

Hauptversammlung

**Maritim Hotel Frankfurt,
Frankfurt am Main**

29. Mai 2007



Agenda



Andreas Janssen

1. Tagesordnung der Hauptversammlung
2. Ergebnisse 2006

Marc Stilke

3. Markt & Positionierung der AdLINK Group
4. Businessmodell
5. Ausblick 2007



1. Tagesordnung der Hauptversammlung

Tagesordnung der Hauptversammlung

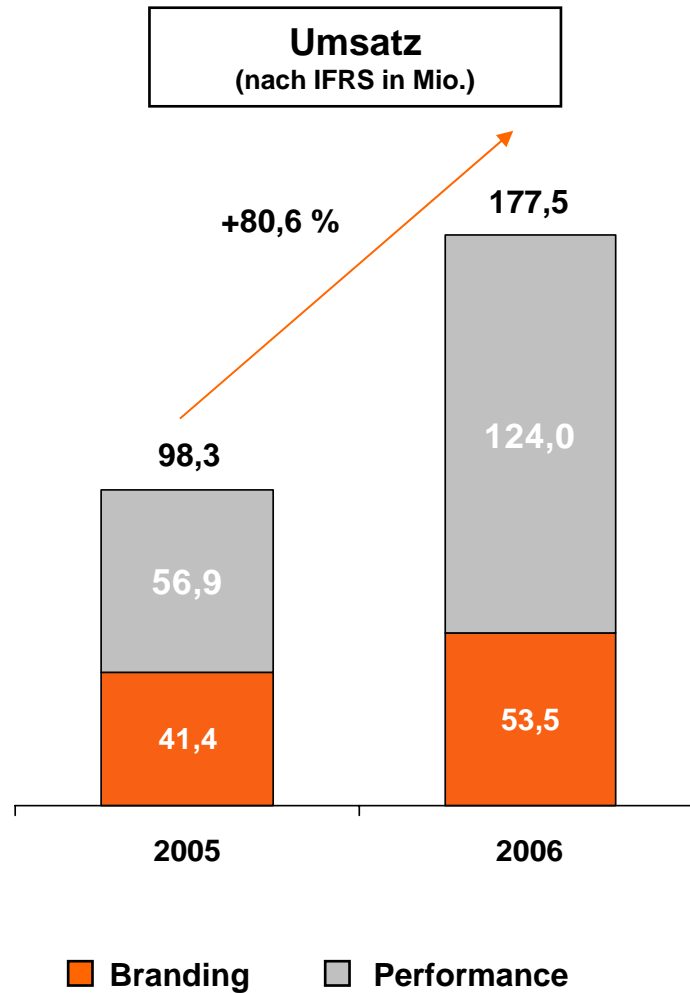


1. Im Jahresabschluss und Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2006.
2. Beschlussfassung über die Entlastung der Mitglieder des Vorstands.
3. Beschlussfassung über die Entlastung der Mitglieder des Aufsichtsrats.
4. Beschlussfassung über die Wahl des Abschlussprüfers.
5. Beschlussfassung über Erwerb und Veräußerung eigener Aktien.
6. Satzungsänderungen im Hinblick auf das Transparenzrichtlinien-Umsetzungsgesetz.
7. Beschlussfassung über die Streichung von bedingtem Kapital.
8. Redaktionelle Bereinigung der Satzung.
9. Beschlussfassung über die Wahl von Aufsichtsratsmitgliedern.



