



GESCHÄFTSBERICHT  
**2015**

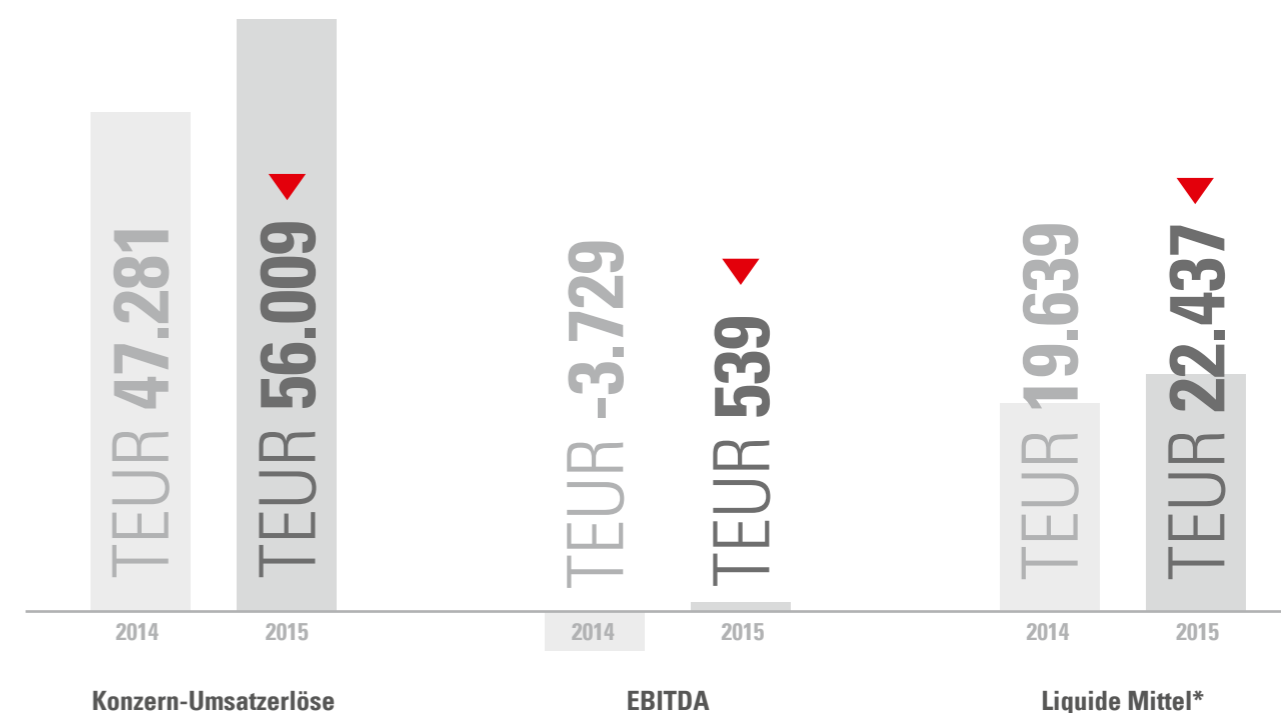


## INHALT

<b>01 Brief des Vorstands</b>	<b>6</b>
<b>02 Bericht des Aufsichtsrats</b>	<b>10</b>
<b>03 Governance</b>	16
Corporate Governance: Comply or Explain	18
Artikel 10 Takeover Directive Decree (Besluit artikel 10 overnamerichtlijn)	23
<b>04 Die Aktie</b>	<b>27</b>
Die Aktie der ad pepper media International N.V.	28
<b>05 Geschäftstätigkeit</b>	<b>30</b>
Die ad pepper media Gruppe	32
Segmente der ad pepper media Gruppe	32
<b>06 Wirtschaftliche Entwicklung</b>	<b>34</b>
Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	36
Darstellung der Ertragslage	37
Darstellung der Finanz- und Vermögenslage	38
<b>07 Risikobericht</b>	<b>40</b>
Vorbemerkung	42
Rechtliche und behördliche Risiken	42
Personalrisiken	43
Marktrisiken	43
Finanzielle Risiken	44
Technologien und IT-Risiken	46
Risiken im Zusammenhang mit dem Besitz unserer Aktie	48
Gesamtbeurteilung der Risiken	49
Chancen und Prognose	49
<b>08 Versicherung der gesetzlichen Vertreter</b>	<b>50</b>
Versicherung der gesetzlichen Vertreter	52
<b>09 Konzern-Abschluss</b>	<b>54</b>
<b>10 Konzern-Anhang</b>	<b>64</b>
<b>11 Einzelabschluss der Holding-Gesellschaft ad pepper media International N.V.</b>	<b>106</b>
<b>12 Weitere Informationen</b>	<b>120</b>
<b>13 Auf einen Blick</b>	<b>132</b>

## DIE WESENTLICHEN KENNZAHLEN IM ÜBERBLICK

	2015	2014
Konzern-Umsatzerlöse, in TEUR	56.009	47.281
Bruttomarge, in TEUR	15.844	16.131
Bruttomarge, in Prozent	28,3	34,1
EBITDA (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen), in TEUR	539	-3.729
EBIT (Ergebnis vor Zinsen und Steuern), in TEUR	244	-3.940
EBT (Ergebnis vor Steuern), in TEUR	443	-5.225
Nettogewinn/-verlust, in TEUR	135	-5.335
Gewinn/Verlust je Aktie, in EUR (unverwässert)	0	-0,26
Bilanzsumme, in TEUR	34.040	30.290
Eigenkapital, in TEUR	16.508	15.961
Eigenkapitalquote, in Prozent	48,5	52,7
Liquide Mittel*, in TEUR	22.437	19.639
Anzahl Mitarbeiter (per 31. Dezember)	162	221



\*einschließlich Wertpapierbestände zum beizulegenden Zeitwert

# 01

BRIEF DES  
VORSTANDS

NÜRNBERG





## SEHR GEEHRTE AKTIONÄRINNEN, SEHR GEEHRTE AKTIONÄRE, LIEBE FREUNDE UND PARTNER UNSERES UNTERNEHMENS,

wir blicken auf ein insgesamt sehr erfolgreiches Geschäftsjahr zurück. Mit einem Rekordumsatz von TEUR 56.009 und einem positiven EBITDA von TEUR 539 haben wir im Jahr 2015 nicht nur den angestrebten Turnaround geschafft, sondern auch eines der erfolgreichsten Geschäftsjahre seit Bestehen unseres Unternehmens abgeschlossen. Dabei war der abgelaufene 12-Monatszeitraum erneut geprägt von einer Refokussierung auf unser Kerngeschäft, die unter anderem mit dem Verkauf unseres in Kopenhagen ansässigen CRM-Technologie-Anbieters Globase ApS im November einherging. Darüber hinaus hatte die Stärkung unserer Performance-Marketing-Aktivitäten oberste Priorität. Der Schwerpunkt lag hierbei auf dem Segment Webgains.

### Webgains als wesentlicher Treiber des operativen Geschäfts

Von dem Umsatzwachstum der Gruppe von insgesamt 18,5 Prozent bzw. TEUR 8.728 entfiel folglich ein Großteil auf die dynamische Entwicklung von Webgains. Dabei wies dieses Segment mit einem Wachstum von 33,1 Prozent nicht nur erstmals mehr als EUR 40 Mio. im Umsatz auf, sondern steuerte mit ca. TEUR 40.887 auch den mit Abstand größten Anteil zum Gesamtumsatz der Gruppe bei. Webgains setzt somit den Trend eines im Vergleich zu den anderen operativen der Gruppe überproportionalen Wachstums fort und erweist sich ein ums andere Mal als eines der am schnellsten wachsenden Performance-Marketing-Netzwerke überhaupt. Positive Wachstumsimpulse setzte auch das Segment ad agents, welches gegenüber dem Vorjahr um hervorragende 23,3 Prozent gewachsen ist. Das dritte Segment, ad pepper media, blieb hinsichtlich des erzielten Umsatzes in etwa auf Vorjahresniveau, profitierte aber von einer klaren Ausrichtung auf den deutschen und spanischen Markt.

### Straffung der Holding und gruppenweite Effizienzsteigerung als weiterer Erfolgsfaktor

Parallel hierzu wurden zentrale Dienstleistungsfunktionen der Holding gestrafft und Kosten im Segment ad pepper media gesenkt. Die erreichten Kostenvorteile und Effizienzgewinne gehen dabei auf Maßnahmen zurück, die bereits Ende 2014 beschlossen und in den Folgemonaten umgesetzt wurden. Die gegenüber dem Vorjahr erreichten Kostensenkungen von 20,4 Prozent bzw. TEUR 4.084 sind daher im Wesentlichen auf diese beiden Segmente, Holding und ad pepper media, zurückzuführen. Die Anzahl der Mitarbeiter der gesamten Gruppe reduzierte sich im Jahresvergleich um 59, was einem Rückgang um 26,7 Prozent entspricht. Darüber hinaus führte der bereits erwähnte Verkauf von Globase ApS nicht nur zu einer weiteren Risiko- und Kostenreduzierung der ad pepper media Gruppe, sondern trug dank eines Verkaufserlöses von rund TEUR 400 auch zu dem insgesamt sehr erfreulichen Profitabilitätsniveau bei.

Für das abgelaufene Geschäftsjahr konnte mithin ein EBITDA von TEUR 539 erzielt werden, welches leicht oberhalb des am 13. November 2015 in Aussicht gestellten EBITDA-Ziels für das Geschäftsjahr 2015 von TEUR 400 liegt und angesichts eines negativen EBITDA von TEUR -3.729 im Vorjahr ein aus unserer Sicht hervorragendes Ergebnis ist. Auch im Mehrjahresvergleich gehört das hinter uns liegende Geschäftsjahr operativ zu einem der erfolgreichsten seit Bestehen der Gesellschaft. Dies zeigt sich nicht zuletzt mit Blick auf den operativen Cashflow, der mit TEUR 1.627 deutlich positiv ist. Ein vergleichbar hoher Cashflow wurde zuletzt im Jahre 2006 erreicht.

### ad pepper media group gut gerüstet auch für das vor uns liegende Geschäftsjahr

Dementsprechend konnten die Cashreserven nochmals gestärkt werden. Zum Stichtag 31. Dezember 2015 verfügte die Gruppe über ein Liquiditätspolster von EUR 22,4 Mio. bei einer Eigenkapitalquote von komfortablen 48,5 Prozent. Dieses solide bilanzielle Fundament verleiht uns die notwendige operative Flexibilität, um auch im vor uns liegenden Geschäftsjahr flexibel auf sich bietende Chancen im Markt zu reagieren und das operative Geschäft weiter zu stärken.

Hinsichtlich des Geschäftsjahres 2016 sind wir daher positiv gestimmt und erwarten, ein intaktes makroökonomisches Umfeld vorausgesetzt, erneut Umsatzsteigerungen im zweistelligen Prozentbereich. Webgains wird – wie bereits in den Vorjahren – dynamisch wachsen und überproportional zu diesem erwarteten Umsatzwachstum beitragen.

Anhand des vorliegenden Geschäftsberichts möchten wir Ihnen nun einen tieferen Einblick in das Zahlenwerk der ad pepper media group 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. 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*

Dr. Ulrike Handel

*Jens Körner*

Dr. Jens Körner

Amsterdam/Nürnberg, den 17. März 2016



02

BERICHT DES  
AUFSICHTSRATS



NÜRNBERG

## SEHR GEEHRTE AKTIONÄRINNEN, SEHR GEEHRTE AKTIONÄRE,

der Aufsichtsrat hat im Geschäftsjahr 2015 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 2015 trat der Aufsichtsrat zu fünf 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 2015 und darüber hinaus informiert. Der Aufsichtsrat genehmigte den Finanzplan für das Jahr 2015 und besprach (potenzielle) Übernahmen und Verkäufe mit dem Vorstand. Zu den besprochenen Themen gehörten ferner die Jahres- und Zwischenergebnisse, die Neuordnung lokaler Ländergesellschaften sowie die Veräußerung des E-Mail-Marketinggeschäfts Globase ApS, Schliessung von Niederlassungen, Entwicklung der Wertpapiere, Technologieentwicklungen, die Organisation von Vertrieb und Marketing, Investor Relations, Vergütung sowie Personal. Der Aufsichtsrat diskutierte die allgemeinen und finanziellen Risiken des Geschäfts sowie die Ergebnisse einer Beurteilung der internen Risikomanagement und Kontrollsysteme. Entsprechend dem niederländischen Corporate-Governance-Code wurden die Arbeit des Aufsichtsrats und des Vorstands sowie die Arbeit der einzelnen Mitglieder beider Organe in Abwesenheit der Mitglieder des Vorstands 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 Vorstands 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-Optionen 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 Vorstands 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 2016 im Wesentlichen unverändert bleibt.

### Zusammensetzung des Aufsichtsrats

- Michael Oschmann (Jahrgang 1969; deutscher Staatsbürger)**  
 Vorsitzender des Aufsichtsrats während des gesamten Geschäftsjahres bis einschließlich 31. Dezember 2015  
 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 2015  
 CEO bei der Apotheker Walter Bouhon GmbH, Geschäftsführer der Thomas Bauer GmbH, Nürnberg  
 Seit 20. März 2013 Aufsichtsratsmitglied, Bestellung bis zur Hauptversammlung 2019
- Eun-Kyung Park (Jahrgang 1978; deutsche Staatsbürgerin)**  
 Mitglied des Aufsichtsrats während des gesamten Geschäftsjahres bis einschließlich 31. Dezember 2015  
 Geschäftsführerin ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH  
 Seit 20. März 2013 Aufsichtsratsmitglied, Bestellung bis zur Hauptversammlung 2017
- Dr. Stephan Roppel (Jahrgang 1964; deutscher Staatsbürger)**  
 Mitglied des Aufsichtsrats während des gesamten Geschäftsjahres bis einschließlich 31. Dezember 2015  
 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	2015	2014
	TEURO	TEURO
Michael Oschmann	6.000	6.000
Thomas Bauer	6.000	6.000
Eun-Kyung Park	6.000	6.000
Dr. Stephan Roppel	6.000	6.000

Wir unterstützen einen ausgeglichenen Anteil von Frauen und Männern in unserem Vorstand und Aufsichtsrat. Eine zum 1. 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 durchaus 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.



## Jahresabschluss uneingeschränkt bestätigt

Der Abschlussprüfer PricewaterhouseCoopers Accountants N.V. hat den Jahresabschluss der ad pepper media International N.V. einschließlich Lagebericht für das Geschäftsjahr 2015 geprüft und mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen.

Dem Aufsichtsrat haben der Jahresabschluss 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 17. März 2016 den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss für das Jahr 2015. Der Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2015 ist damit festgestellt.

## 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 „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.

Für den Aufsichtsrat

Michael Oschmann,  
Aufsichtsratsvorsitzender

Nürnberg, den 17. März 2016

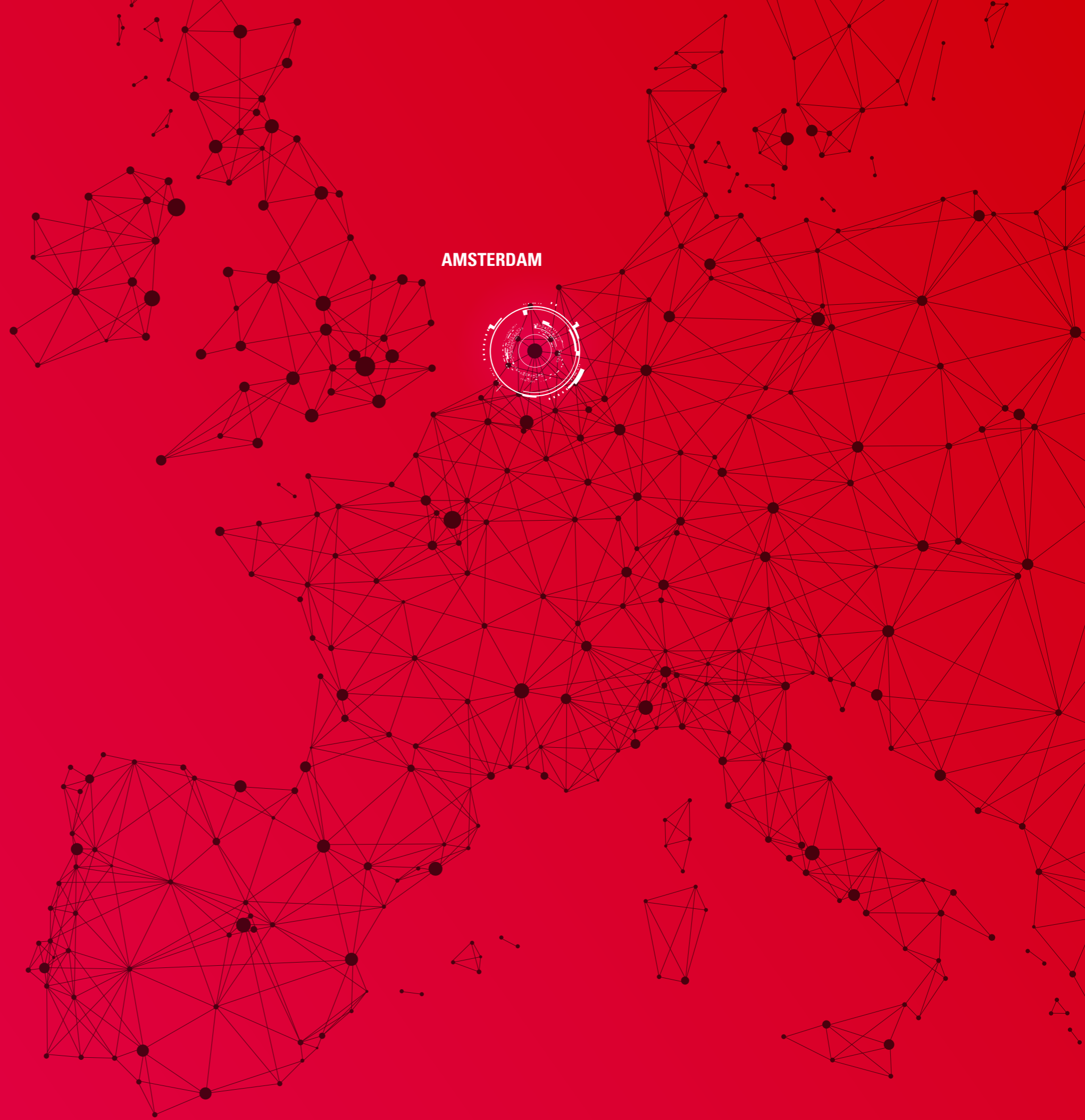




# 03

---

## 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 und aktuell ist und börsennotierte Gesellschaften niederländischen Rechts sowie institutionelle Investoren anhand des Codes 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
- ein internes Risikomanagement und Kontrollsystem.

Mit Ausnahme des internen Risikomanagements 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 Personen mit Director-A-Status (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 Vorstands 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. Die Vorstandsverträge wurden im November respektive September 2015 erneuert. Der Vorstandsvertrag mit Frau Dr. Handel wurde bis 28. Februar 2019 verlängert. Der Vorstandsvertrag mit Herrn Dr. Körner wurde vorzeitig bis 31. Dezember 2020 verlängert. 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 und Verhaltensregeln für unsere Mitarbeiter 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 Bestimmungen II.1.9 und IV.4.4 unberücksichtigt zu lassen.

Auf der Hauptversammlung im Jahre 2015 wurde eine neue „Remuneration Policy“ verabschiedet. Darüber hinaus wurde ein „Executive Stock Option Plan“ verabschiedet. 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 von Dr. Körner mehr als ein Jahresgehalt betragen. Im Falle seiner Entlassung ohne wichtigen Grund entsprechend der gesetzlichen 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. Es ist grundsätzlich beabsichtigt, bei einer zukünftigen Bestellung eines neuen Vorstands die diesbezüglichen Regelungen des Codes zu berücksichtigen. 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 einen Interessenkonflikt mit dem Unternehmen geraten lassen. Alle Transaktionen, die mit Interessenkonflikten eines Vorstandsmitglieds verbunden sind, sind zu Bedingungen zu vereinbaren, die branchenüblich sind. Im Geschäftsjahr gab es keine 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

Strategien, um die anzustrebenden Ziele und Parameter 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 zehn Prozent des Aktienkapitals des Unternehmens. Das Unternehmen möchte sich auch weiterhin die Möglichkeit offenhalten, 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 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 offenhalten, 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 desselben regelt. Hierbei wurden ad pepper media's Geschäftsmodell, den 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 demnach 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, auch in 2016 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) Interessenkonflikte 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 Aufsichtsratsitzungen und überwacht die ordnungsgemäße Arbeit des Aufsichtsrats. Ebenso ist der Aufsichtsratsvorsitzende dafür zuständig, dass genügend Zeit für Entscheidungen zur Verfügung steht. Der Aufsichtsratsvorsitzende ist weiterhin zuständig für das Einführungs- und Schulungsprogramm für die Aufsichtsratsmitglieder. Er handelt darüber hinaus 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 2015 existierten bei ad pepper media keine Ausschüsse gemäß Bestimmung III.5 des Codes, sodass 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 den Sitzungen des Aufsichtsrats teilnimmt, im Rahmen derer der Bericht des Wirtschaftsprüfers im Hinblick auf die Prüfung des Jahresabschlusses besprochen und der Jahresabschluss genehmigt werden.

### Internes Risikomanagement und Kontrollsystem

ad pepper wird von einem Vorstand und einem Aufsichtsrat geführt, die von der Hauptversammlung ernannt werden. Zu den Aufgaben des Vorstands gehört die Überwachung des Risikomanagementsystems. Der Vorstand hat Strategien, Kontrollmechanismen und Abhilfemaßnahmen entwickelt und implementiert, um im Rahmen des Risikomanagementsystems aktuelle und künftige Risiken identifizieren zu können. Verankert sind die Risikomanagementstrategien und -verfahren in unserer Corporate Governance, unserem Verhaltenskodex und in den Kontrollen und Verfahren der Finanzberichterstattung. Diese Geschäftsrisiken werden von einer Vielzahl von Fachleuten mit dem Ziel bewertet, die Risiken laufend abzufedern und zu steuern.

