



**AdLINK Internet Media AG,
Montabaur**

**Einzelabschluss
nach HGB**

zum
31. Dezember 2004

Lagebericht der AdLINK Internet Media AG zum Geschäftsjahr 2004

Aufgaben der AdLINK Internet Media AG

Die AdLINK Internet Media AG unterstützt die Unternehmen innerhalb des AdLINK-Konzerns mit zentralen Dienstleistungen, die im Wesentlichen die folgenden Bereiche umfassen: Unternehmensführung durch den Vorstand, Systemadministration der europaweit zentral eingesetzten DART ASP Adserverapplikation, Systemadministration des Rechnungserstellungssystems und der Kundenmanagement-Software, allgemeine EDV (E-Mail-Server, Systemsicherheit, etc.), Produktentwicklung, Marktforschung, Betreuung von internationalen Website-Betreibern, Controlling und PR/Investor Relations.

Die AdLINK Internet Media AG ist als Konzernmuttergesellschaft von der wirtschaftlichen Entwicklung ihrer Tochtergesellschaften abhängig. Daher ist bei der Beurteilung der Lage der AdLINK Internet Media AG insbesondere auf die Entwicklung in der gesamten AdLINK-Gruppe einzugehen.

Gesamtwirtschaftliche Entwicklung und Branchenentwicklung

Die gesamtwirtschaftliche Entwicklung in Europa verlief in 2004 im Vergleich zu anderen Regionen der Welt eher verhalten. Die Eurozone konnte in 2004 lediglich ein Wachstum von 2,0 Prozent vorweisen. Spanien glänzte mit einem Bruttoinlandsproduktanstieg (BIP) von 2,7 Prozent und auch Großbritannien verzeichnete ein hohes Wachstum von 3,1 Prozent.¹ Im Vergleich dazu legte das BIP in Deutschland um lediglich 1,7 Prozent zu – der beste Wert seit drei Jahren.² Allerdings wirkt sich dieses Wachstum noch nicht positiv auf die hohe Arbeitslosigkeit aus. Und auch der private Konsum war aufgrund der hohen Verunsicherung der Verbraucher nach wie vor gering.

In diesem Umfeld entwickelte sich sowohl der Informationstechnologie- und der Telekommunikations-Markt als auch der Werbemarkt erfreulich. Die Bruttowerbeinvestitionen sind laut Nielsen Media Research in Deutschland im vergangenen Jahr um eine Milliarde Euro oder 5,8 Prozent auf 18,2 Milliarden Euro angestiegen.³ Alle Indizes weisen für das Internet-Geschäft ein kräftiges Plus bei weiterhin positiven Prognosen aus, egal ob DSL-Anschlüsse oder Online-Handel. Über Jahre hinweg wird der weitere Ausbau des Internet voraussichtlich an Dynamik nicht verlieren.

Geschäftsentwicklung

Wesentliche Ereignisse und Entwicklungen.

Während 2003 noch im Zeichen starker Restrukturierungen stand – Stichworte sind hier das Management-Buy-Out in Norwegen sowie die Gründung des schweizerischen Joint Ventures mit

¹ Europäisches Statistikkamt Eurostat, Februar 2005; Britische Statistikbehörde (Office for National Statistics), Januar 2005.

² Statistisches Bundesamt Destatis, Januar 2005.

³ Nielsen/NetRating-Studie, Januar 2005

der Goldbach Media AG – war 2004 geprägt von einer stärkeren Expansion bezüglich neuer Website-Kunden und -Reichweiten, neuer Geschäftsfelder und auch geographisch angeschlossener Märkte. Auf Basis der in den Vorjahren geschaffenen effizienteren Strukturen zeigt sich zunehmend auch die Nachhaltigkeit unseres Geschäftsmodells. Die Geschäftsentwicklung verlief dabei regional unterschiedlich. Verluste in einzelnen Tochtergesellschaften (besonders in den Segmenten Skandinavien und Südeuropa) konnten durch die positive Entwicklung in anderen Teilmärkten (insbesondere in Großbritannien und in einzelnen Tochtergesellschaften in dem Segment Mitteleuropa) kompensiert werden.

Ereignisse von besonderer Bedeutung im Berichtsjahr:

Erweiterung der Reichweite um 21 Prozent.

Durch eine Vielzahl neu gewonnener Websites konnten wir unsere Reichweite erneut deutlich erhöhen. Herausragend waren Abschlüsse mit Lycos für Spanien, Italien und den Niederlanden (für 2005), Tiscali Deutschland, Fussball.de, Visit Britain, TDC, Pricerunner und Antenna 3. Insgesamt konnten wir dadurch die Reichweite unseres Netzwerkes um 21 Prozent auf durchschnittlich 4,1 Milliarden Page Impressions pro Monat in 2004 steigern.

Durchführung erfolgreicher, innovativer Kampagnen.

Auch in 2004 konnten wir mit einer Vielzahl kreativer und innovativer Kampagnen den Erfolg von Online-Marketing und die Leistungsfähigkeit der AdLINK Internet Media AG unter Beweis stellen, so etwa für Dell, H&M, LG, Cleverlearn oder Intel.

Entwicklung und Ausbau neuer Produktlinien.

Nachdem das neue Geschäftsfeld Response Republic äußerst erfolgreich durchstartete, sind wir in Vorbereitung neuer Produktlinien. Hierzu zählt vor allem das Permission Marketing unter dem Namen „Composite“. Hier haben wir in 2004 alle Voraussetzungen geschaffen, um zukünftig erfolgreich am Markt agieren zu können: Die interne Aufstellung mit einem starken Team, der Aufbau der Datenbank-Infrastruktur sowie die Vertragszeichnung mit 44 Websites als E-Mail-Lieferanten. Andere, viel versprechende Services befanden sich 2004 in der Evaluierung, darunter das Affiliate Marketing und Search Marketing. Hier wollen wir in 2005 unsere Position sichtbar verbessern, entweder durch organisches Wachstum oder durch enge Kooperationen.

Übernahme der DoubleClick-Aktien durch die United Internet AG

Im September 2004 übernahm die United Internet AG das Aktienpaket von DoubleClick Media Europe Limited und hält nun 82,44 Prozent von AdLINK Internet Media AG. Innerhalb des Geschäftsfelds „Online Marketing“ der United Internet AG ist dies Beleg für die Zuversicht und das Vertrauen, mit der unser Haupteigner den Markt und uns als eine wichtige Säule dieses Geschäftsfelds beurteilt.

Exklusive Kooperation mit Logaritma Internet, Türkei

Im November 2004 zeichneten wir eine exklusive Partnerschaft mit dem führenden türkischen Online-Marketing-Anbieter Logaritma Internet. Dadurch können wir Kampagnen bis in den vorderasiatischen Raum ausdehnen und den Kunden von Logaritma Internet unser europäisches Netzwerk zur Verfügung stellen.

Erfolgreiche Umsetzung des Joint Ventures in der Schweiz

Nachdem wir bereits Ende letzten Jahres die Verträge für unser Joint Venture mit der Goldbach Media AG unterzeichnet hatten, stand das Jahr 2004 im Zeichen der erfolgreichen Umsetzung des Projekts. Die Planungen konnten dabei deutlich übertroffen werden. Der Umsatz stieg von 3,6 Millionen Euro im Vorjahr (AdLINK Schweiz) auf rund 8,7 Millionen Euro in 2004 für die aus

AdLINK Schweiz und Goldbach Media AG zusammengeführte Einheit. Die neue AdLINK Schweiz konnte somit auch erstmals einen deutlich positiven Ergebnisbeitrag leisten.

Umsatz und Ergebnis der AdLINK Internet Media AG

Der Umsatz der AdLINK Internet Media AG betrug im Berichtszeitraum 9,2 Millionen Euro und stieg damit im Vergleich zum Vorjahreswert stark an (2003: 5,5 Millionen Euro). Dies resultiert im Wesentlichen aus der in 2004 neu eingeführten zentralen Abrechnung von international tätigen Website-Betreibern durch die AdLINK Internet Media AG, die dadurch einziger Ansprechpartner für die Website-Betreiber ist und so den Abwicklungsprozess vereinfacht. Aus der Übernahme dieser Dienstleistungsfunktion ergab sich ein wesentlicher Anstieg des Umsatzes und der zugehörigen Kosten, hauptsächlich Vergütungen für die Website-Betreiber.

Wesentliche Einflussfaktoren der Geschäfts- und Ertragsentwicklung der AdLINK Internet Media AG waren die Fortführung von Dienstleistungsverträgen mit den Tochtergesellschaften. Die Kosten für die von der AdLINK Internet Media AG erbrachten, administrativen Leistungen im Finanzsektor, rechtlichen Bereich, Personalbereich, Marketingbereich, Managementbereich, IT-Bereich, DART Systemadministration / Kampagnenmanagement und im Bereich der Produktentwicklung werden auf die Tochtergesellschaften umgelegt. Die AdLINK Internet Media AG erzielte in 2004 Umsätze durch direkt weiterbelastete Kosten (z.B. DART-Kosten, EDV-Leistungen, Reisekosten) in Höhe von 5.656 TEUR und durch umgelegte Gemeinkosten in Höhe von 2.951 TEUR. Darüber hinaus wurden Umsatzerlöse mit Dritten in Höhe von 574 TEUR erzielt (Vorjahr: 134 TEUR), welche primär aus Lizenzerträgen und Dienstleistungen mit der AdLINK Schweiz, AdLINK Österreich und AdLINK Norwegen stammen.

Der Vorsteuer-Verlust lag im Jahr 2004 bei -0,7 Millionen Euro und damit deutlich besser als im Vorjahr (-17,5 Millionen Euro). Er resultiert vorrangig aus nicht weiterbelastbaren Verwaltungsaufwendungen. Den Erträgen aus aufzulösenden Wertberichtigungen auf Beteiligungen im Zuge der verbesserten Geschäftslage der Gesellschaften in der Schweiz, den Niederlanden und Großbritannien stehen aufgrund der erwirtschafteten Verluste der Gesellschaften in Dänemark, Frankreich und Schweden in annähernd gleicher Höhe Wertberichtigungen auf die Beteiligungsansätze gegenüber. Die unter dem Namen Composite geführten Geschäfte werden ab dem Jahr 2005 direkt in den einzelnen Ländern von den Tochtergesellschaften der AdLINK Internet Media AG betrieben und die bisher eigenständige Gesellschaft aufgelöst. Aus dieser Umstrukturierung ergibt sich eine Wertberichtigung von 0,2 Mio. Euro.