2. Ergebnisse 2006

Umsatz im Konzern*

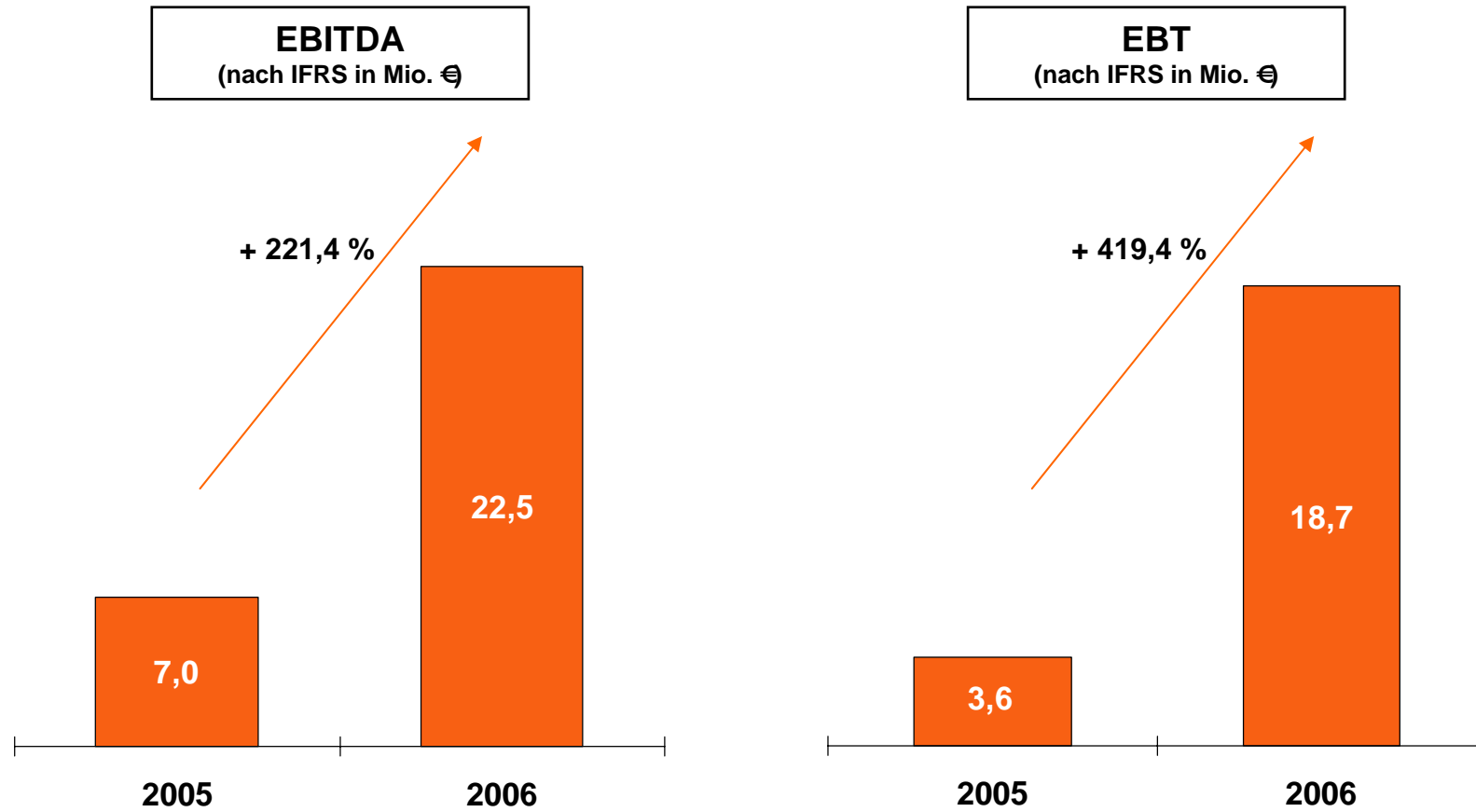


Pro-Forma-Betrachtung

- Performance-Umsatz 2005: 83,6 Mio. €
- Performance-Umsatz 2006: 124,0 Mio. €
= + 48 %

* Sedo und affilinet werden seit April 2005 konsolidiert
CibleClick wird seit Januar 2006 konsolidiert

EBITDA und EBT im Konzern (in Mio. €)





- Im Geschäftsfeld Display-Marketing sind wir in 8 europäischen Ländern aktiv.
- In 2006 konnten wir unser Geschäft deutlich ausbauen.

	31.12.2005	31.12.2006	Wachstum
Umsatz	52,9 Mio. €	68,6 Mio. €	+ 29,7 %
Mitarbeiter	168	202	+ 20,2 %
Werbekunden	3.971	4.297	+ 8,2 %
PageImpressions/Monat	5,6 Mrd.	6,8 Mrd.	+ 21,4 %



- Im Geschäftsfeld Affiliate-Marketing sind wir in Deutschland, Frankreich und Großbritannien mit eigenen Niederlassungen aktiv.
- In 2006 konnten wir unser Geschäft deutlich ausbauen.

	31.12.2005	31.12.2006	Wachstum
Umsatz*	48,7 Mio. €	67,0 Mio. €	+ 37,6 %
Mitarbeiter	70	78	+ 11,4 %
Websites	350.000	400.000	+ 14,3 %
AdImpressions/Monat	4,2 Mrd.	4,9 Mrd.	+ 16,7 %
Partnerprogramme	1.124	1.244	+ 10,7 %

* 2005: Pro-Forma
Konsolidierung affilinet seit April 2005, CibleClick seit Januar 2006



- Im Geschäftsfeld Domain-Marketing sind wir in Deutschland und den USA mit eigenen Niederlassungen aktiv und bedienen Kunden aus über 200 Ländern.
- In 2006 konnten wir unser Geschäft deutlich ausbauen.

	31.12.2005	31.12.2006	Wachstum
Umsatz*	20,8 Mio. €	41,8 Mio. €	+ 101,0 %
Mitarbeiter	77	120	+ 55,8 %
Domains	3.000.000	6.600.000	+ 120,0 %
Vermarktbare Domains	780.000	2.660.000	+ 241,0 %
Registrierte Mitglieder	350.000	440.000	+ 25,7 %

* Umsatz 2005: Pro-Forma
Konsolidierung Sedo seit April 2005

GuV aus dem Konzernabschluss nach IFRS



	Jan. – Dez. 2005 (in T€)		Jan. – Dez. 2006 (in T€)	
Umsatzerlöse	98.258	100,0%	177.472	100,0%
Herstellungskosten	-74.945	-76,3%	-131.984	-74,4%
Bruttoergebnis vom Umsatz	23.313	23,7%	45.488	25,6%
Vertriebskosten	-8.599	-8,8%	-12.895	-7,3%
Verwaltungskosten	-8.657	-8,8%	-11.439	-6,4%
Außerplanmäßige Abschreibungen	-1.679	-1,7%	0	0,0%
Sonstige betriebliche Erträge / Aufwendungen	-209	-0,2%	266	0,1%
Abschreibungen auf im Rahmen von Unternehmens- Akquisitionen aktivierte Vermögensgegenstände	-828	-0,8%	-1.776	-1,0%
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	3.341	3,4%	19.644	11,1%
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-388	-0,4%	-1.474	-0,8%
Zinsen und ähnliche Erträge	134	0,1%	341	0,2%
Aufwendungen aus der garantierten Dividende an die Minderheitsgesellschafter	0	0,0%	-1.082	-0,6%
Ergebnis aus at-equity bilanzierten Unternehmen	543	0,6%	1.256	0,7%
Ergebnis vor Steuern	3.630	3,7%	18.684	10,5%
Steuerergebnis	-1.003	-1,0%	-2.342	-1,3%
Periodenergebnis	2.628	2,7%	16.342	9,2%
Gewinne, die den Minderheitenanteilen zuzurechnen sind	1.599	1,6%	4.302	2,4%
Gewinne, die den Anteilseignern der AdLINK Internet Media AG zuzurechnen sind	1.028	1,0%	12.040	6,8%

