

**AdLINK GROUP**

**AdLINK Internet Media AG,  
Montabaur**

**Einzelabschluss**  
nach HGB

für das Geschäftsjahr 2006

## **Bestätigungsvermerk**

Wir haben den Jahresabschluss - bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang - unter Einbeziehung der Buchführung und den Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns der AdLINK Internet Media AG, Montabaur, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2006 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns 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 Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns 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 Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns 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 Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns 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 Berichts über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Jahresabschluss den gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft. Der Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns steht in Einklang mit dem Jahresabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Eschborn/Frankfurt am Main, 5. März 2007

Ernst & Young AG  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft  
Steuerberatungsgesellschaft

Bösser  
Wirtschaftsprüfer

Grote  
Wirtschaftsprüfer



**AdLINK Internet Media AG, Montabaur**  
**Gewinn- und Verlustrechnung für 2006**

	2006	2005
	EUR	TEUR
1. Umsatzerlöse	17.010.907,46	11.671
2. Sonstige betriebliche Erträge	<u>3.783.455,40</u>	<u>709</u>
	20.794.362,86	12.380
3. Materialaufwand		-----
Aufwendungen für bezogene Leistungen	12.697.434,93	8.255
4. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	2.656.187,11	1.972
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung davon für Altersversorgung EUR 0,00 (Vj. TEUR 0)	449.067,45	310
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	156.027,14	138
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	<u>2.243.360,76</u>	<u>2.511</u>
	18.202.077,39	13.186
7. Erträge aus Beteiligungen davon aus verbundenen Unternehmen EUR 3.955.025,48 (Vj. TEUR 1.012 )	563.633,60	1.293
8. Erträge aus Gewinnabführungsverträgen	3.391.391,88	
9. Erträge aus anderen Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens davon aus verbundenen Unternehmen EUR 1.012.926,11 (Vj. TEUR 261)	1.012.926,11	261
10. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge davon aus verbundenen Unternehmen EUR 166.112,25 (Vj. TEUR 0)	178.534,01	23
11. Abschreibungen auf Finanzanlagen	0,00	5.465
12. Zinsen und ähnliche Aufwendungen davon an verbundene Unternehmen EUR 1.221.930,99 (Vj. TEUR 451)	1.865.799,77	446
	<u>3.280.685,83</u>	<u>-4.334</u>
13. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	5.872.971,30	----- -5.140
14. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	587.180,00	-2.100
15. Sonstige Steuern	<u>1.125,00</u>	<u>1</u>
	588.305,00	----- -2.099
16. Jahresüberschuss/Jahresfehlbetrag	5.284.666,30	-3.041
17. Verlustvortrag aus dem Vorjahr	<u>-97.015.714,25</u>	<u>-93.975</u>
18. Bilanzverlust	<u>-91.731.047,95</u>	<u>-97.016</u>

# AdLINK Internet Media AG, Montabaur

## Anhang für 2006

---

### 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 aufgegliedert und erläutert.

### 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. Überwiegend wird auf Basis der linearen Methode abgeschrieben, soweit steuerlich zulässig, wird ebenfalls teilweise für bewegliche Anlagegüter die degressive Abschreibungsmethode angewandt. Zur linearen Methode wird in dem Jahr, für welches die lineare Methode erstmals zu höheren Jahresabschreibungsbeträgen führt, übergegangen. 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 werden zeitanteilig vorgenommen.

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 und drohenden Verluste aus schwebenden Geschäften. 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.

Das Finanzanlagevermögen der Gesellschaft besteht im Wesentlichen aus den Anteilen an verbundenen Unternehmen und den Ausleihungen an verbundene Unternehmen. Der Anstieg des Finanzanlagevermögens resultiert vornehmlich aus der Finanzierung des Erwerbs weiterer Anteile an der Sedo GmbH durch die AdLINK GmbH sowie der restlichen Anteile an CibleClick durch die affilinet GmbH.

### **Angaben zum Anteilsbesitz**

Informationen zur Eigenkapitalsituation und zur Ertragslage der verbundenen Unternehmen sowie der Beteiligungsgesellschaften und die Angabe der jeweiligen Anteilsquoten sind in der Aufstellung zum Anteilsbesitz dargestellt. Die Aufstellung des Anteilsbesitzes der AdLINK Internet Media AG zum 31. Dezember 2006 wird beim elektronischen Handelsregister hinterlegt.

## Ausleihungen

Zur Finanzierung des Erwerbes der Anteile an der CibleClick Performances SA wurde eine langfristige Kreditlinie in Höhe von 17 Mio. EUR der affilinet GmbH eingeräumt, wovon zum Stichtag 15,5 Mio. in Anspruch genommen waren. Für den Erwerb der Anteile an der Sedo GmbH stellte die AdLINK AG der AdLINK GmbH ein langfristiges Darlehen in Höhe von 34,5 Mio EUR zur Verfügung. Darüber hinaus konnte AdLINK GmbH 900 TEUR und die AdLINK Belgium 295 TEUR der per 31.12.2005 ausgegebenen Darlehen zurückführen. Das Darlehen an die AdLINK Spain wurde zur Finanzierung des gestiegenen Working Capitals um 320 TEUR erhöht. Zum 31 Dezember 2006 beliefen sich die kurzfristigen Ausleihungen an AdLINK Spain auf TEUR 440, an die AdLINK GmbH auf TEUR 1.500 und an AdLINK Belgium auf TEUR 125.

	Laufzeit			Gesamt
	Bis 1 Jahr	über 1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	
Ausleihungen an verbundene Unternehmen in TEUR	2.065	50.000	0	52.065

## Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

	31.12.2006 TEUR	31.12.2005 TEUR
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	722	421
davon Restlaufzeit von mehr als einem Jahr	0	0
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	10.934	5.083
davon Restlaufzeit von mehr als einem Jahr	0	0
Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	69	39
davon Restlaufzeit von mehr als einem Jahr	0	0
Sonstige Vermögensgegenstände	55	57
davon Restlaufzeit von mehr als einem Jahr	0	0
	<u>11.780</u>	<u>5.600</u>

Der Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen resultiert im Wesentlichen aus internationalen Werbekampagnen für einen Kunden, die von der AdLINK AG durchgeführt wurden.

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen beinhalten vor allem Salden aus Liefer- und Leistungsbeziehungen zu Tochtergesellschaften bzw. Kostenumlagen, eine Forderung aus dem Ergebnisabführungsvertrag mit der affilinet GmbH sowie Cash-Pool Forderungen.

## Liquide Mittel

Zum 31. Dezember 2006 verfügt die Gesellschaft über liquide Mittel in Höhe von TEUR 616 (Vorjahr: TEUR 21). Im Geschäftsjahr 2006 wurde ein Cash-Pooling mit den Tochtergesellschaften affilinet UK, AdLINK UK, AdLINK France, net:dialogs, AdLINK GmbH, affilinet GmbH, AdLINK Belgium, AdLINK Netherlands, AdLINK Spain, Sedo GmbH und AdLINK Italy bei der Dresdner Bank AG eingerichtet. Dabei erfolgt die Einbeziehung der britischen Tochtergesellschaften im Rahmen eines separaten GBP Cash-Pools. Zudem besteht der bereits im Vorjahr geschlossene Cash-Pooling-Vertrag zwischen der AdLINK AG und der United Internet AG bei der West LB. Zur Erleichterung eines optimalen Liquiditätsausgleichs wird der auf dem Dresdner Bank Cashpool anfallende Saldo automatisiert auf den West LB Cashpool der United Internet AG übertragen.

Die Gesamtverbindlichkeit der AdLINK AG gegenüber der United Internet AG aus dem Cashpool beträgt TEUR 47.389.

Der Gesellschaft standen folgende ungenutzte Kreditlinien zum Stichtag zur Verfügung:

<b>Offene Kreditlinien per 31. Dezember 2006</b>	<b>in Mio EUR</b>
WestLB AG (befristet bis 9. Mai 2007)	25,0
Dresdner Bank AG (bis auf weiteres)	15,0
Dresdner Bank AG (befristet bis 22. November 2009)	15,0
United Internet AG (befristet bis 30. Januar 2007)	17,7
<b>Gesamtsumme:</b>	<u>72,7</u>

## Kapitalanteile

Das Grundkapital der AdLINK AG ist im Geschäftsjahr durch die Ausübung von Wandelschuldverschreibungen seitens der Mitarbeiter und eines Vorstandes um EUR 62.955 auf EUR 25.914.900 gestiegen. Das Grundkapital ist eingeteilt in 25.914.900 nennwertlose Namensaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von Euro 1,00 je Aktie.

Mit Beschluss der ordentlichen Hauptversammlung vom 17. Mai 2005 wurde das genehmigte Kapital 2005 von bis zu EUR 12.900.000 durch Ausgabe von bis zu 12.900.000 neuer Aktien ohne Nennbetrag mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von je EUR 1,00 geschaffen.

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 1.250.000,00 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. In der ordentlichen Hauptversammlung vom 17. Mai 2005 wurde eine bedingte Kapitalerhöhung um bis zu EUR 10.000.000,00 eingeteilt in bis zu 10.000.000 nennwertlose Aktien beschlossen.

Durch die Ausübung von Wandlungsrechten sind im Geschäftsjahr 2006 insgesamt 62.955 nennwertlose Aktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von EUR 62.955 ausgegeben worden. Aufgrund der Ausgabe der 62.955 nennwertlosen Aktien sowie des Bedingten Kapitals 2005 ist das Grundkapital zum 31. Dezember 2006 um bis zu EUR 12.093.100,00 eingeteilt in bis zu Stück 12.093.100 nennwertlose Aktien bedingt erhöht.

Das Grundkapital wird zum 31. Dezember 2006 wie folgt gehalten:

	<u>TEUR</u>	<u>%</u>
United Internet AG	20.750	80,1
Freie Aktionäre	5.060	19,5
Vorstand und Aufsichtsrat	105	0,4
	<u>25.915</u>	<u>100,0</u>

Die Kapitalrücklage erhöhte sich im Geschäftsjahr durch die Ausübung von Wandelschuldverschreibungen um EUR 32.247,40 und beträgt zum 31. Dezember 2006 EUR 92.189.738,21.

### **Bilanzverlust**

Die AdLINK AG weist im Geschäftsjahr einen Jahresüberschuss in Höhe von TEUR 5.285 aus.