Der Bestand an liquiden Mitteln der AdLINK Internet Media AG ist im abgelaufenen Geschäftsjahr durch die verbesserte Geschäftsentwicklung leicht auf 3,5 Millionen Euro angestiegen (Vorjahr: 3,2 Millionen Euro). Durch die aufgelaufenen Verluste hat sich das Eigenkapital reduziert und unterschreitet zum 31. Dezember 2004 das gezeichnete Kapital.

Umsatz und Ergebnis der AdLINK-Gruppe

Der Umsatz der AdLINK-Gruppe belief sich im Berichtszeitraum auf 47,8 Millionen Euro. Bereinigt um Veränderungen im Konsolidierungskreis wuchs der Umsatz damit um 15 Prozent. Dabei handelt es sich auch in 2004 ausschließlich um organisches Wachstum, d.h. es wurde allein durch ein deutlich besseres Vertriebsergebnis erzielt. Der Umsatz im vierten Quartal 2004 legte besonders stark zu und betrug 14,80 Millionen Euro gegenüber 14,16 Millionen Euro (12,79 Millionen Euro ohne AdLINK Schweiz) im Vorjahr (+4,5 Prozent bzw. +15,7 Prozent ohne AdLINK Schweiz), was neben dem traditionell starken letzten Quartal unter anderem auf die gegen Jahresende anziehende Werbe-Konjunktur zurückzuführen ist. Besonders stark entwickelte sich unser Geschäftsbereich Response Republic, der signifikant zum Wachstum

beitrag. Das Konzernergebnis vor Abschreibungen, Zinsen und Steuern in 2004 betrug 0,3 Millionen Euro (Vorjahr: -2,2 Millionen Euro). Der Konzernjahresfehlbetrag in Höhe von -2,8 Millionen Euro ist primär auf die planmäßige Abschreibung der Firmenwerte in Höhe von 4,0 Millionen Euro zurückzuführen.

Investitionen

Die AdLINK Internet Media AG hat ihre vorsichtige Investitionspolitik der Vorjahre fortgeführt. Die Investitionen in Sachanlagen und Immaterielle Vermögensgegenstände betrugen in 2004 79 TEUR nach 121 TEUR im Vorjahr. Auch in 2005 sollen die Investitionen nur schrittweise und gleichlaufend mit der Geschäftsausweitung erfolgen. Im Rahmen von Verlustausgleichen der französischen und italienischen Tochtergesellschaften und zur Finanzierung der Tochtergesellschaften in Belgien und der Composite wurden 1.056 TEUR in 2004 investiert. Eine Reihe von Tochtergesellschaften konnte Ausleihungen infolge der verbesserten Geschäftsentwicklung zurückführen (866 TEUR). Aufgrund der erwarteten positiven Geschäftsentwicklung der Tochtergesellschaften ist auch in den Folgeperioden mit einer Zunahme der Darlehensrückzahlungen durch Tochtergesellschaften zu rechnen.

Finanzierung

Im Rahmen der Ausübung von Wandelschuldverschreibungen flossen der Gesellschaft 96 TEUR zu. Darüber hinaus ergab sich aus der Ausgabe einer neuen Wandelschuldverschreibung in Höhe von 170 TEUR eine Einzahlung in entsprechender Höhe. Das Bilanzvolumen der AdLINK Internet Media AG ist im Jahr 2004 mit 27,56 Millionen Euro konstant geblieben (2003: 27,31 Millionen Euro). Durch den Jahresfehlbetrag und insbesondere die planmäßigen Firmenwert-Abschreibungen ist das Eigenkapital auf 23,97 Millionen Euro gesunken und notiert unter dem gezeichneten Kapital von 25,81 Millionen Euro. Die Eigenkapitalquote sank auf 87 Prozent gegenüber 90 Prozent im Vorjahr. Die liquiden Mittel betrugen in der AdLINK Internet Media AG zum Jahresende 3,47 Millionen Euro, eine Steigerung gegenüber 3,2 Millionen Euro in 2003. In der AdLINK-Gruppe belief sich der Bestand an Zahlungsmitteln zum Jahresende auf 5,5 Millionen Euro. Aus der operativen Geschäftstätigkeit erwarten wir mittelfristig keinen Nettoszahlungsmittelabfluss mehr.

Mitarbeiter

Im Jahr 2004 waren durchschnittlich 23 Mitarbeiter (exklusive Auszubildende) im Unternehmen beschäftigt (2003: durchschnittlich 21 Mitarbeiter). Die AdLINK Internet Media AG bietet, wie in der Vergangenheit auch, ein Mitarbeiterbeteiligungsprogramm an, um Mitarbeiter und Führungskräfte langfristig an das Unternehmen zu binden und am Wachstum der Gesellschaft teilhaben zu lassen. Am Ende des Berichtszeitraums waren 331.870 Wandelschuldverschreibungen zu einem durchschnittlichen Ausübungspreis von 2,28 Euro ausstehend (Vorjahr: 238.300 Wandelschuldverschreibungen zu durchschnittlich 2,64 Euro).

Risikobericht

Grundsätzlich gilt, dass unternehmerisches Handeln tagtäglich Risiken birgt. Dies gilt insbesondere für ein Unternehmen im Internet- und im Online-Werbemarkt, die beide durch eine hohe Veränderungsdynamik der Wettbewerbs- und Rahmenbedingungen gekennzeichnet sind. Die nachfolgend beschriebenen Risikofaktoren sollten daher bei der Beurteilung der AdLINK Internet Media AG immer eingehend betrachtet werden. Sollte eines oder mehrere dieser Ereignisse eintreten, könnte es zu einer Verschlechterung unserer Vermögens-, Finanz- und Ertragslage kommen. Als Folge davon könnte auch unser Aktienkurs negativ beeinflusst werden. Die nachfolgend dargestellten Risiken und Unsicherheiten sind die wesentlichen, aber nicht die einzigen Risiken, denen die AdLINK Internet Media AG ausgesetzt ist.

Externe Risiken

Gesamtwirtschaftliche Entwicklung

Das gesamtwirtschaftliche Umfeld ist zunehmend von einer Intensivierung und Globalisierung des Wettbewerbs gekennzeichnet. Diesem Wandel sind sämtliche Marktteilnehmer, also auch die AdLINK Internet Media AG, ausgesetzt. Die größte Gefahr geht hierbei von einem schwachen Wirtschaftswachstum in den jeweiligen Landesmärkten aus. Mögliche drohende weltpolitische Gefahren, wie zum Beispiel terroristische Anschläge oder wachsende Haushaltsdefizite, könnten Konsum- und Investitionsverhalten von Verbrauchern und Unternehmen weltweit negativ beeinflussen. So besteht das Risiko, dass unsere Werbekunden auf verschlechterte wirtschaftliche Rahmenbedingungen oder externe Schocks mit einer Kürzung ihrer Werbeausgaben reagieren könnten oder durch Insolvenzen als Kunden unseres Werbenetzwerkes ausscheiden. In der Folge könnte es zu einer Verschlechterung unserer Vermögens-, Finanz- und Ertragslage kommen. Die Konjunkturprognosen für das Jahr 2005 deuten jedoch auf eine Stabilisierung der Wirtschaft verbunden mit einem leichten Wachstum hin.

Akzeptanz des Mediums Internet

Für die weitere Geschäftsentwicklung von wesentlicher Bedeutung ist die grundsätzliche Akzeptanz des Mediums Internet, da Werbekunden ihre Budgets nur bei ausreichend Internet-Nutzern in dieses Medium investieren werden. Diese Akzeptanz ist durch eine Reihe externer Einflüsse nachhaltig beeinflussbar und kann hinsichtlich ihrer weiteren Verbreitung in allen privaten, geschäftlichen und behördlichen Bereichen nicht mit Sicherheit vorausgesagt werden. Eine durch schwerwiegende Sicherheitsprobleme – etwa Datenverlust, Datendiebstahl oder unautorisierte Transaktionen – verursachte Vertrauenskrise in das Internet könnte die Nutzung dieses Mediums zurückgehen lassen. In der Folge könnte es zu einer Verschlechterung unserer Vermögens-, Finanz- und Ertragslage kommen. Alle Anzeichen deuten jedoch auf eine weitere und nachhaltige Durchdringung aller gesellschaftlichen Bereiche durch das Internet und seine vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten hin.

Wettbewerb

Die AdLINK Internet Media AG ist in wettbewerbsintensiven Wachstumsmärkten mit einer Vielzahl von nationalen und internationalen Wettbewerbern mit Schwerpunkt Europa aktiv. Auch die zunehmende Globalisierung trägt zu einem verstärkten Wettbewerb bei. Es könnten große internationale Wettbewerber ihre Geschäftstätigkeit auf die europäischen Märkte ausdehnen, in denen die AdLINK Internet Media AG eine starke Stellung besitzt; es könnten neue Wettbewerber in unseren Markt eintreten oder Werbefirmen, die bisher nicht online tätig waren, ihre Geschäftstätigkeit auf das Internet ausdehnen. Auf alle diese Unsicherheiten kann die AdLINK Internet Media AG allenfalls indirekt und nur sehr begrenzt Einfluss nehmen. Bei verstärktem Eintritt dieser Möglichkeiten könnte es zu einer Verschlechterung unserer Vermögens-, Finanz- und Ertragslage kommen. Durch aktives Kundenmanagement sowie die Erbringung von neuen, innovativen Werbeprodukten sowie -dienstleistungen versucht die AdLINK Internet Media AG, die Kunden und Websitebindung zu intensivieren und diesem Risiko entgegenzuwirken sowie die eigene Marktposition zu erhalten und national und international weiter auszubauen.