Die identifizierten Risiken sind in vier Typen unterteilt:

- Katastrophal (Verlust der Fähigkeit, die Unternehmensziele umzusetzen, z. B. Worst-Case-Szenario)
- Groß (verminderte Fähigkeit, die Unternehmensziele umzusetzen)
- Mäßig (Störung der normalen Planungstätigkeit mit beschränkten Auswirkungen auf die Umsetzung der Geschäftsstrategie und der Unternehmensziele)
- Minimal (keine wesentlichen Auswirkungen auf die Umsetzung der Geschäftsstrategie und der Unternehmensziele)

Die Eintrittswahrscheinlichkeit innerhalb einer Planungsperiode ist in folgende Kategorien unterteilt:

- Sehr hoch (60–100 Prozent Wahrscheinlichkeit)
- Hoch (40–60 Prozent Wahrscheinlichkeit)
- Mittel (20–40 Prozent Wahrscheinlichkeit)
- Gering (5–20 Prozent Wahrscheinlichkeit)

Alle identifizierten Risiken werden hinsichtlich ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit und ihrer möglichen Auswirkungen (geschätzte Kosten) auf die Weiterentwicklung unserer Geschäftsziele bewertet. Das Risikomanagement hat zum Ziel, Risiken zu erkennen, die unseren Er-

folg erheblich gefährden könnten, damit das Management rechtzeitig erfolgreiche Eindämmungsmaßnahmen ergreifen kann. Die Ergebnisse der Risikobewertung und etwaige neue Erkenntnisse werden in regelmäßigen Abständen dem Aufsichtsrat vorgelegt. Jedes Jahr wird eine detaillierte Übersicht über alle zugrunde liegenden Geschäftsrisiken erstellt. Mindestens einmal im Jahr sind Unternehmensstrategie und Geschäftsrisiken Thema im Aufsichtsrat. Dabei werden auch Struktur und Funktionsweise der internen Risikomanagement- und -kontrollsysteme erörtert, die zuvor vom Vorstand bewertet wurden, inklusive aller wesentlichen Veränderungen.

Zusätzlich zum oben beschriebenen Risikomanagementsystem dienen auch die folgenden Maßnahmen dazu, Risiken im Konzern zu identifizieren:

- Die operative Planung, inklusive aktualisierter unterjähriger Prognosen
- Quartalsabschlüsse
- Monats- und Quartalsberichterstattung von Tochterunternehmen (Vergleich der Ziele mit den tatsächlichen Ergebnissen)

## ARTIKEL 10 TAKEOVER DIRECTIVE DECREE (BESLUIT ARTIKEL 10 OVERNAMERICHTLIJN)

### Einführung

Nach Artikel 10 der Übernahmerichtlinie (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 Übernahmerichtlinie 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 2015 betrug die Gesamtzahl der ad pepper media Aktien mit Stimmrechten 23.000.000 Stammaktien (einschließlich 1.539.292 auf Hauptversammlungen stimmrechtlosen 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 ausgebende Institutionen (Besluit melding zeggenschap en kapitaalbelang in uitgevende instellingen) ist die Finanzaufsichtsbehörde über wesentliche Beteiligungen im Hinblick auf ad pepper media International N.V. zu unterrichten. Im Geschäftsjahr 2015 wurden wir über keine neuen wesentlichen Beteiligungen informiert.

### 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 Vereinbarung 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 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**

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.

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

Bei einem Kontrollwechsel (Change of Control) besteht für Herrn Dr. Jens Körner die Option einer außerordentlichen Kündigung 12 Monate nach dem Vollzug des Kontrollwechsels. Im Falle der außerordentlichen Kündigung hat Herr Dr. 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.



NEW YORK

# 04

---

DIE AKTIE



## DIE AKTIE DER AD PEPPER MEDIA INTERNATIONAL N.V.

### Hauptversammlung

Auf der Hauptversammlung der ad pepper media International N.V. am 21. Mai 2015 in Amsterdam wurden alle Beschlussvorschläge der Tagesordnung mit großer Mehrheit angenommen. Insgesamt waren 9.923.365 Stimmrechte bzw. 46,72 Prozent aller stimmberechtigten Aktien auf der Hauptversammlung vertreten.

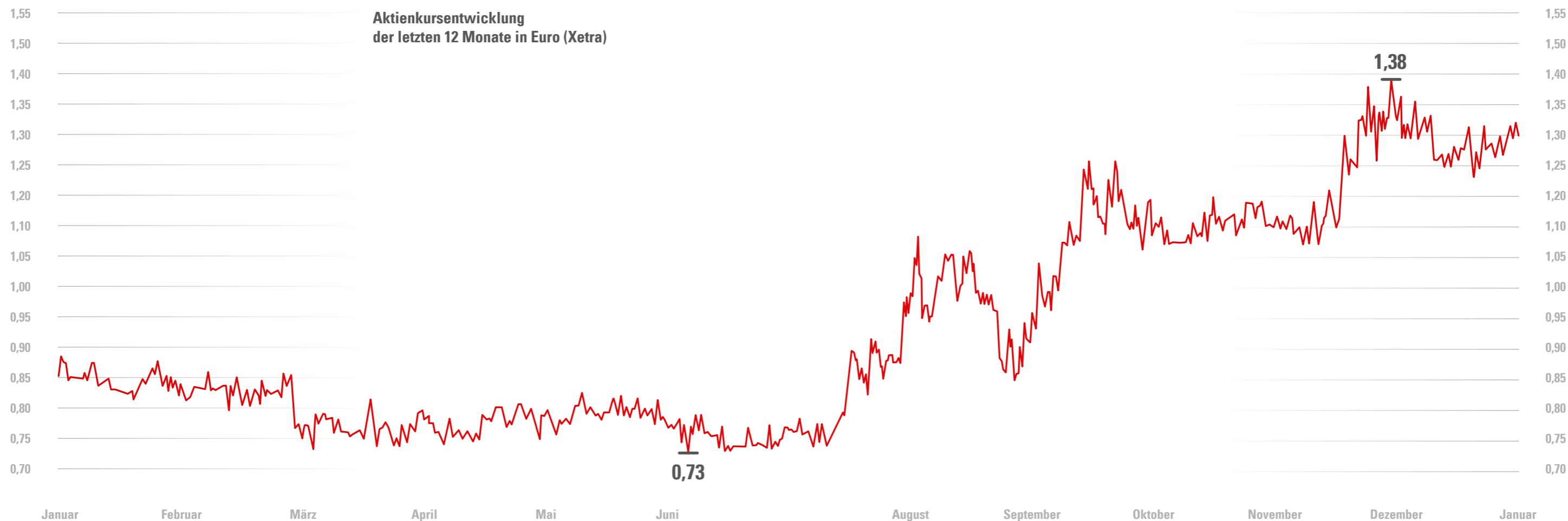
Wichtige Tagesordnungspunkte waren, neben der Vorlage des Jahresabschlusses für das Jahr 2014, die Ermächtigung zum Rückkauf eigener Aktien sowie die Wiederwahl von Thomas Bauer in den Aufsichtsrat.

### Kursentwicklung

Die wichtigsten Kursdaten	2015	2014
	EURO	EURO
Marktkapitalisierung	29,9 Mio.	20,7 Mio.
Jahresende	1,30	0,90
Jahreshoch	1,38	1,42
Jahrestiefstand	0,73	0,75

Der Kurs der ad pepper media Aktie profitierte vom guten Newsflow im Verlauf des Jahres, insbesondere während der zweiten Jahreshälfte. Im Zuge der Veröffentlichung des Verkaufs von Globase ApS im November erreichte die ad pepper media Aktie folglich ihren Höchststand mit EUR 1,38 und bewegte sich auch für den Rest des Jahres in der Nähe des Jahreshochs. Per Jahresende schloss der Kurs der ad pepper media Aktie schließlich bei EUR 1,30, was einem Anstieg von 44 Prozent gegenüber dem Schluss des Vorjahres entspricht.

### Aktienkursentwicklung der letzten 12 Monate in Euro (Xetra)



### Aktionärsstruktur per 31. Dezember 2015

	Anzahl der Aktien	In Prozent des Grundkapitals
	Stück	Prozent
EMA B.V.	9.486.402	41,24
Eigene Anteile	1.539.292	6,69
Axxion S.A.	1.163.501	5,06
Dieter Koppitz	699.338	3,04
Euro Serve Media GmbH	436.963	1,90
<b>Zwischensumme</b>	<b>13.325.496</b>	<b>57,94</b>
Freefloat	9.674.504	42,06
<b>Summe</b>	<b>23.000.000</b>	<b>100,00</b>



NEW YORK

05

GESCHÄFTSTÄTIGKEIT



LONDON

PARIS

HERRENBERG

NÜRNBERG

MADRID

## DIE AD PEPPER MEDIA GRUPPE

Die ad pepper media International N.V. ist die Holdinggesellschaft einer der führenden internationalen Performance-Marketing-Gruppen. Sie wurde 1999 gegründet und ist damit einer der Pioniere im Bereich Online-Marketing. Im Jahre 2000 erfolgte der Börsengang im Prime Standard der Frankfurter Börse (WKN: 940 883). Mit sechs Büros in vier europäischen Ländern und den USA entwickelt die ad pepper media Gruppe weltweit Performance-Marketing für Kunden wie Samsung, Nike, Nestlé oder Opel.

Die Gruppe hat ihr Geschäft in drei Reporting-Segmenten gebündelt, die in enger Abstimmung mit der Holdinggesellschaft operativ eigenständig am Markt tätig sind: **ad pepper media** (Lead-Generierung und semantisches Targeting), **ad agents** (Suchmaschinenmarketing) und **Webgains** (Affiliate-Marketing). Darüber hinaus übernimmt die Holding (admin) den Know-how-Transfer zwischen den einzelnen Segmenten und verantwortet die strategische Ausrichtung im Rahmen der Gesamtsteuerung der gesamten Gruppe. Die Finanzierung und die Liquidität im Konzern werden ebenfalls zentral gesteuert. Insgesamt arbeiten 162 Mitarbeiter in den drei Segmenten und in der Holding der Gruppe.

## SEGMENTE DER AD PEPPER MEDIA GRUPPE

### ad pepper media

Der Geschäftsbereich ad pepper media wurde 1999 gegründet und ist somit derjenige Bereich, mit dem die Erfolgsgeschichte des Unternehmens begann. Heute ist dieses Segment noch in zwei europäischen Kernmärkten vertreten: Deutschland und Spanien. Als führende Performance-Marketing-Agenturen sind sie spezialisiert auf Lead-Generierung, also das Gewinnen eines interessierten Kunden, der zum Käufer wird. Dabei arbeitet der Geschäftsbereich mit unserer proprietären Technologieplattform iLead, mit deren Hilfe in kürzester Zeit maßgeschneiderte Kampagnen zur Gewinnung von Abonnenten durch Probefahrten, Warenproben, Katalogbestellungen, User-Registrierungen oder Gewinnspiel-Aktionen umgesetzt werden kann.

### Webgains

Webgains gehört seit dem Jahre 2006 zur Gruppe und ist eines der führenden internationalen Affiliate-Netzwerke und bietet effiziente Lösungen in allen Bereichen des Affiliate-Managements. Dabei setzt das Netzwerk auf seine hochmoderne Technologieplattform und bietet erstklassigen Support für Merchants & Affiliates. Webgains verfügt über Büros in Großbritannien, Deutschland, Frankreich, Spanien sowie den USA und ist darüber hinaus in Irland, Italien, den Niederlanden, Schweden und Dänemark vertreten. Webgains setzt für eine Vielzahl seiner Kunden internationale und regionale Online-Kampagnen erfolgreich um. Dank ihrer langjährigen Expertise im weltweiten Affiliate-Marketing ermöglicht Webgains seinen Kunden, global zu expandieren, sowohl in Bezug auf die konkrete Programmbetreuung als auch hinsichtlich der Anzahl unterstützter Sprachen, Währungen und Zahlungsformen.

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

Das Erreichen großer Reichweite über eine Vielzahl von Websites bei gleichzeitig erfolgsabhängiger Bezahlung macht Affiliate-Marketing für Werbetreibende und Webseiten 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 wurden vor 10 Jahren gegründet und gehören seit dem Jahre 2007 zur ad pepper media Gruppe. ad agents zählt heute zu den erfolgreichsten Performance-Agenturen in Deutschland und konzipiert, steuert und optimiert erfolgsorientierte Marketing- und Vertriebslösungen in allen digitalen Kanälen, auf allen Screens und Devices. Die Schwerpunkte der ad agents sind: Suchmaschinenmarketing, Suchmaschinenoptimierung, 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 und Thalia. Über 70 internationale Online-Experten am Standort Herrenberg (Region Stuttgart) begeistern langjährige Kunden mit Qualität, Transparenz und hervorragenden Ergebnissen. ad agents hat kürzlich das Qualitätszertifikat SEA 2016 des Bundesverbands Digitale Wirtschaft (BVDW) erhalten und ist zertifizierter Google Partner.

ad  pepper

MADRID NÜRNBERG

webgains

NÜRNBERG PARIS LONDON  
MADRID NEW YORK

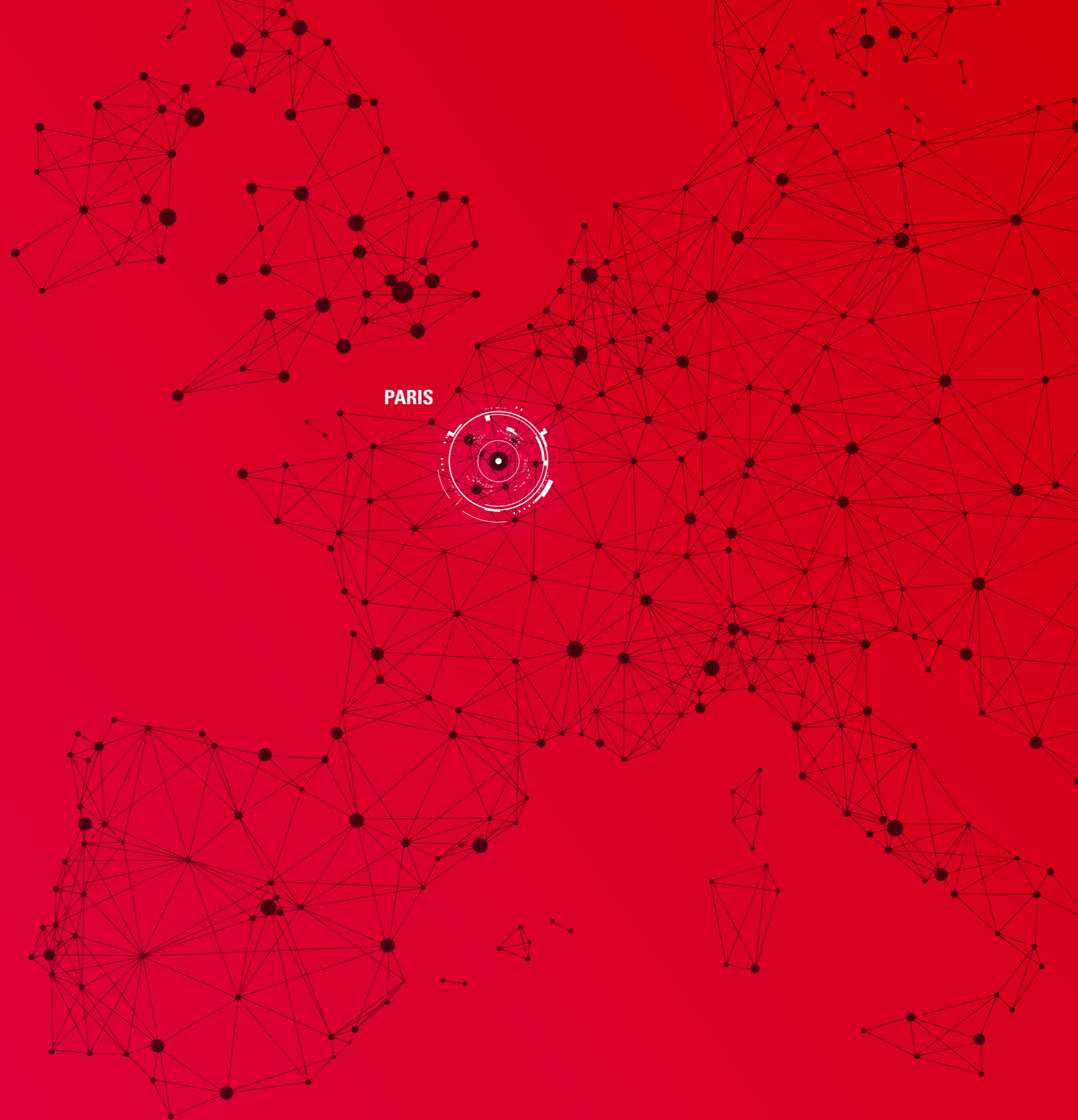
ad  agents

HERRENBERG



06

WIRTSCHAFTLICHE  
ENTWICKLUNG



## WIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

### Deutschland/Großbritannien/Europa

#### Deutschland: Konjunktur trotz weltwirtschaftlicher Unruhe

Die Konjunkturforscher des Instituts für Weltwirtschaft (IfW) halten auch angesichts weltwirtschaftlicher Turbulenzen ihre Wachstumsprognosen für Deutschland im Rahmen ihres Herbstgutachtens aufrecht. Für Deutschland rechnen die Forscher für das kommende Jahr unverändert mit Zuwachsraten des Bruttoinlandsprodukts von 2,1 Prozent. Die Exporte dürften trotz des schwierigen internationalen Umfelds im Prognosezeitraum kräftig expandieren, zumal im laufenden Jahr voraussichtlich auch die Weltwirtschaft wieder etwas an Schwung gewinnen wird. Der private Konsum dürfte weiter kräftig wachsen, da die Einkommen der privaten Haushalte sich wohl weiter spürbar erhöhen werden. Maßgeblich dafür ist der Anstieg von Beschäftigung und Löhnen, auch wenn der Arbeitsmarkt in 2015 etwas an Schwung verloren hat.

Im Gegensatz hierzu erwartet das Münchener ifo Institut laut einer zu Beginn des laufenden Jahres durchgeführten Umfrage ein deutlich geringeres Wachstum. Insbesondere die heftigen Börsenturbulenzen sowie Sorgen um eine starke Konjunkturabkühlung in China und eine Destabilisierung der vom Ölpreis-Verfall geschwächten Förderstaaten wie Russland drücken nach Ansicht der Ökonomen derzeit auf die Stimmung. Die ifo Volkswirte trauen der deutschen Wirtschaft in diesem Jahr demnach ein Wachstum auf dem Vorjahresniveau von 1,7 Prozent zu.

#### Großbritannien: Binnenwirtschaft sorgt weiter für Schwung

Der bereits zwei Jahre anhaltende Aufschwung in Großbritannien setzt sich ebenfalls fort. Bei einer weiterhin stabilen Inlandsnachfrage rechnet das IfW für 2016 mit einem Wachstum von 2,4 Prozent nach ebenfalls 2,4 Prozent im Jahr 2015. Getragen wird der Aufschwung weiterhin maßgeblich vom privaten Konsum, der auch im nächsten Jahr durch Reallohnzuwächse bei anhaltend geringer Inflation stimuliert wird. Zuletzt wuchsen die Realeinkommen so stark wie vor der Finanzkrise. Auf der Habenseite steht zudem der Rückgang der Arbeitslosigkeit auf zuletzt 5,3 Prozent. Längerfristig liegt das sehr viel größere Risiko für die konjunkturelle Zukunft Großbritanniens in einem möglichen Austritt des Landes aus der EU. Am 23. Juni 2016 soll per Referendum darüber entschieden werden.

#### Euroraum: Moderate Erholung setzt sich fort

Die nach wie vor moderate Erholung im Euroraum werde sich laut IfW auch in 2016 fortsetzen. Die Ökonomen des IfW erwarten eine Zunahme des Bruttoinlandsprodukts um 1,7 Prozent. Der Aufschwung dürfte dabei an Breite gewinnen und zunehmend von der Binnenwirtschaft getragen werden. Die Konjunktur wird durch niedrige Zinsen und Ölpreise unterstützt, aber auch von dem nach wie vor vergleichsweise geringen Außenwert des Euro. Die Lage am Arbeitsmarkt wird sich weiter verbessern, die Erwerbslosenquote sukzessive sinken.

#### Online-Werbemarkt

ZenithOptimedia sagt voraus, dass die globalen Werbeausgaben, nachdem sie 2015 mit einem Wachstum von 4,2 Prozent die Höhe von 531 Milliarden erreicht haben, 2016 mit 5,0 Prozent beschleunigt weiterwachsen werden. Treiber hierfür werden die Olympischen Sommerspiele in Rio sowie die Fußball-Europameisterschaft sein. Nach diesen Großevents wird sich das Wachstum 2017 mit 4,3 Prozent wieder etwas verlangsamen.

Gemäß den von ZenithOptimedia im aktuellen „Advertising Expenditure Forecast“ getroffenen Prognosen wird das Internet in zwölf Schlüsselmärkten, die zusammen 28 Prozent der globalen Werbeausgaben ausmachen, das wichtigste Werbemedium sein. In vier dieser Märkte wird Internet-Werbung mehr als die Hälfte der gesamten Werbeausgaben ausmachen. Global gesehen wird das Internet zwar weiterhin hinter dem Fernsehen an zweiter Stelle stehen, doch der Abstand zwischen den Marktanteilen der beiden Medien wird 2017 von elf auf nur noch vier Prozentpunkte schrumpfen.

In sieben Märkten war das Internet bereits letztes Jahr das dominante Medium: Australien, Kanada, Dänemark, Niederlande, Norwegen, Schweden und Großbritannien. Bis 2017 wird es fünf weitere Märkte dominieren: China, Finnland, Deutschland, Irland und Neuseeland. In Großbritannien wird der Marktanteil des Internets dieses Jahr die 50-Prozent-Marke übersteigen, nächstes Jahr in Dänemark und Schweden, 2017 in China.

## DARSTELLUNG DER ERTRAGSLAGE

### Entwicklung des Umsatzes und der Bruttomarge

Im Geschäftsjahr 2015 konnte der Umsatz der ad pepper media Gruppe auf TEUR 56.009 gesteigert werden (2014: TEUR 47.281), was einem Anstieg um 18,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr und einem der höchsten Umsätze seit Gründung der Gesellschaft entspricht. Auf vergleichbarer Basis, d. h. unter Berücksichtigung der in 2015 verkauften oder eingestellten Aktivitäten, stieg der Umsatz sogar um 25,2 Prozent. Die Bruttomarge, neben Umsatz unsere zweitwichtigste Kenngröße, sank gruppenweit leicht auf TEUR 15.844 (2014: TEUR 16.131). Auf vergleichbarer Basis stieg die Bruttomarge um 9,3 Prozent.