Bilanz aus dem Konzernabschluss nach IFRS



AKTIVA	31.12.05 (in T€)	31.12.06 (in T€)	PASSIVA	31.12.05 (in T€)	31.12.06 (in T€)
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	10.845	5.925	Verbindlichkeiten		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	25.421	36.212	Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	26.464	35.087
Forderungen gegen assoziierte Unternehmen	59	92	Verbindlichkeiten gegenüber assoziierte Unternehmen	74	74
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	868	1.643	Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	412	48.277
Sonstige Vermögenswerte	1.840	1.978	Steuerrückstellungen	4.570	4.574
Vorräte	0	2.000	Sonstige Verbindlichkeiten	12.242	6.142
Sonstige finanzielle kurzfristige Vermögenswerte	3.084	0	Rückstellungen	317	0
Rechnungsabgrenzungsposten	428	587	Rechnungsabgrenzungsposten	922	467
Kurzfristige Vermögenswerte	42.544	48.438	Wandelschuldverschreibungen	98	101
Anteile an assoziierte Unternehmen	2.207	3.012	Kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Banken	0	15.003
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	30	0	Kurzfristige Verbindlichkeiten	45.099	109.725
Sachanlagen	1.111	1.559	Latente Steuerschulden	2.876	2.205
Immaterielle Vermögenswerte (ohne Firmenwerte)	8.606	7.197	Wandelschuldverschreibungen	178	99
Firmenwerte	48.709	83.011	Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	32.587	0
Latente Steueransprüche	3.356	8.045	Von Gesellschaftern langfristig zur Verfügung gestelltes Fremdkapital	434	0
Langfristige Vermögenswerte	64.020	102.824	Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Minderheitsgesellschafter	0	1.082
			Langfristige Verbindlichkeiten	36.075	3.387
			Gesamt Verbindlichkeiten	81.173	113.112
			Eigenkapital		
			Grundkapital	25.852	25.915
			Kapitalrücklage	62.047	62.750
			Bilanzverlust	-66.853	-54.813
			Währungsumrechnungsposten	228	-7
			Gesamt Eigenkapital ohne Minderheitenanteile	21.274	33.844
			Minderheitenanteile	4.117	4.306
			Gesamt Eigenkapital	25.391	38.150
			Gesamtsumme Verbindlichkeiten und Eigenkapital	106.564	151.262
Gesamtsumme Vermögen	106.564	151.262			

Cash Flow im Konzern



	Jan. - Dez. 2005 (in T€)	Jan. - Dez. 2006 (in T€)
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit		
Periodenergebnis	2.628	16.342
Berichtigungen zur Überleitung des Überschusses zu den Einnahmen und Ausgaben		
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	1.453	2.652
Außerplanmäßige Abschreibungen	1.679	0
Netto Aufwand / Ertrag aus Anlagenabgängen	1	-18
Zahlungswirkung aus früherem gewerbesteuerlichem Organschaftsverhältnis	2.100	0
Veränderung latente Steuern	-2.278	-5.573
Personalaufwand aus Mitarbeiterbeteiligungen	355	303
Ergebnis von assoziierte Unternehmen	-543	-1.256
Ausgeschüttete Gewinne von assoziierte Unternehmen	281	449
Effekte aus Währungsumrechnungen	-66	-196
Einbuchung Verbindlichkeiten Garantiedividende Minderheitsgesellschafter	0	1.082
Nachträgliche Reduzierung IPO-Kosten aufgrund Rückvergütung der Vorsteuer	0	0
Cash Flow der betrieblichen Tätigkeit	5.611	13.784
Veränderungen der Aktiva und Passiva		
Veränderung der Forderungen und sonstiger Vermögenswerte	-5.595	-10.948
Veränderungen der sonstigen finanziellen Vermögenswerte	0	3.084
Veränderung der Vorräte	0	-2.000
Veränderung der Forderungen gegen assoziierte Unternehmen	68	-33
Veränderung der Forderungen gegen verbundene Unternehmen	-746	-193
Veränderung des aktiven Rechnungsabgrenzungspostens	-50	-160
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.229	8.690
Veränderung der Verbindlichkeiten gegenüber assoziierte Unternehmen	-76	0
Veränderung der Verbindlichkeiten gegenüber verbundene Unternehmen	384	519
Veränderung der Steuerrückstellungen	1.736	60
Veränderung der sonstigen Verbindlichkeiten	668	-317
Veränderung der Rückstellung	10	867
Veränderung des passiven Rechnungsabgrenzungspostens	661	-450
Veränderungen der Aktiva und Passiva, gesamt	287	-880
Nettoeinnahmen der betrieblichen Tätigkeit	5.898	12.905