Politik/Gesetze

Gesetzesänderungen könnten unseren bisherigen oder zukünftigen Geschäftsablauf, vertragliche Vereinbarungen oder die Umsetzung unserer Strategie erschweren oder verhindern. Neben der deutschen Gesetzgebung könnten insbesondere auch die rechtlichen Rahmenbedingungen in unseren verschiedenen internationalen Märkten oder die europäische Gesetzgebung einen Einfluss ausüben und bereits getätigte Investitionen gefährden. Aus heutiger Sicht sind jedoch keine derartigen Gesetzesvorhaben abzusehen.

Operationelle Risiken

Technologischer Fortschritt

In allen Internet-Märkten finden technologische Neuerungen in besonders kurzen Abständen statt. So werden z.B. ständig neue Möglichkeiten der zielgruppenspezifischen Internetnutzeransprache erfunden, die vom Vermarkter technisch verfügbar gemacht und in das Produktangebot integriert werden müssen. Falls der technologische Fortschritt nicht entsprechend unserem Geschäftsmodell genutzt wird, um Wettbewerbsvorteile zu generieren, könnten Wettbewerber eine gegenüber unserem Angebot höhere Qualität der Produkte, Dienstleistungen oder Prozesse erreichen. In Folge könnten wir wichtige Websites und damit Umsatz verlieren. Durch intensive Beobachtung von Wettbewerbern, den relevanten Märkten sowie der technologischen Innovationen wirkt die AdLINK Internet Media AG diesem Risiko entgegen.

Produktentwicklung

Im jungen Online-Werbemarkt ist es ein wesentlicher Erfolgsfaktor, ständig zukunftsweisende neue Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln, um Neukunden zu gewinnen und Bestandskunden zu halten. Durch den rasanten technologischen Wandel in den Märkten für Internet-Werbung besteht die Möglichkeit, dass Neuentwicklungen zu spät auf den Markt kommen oder nicht den gewünschten Markterfolg erzielen. Es kann auch nicht ausgeschlossen werden, dass Neuentwicklungen trotz umfangreicher Tests, Fehler oder Sicherheitslücken enthalten, die den Markterfolg dieser und anderer Dienstleistungen der AdLINK Internet Media AG erheblich schädigen könnten. Es sind auch Entwicklungsarbeiten denkbar, die gar nicht erst in marktreife Produkte und Dienstleistungen münden. Tritt eines oder mehrere dieser Produkt-Entwicklungsrisiken ein, könnte die Fähigkeit der AdLINK Internet Media AG, auf Kundenwünsche einzugehen, langfristig leiden. Durch aktives Produktmanagement sowie die sorgfältige Entwicklung von neuen, innovativen Werbeprodukten sowie -dienstleistungen versucht die AdLINK Internet Media AG diesem Risiko entgegenzuwirken.

Inventar

Ein wichtiges Differenzierungsmerkmal der AdLINK Internet Media AG stellt das Portfolio von hochwertigen und stark frequentierten Websites dar, das von Werbetreibenden zum Branding genutzt werden kann. Falls sehr viele wichtige Seiten verloren gehen würden oder zu wenige renommierte Werbeträger im Portfolio wären, könnte die AdLINK Internet Media AG schwerwiegend Nachteile erleiden und gegenüber Werbetreibenden an Attraktivität verlieren. Auch könnten Websites, die bisher von Dienstleistern wie der AdLINK Internet Media AG vermarktet wurden, sich für die Eigenvermarktung entscheiden. Durch den entgangenen Umsatz könnte es zu einer Verschlechterung unserer Vermögens-, Finanz- und Ertragslage kommen. Durch aktive Website-Betreuung und die Verbesserung der Servicequalität (z.B. zentrale Abrechnung von internationalen Websites) versucht die AdLINK Internet Media AG, diesem Risiko entgegenzuwirken und auch in Zukunft attraktive Website-Partner zu gewinnen.

Kundentreue

Das Werbe- und Buchungsverhalten der Kunden ist nicht langfristig vorhersehbar. Die Werbebuchungen werden in manchen Fällen für jede Kampagne neu vergeben. Dies erschwert es, eine hohe Planungsgenauigkeit zu erreichen. Die AdLINK Internet Media AG versucht, dieses Risiko durch erfahrene Key Account Manager und ein überzeugendes Produkt- und Dienstleistungsangebot zu mindern.

Preis-/Margendruck

Werbetreibende großer und stark frequentierter Websites haben in der Vergangenheit versucht, und werden auch in Zukunft versuchen, den Preis und/oder die Marge der Online-Werbevermarktung zu ihren Gunsten zu beeinflussen. Hier gab es in der Vergangenheit

teilweise eine negative Entwicklung mit sinkenden Preisen und Margen für die Werbevermarkter. Durch die besondere Stellung als paneuropäischer, unabhängiger Vermarkter mit einem großen Portfolio an Websites und innovativen Produkten versucht die AdLINK Internet Media AG diesem negativen Trend entgegenzuwirken. Sollte sich diese Entwicklung mit weiter sinkenden Preisen und/oder Margen wiederholen, könnte es zu einer Verschlechterung unserer Vermögens-, Finanz- und Ertragslage kommen.

IT-Infrastruktur

Die AdLINK Internet Media AG betreibt verschiedene IT-Systeme, um den Geschäftsablauf zu managen, Kundendaten und Websites zu verwalten sowie Werbe-Kampagnen durchzuführen, zu überwachen und abzurechnen. Die AdLINK Internet Media AG ist gegenwärtig dabei, die internen Prozesse noch besser aufeinander abzustimmen und zu vernetzen. Ausfälle oder Unstimmigkeiten innerhalb verschiedener Systeme oder Abteilungen könnten zusätzlichen manuellen Aufwand erfordern, Kapazitäten binden oder zu Fehlern führen. Auch die Durchführung des IT-Integrations-Projekts selbst birgt Risiken, etwa wenn Planvorgaben nicht eingehalten werden oder aufgrund nicht ausreichender Informationen Planungsfehler vorliegen. Einige wichtige DV-Systeme zur Durchführung von Online-Marketing-Maßnahmen betreibt die AdLINK Internet Media AG nicht selbst, sondern externe Serviceanbieter. Hier besteht das Risiko, dass die Externen die geschuldeten Leistungen nicht vertragsgemäß erfüllen (Systemausfall etc.), ohne dass die AdLINK Internet Media AG dies kurzfristig ändern kann. All dies könnte die Ausführung von betrieblichen Prozessen gefährden und damit unsere Vermögens-, Finanz- und Ertragslage negativ beeinflussen. Durch eine eigene erfahrene IT-Abteilung und sorgfältige Kampagnenbeobachtung versucht die AdLINK Internet Media AG, diesem Risiko entgegenzuwirken. Zudem prüft die AdLINK Internet Media AG derzeit, wie die internen Systeme weiter vereinheitlicht werden können, um interne Abläufe weiter zu verbessern und die Kunden- und Website-Zufriedenheit zu erhöhen.

Finanzielle Risiken

Liquidität

Der Bestand an liquiden Mitteln der AdLINK-Gruppe ist im vergangenen Geschäftsjahr leicht gesunken. Aufgrund der aktuellen Unternehmensplanung für die laufende Periode ist in Zukunft nicht mit weiteren wesentlichen Liquiditätsabflüssen aus der operativen Geschäftstätigkeit zu rechnen. Der Konzern verfügt aus heutiger Sicht über ausreichende Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, um seinen Zahlungsverpflichtungen nachkommen zu können. Jedoch ist einschränkend darauf hinzuweisen, dass die Planungsrechnung zukunftsbezogen ist und die geplanten Ergebnisse nicht mit Sicherheit in der prognostizierten Form eintreten müssen. Die zukünftige Finanz- und Ertragslage der AdLINK Internet Media AG wird im wesentlichen davon abhängen, wie sich im Geschäftsjahr 2005 der Gesamt-Werbemarkt und insbesondere auch der Online-Werbemarkt entwickeln werden. Bei einer drastisch negativen Marktentwicklung, beispielsweise infolge eines externen Schocks (z.B. Terroranschläge), kann ein weiterer hoher operativer Verlust und damit einhergehend ein Verzehr der verbliebenen liquiden Mittel nicht vollständig ausgeschlossen werden. Auch starke Schwankungen im Cash Flow sind theoretisch möglich. Dies könnte die AdLINK Internet Media AG in eine existenzbedrohende Lage bringen, da nicht garantiert werden kann, dass die AdLINK Internet Media AG in diesem Falle die dann notwendige Alternativfinanzierung zur Fortführung der Geschäftstätigkeit erhalten würde. Ein solches Szenario ist aus heutiger Sicht jedoch als nicht wahrscheinlich einzustufen.

Forderungsverluste

In der Vergangenheit ist es für die Gesellschaft teilweise zu großen finanziellen Ausfällen durch zahlungsunfähige Werbekunden gekommen, da die AdLINK Internet Media AG das volle Risiko des Forderungsausfalls trägt. Der Konzern stellt mit entsprechenden Kontrollverfahren und

Verfahrensweisungen sicher, dass Dienstleistungen nur an Kunden erbracht werden, die sich als kreditwürdig erweisen haben bzw. das Risiko für Neukunden sich in einem angemessenen Rahmen bewegt. Darüber hinaus ist das Debitorenmanagement so angelegt, dass etwaige Risiken frühzeitig erkannt werden und entsprechende Gegenmaßnahmen ergriffen werden können.

Wechselkursschwankungen

Die AdLINK Internet Media AG ist im Euroraum und über selbstständige Tochtergesellschaften in Dänemark, Schweden und Großbritannien tätig. Im Jahresabschluss 2004 sind keine Finanzierungsverbindlichkeiten in Fremdwährung enthalten. Wechselkursrisiken bestehen im wesentlichen nur aus der Innenfinanzierung mit der Tochtergesellschaft in Großbritannien. Die Wechselkursrisiken aus dem operativen Geschäft sind als nicht materiell einzustufen. Die AdLINK Internet Media AG nimmt keine Absicherung der Währungsrisiken durch derivative Finanzinstrumente vor.