Unter Berücksichtigung des Verlustvortrags aus dem Geschäftsjahr 2005 in Höhe von TEUR 97.016 ergibt sich insgesamt ein Bilanzverlust in Höhe von TEUR 91.731.

## Übrige Rückstellungen

	31.12.2006 TEUR	31.12.2005 TEUR
Steuerrückstellungen	587	24
Sonstige Rückstellungen	1.276	783
	<u>1.863</u>	<u>807</u>

Die sonstigen Rückstellungen entfallen auf Rückstellungen für ausstehende Eingangsrechnungen (TEUR 901; Vorjahr: TEUR 302), Rückstellungen für Prüfungs- und Beratungskosten (TEUR 98; Vorjahr: TEUR 143) und personalbezogene Rückstellungen wie Tantieme, Provisionen und ausstehender Urlaub in Höhe von TEUR 278 (Vorjahr: TEUR 273).

## Verbindlichkeiten

Die Restlaufzeiten der Verbindlichkeiten sind im Verbindlichkeitspiegel im Einzelnen dargestellt.

### Verbindlichkeitspiegel in TEUR

Art der Verbindlichkeit	31.12.2006		31.12.2005		Gesamt
	Restlaufzeit bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	gesamt	Restlauf- zeit bis 1 Jahr	
1. Anleihen, davon konvertibel	101	99	200	98	276
2. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	15.000	0	15.000	0	0
3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.294	0	3.294	2.376	2.376
4. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	63.776	0	63.776	2.597	35.184
5. Sonstige Verbindlichkeiten	187	0	187	244	244
- davon aus Steuern	168	0	168	194	194
- davon im Rahmen der sozialen Sicherheit	2	0	2	18	18

Die Anleihen beinhalten Wandelschuldverschreibungen, die im Rahmen des Beteiligungsprogramms an leitende Angestellte der AdLINK-Unternehmensgruppe ausgeben wurden.

Die AdLINK AG hat Wandelschuldverschreibungen an Mitarbeiter der AdLINK-Gruppe ausgegeben. Insgesamt werden TEUR 24 (Vorjahr: TEUR 66) von den Mitarbeitern und TEUR 40 (Vorjahr TEUR 40) vom Vorstand aus Wandelschuldverschreibungsprogrammen gemäß der Beschluss der Hauptversammlung vom 17. Mai 2004 gehalten. Aus dem Mitarbeiterbeteiligungsmodell gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 4. April 2000 stehen noch TEUR 136 (Vorjahr: TEUR 170) seitens des Vorstandes aus.

Im Rahmen des Mitarbeiterbeteiligungsmodells der AdLINK AG gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 4. April 2000 ausgegebene Wandelschuldverschreibungen berechtigen je EUR 1 Nennbetrag zur Umwandlung in eine nennwertlose Namensaktie der AdLINK AG, auf die ein rechnerischer Anteil am Grundkapital in Höhe von EUR 1,00 entfällt. Im Fall der Umwandlung ist eine Barzahlung in Höhe der Differenz zwischen EUR 1,00 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.

Wandelschuldverschreibungen, die im Rahmen des Mitarbeiterbeteiligungsmodells der AdLINK AG gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 4. April 2000 ausgegeben wurden, 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.

Im Rahmen des Mitarbeiterbeteiligungsmodells der AdLINK AG gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 17. Mai 2004 ausgegebene Wandelschuldverschreibungen berechtigen je EUR 1 Nennbetrag zur Umwandlung in zehn nennwertlose Namensaktien der AdLINK Internet Media AG, auf die ein rechnerischer Anteil am Grundkapital in Höhe von EUR 1,00 entfällt. Im Fall der Umwandlung ist eine Barzahlung in Höhe des Betrags zu leisten, um den der Wandlungspreis ein Zehntel des Nennwerts der Wandelschuldverschreibung übersteigt. 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 zuzüglich eines Aufschlags von 20 %. Ausgabetag ist jeweils der Tag, an dem der Vorstand über die Ausgabe der Teilwandelschuldverschreibung beschlossen hat.

Wandelschuldverschreibungen, die im Rahmen des Mitarbeiterbeteiligungsmodells der AdLINK AG gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 17. Mai 2004 ausgegeben wurden, können in einem Teilbetrag von 25 % erstmalig frühestens 24 Monate nach ihrer Ausgabe in Aktien der Gesellschaft umgewandelt werden. Bis zu 50 % können frühestens 36 Monate, insgesamt bis zu 75 % können frühestens 48 Monate und der Gesamtbetrag frühestens 60 Monate nach ihrer Ausgabe umgewandelt werden.

Unter Anwendung der folgenden Annahmen zur Berechnung des Zeitwerts der mit den Wandlungsrechten verbundenen Optionen für Aktien der AdLINK, die am 16. Mai 2002 („3. Tranche“) ausgegeben wurden, resultierte ein Zeitwert in Höhe von EUR 1,5 pro Aktie:

- Dividendenrendite: 0%
- Volatilität der AdLINK Aktie: 102,80 %
- Erwartete Dauer: 4 Jahre
- Risikofreier Zins: 3,64 %

Unter Anwendung der folgenden Annahmen zur Berechnung des Zeitwerts der mit den Wandlungsrechten verbundenen Optionen für Aktien der AdLINK, die am 02. Januar 2004 („4. Tranche“) ausgegeben wurden, resultierte ein Zeitwert in Höhe von EUR 1,23 pro Aktie:

- Dividendenrendite: 0%
- Volatilität der AdLINK Aktie: 88,00 %
- Erwartete Dauer: 4 Jahre
- Risikofreier Zins: 3,85 %

Unter Anwendung der folgenden Annahmen zur Berechnung des Zeitwerts der mit den Wandlungsrechten verbundenen Optionen für Aktien der AdLINK, deren Ausgabe am 08. April 2005 („5. Tranche“) beschlossen wurde, resultierte ein Zeitwert in Höhe von EUR 0,91 pro Aktie:

- Dividendenrendite: 0%
- Volatilität der AdLINK Aktie: 68,00 %
- Erwartete Dauer: 5 Jahre
- Risikofreier Zins: 3,50 %

Unter Anwendung der folgenden Annahmen zur Berechnung des Zeitwerts der mit den Wandlungsrechten verbundenen Optionen für Aktien der AdLINK, deren Ausgabe am 23. Mai 2005 („6. Tranche“) beschlossen wurde, resultierte ein Zeitwert in Höhe von EUR 1,34 pro Aktie:

- Dividendenrendite: 0%
- Volatilität der AdLINK Aktie: 68,00 %
- Erwartete Dauer: 5 Jahre
- Risikofreier Zins: 3,50 %

Die Verbindlichkeiten der AdLINK AG im Verbundbereich resultieren insbesondere aus dem Cashpool mit der United Internet AG in Höhe von TEUR 47.389 und aus dem AdLINK internem Cash Pool. Wir verweisen in diesem Zusammenhang auf unsere Ausführungen zu Liquididen Mitteln.

Weiterhin besteht ein kurzfristiges Bankdarlehen in Höhe von TEUR 15.000.

## Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Neben den Haftungsverhältnissen bestehen in Höhe von TEUR 12.316 sonstige finanzielle Verpflichtungen (davon gegenüber verbundenen Unternehmen TEUR 344). 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	2.340	9.360	195	11.895
2. Zahlungsverpflichtungen aus Mietverträgen	117	171	0	288
3. Zahlungsverpflichtungen aus Fahrzeugleasingverträgen	5	7	0	12
4. Sonstiges	121	0	0	121
	<u>2.583</u>	<u>9.538</u>	<u>195</u>	<u>12.316</u>

Die AdLINK 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. Im Dezember 2006 wurde auf Basis des Rahmenvertrags eine Anpassung der Bedingungen und Konditionen für das Geschäftsjahre 2007 und 2008 vorgenommen. Die hieraus resultierende vertragliche Mindestverpflichtung beläuft sich auf TEUR 2.340 für das Jahr 2007 und 2008. Im Anschluss an den Zweijahreszeitraum werden die Vertragsbedingungen neu verhandelt. Als Näherungsgröße für die potentielle zukünftige Verpflichtung wurden TEUR 2.340 p.a. bis zum 28. Januar 2012 angesetzt. Im Geschäftsjahr 2006 entstanden Aufwendungen in Höhe von TEUR 2.441 aus dem Vertrag.

Zwischen der AdLINK 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 resultierenden zukünftigen finanziellen Verpflichtungen betragen TEUR 260.

## **Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung**

### **Umsatzerlöse**

Die Umsatzerlöse wurden in Höhe von TEUR 14.293 im Verbundbereich erwirtschaftet. Es handelt sich dabei um Dienstleistungen, die die AdLINK AG für die Tochtergesellschaften erbringt sowie die Weiterbelastung von Kampagnenkosten, die von der AdLINK AG beglichen wurden. Die Umsatzerlöse gegenüber Dritten in Höhe von TEUR 2.718 resultierten im Wesentlichen aus internationalen Werbekampagnen für einen Kunden, die ausnahmsweise über die AdLINK AG abgewickelt wurde sowie aus Dienstleistungen und Lizenzzerträgen für die Nutzung des Namensrechtes mit der AdLINK Switzerland und dem früheren Lizenznehmer für den österreichischen Markt (Zeitraum Jan-April 2006).

### **Sonstige betriebliche Erträge**

Bei den sonstigen betrieblichen Erträgen in Höhe von TEUR 3.783 handelt es sich überwiegend um Zuschreibungen auf Anteile an verbundenen Unternehmen (TEUR 2.540; Vorjahr: TEUR 534), Erträge aus einer Nachforderung aus der nachträglichen Anerkennung einer Umsatzsteuerforderung aus Kosten im Rahmen des Börsengangs in Jahr 2000 (TEUR 583) sowie Erträge aus der Auflösung einer Wertberichtigung auf Forderungen gegen AdLINK Italy (TEUR 350).

### **Erträge aus Beteiligungen**

Die Beteiligungserträge in Höhe von TEUR 3.955 betreffen zum einen die abgeschlossenen Ergebnisabführungsverträge und zum anderen Gewinnausschüttungen der AdLINK Netherlands (TEUR 115) und der AdLINK Switzerland (TEUR 449). Aus dem mit der affilinet GmbH abgeschlossenen Ergebnisabführungsvertrag resultierten Erträge aus Ergebnisabführungen in Höhe von TEUR 3.391. Aus dem mit der AdLINK GmbH abgeschlossenen Vertrag resultierten im Geschäftsjahr 2006 keine handelsrechtlichen Auswirkungen, da die AdLINK GmbH noch über einen vorgetragenen handelsrechtlichen Bilanzverlust verfügt. Die Gewinne der AdLINK GmbH wurden entsprechend den Vorschriften mit diesem Bilanzverlust verrechnet.