Cash Flow im Konzern (Fortsetzung)



	Jan. – Dez. 2005 (in T€)	Jan. – Dez. 2006 (in T€)
Cash Flow aus dem Investitionsbereich		
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-158	-600
Investitionen in Sachanlagen	-913	-1.175
Investitionen in Beteiligungen	0	-5
Einzahlungen aus Anlagenabgängen	13	56
Akquisitionskosten unter Berücksichtigung der übernommenen liquiden Mittel	-32.237	-45.815
Nettofinanzbedarf im Investitionsbereich	-33.294	-47.540
Cash Flow aus dem Finanzierungsbereich		
Veränderung Inanspruchnahme Kreditlinie von verbundenen Unternehmen	32.587	14.759
Aufnahme/Rückführung von kurzfristigen Bankdarlehen	0	15.003
Zuflüsse aus der Wandlung von Wandelschuldverschreibungen	66	61
Ein-/Rückzahlungen von Wandelschuldverschreibungen	27	-12
Nettoeinnahmen/-ausgaben für den Finanzierungsbereich	32.680	29.812
Nettozunahme/Nettoabnahme der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	5.284	-4.823
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres	5.545	10.845
Effekte aus der Veränderung der Wechselkurse auf die liquiden Mittel	16	-97
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode	10.845	5.925

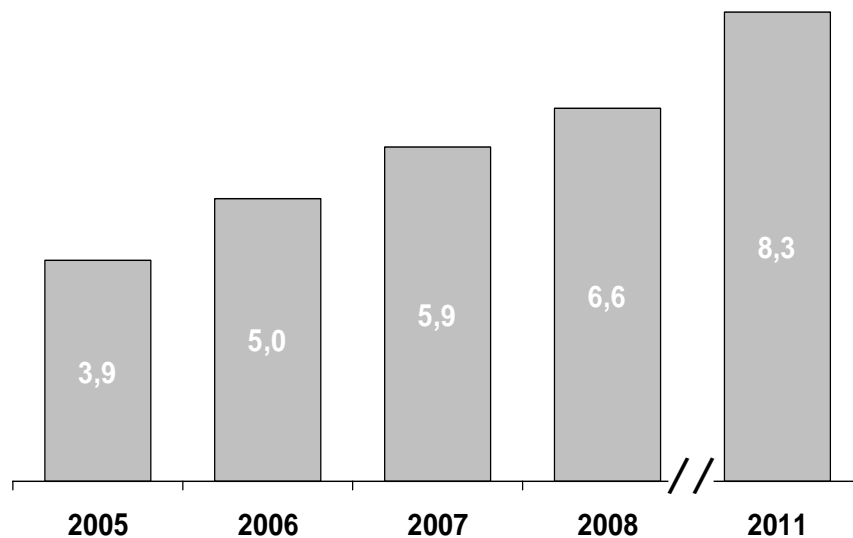


3. Markt & Positionierung der AdLINK Group

Der Online-Werbemarkt wächst stark!