Wesentlicher Wachstumstreiber war das Segment Webgains, welches seinen Umsatz um 33 Prozent auf TEUR 40.887 steigern konnte (2014: TEUR 30.713). Webgains konnte somit erstmals die Umsatzmarke EUR 40 Mio. überschreiten. Mit einem Anteil von 73 Prozent am Gesamtumsatz der Gruppe ist Webgains – gemessen am Umsatz – das mit Abstand wichtigste Segment. Im vierten Quartal, traditionell der stärkste Dreimonatszeitraum, konnte der Umsatz im Vergleich zum Vorjahresquartal mit TEUR 14.568 um knapp 60 Prozent gesteigert werden (Q4 2014: TEUR 9.228). Webgains ist damit eines der am schnellsten wachsenden Performance-Marketing-Netzwerke überhaupt. Mit Blick auf die Entwicklung der Bruttomarge war das abgelaufene Geschäftsjahr für Webgains ebenfalls erfolgreich. Insgesamt betrug die Bruttomarge TEUR 8.994 (2014: TEUR 7.527), was einer Steigerung um 19,5 Prozent entspricht. Ausgedrückt in Prozent reduzierte sich die Bruttomarge auf 22,0 nach 24,5 Prozent im Vorjahr. Der Grund hierfür liegt in dem überproportionalen Anstieg von großvolumigen Programmen, wie zum Beispiel Nike.

Das Segment ad agents verzeichnete ebenfalls ein Umsatzplus um TEUR 1.728 auf 9.145 bzw. 23,3 Prozent (2014: TEUR 7.417). Der Anstieg resultiert im Wesentlichen aus höheren Werbebudgets im Bereich Search (Google). Auch bei ad agents sorgte das vierte Quartal für einen regelrechten Umsatzschub. Das Umsatzplus betrug im Schlussquartal 40,2 Prozent bzw. TEUR 921 auf TEUR 3.214 (Q4 2014: TEUR 2.293). Die Bruttomarge dieses Segments blieb auf Gesamtjahresbasis mit TEUR 3.593 dabei in etwa auf Vorjahresniveau (2014: TEUR 3.621).

Das Umsatzminus innerhalb des Segmentes ad pepper media von TEUR 3.168 ist im Wesentlichen auf die Einstellung unserer operativen Tätigkeit in Großbritannien zur Jahresmitte sowie auf den Verkauf von Globase ApS per 1. Oktober 2015 zurückzuführen. ad pepper media UK und Globase generierten im abgelaufenen Geschäftsjahr noch Umsätze

in Höhe von TEUR 1.517 nach TEUR 3.624 im Vorjahr. Auf vergleichbarer Basis blieb der Umsatz in diesem Segment somit weitgehend stabil. Parallel zum Umsatzrückgang sank die Bruttomarge entsprechend auf TEUR 3.091 (2014: TEUR 4.732). Auf bereinigter Basis, also unter Herausrechnung von ad pepper media UK und Globase, fiel der Gross Profit leicht um TEUR 104 auf TEUR 1.916 (2014: TEUR 2.020).

### Entwicklung der operativen Kosten

Die operativen Kosten der ad pepper media Gruppe sanken deutlich um 20,4 Prozent auf TEUR 15.986 (2014: TEUR 20.070). Die Einstellung unserer operativen Einheit ad pepper media UK, der Verkauf von Globase per 1. Oktober 2015 sowie die Schließung unseres Standortes in Hamburg (admin) sind wesentliche Gründe für die niedrigere Kostenbasis. Darüber hinaus schlugen Erlöse aus dem Unternehmensverkauf von Globase im Geschäftsjahr mit TEUR 386 zu Buche. Unter Herausrechnung der in 2015 erfolgten Beteiligungsverkäufe ergibt sich – auf vergleichbarer Basis – eine Reduzierung der operativen Kosten um 8,7 Prozent bzw. um TEUR 1.417 auf TEUR 14.925 (2014: TEUR 16.342).

### EBIT, EBITDA und EBT

Im abgelaufenen Geschäftsjahr betrug das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) der Gruppe TEUR 244 (2014: TEUR -3.940). Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) der Gruppe betrug im abgelaufenen Jahr TEUR 539 (2014: TEUR -3.729). Mit Blick auf die EBITDA-Segmentergebnisse konnte Webgains mit TEUR 1.352 ein im Vergleich zum Vorjahr deutlich besseres Ergebnis erzielen (2014: TEUR 102). Auch ad agents konnte eine Steigerung hinsichtlich des EBITDA verzeichnen. Das Plus beträgt TEUR 113 auf TEUR 268 (2014: TEUR 155). Das dritte operative Segment, ad pepper media, schloss das Geschäftsjahr 2015 mit TEUR -497 (2014: TEUR -2.364) ab. Globase wurde mit Wirkung zum 1. Oktober 2015 veräußert und erwirtschaftete ein negatives EBITDA von TEUR -126.

Das Ergebnis vor Steuern (EBT) der Gruppe betrug in 2015 TEUR 443 (2014: TEUR -5.225). Das Periodenergebnis betrug TEUR 135 (2014: TEUR -5.335). In den Zahlen des abgelaufenen Geschäftsjahres sind die bereits erwähnten Einmaleffekte aus Beteiligungsverkäufen in Höhe von TEUR 386 enthalten.

## DARSTELLUNG DER FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

### Cashflow

Der operative Cashflow war positiv und betrug im abgelaufenen Jahr TEUR 1.627 nach TEUR -1.659 im Geschäftsjahr 2014. Hauptgründe hierfür waren das verbesserte Forderungsmanagement sowie das deutlich verbesserte Ergebnis vor Steuern. Der Nettomittelzufluss aus der Investitionstätigkeit stieg auf TEUR 3.194 (2014: TEUR 676). Verantwortlich hierfür war im Wesentlichen die Rückzahlung eines am 28. Januar 2015 fällig gewordenen verbrieften Schuldscheins (TEUR 2.000) sowie Einzahlungen aus dem Verkauf unserer dänischen Tochtergesellschaften Globase ApS Kopenhagen und ad pepper media A/S Kopenhagen in Höhe von TEUR 342. Weitere TEUR 929 resultieren aus der vollständigen Rückzahlung der in 2013 treuhänderisch hinterlegten Kaufpreiskomponente aus dem Verkauf von Emediate ApS, Kopenhagen. Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit betrug TEUR 176 nach TEUR 2 im Geschäftsjahr 2014.

### Bilanzstruktur

Die Bilanzsumme ist um TEUR 3.750 auf TEUR 34.040 gestiegen (31. Dezember 2014: TEUR 30.290). Während sich langfristige Vermögenswerte mit TEUR -602 auf TEUR 6.314 nur leicht verringerten, erhöhte sich das Umlaufvermögen mit TEUR 4.352 auf TEUR 27.726 deutlich. Dabei stiegen die „Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente“ um TEUR 5.006 auf TEUR 16.932 (31. Dezember 2014: TEUR 11.926), während sich „Wertpapiere und Termineinlagen“ um TEUR 2.003 reduzierten (31. Dezember 2014: TEUR 2003). „Forderungen aus Lieferungen und Leistungen“ erhöhten sich ebenfalls um TEUR 2.244 auf TEUR 9.983 (31. Dezember 2014: TEUR 7.739).

Auf der Passivseite erhöhte sich das Eigenkapital aufgrund des ausgewiesenen Periodenergebnisses leicht um TEUR 212 auf TEUR 16.508 (31. Dezember 2014: TEUR 16.296). Die Eigenkapitalquote per 31. Dezember 2015 beträgt weiterhin gute 48,5 Prozent (31. Dezember 2014: 53,7 Prozent). „Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistung“ erhöhten sich deutlich um TEUR 3.753 auf TEUR 13.618 (31. Dezember 2014: TEUR 9.865).

Die ad pepper media Gruppe ist zum Bilanzstichtag eigenfinanziert. Die liquiden Mittel (einschliesslich Wertpapierbestände zum beizulegenden Zeitwert) belaufen sich per Ende Dezember 2015 auf TEUR 22.437 (31. Dezember 2013: TEUR 19.639). Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten existieren weiterhin nicht.

07

RISIKOBERICHT





## VORBEMERKUNG

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 Schutz der 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 Wirksam-

keit 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 geografische 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, sodass 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 am geistigen 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 beeinflussen. Unser Ziel ist es, Schutz für unser geistiges Eigentum gewährt zu bekommen, allerdings besteht die Möglichkeit, dass wir einige nicht entsprechend schützen können. Darüber hinaus ist es angesichts der zum Teil erheblichen Kosten des Schutzes von Patenten und/oder geistigen Eigentums möglich, dass wir bestimmte Innovationen und/oder geistiges Eigentum 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 fortsetzen 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 traditionelle Werbemedien

Unser Angebot für Werbekunden und Betreiber von Websites 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, Real Time Bidding) versteigert werden. Daneben konkurrieren wir auch mit traditionellen Werbemedien, wie Direkt-Marketing, Fernsehen, Radio, Kabel und Printmedien, die allesamt einen Anteil am Gesamtwerbepotential 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 ag-

gressiver 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.

Außerdem greifen viele Internetnutzer vor allem auf Suchmaschinen wie den Marktführer Google zurück, wenn sie nach Neuheiten, Produkten usw. suchen. Suchmaschinen basieren auf komplexen und vertraulichen Algorithmen. Suchmaschinenanbieter nehmen regelmäßig weitreichende Veränderungen an ihren Suchalgorithmen vor. Deshalb besteht immer das potenzielle Risiko, dass sich die Suchmaschinen-Rankings der Websites unserer Kunden zeitweise oder sogar permanent verschlechtern. Die Folge wäre ein beträchtlicher Rückgang im Datenverkehr, der die Umsatz- und Ertragslage dieser Websites sowie der ad pepper media Gruppe und ihrer Segmente erheblich beeinträchtigen könnte.

Zudem stellt die Möglichkeit einer unternehmensinternen Abwicklung von Werbenetzwerkfunktionen ein mögliches Risiko für die ad pepper media Gruppe dar, sowohl im Hinblick auf die Attraktivität ihrer Angebote für Werbetreibende als auch hinsichtlich der Verhandlungsstärke gegenüber Anbietern von Internet-Werbeinventar.

### 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 mithilfe 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 verbundene Produkte/Dienstleistungen ausreichende Profitabilität und Reputation im Markt zu erzielen.

Wenn wir beim Umgang mit diesen Risiken und Unsicherheiten keinen Erfolg haben, kann das zum Teil erheblich negative Auswirkungen auf unsere Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage nach sich ziehen.

### Risiken unserer M&A-Strategie

Historisch sind wir 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.

jeder 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, oder 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.

### Kundenkonzentration

ad pepper media und ihre Segmente zeichnen sich durch eine starke Kundenkonzentration sowohl aufseiten der Werbetreibenden als auch aufseiten der Publisher (Eigentümer von Websites) aus, sodass wirtschaftliche Schwierigkeiten bzw. Veränderungen bei den Einkaufsrichtlinien oder -verhalten ihre Hauptkunden erhebliche Auswirkungen auf die Geschäfts- und Betriebsergebnisse von ad pepper media haben können. Zwar mag die Konzentration unserer Geschäftstätigkeit mit einer relativ kleinen Kundenbasis einige Vorteile für uns mit sich bringen, z. B. die potenziell höhere Effizienz bei den Abwicklungskosten sowie geringere Vertriebskosten. Andererseits kann diese Konzentration für ad pepper media aber auch deutlich negative materielle Auswirkungen haben, falls einer unserer Großkunden die Geschäftsbeziehungen mit uns reduziert bzw. Wettbewerber oder neue Marktakteure favorisiert. Kunden gehen keine langfristig bindenden Verpflichtungen mit ad pepper media im Hinblick auf das Buchungsvolumen ein, und sie können jederzeit eine grundlegende Veränderung der Geschäftsbeziehungen anstreben. Jede dieser Veränderungen kann die Geschäfts- und Betriebsergebnisse von ad pepper media negativ beeinflussen.

### 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 Währungsrisiko 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 Steuer Aufwand 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 von Zeit zu Zeit 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 widerufen wird. Solche Änderungen hinsichtlich IFRS können sich erheblich auf unsere Finanz-, Ertrags- und Vermögenslage auswirken.

### Liquiditäts- und Cashflow-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 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.

Zudem können negative Entwicklungen auf den Kapitalmärkten unsere Finanzierungsmöglichkeiten einschränken. Die vergangenen Wirt-

schafts- und Finanzkrisen haben zu gewissen Einschränkungen hinsichtlich der Verfügbarkeit von Unternehmensfinanzierungen geführt und das oben dargestellte Szenario hervorgebracht. Wenn wir in die Zukunft blicken, können wir weitere Einschränkungen im Hinblick auf unsere Liquiditätslage nicht völlig ausschließen, vor allem, wenn das oben beschriebene Szenario erneut eintreten sollte.

## 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 Kundenverhalten. 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 Verbraucheransprache 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 (DSPs) und/oder Supply-Side-Plattformen (SSPs) 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 Nutzerzuganges 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 Kommunikations-Systemen

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 Van-



dalismus 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 lang anhaltende 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 2015 besaß einer der Gründungsaktionäre, EMA B.V., Aktien, die ca. 41 Prozent des Grundkapitals betragen, was wiederum regelmäßig über 80 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 Konzern-Abschlusses.

## CHANCEN UND PROGNOSE

Mit dem Resultat des abgelaufenen Geschäftsjahres kann ad pepper media zufrieden sein. Zweistellige Wachstumsraten in Verbindung mit einer deutlich reduzierten Kostenbasis, der im November erfolgte Unternehmensverkauf sowie eine Reorganisation des Segmentes ad pepper media zu Beginn des Jahres 2015 waren die wesentlichen Erfolgsfaktoren.

Mit dem Verkauf von Globase und der Fokussierung des Segments ad pepper media auf den spanischen und deutschen Markt geht gleichzeitig eine erhöhte Abhängigkeit der Ergebnisse der ad pepper media Gruppe von einzelnen Regionen, insbesondere Großbritannien und Deutschland, als auch von unserem wirtschaftlich erfolgreichsten Segment, Webgains, einher. Letzteres stand im Geschäftsjahr 2015 bereits für knapp 75 Prozent der Umsätze der Gruppe, Tendenz weiter steigend.

Die im Gesamtjahr 2015 sowie im Schlussquartal erzielten Umsatzwachse machen uns jedoch zuversichtlich, dass wir auch im laufenden Geschäftsjahr – ein intaktes makroökonomisches Umfeld vorausgesetzt – erneut fortgesetzt dynamisches Wachstum erreichen können. Insgesamt erwarten wir für das Geschäftsjahr 2016 Umsätze in einer Region von mindestens EUR 60 Mio. Unter Berücksichtigung der in 2015 eingestellten Aktivitäten entspräche dies einem Umsatzwachstum von rund 10 Prozent. Wie bereits in den Jahren zuvor und üblich für unsere Branche wird ein Großteil des erwarteten Umsatzwachstums im vierten Quartal erwirtschaftet werden.

Neben organischem Wachstum sehen wir uns darüber hinaus angesichts solider Bilanzkennziffern für mögliche Akquisitionen gut gestellt. Die uns zur Verfügung stehenden Liquiditätsreserven erlau-

ben die Durchführung von einzelnen Transaktionen auch ohne direkte Kapitalmaßnahmen. Für mögliche Akquisitionen haben wir dabei klare Auswahlkriterien definiert im Hinblick darauf, ob sie strategisch passen, sowie unter den Aspekten der finanziellen Attraktivität und der Umsetzbarkeit.



08

VERSICHERUNG DER  
GESETZLICHEN VERTRETER



## VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

Entsprechend der in Absatz 5.1A im Niederländischen Finanzmarktaufsichtsgesetz (Wet op het financieel toezicht) enthaltenen EU-Transparenzrichtlinie erklärt der Vorstand nach bestem Wissen:

- Der Konzernabschluss per 31. Dezember 2015 vermittelt ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der ad pepper media International N.V. und ihrer Unternehmen.
- Der Lagebericht vermittelt ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild des Geschäftsverlaufs und der Lage von ad pepper media International N.V. und ihrer konsolidierten Unternehmen.
- Der Lagebericht beschreibt die wesentlichen Risiken, denen ad pepper media International N.V. ausgesetzt ist.

Der Vorstand  
ad pepper media International N.V.



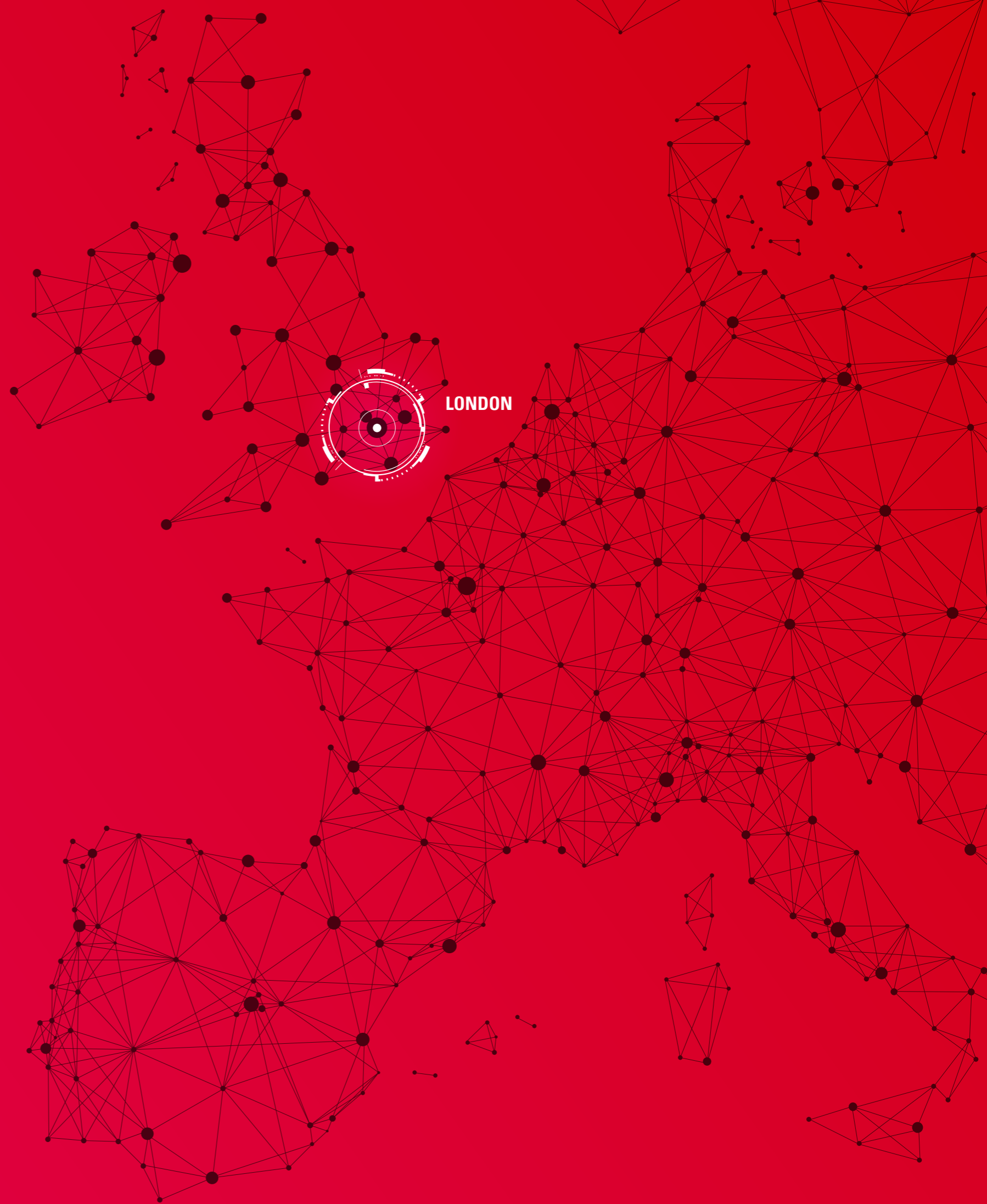
Dr. Ulrike Handel



Dr. Jens Körner

09

KONZERN-ABSCHLUSS



## KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

		01.01.-31.12.2015	01.01.-31.12.2014
	Anhang	TEUR	TEUR
<b>Umsatzerlöse</b>	[5]	<b>56.009</b>	<b>47.281</b>
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	[7]	-40.165	-31.150
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>		<b>15.844</b>	<b>16.131</b>
Vertriebskosten	[8]	-10.575	-12.603
Allgemeine und Verwaltungskosten	[9]	-6.382	-7.644
Sonstige betriebliche Erträge	[10]	3.088	1.650
Sonstige betriebliche Aufwendungen	[11]	-2.117	-1.474
Gewinn aus der Veräußerung von Tochterunternehmen	[12]	386	0
<b>Operatives Ergebnis</b>		<b>244</b>	<b>-3.940</b>
Finanzerträge	[13]	250	390
Finanzaufwendungen	[13]	-51	-1.675
<b>Ergebnis vor Steuern</b>		<b>443</b>	<b>-5.225</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	[14]	-308	-110
<b>Periodenergebnis</b>		<b>135</b>	<b>-5.335</b>
Davon entfallen auf Anteilseigner des Mutterunternehmens		-33	-5.432
Davon entfallen auf nicht-beherrschende Anteile		168	97
Ergebnis je Aktie (unverwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)	[15]	0	-0,26
Ergebnis je Aktie (verwässert) bezogen auf das den Anteilseignern des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis (EUR)	[15]	0	-0,26
		Stück	Stück
<b>Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)</b>	[15]	<b>21.317.201</b>	<b>21.240.708</b>
<b>Durchschnittlich in Umlauf befindliche Aktien (verwässert)</b>	[15]	<b>21.459.381</b>	<b>21.492.534</b>

## KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG [30]

	01.01.-31.12.2015	01.01.-31.12.2014
	TEUR	TEUR
<b>Periodenergebnis</b>	<b>135</b>	<b>-5.335</b>
<b>Posten, die anschließend möglicherweise in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden</b>		
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	8	21
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	-176	-15
Realisierte Gewinne/Verluste aus von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	0	-39
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen in Eigenkapitalinstrumenten	0	-3.105
Im sonstigen Ergebnis verrechnete Ertragsteuern	12	94
<b>Sonstiges Ergebnis, nach Steuern</b>	<b>-156</b>	<b>-3.044</b>
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>-21</b>	<b>-8.379</b>
Davon auf nicht-beherrschende Anteile entfallend	168	97
Davon auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallend	-189	-8.476