### **Sonstige betriebliche Aufwendungen**

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von TEUR 2.243 (Vorjahr: TEUR 2.511) resultieren im Wesentlichen aus Fremdleistungen für EDV-Dienstleistungen (TEUR 318), Forderungsverlusten (TEUR 305) und Rechts-, Beratungs- und Prüfungskosten (TEUR 252). Weiterhin sind in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen insbesondere Reisekosten (TEUR 244), Mietaufwendungen (TEUR 166) sowie Aufwendungen im Zusammenhang mit der Börsennotierung (TEUR 129) enthalten.

Die Forderungsverluste resultieren aus Wertberichtigungen auf Forderungen gegen die AdLINK Denmark (TEUR 232) und Forderungen gegenüber den ehemaligen Lizenznehmer in Österreich (TEUR 73). Hintergrund für die Wertberichtigungen ist der eingeleitete Schließungsprozess der AdLINK Denmark, der voraussichtlich im ersten Quartal 2007 abgeschlossen sein wird. Die Forderungen gegen den früheren Lizenznehmer in Österreich sind gerichtlich eingeklagt und wurden daher wertberichtigt.

### **Periodenfremde Erträge und Aufwendungen**

Im Geschäftsjahr 2006 entstanden wesentliche periodenfremde Erträge aus einer Nachforderung aus der nachträglichen Anerkennung einer Umsatzsteuerforderung aus Kosten im Rahmen des Börsengangs im Jahr 2000 in Höhe von TEUR 583 zuzüglich eines hieraus resultierenden Zinsanspruches in Höhe von TEUR 166.

### **Sonstige Angaben**

#### **Vorstand**

Der Vorstand der AdLINK AG besteht zum 31. Dezember 2006 unverändert aus drei Mitgliedern, namentlich Guy Challen, Stéphane Cordier und Marc Stilke.

Für die Festlegung der Vorstandsvergütung ist der Aufsichtsrat zuständig. Die Vergütung der Vorstandsmitglieder der AdLINK Internet Media AG ist leistungsorientiert und teilt sich in einen festen und einen variablen Bestandteil auf.

Die feste Vergütung wird monatlich als Gehalt ausgezahlt. Die Höhe der variablen Vergütung ist von der Erreichung bestimmter, zu Beginn eines Jahres auf Basis des Budgets fixierter finanzieller Ziele abhängig.

Für das Geschäftsjahr 2006 betrug die Gesamtvergütung der Mitglieder des Vorstands insgesamt TEUR 748 (Vorjahr TEUR 596). Davon entfielen TEUR 443 (Vorjahr TEUR 398) auf den festen Bestandteil und TEUR 305 (Vorjahr TEUR 198) auf den variablen Bestandteil. Die Vergütung im Geschäftsjahr 2006 für Herrn Stéphane Cordier betrug dabei TEUR 314 (Vorjahr TEUR 257), wovon TEUR 149 (Vorjahr TEUR 160) fest und TEUR 165 (Vorjahr 97 TEUR) variabel waren. Bei Herrn Guy Challen belief sich die Höhe der Gesamtvergütung auf TEUR 165 (Vorjahr TEUR 147), davon TEUR 114 (Vorjahr TEUR 114) fest und TEUR 51 (Vorjahr: TEUR 33) variabel. Bei Herrn Stilke belief sich die Gesamtvergütung auf TEUR 269 (Vorjahr: TEUR 192), wovon TEUR 180 (Vorjahr: TEUR 124) auf den festen Bestandteil entfielen und TEUR 89 (Vorjahr: TEUR 68) auf den variablen Bestandteil.

Ferner hat das Vorstandmitglied Guy Challen Wandlungsrechte in Höhe von 34.000 Stück aus dem Wandelschuldverschreibungsprogramm gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 4. April 2000 ausgeübt. Zum Zeitpunkt der Ausgabe betrug der Fair Value EUR 1,23 pro Wandlungsrecht.

### **Aufsichtsrat**

Zum 31. Dezember 2006 hat die AdLINK AG folgende Aufsichtsräte:

Norbert Lang, Vorstandmitglied der United Internet AG

Michael Scheeren, Bankkaufmann

Andreas Gauger, Vorstandmitglied der 1&1 Internet AG

Der Aufsichtsratsvorsitzende, Herr Michael Scheeren, war darüber hinaus bei der United Internet AG, Montabaur, der United Internet Media AG, Montabaur, der 1&1 Internet AG, Montabaur (Vorsitzender) und der NT plus AG, Osnabrück (Vorsitzender) als Aufsichtsrat tätig. Herr Norbert Lang ist bei der twenty4help Knowledge Service AG, Montabaur, der Deutsche Challenge 2007 AG, München sowie ab dem 20. Januar 2006 bei der United Internet Media AG, Montabaur, als Aufsichtsrat tätig. Herr Andreas Gauger hält keine weiteren Aufsichtsratsmandate.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten für das Geschäftsjahr 2006 Vergütungen von insgesamt TEUR 20 (Vorjahr: TEUR 21).

Entsprechend dem Beschluss der Hauptversammlung vom 17. Mai 2005 setzt sich die Vergütung des Aufsichtsrats wie folgt zusammen. Jedes Mitglied des Aufsichtsrats erhält eine feste Vergütung von EUR 7.500,00 pro Jahr. Der Aufsichtsratsvorsitzende erhält das Doppelte. Die feste Vergütung erhöht sich für jedes Mitglied des Aufsichtsrats (einschließlich des Aufsichtsratsvorsitzenden) um einen am Erfolg des Unternehmens orientierten variablen Anteil. Der variable Anteil beträgt EUR 250,00 je EUR 0,01 des im Konzernabschluss der Gesellschaft ausgewiesenen Ergebnisses pro Aktie, das den Mindestbetrag von EUR 0,10 pro Aktie übersteigt. Der Mindestbetrag erhöht sich dabei jährlich um 10% beginnend mit dem Geschäftsjahr 2006, d.h. der für 2006 gültige Mindestbetrag des Ergebnisses pro Aktie beträgt EUR 0,11 pro Aktie. Der variable Vergütungsanteil ist dabei auf TEUR 5 pro Mitglied des Aufsichtsrats begrenzt.

In Absprache mit den Aufsichtsratsmitgliedern ist es dabei Firmenpolitik, konzerninterne Aufsichtsratsmandate nicht zu vergüten.

## Aktienbesitz und Bezugsrechte des Aufsichtsrats und des Vorstands

	Aktienbesitz		Bezugsrechte	
	31.12.2006	31.12.2005	31.12.2006	31.12.2005
<b>Aufsichtsrat</b>				
Michael Scheeren	72.656	72.656	-	-
Norbert Lang (mittelbar)	30.850	-	-	-
Andreas Gauger	1.000	1.000	-	-
<b>Vorstand</b>				
Guy Challen	-	-	136.000	170.000
Stéphane Cordier	-	-	400.000	400.000
Marc Stilke	-	-	400.000	400.000
<b>Gesamt</b>	104.506	73.656	936.000	970.000

## Mitarbeiter

Im abgelaufenen Geschäftsjahr waren im Jahresdurchschnitt 33 (Vorjahr: 22) festangestellte Mitarbeiter beschäftigt.

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

Kampagnen Management	1
Produkt Management und Marketing	6
Vertrieb	3
Verwaltung	14
IT	7
	<hr/>
	31
Auszubildende	2
	<hr/>
	<u>33</u>

## Satzungsänderung

Im Rahmen der formwechselnden Umwandlung der AdLINK Internet Media GmbH Europe in die AdLINK Internet Media AG wurde eine Satzung beschlossen, die zuletzt durch die ordentliche Hauptversammlung am 12. Juni 2006 geändert wurde.

Die nachfolgenden Paragraphen in der Satzung der AdLINK Internet Media AG wurden geändert:

<b>Geänderte Paragraphen</b>	<b>Überschrift</b>
§ 15 Abs. 3	Ort und Einberufung, Bild- und Tonübertragung (Einberufung der Hauptversammlung)
§ 16	Anmeldung zur und Teilnahme an der Hauptversammlung
§ 17	Stimmrecht
§ 18 Abs. 2	Vorsitz (der Hauptversammlung)

§ 15 Abs. 3 der Satzung wurde durch den Beschluss der Hauptversammlung aufgehoben und wie folgt neu gefasst:

Die Einberufung der Hauptversammlung erfolgt durch eine mindestens 30 Tage vor dem Tag, bis zu dessen Ablauf sich die Aktionäre gemäß § 16 anmelden müssen, zu veröffentlichende Bekanntmachung; der Tag der Einberufung und der letzte Tag, bis zu dem sich die Aktionäre zur Hauptversammlung anmelden müssen, sind hierbei nicht mitzurechnen.

§ 16 der Satzung wurde aufgehoben und wie folgt neu gefasst:

Abs. 1 Zur Teilnahme an der Hauptversammlung und Ausübung des Stimmrechts sind diejenigen Aktionäre zugelassen, die im Aktienregister eingetragen sind und die sich angemeldet haben.

Abs. 2 Die Anmeldung zur Teilnahme an der Hauptversammlung hat schriftlich oder auf eine andere von der Gesellschaft näher zu bestimmende Weise bei der Gesellschaft oder bei einer der sonst in der Einberufung bezeichneten Stellen zu erfolgen und muss spätestens am letzten Tag der gesetzlichen Anmeldefrist zugegangen sein, sofern nicht der Vorstand einen späteren Anmeldeschlusstag bestimmt. Der Anmeldeschlusstag und die weiteren Einzelheiten werden zusammen mit der Einberufung der Hauptversammlung bekannt gemacht.

§ 17 der Satzung wurde durch die Hauptversammlung vom 12. Juni 2006 aufgehoben und wie folgt neu gefasst:

Abs. 1 Jede Aktie gewährt eine Stimme

Abs. 2 Das Stimmrecht kann durch Bevollmächtigte ausgeübt werden

Abs. 3 Der Vorstand sorgt für die Bestellung eines Vertreters für die weisungsgebundene Ausübung des Stimmrechts der Aktionäre

Abs. 4 Vollmachten können schriftlich oder auf eine andere von der Gesellschaft näher zu bestimmende Weise erteilt werden. Die Einzelheiten, insbesondere zu Formen und Fristen für die Erteilung und den Widerruf der Vollmachten werden zusammen mit der Einberufung der Hauptversammlung bekannt gemacht.