Sonstige Risiken

Personal

Ein wichtiger Erfolgsfaktor der AdLINK Internet Media AG ist die Qualifikation und Marktkenntnis ihrer Mitarbeiter. Es herrscht ein intensiver Wettbewerb um qualifizierte und leistungsbereite Fach- und Führungskräfte mit branchenspezifischem Hintergrund. Es ist nicht gesichert, dass die AdLINK Internet Media AG auch zukünftig in der Lage sein wird, solche Fachkräfte anzuwerben, zu integrieren und zu halten. Eine hohe Personalfuktuation oder der Verlust von Personal in Schlüsselpositionen könnte die Entwicklung der AdLINK Internet Media AG negativ beeinflussen. Wir begegnen diesen Risiken mit verschiedenen Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen und einer aktiven Personalentwicklung.

Akquisitionen

Teil unserer langfristigen Wachstumsstrategie ist auch die Möglichkeit, in bestimmten Märkten oder auf Spezialmärkten des Online-Marketing, auf denen wir bisher nicht oder nur unzureichend präsent sind, durch Zukäufe schnell an Größe zu gewinnen. Das organische Wachstum könnte so bei passender Gelegenheit durch Akquisitionen ergänzt werden. Sollten die erworbenen Unternehmen oder Unternehmensbestandteile die in sie gesetzten Erwartungen nicht erfüllen oder sich die Integrationen schwieriger oder aufwändiger als geplant erweisen, könnte dies negative Auswirkungen auf unsere Vermögens, Finanz- und Ertragslage haben. Wir begegnen diesem Risiko durch umfangreiche und sorgfältige Due-Diligence-Prüfungen im Vorfeld von möglichen Akquisitionen.

Qualitative Angaben zum Gesamtrisiko

Von den erwähnten Einzelrisiken haben unserer Einschätzung nach die Risiken in Bezug auf Wettbewerb, Inventar, Preise/Margen und Forderungsverluste derzeit die höchste Relevanz. Sie werden durch unser Risikomanagement-System als auch durch die verantwortlichen Führungskräfte vor Ort sorgfältig überwacht. Aufgrund der uns vorliegenden verfügbaren Informationen, einschließlich des Starts in das Geschäftsjahr 2005, stufen wir die Eintrittswahrscheinlichkeiten kurzfristig als niedrig, mittelfristig als moderat ein.

Auf der Analyse der einzelnen Risikopositionen beruht unsere Aussage, dass das Geschäft der AdLINK Internet Media AG derzeit keinen unmittelbar existenzgefährdenden Einflüssen unterliegt. Das nach § 91 Abs. 2 AktG geforderte Risikomanagement-System ist in wichtigen Bereichen bereits umgesetzt, weitere Maßnahmen müssen jedoch in 2005 noch folgen, um eine vollständige Kontrolle sämtlicher Geschäftsrisiken zu gewährleisten. Dazu gehört insbesondere die weitere Implementierung des Risikomanagement-Systems in einzelnen Auslandsgesellschaften. Ziele des Risikomanagements sind die systematische Auseinandersetzung mit

potenziellen Risiken und die Förderung des risikoorientierten Denkens und Handelns in der Gesamtorganisation. Der kontrollierte Umgang mit Risiken soll dazu beitragen, bestehende Chancen konsequent zu nutzen und den Geschäftserfolg zu steigern. Das Risikomanagement dient damit nicht nur der Erfüllung gesetzlicher Anforderungen, sondern es trägt zur Steigerung des Unternehmenswertes bei und ist allgemein im Interesse der Kapitalgeber und Stakeholder.

Abhängigkeitsbericht

Der Vorstand der AdLINK Internet Media AG hat dem Aufsichtsrat nach § 312 Abs. 1 AktG einen Abhängigkeitsbericht vorgelegt, der sich mit der möglichen Abhängigkeit von der Mehrheitsaktionärin United Internet AG befasst. Er schließt mit der Erklärung ab, dass die Gesellschaft nach den Umständen, die zu dem Zeitpunkt bekannt waren, an dem das Rechtsgeschäft vorgenommen oder die Maßnahme getroffen oder unterlassen wurde, bei jedem Rechtsgeschäft eine angemessene Gegenleistung erhalten hat und dadurch, dass die Maßnahme getroffen oder unterlassen wurde, nicht benachteiligt wurde.

Nachtragsbericht

Die Rahmenbedingungen der für die AdLINK Internet Media AG relevanten Zielmärkte blieben nach Abschluss des Berichtsjahres unverändert. Erwähnenswerte Ereignisse, die die Unternehmenssituation und die Wachstumsperspektiven der AdLINK Internet Media AG gegenüber der oben dargestellten Lage wesentlich verändert haben, fanden nicht statt.

Ausblick

Für das Jahr 2005 haben wir uns sichtbare Ziele gesetzt: Wir planen, bei weiterem Umsatzwachstum nennenswerte Gewinne zu erwirtschaften. Wir sind zuversichtlich, dass wir diese Ziele erreichen werden. Denn die Rahmenbedingungen werden sich weiter zugunsten des Online-Marketings entwickeln; einerseits durch das weitere Wachstum der Internet-Durchdringung, der Breitband-Zugänge und des Online-Handels; andererseits durch die positive Entwicklung, die dem Werbemarkt allgemein und dem Online-Segment im speziellen zugesprochen werden.

Mit unserer breiten Aufstellung sowohl regional als auch bei den Produkten sind wir in der Lage, die Chancen dieser Entwicklung für uns zu nutzen. So wollen wir nicht nur in unserem klassischen Branding-Bereich weiter zulegen, sondern besonders unsere Marke Response Republic und die neue Produktlinie Composite stark ausbauen.

Auch die Tatsache, dass wir uns in den Wachstumsmärkten Search und Affiliate noch in der Evaluierungsphase befinden, zeigt das Potenzial, das die AdLINK Internet Media AG in Zukunft noch hat. Auf der Grundlage einer stabilen und effizienten Organisation sollte es uns gelingen, unsere Vorteile im Wettbewerb auszuspielen und die führende Rolle im Markt in ein profitables wirtschaftliches Ergebnis umzumünzen.

Der erwartete Anstieg des Geschäftsvolumens der Tochtergesellschaften wird daher auch bei der AdLINK Internet Media AG zu einer verbesserten Ertragslage führen. Für das Geschäftsjahr 2005 erwarten wir daher aus dem positiven Cash Flow und durch die weitere Rückzahlung von Ausleihungen eine Erhöhung der liquiden Mittel.

Montabaur, 25. Februar 2005

Stéphane Cordier
Vorstandsvorsitzender

Guy Challen
Finanzvorstand

AdLINK Internet Media AG, Montabaur
Bilanz zum 31. Dezember 2004

AKTIVA	31.12.2003		PASSIVA	31.12.2003	
	EUR	EUR		EUR	EUR
A. ANLAGEVERMÖGEN			A. EIGENKAPITAL		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände			I. Gezeichnetes Kapital¹⁾	25.805.580,00	25.750
1. Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	129.487,00	278	II. Kapitalrücklage	92.138.348,61	92.097
2. Geleistete Anzahlungen	<u>38.366,78</u>	<u>11</u>	III. Bilanzverlust	<u>-93.975.339,29</u>	<u>-93.325</u>
		289		23.968.589,32	24.522
II. Sachanlagen					
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	32.899,00	43	B. RÜCKSTELLUNGEN		
		43	1. Steuerrückstellungen	42.680,29	0
		43	2. Sonstige Rückstellungen	<u>778.465,30</u>	<u>690</u>
III. Finanzanlagen				821.145,59	690
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	14.453.028,69	10.663	C. VERBINDLICHKEITEN		
2. Anteile an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	732.186,76	0	1. Anleihen	331.870,00	238
3. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	5.075.000,00	8.094	davon konvertierbar EUR 331.870,00 (Vj. TEUR 238)		
4. Sonstige Ausleihungen	<u>109.192,36</u>	<u>129</u>	2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.705.522,31	513
		18.886	3. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	675.471,00	1.120
	20.369.407,81	18.886	4. Sonstige Verbindlichkeiten	56.646,71	232
		19.218	davon aus Steuern EUR 14.074,67 (Vj. TEUR 65)		
B. UMLAUFVERMÖGEN			davon im Rahmen der sozialen Sicherheit EUR 18.998,18 (Vj. TEUR 16)		
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände				2.769.510,02	2.103
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	7.766,75	10	D. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	2.690,53	0
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	3.307.437,72	4.713			
3. Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	103.481,29	0			
4. Sonstige Vermögensgegenstände	<u>103.604,44</u>	<u>172</u>			
		4.895			
II. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten					
		3.195			
		8.090			
C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN					
		7			
	27.561.935,46	27.315		27.561.935,46	27.315

1) Darüber hinaus besteht ein bedingtes Kapital in Höhe von EUR 2.202.420 (Vorjahr: EUR 2.000.000)

AdLINK Internet Media AG, Montabaur
Gewinn- und Verlustrechnung für 2004

	2004 EUR	EUR	2003 TEUR
1. Umsatzerlöse	9.181.411,04		5.507
2. Sonstige betriebliche Erträge	1.919.410,61		2.735
		11.100.821,65	8.242
3. Materialaufwand			
Aufwendungen für bezogene Leistungen	6.031.438,20		2.513
4. Personalaufwand			
a) Löhne und Gehälter	1.706.771,95		1.748
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung davon für Altersversorgung EUR 0,00 (Vj. TEUR 0)	301.010,63		274
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	213.956,70		851
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	2.017.421,51		4.529
		10.270.598,99	9.915
7. Erträge aus anderen Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens davon aus verbundenen Unternehmen EUR 403.981,25 (Vj. TEUR 875)	403.981,25		875
8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge davon aus verbundenen Unternehmen EUR 0,00 (Vj. TEUR 0)	98.383,31		105
9. Abschreibungen auf Finanzanlagen	1.949.884,42		16.813
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen davon an verbundene Unternehmen EUR 28.203,75 (Vj. TEUR 14)	32.279,33		29
		-1.479.799,19	-15.862
11. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit		-649.576,53	-17.535
12. Sonstige Steuern	295,50		1
		295,50	1
13. Jahresfehlbetrag		-649.872,03	-17.536
14. Verlustvortrag aus dem Vorjahr		-93.325.467,26	-75.857
15. Entnahme aus der Rücklage für eigene Anteile		0,00	68
16. Bilanzverlust		-93.975.339,29	-93.325

