEUR 6.331 (31. Dezember 2013: TEUR 7.071). Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sanken auf TEUR 7.766 (31. Dezember 2013: TEUR 7.962). Die liquiden Mittel (einschließlich Wertpapierbeständen zum beizulegenden Zeitwert) reduzierten sich gegenüber dem Stand zum 31. Dezember 2013 um TEUR 2.914 auf TEUR 18.788 (31. Dezember 2013: TEUR 21.702). Gegenüber dem 30. Juni 2014 veränderten sich die liquiden Mittel nur geringfügig (30. Juni 2013: TEUR 19.220). Hierfür war u.a. der Mittelzufluss aus dem Verkauf von mediasquares an Ströer Digital Media verantwortlich. Zusätzlich hält ad pepper media 1.759.292 eigene Aktien. Bankverbindlichkeiten bestehen weiterhin nicht. Die Eigenkapitalquote beträgt 67,9 Prozent (31. Dezember 2013: 67,8 Prozent).

Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten

Schwerpunkt der Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten liegt in der ad pepper media International N.V. selbst (am Standort Hamburg). Hier wird ein bedeutender Teil der Entwicklungen für das Admin- und das ad pepper media-Segment entweder selbst erstellt oder begleitend beauftragt. Im Segment Webgains finden die Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten dezentral innerhalb der Webgains Ltd statt.

Mitarbeiter

Per 30. September 2014 beschäftigte die ad pepper media-Gruppe 234 Mitarbeiter. Zum Ende des entsprechenden Vorjahreszeitraumes waren insgesamt 266 Mitarbeiter beschäftigt. Die Mitarbeiter der ad pepper media-Gruppe waren in folgenden Segmenten beschäftigt:

	30. September 2014	30. September 2013
	Anzahl	Anzahl
ad pepper media	66	106
Webgains	92	90
ad agents	57	53
Administration	19	17

Risiko- und Chancenbericht

Gegenüber dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2013 hat sich keine wesentliche Veränderung der Chancen- und Risikosituation von ad pepper media International N.V. ergeben. Wir verweisen insoweit auf die Darstellung im Lagebericht für das Geschäftsjahr 2013.

Prognosebericht

Die Entwicklung des operativen Geschäfts der ad pepper media-Gruppe blieb während der ersten neun Monate des Geschäftsjahres unter den eigenen Erwartungen. Zwar konnten im abgelaufenen dritten Quartal die Verluste deutlich reduziert werden; allerdings war das Ergebnis maßgeblich beeinflusst durch Einmaleffekte aus dem Verkauf von mediasquares. Für das vor uns liegende Schlussquartal, welches traditionell das stärkste des Geschäftsjahres ist, sind wir bzgl. Umsatz- und Margenentwicklung vorsichtig optimistisch. Gleichzeitig unterziehen wir uns einem kontinuierlichen Kosteneffizienzprogramm, welches ggf. Restrukturierungsaufwendungen im vierten Quartal erforderlich machen könnte. Insgesamt sind wir somit zuversichtlich, dass wir den im dritten Quartal begonnenen Aufwärtstrend hinsichtlich unserer Profitabilitätskennziffern fortsetzen können. Nennenswerte Umsätze aus neuen, im Bereich datengetriebene Geschäftsmodelle angesiedelter Produktinitiativen erwarten wir dagegen erst ab dem ersten Quartal 2015.

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (IFRS)

	Q3 2014	Q3 2013	01.01.2014- 30.09.2014	01.01.2013- 30.09.2013
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Umsatzerlöse	11.639	11.290	33.890	36.434
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	-7.541	-6.595	-21.932	-20.642
Bruttoergebnis vom Umsatz	4.098	4.695	11.958	15.792
Vertriebskosten	-3.162	-3.494	-9.513	-11.232
Allgemeine und Verwaltungskosten	-1.984	-2.232	-5.806	-6.705
Sonstige betriebliche Erträge	676	649	1.201	1.214
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-283	-248	-736	-512
Gewinn aus der Veräußerung von Anteilen an assoziierten Unternehmen und sonstigen Beteiligungen	0	259	0	358
Ergebnis vor Zinsen und Steuern	-655	-371	-2.896	-1.085
Finanzerträge	76	118	556	338
Finanzaufwendungen	-53	-10	-105	-56
Ergebnis vor Steuern	-632	-263	-2.445	-803
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	26	590	19	500
Periodenergebnis	-606	327	-2.426	-303
davon entfallen auf Anteilseigner des Mutterunternehmens	-612	296	-2.468	-399
davon entfallen auf nicht beherrschende Anteile	6	31	42	96
Ergebnis je Aktie (unverwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)	-0,03	0,01	-0,12	-0,02
Ergebnis je Aktie (verwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)	-0,03	0,01	-0,12	-0,02
	Q3 2014	Q3 2013	01.01.2014- 30.09.2014	01.01.2013- 30.09.2013
	Stück	Stück	Stück	Stück
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	21.240.708	21.240.708	21.240.708	21.240.708
Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (verwässert)	21.360.608	21.272.996	21.295.389	21.240.708