## KONZERN-BILANZ – AKTIVA

		31.12.2015	31.12.2014
	Anhang	TEUR	TEUR
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>			
Firmenwerte	[16]	0	24
Immaterielle Vermögenswerte	[17]	349	398
Sachanlagen	[18]	150	204
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Wertpapiere des Anlagevermögens	[19]	3.295	3.324
Zur Veräußerung verfügbare Wertpapiere des Anlagevermögens	[19]	2.210	2.386
Andere finanzielle Vermögenswerte	[20]	310	580
<b>Summe langfristige Vermögenswerte</b>		<b>6.314</b>	<b>6.916</b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>			
Wertpapiere	[21]	0	2.003
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	[22]	9.983	7.739
Sonstige Forderungen	[23]	292	400
Forderungen aus Ertragsteuern	[23a]	222	314
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	[24]	297	992
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	[25]	16.932	11.926
<b>Summe kurzfristige Vermögenswerte</b>		<b>27.726</b>	<b>23.374</b>
<b>Aktiva, gesamt</b>		<b>34.040</b>	<b>30.290</b>

## KONZERN-BILANZ – PASSIVA

		31.12.2015	31.12.2014
	Anhang	TEUR	TEUR
<b>Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital</b>			
Gezeichnetes Kapital	[26]	1.150	1.150
Kapitalrücklage	[27]	66.410	66.353
Eigene Anteile	[28]	-3.105	-3.281
Bilanzverlust		-46.250	-46.218
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	[30]	-2.199	-2.043
<b>Summe</b>		<b>16.005</b>	<b>15.961</b>
Nicht-beherrschende Anteile	[31]	503	335
<b>Summe Eigenkapital</b>		<b>16.508</b>	<b>16.296</b>
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>		<b>96</b>	<b>0</b>
Latente Steuerverbindlichkeiten	[14]	96	0
<b>Summe langfristige Verbindlichkeiten</b>		<b>96</b>	<b>0</b>
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	[32]	13.618	9.865
Sonstige Verbindlichkeiten	[32a]	1.254	1.474
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	[33]	2.300	2.625
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern		265	30
<b>Summe kurzfristige Verbindlichkeiten</b>		<b>17.436</b>	<b>13.994</b>
<b>Summe Verbindlichkeiten</b>		<b>17.532</b>	<b>13.994</b>
<b>Passiva, gesamt</b>		<b>34.040</b>	<b>30.290</b>

## KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

		01.01.-31.12.2015	01.01.-31.12.2014
	Anhang	TEUR	TEUR
<b>Periodenergebnis</b>		<b>135</b>	<b>-5.335</b>
<b>Anpassungen für:</b>			
Abschreibungen	[6]	296	211
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Gegenständen des Anlagevermögens	[10]	-25	0
Aktienbasierte Vergütung	[39]	57	99
Gewinn/Verlust aus dem Verkauf von Wertpapieren	[19], [20a], [21]	-33	-137
Andere Finanzerträge und Finanzaufwendungen	[13]	-167	1.422
Steuerergebnis	[14]	307	110
Gewinn aus der Veräußerung von Anteilen an Tochterunternehmen	[12]	-386	0
Sonstige nicht-zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge	[38]	-1.139	68
<b>Brutto-Cashflow</b>		<b>-955</b>	<b>-3.562</b>
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	[22]	-2.464	-652
Veränderung anderer Aktiva		169	97
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	[32]	4.154	1.831
Veränderung anderer Passiva		398	442
Vereinnahmte Ertragsteuern		225	0
Gezahlte Ertragsteuern		-93	-156
Vereinnahmte Zinsen		212	457
Gezahlte Zinsen		-19	-116
<b>Netto-Cashflows aus betrieblicher Tätigkeit</b>		<b>1.627</b>	<b>-1.659</b>

		01.01.-31.12.2015	01.01.-31.12.2014
	Anhang	TEUR	TEUR
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	[18]	-185	-334
Erlöse aus dem Abgang von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen		57	17
Auszahlungen für die Gewährung von Darlehen	[20]	0	-200
Einzahlungen aus der Tilgung gewährter Darlehen	[20]	16	53
Einzahlungen für die Veräußerung von Tochtergesellschaften	[12], [24], [38]	1.270	0
Erlöse aus dem Verkauf/der Fälligkeit von Wertpapieren	[20a], [21]	2.036	10.124
Erwerb von Wertpapieren	[19], [21]	0	-8.984
<b>Netto-Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>		<b>3.194</b>	<b>676</b>
Ausgabe eigener Aktien	[28]	176	0
Einzahlungen aus Transaktionen mit nicht-beherrschenden Anteilen	[31]	0	50
Ausschüttung an nicht-beherrschende Anteile		0	-48
<b>Netto-Cashflows aus Finanzierungstätigkeit</b>		<b>176</b>	<b>2</b>
Zahlungswirksame Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		4.998	-981
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres</b>		<b>11.926</b>	<b>12.886</b>
Einfluss von Wechselkursänderungen auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		8	21
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode</b>	[25]	<b>16.932</b>	<b>11.926</b>

## KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG 2014

	Stand 1. Januar 2014	Ergebnis gesamt	Aktien- basierte Vergütung	Ausgabe eigener Anteile	Dividenden	Trans- aktionen mit nicht-beherr- schenden Anteilen	Stand 31. Dezem- ber 2014
Anhang							
<b>Gezeichnetes Kapital</b> [26]							
Anzahl der Aktien	23.000.000						23.000.000
Gezeichnetes Kapital (TEUR)	1.150						1.150
<b>Kapitalrücklage</b> [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
<b>Eigene Anteile</b> [28]							
Anzahl der Aktien	1.759.292						1.759.292
Rückkaufswert (TEUR)	-3.281						-3.281
<b>Bilanzverlust (TEUR)</b>	<b>-40.786</b>	<b>-5.432</b>					<b>-46.218</b>
<b>Kumuliertes sonstiges Ergebnis</b> [30]							
Währungsdifferenzen (TEUR)	-909	21					-888
Unrealisierte Gewinne/ (Verluste) aus zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren (TEUR)	-1.168	13					-1.155
Unrealisierte Gewinne/ (Verluste) aus zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen in Eigenka- pitalinstrumenten (TEUR)	3.079	-3.079					0
<b>Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)</b>	<b>24.339</b>	<b>-8.477</b>	<b>99</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>15.961</b>
Nicht-beherrschende Anteile (TEUR) [31]	236	97			-48	50	335
<b>Eigenkapital (TEUR)</b>	<b>24.575</b>	<b>-8.380</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-48</b>	<b>50</b>	<b>16.296</b>

## KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG 2015

	Stand 1. Januar 2015	Ergebnis gesamt	Aktien- basierte Vergütung	Ausgabe eigener Anteile	Dividenden	Trans- aktionen mit nicht-beherr- schenden Anteilen	Stand 31. Dezem- ber 2015
Anhang							
<b>Gezeichnetes Kapital</b> [26]							
Anzahl der Aktien	23.000.000						23.000.000
Gezeichnetes Kapital (TEUR)	1.150						1.150
<b>Kapitalrücklage</b> [27]							
Für Aktienoptions- programme (TEUR)	2.571		57				2.628
Aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V. (TEUR)	63.782						63.782
<b>Eigene Anteile</b> [28]							
Anzahl der Aktien	1.759.292			-220.000			1.539.292
Rückkaufswert (TEUR)	-3.281			176			-3.105
<b>Bilanzverlust (TEUR)</b>	<b>-46.218</b>	<b>-33</b>					<b>-46.251</b>
<b>Kumuliertes sonstiges Ergebnis</b> [30]							
Währungsdifferenzen (TEUR)	-888	8					-880
Unrealisierte Gewinne/ (Verluste) aus zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren (TEUR)	-1.155	-164					-1.319
<b>Gesamtes Eigenkapital der Aktionäre der ad pepper media International N.V. (TEUR)</b>	<b>15.961</b>	<b>-189</b>	<b>57</b>	<b>176</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>16.005</b>
Nicht-beherrschende Anteile (TEUR) [31]	335	168					503
<b>Eigenkapital (TEUR)</b>	<b>16.296</b>	<b>-21</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>16.508</b>



**10**

KONZERN-ANHANG



HERRENBERG



## INFORMATIONEN ZUM UNTERNEHMEN [1]

Der Konzern-Abschluss der ad pepper media International N.V. (die „Gesellschaft“) für das zum 31. Dezember 2015 endende Geschäftsjahr wurde am 17. März 2016 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 und beherrschendes Unternehmen der ad pepper media Gruppe. Ort der Geschäftsleitung ist Frankenstraße 150 C, 90461 Nürnberg. Die Aktien der Gesellschaft werden unter der WKN 940 883 (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 sechs Büros in vier 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]

### Grundlagen der Erstellung des Abschlusses

Die Erstellung des Konzern-Abschlusses 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 Konzern-Abschluss 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 Konzern-Abschluss, den Einzelabschluss und sonstige Informationen. Dieser Bericht enthält den Bericht des Vorstandes und des Aufsichtsrats, den Konzern-Abschluss und sonstige Informationen.

### Erklärung zur Übereinstimmung mit IFRS und dem Bürgerlichen Gesetzbuch der Niederlande

Der Konzern-Abschluss und der Einzelabschluss 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. Gleiche Grundsätze und Bewertungsmethoden werden sowohl auf den Konzern- als auch auf den Einzelabschluss angewandt. Wenn Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden des Einzelabschlusses von denen des Konzern-Abschlusses abweichen, erfolgt eine Angabe im Anhang. Gemäß Abschnitt 402 des zweiten Teils des Bürgerlichen Gesetzbuches der Niederlande wird die Gewinn- und Verlustrechnung in ihrer verkürzten Form veröffentlicht.

### Konsolidierungsgrundsätze

Der Konzern-Abschluss 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. Die Gruppe beherrscht ein Unternehmen, wenn dem Konzern aus seinem Engagement bei dem Unternehmen eine Risikobelastung durch oder Anrechte auf schwankende Renditen entstehen und er diesen Renditen durch seine Verfügungsgewalt über diese 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 Konzern-Abschluss 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 Konzern-Bilanz 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.

### Konsolidierungskreis

Im Einzelnen werden folgende Tochterunternehmen in den Konzern-Abschluss einbezogen:

Gesellschaft	31.12.2015	31.12.2014
	Beteiligungen in Prozent	Beteiligungen in Prozent
ad pepper media GmbH, Nürnberg, Deutschland	100	100
ad pepper media Denmark A/S, Kopenhagen, Dänemark	0	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	65
ad pepper media USA LLC, New York, USA	100	100
Webgains Ltd, London, Vereinigtes Königreich	100	100
Globase International ApS, Kopenhagen, Dänemark	0	100
ad agents GmbH, Herrenberg, Deutschland	60	60

### Veränderungen an Anteilen von Tochtergesellschaften und nicht-beherrschenden Anteilen

Mit Wirkung zum 1. Oktober 2015 verkaufte ad pepper media International N.V. seinen 100-Prozent-Anteil an Globase ApS, Kopenhagen sowie den 100-Prozent-Anteil an ad pepper media Denmark A/S an Mailup S.p.A., Mailand.

Für weitere Informationen verweisen wir auf die Anhangsangabe [12].

## 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 2015 beginnen, erstmalig anzuwenden:

- **Jährliche Verbesserungen an den IFRS – Zyklus 2011-2013** (Zeitpunkt des Inkrafttretens: 1. Januar 2015): Diese Neuerungen hatten keine Auswirkungen auf den Konzern-Abschluss.

Neue Standards und Interpretationen bzw. Änderungen zu bestehenden Standards und Interpretationen, die für nach dem 1. Januar 2015 beginnende Geschäftsjahre anzuwenden sind:

- **Änderungen an IAS 19 „Leistungsorientierte Pläne“** (Zeitpunkt des Inkrafttretens: 1. Februar 2015): Diese Neuerung wird keine Auswirkungen auf den Konzern-Abschluss haben.
- **Jährliche Verbesserungen an den IFRS – Zyklus 2010-2012** (Zeitpunkt der Veröffentlichung: 23. Dezember 2015): Diese Änderungen sind für Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2016 beginnen. Es werden keine Auswirkungen auf den Konzern-Abschluss erwartet.
- **Änderungen an IAS 27 „Equity-Methode im separaten Abschluss“** (Zeitpunkt der Veröffentlichung: 23. Dezember 2015): Diese Änderungen sind für Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2016 beginnen. Es werden keine Auswirkungen auf den Konzern-Abschluss erwartet.
- **Änderungen zu IAS 1 „Angabeninitiative“** (Zeitpunkt der Veröffentlichung: 19. Dezember 2015): Diese Änderungen sind für Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2016 beginnen. Es werden geringfügige Auswirkungen auf den Konzern-Abschluss erwartet.
- **Jährliche Verbesserungen an den IFRS – Zyklus 2012-2014** (Zeitpunkt der Veröffentlichung: 16. Dezember 2015): Diese Verbesserungen sind für Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2015 beginnen. Es werden keine Auswirkungen auf den Konzern-Abschluss erwartet.
- **Änderungen an IAS 16 und IAS 38 „Klarstellung akzeptabler Abschreibungsmethoden“** (Zeitpunkt der Veröffentlichung: 3. Dezember 2015). Diese Änderungen sind für Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2016 beginnen. Es werden keine Auswirkungen auf den Konzern-Abschluss erwartet.

- **Änderungen an IFRS 11 „Erwerb von Anteilen an einer gemeinsamen Geschäftstätigkeit“** (Zeitpunkt der Veröffentlichung: 25. November 2015): Diese Änderungen sind für Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2016 beginnen. Es werden keine Auswirkungen auf den Konzern-Abschluss erwartet.
- **Änderungen an IAS 16 und IAS 41 „Fruchttragende Pflanzen“** (Zeitpunkt der Veröffentlichung: 25. November 2015): Diese Änderungen sind für Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2016 beginnen. Es werden keine Auswirkungen auf den Konzern-Abschluss erwartet.
- **IFRS 9 „Finanzinstrumente“** (Veröffentlichung: 24. Juli 2015): Der neue Standard ist auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2018 beginnen; eine vorzeitige Anwendung ist zulässig. Der Konzern ist dabei, die Auswirkungen des neuen Standards zu ermitteln.
- **IFRS 15 „Erlöse aus Verträgen mit Kunden“** (Veröffentlichung: 28. Mai 2015): Der neue Standard ist auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2018 beginnen; eine vorzeitige Anwendung ist zulässig. Der Konzern ist dabei, die Auswirkungen des neuen Standards zu ermitteln.
- **IFRS 16 „Leasing“** (Veröffentlichung: 13. Januar 2016): Der neue Standard ist auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2019 beginnen; eine vorzeitige Anwendung ist zulässig. Der Konzern ist dabei, die Auswirkungen des neuen Standards zu ermitteln.

## Wesentliche Ermessungsentscheidungen sowie Schätzungen und Annahmen

Bei der Anwendung der nachfolgend in [3] dargestellten Konzern-Bilanzierungsrichtlinien 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 zugrunde 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 zugrunde liegenden Annahmen vorzunehmen sind.

Die wichtigsten zukunftsbezogenen Annahmen sowie sonstige am Bilanzstichtag bestehende wesentliche Quellen von Schätzungsunsicherheiten wurden insbesondere bei der Beurteilung der Notwendigkeit einer Wertminderung von finanziellen Vermögenswerten (Angabe [20a]), bei der Bilanzierung von abgegrenzten Schulden für noch nicht ausbezahlte Affiliate-Guthaben (Angabe [32]) sowie bei der Ermittlung der Höhe von aktiven latenten Steuern auf Verlustvorträge (Angabe [14]) herangezogen.

## 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 dem Einfluss 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. Wir verweisen auf die Anhangsangaben [19] und [20a].

Weitere Ermessensentscheidungen sind im Rahmen der Auswahl von Bewertungskategorien des IAS 39 für Wertpapiere zum Tragen gekommen. Wir verweisen auf die Anhangsangabe [19].

## 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. Wir verweisen auf die Anhangsangaben [19] und [20a].

### Abgegrenzte Schulden

Für die Bewertung der abgegrenzten Schulden für noch nicht ausbezahlte Affiliate-Guthaben im Segment Webgains werden Annahmen herangezogen, die mithilfe 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. Wir verweisen auf die Anhangsangabe [32].

## 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“. Wir verweisen auf die Anhangsangabe [14].

## ZUSAMMENFASSUNG WESENTLICHER BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSMETHODEN [3]

### Fremdwährungsumrechnung

Der Konzern-Abschluss 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.

Nicht-monetäre 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 entste-

henden 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 zugrunde gelegten wesentlichen Wechselkurse haben sich wie folgt entwickelt:

Fremdwährung pro 1 EUR	Stich-	Stich-	Durch-	Durch-
	tagskurs 31.12.15	tagskurs 31.12.14	schnitts- kurs 2015	schnitts- kurs 2014
US-Dollar	1,0926	1,2141	1,107	1,3324
Britisches Pfund	0,7380	0,7789	0,7252	0,8062
Dänische Krone	7,4625	7,4453	7,4589	7,4562

## 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 Vermögenswertes kein wirtschaftlicher Nutzen mehr erwartet wird. Die aus dem Abgang des Vermögenswertes resultierenden Gewinne oder Verluste werden als Differenz aus Nettoveräußerungserlösen und Buchwert des Vermögenswertes ermittelt und in der Periode, in welcher der Vermögenswert ausgebucht wird, erfolgswirksam in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

## Immaterielle Vermögenswerte

Einzel erworbene immaterielle Vermögenswerte werden bei der erstmaligen Erfassung zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten angesetzt. Die Anschaffungskosten von im Rahmen des Unternehmenszusammenschlusses erworbenen immaterielle Vermögenswerten entsprechen ihrem beizulegenden Zeitwert zum Erwerbszeitpunkt. Die immaterielle 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 anhand der linearen Methode 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 Vermögenswertes 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 in den gruppenweiten Rechnungslegungsmethoden genannten Ansatzkriterien erfüllt, die auf den Ansatzkriterien des IAS 38 basieren.

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 Cashflows, 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 Nutzungswertes werden die erwarteten künftigen Cashflows 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 Zeitwertes abzüglich der Verkaufskosten wird ein angemessenes Bewertungsmodell angewandt. Dieses stützt sich zur Ermittlung des beizulegenden Zeitwertes auf ein Discounted-Cashflow-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. 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.

Finanzielle Vermögenswerte werden ausgebucht, wenn die vertraglichen Rechte auf Zahlungen aus den finanziellen Vermögenswerten auslaufen oder eine Übertragung der finanziellen Vermögenswerte mit allen wesentlichen Chancen und Risiken erfolgt.

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 Zeitwertes, 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 Cashflows 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 Cashflows (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 so weit ergebniswirksam erfasst, 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 Rechenkonditionen 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 Tagen aufweisen, wurde in den Geschäftsjahren 2014 und 2013 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 bezieht 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.

**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 Höhe 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**

Finanzielle Verbindlichkeiten sind vertragliche Verpflichtungen, die in flüssigen Mitteln oder anderen finanziellen Vermögensgegenständen beglichen werden. 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 Aus-

gleich durch Eigenkapitalinstrumente). 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. ad pepper media beurteilt anhand spezieller Kriterien, ob die Gruppe bei den einzelnen Umsatzströmen als Prinzipal oder als Agent handelt. Die Gruppe folgert, dass sie bei allen Umsatzarten als Prinzipal handelt.



**Erbringung von Dienstleistungen**

Der Konzern generiert seine Umsätze im Wesentlichen mit der Technologie-Plattform Webgains, in der Publisher Werbung wählen, um sie auf ihren Websites zu platzieren. Diese leitet Traffic zurück zu den Websites von Werbungtreibenden. Führt der Traffic zu Transaktionen, erhält der Affiliate-Partner eine Vergütung vom Werbungtreibenden und die Gruppe eine Provision für jede erfolgreiche Transaktion. Folglich besteht der wesentliche Teil der Unternehmensumsätze aus variablen Transaktionsumsätzen, die laufend auf Basis des Transaktionsvolumens und der Transaktionspreise kalkuliert werden.

Umsätze des Segments ad pepper media werden durch die Vermarktung von Werbeflächen im Internet generiert. 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, damit 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 Ertragsteuern**

Laufende Steuern werden auf Basis der Jahresgeschäftsergebnisse und unter Zugrundelegung der am Bilanzstichtag geltenden nationalen Steuersätze und Steuergesetze 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 Firmenwerte, 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.

**UNTERNEHMENSZUSAMMEN-  
SCHLÜSSE [4]**

Im Geschäftsjahr 2015 sind ebenso wie im Geschäftsjahr 2014 keine Unternehmenszusammenschlüsse eingetreten.

**SEGMENT-  
BERICHTERSTATTUNG [5]**

IFRS 8 fordert die Angabe von finanziellen und beschreibenden Informationen bezüglich sogenannter „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). Gewinne aus der Veräußerung von nicht-wesentlichen Tochtergesellschaften werden dem nicht-operativen Segment „Admin“ zugeordnet. Die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden der berichtspflichtigen Segmente entsprechen den in Angabe [2] beschriebenen Konzern-Bilanzierungsrichtlinien.

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 2015	ad pepper media	Webgains	ad agents	Admin	Zwischen-segment-eliminierung	Konzern
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Gesamtumsatz	5.994	40.887	9.145	184	-201	56.009
Davon Umsatz mit Drittkunden	5.982	40.882	9.145	0	0	56.009
Davon Intersegmentumsätze	12	5	0	184	-201	0
Aufwendungen und sonstige Erträge	-6.502	-39.612	-8.967	-868*	184	-55.765
Davon Abschreibungen	-11	-78	-89	-117	0	-296
Davon andere nicht-zahlungswirksame Aufwendungen	-11	-574	-1	-35	0	-620
Davon andere nicht-zahlungswirksame Erträge	304	429	52	685	0	1.469
EBITDA	-497	1.352	268	-567	-17	539
EBIT	-508	1.275	178	-684	-17	244
Finanzertrag	1	2	0	257	-10	250
Finanzaufwand	-10	-8	-1	-42	10	51
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag						308
Periodenergebnis						135
Geschäftsjahr 2014	ad pepper media	Webgains	ad agents	Admin	Zwischen-segment-eliminierung	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

\*Davon Gewinn aus der Veräußerung von Anteilen an Tochterunternehmen in Höhe von TEUR 386. Für weitere Informationen verweisen wir auf die Angabe [12].

\*\*Davon Wertminderungsaufwand in Höhe von TEUR 1.594.