Entwicklung des Anlagevermögens 2004

	Anschaffungs- und Herstellungskosten				31.12.2004 EUR	Kumulierte Abschreibungen				Zuschreibungen EUR	Buchwerte		
	1.1.2004 EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	Umbuchungen EUR		1.1.2004 EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	Umbuchungen EUR		31.12.2004 EUR	31.12.2004 EUR	31.12.2003 TEUR
I. Immaterielle Vermögensgegenstände													
1. Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	1.688.057,38	33.599,25	137.438,40	0,00	1.584.218,23	1.409.461,38	181.376,25	136.106,40	0,00	0,00	1.454.731,23	129.487,00	278
2. Geleistete Anzahlungen	10.700,00	38.366,78	10.700,00	0,00	38.366,78	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	38.366,78	11
	1.698.757,38	71.966,03	148.138,40	0,00	1.622.585,01	1.409.461,38	181.376,25	136.106,40	0,00	0,00	1.454.731,23	167.853,78	289
II. Sachanlagen													
1. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	1.162.093,74	21.104,28	823.136,56	0,00	360.061,46	1.119.184,74	26.222,40	818.244,68	0,00	0,00	327.162,46	32.899,00	43
2. Geringwertige Wirtschaftsgüter	0,00	6.358,05	6.358,05	0,00	0,00	0,00	6.358,05	6.358,05	0,00	0,00	0,00	0,00	0
	1.162.093,74	27.462,33	829.494,61	0,00	360.061,46	1.119.184,74	32.580,45	824.602,73	0,00	0,00	327.162,46	32.899,00	43
III. Finanzanlagen													
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	73.299.154,19	2.054.332,10	5.065.429,43	1.858.285,04	72.146.341,90	62.636.280,22	1.784.879,42	4.920.632,43	-729.247,00	-1.077.967,00	57.693.313,21	14.453.028,69	10.663
2. Anteile an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	0,00	0,00	0,00	732.185,76	732.185,76	0,00	0,00	0,00	729.247,00	-729.248,00	-1,00	732.186,76	0
3. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	9.036.399,12	587.896,80	866.445,44	-2.590.470,80	6.167.379,68	942.619,68	165.005,00	15.245,00	0,00	0,00	1.092.379,68	5.075.000,00	8.094
4. Sonstige Ausleihungen	129.386,08	0,00	20.193,72	0,00	109.192,36	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	109.192,36	129
	82.464.939,39	2.642.228,90	5.952.068,59	0,00	79.155.099,70	63.578.899,90	1.949.884,42	4.935.877,43	0,00	-1.807.215,00	58.785.691,89	20.369.407,81	18.886
	85.325.790,51	2.741.657,26	6.929.701,60	0,00	81.137.746,17	66.107.546,02	2.163.841,12	5.896.586,56	0,00	-1.807.215,00	60.567.585,58	20.570.160,59	19.218

Allgemeine Hinweise

Der vorliegende Jahresabschluss wurde gemäß §§ 242 ff. und §§ 264 ff. HGB sowie nach den einschlägigen Vorschriften des AktG aufgestellt. Es gelten die Vorschriften für große Kapitalgesellschaften.

Die Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Gesamtkostenverfahren aufgestellt.

Um die Klarheit der Darstellung zu verbessern, haben wir einzelne Posten der Bilanz sowie der Gewinn- und Verlustrechnung zusammengefasst und daher in diesem Anhang gesondert aufgliedert und erläutert. Aus dem gleichen Grunde wurden die Angaben zur Mitzugehörigkeit zu anderen Posten der Bilanz ebenfalls an dieser Stelle gemacht.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Für die Aufstellung des Jahresabschlusses waren unverändert die nachfolgenden Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden maßgebend.

Erworbene **immaterielle Vermögensgegenstände** sind zu Anschaffungskosten bilanziert und werden, sofern sie der Abnutzung unterliegen, entsprechend ihrer Nutzungsdauer um planmäßige Abschreibungen (3 bzw. 6 Jahre; lineare Methode) vermindert.

Das **Sachanlagevermögen** ist zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten angesetzt und wird, soweit abnutzbar, um planmäßige Abschreibungen vermindert.

Die Vermögensgegenstände des Sachanlagevermögens werden nach Maßgabe der voraussichtlichen Nutzungsdauer auf der Grundlage steuerlich anerkannter Höchstsätze abgeschrieben. Soweit steuerlich zulässig, wird für bewegliche Anlagegüter die degressive Abschreibungsmethode angewandt. Der Übergang zur linearen Methode erfolgt in dem Jahr, für welches die lineare Methode erstmals zu höheren Jahresabschreibungsbeträgen führt. Die übrigen Anlagegüter werden linear abgeschrieben. Geringwertige Anlagegüter bis zu einem Wert von EUR 410,00 werden im Jahr des Zugangs voll abgeschrieben; ihr sofortiger Abgang wird unterstellt. Die Abschreibungen auf Zugänge des Sachanlagevermögens erfolgen grundsätzlich zeitanteilig.

Bei den **Finanzanlagen** werden die Anteilsrechte zu Anschaffungskosten bzw. niedrigeren beizulegenden Werten und die Ausleihungen grundsätzlich zum Nennwert angesetzt.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände sind zum Nennwert angesetzt. Allen risikobehafteten Posten ist durch die Bildung angemessener Einzelwertberichtigungen Rechnung getragen. Unverzinsliche Forderungen mit einer Laufzeit von mehr als einem Jahr sind abgezinst.

Die **Steuerrückstellungen** und die **sonstigen Rückstellungen** berücksichtigen alle ungewissen Verbindlichkeiten. Sie sind in der Höhe angesetzt, die nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendig ist.

Verbindlichkeiten sind zum Rückzahlungsbetrag angesetzt.

Fremdwährungen wurden entsprechend dem Imparitätsprinzip bzw. der strengen Niederstwertvorschrift umgerechnet.

Erläuterungen zur Bilanz

Anlagevermögen

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Anlagevermögens ist unter Angabe der Abschreibungen des Geschäftsjahres im Anlagenspiegel dargestellt.

Die Zugänge zu den immateriellen Vermögensgegenständen erklären sich primär aus Lizenzen für ein neues Content Management System sowie aus geleisteten Anzahlungen für die Erstellung einer Infrastruktur zur Verwaltung einer Email-Datenbank.

An wesentlichen Abgängen ist das Intranet zu verzeichnen.

Das Finanzanlagevermögen der Gesellschaft besteht im Wesentlichen aus den Anteilen an verbundenen Unternehmen und den Ausleihungen an verbundene Unternehmen.

Angaben zum Anteilsbesitz

	Währung	Beteiligung %	Eigenkapital in Mio LW	Ergebnis in Mio LW
Inland				
AdLINK Internet Media GmbH, Montabaur	EUR	100	-3,00	-0,02
Ausland				
AdLINK Internet Media S.A., Levallois Perret/Frankreich	EUR	100	0,28	-0,37
AdLINK Internet Media AB, Stockholm/Schweden	SEK	100	2,90	0,91

AdLINK Internet Media ApS, Kopenhagen, Dänemark	DKK	100	-0,69	-1,18
AdLINK Internet Media AG, Küsnacht/Schweiz	CHF	50	3,25	2,16
AdLINK Internet Media N.V., Zellik/Belgien ¹⁾	EUR	100	-0,75	0,03
AdLINK Internet Media Ltd., London/Großbritannien	GBP	100	-1,07	0,28
AdLINK Internet Media S.L. Madrid, Spanien	EUR	100	0,37	0,06
AdLINK Internet Media B.V., Haarlem/Niederlande	EUR	100	0,81	0,79
AdLINK Internet Media S.r.l., Mailand/Italien	EUR	100	-0,30	-0,45
Composite Digital Media Ltd., London/Großbritannien	GBP	100	-0,13	-0,13
AdLINK Italy Ltd., Dublin/Republik Irland	EUR	100	0,01	0,00
AdLINK International Internet Purchasing Ltd., Dublin/Republik Irland ²⁾	EUR	100	0,00	0,00
DoubleClick Benelux Ltd., Dublin/Republik Irland	EUR	100	-0,19	-0,19
AdLINK International Internet Sales Ltd., Dublin/Republic Irland	EUR	100	0,00	0,00

1) 0,1% der Anteile werden indirekt über die AdLINK Deutschland gehalten.

2) Die Anteile werden indirekt über die AdLINK International Sales gehalten.

Ausleihungen

Zum Bilanzstichtag ist die AdLINK Internet Media AG für bestehende Forderungen gegenüber der AdLINK Deutschland in Höhe von TEUR 2.974 im Rang zurückgetreten. Darüberhinaus wurde der AdLINK Deutschland, der AdLINK Netherlands, der AdLINK Sweden, der AdLINK Belgium, der AdLINK France, der AdLINK Denmark, der AdLINK Spain der AdLINK Italy die weitere finanzielle Unterstützung im Rahmen einer harten Patronatserklärung durch die AdLINK Internet Media AG zugesichert.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

	31.12.2004 TEUR	31.12.2003 TEUR
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	8	10
davon Restlaufzeit von mehr als einem Jahr	0	0
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	3.307	4.712
davon Restlaufzeit von mehr als einem Jahr	0	0
Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	103	0

davon Restlaufzeit von mehr als einem Jahr	0	0
Sonstige Vermögensgegenstände	104	173
davon Restlaufzeit von mehr als einem Jahr	<u>0</u>	<u>0</u>
	<u>3.522</u>	<u>4.895</u>

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen berücksichtigen vor allem die Salden aus Liefer- und Leistungsbeziehungen zu Tochtergesellschaften bzw. Kostenumlagen sowie Forderungen gegen irische Tochtergesellschaften aus übernommenen Verbindlichkeiten.