Europäischer Online-Werbemarkt (in Mrd. €)*



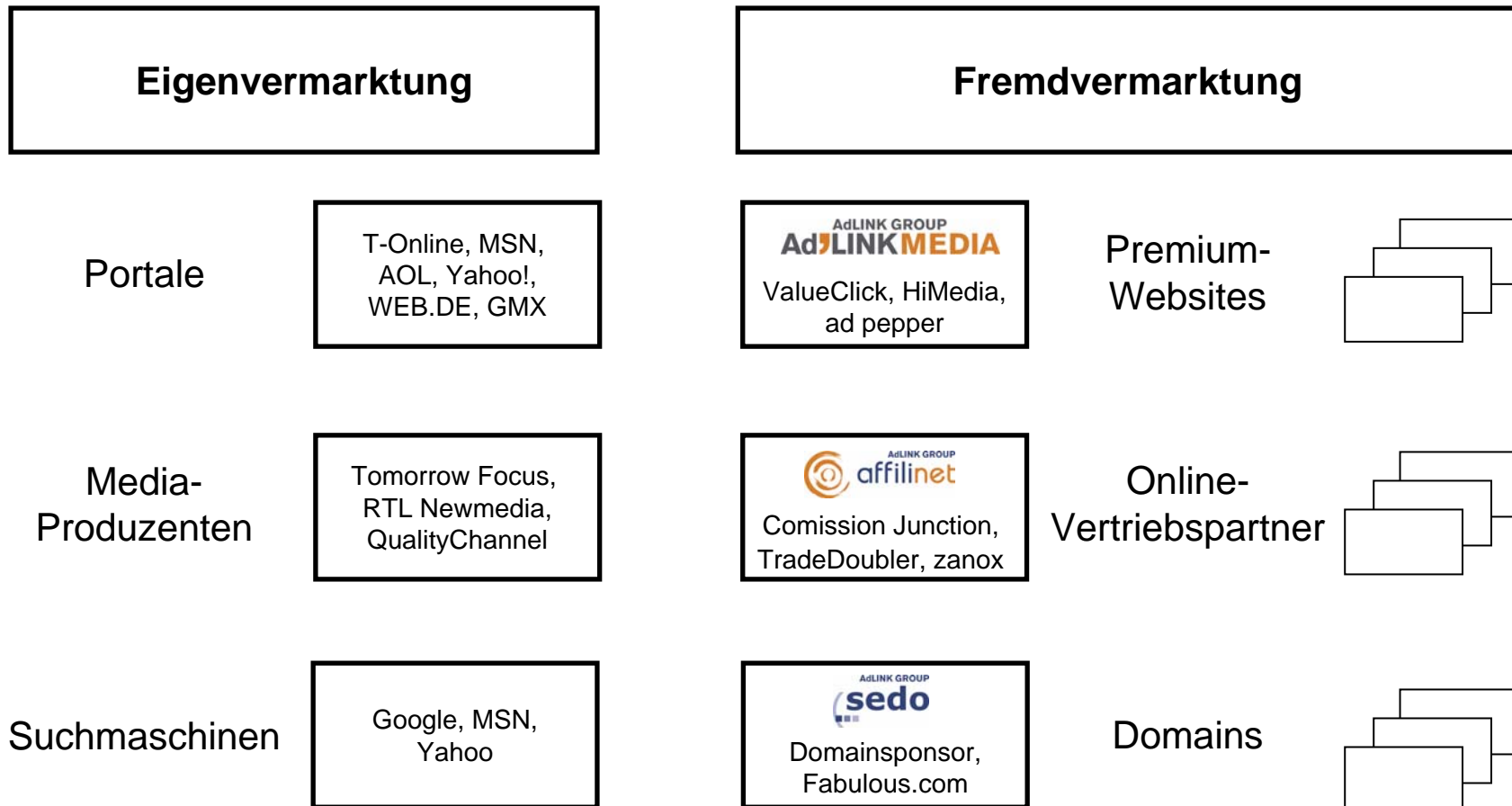
* Quelle: Jupiterresearch 2006

** Quelle: Monitoring Informationswirtschaft, 5. Trendbericht 2006

Wachstumstreiber

- Weitere Haushaltsdurchdringung des Internet – sowohl demographisch als auch bezüglich der Nutzungsintensität.
- Boom bei Breitbandanschlüssen erlaubt immer innovativere und wirkungsvollere Werbeformate.
- Tools für Planung, Tracking, Optimierung und Reporting von Kampagnen werden immer besser.
- Steigende Akzeptanz bei Werbern: Online-Anteil am Werbemarkt wird bis 2011 von 4,5 % auf 8,3 % steigen*.
- E-Commerce-Umsätze (nur B-to-C) sollen in Westeuropa jährlich um 40 % zulegen**.

AdLINK Group: The Network of Specialists



Vorteile dieser Spezialisierung



Für Werbekunden

- Unabhängige Beratung
- Schnelle Kampagnen-Realisierung
- Maßgeschneiderte und kombinierbare Technologien
- Breite Produktpalette
- Hohe Reichweite und Qualität
- Buchung, Steuerung und Überwachung über eine Schnittstelle – national und international (Content-Aggregation)

Für AdLINK Group

- Unabhängiger Portfolio-Aufbau
- Network of Specialists statt Generalist
- Skalierbarkeit
- Automatisierung
- Kritische Masse und Expertise schaffen Eintrittsbarrieren
- Leichte Exportierbarkeit des Modells über Kooperationen – kein eigener Content-Aufbau