Konzern-Gesamterfolgsrechnung (IFRS)

	Q3 2014	Q3 2013	01.01.2014- 30.09.2014	01.01.2013- 30.09.2013
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Periodenergebnis	-606	327	-2.426	-303
Posten, die anschließend möglicherweise in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden:				
Unterschiede aus der Währungsumrechnung (inkl. nicht beherrschender Anteile)	-4	39	23	-1
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	-188	358	64	419
Realisierte Gewinne/Verluste aus von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	48	0	-195	0
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen in Eigenkapitalinstrumente	469	-150	521	-97
Direkt im Eigenkapital verrechnete Ertragsteuern	0	0	0	0
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen nach Ertragsteuern	325	247	413	321
Gesamterfolg	-281	574	-2.013	18
davon auf nicht beherrschende Anteile entfallend	6	31	42	96
davon auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallend	-287	543	-2.055	-78

Angaben zu erfolgsneutralen Sachverhalten in der Gesamterfolgsrechnung

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

	Q3 2014			Q3 2013			01.01.2014-30.09.2014			01.01.2013-30.09.2013		
	TEUR			TEUR			TEUR			TEUR		
	vor Ertragsteuern	Ertragsteuern	nach Ertragsteuern	vor Ertragsteuern	Ertragsteuern	nach Ertragsteuern	vor Ertragsteuern	Ertragsteuern	nach Ertragsteuern	vor Ertragsteuern	Ertragsteuern	nach Ertragsteuern
Unterschiede aus der Währungsumrechnung (inkl. nicht beherrschender Anteile)	-4	0	-4	39	0	39	23	0	23	-1	0	-1
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	-188	0	-188	358	0	358	64	0	64	419	0	419
Realisierte Gewinne/Verluste aus von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	48	0	48	0	0	0	-195	0	-195	0	0	0
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen in Eigenkapitalinstrument	469	0	469	-150	0	-150	521	0	521	-97	0	-97
Im Eigenkapital direkt erfasste Wertänderungen	325	0	325	247	0	247	413	0	413	321	0	321

Konzern-Bilanz (IFRS)

Aktiva	30. September 2014	31. Dezember 2013
	TEUR	TEUR
Langfristige Vermögenswerte		
Firmenwerte	24	24
Immaterielle Vermögenswerte	317	261
Sachanlagen	228	221
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Wertpapiere des Anlagevermögens	3.373	3.490
Zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere des Anlagevermögens	2.465	5.326
Zur Veräußerung verfügbare Beteiligungen in Eigenkapitalinstrumente	5.220	4.503
Andere finanzielle Vermögenswerte	1.480	1.630
Latente Steuern	35	35
Summe langfristige Vermögenswerte	13.142	15.490
Kurzfristige Vermögenswerte		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	6.331	7.071
Forderungen aus Ertragsteuern	329	187
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögenswerte	462	428
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	187	200
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	12.950	12.886
Summe kurzfristige Vermögenswerte	20.259	20.772
Aktiva, gesamt	33.401	36.262

Passiva	30. September 2014	31. Dezember 2013
	TEUR	TEUR
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital*	1.150	1.150
Kapitalrücklage	66.336	66.254
Eigene Anteile	-3.281	-3.281
Bilanzverlust	-43.254	-40.786
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	1.415	1.002
Summe	22.366	24.339
Nicht beherrschende Anteile	328	236
Summe Eigenkapital	22.694	24.575
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	7.766	7.962
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	600	721
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2.274	2.869
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	67	135
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten	10.707	11.687
Summe Verbindlichkeiten	10.707	11.687
Passiva, gesamt	33.401	36.262

* Das gezeichnete Kapital besteht aus Stückaktien mit einem Nennwert von je EUR 0,05. Das genehmigte Kapital beträgt 23.429.708 Aktien, wovon 23.000.000 begeben sind und sich am 30. September 2014 21.240.708 (31. Dezember 2013: 21.240.708) Aktien im Umlauf befanden.