## Geografische Informationen

Der Konzern ist im Wesentlichen in vier geografischen Regionen tätig: Deutschland, Spanien und Vereinigtes Königreich. Mit der Veräußerung von Globase ApS, Kopenhagen und ad pepper media Denmark A/S zog sich die Gruppe vollständig aus dem skandinavischen Markt zurück. Die für das Geschäftsjahr ausgewiesenen Umsätze der Region „Skandinavien“ umfassen das per 01. Oktober 2015 veräußerte operative Geschäft von Globase ApS, Kopenhagen. Die Umsatzerlöse aus fortgeführten Geschäftsbereichen des Konzerns aus Geschäften mit externen Kunden sowie Informationen über das Segmentvermögen setzen sich nach geografischer Zuordnung wie nachstehend zusammen, wobei die langfristigen Vermögenswerte keine Finanzinstrumente beinhalten:

	Umsatz mit Drittkunden		Langfristige Vermögenswerte	
	Geschäftsjahr 2015	Geschäftsjahr 2014	31.12.15	31.12.14
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Deutschland	15.287	14.403	259	453
Skandinavien	1.199	2.228	0	2
Vereinigtes Königreich	31.209	23.786	214	157
Spanien	3.519	3.007	18	2
USA	3.594	2.462	2	2
Sonstige	1.201	1.395	6	10
<b>Summe</b>	<b>56.009</b>	<b>47.281</b>	<b>499</b>	<b>626</b>

Umsätze in Höhe von TEUR 7.045 (2014: TEUR 3.051) stammen von einem einzelnen externen Kunden und sind dem Segment Webgains zurechenbar.

## 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 dem die Zuordnung der Aufwendungen nach Funktionsbereichen erfolgt. In den einzelnen Bereichen sind unter anderem Personalaufwendungen von TEUR 12.283 (2014: TEUR 14.737) und planmäßige Abschreibungen von TEUR 296 (2014: TEUR 211) enthalten. Abschreibungen von immateriellen Vermögenswerten sind in den Vertriebsaufwendungen in Höhe von TEUR 94 (2014: TEUR 18), in den Verwaltungsaufwendungen in Höhe von TEUR 22 (2014: TEUR 19) und in den anderen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von TEUR 38 (2014: TEUR 34) enthalten.

Die Personalaufwendungen beinhalten TEUR 505 (2014: TEUR 568), die als Arbeitgeberbeiträge zu leistungsorientierten Plänen anzugeben sind.

## HERSTELLUNGSKOSTEN DER ZUR ERZIELUNG DER UMSATZERLÖSE ERBRACHTEN LEISTUNGEN [7]

Die Herstellungskosten des Umsatzes bestehen in Höhe von TEUR 39.991 (2014: TEUR 30.787) aus Affiliate Commissions, Aufwendungen für Werbeflächen im Internet sowie den Aufwendungen für die eingesetzte Ad-Server-Technologie, einschließlich dazugehöriger Personalkosten in Höhe von TEUR 161 (2014: TEUR 350).

## VERTRIEBSKOSTEN [8]

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

	2015	2014
	TEUR	TEUR
Personalaufwendungen	8.603	10.552
Standortkosten (Mieten, Abschreibungen)	89	123
Kosten für Werbemaßnahmen	242	298
Beratungsdienstleistungen	502	525
Allgemeine Betriebskosten (Kommunikation, Reisen, sonstige Leistungen)	1.030	1.060
Sonstige	109	45
<b>Summe</b>	<b>10.575</b>	<b>12.603</b>

## ALLGEMEINE VERWALTUNGSKOSTEN [9]

Die allgemeinen Verwaltungskosten setzten sich wie folgt zusammen:

	2015	2014
	TEUR	TEUR
Personalaufwendungen	3.519	3.835
Standortkosten (Mieten, Abschreibungen)	1.236	1.642
Beratungsdienstleistungen	637	1.026
Allgemeine Betriebskosten (Kommunikation, Reisen, sonstige Leistungen)	922	1.089
Sonstige	68	52
<b>Summe</b>	<b>6.382</b>	<b>7.644</b>

## SONSTIGE BETRIEBLICHE ERTRÄGE [10]

Die sonstigen betrieblichen Erträge setzen sich wie folgt zusammen:

	2015	2014
	TEUR	TEUR
Währungskursgewinne	1.693	558
Gewinne aus der Veräußerung von Sachanlagen	25	0
Gewinne aus der Veräußerung von Kundenverträgen, die nicht aktiviert wurden	72	400
Erträge aus der Auflösung abgegrenzter Schulden	1.134	279
Sonstige	164	413
<b>Summe</b>	<b>3.088</b>	<b>1.650</b>

Erträge aus der Auflösung abgegrenzter Schulden enthalten mit TEUR 350 Auflösungen von nicht ausbezahlten Affiliate-Guthaben im Webgains-Segment, deren Auszahlung ad pepper media als nicht mehr wahrscheinlich einschätzt (2014: TEUR 279), sowie Auflösungen aus verjährten Ansprüchen in Höhe von TEUR 542 (2014: TEUR 0).

## SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN [11]

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen setzen sich wie folgt zusammen:

	2015	2014
	TEUR	TEUR
Währungskursverluste	1.682	584
Abschreibungen aus Forderungen	222	368
Sonstige	213	522
<b>Summe</b>	<b>2.117</b>	<b>1.474</b>

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

## GEWINN AUS DER VERÄUSSERUNG VON ANTEILEN AN TOCHTERUNTERNEHMEN [12]

Im Geschäftsjahr 2015 veräußerte ad pepper media seinen 100-Prozent-Anteil an Globase ApS, Kopenhagen und ad pepper media Denmark A/S mit Wirkung zum 01. Oktober 2015. Der Verkauf führte zu einem Gewinn von TEUR 386.

	2015	2014
	TEUR	TEUR
<b>Verkaufte Vermögensgegenstände und Schulden</b>		
Sachanlagen	1	0
Liquide Mittel	406	0
Sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände	213	0
Kurzfristige Verbindlichkeiten	-258	0
<b>Gesamt Nettovermögen</b>	<b>362</b>	<b>0</b>
Verkaufspreis	800	0
<b>Gewinn aus der Veräußerung</b>	<b>438</b>	<b>0</b>
Transaktionskosten	52	0
<b>Gewinn aus der Veräußerung nach Transaktionskosten</b>	<b>386</b>	<b>0</b>

## FINANZERGEBNIS [13]

Das Finanzergebnis setzt sich wie folgt zusammen:

	2015	2014
	TEUR	TEUR
Zinserträge	214	235
Realisierte Kursgewinne aus der Veräußerung von Wertpapieren	36	155
Unrealisierte Gewinne aus Finanzinstrumenten, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden	0	0
<b>Finanzerträge</b>	<b>250</b>	<b>390</b>
Zinsaufwendungen	-19	0
Wertminderungen	0	-1.594
Unrealisierte Verluste aus Finanzinstrumenten, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden	-29	-62
Realisierte Verluste aus der Veräußerung von Wertpapieren	-3	0
Sonstige Finanzaufwendungen	0	-19
<b>Finanzaufwendungen</b>	<b>-51</b>	<b>-1.675</b>
<b>Finanzergebnis</b>	<b>199</b>	<b>-1.285</b>

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

## STEUERN VOM EINKOMMEN UND VOM ERTRAG [14]

Ertragsteueraufwendungen	2015	2014
	TEUR	TEUR
Tatsächlicher Ertragsteueraufwand	-200	-5
Latenter Ertragsteuerertrag/-aufwand	-108	-105
<b>Summe</b>	<b>-308</b>	<b>-110</b>

Die ausgewiesenen laufenden Ertragsteuern betreffen die in einzelnen Landesgesellschaften gezahlten bzw. zurückgestellten Steuern vom Einkommen und vom Ertrag. Für die Berechnung der latenten Steuern wurden die landesspezifischen Steuersätze zugrunde gelegt. Auf Basis der vorhandenen Verlustvorträge in Höhe von TEUR 34.944 (2014: TEUR 42.989) wurden aktive latente Steuern von TEUR 11.254 (2014: TEUR 13.024) 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 (2014: TEUR 0) an latenten Steuererstattungsansprüchen gebildet. Alle Verlustvorträge können unbefristet vorgetragen werden.

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

Passive latente Steuern	2015	2014
	TEUR	TEUR
Wertpapiere	84	97
Übrige	12	0
<b>Summe</b>	<b>96</b>	<b>97</b>

Aktive latente Steuern	2015	2014
	TEUR	TEUR
Wertpapiere	0	19
Übrige	0	78
<b>Summe</b>	<b>0</b>	<b>97</b>

Die Höhe der erfolgswirksam erfassten Veränderung von passiven latenten Steuern aus temporären Buchungsunterschieden beträgt TEUR 20 (2014: TEUR 17). 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 (2014: TEUR 0) und passive latente Steuerschulden von TEUR 96 (2014: TEUR 0). Sowohl aktive latente Steuern als auch passive latente Steuerschulden sind langfristiger Natur.

Aktive latente Steuern auf Verlustvorträge werden in Höhe von TEUR 0 (2014: TEUR 0) für Ländergesellschaften mit Verlusthistorie angesetzt. Zum 31. Dezember 2015 waren keine passiven latenten Steuern (2014: 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 fünf 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 (2014: 31,47 Prozent) stellt sich wie folgt dar:

	2015	2014
	TEUR	TEUR
Erwarteter Steueraufwand	-139	1.644
Besteuerungsunterschied Ausland	73	-71
Besteuerungsunterschied Ausland am Gewinn	-1	15
Effekt aus steuerfreien Erträgen	-1.279	-1.271
Periodenfremder Steueraufwand	0	0
Latenter Steueraufwand wegen der Änderung von Steuersätzen	0	-36
Nicht-aktivierte latente Steueransprüche	1.629	56
Ausbuchung latenter Steueransprüche aus Wertpapierbewertung und temporären Differenzen auf Goodwill	-95	-94
Nicht-abzugsfähige Aufwendungen für Aktienoptionen	-18	-31
Steuerlich nicht-abzugsfähige Aufwendungen und Sonstige	-478	-322
<b>Ausgewiesener Steueraufwand</b>	<b>-308</b>	<b>-110</b>

## 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:

	2015	2014
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Periodenergebnis in TEUR	-33	-5.432
Ausgegebene Aktien zu Periodenbeginn in Stück	21.240.708	21.240.708
Ausgegebene Aktien zum Periodenende in Stück	21.460.708	21.240.708
Gewichteter Bestand ausgegebener Aktien (unverwässert) in Stück	21.317.201	21.240.708
Ergebnis je Aktie (unverwässert) in EUR	0,00	-0,26
Gewichteter Bestand ausgegebener Aktien (verwässert) in Stück	21.459.381	21.492.534
Ergebnis je Aktie (verwässert) in EUR	0,00	-0,26

Die Ermittlung des gewichteten Bestandes der ausgegebenen Aktien in 2015 erfolgte auf Tagesbasis. Ein Verwässerungseffekt von durchschnittlich 142.180 Aktien war in 2015 hinsichtlich der gewährten Optionen zu verzeichnen (2014: 251.826 Aktien). An der Frankfurter Wertpapierbörse wurden keine neuen Aktien zum Handel zugelassen (2014: 0 Aktien).

Die Gesellschaft hat in 2015 kein Aktienrückkaufprogramm durchgeführt. Daher wurden keine Aktien (2014: 0 Aktien) erworben.

Insgesamt wurden 220.000 eigene Aktien (2014: 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 der Aktie aus, da die Auswirkungen der genannten Vereinbarungen in der Berichtsperiode einer Verwässerung entgegenwirken.

## LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE

### FIRMENWERTE [16]

Da die Kosten im Zusammenhang mit der Beibehaltung des Goodwills der zahlungsmittelgenerierenden Einheit ad agents den Nutzen erheblich überstiegen, beschloss ad pepper media, eine 100-prozentige Wertminderung auf den Goodwill vorzunehmen.

### IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE [17]

#### Software

Im Geschäftsjahr 2015 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 (2014: TEUR 0), der Buchwert zum 31. Dezember 2015 beträgt TEUR 0 inklusive Wechselkursdifferenzen (2014: TEUR 0). Zugänge betreffen im Wesentlichen die App-Software für Webgains in Höhe von TEUR 111. Software und Datenbanken werden über eine dreijährige Nutzungsdauer abgeschrieben. Markenrechte werden über eine Nutzungsdauer von zwölf Jahren abgeschrieben.

## ENTWICKLUNG VON IMMATERIELLEN VERMÖGENSWERTEN UND SACHANLAGEN [18]

Geschäftsjahr 2015	Anschaffungs- und Herstellungskosten						Kumulierte Abschreibungen						Buchwerte		
	Vortrag 01.01.15	Zugänge	Abgänge	Abgänge im Zuge von Unter- nehmens- verkäufen	Währungs- differenzen	Stand am 31.12.15	Vortrag 01.01.15	Abschrei- bungen	Wertberichti- gungen	Abgänge	Abgänge im Zuge von Unter- nehmens- verkäufen	Währungs- differenzen	Stand am 31.12.15	Geschäftsjahr 31.12.15	Vorjahr 31.12.14
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
<b>Firmenwert</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>24</b>
<b>Immaterielle Vermögenswerte</b>															
Software	1.904	118	19	337	4	1.669	1.559	116	0	0	337	1	1.338	331	345
Markenrechte und Kundenstamm	748	0	0	0	6	754	695	38	0	0	0	3	736	18	53
<b>Summe</b>	<b>2.652</b>	<b>118</b>	<b>19</b>	<b>337</b>	<b>10</b>	<b>2.423</b>	<b>2.254</b>	<b>154</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>337</b>	<b>4</b>	<b>2.074</b>	<b>349</b>	<b>398</b>
<b>Sachanlagen</b>															
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	1.497	67	38	130	20	1.416	1.293	118	0	32	130	18	1.266	150	204
<b>Summe</b>	<b>4.173</b>	<b>185</b>	<b>81</b>	<b>467</b>	<b>30</b>	<b>3.839</b>	<b>3.547</b>	<b>296</b>	<b>0</b>	<b>56</b>	<b>467</b>	<b>22</b>	<b>3.340</b>	<b>499</b>	<b>626</b>

Geschäftsjahr 2014	Anschaffungs- und Herstellungskosten						Kumulierte Abschreibungen						Buchwerte		
	Vortrag 01.01.14	Zugänge	Abgänge	Abgänge im Zuge von Unter- nehmens- verkäufen	Währungs- differenzen	Stand am 31.12.14	Vortrag 01.01.14	Abschrei- bungen	Wertberichti- gungen	Abgänge	Abgänge im Zuge von Unter- nehmens- verkäufen	Währungs- differenzen	Stand am 31.12.14	Geschäftsjahr 31.12.14	Vorjahr 31.12.13
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
<b>Firmenwert</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>24</b>	<b>24</b>
<b>Immaterielle Vermögenswerte</b>															
Software	1.728	196	24	0	4	1.904	1.543	37	0	23	0	2	1.559	345	185
Markenrechte und Kundenstamm	735	6	0	0	7	748	659	34	0	0	0	2	695	53	76
<b>Summe</b>	<b>2.463</b>	<b>202</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>11</b>	<b>2.652</b>	<b>2.202</b>	<b>71</b>	<b>0</b>	<b>23</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>2.254</b>	<b>398</b>	<b>261</b>
<b>Sachanlagen</b>															
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	1.583	132	239	0	21	1.497	1.362	140	0	229	0	20	1.293	204	220
<b>Summe</b>	<b>4.070</b>	<b>334</b>	<b>263</b>	<b>0</b>	<b>32</b>	<b>4.173</b>	<b>3.564</b>	<b>211</b>	<b>0</b>	<b>252</b>	<b>0</b>	<b>24</b>	<b>3.547</b>	<b>626</b>	<b>505</b>

## WERTPAPIERE DES ANLAGEVERMÖGENS [19]

Die Wertpapiere des Anlagevermögens per 31. Dezember 2015 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

	2015	2014
	TEUR	TEUR
Buchwert 01.01.	2.386	5.326
Realisierte Gewinne	0	155
Darin: Umgliederung von unrealisierten Gewinnen aus der Gesamtergebnisrechnung in den Gewinn oder Verlust	0	-39
Unrealisierte Gewinne/Verluste	-176	-15
Verkauf	0	-6.634
Kauf	0	3.593
<b>Buchwert 31.12.</b>	<b>2.210</b>	<b>2.386</b>

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

Marktwert	31.12.15	31.12.14
	TEUR	TEUR
Fällig innerhalb eines Jahres	1.591*	1.776*
Fällig nach einem bis fünf Jahren	619	610
Fällig nach mehr als fünf Jahren	0	0
<b>Gesamt</b>	<b>2.210</b>	<b>2.386</b>

### Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Wertpapiere

	2015	2014
	TEUR	TEUR
Buchwert 01.01.	3.324	3.490
Realisierte Gewinne	0	0
Unrealisierte Gewinne/Verluste	-29	-62
Verkauf	0	-3.490
Kauf	0	3.386
<b>Buchwert 31.12.</b>	<b>3.295</b>	<b>3.324</b>

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 und 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 bewertet kategorisiert sind, stellt sich zum Bilanzstichtag wie folgt dar:

Marktwert	31.12.15	31.12.14
	TEUR	TEUR
Fällig innerhalb eines Jahres	0	0
Fällig nach einem bis fünf Jahren	3.295	3.324
Fällig nach mehr als fünf Jahren	0	0
<b>Gesamt</b>	<b>3.295</b>	<b>3.324</b>

\* Der Betrag bezieht sich auf eine unbefristete Anleihe, die (halb-)jährlich durch den Emittenten kündbar ist. ad pepper media International N.V. schätzt die Kündigung der Anleihe innerhalb eines Jahres als unwahrscheinlich ein.

## SONSTIGE FINANZIELLE VERMÖGENSWERTE [20]

Die sonstigen finanziellen Vermögenswerte setzen sich wie folgt zusammen:

	31.12.15	31.12.14
	TEUR	TEUR
Kautionen	310	330
Darlehen	0	250
<b>Summe</b>	<b>310</b>	<b>580</b>

Darlehen mit einem Restbuchwert von TEUR 209 werden entsprechend ihrer Restlaufzeit zum 31. Dezember 2015 unter den sonstigen kurzfristigen finanziellen Vermögenswerten ausgewiesen (Anhangs-angabe [24]).

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

	31.12.15	31.12.14
	TEUR	TEUR
Fällig nach einem bis fünf Jahren	310	580
Fällig nach mehr als fünf Jahren	0	0
<b>Gesamt</b>	<b>310</b>	<b>580</b>

## ZUR VERÄUSSERUNG VERFÜGBARE BETEILIGUNGEN IN EIGENKAPITALINSTRUMENTEN [20A]

ad pepper media International N.V. verkaufte seine 0,55-prozentige Minderheitsbeteiligung zu einem Veräußerungspreis von TEUR 36. Die Beteiligung wurde in 2014 vollständig abgeschrieben.

## KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE

### WERTPAPIERE [21]

Der nicht-börsennotierte, verbriefte Schuldschein wurde am 28. Januar 2015 mit seinem Nominalwert von TEUR 2.000 fällig und getilgt. Dabei wurden Verluste in Höhe von TEUR 3 realisiert.

### 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:

	31.12.15	31.12.14
	TEUR	TEUR
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, brutto	10.532	8.283
Kumulierte Wertberichtigungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-549	-544
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, netto	9.983	7.739

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 2015. Für weitere Angaben verweisen wir auf die Abschnitte [3] und [42].

### SONSTIGE FORDERUNGEN [23]

Die sonstigen Forderungen setzten sich wie folgt zusammen:

	31.12.15	31.12.14
	TEUR	TEUR
Umsatzsteuererstattungsansprüche	172	162
Geleistete Anzahlungen	100	227
Übrige	20	11
<b>Sonstige Forderungen</b>	<b>292</b>	<b>400</b>

### FORDERUNGEN AUS ERTRAGSTEUERN [23A]

Die Position beinhaltet vorab entrichtete Kapitalertragsteuern, die vom Fiskus in Höhe von TEUR 153 (2014: TEUR 227) zurückerstattet werden, sowie Steuererstattungsansprüche in Höhe von TEUR 53 (2014: TEUR 0).

## SONSTIGE KURZFRISTIGE FINANZIELLE VERMÖGENSWERTE [24]

Die sonstigen kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte setzten sich wie folgt zusammen:

	31.12.15	31.12.14
	TEUR	TEUR
Treuhandkonto im Zusammenhang mit dem Emediate-Verkauf in 2013	0	929
Zinsforderungen	13	14
Darlehen	209	0
Übrige	75	49
<b>Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte</b>	<b>297</b>	<b>992</b>

Entsprechend der vertraglichen Bestimmungen wurde der ursprünglich hinterlegte Betrag hälftig am 15. Mai 2015 und 15. November 2015 erstattet.

## ZAHLUNGSMITTEL UND ZAHLUNGSMITTEL-ÄQUIVALENTE [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 16.932 (2014: TEUR 11.926) zusammen.

## EIGENKAPITAL

### GEZEICHNETES KAPITAL [26]

Es wurden keine neuen Aktien der ad pepper media International N.V. zum Handel an der Frankfurter Wertpapierbörse in 2015 (2014: 0) zugelassen.

Das gezeichnete Kapital von ad pepper media International N.V. besteht aus 23.000.000 (2014: 23.000.000) Inhaberaktien 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 21. Mai 2015 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 2015 an keinem Aktienrückkaufprogramm teilgenommen. Folglich wurden im Geschäftsjahr 2015 keine eigenen Aktien (2014: 0 Aktien) erworben.

Per 31. Dezember 2015 hält die ad pepper media International N.V. 1.539.292 eigene Aktien (2014: 1.759.292) mit einem Nennwert von je EUR 0,05, was 6,69 Prozent (2014: 7,65 Prozent) des Grundkapitals entspricht. Gemäß Hauptversammlungsbeschluss können die eigenen Aktien für Akquisitionen und zur Bedienung von Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen eingesetzt werden.



### Veräußerung eigener Aktien

220.000 Anteile wurden im Rahmen der Mitarbeiter-Optionsprogramme veräußert (2014: 0).

### Zahl der ausgegebenen Aktien

Die Zahl der ausgegebenen und im Umlauf befindlichen Aktien beläuft sich nach Abzug eigener Aktien zum 31. Dezember 2015 auf 21.460.708 (2014: 21.240.708). Der Nennbetrag je Aktie beträgt EUR 0,05.

### GENEHMIGTES KAPITAL [29]

Das genehmigte Kapital beträgt EUR 21.485,40 (2014: EUR 21.485,40) entsprechend 429.708 Aktien (2014: 429.708 Aktien).