Zudem wurde § 18.2 der Satzung durch die Hauptversammlung aufgehoben und wie folgt neu gefasst:

Der Vorsitzende leitet die Hauptversammlung. Er bestimmt Art und Form der Abstimmung. Der Vorsitzende ist ermächtigt, das Frage- und Rederecht von Aktionären zeitlich angemessen zu beschränken. Er ist insbesondere berechtigt, zu Beginn der Hauptversammlung oder während ihres Verlaufes einen zeitlich angemessenen Rahmen für den gesamten Verlauf der Hauptversammlung, für einzelne Punkte der Tagesordnung oder für den einzelnen Redner zu setzen und die Reihenfolge der Redebeiträge zu einem Tagesordnungspunkt anzuordnen.

Die Eintragung ins Handelsregister erfolgte am 12. Juli 2006.

### **Konzernverhältnisse**

- Die AdLINK Internet Media AG hat für das Geschäftsjahr 2006 entsprechend § 315a HGB 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 AG, Montabaur, erhältlich ist.

## **Ergebnisverwendung**

Der Vorstand schlägt in Übereinstimmung mit dem Aufsichtsrat vor, den Bilanzverlust in Höhe von TEUR 91.731 auf neue Rechnung vorzutragen.

## **Prüfungs- und Beratungsgebühren**

Das im Geschäftsjahr als Aufwand erfasste Honorar des Abschlussprüfers für die Abschlussprüfung beträgt TEUR 113. Für Steuerberatungsleistungen wurden im Geschäftsjahr 2006 TEUR 49 und für sonstige Leistungen TEUR 29 als Aufwand erfasst. An verbundene Unternehmen des Abschlussprüfers wurden Vergütungen in Höhe von TEUR 94 gezahlt, wovon der Großteil TEUR 72 auf Beratungsleistungen in Frankreich im Rahmen des Erwerbes der Cibleclick Performances SA durch die affilinet GmbH entfiel.

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

Die AdLINK AG hat für 2006 die nach § 161 AktG vorgeschriebene Erklärung abgegeben, welche den Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ entsprach und entsprechen wird. Die Erklärung wurde den Aktionären zugänglich gemacht.

## **Ereignisse nach dem Bilanzstichtag**

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

Montabaur, 4. März 2007

Der Vorstand

Guy Challen

Stéphane Cordier

Marc Stilke

## Entwicklung des Anlagevermögens 2006

	Anschaffungs- und Herstellungskosten				31.12.2006 EUR	Kumulierte Abschreibungen			31.12.2006 EUR	Buchwerte		
	1.1.2006 EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	Umbuchungen EUR		1.1.2006 EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR		Zuschreibungen EUR	31.12.2006 EUR	31.12.2005 TEUR
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>												
1. Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	1.692.605,80	233.620,59	31.998,56	28.759,00	1.922.986,83	1.563.866,80	108.079,59	31.998,56	0,00	1.639.947,83	283.039,00	129
2. Geleistete Anzahlungen	28.759,00	207.740,89	0,00	-28.759,00	207.740,89	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	207.740,89	29
	1.721.364,80	441.361,48	31.998,56	0,00	2.130.727,72	1.563.866,80	108.079,59	31.998,56	0,00	1.639.947,83	490.779,89	158
<b>II. Sachanlagen</b>												
1. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	253.868,21	68.190,36	2.314,11	0	319.744,46	170.754,21	36.722,36	2.314,11	0,00	205.162,46	114.582,00	83
2. Geringwertige Wirtschaftsgüter	0,00	11.225,19	11.225,19	0,00	0,00	0,00	11.225,19	11.225,19	0,00	0,00	0,00	0
	253.868,21	79.415,55	13.539,30	0,00	319.744,46	170.754,21	47.947,55	13.539,30	0,00	205.162,46	114.582,00	83
<b>III. Finanzanlagen</b>												
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	104.485.999,58	14.755.912,60	14.339.416,60	0,00	104.902.495,58	62.625.040,58	0,00	0,00	-2.539.892,00	60.085.148,58	44.817.347,00	41.861
2. Anteile an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	732.185,76	4.980,00	0,00	0,00	737.165,76	-1,00	0,00	0,00	0,00	-1,00	737.166,76	732
3. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	11.624.769,81	40.900.235,19	295.000,00	0,00	52.230.005,00	165.005,00	0,00	0,00	0,00	165.005,00	52.065.000,00	11.460
4. Sonstige Ausleihungen	29.855,00	0,00	29.855,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	30
	116.872.810,15	55.661.127,79	14.664.271,60	0,00	157.869.666,34	62.790.044,58	0,00	0,00	-2.539.892,00	60.250.152,58	97.619.513,76	54.083
	118.848.043,16	56.181.904,82	14.709.809,46	0,00	160.320.138,52	64.524.665,59	156.027,14	45.537,86	-2.539.892,00	62.095.262,87	98.224.875,65	54.324

**AdLINKGROUP**

**AdLINK Internet Media AG,  
Montabaur**

**Konzernabschluss**  
nach IFRS

zum  
31. Dezember 2006

## **Bestätigungsvermerk**

Wir haben den von der AdLINK Internet Media AG, Montabaur, aufgestellten Konzernabschluss - bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang - sowie den Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2006 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung 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 Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns 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 des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Berichts über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Eschborn/Frankfurt am Main, den 6. März 2007

Ernst & Young AG  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft  
Steuerberatungsgesellschaft

Bösler  
Wirtschaftsprüfer

Grote  
Wirtschaftsprüfer

**AdLINK Internet Media AG - Konsolidierte Bilanz nach IFRS  
zum 31. Dezember 2006**

	Anmerkung	31.12.2006 EUR	31.12.2005 EUR
<b>AKTIVA</b>			
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	(17)	5.924.572	10.844.941
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(18)	36.212.178	25.420.864
Forderungen gegen assoziierten Unternehmen	(19)	92.464	59.051
Forderungen gegen verbundenen Unternehmen	(20)	1.643.300	867.519
Sonstige Vermögenswerte	(21)	1.978.214	1.840.011
Vorräte	(22)	2.000.271	0
Sonstige finanzielle kurzfristige Vermögenswerte	(23)	0	3.084.423
Aktiver Rechnungsabgrenzungsposten	(24)	586.595	427.598
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>		<b>48.437.594</b>	<b>42.544.407</b>
Anteile an assoziierte Unternehmen	(12)	3.012.187	2.206.940
Sonstige finanzielle Vermögenswerte		0	29.855
Sachanlagen	(13)	1.558.650	1.111.490
Immaterielle Vermögenswerte (ohne Firmenwerte)	(14)	7.197.111	8.606.432
Firmenwerte	(15)	83.011.363	48.708.600
Latente Steueransprüche	(16)	8.045.117	3.356.469
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>		<b>102.824.428</b>	<b>64.019.786</b>
<b>Gesamtsumme Vermögen</b>		<b>151.262.022</b>	<b>106.564.193</b>
<b>PASSIVA</b>			
<b>Verbindlichkeiten</b>			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	(33)	35.086.596	26.464.150
Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Unternehmen	(34)	73.941	74.146
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	(35)	48.277.315	411.863
Steuerrückstellungen	(36)	4.574.367	4.569.585
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	(37)	6.141.577	12.242.161
Rückstellungen	(38)	0	316.792
Passiver Rechnungsabgrenzungsposten	(39)	467.089	921.968
Wandelschuldverschreibungen	(30) (26 b,c,d)	101.300	98.005
Verbindlichkeiten gegenüber Banken	(40)	15.003.314	0
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>		<b>109.725.499</b>	<b>45.098.670</b>
Latente Steuerschulden	(29)	2.205.236	2.875.520
Wandelschuldverschreibungen	(30) (26 b,c,d)	98.900	177.900
Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	(31)	0	32.587.387
Von Gesellschaftern langfristig zur Verfügung gestelltes Fremdkapital		0	433.907
Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Minderheitsgesellschaftern	(32)	1.082.369	0
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>		<b>3.386.505</b>	<b>36.074.714</b>
<b>Gesamtsumme Verbindlichkeiten</b>		<b>113.112.004</b>	<b>81.173.384</b>
<b>Eigenkapital</b>			
Grundkapital	(25)	25.914.900	25.851.945
Kapitalrücklage	(27)	62.750.216	62.047.026
Bilanzverlust		-54.813.402	-66.853.265
Währungsumrechnungsposten		-7.248	228.409
Minderheitenanteile	(28)	4.305.552	4.116.694
<b>Gesamtsumme Eigenkapital</b>		<b>38.150.018</b>	<b>25.390.809</b>
<b>Gesamtsumme Verbindlichkeiten und Eigenkapital</b>		<b>151.262.022</b>	<b>106.564.193</b>

**AdLINK Internet Media AG - Konsolidierte Gewinn- und Verlustrechnung nach IFRS  
vom 1. Januar bis 31. Dezember 2006**

	Anmerkung	2006 in EUR	2005* in EUR
Umsatzerlöse	(41)	177.471.668	98.258.135
Herstellungskosten	(6)	-131.983.760	-74.945.111
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>		<b>45.487.908</b>	<b>23.313.024</b>
Vertriebskosten	(7)	-12.895.142	-8.599.436
Verwaltungskosten	(8) (3v)	-11.438.665	-8.657.374
Außerplanmäßige Abschreibungen	(9)	0	-1.679.000
Sonstige betriebliche Erträge / Aufwendungen	(10)	265.823	-208.503
Abschreibung auf im Rahmen von Unternehmensakquisitionen aktivierte immaterielle Vermögenswerte	(3v)	-1.775.844	-827.575
<b>Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit</b>		<b>19.644.080</b>	<b>3.341.136</b>
Zinsen und ähnliche Aufwendungen		-1.474.341	-387.798
Zinsen und ähnliche Erträge		341.246	133.863
Aufwendungen aus der garantierten Dividende an die Minderheitsgesellschafter		-1.082.369	0
Ergebnis von assoziierten Unternehmen	(12)	1.255.558	543.016
<b>Ergebnis vor Steuern</b>		<b>18.684.174</b>	<b>3.630.217</b>
Ertragsteueraufwand	(11) (16)	-2.342.387	-1.002.554
<b>Periodenergebnis</b>		<b>16.341.787</b>	<b>2.627.663</b>
Gewinne, die den Minderheitenanteilen zuzurechnen sind		4.301.924	1.599.354
Gewinne, die den Anteilseignern der AdLINK AG zuzurechnen sind		12.039.863	1.028.309
<b>Ergebnis pro Aktie</b>			
unverwässert (EUR/Aktie)		0,47	0,04
verwässert (EUR/Aktie)		0,45	0,04
Gewichteter Durchschnitt der im Umlauf befindlichen Aktien		25.884.411	25.833.092
Gewichteter Durchschnitt der im Umlauf befindlichen Aktien (verwässert)		26.748.933	26.058.930