Die United Internet AG hat aufgrund der in den Jahren 2000 und 2001 mit der AdLINK Internet Media AG bestehenden gewerbsteuerlichen Organschaft die entsprechenden Verluste zugewiesen bekommen und im Rahmen ihrer gewerbsteuerlichen Veranlagung genutzt. In diesem Zusammenhang hat sich die United Internet AG bereit erklärt, in dem Fall, dass die AdLINK Internet Media AG in den Folgejahren einen positiven Gewerbeertrag erzielen wird, die daraus entstehenden Mehrsteuern zu tragen bzw. auszugleichen. Die der United Internet AG zugewiesenen gewerbsteuerlichen Verluste der AdLINK Internet Media AG beliefen sich auf TEUR 12.673 in 2000 und TEUR 2.870 in 2001. Zum 31. Dezember 2004 bilanziert die AdLINK Internet Media AG keine Forderung für zukünftige Erstattungsansprüche.

Die sonstigen Vermögensgegenstände beinhalten als wesentliche Posten Steuererstattungsansprüche gegen Finanzbehörden aufgrund der abgeführten Zinsabschlagsteuer (TEUR 76).

Liquide Mittel

Die AdLINK Internet Media AG verfügt zum Bilanzstichtag über Guthaben bei Kreditinstituten und Kassenbestand in Höhe TEUR 3.468. Darin enthalten sind Festgelder in Höhe von TEUR 2.900.

Kapitalanteile

Das Grundkapital der AdLINK Internet Media AG ist im Geschäftsjahr durch die Ausübung von Wandelschuldverschreibungen seitens der Mitarbeiter um EUR 55.580 auf EUR 25.805.580,00 gestiegen. Das Grundkapital ist eingeteilt in 25.805.580 nennwertlose Namensaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von Euro 1,00 je Aktie.

Die Satzung der AdLINK Internet Media AG wurde durch den Beschluss der Hauptversammlung am 17. Mai 2004 geändert. Der Vorstand wurde gemäß § 5 Abs. 4 der

Satzung erneut ermächtigt, bis zum 16. November 2005 eigene Anteile im Umfang von bis zu zehn vom Hundert des Grundkapitals zu erwerben.

Desweiteren besteht ein genehmigtes Grundkapital von bis zu EUR 11.700.000,00 durch Ausgabe von bis zu 11.700.000 Stück neuer Aktien ohne Nennbetrag (genehmigtes Kapital I) und von bis zu EUR 400.000,00 durch Ausgabe von bis zu 400.000 Stück neuer Aktien ohne Nennbetrag (genehmigtes Kapital II) mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von EUR 1,00 je Aktie. Darüber hinaus bestand ein genehmigtes Kapital III in Höhe von EUR 700.000 durch Ausgabe von bis zu 700.000 Stück neuer Aktien ohne Nennbetrag mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von EUR 1 je Aktie. Das genehmigte Kapital III diente zur Bedienung der Mehrzuteilungsoption im Rahmen des Börsengangs und war bis zum 31. Dezember 2000 befristet.

Bereits im Geschäftsjahr 2000 wurde eine bedingte Grundkapitalerhöhung um bis zu EUR 1.992.000,00 eingeteilt in bis zu 1.992.000 Stück nennwertlose Aktien (Bedingtes Kapital I/2000) und um bis zu EUR 8.000,00 eingeteilt in bis zu 8.000 Stück nennwertlose Aktien (Bedingtes Kapital II/2000) für die Ausgabe von Wandelschuldverschreibungen im Rahmen des Mitarbeiterbeteiligungsprogramms beschlossen. Durch den Beschluss der Hauptversammlung vom 17. Mai 2004 wurde eine weitere bedingte Kapitalerhöhung um bis zu EUR 1.250.000, eingeteilt in bis zu 1.250.000 nennwertlose Aktien beschlossen (Bedingtes Kapital I/2004). Weiterhin wurde das Bedingte Kapital I/2000 auf EUR 1.000.000,00 eingeteilt in bis zu 1.000.000 Stück nennwertlose Aktien reduziert. Durch die Ausübung von Wandlungsrechten sind im Geschäftsjahr 2004 insgesamt 55.580 nennwertlose Aktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von EUR 55.580 ausgegeben worden. Aufgrund der Ausgabe der 55.580 nennwertlosen Aktien, die Reduzierung des Bedingten Kapitals I/2000 sowie die Schaffung des Bedingten Kapitals I/2004 ist das Grundkapital zum 31. Dezember 2004 um bis zu EUR 2.202.420,00 eingeteilt in bis zu Stück 2.202.420 nennwertlose Aktien bedingt erhöht.

Das Grundkapital wird zum 31. Dezember 2004 wie folgt gehalten:

	<u>TEUR</u>	<u>%</u>
United Internet AG	21.275	82,4
Freie Aktionäre	4.457	17,3
Vorstand und Aufsichtsrat	74	0,3
	<u>25.806</u>	<u>100,0</u>

Die Kapitalrücklage erhöhte sich im Geschäftsjahr durch die Ausübung von Wandelschuldverschreibungen um EUR 40.762,40 und beträgt zum 31. Dezember 2004 EUR 92.138.348,61.

Bilanzverlust

Die AdLINK Internet Media AG weist im Geschäftsjahr 2004 einen Jahresfehlbetrag in Höhe von TEUR -650 aus.

Unter Berücksichtigung des Verlustvortrags aus dem Geschäftsjahr 2003 in Höhe von TEUR 93.325 ergibt sich insgesamt ein Bilanzverlust in Höhe von TEUR 93.975.

Übrige Rückstellungen

	31.12.2004 TEUR	31.12.2003 TEUR
Steuerrückstellungen	43	0
Sonstige Rückstellungen	778	690
	<u>821</u>	<u>690</u>

Die sonstigen Rückstellungen entfallen primär auf Rückstellungen für Jahresabschluss- und Schließungskosten für die irischen Tochtergesellschaften (TEUR 229; Vorjahr: TEUR 300), Rückstellungen für Prüfungs- und Beratungskosten (TEUR 170; Vorjahr: TEUR 182) und auf Rückstellungen für ausstehende Eingangsrechnungen (TEUR 166; Vorjahr: TEUR 35). Ferner wurden Rückstellungen in Höhe von TEUR 124 (Vorjahr: TEUR 84) für Tantiemen und Provisionen und Resturlaubsansprüche gebildet.

Verbindlichkeiten

Die Restlaufzeiten und die Besicherung der Verbindlichkeiten sind im Verbindlichkeitspiegel im Einzelnen dargestellt.

Verbindlichkeitspiegel in TEUR

Art der Verbindlichkeit	31.12.2004				31.12.2003	
	Restlaufzeit bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	gesamt	Davon gesicherte Beträge	Restlauf- zeit bis 1 Jahr	gesamt
1. Anleihen, davon konvertierbar: TEUR 332	172	160	332	0	174	238
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.706	0	1.706	0	513	513
3. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	675	0	675	0	1.120	1.120
4. Sonstige Verbindlichkeiten	57	0	57	0	232	232
- davon aus Steuern	14	0	14	0	65	65
- davon im Rahmen der sozialen Sicherheit	19	0	19	0	16	16

Die Anleihen beinhalten Wandelschuldverschreibungen, die im Rahmen des Beteiligungsprogramms an den Aufsichtsrat und an leitende Angestellte der AdLINK-Unternehmensgruppe ausgegeben wurden.

Die AdLINK Internet Media AG hat Wandelschuldverschreibungen an Mitarbeiter der AdLINK-Gruppe ausgegeben. Insgesamt wurden TEUR 153 (Vorjahr: TEUR 230) von den Mitarbeitern, TEUR 170 vom Vorstand (Vorjahr: TEUR 0) und TEUR 8 durch ein Aufsichtsratsmitglied der AdLINK Internet Media AG gehalten.

Je EUR 1 Nennbetrag einer Teilwandelschuldverschreibung berechtigt zur Umwandlung in eine nennwertlose Namensaktie der AdLINK Internet Media AG, auf die ein rechnerischer Anteil am Grundkapital in Höhe von EUR 1 entfällt. Im Fall der Umwandlung ist eine Barzahlung in Höhe der Differenz zwischen EUR 1 und dem Wandlungspreis zu leisten. Der Wandlungspreis bemisst sich nach dem arithmetischen Mittel des Kurses der Aktie der AdLINK Internet Media AG an den letzten fünf Börsentagen vor dem Zeitpunkt der Ausgabe der Wandelschuldverschreibung. Ausgabetag ist jeweils der Tag, an dem der Vorstand über die Ausgabe der Teilwandelschuldverschreibung beschlossen hat.

Die Wandelschuldverschreibungen der Gesellschaft können in einem Teilbetrag von 20 % erstmalig frühestens 12 Monate nach ihrer Ausgabe in Aktien der Gesellschaft umgewandelt werden. Bis zu 40 % können frühestens 24 Monate, insgesamt bis zu 70 % können frühestens 36 Monate und der Gesamtbetrag frühestens 48 Monate nach ihrer Ausgabe umgewandelt werden.

Die Verbindlichkeiten der AdLINK Internet Media AG im Verbundbereich resultieren insbesondere aus der Übernahme von Forderungen und Vermögensgegenständen von den im Geschäftsjahr 2002 akquirierten DoubleClick-Gesellschaften. Weiterhin bestehen kurzfristige Darlehensverbindlichkeiten gegenüber der AdLINK Sweden (TEUR 159), die sich mit 6% p.a. verzinsen.

Haftungsverhältnisse in TEUR

Wie oben bereits erläutert, wurden aufgrund der bilanziellen Überschuldung einiger Tochtergesellschaften von der AdLINK Internet Media AG Rangrücktrittserklärungen auf Forderungen und Ausleihungen sowie Erklärungen zur zukünftigen finanziellen Unterstützung abgegeben. Wir verweisen in diesem Zusammenhang auf die Erläuterungen zu Ausleihungen.