4. Businessmodell

Drei spezialisierte Marken in drei Geschäftsfeldern

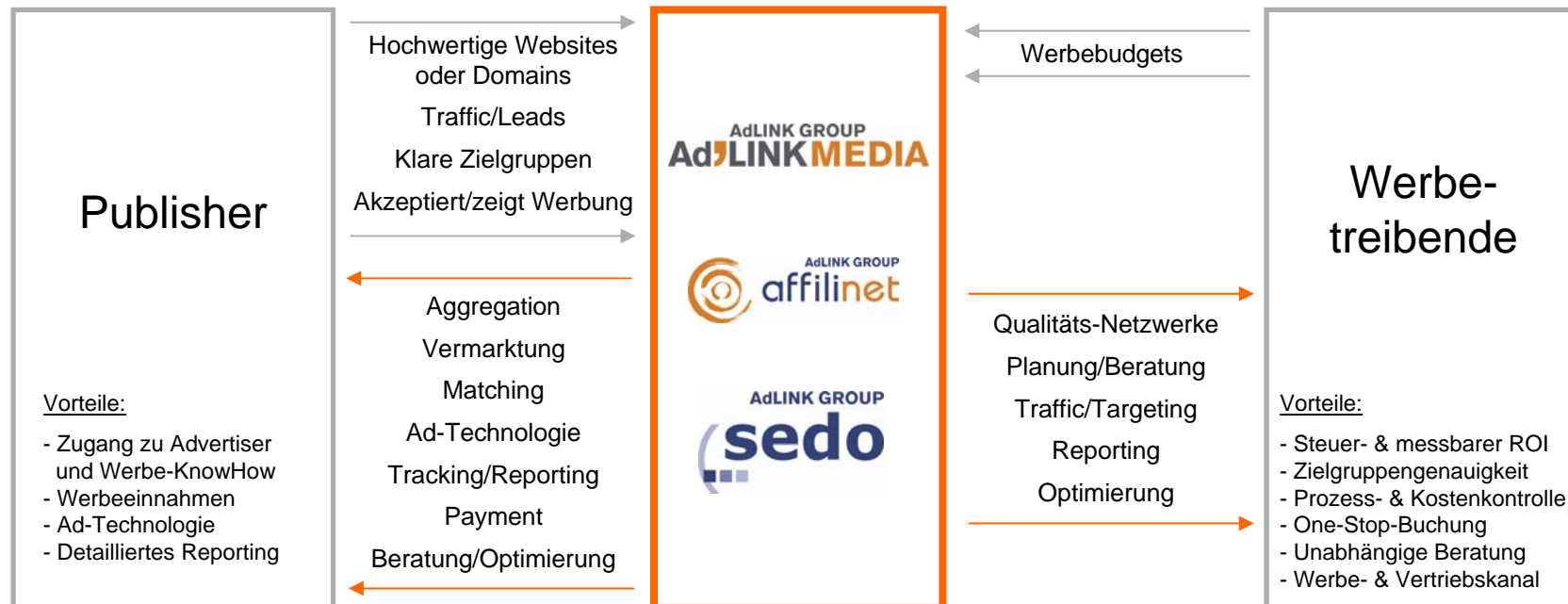


AdLINK GROUP





AdLINK GROUP



- Revenue-Sharing zwischen AdLINK Media / affilinet / Sedo und Publisher.
- Preismodelle:
 - TKP (Tausenderkontaktpreis) - CPL (Cost per Lead)
 - CPC (Cost per Click) - CPO/CPS (Cost per Order/Sale)



- AdLINK Media betreibt ein Netzwerk hochwertiger Internet-Sites und vermarktet diese an Werbetreibende.
- Ein Beispiel:

Im Zuge des Gewinns der Formel 1 WM war es ein Werbeziel von Renault, den Titelgewinn zu nutzen und die positiven F1-Attribute auf die Renault-Marken insgesamt zu übertragen.

AdLINK Media`s empfohlene Strategie war es, dazu eine Kombination aus Websites mit hoher Auto-Affinität und Reichweite einzusetzen.

Die Kampagne lief mit den Werbeformaten Leaderboard, Overlayer and MPU auf ausgewählten Automobil-Websites des AdLINK Media Netzwerkes.

Damit war eine hohe Aufmerksamkeit, geringer Streuverlust und maximale Reichweite garantiert.

Die Laufzeit der Kampagne in UK, Frankreich, Spanien, Italien und Deutschland betrug 9 Wochen. Insgesamt wurden 48 Mio. PageImpressions gebucht.





- affilinet betreibt unter affili.net einen Marktplatz für Anbieter von Partnerprogrammen (Advertiser) und Website-Inhaber.
- Partnerprogramme dienen als virtuelles Händlernetz dem Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen.
- Die Website-Inhaber wählen unter den Partnerprogrammen – je nach Attraktivität oder Affinität zur eigenen Website.
- Die Werbemittel der Advertiser werden über affilinet zur Verfügung gestellt und von den Website-Inhabern implementiert.
- Clickt ein Besucher von z. B. Radio FFH auf das Werbemittel (z. B. musicload) kommt er direkt zum Online-Shop des Advertiser.
- affilinet “trackt” und reportet die generierten Clicks bzw. durchgeführten Verkäufe.
- Der Website-Inhaber erhält – rein erfolgsabhängig – eine Vertriebsprovision. Auf diese berechnet affilinet eine prozentuelle Vergütung.