\* angepasst, wir verweisen in dem Zusammenhang auf die Anhangsangabe 3)v)

AdLINK Internet Media AG - Konsolidierte Kapitalflussrechnung nach IFRS  
vom 1. Januar bis 31. Dezember 2006

	2006	2005
	Anmerkung EUR	EUR
<b>Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit</b>		
Periodenergebnis	16.341.787	2.627.663
<b>Berichtigungen zur Überleitung des Überschusses zu den Einnahmen und Ausgaben</b>	<b>-2.557.417</b>	<b>2.983.383</b>
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	2.651.680	1.453.121
Außerplanmäßige Abschreibungen	(9) 0	1.679.000
Netto Aufwand/Ertrag aus Anlagenabgängen	-17.637	1.365
Zahlungswirkung aus früheren gewerbsteuerlichen Organschaftsverhältnissen	0	2.100.000
Veränderung latente Steuern	(11) (16) -5.573.429	-2.277.795
Personalaufwand aus Mitarbeiterbeteiligungen	(26 a,b,c) 302.567	355.238
Ergebnis von assoziierten Unternehmen	(12) -1.255.558	-543.016
Ausgeschüttete Gewinne von assoziierten Unternehmen	448.575	281.462
Effekte aus Währungsumrechnungen	-195.984	-65.992
Einbuchung Verbindlichkeit Garantiedividende Minderheitsgesellschafter	(32) 1.082.369	0
<b>Cash Flow der betrieblichen Tätigkeit</b>	<b>13.784.370</b>	<b>5.611.046</b>
<b>Veränderungen der Aktiva und Passiva</b>		
Veränderung der Forderungen und sonstiger Vermögenswerte	-10.948.194	-5.594.694
Veränderung der sonstigen finanziellen Vermögenswerte	3.084.423	0
Veränderung der Vorräte	-2.000.271	0
Veränderung der Forderungen gegen assoziierten Unternehmen	-33.413	67.624
Veränderung der Forderungen gegen verbundenen Unternehmen	-192.908	-746.080
Veränderung des aktiven Rechnungsabgrenzungspostens	-159.655	-49.913
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen*1	8.690.313	3.228.778
Veränderung der Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Unternehmen	-205	-76.272
Veränderung der Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	518.743	384.103
Veränderung der Steuerrückstellungen	60.362	1.735.553
Veränderung der sonstigen Verbindlichkeiten	-316.792	667.969
Veränderung der Rückstellung	867.392	9.611
Veränderung des passiven Rechnungsabgrenzungspostens	-449.536	660.714
<b>Veränderungen der Aktiva und Passiva, gesamt</b>	<b>-879.741</b>	<b>287.393</b>
<b>Nettoeinnahmen der betrieblichen Tätigkeit</b>	<b>12.904.629</b>	<b>5.898.439</b>
<b>Cash Flow aus dem Investitionsbereich</b>		
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	(14) -599.900	-157.762
Investitionen in Sachanlagen	(13) -1.175.492	-913.150
Investitionen in Beteiligungen	-4.980	0
Einzahlungen aus Anlagenabgängen	55.589	13.280
Auszahlungen zum Erwerb von Unternehmensanteilen abzüglich der erworbenen Zahlungsmittel	(4) -45.814.949	-32.236.762
<b>Nettofinanzbedarf im Investitionsbereich</b>	<b>-47.539.732</b>	<b>-33.294.394</b>
<b>Cash Flow aus dem Finanzierungsbereich</b>		
Veränderung Inanspruchnahme Kreditlinien von verbundenen Unternehmen	(35) 14.759.322	32.587.387
Aufnahme/Rückführung von kurzfristigen Bankdarlehen	(40) 15.003.314	0
Zufüsse aus der Wandlung von Wandelschuldverschreibungen*2	(25) 61.052	65.507
Ein- / Rückzahlungen von Wandelschuldverschreibungen	-11.700	26.900
<b>Nettoeinnahmen für den Finanzierungsbereich</b>	<b>29.811.988</b>	<b>32.679.794</b>
Nettozunahme / Nettoabnahme der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-4.823.115	5.283.839
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres	10.844.941	5.545.204
Effekte aus der Veränderung der Wechselkurse auf die liquiden Mittel	-97.254	15.898
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode</b>	<b>5.924.572</b>	<b>10.844.941</b>
Zinseinzahlungen	175.130	105.562
Zinsauszahlungen	-1.042.699	-2.889
Steuerrückerstattungen	16.130	20.787
Auszahlungen für Steuern	-7.049.400	-1.627.950

\*1 Aus Wesentlichkeitsgründen und besserer Übersichtlichkeit wurden die im Vorjahr separat ausgewiesenen abgegrenzten Schulden mit den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistung zusammengefasst.

\*2 Aus Wesentlichkeitsgründen und besserer Übersichtlichkeit wurden die im Vorjahr separat ausgewiesenen Zuzahlung aus Wandlung von Wandelschuldverschreibungen in die Kapitalrücklage bzw. in das gezeichnete Kapital nunmehr zusammengefasst.

AdLINK Internet Media AG - Eigenkapitalveränderung in der Konzernbilanz nach IFRS vom 1. Januar bis 31. Dezember 2006 in EUR

	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Bilanzgewinn/ -verlust	Währungs- umrechnungs- differenzen	Veränderung/ Eigenkapital Anteilseigner	Minderheiten- anteile	Veränderung/ Gesamtes Eigenkapital EUR	Gesamtes Periodenergebnis Der Anteilseigner der AdLINK AG EUR	Der Minderheiten- anteile EUR
	in Aktien und in EUR	EUR	EUR	EUR	EUR		EUR	EUR	EUR
Stand zum 01. Januar 2005	<u>25.805.580</u>	<u>59.572.646</u>	<u>-67.881.574</u>	<u>267.700</u>	<u>17.764.352</u>	<u>0</u>	<u>17.764.352</u>	<u>-2.961.773</u>	<u>0</u>
Zuführung aus Mitarbeiterbeteiligungsprogramm	0	355.238	0	0	355.238	0	355.238		
Kompensationszahlung Mehrheitsaktionär für Nutzung Steuerv	0	2.100.000	0	0	2.100.000	0	2.100.000		
Ausübung von Wandelschuldverschreibungen	46.365	19.142	0	0	65.507	0	65.507		
Minderheitenanteile	0	0	0	0	0	2.517.340	2.517.340		
Währungsumrechnungsdifferenzen	0	0	0	-39.291	-39.291	0	-39.291	-39.291	
Periodenergebnis	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>1.028.309</u>	<u>0</u>	<u>1.028.309</u>	<u>1.599.354</u>	<u>2.627.663</u>	<u>1.028.309</u>	<u>1.599.354</u>
Stand zum 31. Dezember 2005	<u>25.851.945</u>	<u>62.047.026</u>	<u>-66.853.265</u>	<u>228.409</u>	<u>21.274.115</u>	<u>4.116.694</u>	<u>25.390.809</u>	<u>989.018</u>	<u>1.599.354</u>
Zuführung aus Mitarbeiterbeteiligungsprogramm	0	302.567	0	0	302.567	0	302.567		
Ausübung von Wandelschuldverschreibungen	62.955	32.248	0	0	95.203	0	95.203		
Nachträgliche Reduzierung IPO Kosten aufgrund Rückvergütung	0	368.375	0	0	368.375	0	368.375		
Erwerb von Minderheitenanteile	0	0	0	0	0	-4.113.066	-4.113.066		
Währungsumrechnungsdifferenzen	0	0	0	-235.657	-235.657	0	-235.657	-235.657	
Periodenergebnis	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>12.039.863</u>	<u>0</u>	<u>12.039.863</u>	<u>4.301.924</u>	<u>16.341.787</u>	<u>12.039.863</u>	<u>4.301.924</u>
Stand zum 31. Dezember 2006	<u>25.914.900</u>	<u>62.750.216</u>	<u>-54.813.402</u>	<u>-7.248</u>	<u>33.844.466</u>	<u>4.305.552</u>	<u>38.150.018</u>	<u>11.804.206</u>	<u>4.301.924</u>

# **Erläuterungen zum Konzernabschluss zum 31. Dezember 2006**

## **1) UNTERNEHMENS DATEN**

### Vorstand:

Stéphane Cordier (Vorstandsvorsitzender)  
Marc Stilke (Vorstandssprecher)  
Guy Challen (Finanzvorstand)

### Aufsichtsrat:

Michael Scheeren (Vorsitzender)  
Norbert Lang (Stellvertretender Vorsitzender)  
Andreas Gauger

### Mitarbeiter:

Die AdLINK-Gruppe beschäftigte zum 31. Dezember 2006 400 Mitarbeiter (Vorjahr: 267). Die durchschnittliche Mitarbeiterzahl betrug 336 (Vorjahr: 216).

## **2) GESCHÄFTSTÄTIGKEIT**

Gegenstand der Geschäftstätigkeit der AdLINK Internet Media AG, Elgendorfer Straße 57, 56410 Montabaur, eingetragen unter HRB 5432 in Montabaur, Deutschland (im Folgenden „die Gesellschaft“ oder „AdLINK AG“) ist der Erwerb, das Halten und das Verwalten von Beteiligungen an anderen Unternehmen im In- und Ausland sowie die Erbringung von Marketing-, Vertriebs- und sonstigen Dienstleistungen in den Bereichen Informations- und Telekommunikationstechnologie, die Beratung von Unternehmen in Marketing-, Vertriebs- und Werbefragen sowie die Vermarktung von Informations- und Telekommunikationstechnologien und Produkten aus diesen Bereichen.

Die Gesellschaft ist entsprechend der Satzung zu allen Geschäften und Maßnahmen berechtigt, die zur Erreichung des Gesellschaftszweckes dienlich sein können. Sie ist befugt, Unternehmen aller Art im In- und Ausland zu erwerben oder sich daran zu beteiligen und Zweigniederlassungen im In- und Ausland zu errichten.