Konzern-Kapitalflussrechnung (IFRS)

	01.01.2014-30.09.2014	01.01.2013-30.09.2013
	TEUR	TEUR
Periodenergebnis	-2.426	-303
Überleitung zwischen Periodenergebnis und Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit		
Abschreibungen	154	214
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Gegenständen des Anlagevermögens	-403	11
Aktienbasierte Vergütung	82	13
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Wertpapieren	-294	-155
Andere Finanzerträge und Finanzaufwendungen	-157	-127
Steuerergebnis	-19	-500
Gewinn aus der Veräußerung von Anteilen an assoziierten Unternehmen und von sonstigen Beteiligungen	0	-358
Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge	66	136
Brutto Cash-Flow	-2.997	-1.069
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	489	2.293
Veränderung anderer Aktiva	-88	-114
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-11	-1.961
Veränderung anderer Verbindlichkeiten	-721	-2.261
Vereinnahmte Ertragsteuern	0	686
Gezahlte Ertragsteuern	-184	-308
Vereinnahmte Zinsen	240	273
Gezahlte Zinsen	-115	-210
Netto Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit	-3.387	-2.671

	01.01.2014-30.09.2014	01.01.2013-30.09.2013
	TEUR	TEUR
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	-232	-197
Erlöse aus dem Abgang von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	418	0
Auszahlungen für die Gewährung von Darlehen	0	-50
Einzahlungen für die Veräußerung von sonstigen Beteiligungen	0	523
Einzahlungen aus Transaktionen mit nicht beherrschenden Anteilen	50	0
Einzahlungen aus der Tilgung gewährter Darlehen	46	563
Erlöse aus dem Verkauf/der Fälligkeit von Wertpapieren	10.122	9.822
Erwerb von Wertpapieren	-6.976	-10.854
Netto Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	3.428	-193
Ausschüttung an nicht beherrschende Anteile	0	-95
Netto Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	0	-95
Einfluss von Wechselkursänderungen auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	23	-1
Zahlungswirksame Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	41	-2.959
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres	12.886	12.587
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode	12.950	9.627

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung (IFRS)

	Stand 1. Januar 2013	Gesamt- erfolg	Aktien- basierte Vergü- tung	Erwerb eigener Anteile	Ausgabe eigener Anteile	Divi- denden	Transakti- onen mit nicht beherr- schenden Anteilen	Stand 30. Sep- tember 2013
Gezeichnetes Kapital								
Anzahl der Aktien	23.000.000							23.000.000
Gezeichnetes Kapital (TEUR)	1.150							1.150
Kapitalrücklage								
für Aktienoptionsprogramme (TEUR)	2.421		13					2.434
aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V. (TEUR)	63.782							63.782
Eigene Anteile								
Anzahl der Aktien	1.759.292							1.759.292
Rückkaufswert (TEUR)	-3.281							-3.281
Bilanzverlust (TEUR)	-45.754	-399						-46.153
Kumuliertes sonstiges Ergebnis								
Währungsdifferenzen (TEUR)	-1.384	-1						-1.385
Unrealisierte Gewinne/(Verluste) aus zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren (TEUR)	-2.028	419						-1.609
Unrealisierte Gewinne/(Verluste) aus zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen in Eigenkapitalinstrumente (TEUR)	3.274	-97						3.177
Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)	18.180	-78	13	0	0	0	0	18.115
Nicht beherrschende Anteile (TEUR)	265	96				-95		266
Eigenkapital (TEUR)	18.445	18	13	0	0	-95	0	18.381