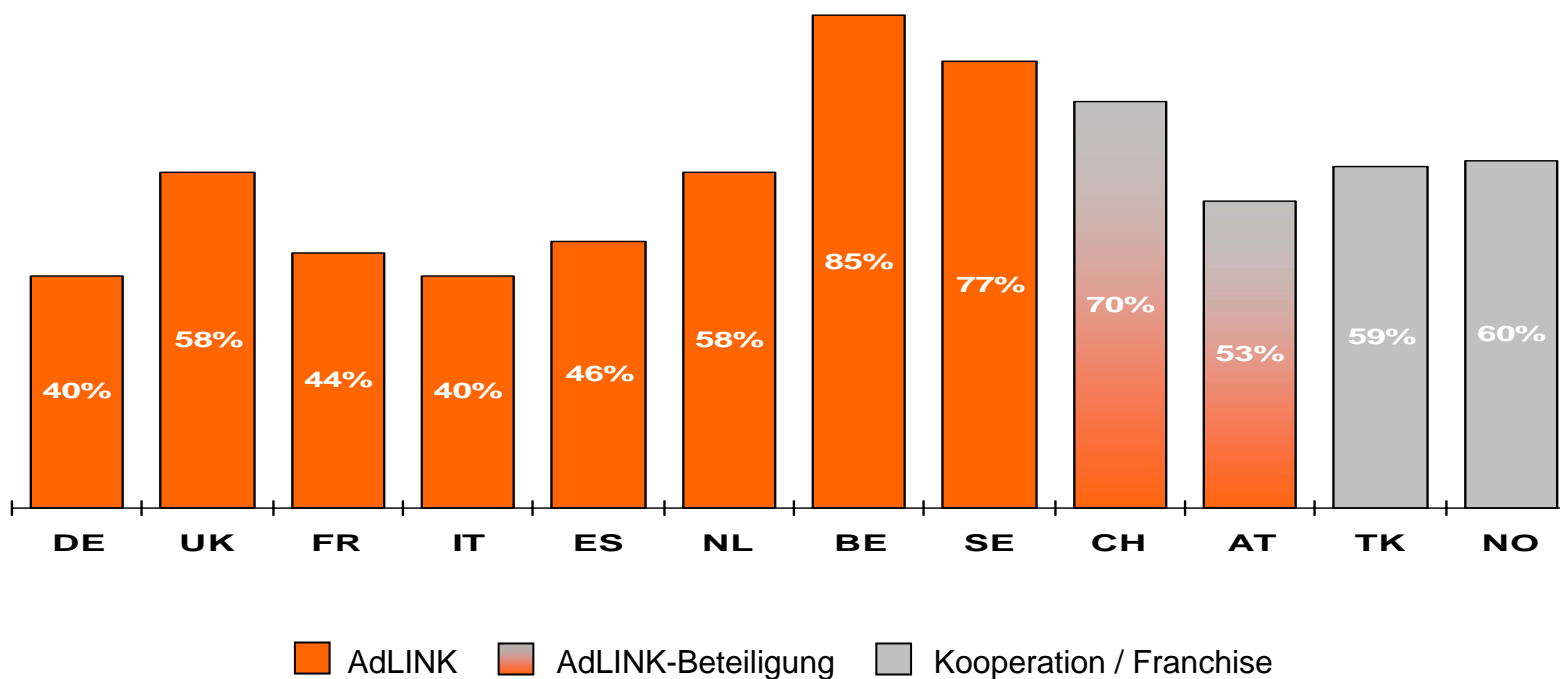
- Sedo betreut ein Portfolio von rund 3 Mio. geparkten Domains, die von den Domaininhabern zur Vermarktung zur Verfügung gestellt werden.
- Unsere Werbepartner schalten ihre Werbung themenspezifisch über Suchmaschinen wie Google Adwords.
- Automatisiert ordnet der Sedo-Adserver diesen Werbeaufträgen passende Domains zu und blendet auf den Domains thematisch geeignete Werbelinks ein.
- So findet sich z.B. auf der Domain golfurlaub.de eine Reihe namhafter (Golf-) Reiseveranstalter.
- Clickt ein Besucher von golfurlaub.de auf einen “sponsored Link”, kommt er auf die Seite des Werbepartners (hier: Hayes Golfreisen).
- Sedo und Domaininhaber erhalten dabei einen Teil der per Pay-per-Click erzielten Einnahmen.



Media-Reichweite in Europa



Reichweite des Media-Netzwerkes je Land*



* Inkl. Kooperationen und Joint Ventures
Quelle: Nielsen Netratings „Active User“ (Januar 2007) und eigene Berechnungen
ohne affilinet und Sedo