Die Gesellschaft ist berechtigt, ihre Geschäftstätigkeit auch durch Tochter-, Beteiligungs- und Gemeinschaftsunternehmen auszuüben. Sie kann ihren Betrieb ganz oder teilweise in verbundene Unternehmen ausgliedern oder verbundenen Unternehmen überlassen.

Derzeit werden die Aktien im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse gehandelt. Die gesetzlichen Vertreter der AdLINK Internet Media AG haben gemäß § 161 AktG eine Entsprechungserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex abgegeben und diese den Aktionären auf der Internetseite dauerhaft zugänglich gemacht.

Alle Gesellschaften, an denen die AdLINK Internet Media AG unmittelbar oder mittelbar die Mehrheit der Anteile hält, werden in den Konzernabschluss einbezogen. Namentlich werden folgende Gesellschaften mit einbezogen (die Prozentangaben beziehen sich auf die direkt/indirekt gehaltenen Anteile):

### **Segment Media**

- AdLINK Internet Media GmbH Deutschland, Montabaur/Deutschland („AdLINK Germany“), 100%
- AdLINK Internet Media AB, Stockholm/Schweden („AdLINK Sweden“), 100%
- AdLINK Internet Media S.A., Levallois-Perret/Frankreich („AdLINK France“), 100%
- AdLINK Internet Media Ltd., London/Großbritannien („AdLINK UK“), 100%
- AdLINK Internet Media S.L., Madrid/Spanien („AdLINK Spain“), 100%
- AdLINK Internet Media N.V., Zellik/Belgien („AdLINK Belgium“), 100%
- AdLINK Internet Media APS, Kopenhagen/Dänemark („AdLINK Denmark“), 100% in Liquidation
- AdLINK Internet Media B.V., Haarlem/Niederlande („AdLINK Netherlands“), 100%
- AdLINK Italy Internet Media Srl, Mailand/Italien („AdLINK Italy“), 100%

### **Segment Affiliate Marketing**

- affilinet GmbH, Ebersberg/Deutschland („affilinet Germany“), 100%
- affilinet Ltd., London/Großbritannien („affilinet UK“), 100%
- CibleClick Performances S.A., Paris/Frankreich („CibleClick France“), 100%
- CibleClick SAS, Paris/Frankreich („CibleClick Holding“), 100%

### **Segment Domain Marketing**

- Sedo GmbH, Köln/Deutschland („Sedo Germany“), 75,94%
- Sedo LLC, Cambridge (Boston)/USA („Sedo USA“), 75,94%
- DomCollect Worldwide Intellectual Property AG, Zug/Schweiz („DomCollect“), 75,94%

### **Segment Corporate**

- net:dialogs GmbH, Montabaur/Germany („net:dialogs“), 100%

Neben dem seit dem 1. Januar 2004 bestehendem Gemeinschaftsunternehmen AdLINK Internet Media AG, Küsnacht/Schweiz („AdLINK Switzerland“) an dem die AdLINK Internet Media AG und die Goldbach Media AG („Goldbach“), Küsnacht/Schweiz zu jeweils 50% beteiligt sind, erwarb die AdLINK Internet Media AG per notariellen Vertrag vom 19. Juli 2006 einen 30% Anteil an der neu gegründeten AdLINK Internet Media GmbH, Wien/Österreich („AdLINK Austria“). Die Goldbach Media AG („Goldbach“), Küsnacht/Schweiz ist mit 70% beteiligt und hat ihr österreichisches Online-Geschäft im Rahmen der Gründung der Gesellschaft eingebracht. Beide Gesellschaften werden als assoziierte Unternehmen nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss mit einbezogen. Die Ergebnisse werden dabei dem Segment AdLINK Media zugerechnet.

Der Geschäftsbetrieb der AdLINK Internet Media APS, Kopenhagen/Dänemark wurde zum 28. Februar 2006 eingestellt und der Schließungsprozess wurde eingeleitet. Die offizielle Löschung aus dem Handelsregister wird für das 1. Quartal 2007 erwartet.

Im Laufe des Geschäftsjahres wurden die nicht operativen Firmen AdLINK International Internet Sales Ltd., Dublin/Republik Irland, AdLINK Benelux Limited, Dublin/Republik Irland, AdLINK Italy Limited, Dublin/Republik Irland sowie AdLINK International Internet Purchasing Limited, Dublin/Republik Irland liquidiert.

Ferner wurde der in 2005 eingeleitete Schließungsprozess für die nicht operative Firma CibleClick Ltd., London/Großbritannien fortgesetzt. Die Gesellschaft wurde im Geschäftsjahr 2006 entkonsolidiert. Die offizielle Löschung aus dem Handelsregister erfolgte im Januar 2007.

Aus den Entkonsolidierungen ergaben sich keine wesentlichen Auswirkungen, da keine der Gesellschaften mehr operativ tätig waren oder über nennenswerte Vermögenswerte verfügten.

Per notariellen Vertrag vom 20. Oktober 2006 wurde die net:dialogs GmbH, Montabaur/Germany gegründet. Die net:dialogs GmbH wird sich zukünftig auf die Gewinnung von Kunden und Kundenkontakten für Großkunden konzentrieren.

### **3) ZUSAMMENFASSUNG DER WESENTLICHEN BILANZIERUNGS-, BEWERTUNGS- UND KONSOLIDIERUNGSGRUNDSÄTZE**

#### **a) Grundlagen der Erstellung des Abschlusses**

Entsprechend Artikel 4 der sog. IAS-Verordnung (Verordnung (EG) Nr. 1606/2002 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Juli 2002 betreffend die Anwendung internationaler Rechnungslegungsstandards, ABl. EG Nr. L 243 S. 1) erstellt die AdLINK Gruppe den Konzernabschluss nach IFRS („International Financial Reporting Standards“). Die Gesellschaft hat bei der Aufstellung des Konzernabschlusses ergänzend dazu die Vorschriften des § 315a Abs. 1 HGB beachtet und auch angewendet. Es wurden alle am Bilanzstichtag gültigen IFRS beachtet, wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind.

Der Bilanzstichtag ist der 31. Dezember 2006. Die Berichtswährung ist Euro. Die Angaben im Anhang erfolgen entsprechend der jeweiligen Angabe in Euro (EUR) oder in tausend Euro (TEUR). Die Erstellung des Konzernabschlusses erfolgt grundsätzlich unter Anwendung des Anschaffungskostenprinzips.

Der Konzernabschluss umfasst den Abschluss der AdLINK Internet Media AG und ihrer Tochterunternehmen zum 31. Dezember eines jeden Geschäftsjahres. Die Abschlüsse der Tochterunternehmen, einschließlich der assoziierten Unternehmen, werden unter Anwendung einheitlicher Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden zum gleichen Bilanzstichtag aufgestellt wie der Abschluss des Mutterunternehmens.

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

Tochtergesellschaften werden ab dem Erwerbszeitpunkt, d.h. ab dem Zeitpunkt, an dem der Konzern die Beherrschung erlangt, voll konsolidiert. Die Einbeziehung in den Konzernabschluss endet, sobald die Beherrschung durch das Mutterunternehmen nicht mehr besteht.

Die Anschaffungskosten für den Erwerb der zusätzlichen Anteile an den Tochtergesellschaften CibleClick Holding und Sedo Germany im Geschäftsjahr 2006 werden abzüglich der erworbenen Minderheitenanteile als Goodwill erfasst, der auf die beiden Gesellschaften, die zahlungsmittelgenerierende Einheiten darstellen, verteilt wurden. Die Minderheitenanteile im Periodenergebnis wurden entsprechend dem in den einzelnen Monaten gültigen Anteilssatz ausgewiesen.

Der Aufsichtsrat hat in seiner Sitzung am 22. März 2006 den Konzernjahresabschluss 2005 gebilligt. Der Abschluss wurde am 7. September 2006 im Bundesanzeiger Nr. 169 veröffentlicht.

Der Konzernabschluss 2006 wurde vom Vorstand der Gesellschaft am 6. März 2007 aufgestellt und im Anschluss an den Aufsichtsrat weitergeleitet. Der Konzernabschluss wird am 28. März 2007 dem Aufsichtsrat zur Billigung vorgelegt.

## **b) Verpflichtend anzuwendende neue Rechnungslegungsstandards**

Die angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden entsprechen im Wesentlichen den im Vorjahr angewandten Methoden. Aus der Anwendung von neuen bzw. überarbeiteten Standards und Interpretationen ergeben sich für die Gesellschaft keine wesentlichen Auswirkungen auf die Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage.

Vom IASB wurde Änderungen an bestehenden IFRS sowie neue IFRS verabschiedet und neue Interpretationen des International Financial Reporting Committee (IFRIC) veröffentlicht, die für Unternehmen verpflichtend für alle am oder nach dem 1. Januar 2006 beginnenden Geschäftsjahr anzuwenden sind. Im Einzelnen handelt es sich um die Standards IAS 1 und IAS 19, IAS 21, IAS 39 und IFRS 4, sowie den Interpretationen IFRS 4,5 und 6. Auf den Abschluss der AdLINK Gruppe haben die Neuregelungen keine materiellen Auswirkungen.

## **c) Freiwillig anzuwendende neue Rechnungslegungsstandards**

Neben den für das Geschäftsjahr 2006 verpflichtend anzuwendenden IFRS wurden vom International Accounting Standards Board (IASB) bzw. International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) noch weitere IFRSs und IFRICs veröffentlicht, die das Endorsement der EU bereits durchlaufen haben, aber erst zu einem späteren Zeitpunkt verpflichtend anzuwenden sind. Nachfolgend werden jedoch nur Standards bzw. Interpretationen aufgeführt, die eine Relevanz für den Konzern haben könnten. Von der Möglichkeit einer freiwilligen vorzeitigen Anwendung dieser Standards/Interpretationen wird kein Gebrauch gemacht.