### KUMULIERTES SONSTIGES GESAMTERGEBNIS [30]

Das kumulierte sonstige Gesamtergebnis enthält unrealisierte Kursverluste von Wertpapieren der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“ in Höhe von TEUR 1.319 (2014: TEUR -1.155) unter der Berücksichtigung von passiven latenten Steuern in Höhe von TEUR 12 (2014: TEUR 67). Weiterhin sind aufgelaufene Währungsumrechnungsdifferenzen in Höhe von TEUR -880 (2014: TEUR -888) aus der Umrechnung der Abschlüsse ausländischer Tochterunternehmen zu verzeichnen.

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

2015	vor Ertragsteuern	Ertragsteuern	nach Ertragsteuern
Unterschiede aus der Währungsumrechnung	8	0	8
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	-176	12	-164
Realisierte Gewinne/Verluste aus von zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	0	0	0
Marktwertveränderungen von zur Veräußerung verfügbaren Beteiligungen in Eigenkapitalinstrumenten	0	0	0
<b>Sonstiges Ergebnis, gesamt</b>	<b>-168</b>	<b>12</b>	<b>-156</b>

2014	vor Ertragsteuern	Ertragsteuern	nach Ertragsteuern
Unterschiede aus der Währungsumrechnung (inkl. nicht-beherrschende Anteile)	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 Eigenkapitalinstrumenten	-3.105	26	-3.079
<b>Sonstiges Ergebnis, gesamt</b>	<b>-3.138</b>	<b>93</b>	<b>-3.045</b>

### NICHT-BEHERRSCHENDE ANTEILE [31]

Die nicht-beherrschenden Anteile sind zum 31. Dezember 2015 und zum 31. Dezember 2014 jeweils zwei Tochterunternehmen zuzuordnen. Dieser Posten enthält nicht-beherrschende Anteile am Eigenkapital der ad agents GmbH und der ad pepper media Spanien S.A. Sie 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. in den vergangenen Jahren.

Die Periodenergebnisse der ad agents GmbH und der ad pepper media Spanien S.A. wurden entsprechend anteilig zugeordnet.

### 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 kurzfristigen Verbindlichkeiten setzten sich wie folgt zusammen:

	31.12.15	31.12.14
	TEUR	TEUR
Umsatzsteuerverbindlichkeiten	992	920
Verbindlichkeiten aus Lohnsteuer und Sozialabgaben	262	325
Erhaltene Anzahlungen	0	229
<b>Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>1.254</b>	<b>1.474</b>

### SONSTIGE FINANZIELLE VERBINDLICHKEITEN [33]

Die sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten setzten sich wie folgt zusammen:

	31.12.15	31.12.14
	TEUR	TEUR
Boni und Provisionen	1.043	895
Zeitguthaben der Mitarbeiter	172	317
Abfindungen	0	362
Verbindlichkeiten für ausstehende Rechnungen	547	581
Übrige	538	470
<b>Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten</b>	<b>2.300</b>	<b>2.625</b>

## 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].

## EVENTUALVERBINDLICHKEITEN UND SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN [36]

ad pepper media International N.V. haftet bis zum Zeitpunkt ihrer vollständigen Tilgung für alle per 31.12.2015 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 2015

Geschäftsjahr	2016	2017	2018	2019	2020	Danach	Summe
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Mieten für Büroräume	826	449	222	88	68	9	1.661
PKW-Leasing	40	36	30	5	0	0	111
Sonstige	193	10	10	10	10	1	235
<b>Summe</b>	<b>1.059</b>	<b>495</b>	<b>262</b>	<b>103</b>	<b>78</b>	<b>10</b>	<b>2.006</b>

## RECHTSSTREITIGKEITEN UND SCHADENERSATZ-ANSPRÜCHE [35]

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

betragen die offenen Verbindlichkeiten von Webgains Ltd. TEUR 9.156 (2014: TEUR 5.615) und die von ad pepper media UK Ltd. TEUR 185 (2014: TEUR 793).

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 2015 TEUR 57 (2014: TEUR 67). Mietaufwendungen betragen TEUR 952 (2014: TEUR 1.215). Die aus den zum 31. Dezember 2015 bestehenden Verträgen resultierenden zukünftigen Mindestzahlungsverpflichtungen lassen sich wie folgt darstellen:

## 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 CASHFLOW-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 sowie die Auflösung von verjährten Ansprüchen. Einzahlungen aus dem Verkauf von Tochtergesellschaften enthalten cash-wirksame Erlöse aus der Veräußerung von Globase Aps, Kopenhagen und ad pepper media Denmark A/S in Höhe von 342 TEUR. Weitere TEUR 929 resultieren aus der vollständigen Rückzahlung des in Zusammenhang mit der Veräußerung von Emediate ApS, Kopenhagen in 2013 treuhänderisch hinterlegten Kaufpreisanteils.

## 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 zehn 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 zehn 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 zum 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 zum Gewährungszeitpunkt liegen zwischen EUR 0,237 und EUR 0,325 pro ausgegebener Option. Der maximal zu erfassende Aufwand für das Programm liegt über die gesamte Laufzeit bei TEUR 145.

Des Weiteren wurde am 20. August 2013 ein Mitarbeiterbeteiligungsprogramm für leitende Mitarbeiter (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 zum Gewährungszeitpunkt liegen zwischen EUR 0,237 und EUR 0,350 pro ausgegebener Option. Der maximal zu erfassende Aufwand für das Programm liegt über die gesamte Laufzeit bei TEUR 147.

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

	Ongoing SOP 2001	Ongoing SOP 2002	Ongoing SOP 2003	Ongoing SOP 2004	Executive SOP 2003	Executive SOP 2006	Executive SOP 2008	Executive SOP 2013 (BoD)	Executive SOP 2013 (MD)
Aktienkurs bei Gewährung, in EUR	1,30	0,65	0,89	2,22	0,89	3,80	1,40	0,80	0,80
Datum der Gewährung	18.05.01	15.01.02	15.01.03	16.01.04	15.01.03	16.01.06	15.05.08	20.08.13	20.08.13
Basispreis, in EUR	1,365	0,665	0,89	2,225	0,89	3,795	1,50	0,80	0,80
Risikofreier Zinssatz, in Prozent	4,00	3,80	3,50	2,75	4,50	3,48	4,15	1,10	1,10
Erwartete Laufzeit, in Jahre	4	1	1	1	10	4	10	7	7
Zukünftige Dividende, in EUR	0	0	0	0	0	0	0,04 bis 0,06	0,04 bis 0,06	0,04 bis 0,06
Erwartete Volatilität, in Prozent	93	68	73	40	53	56	50	64,41	64,41

Der durchschnittliche Aktienkurs lag im Geschäftsjahr 2015 bei EUR 0,98 (2014: EUR 1,06). Der im Geschäftsjahr erfasste Personalaufwand im Zusammenhang mit Aktienoptionsprogrammen auf Basis von Eigenkapitalinstrumenten beläuft sich auf TEUR 57 (2014: TEUR 99).

Nachfolgend ist die Veränderung der Anzahl der Optionen innerhalb des Geschäftsjahres 2015 dargestellt:

	2015	2014	Bezugspreis
	Anzahl	Anzahl	EUR
Optionsrechte zu Beginn des Geschäftsjahres (Ongoing SOP 2001)	20.000	20.000	1,365
Optionsrechte zu Beginn des Geschäftsjahres (Ongoing SOP 2002)	400	400	0,665
Optionsrechte zu Beginn des Geschäftsjahres (Executive SOP 2003)	332.000	332.000	0,890
Optionsrechte zu Beginn des Geschäftsjahres (Ongoing SOP 2003)	800	800	0,890
Optionsrechte zu Beginn des Geschäftsjahres (Ongoing SOP 2004)	3.200	3.200	2,225
Optionsrechte zu Beginn des Geschäftsjahres (Executive SOP 2006)	10.000	10.000	3,795
Optionsrechte zu Beginn des Geschäftsjahres (Executive SOP 2008)	137.500	137.500	1,500
Optionsrechte zu Beginn des Geschäftsjahres (Executive 2013 BoD)	510.000	510.000	0,800
Optionsrechte zu Beginn des Geschäftsjahres (Executive SOP 2013 MD)	300.000	490.000	0,800
Verwirkte Optionsrechte (Executive SOP 2013 MD)	0	-190.000	0,800
Annulierte Optionsrechte (Executive SOP 2008)	-40.000	0	1,500
Ausgeübte Optionsrechte (Executive SOP 2013 BoD)	-200.000	0	0,800
Ausgeübte Optionsrechte (Executive SOP 2013 MD)	-20.000	0	0,800
<b>Optionsrechte zum Ende des Geschäftsjahres</b>	<b>1.053.900</b>	<b>1.313.900</b>	<b>0,665 bis 3,795</b>
Gewichteter Bezugspreis, in EUR	1,384	1,162	
Ausübbarer Optionsrechte zum 31. Dezember	633.200	603.200	
Gewichteter Bezugspreis, in EUR	1,214	0,850	

Ein durchschnittlicher gewichteter Bezugspreis von ausgeübten Optionen betrug im Geschäftsjahr 2015 EUR 0,800 (2014: ein gewichteter Bezugspreis lag mangels Ausübung nicht vor). Der Großteil der Aktienoptionsprogramme hat kein Auslaufdatum, daher ist es nicht möglich, eine gewichtete Restdurchschnittslaufzeit zu berechnen.

## GESAMTBEZÜGE DER VORSTANDSMITGLIEDER [40]

	2015	2014
	TEUR	TEUR
Kurzfristig fällige Leistungen	636	451
Leistungen nach Beendigung des Arbeitsverhältnisses (Pensionsleistungen und medizinische Versorgung)	19	19
Aktienbasierte Vergütung	35	70
<b>Gesamtvergütung der Vorstandsmitglieder</b>	<b>690</b>	<b>540</b>

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

	Verfalls-termin	Ausübungs- preis	31.12.15	31.12.14
		EUR	Anzahl	Anzahl
2015	20.08.21	0,80	310.000	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 2015 in wesentlichem Umfang beeinflusst hätten.

Am 1. Februar 2016 beschloss der Vorstand der ad pepper media International N.V., insgesamt bis zu 690.000 Stück Aktien über die Börse zurückzukaufen. Damit erwirbt ad pepper media bis zu 3,0 Prozent des Grundkapitals der Gesellschaft. Der Rückkauf wird ab dem 1. Februar 2016 durchgeführt und ist bis zum 21. November 2016 zeitlich befristet.

## 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 Konzern-Unternehmen 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“ und „Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert“ 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 2015 bzw. 31. Dezember 2014 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:

	31.12.15	31.12.14
	TEUR	TEUR
Kurz- und langfristige Finanzverbindlichkeiten	15.917	12.490
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-16.932	-11.926
Wertpapiere und Festgelder	-5.505	-7.713
<b>Nettoschulden</b>	<b>-6.520</b>	<b>-7.149</b>
Bilanzielles Eigenkapital inklusive Minderheitenanteilen	16.508	16.296
<b>Nettoverschuldungsgrad, in Prozent</b>	<b>-39</b>	<b>-44</b>

### 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 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 und zu designieren. Wir verweisen in diesem Zusammenhang auf den Abschnitt [19, 21] über 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 310 (2014: TEUR 330) 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:

	31.12.15	31.12.14
	TEUR	TEUR
<b>Finanzielle Vermögenswerte</b>		
<b>Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet</b>		
Als erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet designiert	3.295	3.324
Kredite und Forderungen (einschließlich Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente)	27.522	21.237
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	2.210	2.386
Bis zur Endfälligkeit gehaltene Finanzinstrumente	0	2.003
<b>Gesamt</b>	<b>33.027</b>	<b>28.950</b>
<b>Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet</b>		
Bis zur Endfälligkeit gehaltene Finanzinstrumente	0	2.003
Kredite und Forderungen (einschließlich Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente)	27.522	21.237
<b>Gesamt</b>	<b>27.522</b>	<b>23.240</b>

	31.12.15	31.12.14
	TEUR	TEUR
<b>Finanzielle Verbindlichkeiten</b>		
Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	15.917	12.490
<b>Gesamt</b>	<b>15.917</b>	<b>12.490</b>



Aufgrund der kurzen Laufzeit der flüssigen Mittel, Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, sowie kurzfristigen finanziellen Forderungen und Verbindlichkeiten 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 31.12.2015:

	Beizulegender Zeitwert 31.12.15	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte	3.295	0	3.295	0
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	2.210	2.210	0	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**

Stufe 1 basiert auf quotierten Preisen auf aktiven Märkten für identische Vermögenswerte und Schulden.

Kategorie	Art	Bewertungsmethode	Wesentliche nicht-beobachtbare Inputfaktoren
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	Anleihen	Der beizulegende Zeitwert basiert auf dem Marktpreis der Anleihen zum 31.12.15	Nicht anwendbar

**Zum beizulegenden Zeitwert bewertete Finanzinstrumente Stufe 2**

Stufe 2 basiert auf Inputfaktoren, die direkte (d. h. Preise) oder indirekte (d. h. hergeleitete Preise) beobachtbare Marktdaten für die Vermögenswerte und Verbindlichkeiten darstellen und nicht quotierte Preise aus Stufe 1 sind.

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 2015 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 wider.

(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 designierter Krediten und Forderungen bestanden und bestehen nicht.

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

Finanzielle Vermögenswerte	31.12.15	31.12.14
	TEUR	TEUR
<b>Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet</b>		
Als erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet designiert	-29	0
<b>Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte</b>		
Realisierte Gewinne	36	116
Umgliedert vom Eigenkapital in die Gewinn- und Verlustrechnung	0	39
Über kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis	-176	-15
<b>Bis zur Endfälligkeit gehaltene finanzielle Vermögenswerte</b>		
Realisierte Verluste	-3	0
<b>Gesamt</b>	<b>-172</b>	<b>140</b>

Die Nettogewinne und -verluste aus finanziellen Verbindlichkeiten betragen Null (2014: TEUR 0).

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

Finanzielle Vermögenswerte	31.12.15	31.12.14
	TEUR	TEUR
<b>Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet</b>		
Als erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet designiert	167	119
<b>Nicht erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet</b>		
	40	92
<b>Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet</b>		
	8	24
<b>Gesamt</b>	<b>215</b>	<b>235</b>

Die Zinserträge und -aufwendungen aus finanziellen Verbindlichkeiten betragen Null (2014: TEUR 0).

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

Finanzielle Vermögenswerte	31.12.15	31.12.14
	TEUR	TEUR
Zu Anschaffungskosten	0	0
Nicht erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet	0	-1.594
<b>Gesamt</b>	<b>0</b>	<b>-1.594</b>

**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, sowie Wertpapiere 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 Wechselkursschwankungen. Der Buchwert der auf fremde Währung lautenden monetären Vermögenswerte und Schulden des Konzerns lautet wie folgt:

Finanzielle Vermögenswerte	31.12.15		31.12.14	
	TEUR		TEUR	
US-Dollar	1.093		309	
Britisches Pfund	9.873		6.577	
Dänische Krone	0		764	
<b>Summe</b>	<b>10.967</b>		<b>7.650</b>	

Finanzielle Verbindlichkeiten	31.12.15		31.12.14	
	TEUR		TEUR	
US-Dollar	1.138		379	
Britisches Pfund	7.548		4.887	
Dänische Krone	0		301	
<b>Summe</b>	<b>8.686</b>		<b>5.567</b>	

## 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 Konzern-Sicht 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 zehn Prozent ansteigt. Fällt der Euro um zehn Prozent gegenüber der jeweiligen Währung, hat dies eine gleich große und gegensätzliche Auswirkung auf das Jahresergebnis und das Eigenkapital; die nachstehenden Posten wären damit positiv.

	Auswirkung USD		Auswirkung GBP		Summe	
	31.12.15	31.12.14	31.12.15	31.12.14	31.12.15	31.12.14
	TEUR		TEUR		TEUR	
Jahresergebnis	21	-13	-107	-12	128	-25
Eigenkapital	0	0	0	0	0	0

## 7. Zinsrisikomanagement

Der Konzern ist Zinsrisiken ausgesetzt, da die Konzern-Mutter 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 2015 endende Geschäftsjahr um TEUR 46 absinken/TEUR 46 ansteigen (2014: Rückgang/Anstieg um TEUR 61/TEUR 34). Dies ist auf ein Zinsrisiko durch die Anlage von Mitteln zu variablen Sätzen durch den Konzern zurückzuführen.
- würde das Eigenkapital des Konzerns um TEUR 71 ansteigen/TEUR 96 absinken (2014: Anstieg um TEUR 65/Rückgang um TEUR 255). 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 Risiko-Exposure des Konzerns und die Kreditratings werden fortlaufend überwacht.

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen bestehen gegenüber einer großen Anzahl von über unterschiedliche Branchen und geografische 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 Vertragspartei mit ähnlichen Merkmalen ausgesetzt. Der Konzern definiert Vertragspartei 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 6,7 Prozent (2014: 8,6 Prozent) der finanziellen Bruttovermögenswerte. Das Ausfallrisiko aus liquiden Mitteln und zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren ist gering, da die Vertragspartei Banken und deren Tochtergesellschaften mit guten bis ausgezeichneten Kreditratings von internationalen Ratingagenturen sind. Der Buchwert der im Konzern-Abschluss 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:

	2015	2014
	TEUR	TEUR
<b>Einzelwertberichtigungen</b>		
Stand zum Beginn des Geschäftsjahres	544	372
<b>Wertminderung der Periode</b>		
Zuführung	154	161
Auflösung	-121	-6
Ausbuchung	-26	17
<b>Stand zum Ende des Geschäftsjahres</b>	<b>549</b>	<b>544</b>

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

	Summe	Nicht fällig	Bis zu 120 Tage überfällig, jedoch nicht wertgemindert
	TEUR	TEUR	TEUR
2015	10.012	6.474	3.539
2014	7.494	3.132	4.362

Die Analyse der wertgeminderten finanziellen Vermögenswerte ergibt für die einschlägige Klasse „Kredite und Forderungen“, dass die Wertberichtigungen auf einen Brutto-Forderungsbestand von TEUR 839 (2014: TEUR 868) 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 Cashflows aus der Geschäftstätigkeit. Das Ziel des Konzerns ist es, ein Gleichgewicht zwischen der kontinuierlichen Deckung des Finanzmittelbedarfs und einer Sicherstellung der Flexibilität zu wahren.

Zum 31. Dezember 2015 weisen die finanziellen Verbindlichkeiten des Konzerns nachfolgend dargestellte Fälligkeiten auf. Die Angaben erfolgen auf Basis der vertraglichen, nicht abgezinsten Zahlungen.

<b>Finanzielle Verbindlichkeiten 31.12.15</b>	< 1 Mo.	> 1 Mo., < 3 Mo.	3 Mo. bis 1 Jahr	Summe
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	13.504	114	0	13.618
Sonstige zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	1.095	1.013	192	2.300
<b>Gesamt</b>	<b>14.599</b>	<b>1.127</b>	<b>192</b>	<b>15.918</b>

<b>Finanzielle Verbindlichkeiten 31.12.14</b>	< 1 Mo.	> 1 Mo., < 3 Mo.	3 Mo. bis 1 Jahr	Summe
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	9.743	122	0	9.865
Sonstige zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	1.436	851	338	2.625
<b>Gesamt</b>	<b>11.179</b>	<b>973</b>	<b>338</b>	<b>12.490</b>

Amsterdam/Nürnberg, 17. März 2016

**Der Vorstand der ad pepper media  
International N. V. setzte sich im Geschäftsjahr 2015  
wie folgt zusammen:**

Dr. Ulrike Handel, CEO  
Hamburg, Deutschland

Dr. Jens Körner, Finanzvorstand  
Nürnberg, Deutschland

**Der Aufsichtsrat der ad pepper media  
International N. V. bestand im Geschäftsjahr 2015  
aus folgenden Mitgliedern:**

Michael Oschmann (Vorsitzender)  
Thomas Bauer  
Eun-Kyung Park  
Dr. Stephan Roppel





11

EINZELABSCHLUSS  
DER HOLDING-GESELLSCHAFT  
AD PEPPER MEDIA  
INTERNATIONAL N.V.