	Stand 1. Januar 2014	Gesamt- erfolg	Aktien- basierte Vergü- tung	Erwerb eigener Anteile	Ausgabe eigener Anteile	Divi- denden	Transakti- onen mit nicht beherr- schenden Anteilen	Stand 30. Sep- tember 2014
Gezeichnetes Kapital								
Anzahl der Aktien	23.000.000							23.000.000
Gezeichnetes Kapital (TEUR)	1.150							1.150
Kapitalrücklage								
für Aktienoptionsprogramme (TEUR)	2.472		82					2.554
aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V. (TEUR)	63.782							63.782
Eigene Anteile								
Anzahl der Aktien	1.759.292							1.759.292
Rückkaufswert (TEUR)	-3.281							-3.281
Bilanzverlust (TEUR)	-40.786	-2.468						-43.254
Kumuliertes sonstiges Ergebnis								
Währungsdifferenzen (TEUR)	-909	23						-886
Unrealisierte Gewinne/(Verluste) aus zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren (TEUR)	-1.168	-131						-1.299
Unrealisierte Gewinne/(Verluste) aus zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen in Eigenkapitalinstrumente (TEUR)	3.079	521						3.600
Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)	24.339	-2.055	82	0	0	0	0	22.366
Nicht beherrschende Anteile (TEUR)	236	42					50	328
Eigenkapital (TEUR)	24.575	-2.013	82	0	0	0	50	22.694

Konzern-Anhang

Konzern-Segmentinformationen (IFRS)

Q1-Q3 2014	ad pepper media TEUR	Webgains TEUR	ad agents TEUR	Admin TEUR	Konsoli- dierung TEUR	Konzern TEUR
Gesamtumsatz	7.305	21.495	5.124	199	-233	33.890
davon Umsatz mit Drittkunden	7.279	21.487	5.124	0	0	33.890
davon Intersegmentumsätze	26	8	0	199	-233	0
Aufwendungen und sonstige Erträge	-8.442	-21.852	-5.147	-1.544	199	-36.786
davon Abschreibungen	-17	-54	-48	-35	0	-154
davon andere nicht zahlungswirksame Erträge	0	186	0	0	0	186
davon andere nicht zahlungswirksame Aufwendungen	-40	-307	-4	-82	0	-433
EBITDA	-1.120	-304	26	-1.311	-34	-2.743
EBIT	-1.137	-358	-22	-1.345	-34	-2.896
Finanzerträge	2	2	0	562	-10	556
Finanzaufwendungen	-7	-3	-2	-103	10	-105
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag						19
Periodenergebnis						-2.426

Q1-Q3 2013	ad pepper media TEUR	Webgains TEUR	ad agents TEUR	Admin TEUR	Konsoli- dierung TEUR	Konzern TEUR
Gesamtumsatz	13.620	17.702	5.162	419	-469	36.434
davon Umsatz mit Drittkunden	13.584	17.689	5.161	0	0	36.434
davon Intersegmentumsätze	36	13	1	419	-469	0
Aufwendungen und sonstige Erträge	-14.762	-17.628	-4.817	-731	419	-37.519
davon Abschreibungen	-94	-35	-46	-39	0	-214
davon andere nicht zahlungswirksame Erträge	0	357	0	0	0	357
davon andere nicht zahlungswirksame Aufwendungen	-79	-169	-4	-20	-20	-292
EBITDA	-1.048	109	391	-273	-50	-871
EBIT	-1.142	74	345	-312	-50	-1.085
Finanzerträge	12	2	1	339	-16	338
Finanzaufwendungen	-12	-4	0	-56	16	-56
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag						500
Periodenergebnis						-303

1. Grundlage für die Erstellung des Quartalsabschlusses

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

Der vorliegende Konzernzwischenabschluss zum 30. September 2014 wurde vom Vorstand am 28. Oktober 2014 zur Veröffentlichung freigegeben.

2. Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die auf den vorliegenden Quartalsabschluss angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden weichen nicht materiell von den angewandten Grundsätzen ab, nach denen der Jahresabschluss zum 31. Dezember 2013 erstellt wurde.

Seitdem wurde im Rahmen des Komitologieverfahrens IFRIC 21 „Abgaben“ übernommen. Auswirkungen auf den Konzernabschluss werden hieraus nicht erwartet.

3. Konsolidierungskreis

Im Einzelnen sind folgende Gesellschaften im Konzernabschluss einbezogen:

Gesellschaft	30.09.2014	31.12.2013
	Prozent	Prozent
ad pepper media GmbH, Nürnberg, Deutschland	100	100
ad pepper media Benelux B.V., Amsterdam, Niederlande	100*	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, Kopen- hagen, Dänemark	100	100
ad agents GmbH, Herrenberg, Deutschland	60	60

* in Liquidation
 ** 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 Spain S.A., an dessen Geschäftsführer.