Zum 1. Januar 2004 wurde die AdLINK Switzerland mit dem Online-Geschäft der Goldbach Gruppe verschmolzen. Es besteht eine Nachschusspflicht im Hinblick auf die AdLINK Switzerland, in so fern die Nettovermögenswerte der AdLINK Switzerland per

31. Dezember 2004 von dem im Rahmen des Joint Ventures vereinbarten Betrag abweichen. Nach derzeitigem Stand werden hier jedoch keine materiellen Einflüsse auf die finanziellen Ergebnisse erwartet.

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Neben den Haftungsverhältnissen bestehen in Höhe von TEUR 3.811 sonstige finanzielle Verpflichtungen (davon gegenüber verbundenen Unternehmen TEUR 327). Im Einzelnen betreffen diese Verpflichtungen u. a. folgende Sachverhalte:

Art der sonstigen finanziellen Verpflichtung in TEUR	Laufzeit			gesamt
	bis 1 Jahr	über 1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	
1. DART-Dienstleistungen	1.800	7.200	1.908	10.908
2. EDV-Dienstleistungen	77	78	0	155
3. Zahlungsverpflichtungen aus Mietverträgen	59	208	0	267
4. Zahlungsverpflichtungen aus Fahrzeugleasingverträgen	5	16	0	21
	<u>1.941</u>	<u>7.502</u>	<u>1.908</u>	<u>11.351</u>

Die AdLINK Internet Media AG hat am 28. Januar 2002 mit der DoubleClick International TechSolutions Ltd., Dublin/Republik Irland, einen Rahmenvertrag über die Zurverfügungstellung von DART-Dienstleistungen abgeschlossen. Der Rahmenvertrag hat eine Laufzeit von 10 Jahren. Am 19. Dezember 2003 wurde in einem Ergänzungsvertrag zwischen der AdLINK Internet Media AG und DoubleClick die Anpassung der Preisstruktur von einer volumenabhängigen auf eine weitgehend fixierte monatliche Zahlung festgelegt. Die Sonderregelung ist auf den Zeitraum vom 1. Januar 2004 bis zum 31. Dezember 2005 begrenzt. Danach wurde eine Neuverhandlung der Vertragsbedingungen vereinbart. Die hieraus resultierende vertragliche Mindestverpflichtung beläuft sich auf TEUR 1.800 für das Jahr 2005. Im Anschluss an den Zweijahreszeitraum werden die Vertragsbedingungen neu verhandelt. Als Näherungsgröße für die potentielle zukünftige Verpflichtung wurden TEUR 1.800 p.a. bis zum 28. Januar 2012 angesetzt. Im Geschäftsjahr 2004 entstanden Aufwendungen in Höhe von TEUR 1.562 aus dem Vertrag.

Im Januar 2004 wurde ein 3jähriger EDV-Dienstleistungsvertrag für Dienstleistungen im Zusammenhang mit Servertechnologie abgeschlossen, aus dem Verpflichtungen in Höhe von TEUR 155 resultieren.

Zwischen der AdLINK Internet Media AG und der United Internet AG besteht eine Mietvereinbarung über Büroräume in der Firmenzentrale in Montabaur. Der Mietvertrag hat eine Laufzeit bis zum 30. Juni 2009. Die aus dem Mietverhältnis zukünftigen finanziellen Verpflichtungen betragen TEUR 267.

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

Umsatzerlöse

	2004		2003	
	TEUR	%	TEUR	%
Inland	1.303	14	1.272	23
Ausland	7.878	86	4.235	77
	<u>9.181</u>	<u>100</u>	<u>5.507</u>	<u>100</u>

Die Umsatzerlöse wurden in Höhe von TEUR 8.607 im Verbundbereich erwirtschaftet. Es handelt sich dabei um Dienstleistungen, die die AdLINK Internet Media AG für die Tochtergesellschaften erbringt sowie die Weiterbelastung von Kampagnenkosten, die von der AdLINK Internet Media AG beglichen wurden. Die Umsatzerlöse gegenüber Dritten in Höhe von TEUR 574 resultierten im Wesentlichen aus Dienstleistungen sowie aus Lizenzerträgen für die Nutzung des Namensrechtes mit der AdLINK Switzerland und der AdLINK Austria.

Sonstige betriebliche Erträge

Bei den sonstigen betrieblichen Erträgen in Höhe von TEUR 1.919 handelt es sich überwiegend um Zuschreibungen auf Anteile an verbundenen Unternehmen (TEUR 1.078; Vorjahr: TEUR 0) sowie Zuschreibungen auf Anteile an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht (TEUR 729; Vorjahr: TEUR 0).

Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von TEUR 2.017 (Vorjahr: TEUR 4.529) resultieren im Wesentlichen aus Rechts-, Beratungs- und Prüfungskosten (TEUR 484), aus Kosten im Zusammenhang mit der Börsennotierung (TEUR 277) aus Fremdleistungen für EDV-Dienstleistungen (TEUR 270). Weiterhin sind in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen insbesondere Versicherungs- und Beitragskosten (TEUR 149), Reise- und Bewirtungskosten (TEUR 149) sowie Mietaufwendungen (TEUR 108) enthalten.

Außerplanmäßige Abschreibungen des Anlagevermögens

Die Abschreibungen auf Finanzanlagen in Höhe von TEUR 1.950 resultieren aus Abschreibungen auf die Anteile der AdLINK France (TEUR 1.303), der AdLINK Sweden (TEUR 396) und der AdLINK Denmark (TEUR 86) sowie aus Abschreibungen auf Ausleihungen an die Composite (TEUR 165).

Periodenfremde Erträge und Aufwendungen

Im Geschäftsjahr 2004 entstanden wesentliche periodenfremde Erträge nur aus der Auflösung von Rückstellungen (TEUR 46) primär für Tantiemen. Die wesentlichen periodenfremden Aufwendungen beliefen sich im Geschäftsjahr 2004 auf TEUR 89 und resultieren aus Zahlungen an Websites für bezogene Leistungen aus Vorperioden sowie aus Umsatzsteuernachzahlungen.

Sonstige Angaben

Vorstand

Vorstände der Gesellschaft zum 31. Dezember 2004 waren Herr Stéphane Cordier und Guy Challen. Die Gesamtbezüge der Vorstandsmitglieder beliefen sich im abgelaufenen Geschäftsjahr auf insgesamt TEUR 427 (Vorjahr: TEUR 698) mit einem variablen Vergütungsanteil von TEUR 159. Mit Datum vom 2. Januar 2004 genehmigte der Aufsichtsrat auf Basis der Ermächtigung des Hauptversammlungsbeschlusses 2000 (Bedingtes Kapital I/2000) die Ausgabe von Wandelschuldverschreibungen in Höhe von TEUR 170 an Herrn Challen. Der Wandlungspreis der Wandelschuldverschreibungen beträgt EUR 1,71. Der Nennbetrag ist voll eingezahlt. Weiterhin wurde am 24. Mai 2004 eine Optionsvereinbarung zwischen Herr Stéphane Cordier und der United Internet AG abgeschlossen. Diese beinhaltet das Recht des Erwerbs von 400.000 Aktien der AdLINK Internet Media AG aus dem Bestand der United Internet AG, eingeteilt in 4 Optionen à 100.000 Aktien. Der Ausübungspreis beträgt EUR 1,50.

Aufsichtsrat

In der Hauptversammlung am 17. Mai 2004 legte Herr Kevin Ryan sein Amt als Mitglied des Aufsichtsrats der AdLINK Internet Media AG mit Wirkung zum 17. Mai 2004 nieder. Weiterhin wurden satzungsgemäß zwei neue Aufsichtsratsmitglieder gewählt, Herr Lutz Laffers (Controller bei der United Internet AG) und Herr Ruben Regensburger (Managing Director, DoubleClick Tech Solutions EMEA von DoubleClick Media Europe Ltd.).

Zum 31. Dezember 2004 hat die AdLINK Internet Media AG folgende Aufsichtsräte:

Norbert Lang, Vorstandsmitglied der United Internet AG

Kevin Ryan, Vorstand der DoubleClick Inc., bis zum 17. Mai 2004

Michael Scheeren, Bankkaufmann

Kurt Dobitsch, Unternehmer

Prof. Dr. Helmut Thoma, Medienberater

Lutz Laffers, Controller bei der United Internet AG, seit dem 17. Mai 2004

Rubens Regensburger, Managing Director bei der DoubleClick Tech Solutions EMEA, seit dem 17. Mai 2004

Der Aufsichtsratsvorsitzende, Herr Michael Scheeren, ist darüber hinaus bei der United Internet AG, Montabaur, der 1&1 Internet AG, Montabaur (Vorsitzender), der twenty4help Knowledge Service AG, Montabaur (Vorsitzender) und der NT plus AG, Osnabrück (Vorsitzender), als Aufsichtsrat tätig. Neben dem Mandat bei der AdLINK Internet Media AG übt der stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende Herr Kurt Dobitsch bei der United Internet AG, Montabaur (Vorsitzender), der 1&1 Internet AG, Montabaur, der twenty4help Knowledge Service AG, Montabaur, der Nemetschek AG, München (Vorsitzender), der Bechtle AG, Gaildorf, der PSB AG, Ober-Mörlen, der Hybris AG, Zürich und der docuware AG, München, Aufsichtsratsmandate aus. Prof. Dr. Helmut Thoma ist zusätzlich noch bei der typhoon AG, Hürth (Vorsitzender), Vermag Verlags- und Medien AG, Köln, Q 1 Deutschland AG, Düsseldorf, Mobilcom AG, Büdelsdorf, freenet.de AG, Hamburg (Vorsitzender), und der Prima.com AG, Mainz (stellv. Vorsitzender), als Aufsichtsrat tätig. Herr Norbert Lang ist bei der twenty4help Knowledge Service AG, Montabaur, bei der Metropolis AG, Reutlingen, und bis zum 6. September 2004 bei der UNION Actien-Gesellschaft für Versicherungen, Montabaur (Vorsitzender), als Aufsichtsrat tätig.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats haben im Geschäftsjahr 2003 Vergütungen von insgesamt TEUR 35 (Vorjahr: TEUR 39) erhalten. Mit Herrn Prof. Dr. Helmut Thoma wurde in 2002 ein Beratervertrag mit einer Laufzeit vom 1. Juli 2002 bis 30. Juni 2003 insbesondere für Leistungen im Zusammenhang mit dem Ausbau von Kundenbeziehungen geschlossen. Per 31. Dezember 2004 wird eine Rückstellung in Höhe von TEUR 38 bilanziert.