## BILANZ DER HOLDING-GESELLSCHAFT – AKTIVA (VOR GEWINNVERWENDUNG)

		31.12.15	31.12.14
	Anhang	TEUR	TEUR
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>			
Immaterielle Vermögenswerte	[2]	167	300
Sachanlagen	[3]	26	50
Finanzanlagen	[4]	2.370	2.877
Wertpapiere des Anlagevermögens	[5]	5.504	5.710
<b>Summe langfristige Vermögenswerte</b>		<b>8.067</b>	<b>8.937</b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>			
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		3	1
Wertpapiere		0	2.003
Forderungen gegen Tochtergesellschaften	[6]	1.927	1.700
Aktive Rechnungsabgrenzungsposten, sonstige kurzfristige Vermögenswerte	[7]	235	1.244
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	[8]	7.353	5.005
<b>Summe kurzfristige Vermögenswerte</b>		<b>9.518</b>	<b>9.953</b>
<b>Aktiva, gesamt</b>		<b>17.585</b>	<b>18.890</b>

## BILANZ DER HOLDING-GESELLSCHAFT – PASSIVA (VOR GEWINNVERWENDUNG)

		31.12.15	31.12.14
	Anhang	TEUR	TEUR
<b>Auf die Anteilseigner entfallendes Eigenkapital</b>	[9]		
Gezeichnetes Eigenkapital		1.150	1.150
Kapitalrücklage		66.410	66.353
Bilanzverlust		-49.322	-44.067
Sonstige Rücklagen		-2.199	-2.043
Periodenergebnis		-33	-5.432
<b>Summe Eigenkapital</b>		<b>16.005</b>	<b>15.961</b>
<b>Rückstellungen</b>			
Tochtergesellschaften und Darlehen	[4]	619	1.556
<b>Summe Rückstellungen</b>		<b>619</b>	<b>1.556</b>
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>			
Passive latente Steuern		84	0
<b>Summe langfristige Verbindlichkeiten</b>		<b>84</b>	<b>0</b>
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>			
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	[10]	610	686
Abgegrenzte Schulden		267	687
<b>Summe kurzfristige Verbindlichkeiten</b>		<b>877</b>	<b>1.373</b>
<b>Summe Verbindlichkeiten</b>		<b>961</b>	<b>2.929</b>
<b>Passiva, gesamt</b>		<b>17.585</b>	<b>18.890</b>

## GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG DER HOLDING-GESELLSCHAFT

	2015	2014
	TEUR	TEUR
Verlust aus der Beteiligung an Tochterunternehmen, nach Steuern	777	-480
Sonstiger Gewinn/(Verlust), nach Steuern	-810	-4.952
<b>Periodenergebnis</b>	<b>-33</b>	<b>-5.432</b>

## EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG DER HOLDING-GESELLSCHAFT

	Gezeichnetes Eigenkapital	Kapitalrücklage	Bilanzverlust	Gesetzliche und sonstige Rücklagen	Jahresergebnis	Gesamt		
	für Aktienoptionsprogramme	aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V.		Währungsdifferenzen	Bewertung von zur Veräußerung verfügbaren Finanzinstrumenten			
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR		
<b>Saldo am 1. Januar 2015</b>	<b>1.150</b>	<b>2.571</b>	<b>63.782</b>	<b>-44.067</b>	<b>-888</b>	<b>-1.155</b>	<b>-5.432</b>	<b>15.961</b>
Währungsdifferenzen	0	0	0	0	8	0	0	8
Bewertung von Eigenkapitalinstrumenten	0	0	0	0	0	0	0	0
Unrealisierte Gewinne/(Verluste) aus Wertpapieren	0	0	0	0	0	-164	0	-164
Kumuliertes sonstiges Ergebnis	0	0	0	0	8	-164	0	-156
Jahresergebnis	0	0	0	0	0	0	-33	-33
Jahresgesamtergebnis	0	0	0	0	8	-164	-33	-189
Zuführung zum Bilanzverlust	0	0	0	-5.432	0	0	5.432	0
Aktienbasierte Vergütung	0	57	0	0	0	0	0	57
Rückkauf eigener Anteile	0	0	0	0	0	0	0	0
Ausgabe eigener Aktien	0	0	0	176	0	0	0	176
<b>Saldo am 31. Dezember 2015</b>	<b>1.150</b>	<b>2.628</b>	<b>63.782</b>	<b>-49.322</b>	<b>-880</b>	<b>-1.319</b>	<b>-33</b>	<b>16.005</b>

	Gezeichnetes Eigenkapital	Kapitalrücklage	Bilanzverlust	Gesetzliche und sonstige Rücklagen	Jahresergebnis	Gesamt		
	für Aktienoptionsprogramme	aus Einzahlungen von Aktionären der ad pepper media International N.V.		Währungsdifferenzen	Bewertung von zur Veräußerung verfügbaren Finanzinstrumenten			
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR		
<b>Saldo am 1. Januar 2014</b>	<b>1.150</b>	<b>2.472</b>	<b>63.782</b>	<b>-49.035</b>	<b>-909</b>	<b>1.911</b>	<b>4.968</b>	<b>24.339</b>
Währungsdifferenzen	0	0	0	0	21	0	0	21
Bewertung von Eigenkapitalinstrumenten	0	0	0	0	0	-3.079	0	-3.079
Unrealisierte Gewinne/(Verluste) aus Wertpapieren	0	0	0	0	0	13	0	13
Kumuliertes sonstiges Ergebnis	0	0	0	0	21	-3.066	0	-3.045
Jahresergebnis	0	0	0	0	0	0	-5.432	-5.432
Jahresgesamtergebnis	0	0	0	0	21	-3.066	-5.432	-8.477
Zuführung zum Bilanzverlust	0	0	0	4.968	0	0	-4.968	0
Aktienbasierte Vergütung	0	99	0	0	0	0	0	99
Rückkauf eigener Anteile	0	0	0	0	0	0	0	0
Ausgabe eigener Aktien	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Saldo am 31. Dezember 2014</b>	<b>1.150</b>	<b>2.571</b>	<b>63.782</b>	<b>-44.067</b>	<b>-888</b>	<b>-1.155</b>	<b>-5.432</b>	<b>15.961</b>

## ANHANGSANGABEN ZUM EINZELABSCHLUSS DER HOLDING-GESELLSCHAFT

### [1] Grundlagen der Erstellung des Abschlusses und wesentliche Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

Die Unternehmensbilanzen wurden gemäß den gesetzlichen Bestimmungen von Teil 9, Buch 2 des Niederländischen Zivilgesetzbuches (Burgerlijk Wetboek) angefertigt. In Einklang mit Unterabschnitt 8 von Abschnitt 362, Buch 2 des Niederländischen Zivilgesetzbuches fanden die Bewertungsprinzipien und die Ermittlung von Vermögenswerten, Verbindlichkeiten und Ergebnissen in der konsolidierten Bilanz Anwendung.

Die Anhangsangaben zum Einzelabschluss der Holding-Gesellschaft beschränken sich auf Posten, die von entsprechenden Posten im Konzernabschluss abweichen und von wesentlicher Bedeutung sind. Der Einzelabschluss der Holding-Gesellschaft wurde gemäß Abschnitt 2:402 des Niederländischen Zivilgesetzbuches aufgestellt.

Die Holding-Gesellschaft wendet das Übernahmeverfahren zur Übernahme von Tochtergesellschaften an. Dieses stimmt mit dem in den konsolidierten Bilanzen identifizierten Ansatz überein. Die Gegenleistung, die für die Übernahme einer Tochtergesellschaft erbracht wird, entspricht dem angemessenen Wert des von der Holding-Gesellschaft übertragenen Vermögens, der von den vorherigen Eigentümern der erworbenen Gesellschaft angehäuften Verbindlichkeiten sowie den von der Holding-Gesellschaft ausgegebenen Anteilsrechten. Die erbrachte Gegenleistung entspricht dem angemessenen Wert aller Vermögenswerte oder Verbindlichkeiten und resultiert aus einer Vereinbarung über eine bedingte Gegenleistung. Identifizierbares, im Rahmen einer Übernahme erworbenes Gesellschaftsvermögen sowie übernommener Verbindlichkeiten, und Eventualverbindlichkeiten werden zunächst gemäß ihrem angemessenen Wert zum Datum der Übernahme bemessen und im Nettovermögenswert der Investition in konsolidierte Tochtergesellschaften zusammengefasst. Übernahmebezogene Kosten werden als Aufwand verbucht.

Investitionen in konsolidierte Tochtergesellschaften werden anhand des Nettovermögenswerts bewertet. Der Nettovermögenswert basiert auf der Bewertung von Betriebsvermögen, Rückstellungen und Verbindlichkeiten und der Ermittlung des Gewinns anhand der in den konsolidierten Bilanzen angewendeten Prinzipien.

Wenn die Übernahme einer Investition in eine konsolidierte Tochtergesellschaft in mehreren Schritten erfolgt, werden die zuvor gehaltenen Anteilsrechte auf Grundlage des angemessenen Werts zum Übernahmedatum neu bewertet. Die Neubewertung gegenüber dem Buchwert wird in der Gewinn- und Verlustrechnung aufgeführt.

Wenn die Holding-Gesellschaft eine Tochtergesellschaft nicht mehr kontrolliert, wird eine verbleibende Beteiligung gemäß dem angemessenen Wert neu bewertet. Die Änderung des Buchwerts wird in der Gewinn- und Verlustrechnung aufgeführt.

Wenn Teile der Investitionen in konsolidierte Tochtergesellschaften gekauft oder verkauft werden und diese Transaktion nicht in einem Verlust der Kontrolle resultiert, wird der Differenzbetrag zwischen der gezahlten oder erhaltenen Gegenleistung und dem Buchwert des erworbenen oder verkauften Reinvermögens direkt als Eigenkapital verbucht.

Nicht-realisierte Gewinne aus Transaktionen zwischen der Holding-Gesellschaft und ihren Investitionen in konsolidierte Tochtergesellschaften werden gemäß den Konsolidierungsprinzipien vollständig beseitigt.

Die Bilanzen der Holding-Gesellschaft sind in Euro, der Geschäftswährung der Holding-Gesellschaft, ausgewiesen. Sofern nicht anderweitig angegeben, sind die Beträge in tausend Euro (gerundet zum nächsten Tausenderschritt) beziffert. An den Richtlinien der Holding-Gesellschaft zur Rechnungslegung wurden keine Änderungen vorgenommen.

### [2] Immaterielle Vermögenswerte

	Firmenwert	Markenrechte	Software	Gesamt
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
<b>Buchwert am 31. Dezember 2013</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>158</b>	<b>182</b>
Zugänge	0	7	131	138
Abschreibungen	0	0	-20	-20
<b>Buchwert am 31. Dezember 2014</b>	<b>24</b>	<b>7</b>	<b>269</b>	<b>300</b>
Anschaffungskosten	24	644	1,453	2,121
Kumulierte Abschreibungen	0	-637	-1,184	-1,821
<b>Buchwert am 31. Dezember 2014</b>	<b>24</b>	<b>7</b>	<b>269</b>	<b>300</b>
<b>Buchwert am 01. Januar 2015</b>	<b>24</b>	<b>7</b>	<b>269</b>	<b>300</b>
Zugänge	0	0	5	5
Abgänge	0	0	-20	-20
Abschreibungen	0	-1	-93	-94
Wertberichtigung	-24	0	0	-24
<b>Buchwert am 31. Dezember 2015</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>161</b>	<b>167</b>
Anschaffungskosten	24	644	1.439	2.107
Kumulierte Abschreibungen	-24	-638	-1.278	-1.940
<b>Buchwert am 31. Dezember 2015</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>161</b>	<b>167</b>

Immaterielle Vermögenswerte werden über eine drei- bis zwölfjährige Nutzungsdauer abgeschrieben.

### [3] Sachanlagen

	2015	2014
	TEUR	TEUR
<b>Buchwert am 1. Januar</b>	<b>50</b>	<b>75</b>
Zugänge	4	15
Abgänge	-7	-3
Abschreibungen	-21	-37
<b>Buchwert am 31. Dezember</b>	<b>26</b>	<b>50</b>
Anschaffungskosten	574	577
Kumulierte Abschreibungen	-548	-527
<b>Buchwert am 31. Dezember</b>	<b>26</b>	<b>50</b>

Sachanlagen werden über eine drei- bis zehnjährige Nutzungsdauer abgeschrieben.

### [4] Finanzanlagen

	31.12.15	31.12.14
	TEUR	TEUR
Tochterunternehmen zum Nettovermögenswert	1.984	1.339
Darlehen an Tochterunternehmen	340	1.492
Sonstige	46	46
<b>Gesamt</b>	<b>2.370</b>	<b>2.877</b>



**Entwicklung von Finanzanlagen:**

	Tochterunternehmen			Gesamt
	Beteiligungen	Darlehen	Finanzanlagen inkl. Beteiligungen	
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
<b>Buchwert am 31. Dezember 2013</b>	<b>354</b>	<b>737</b>	<b>4.549</b>	<b>5.640</b>
Zugänge	0	755	0	755
Neubewertungen	0	0	0	0
Wertminderungen	0	0	-4.503	-4.503
Abgänge und Dividenden	-122	0	0	-122
Anteil am Periodenergebnis	-480	0	0	-480
Beteiligungen an Tochterunternehmen	0	0	0	0
Währungsdifferenzen	31	0	0	31
<b>Buchwert am 31. Dezember 2014</b>	<b>-217</b>	<b>1.492</b>	<b>46</b>	<b>1.321</b>
Zugänge	0	154	0	154
Neubewertungen	0	0	0	0
Wertminderungen	0	0	0	0
Abgänge und Dividenden	-892	0	0	-892
Anteil am Periodenergebnis	777	0	0	777
Beteiligungen an Tochterunternehmen	1.693	-1.306	0	386
Währungsdifferenzen	6	0	0	6
<b>Buchwert am 31. Dezember 2015</b>	<b>1.366</b>	<b>340</b>	<b>46</b>	<b>1.752</b>

Beteiligungen an Tochterunternehmen setzen sich wie folgt zusammen:

	31.12.15	31.12.14
	TEUR	TEUR
Tochterunternehmen zum Nettovermögenswert	1.984	1.339
Rückstellungen für Tochterunternehmen und Darlehen	-618	-1.556
<b>Total</b>	<b>1.366</b>	<b>-217</b>

**[5] Wertpapiere des Anlagevermögens**

Wertpapiere des Anlagevermögens per 31. Dezember 2015 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**

Im Geschäftsjahr wurden Wertpapiere in Höhe von TEUR 0 erworben (2014: TEUR 3.872) und in Höhe von TEUR 0 (2014: TEUR 6.634) veräußert.

Unrealisierte Verluste betragen im Geschäftsjahr TEUR 176 (2014: Verluste TEUR 15) und wurden im sonstigen kumulierten Gesamtergebnis erfasst. Realisierte Gewinne in Höhe von TEUR 0 (2014: TEUR 155) wurden erfolgswirksam vereinnahmt.

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

	31.12.15	31.12.14
	TEUR	TEUR
Fällig innerhalb eines Jahres	1.591*	1.776*
Fällig nach einem bis fünf Jahren	619	610
Fällig nach mehr als fünf Jahren	0	0
<b>Gesamt</b>	<b>2.210</b>	<b>2.386</b>

\* Der Betrag bezieht sich auf eine unbefristete Anleihe, die jährlich kündbar ist.

**Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Wertpapiere**

Im Geschäftsjahr wurden Wertpapiere in Höhe von TEUR 0 erworben (2014: TEUR 3.386) und in Höhe von TEUR 0 (2014: TEUR 3.490) veräußert.

Unrealisierte Verluste betragen im Geschäftsjahr TEUR 29 (2014: TEUR 62), realisierte Gewinne TEUR 0 (2014: TEUR 0).

Die Fälligkeitsstruktur der Wertpapiere der Kategorie „Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet“ stellt sich zum Bilanzstichtag wie folgt dar:

	31.12.15	31.12.14
	TEUR	TEUR
Fällig innerhalb eines Jahres	0	0
Fällig nach einem bis fünf Jahren	3.295	3.324
Fällig nach mehr als fünf Jahren	0	0
<b>Gesamt</b>	<b>3.295</b>	<b>3.324</b>

**[6] Tochterunternehmen**

Forderungen gegenüber Tochterunternehmen sind innerhalb eines Jahres fällig.

**[7] Sonstige kurzfristige Vermögenswerte**

	31.12.15	31.12.14
	TEUR	TEUR
Steuerforderungen	165	227
Sonstige	70	1.017
<b>Gesamt</b>	<b>235</b>	<b>1.244</b>

**[8] Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente**

Zum Bilanzstichtag unterliegen die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente keinerlei Verfügungsbeschränkungen.

**[9] Eigenkapital****Gezeichnetes Kapital**

Im Geschäftsjahr wurden keine neuen Aktien der ad pepper media International N.V. zum Handel an der Frankfurter Wertpapierbörse zugelassen (2014: keine).

Das gezeichnete Kapital von ad pepper media International N.V. besteht aus 23.000.000 (2014: 23.000.000) Inhaberaktien von je EUR 0,05 und ist vollständig einbezahlt.

**Kapitalrücklage**

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

**Eigene Anteile**

Erwerb eigener Anteile

Mit Hauptversammlungsbeschluss vom 21. Mai 2015 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 2015 an keinem Aktienrückkaufprogramm teilgenommen. Folglich wurden im Geschäftsjahr 2015 keine eigenen Aktien erworben (2014: 0).

Per 31. Dezember 2015 hält die ad pepper media International N.V. 1.539.292 eigene Aktien (2014: 1.759.292) mit einem Nennwert von je EUR 0,05, was 6,69 Prozent (2014: 7,65 Prozent) des Grundkapitals entspricht. Gemäß Hauptversammlungsbeschluss können die eigenen Aktien für Akquisitionen und zur Bedienung von Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen eingesetzt werden.

Der Gesamtbetrag für eigene Anteile beträgt TEUR 3.094 (2014: TEUR 3.270) und mindert den Bilanzverlust.

**Zahl der ausgegebenen Aktien**

Die Zahl der ausgegebenen und im Umlauf befindlichen Aktien beläuft sich nach Abzug eigener Anteile zum 31. Dezember 2015 auf 21.460.708 (2014: 21.240.708). Der Nennbetrag je Aktie beträgt EUR 0,05.

**Genehmigtes Kapital**

Das genehmigte Kapital beträgt EUR 21.485,40 (2014: EUR 21.485,40) entsprechend 429.708 Aktien (2014: 429.708 Aktien).

**Sonstige Rücklagen**

Die sonstigen Rücklagen enthalten unrealisierte Kursverluste aus der Marktwertveränderung von Wertpapieren der Kategorie "Zur Veräußerung verfügbar" in Höhe von TEUR -1.319 (2014: TEUR -1.155), sowie Unterschiede aus der Währungsumrechnung in Höhe von TEUR -880 (2014: TEUR -888).

**[10] Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten**

Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten beinhalten im Wesentlichen ausstehende Bonuszahlungen.

**[11] Sonstige finanzielle Verpflichtungen**

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 2015 TEUR 30 (2014: TEUR 37), Mietaufwendungen betragen TEUR 78 (2014: TEUR 92). Die aus den zum 31. Dezember 2015 bestehenden Verträgen resultierenden zukünftigen Mindestzahlungen lassen sich wie folgt darstellen:

	2015
	TEUR
Innerhalb eines Jahres	201
Nach einem bis fünf Jahren	322
Nach mehr als fünf Jahren	0

**[12] Mitarbeiter**

Per 31.12.2015 beschäftigte die ad pepper media International N.V. 13 Mitarbeiter (2014: 21). Alle Mitarbeiter sind außerhalb der Niederlande beschäftigt.

	2015	2014
	TEUR	TEUR
Gehälter	1.363	1.702
Aufwendungen für Aktienoptionspläne	57	99
Sozialversicherungsaufwand	149	213
Kosten für freiwillige soziale Leistungen	10	10
<b>Gesamt</b>	<b>1.579</b>	<b>2.024</b>

Personalkosten sind in Herstellungskosten, Vertriebskosten sowie in Allgemeinen und Verwaltungskosten enthalten. Der Sozialversicherungsaufwand beinhaltet Arbeitgeberbeiträge zu beitragsorientierten Plänen in Höhe von TEUR 57 (2014: TEUR 86).

Die durchschnittliche Anzahl der beschäftigten Mitarbeiter betrug:

	2015	2014
	TEUR	TEUR
Business Development	2	7
Marketing	0	3
Verwaltung	11	11
<b>Gesamt</b>	<b>13</b>	<b>21</b>

**[13] Informationen zum Vorstand und Aufsichtsrat**

Vergütungen (inkl. Pensionsaufwendungen) für Vorstand und Mitglieder des Aufsichtsrats betragen:

	2015	2014
	TEUR	TEUR
Vorstand	655	470
Mitglieder des Aufsichtsrats	24	24
<b>Gesamt</b>	<b>679</b>	<b>494</b>

Lediglich die nachfolgend aufgeführte Vergütung des Aufsichtsrats ging im vorliegenden Berichtsjahr zu Lasten des Unternehmens. Es fielen insbesondere keine Langzeitboni und Pensionsbezüge an. Die Bonuszahlungen unterliegen der Erreichung des geplanten Gewinns vor Steuern. Der in der Zielvereinbarung vorgegebene Gewinn vor Steuer wurde erreicht.

Die Vergütung von Geschäftsführern und Mitgliedern des Aufsichtsrats beinhaltet auch die Vergütung im Auftrag der Tochtergesellschaften.

Bezüge des Vorstandes (2015)	Festvergütung	Variable Vergütung	Aktienbasierte Vergütung	Gesamt
	EUR	EUR	EUR	EUR
Dr. Ulrike Handel (CEO)	240.000	105.000	21.000	366.000
Dr. Jens Körner (CFO)	210.000	100.000	14.000	324.000

Bezüge des Vorstandes (2014)	Festvergütung	Variable Vergütung	Aktienbasierte Vergütung	Gesamt
	EUR	EUR	EUR	EUR
Dr. Ulrike Handel (CEO)	240.000	10.000	41.183	291.183
Dr. Jens Körner (CFO)	210.000	10.000	28.828	248.828

### An Vorstandsmitglieder ausgegebene Aktienoptionen

Zu den wichtigsten Bestimmungen und weiteren Einzelheiten aufgelegter Aktienoptionspläne wird auf die Anhangsangabe [39] im Konzern-Abschluss verwiesen.

	Datum der Gewährung	Anzahl der gewährten Aktien	Ausübungspreis (EUR)	Anzahl ausstehen- der Optionen zum 31. Dezember 2015	Anzahl ausstehen- der Optionen zum 31. Dezember 2014
Dr. Ulrike Handel (CEO)	August, 2013	300.000	0,80	100.000	300.000
Dr. Jens Körner (CFO)	August, 2013	210.000	0,80	210.000	210.000

### Vergütung des Aufsichtsrats

	2015	2014
	TEUR	TEUR
Michael Oschmann	6	6
Thomas Bauer	6	6
Eun-Kyung Park	6	6
Dr. Stephan Roppel	6	6
<b>Gesamt</b>	<b>24</b>	<b>24</b>

### Entwicklung des Aktienbesitzes von Vorstand und Aufsichtsrat

Vorstand	2015		2014	
	Aktien	Optionen	Aktien	Optionen
Dr. Ulrike Handel (CEO)	200.000	100.000	0	300.000
Dr. Jens Körner (CFO)	0	210.000	0	210.000

Mitglieder des Aufsichtsrats halten weder Aktien noch Aktienoptionen (2014: keine).

### [14] Honorar für Dienstleistungen des Abschlussprüfers

2015	PwC Accountants N.V.	Andere PwC-Niederlassungen	Gesamthonorar PwC	2014	PwC Accountants N.V.	Andere PwC-Niederlassungen	Gesamthonorar PwC
	TEUR	TEUR	TEUR		TEUR	TEUR	TEUR
Abschlussprüfungsleistungen	40	105	145	Abschlussprüfungsleistungen	40	107	147
<b>Gesamt</b>	<b>40</b>	<b>105</b>	<b>145</b>	<b>Gesamt</b>	<b>40</b>	<b>107</b>	<b>147</b>

### Der Vorstand

**Dr. Ulrike Handel**  
(Chief Executive Officer)

**Dr. Jens Körner**  
(Chief Financial Officer)

Amsterdam, 17.März 2016

### Unternehmen mit maßgeblichem Einfluss

	2015		2014	
	Aktien	Optionen	Aktien	Optionen
EMA B.V.	9.486.402	0	9.486.402	0
Euro Serve Media GmbH	436.963	0	436.963	0



NEW YORK

12

WEITERE  
INFORMATIONEN



LONDON

AMSTERDAM

PARIS

HERRENBERG

NÜRNBERG

MADRID



## 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 2014**

Der Konzern-Abschluss 2014 wurde von der Hauptversammlung am 21. Mai 2015 festgestellt. Die Hauptversammlung hat dabei den gemachten Vorschlag zur Ergebnisverwendung angenommen.