4. Erläuterungen zum Zwischenabschluss

Wir verweisen im Wesentlichen auf die Angaben zur Vermögens-, Finanz- und Ertragslage im Konzernzwischenlagebericht. In der Berichtsperiode ergaben sich folgende wesentliche Auswirkungen auf die Gewinn- und Verlustrechnung:

Im Finanzergebnis sind realisierte Netto-Kursgewinne in Höhe von TEUR 294 (Q1-Q3 2013: TEUR 152) sowie unrealisierte Netto-Bewertungsgewinne/-verluste in Höhe von TEUR -11 (Q1-Q3 2013: 0) enthalten.

Der Verkauf des unter der Marke mediasquares geführten Online-Vermarktungsgeschäfts resultierte in einem Gewinn von TEUR 400, welcher unter den sonstigen betrieblichen Erträgen verbucht wurde.

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

Die sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten reduzierten sich um TEUR 595. Grund hierfür sind im Wesentlichen Auszahlungen für variable Vergütungsbestandteile im ersten Quartal 2014.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gingen im Vergleich zum vierten Quartal 2013 um TEUR 740 zurück, die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen reduzierten sich ebenfalls leicht um TEUR 196. Der Rückgang ist durch das niedrigere Umsatzniveau in den ersten neun Monaten in 2014 im Vergleich zum vierten Quartal 2013 begründet.

Die zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen in Eigenkapitalinstrumente bestehen in Höhe von TEUR 4.943 (31. Dezember 2013: TEUR 4.503) aus der 4,46prozentige Minderheitsbeteiligung in Brand Affinity Technologies (BAT) Inc. Weitere TEUR 277 (31. Dezember 2013: TEUR 0) entsprechen einer 0,55 prozentigen Minderheitsbeteiligung in Veritone Inc., die aus der Umwandlung eines in 2013

an BAT Inc. ausgegebenen Bridge Loans resultierte. Der per Umwandlungsstichtag im August 2014 ausstehende Darlehensbetrag betrug TUSD 258. Die Beteiligung an der Veritone Inc. wurde im Zusammenhang mit einer Zweitrundenfinanzierung im August 2014 um TEUR 69 erfolgsneutral über das kumulierte sonstige Gesamtergebnis zugeschrieben.

Im Rahmen des Quartalsabschlusses beurteilte die Gruppe eingehend, ob eine Wertminderung der gehaltenen Investition in Brand Affinity Technologies Inc. vorliegt. Das Unternehmen befindet sich derzeit in einem Stadium der Reorganisation, sodass Prognosen mit hoher Unsicherheit behaftet sind. Die Geschäftsentwicklung und jegliche Änderungen rechtlicher und wirtschaftlicher Art unterliegen weiterhin strengstem Monitoring.

5. Segmentberichterstattung gemäß IFRS 8

IFRS 8 fordert die Angabe von finanziellen und beschreibenden Informationen bezüglich so genannter „berichtspflichtiger Segmente“. Berichtspflichtige Segmente sind entweder operative Segmente oder Zusammenfassungen von operativen Segmenten, die bestimmten Kriterien genügen. Operative Segmente stellen Komponenten eines Unternehmens dar, über die Finanzinformationen verfügbar sind, die regelmäßig durch die oberste Führungskraft des operativen Bereichs überprüft werden, um zu entscheiden, wie Ressourcen verteilt und Leistungen beurteilt werden. Im Allgemeinen müssen Finanzinformationen auf Basis der internen Steuerungskonzeption berichtet werden, die bei der Beurteilung der operativen Segmente verwendet wird (Management Approach). Die an den Hauptentscheidungsträger des Unternehmens im Hinblick auf Entscheidungen über die Verteilung von Ressourcen zu diesem Segment und der Bewertung seiner Ertragskraft berichteten Informationen sind an den erbrachten Dienstleistungen ausgerichtet. Daher berichtet der Konzern Segmentinformationen für die operativen Segmente „ad pepper media“ (Lead, Mail, Display), „Web-gains“ (Affiliate-Marketing) und „ad agents“ (SEA/SEO), sowie für das nicht-operative Segment „Admin“ (Verwaltung).