Am 18. August 2005 hat das IASB den Standard IFRS 7 „Financial Instruments: Disclosures“ veröffentlicht. Dieser ersetzt den bestehenden IAS 30 und übernimmt aus dem IAS 32 sämtliche Vorschriften hinsichtlich Anhangsangaben. Ferner wurden in diesem Zusammenhang noch Änderungen bzw. Ergänzungen in IAS 1 hinsichtlich der Angabepflichten zum Kapital („capital disclosures“) vorgenommen. Der Standard führt zu einer grundlegenden Umstrukturierung der Offenlegungspflichten für Finanzinstrumente. Im Wesentlichen werden Angaben zu den Zielen, Methoden, Risiken, Sicherheiten und Prozessen des Managements gefordert. Die Offenlegungspflichten nach IFRS 7 sowie die geänderten Angabepflichten zum Kapitel nach IAS 1 sind erstmals auf Berichtsperioden, die am oder nach dem 1. Januar 2007 beginnen, anzuwenden; eine frühere Anwendung wird empfohlen. Für die Gesellschaft haben die Neuregelungen des IFRS 7 keine Bewertungsänderungen zur Folge.

Aus der Anwendung der bis zum 31. Dezember 2006 das Endorsement der EU bereits durchlaufenden neu veröffentlichten und von der Gesellschaft noch nicht freiwillig vorab angewandten IFRIC 7, IFRIC 8 und IFRIC 9 werden zukünftig voraussichtlich keine wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage erwartet.

## **d) Umsatzrealisierung**

Die Gesellschaft erwirtschaftet Ihre Umsätze im Bereich der Online-Werbung und verwandte Bereiche. Im Wesentlichen lassen sich die angebotenen Dienstleistungen in drei Tätigkeitsbereiche aufgliedern, AdLINK Media, Affiliate Marketing und Domain Marketing. Alle drei Bereiche unterliegen im Wesentlichen denselben Marktstrukturen und –risiken, weisen jedoch teilweise eine unterschiedliche Technologieinfrastruktur und/oder Preismodelle auf.

## Segment AdLINK Media

Im Segment Media erzielt die Gesellschaft ihre Umsatzerlöse aus dem Verkauf von Werbeflächen auf Internetseiten (Banner, Skyscraper, Rectangles, Content Integration, Pop-ups etc.) auf Basis von Abrechnung nach Einblendungen bzw. auf Basis von Abrechnung nach generierten Klicks. Des Weiteren werden Umsätze aus der Versendung von E-Mails und Newslettern generiert.

Beim Verkauf der Werbeflächen und der Platzierung der Werbung werden die Umsatzerlöse in Abhängigkeit der erreichten Reichweiten abgerechnet. Die Umsatzrealisation findet dann statt, wenn die Kampagnenschaltung entsprechend der Leistungsvereinbarung erfolgte, d.h. wenn die entsprechenden Einblendungen, Klicks, Registrierungen etc. tatsächlich generiert wurden. Die entsprechenden Abrechnungen finden überwiegend in einem monatlichen Turnus statt. In Teilmärkten oder in Einzelfällen finden die Abrechnungen teilweise auch im Voraus oder am Kampagnenende statt. Etwaige noch nicht erbrachte, aber fakturierte Leistungen werden in den Rechnungsabgrenzungsposten eingestellt. Erbrachte, aber noch nicht fakturierte Leistungen werden als Forderungen abgegrenzt.

Als Umsatz wird der mit dem Kunden vereinbarte und an ihn fakturierte Betrag, abzüglich sämtlicher Rabatte und Jahresbonusvereinbarungen, ausgewiesen. Die den Betreibern der Webseiten von AdLINK gutgeschriebenen Beträge werden unter den Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen ausgewiesen. Der Ausweis der Umsatzerlöse erfolgt zum Großteil auf Brutto-Basis, da das volle wirtschaftliche Risiko der Transaktion von der Gesellschaft getragen wird.

## Segment Affiliate Marketing

Die Gesellschaft betreibt eine Internetplattform für Werbetreibende auf der einen und Webseiten-Betreiber auf der anderen Seite. Die Werbetreibenden (Merchants) offerieren dabei Partnerprogramme, welche die Webseiten-Betreiber (Affiliate) selbsttätig akzeptieren können. Im Rahmen dieser Partnerprogramme bindet der Affiliate Werbung des Merchants auf seinen Webseiten ein und erhält dafür eine vorab vereinbarte Vergütung. Die Erfolgsmessung kann dabei nach Einblendungen, nach Anzahl der generierten Klicks/Registrierungen oder auch nach der Höhe des generierten Umsatzes erfolgen.

Dabei berechnet die Gesellschaft dem Merchant die durch die Affiliates erbrachten Werbeleistungen entsprechend vereinbarter Konditionen und vergütet den Affiliates die generierten Werbeleistungen. Der Ausweis der Umsatzerlöse erfolgt auf Brutto-Basis, da das volle wirtschaftliche Risiko der Transaktion von der Gesellschaft getragen wird.

## Segment Domain Marketing

Sedo betreibt eine Handelsplattform für den Domain-Sekundärmarkt, d.h. über die Handelsplattform können Domaininhaber ihre Domains weiter verkaufen. Darüber hinaus offeriert die Gesellschaft Domaininhabern nichtgenutzte Domains zu Werbezwecken zu vermarkten, das sogenannte Domain-Parking.

Die Gesellschaft erzielt erfolgsabhängige (überwiegend auf Klick-Basis) Werbeerlöse aus der Vermarktung der sich im Domain-Parking befindlichen Domains. Dabei erhält die Gesellschaft auf monatlicher Basis die Brutto-Umsätze vergütet und zahlt den Domaininhabern entsprechend den jeweiligen Vertragskonditionen eine anteilige Vergütung. Der Ausweis der Umsatzerlöse erfolgt auf Brutto-Basis, da das volle wirtschaftliche Risiko der Transaktion von der Gesellschaft getragen wird.

Die Gesellschaft erzielt ferner ihre Umsätze aus Verkaufsprovisionen bei erfolgreichem Verkauf einer Domain über die Plattform und aus Dienstleistungen rund um diesen Themenbereich (Wertgutachten, Dienstleistungen im Rahmen der Rechteübertragung von Domains, Treuhand-Dienstleistungen u.ä.). Die Realisierung des Umsatzes erfolgt dabei mit Abschluss der Transaktion bzw. nach Erstellung des Gutachtens.

#### **e) Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente**

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente bestehen aus Bankguthaben, Schecks, Kassenbeständen sowie kurzfristigen Sichteinlagen, die allesamt einen hohen Liquiditätsgrad und eine Restlaufzeit von unter 3 Monaten aufweisen.

Für Zwecke der Kapitalflussrechnung umfassen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente die oben definierten Zahlungsmittel und kurzfristigen Einlagen.

#### **f) Forderungen aus Lieferungen und Leistungen**

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden bei erstmaliger Erfassung mit dem beizulegenden Zeitwert und anschließend mit den fortgeschriebenen Anschaffungskosten (diese entsprechen in der Regel dem ihrem Nominalwert) abzüglich angemessener Wertberichtigungen angesetzt.

Wertberichtigungen werden auf Basis von Erfahrungswerten durch Klassifizierung der Forderungen nach dem Alter und auf Basis von sonstigen Informationen hinsichtlich der Werthaltigkeit von kundenspezifischen Forderungen gebildet.

#### **g) Anteile an assoziierten Unternehmen**

Anteile an assoziierten Unternehmen sind nach der Equity-Methode bewertet. Dabei wird der Anteil am assoziierten Unternehmen bei Zugang stets mit seinen Anschaffungskosten bewertet. In der Folgebewertung wird der Wert der Anteile entsprechend des Eigenkapitalanteils des assoziierten Unternehmens angepasst.

#### **h) Sachanlagen**

Vermögenswerte des Sachanlagevermögens sind zu Anschaffungskosten abzüglich der kumulierten Abschreibungen bewertet. Gewinne oder Verluste aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens werden in den sonstigen betrieblichen Erträgen oder Aufwendungen berücksichtigt.

Vermögenswerte des Sachanlagevermögens werden über deren voraussichtliche wirtschaftliche Nutzungsdauer linear abgeschrieben.

Die angesetzten Nutzungsdauern ergeben sich aus der folgenden Übersicht:

	Nutzungsdauer in Jahren
Kraftfahrzeuge	5 bis 6
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3 bis 10
Büroeinrichtung	5 bis 13

## **i) Immaterielle Vermögenswerte (ohne Firmenwerte)**

In Übereinstimmung mit IAS 38 sind die ausgewiesenen Markenrechte affilinet® und Sedo® als Vermögenswerte mit einer unbestimmten Nutzungsdauer klassifiziert worden und unterlagen demzufolge keiner planmäßigen Abschreibung.

Sonstige Immaterielle Vermögenswerte mit begrenzter Nutzungsdauer wie erworbene Software, Lizenzen und sonstige Rechte werden zu Anschaffungskosten, vermindert um planmäßige lineare Abschreibungen über die betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer, bilanziert. Der Abschreibungszeitraum und die Abschreibungsmethode werden am Ende eines jeden Geschäftsjahres überprüft.

	Nutzungsdauer in Jahren
Markenrechte*	Unbegrenzt
Internetplattform Sedo	5
Datenbanken	5
Lizenzen	3 bis 6
Software*	3 bis 5

\* Für die Marke CibleClick® wurde auf Basis der Managementeinschätzung eine abweichende Abschreibungsdauer von 2 Jahren unterstellt, da ein einheitlicher Markenauftritt des Segments Affiliate Marketing angestrebt wird. Darüber hinaus wurde die Softwareplattform der CibleClick über 1 Jahr abgeschrieben, da eine Migration des Softwaresystems auf die technische Plattform der affilinet Germany im Geschäftsjahr 2007 vorgesehen ist.

## **j) Firmenwerte**

Geschäfts- und Firmenwerte aus einem Unternehmenszusammenschluss werden bei dem erstmaligen Ansatz zu Anschaffungskosten bewertet, die sich als Überschuss der Anschaffungskosten des Unternehmenszusammenschlusses über den Anteil des Konzerns an den beizulegenden Zeitwerten der erworbenen identifizierbaren Vermögenswerte, Schulden und Eventualschulden bemessen. Nach dem erstmaligen Ansatz wird der Geschäfts- oder Firmenwert zu Anschaffungskosten abzüglich kumulierter Wertminderungen bewertet.

Entsprechend den IFRS-Regelungen sind Firmenwerte keiner planmäßigen Abschreibung zu unterziehen. Vielmehr sind die einzelnen erworbenen Firmenwerte mindestens einmal jährlich einer Prüfung der Werthaltigkeit zu unterziehen („Impairment-Only-Ansatz“). Dies erfolgt unabhängig davon, ob ein Hinweis auf eine Wertminderung vorliegt. Sollte sich im Rahmen der Überprüfung eine Wertminderung herausstellen, sind die betroffenen Firmenwerte durch eine außerplanmäßige Abschreibung dem ermittelten Wert anzupassen. Wertaufholungen sind nicht zu erfassen.