#### **Vorschlag zur Ergebnisverwendung für das Geschäftsjahr 2015**

Der Vorstand schlägt vor, mit Zustimmung des Aufsichtsrates, das Ergebnis des Geschäftsjahres 2015 in Höhe von TEUR -33 vorzutragen und keine Dividende auszuschütten.

Der Konzern-Abschluss spiegelt diesen Vorschlag wider.

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 JAHRESABSCHLUSS 2015

### Prüfungsurteil

Nach unserer Beurteilung,

- vermittelt der Konzern-Abschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Finanzlage der ad pepper media International N.V. zum 31. Dezember 2015 sowie ihres Jahresergebnisses und ihrer Cashflows für das zum 31. Dezember 2015 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.
- vermittelt der Jahresabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Finanzlage der ad pepper media International N.V. zum 31. Dezember 2015 sowie ihres Jahresergebnisses für das zum 31. Dezember 2015 endende Geschäftsjahr in Übereinstimmung mit Teil 9 von Buch 2 des niederländischen Zivilgesetzbuches.

### Geprüfte Unterlagen

Wir haben den beigefügten Jahresabschluss 2015 der ad pepper media International N.V., Amsterdam („die Gesellschaft“), geprüft. Der Jahresabschluss umfasst den Konzern-Abschluss der ad pepper media International N.V. und ihrer Tochtergesellschaften (zusammen: „der Konzern“) und den Jahresabschluss der Gesellschaft.

Der Konzern-Abschluss umfasst::

- die Konzern-Bilanz zum 31. Dezember 2015;
- die folgenden Aufstellungen für 2015: Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, Konzern-Gesamtergebnisrechnung, Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung und Konzern-Kapitalflussrechnung sowie;
- den Anhang, der eine Zusammenfassung der wesentlichen Bilanzierungsgrundsätze und weitere erläuternde Informationen enthält.

Der Jahresabschluss der Gesellschaft umfasst:

- die Bilanz der Gesellschaft zum 31. Dezember 2015;
- die Gewinn- und Verlustrechnung der Gesellschaft für das zu diesem Zeitpunkt endende Geschäftsjahr;
- den Anhang, der eine Zusammenfassung der Bilanzierungsgrundsätze und weitere erläuternde Informationen enthält.

Bei der Erstellung des Jahresabschlusses wurden als maßgebendes Regelwerk zur Rechnungslegung die EU-IFRS und die maßgeblichen Bestimmungen von Teil 9 von Buch 2 des niederländischen Zivilgesetzbuches in Bezug auf die Erstellung des Konzern-Abschlusses sowie Teil 9 von Buch 2 des niederländischen Zivilgesetzbuches in Bezug auf die Erstellung des Jahresabschlusses der Gesellschaft 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 Jahresabschlusses“ 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 und Kontext

Der Konzern, der insgesamt zehn Teilbereiche umfasst, wird zentral durch die ad pepper media-Zentrale in Deutschland kontrolliert, wo auch die Buchführung für den überwiegenden Teil der Transaktionen durchgeführt wird. Wir haben Prüfungshandlungen in Bezug auf alle wesentlichen Teilbereiche (siehe unten „Umfang unserer Konzern-Abschlussprüfung“) durchgeführt. In Bezug auf die verbleibenden Teilbereiche haben wir zusätzliche Prüfungshandlungen in folgenden Bereichen durchgeführt:

- Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente,
- Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und
- Test der Umsatzerlöse.

Wir haben für unsere Prüfung die Bestimmung der Wesentlichkeit und die Beurteilung des Risikos wesentlicher falscher Angaben im Konzern-Abschluss 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.

Wir haben sichergestellt, dass die Prüfteams sowohl auf Konzern- als auch auf Ebene der Teilbereiche über die notwendigen Kenntnisse und Kompetenzen verfügen, die bei der Prüfung der Jahresabschlüsse einer Gesellschaft wie der ad pepper media International N.V. erforderlich sind, die in hohem Maße von einer selbst entwickelten IT-Plattform („Webgains“) abhängig ist. Die Webgains-basierten Umsatzerlöse haben aufgrund der Umsatzsteigerung über diese Plattform im Jahr 2015 eine größere Bedeutung erlangt. Daher haben wir IT-Spezialisten aus dem Bereich „Risk Assurance“ in unser Team aufgenommen.



**Wesentlichkeit**

- Wesentlichkeit für den Abschluss als Ganzes: EUR 560.000 entsprechend 1,0 Prozent der Gesamtumsatzerlöse (wie in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung erfasst).

**Prüfungsumfang**

- Unsere Prüfungsarbeiten wurden an drei Standorten durchgeführt und deckten zehn Teilbereiche ab.
- In Deutschland und Großbritannien fanden Besuche durch das Konzern-Prüfungsteam statt.
- Prüfungsabdeckung: 99,7 Prozent der Konzern-Umsatzerlöse und 96,8 Prozent des gesamten Konzern-Vermögens.

**Relevante Prüfungsfeststellungen**

- Abhängigkeit von der „Webgains“ IT Plattform.

**Wesentlichkeit**

Der Umfang unserer Prüfung ist von der Anwendung des Wesentlichkeitsgrundsatzes geprägt, welcher in dem Kapitel „Unsere Verantwortung für die Prüfung des Jahresabschlusses“ näher erläutert wird. Hinsichtlich der Wesentlichkeit haben wir bestimmte quantitative Schwellenwerte festgelegt. Zusammen mit qualitativen Erwägungen haben diese uns geholfen, Art, zeitliche Einteilung und Umfang unserer Prüfungshandlungen in Bezug auf die einzelnen Posten des Jahresabschlusses und die offenzulegenden Informationen festzulegen und die Auswirkung identifizierter falscher Angaben auf unser Prüfungsurteil einzuschätzen.

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

**Gesamtwesentlichkeit Konzern** EUR 560.000 (2014: EUR 473.000)

**Wie ermittelt** Ein Prozent der Umsatzerlöse

**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 sowie das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) zur Bestimmung der Wesentlichkeit zu verwenden, allerdings schwanken diese Werte in den letzten Jahren vornehmlich aufgrund von Veränderungen im Geschäftsverlauf und aufgrund der Ergebnisse einmaliger Aktivitäten. 2015 erzielte die Gesellschaft einen positiven EBITDA in Höhe von EUR 539.000 (2014: Verlust von EUR 3.729.000). Unter Berücksichtigung des Volumens an Transaktionen im Vergleich zu dem absoluten und relativen EBITDA-Betrag sind wir der Ansicht, dass der EBITDA nicht als Kennzahl zur Ermittlung der Wesentlichkeit für den Konzern geeignet ist. Auf dieser Grundlage sind wir der Ansicht, dass die Konzern-Umsatzerlöse eine wichtige Kennzahl für den wirtschaftlichen Erfolg der Gesellschaft und die angemessenste Bezugsgröße zur Bestimmung der Wesentlichkeit sind.

**Wesentlichkeit von Teilbereichen** Jedem in unserem Prüfungsumfang enthaltenen Teilbereich teilen wir auf der Grundlage unserer Beurteilung eine Wesentlichkeit zu, welche geringer ist als die Wesentlichkeit für den Konzern-Abschluss als Ganzes. Die Bandbreite der auf die Teilbereiche aufgeteilten Wesentlichkeit lag zwischen EUR 270.000 und EUR 470.000.

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 EUR 24.000 (2014: EUR 20.000) sowie falsche Angaben unterhalb dieses Betrags, die nach unserer Ansicht aus qualitativen Gründen eine Berichterstattung erforderten, berichten.

**Umfang unserer Konzern-Abschlussprüfung**

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

Wir sind der Ansicht, dass die folgenden Teilbereiche einer Vollprüfung ihrer Finanzinformationen unterzogen werden sollten, da diese Teilbereiche einzeln von Bedeutung für den Konzern sind:

- ad pepper media International N.V. (Holdinggesellschaft in den Niederlanden),
- ad pepper media GmbH (Deutschland),
- ad agents GmbH (Deutschland),
- Webgains Ltd. (Großbritannien) und
- ad pepper media Spain S.A. (Spanien).

Darüber hinaus wurden die verbleibenden fünf Teilbereiche für Prüfungshandlungen ausgewählt, um eine geeignete Abdeckung in Bezug auf die einzelnen Posten des Konzern-Abschlusses zu erzielen.

Insgesamt haben wir bei der Umsetzung dieser Handlungen die folgende Abdeckung in Bezug auf die einzelnen Abschlussposten erzielt:

Umsätze	99,7%
Gesamtvermögen	96,8%
Gewinn vor Steuern	96,8%

Keine der verbleibenden Teilbereiche entsprach für sich genommen mehr als ein Prozent der gesamten Konzern-Umsatzerlöse oder drei Prozent des gesamten Konzern-Vermögens. In Bezug auf diese verbleibenden Teilbereiche führten wir unter anderem analytische Maßnahmen zur Untermauerung unserer Einschätzung, dass keine maßgeblichen Risiken wesentlicher falscher Angaben innerhalb dieser Teilbereiche existieren, durch.

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 Konzern-Abschluss als Ganzes eingeholt worden waren. Das Konzern-Prüfungsteam besuchte die Standorte in Deutschland und Großbritannien. Da alle zugrundeliegenden Dokumente sowie die erforderlichen Informationen über die ad pepper Spain S.A. direkt in Deutschland verfügbar waren, wurde die Prüfung des Jahresabschlusses der ad pepper Spain S.A. seitens des Konzern-Prüfteams ausgeführt.

Die Prüfung der Konsolidierungsmaßnahmen und der Anhangangaben erfolgte durch das Konzern-Prüfungsteam. Durch die oben genannten Prüfungshandlungen für Teilbereiche, in Kombination mit weiteren Prüfungshandlungen auf Konzern-Ebene, haben wir ausreichende und angemessene Prüfungsnachweise in Bezug auf die Finanzinformationen des Konzerns als Ganzes erlangt, um die Grundlage für unser Prüfungsurteil zum Konzern-Abschluss bilden zu können.

**Bedeutsame Prüfungssachverhalte**

Bedeutsame Prüfungssachverhalte sind solche, die nach unserem pflichtgemäßen Ermessen bei der Prüfung des Konzern-Abschlusses 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 Konzern-Abschlusses als Ganzes und bei der Bildung unserer zu diesem erteilten Prüfungsurteil berücksichtigt. Wir erteilen kein gesondertes Prüfungsurteil zu diesem Sachverhalt. Kommentare, die wir in Bezug auf die Ergebnisse unserer Prüfungshandlungen abgegeben haben, müssen in diesem Zusammenhang gelesen werden.

Bedeutsame Prüfungssachverhalte	Prüfungsvorgehen hinsichtlich des Sachverhalts
<p>Abhängigkeit von der IT-Plattform „Webgains“ (siehe Risikoberichtskapitel „Technologien und IT-Risiken“)</p> <p>Die Gesamtumsätze in Bezug auf das Webgains-Segment beliefen sich auf EUR 40.887.000 (73 Prozent der Gesamtumsätze; 2014: 65 Prozent der Gesamtumsätze) und wurden in mehreren geografischen Bereichen erzielt. Angesichts des relativen Betrags des Webgains-Umsatzes im Verhältnis zu den Gesamtumsätzen, erachteten wir das Webgains-Segment als den wesentlichen Umsatzträger des Konzerns. Die Webgains-Plattform ist eine komplexe, von der Gesellschaft selbst entwickelte IT-Plattform, welche alle Transaktionen aufzeichnet und die Umsätze basierend auf den vertraglich mit den Kunden vereinbarten und in die Plattform eingefügten Parametern automatisch berechnet. Die Erfassung von Webgains-bezogenen Umsätzen war auf höchster Ebene automatisiert und hing von der Konfiguration dieser Plattform ab. Angesichts der Bedeutung der Webgains-Umsätze im Jahresabschluss und der Abhängigkeit von der IT-Plattform können Ungenauigkeiten in Bezug auf die IT-Plattform zu einer wesentlichen falschen Angabe im Jahresabschluss führen. Daher erachten wir dies als wichtigen Sachverhalt für unsere Prüfung.</p>	<p>Unsere Prüfungshandlungen in Bezug auf Webgains beinhalteten Tests der angewandten Richtlinien zur Umsatzerfassung, die Validierung der Gestaltung der Systeme, Tests in Bezug auf die Wirksamkeit der allgemeinen IT-Kontrollen und Anwendungskontrollen – insbesondere derjenigen in Bezug auf Umsätze – sowie die Einschätzung der Kontinuität der IT-Plattform. Wir bezogen Spezialisten der Abteilung „Risk Assurance“ ein, um bestehende interne Kontrollen zu verstehen und zu testen, die in Bezug auf das Webgains-Geschäft implementiert wurden. Neben den Tests interner Kontrollen haben wir stichprobenartige Einzelprüfungen von Umsatztransaktionen vorgenommen, indem wir die Transaktionen mit den zugrunde liegenden Verträgen, Bestellungen, Rechnungen sowie der systemseitigen Verfolgung von Lieferungen und anschließenden Zahlungen abgestimmt haben.</p>

**Verantwortlichkeiten des Managements und des Aufsichtsrats**

Das Management ist verantwortlich für:

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

Im Rahmen der Aufstellung des Jahresabschlusses hat das Management die Fähigkeit des Unternehmens zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu beurteilen. Basierend auf dem genannten maßgebenden Regelwerk zur Rechnungslegung sollte das Management den Jahresabschluss 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 zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit erheblich in Zweifel ziehen, im Jahresabschluss angeben.

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

**Unsere Verantwortlichkeiten für die Prüfung des Jahresabschlusses**

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 ist darauf angelegt, eine angemessene Prüfungssicherheit in Bezug darauf zu erzielen, ob der Jahresabschluss frei von wesentlichen falschen Angaben ist. Eine angemessene Prüfungssicherheit ist eine hohe, aber keine absolute Prüfungssicherheit, was dazu führen kann, dass wir möglicherweise nicht alle wesentlichen falschen Angaben erkannt haben. Falsche Angaben können das Ergebnis von Betrug oder Fehlern sein. Sie werden als wesentlich angesehen, wenn man nach vernünftigem Ermessen davon ausgehen muss, dass sie für sich genommen oder in der Aggregation die wirtschaftlichen Entscheidungen der Nutzer, die auf der Grundlage der Jahresabschlüsse getroffen werden, beeinflussen.

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

**BERICHT ZU SONSTIGEN RECHTLICHEN UND**



## AUFSICHTSBEHÖRDLICHEN VORSCHRIFTEN

### Unser Bericht zum Lagebericht und den sonstigen Informationen

Nach den Rechtsvorschriften 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 Gesetzbuchs 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 Jahresabschluss übereinstimmt.

### Unsere Bestellung

Wir wurden am 21. Mai 2015 durch den Aufsichtsrat auf Grundlage eines Beschlusses der Hauptversammlung vom 21. Mai 2015 zum Abschlussprüfer der ad pepper media International N.V. bestellt. Unsere Bestellung wurde jährlich von den Aktionären erneuert, sodass wir damit drei aufeinanderfolgende Jahre als Abschlussprüfer bestellt waren.

Utrecht, 17. März 2016  
PricewaterhouseCoopers Accountants N.V.

Sign. Drs. J.W. Middelweerd RA

## ANHANG ZU UNSEREM VERMERK ZUM JAHRESABSCHLUSS 2015 ALS UNABHÄNGIGER ABSCHLUSSPRÜFER DER AD PEPPER MEDIA INTERNATIONAL N.V.

Neben dem, was in unserem Prüfungsbericht enthalten ist, haben wir in diesem Anhang unsere Verantwortlichkeiten für die Prüfung des Jahresabschlusses aufgeführt und erläutert, was eine Prüfung beinhaltet.

### Die Verantwortlichkeiten des Prüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses

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 Jahresabschluss 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 Jahresabschluss, 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 Jahresabschluss 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 Jahresabschluss 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 Jahresabschlusses einschließlich der damit zusammenhängenden Angaben, und einer Beurteilung, ob der Jahresabschluss die ihm zugrunde liegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse in zutreffender Weise zur Darstellung eines den tatsächlichen Verhältnissen entsprechenden Bildes wiedergibt.

In Anbetracht unserer letztlichen Verantwortung für das Prüfungsurteil zum Konzern-Abschluss der Gesellschaft sind wir für die Ausrichtung, Überwachung und Durchführung der Konzern-Abschlussprüfung 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 Konzern-Unternehmen oder Aktivitäten des Konzerns, die Verfahren und Kontrollen innerhalb der Rechnungslegung und die Branche, in der sich der Konzern betätigt. Davon ausgehend haben wir Konzern-Gesellschaften ausgewählt, bei denen wir eine Prüfung oder prüfende Durchsicht von Finanzinformationen oder bestimmten Salden für notwendig erachteten.

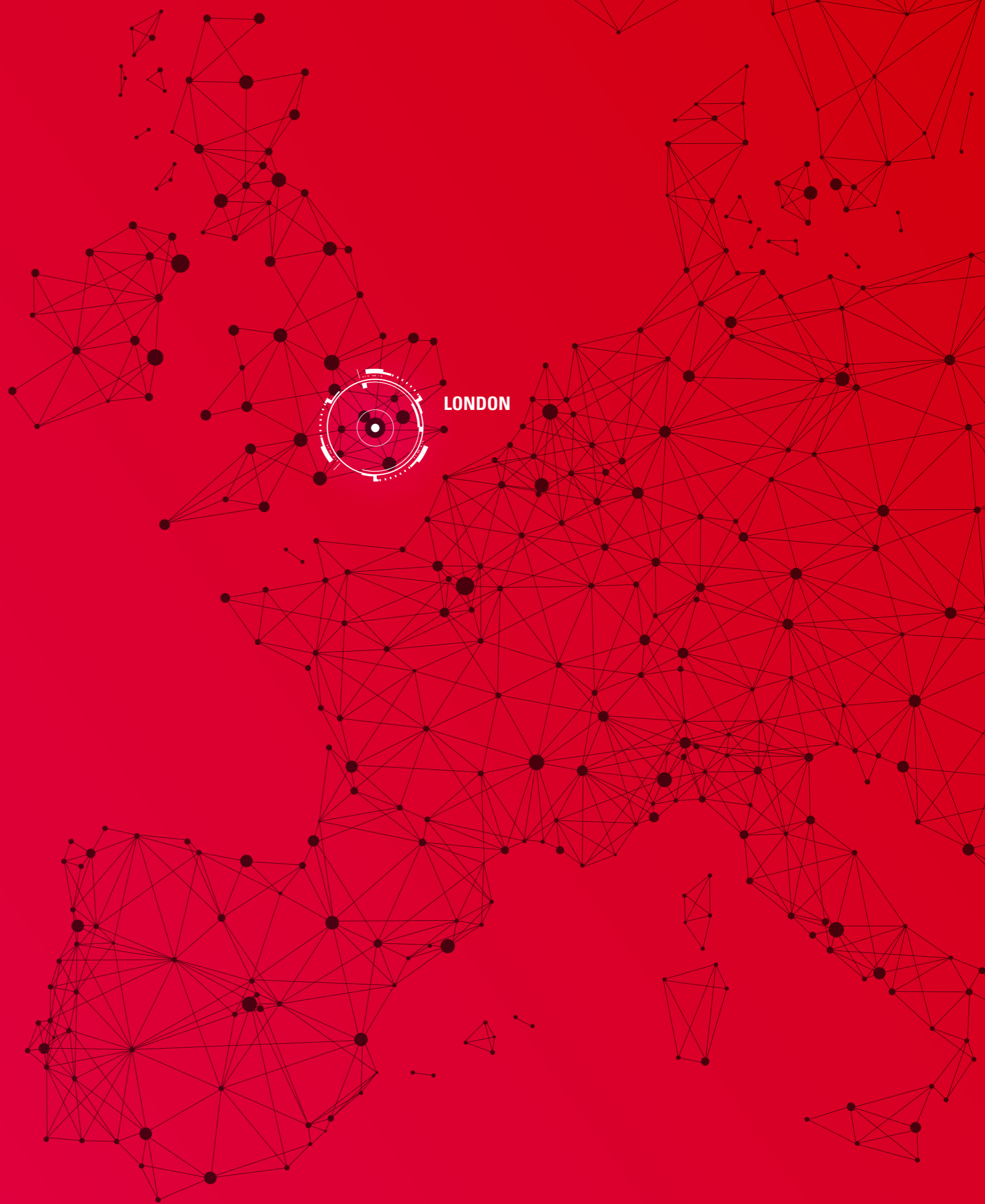
Wir kommunizieren mit dem Aufsichtsrat unter anderem in Bezug auf den geplanten Umfang und die Zeitplanung der Abschlussprüfung sowie hinsichtlich bedeutsamer Prüfungssachverhalte und bedeutsamer Mängel bei internen Kontrollen, die wir während unserer Abschlussprüfung festgestellt haben.

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 grundsätzlich vermutet werden könnte, dass sie sich auf unsere Unabhängigkeit auswirken, sowie diesbezüglich gegebenenfalls getroffenen Schutzmaßnahmen, mit.

Aus den dem Aufsichtsrat mitgeteilten Sachverhalten bestimmen wir diejenigen, die bei der Prüfung des Jahresabschlusses 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.

13

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 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

### 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  
info@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  
london@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:

Jahresabschluss 2015	24. März 2016
Hauptversammlung 2016 (Amsterdam, Niederlande)	10. Mai 2016
Quartalsbericht I/2016	13. Mai 2016
Quartalsbericht II/2016	19. August 2016
Quartalsbericht III/2016	18. November 2016

### 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](mailto:ir@adpepper.com)  
[www.adpeppergroup.com](http://www.adpeppergroup.com)

### Impressum

#### Verantwortlich:

ad pepper media International N.V.  
Frankenstraße 150 C (FrankenCampus)  
D-90461 Nürnberg  
Phone: +49 (0) 911 929057-0  
Fax: +49 (0) 911 929057-157  
E-mail: [info@adpepper.com](mailto:info@adpepper.com)  
[www.adpeppergroup.com](http://www.adpeppergroup.com)

Aktiengesellschaft (N.V.)  
Sitz Amsterdam, Niederlande  
Zweigniederlassung Nürnberg  
Prime Standard, Frankfurt Stock Exchange  
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.

**Gerne senden wir Ihnen den Geschäftsbericht 2015 bzw. den Konzern-Zwischenabschluss 2015 in Deutsch oder Englisch zu.**

Alternativ finden Sie unsere veröffentlichten Berichte als PDF-Datei auf:

**[www.adpeppergroup.com](http://www.adpeppergroup.com) unter:  
Investor Relations / Berichte & Publikationen**