Mitarbeiter

Im abgelaufenen Geschäftsjahr waren im Jahresdurchschnitt 23 (Vorjahr: 21) festangestellte Mitarbeiter beschäftigt.

Die durchschnittliche Zahl der während des Geschäftsjahres beschäftigten Mitarbeiter teilt sich wie folgt auf:

Kampagnen Management	2
Produkt Marketing und Business Development	3
Vertrieb	3
Verwaltung	10
IT	5
	<hr/>
	23
Auszubildende	2
	<hr/>
	<u>25</u>

Konzernverhältnisse

- Die AdLINK Internet Media AG hat für das Geschäftsjahr 2004 von den Befreiungsvorschriften des § 292a HGB Gebrauch gemacht und einen Konzernabschluss nach den IFRS des International Accounting Standards Board („IASB“) erstellt.
- Der Konzernabschluss wird seinerseits in den Konzernabschluss der United Internet AG, Montabaur, als höchste Konzernspitze einbezogen, welcher ebenfalls am Sitz der AdLINK Internet Media AG, Montabaur, erhältlich ist.

Ergebnisverwendung

Der Vorstand schlägt in Übereinstimmung mit dem Aufsichtsrat vor, den Bilanzverlust in Höhe von TEUR 93.975 auf neue Rechnung vorzutragen.

Erklärung gem. § 161 AktG zum Corporate-Governance-Kodex

Die Gesellschaft hat für 2004 die nach § 161 AktG vorgeschriebene Erklärung abgegeben und den Aktionären zugänglich gemacht.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Nach dem Bilanzstichtag sind keine Ereignisse eingetreten, die die Geschäftstätigkeit der AdLINK Internet Media AG materiell beeinflussen könnten.

Montabaur, 25. Februar 2005

Der Vorstand

Guy Challen

Stéphane Cordier

Bestätigungsvermerk

Zu dem Jahresabschluss und dem Lagebericht haben wir folgenden Bestätigungsvermerk erteilt:

"Wir haben den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht der AdLINK Internet Media AG, Montabaur, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2004 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegen in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und über den Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Jahresabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Lagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld der Gesellschaft sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluss und Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Überzeugung vermittelt der Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft. Der Lagebericht gibt insgesamt eine zutreffende Vorstellung von der Lage der Gesellschaft und stellt die Risiken der künftigen Entwicklung zutreffend dar."

Eschborn/Frankfurt am Main, 25. Februar 2005

Ernst & Young AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Fluck	Mair
Wirtschaftsprüfer	Wirtschaftsprüfer

Bericht des Aufsichtsrats zum Geschäftsjahr 2004

Der Aufsichtsrat der AdLINK Internet Media AG hat im Berichtsjahr die ihm nach Gesetz und Satzung obliegenden Aufgaben wahrgenommen und den Vorstand bei der Leitung des Unternehmens regelmäßig beraten und die Geschäftsführung der Gesellschaft überwacht. Wir waren in alle Entscheidungen von grundlegender Bedeutung für das Unternehmen unmittelbar eingebunden.

Der Vorstand hat dem Aufsichtsrat vierteljährlich einen umfassenden Bericht über den Gang der Geschäfte einschließlich der Umsatzentwicklung und über die Lage der Gesellschaft vorgelegt. Er hat dem Aufsichtsrat ferner über die Strategie und Planung des Unternehmens, die beabsichtigte Geschäftspolitik und die Rentabilität der Gesellschaft berichtet. Die Berichte haben jeweils allen Aufsichtsratsmitgliedern vorgelegen. Anhand der Berichte der AdLINK Internet Media AG hat der Aufsichtsrat alle wichtigen Geschäftsvorfälle überwacht und beratend begleitet. Der Vorsitzende des Aufsichtsrats hat sich darüber hinaus regelmäßig vom Vorstand über den Geschäftsverlauf unterrichten lassen und mit dem Vorstand geschäftspolitische Fragen beraten.

Im Geschäftsjahr 2004 haben vier Aufsichtsratssitzungen stattgefunden. Der Aufsichtsrat hat keine Ausschüsse gebildet. Interessenskonflikte eines Aufsichtsratsmitglieds sind dem Aufsichtsrat im Berichtsjahr nicht bekannt geworden.

Die wichtigsten Themen der einzelnen Aufsichtsratssitzungen waren:

Sitzung am 17. März 2004:

In dieser Aufsichtsratssitzung standen die Vorlage und die Diskussion des Jahresabschlusses und des Konzernabschlusses 2003 der AdLINK Internet Media AG, der Lageberichte für das Geschäftsjahr 2003 sowie die Prüfungsberichte und die Berichterstattung des Abschlussprüfers im Vordergrund. Unter der Anwesenheit des bestellten Abschlussprüfers Ernst & Young AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft wurde der geprüfte Jahresabschluss 2003 der AdLINK Internet Media AG festgestellt und der ebenfalls geprüfte Konzernabschluss nach US-GAAP gebilligt. Mit dem Vorstand wurden die Einladung und alle Tagesordnungspunkte für die ordentliche Hauptversammlung im Mai sowie der vom Aufsichtsratsvorsitzenden zu erstattende Vergütungsbericht besprochen und verabschiedet.

Sitzung am 17. Mai 2004:

Im Anschluss an die Hauptversammlung fand die erste Aufsichtsratssitzung mit den neu gewählten Aufsichtsratsmitgliedern Ben Regensburger und Lutz Laffers statt. Neben dem Abschluss zum ersten Quartal 2004 wurde intensiv über die Fortschritte beim Aufbau eines Geschäftsbereichs für Permission Marketing (Composite Digital Media) diskutiert und über die europäische Wachstumsstrategie in diesem Bereich beraten.

Sitzung am 9. August 2004:

Schwerpunkt dieser Sitzung war der Halbjahresbericht zum 30. Juni 2004 und die weiteren Aussichten für das laufende Geschäftsjahr. Mit dem Vorstand wurde die mögliche Einrichtung eines Personalentwicklungsprogramms besprochen, das der verbesserten Förderung und Bindung von Leistungsträgern im Unternehmen dienen soll. Der Vorstand gab zudem einen Bericht von der Entwicklung der AdLINK Schweiz, die zu Anfang 2004 mit

dem Schweizer Vermarkter Goldbach Media verschmolzen wurde. Die Beteiligung konnte nach einem hohen Verlust im Vorjahr in 2004 einen Gewinn erwirtschaften.

Sitzung am 24. November 2004:

Neben der Berichterstattung des Vorstands über die Ergebnisse zum 30. September 2004 wurde die weitere Wachstumsstrategie der AdLINK-Gruppe besprochen. Ein wichtiges Thema der Sitzung war auch die Diskussion und Verabschiedung der Konzernplanung sowie der Umsatz- und Ergebnisplanungen der Landesgesellschaften für das Geschäftsjahr 2005. Der Deutsche Corporate Governance Kodex wurde diskutiert und die Anpassungen der jährlichen Entsprechungserklärung zum Corporate Governance Verhalten der AdLINK Internet Media AG beschlossen.

Die Hauptversammlung 2003 hat die Ernst & Young AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft mit Sitz in Eschborn/Frankfurt am Main als Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2004 gewählt. Ernst & Young hat die Buchführung, den Jahresabschluss der AdLINK Internet Media AG, den Konzernabschluss nach IFRS sowie den Lagebericht der AdLINK Internet Media AG und den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2004 geprüft. Im Rahmen der Jahresabschlussprüfung durch Ernst & Young wurde auch das Risikomanagementsystem geprüft und hiervon wesentliche Bestandteile analysiert. Der Abschlussprüfer erteilte jeweils einen uneingeschränkten Bestätigungsvermerk.

Der Aufsichtsrat hat sich von der Unabhängigkeit des Abschlussprüfers überzeugt.

Die Abschlussunterlagen sowie die Prüfungsberichte des Abschlussprüfers haben allen Aufsichtsratsmitgliedern rechtzeitig zur Einsicht vorgelegen. An der Bilanzsitzung des Aufsichtsrats am 15. März 2005 hat der Abschlussprüfer teilgenommen. Er berichtete über die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfung und stand uns für ergänzende Auskünfte zur Verfügung. Nach eigener Prüfung ist der Aufsichtsrat zu dem Ergebnis gekommen, dass der Jahresabschluss, der Lagebericht, der Konzernabschluss und der Konzernlagebericht sowie die Berichte des Abschlussprüfers zu keinen Einwendungen Anlass geben. Der Aufsichtsrat hat mit Beschluss vom 15. März 2005 den von der Gesellschaft am 25. Februar 2005 aufgestellten Jahresabschluss der AdLINK Internet Media AG und den von der Gesellschaft am 25. Februar 2005 aufgestellten Konzernabschluss nach IFRS für das Geschäftsjahr 2004 gebilligt. Damit ist der Jahresabschluss im Sinne von § 172 AktG festgestellt.

Ernst & Young prüfte auch den vom Vorstand nach § 312 AktG erstellten Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen („Abhängigkeitsbericht“). Der Abschlussprüfer hat über das Ergebnis seiner Prüfung berichtet und einen uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt. Der Aufsichtsrat hat den Bericht des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen geprüft. Es sind keinerlei Einwendungen zu erheben.

Der Aufsichtsrat dankt dem Vorstand sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihren hohen Einsatz und ihre Leistung im Geschäftsjahr 2004.

Montabaur, 15. März 2005

Für den Aufsichtsrat

Michael Scheeren
Vorsitzender