Die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden der berichtspflichtigen Segmente entsprechen den in Angabe [2] des Konzernabschlusses zum 31. Dezember 2013 beschriebenen Konzernbilanzierungsrichtlinien.

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

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

Geographische Informationen

Der Konzern ist im Wesentlichen in vier geographischen Regionen tätig: 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 weder Finanzinstrumente noch latente Ertragssteuerforderungen beinhalten:

	Umsatz mit Drittkunden		Langfristige Vermögenswerte	
	Q1-Q3 2014	Q1-Q3 2013	30.09. 2014	30.09. 2013
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Niederlande	0	191	0	0
Deutschland	10.490	12.181	381	288
Skandinavien	1.730	6.543	1	155
Vereinigtes Königreich	16.658	12.805	171	45
Spanien	2.223	1.960	3	3
Sonstige	2.789	2.754	13	2
Summe	33.890	36.434	569	493

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

6. Eigene Anteile

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 folgenden 18 Monate ermächtigt. Per 30. September 2014 hält die ad pepper media International N.V. 1.759.292 eigene Aktien (30. September 2013: 1.759.292) mit einem Nennwert von je EUR 0,05, was 7,65 Prozent (30. September 2013: 7,65 Prozent) des Grundkapitals entspricht.

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

Veräußerung eigener Aktien

Es wurden in den ersten neun Monaten des Jahres 2014 keine Anteile veräußert (Q1-Q3 2013: 0). Es wurden ebenfalls keine Anteile im Rahmen der Mitarbeiter-Optionsprogramme veräußert oder ein Barausgleich für bereits erdiente Aktienoptionen vorgenommen (Q1-Q3 2013: 0).

Zahl der ausgegebenen Aktien

Die Zahl der ausgegebenen und im Umlauf befindlichen Aktien beläuft sich nach Abzug eigener Aktien zum 30. September 2014 auf 21.240.708 Stück (30. September 2013: 21.240.708 Stück). Der Nennbetrag je Aktie beträgt EUR 0,05.

7. Saisoneinflüsse auf die Geschäftstätigkeit

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

8. Aktien und Bezugsrechte der Organe

Zum 30. September 2014 waren insgesamt 1.313.900 Optionen im Rahmen von Optionsprogrammen ausgegeben. Das Bezugsverhältnis beträgt eine Aktie je Optionsrecht. Der Bezugspreis liegt zwischen EUR 0,665 und EUR 3,795.

Die folgende Tabelle veranschaulicht die Anzahl der Aktien und Bezugsrechte die von Mitgliedern des Vorstands und Aufsichtsrats (direkt bzw. indirekt) sowie von Mitarbeitern gehalten werden.

	Aktienbesitz zum 30.09.2014	Optionen zum 30.09.2014
Vorstand		
Dr. Ulrike Handel	0	300.000
Dr. Jens Körner	0	210.000
Ehemaliger Vorstand		389.500
Aufsichtsrat		
Michael Oschmann	0	0
Thomas Bauer	0	0
Eun-Kyung Park	0	0
Dr. Stephan Roppel	0	0
Unternehmen mit maßgeblichen Einfluss		
EMA B.V.	9.486.402	0
Euro Serve Media GmbH	436.963	0
Mitarbeiter		414.400

9. Bericht zu wesentlichen Geschäften mit nahestehenden Unternehmen und Personen

Die Geschäfte mit nahestehenden Unternehmen und Personen haben sich im Vergleich zum Jahr 2013 nicht verändert.

10. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Bis zum Tage der Freigabe zur Veröffentlichung sind keine Ereignisse eingetreten, die die dargestellte Vermögens-, Finanz-, und Ertragslage zum 30. September 2014 in wesentlichem Umfang beeinflusst hätten.

Amsterdam/Nürnberg, den 28. Oktober 2014

Dr. Ulrike Handel, Dr. Jens Körner

Finanzkalender

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

Finanzkalender	
Quartalsbericht III/2014	12. November 2014
Jahresabschluss 2014	23. März 2015
Hauptversammlung 2015 (Amsterdam, Niederlande)	21. Mai 2015

Kontakt

Investorenkontakt

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

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

Impressum

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

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

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

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

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

Gern senden wir Ihnen den Geschäftsbericht 2013 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**

ad pepper media International N.V.
Prins Bernhardplein 200
NL-1097JB Amsterdam
www.adpeppergroup.com