Marktstellung der AdLINK-Group

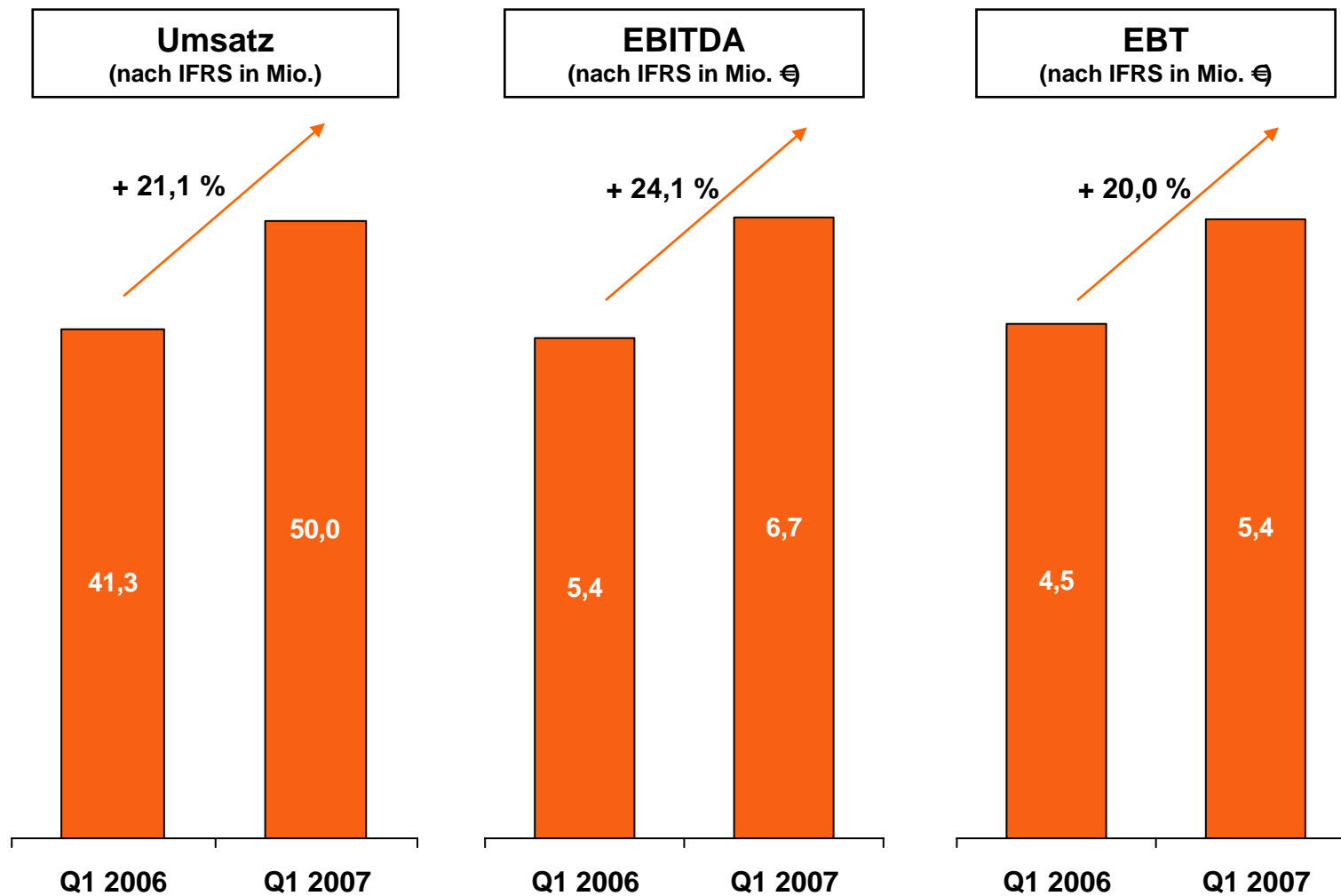


- Im Geschäftsfeld **Display-Marketing** gehört AdLINK Media - bei den unabhängigen Netzwerken - europaweit zu den führenden Unternehmen. Nach eigenen Berechnungen Marktführer in Großbritannien, Deutschland, Spanien, den Niederlanden, Belgien und der Schweiz.
- Im Geschäftsfeld **Affiliate-Marketing** ist affilinet im deutschsprachigen Raum die Nummer 1. In Frankreich konnte sich affilinet durch den Erwerb des führenden Netzwerkes CibleClick (Ende 2005) ebenfalls vorne etablieren. Der Start in Großbritannien erfolgte Anfang 2006.
- Im Geschäftsfeld **Domain-Marketing** ist Sedo mit 2,66 Mio. "geparkten" und 6,6 Mio. zum Verkauf stehenden Domains weltweit führend. Das Hauptprodukt "Domain-Parking" wird weltweit in über 200 Ländern genutzt.



5. Ausblick 2007

Wir sind plangemäß ins Geschäftsjahr gestartet ...



... und haben uns an der Goldbach Gruppe beteiligt.



- Im April 2007 hat AdLINK ihre Anteile von 50% an der AdLINK Internet Media AG Schweiz und von 30% an der AdLINK Internet Media GmbH Österreich als Sacheinlage in die Goldbach Media AG eingebracht.
- Im Gegenzug hat AdLINK 19,4% der Aktien der Goldbach Media AG erhalten.
- Aus der Einbringung der Anteile entsteht im Geschäftsjahr 2007 ein außerordentlicher Ertrag von rund 10 Mio. EUR.
- Mit einem Umsatz von rund 200 Mio. CHF und einem EBIT von über 12 Mio. CHF ist Goldbach Media ein führender Medien-Vermarkter in der Schweiz und Österreich.
- Neben der gesellschaftsrechtlichen Verflechtung planen beiden Unternehmen eine weit reichende Zusammenarbeit bei der Entwicklung und Vermarktung gemeinsamer Crossmedia-Lösungen für die Werbeindustrie sowie der gemeinsamen Erschließung osteuropäischer Märkte.

Wachstumsschritte 2007



- Der Online-Werbemarkt wird auch in den nächsten Jahren stark wachsen und im Werbe-Mix einen immer größeren Anteil einnehmen.
- Mit unseren Kerngeschäftsfelder sind wir in diesem Markt gut positioniert.
- Geplante Wachstumsschritte in 2007:
 - Display-Marketing
 - Ausbau des länderübergreifenden Geschäfts
 - Ausbau des Website-Portfolios
 - Neue Werbe-Technologie
 - Affiliate-Marketing
 - Weitere Internationalisierung
 - Ausbau von affilimatch
 - Weiterentwicklung der technischen Plattform
 - Domain-Marketing
 - Weitere Internationalisierung
 - Diversifizierung der Erlösquellen
 - ISP-Partnerschaften
 - Start von net:dialogs, einem Full-Service-Anbieter für Direkt- und Dialog-Onlinemarketing
 - Evaluierung neuer Geschäftsfelder wie Search oder Mobile Marketing

Resümee und Ausblick 2007



- Das 1. Quartal 2007 ist insgesamt erfolgreich und im Rahmen unserer Erwartungen verlaufen - obgleich sich nicht alle Geschäftsbereiche plangemäß entwickelt haben.
- Das 2. Quartal 2007 wird unter unseren Erwartungen liegen.
- Trotz hoher Kosten bei der Entwicklung bestehender und neuer Geschäftsfelder im In- und Ausland sind wir zuversichtlich, den Rückstand aus dem 2. Quartal 2007 im 2. Halbjahr wieder aufholen zu können ...
- ... und unsere Gesamtjahres-Prognose von 30%-Wachstum bei Umsatz und Ergebnis erreichen zu können.



AdLINK GROUP

The Network of Specialists

AdLINK GROUP
AdLINK MEDIA

AdLINK GROUP
 **affilinet**

AdLINK GROUP
 **sedo**

AdLINK GROUP