## **k) Wertminderung von Vermögenswerten**

Vermögenswerte der Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte (inklusive Firmenwert) werden auf eine Wertminderung hin überprüft, wenn Sachverhalte oder Änderungen der Umstände darauf hindeuten, dass der Buchwert eines Vermögenswertes nicht erzielbar sein könnte. Sobald der Buchwert eines Vermögenswertes seinen erzielbaren Betrag übersteigt, wird eine Wertminderung ergebniswirksam erfasst. Der erzielbare Betrag ist der höhere der Beträge aus beizulegendem Zeitwert abzüglich der Verkaufskosten und Nutzungswert. Der beizulegende Zeitwert abzüglich der Verkaufskosten ist der Betrag, der durch den Verkauf eines Vermögenswertes oder einer zahlungsmittelgenerierenden Einheit in einer Transaktion zu Marktbedingungen zwischen sachverständigen, vertragswilligen Parteien nach Abzug der Veräußerungskosten erzielt werden könnte. Der Nutzungswert ist der Barwert der zukünftigen Cashflows, der voraussichtlich aus einem Vermögenswert oder einer zahlungsmittelgenerierenden Einheit abgeleitet werden kann. Der erzielbare Betrag wird für jeden Vermögenswert einzeln oder, falls dies nicht möglich ist, für die zahlungsmittelgenerierende Einheit, zu der der Vermögenswert gehört, ermittelt.

Ist der Nutzungswert der zahlungsmittelgenerierenden Einheit niedriger als der Buchwert des zugrunde liegenden Nettovermögens zuzüglich des Firmenwertes, wird die Wertminderung ergebniswirksam erfasst.

Für das Geschäftsjahr 2006 wurden keine außerplanmäßigen Abschreibungen auf Vermögenswerte vorgenommen (Vorjahr: TEUR 1.679).

## **l) Ertragsteuern**

Ertragsteuern werden auf Grundlage der Verbindlichkeits-Methode ermittelt, wonach latente Steuern jeweils auf Ansatz- und Bewertungsunterschiede bei den Vermögenswerten und Schulden zwischen IFRS- und Steuerbilanz gebildet werden. Aktive und passive latente Steuern werden auf der Grundlage der aktuellen Steuersätze der jeweiligen Landesgesellschaft bewertet, die für den Zeitraum gelten, in dem sich die zeitlichen Unterschiede voraussichtlich ausgleichen.

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 künftiges zu versteuerndes Ergebnis die Realisierung des latenten Steueranspruches ermöglicht.

Für die Prüfung der voraussichtlichen Realisierbarkeit der Nutzung der latenten Steueransprüche werden im Regelfall die voraussichtlichen Ergebnisse der nächsten drei Jahre nach Bilanzstichtag herangezogen, unter der Voraussetzung von wenigstens 2 Gewinnjahren.

## **m) Ermessungsausübung des Managements und Hauptquellen von Schätzungsunsicherheiten**

Die Aufstellung des konsolidierten Jahresabschlusses in Übereinstimmung mit den IFRS erfordert teilweise die Vornahme von Schätzungen oder das Treffen von zukunftsbezogenen Annahmen durch den Vorstand, die die Bilanzierung der Vermögenswerte, Schulden und finanziellen Verpflichtungen zum Bilanzstichtag sowie die Erträge und Aufwendungen in der Berichtsperiode betreffen.

riode beeinflussen. Die tatsächlichen Beträge bzw. Entwicklungen können von diesen Schätzungen und Annahmen abweichen.

Die wichtigsten zukunftsbezogenen Annahmen sowie sonstige am Stichtag bestehende wesentliche Quellen von Schätzungsunsicherheiten, aufgrund derer ein potentiell Risiko besteht, dass innerhalb des nächsten Geschäftsjahres eine wesentliche Anpassung der Buchwerte von Vermögenswerten und schulden erforderlich sein wird betreffen die Firmenwerte und Aktive Latente Steuern. In diesem Zusammenhang verweisen wir auf die Erläuterungen zur Bestimmung der Aktivierung von aktiven latenten Steuern auf steuerliche Verlustvorträge 3)l),16) sowie die Bestimmung des Wertberichtigungsbedarfs für Geschäfts- und Firmenwerte und sonstige Immaterielle Vermögenswerte 3)k).

Darüber basieren auch Sachverhalte wie die Nutzungsdauern von Anlagegegenständen, Rückstellungen, Forderungswertberichtigungen, Ermittlung und Bewertung von erworbenen immateriellen Vermögenswerten im Rahmen der Kaufpreisallokation oder die Bewertung der Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen zum Teil auf Schätzungen und Annahmen.

#### **n) Fremdwährungsumrechnung**

Die Umrechnung der in ausländischer Währung aufgestellten Einzelabschlüsse erfolgt nach der Methode der funktionalen Währung. Die funktionale Währung von jeder der Tochtergesellschaften der Gesellschaft ist die lokale Währung des jeweiligen Landes, in dem die Tochtergesellschaft ihren Sitz hat. Demnach werden Aktiva und Passiva, die in Fremdwährung in den Bilanzen der ausländischen Tochtergesellschaften bilanziert werden (ausgenommen Eigenkapital), zu dem jeweiligen Stichtagskurs in EUR umgerechnet. Die Umrechnung der Erträge und Aufwendungen erfolgt zum Durchschnittskurs des jeweiligen Geschäftsjahres. Unterschiedsbeträge der Fremdwährungsumrechnung, die sich aus der Bewertung des Eigenkapitals zum historischen Kurs und der Aktiva und sonstigen Passiva zum Stichtagskurs ergeben, werden erfolgsneutral als Währungsdifferenzen im Eigenkapital ausgewiesen.

#### **o) Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen**

Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen werden bei erstmaliger Erfassung mit dem beizulegenden Zeitwert und danach mit fortgeführten Anschaffungskosten angesetzt (für kurzfristige Verbindlichkeiten in der Regel ihr Rückzahlungs- oder Erfüllungsbetrag).

#### **p) Rückstellungen**

Entsprechend den IFRS-Regelungen werden Rückstellungen gebildet, soweit gegenüber Dritten eine gegenwärtige Verpflichtung aus einem vergangenen Ereignis besteht, die künftig wahrscheinlich zu einem Abfluss von Ressourcen führt und deren Höhe zuverlässig geschätzt werden kann. Rückstellungen, die nicht schon im Folgejahr zu einem Ressourcenabfluss führen, werden mit ihrem auf den Bilanzstichtag abgezinsten Erfüllungsbetrag angesetzt. Der Abzinsung liegen Marktzinssätze zugrunde. Der Erfüllungsbetrag erfasst auch die erwarteten Kostensteigerungen.

#### **q) Fremdkapitalkosten**

Fremdkapitalkosten nach IAS 23 werden grundsätzlich als Aufwand periodengerecht erfasst.

## **r) Ergebnis je Aktie**

Das Ergebnis je Aktie (basic earnings per share) wird berechnet, indem das den Inhabern von Namensaktien zuzurechnende Ergebnis durch den für den Zeitraum gewogenen Durchschnitt der ausgegebenen Aktien geteilt wird.

Das „verwässerte“ Ergebnis je Aktie (diluted earnings per share) wird ähnlich dem Ergebnis je Aktie ermittelt, mit der Ausnahme, dass die durchschnittliche Anzahl der ausgegebenen Aktien um den Anteil erhöht wird, der sich ergeben hätte, wenn die aus den ausgegebenen Wandelschuldverschreibungen resultierenden Wandlungsrechte ausgeübt worden wären. Zum 31. Dezember 2006 ist das Grundkapital eingeteilt in 25.914.900 (zum 31. Dezember 2005: 25.851.945 Stück) auf den Namen lautende Stückaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 1,00 €. Der gewogene Durchschnitt der für die Berechnung zugrunde gelegten Anzahl an Aktien beläuft sich für das Geschäftsjahr 2006 auf 25.884.411 Stück (Vorjahr: 25.833.092 Stück). Bei Zugrundelegung dieser Stückzahl ergibt sich ein Ergebnis je Aktie von EUR 0,47 (Vorjahr: EUR 0,04).

Für die Berechnung der verwässerten Anzahl an durchschnittlich ausstehenden Aktien wurden nur die Optionen berücksichtigt, deren Ausübungspreis über dem durchschnittlichen Aktienkurs des jeweiligen Geschäftsjahres lag. Daraus ergibt sich eine zu berücksichtigende verwässerte Anzahl an durchschnittlich ausstehenden Aktien für das Geschäftsjahr 2006 von 26.748.933 Stück (Vorjahr: 26.058.930 Stück). Daraus ergibt sich ein verwässertes Ergebnis für je Aktie von EUR 0,45 (Vorjahr EUR 0,04).

## **s) Mitarbeiterbeteiligungsmodelle**

Entsprechend IFRS 2 werden die Aufwendungen, die aufgrund von Transaktionen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente entstehen mit dem beizulegenden Zeitwert der gewährten Eigenkapitalinstrumente zum Zeitpunkt ihrer Gewährung bewertet. Die Bewertung erfolgte unter Anwendung eines Binomialmodells (für nähere Einzelheiten siehe Anhangsangabe 26). Die Aufwendungen aus Transaktionen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente werden bei gleichzeitiger entsprechender Erhöhung des Eigenkapitals über den Zeitraum erfasst, in dem die Leistungs- und/oder Dienstbedingungen erfüllt werden. Dieser Zeitraum endet zu dem Zeitpunkt, ab dem der betreffende Mitarbeiter unwiderruflich bezugsberechtigt wird („Zeitpunkt der ersten Ausübungsmöglichkeit“). Die kumulierten Aufwendungen für Transaktionen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente reflektieren zu jedem Berichtszeitpunkt bis zum Zeitpunkt der ersten Ausübungsmöglichkeit den Teil des bereits abgelaufenen Erdienungszeitraums sowie die Anzahl der Eigenkapitalinstrumente, die auf Grundlage der besten Schätzung des Konzerns schließlich unverfallbar werden. Der Betrag, der der Gewinn- und Verlustrechnung belastet bzw. gutgeschrieben wird, reflektiert die Entwicklung der zu Beginn und am Ende des Berichtszeitraums erfassten kumulierten Aufwendungen.

Im Geschäftsjahr 2006 wurde ein Aufwand in Höhe von TEUR 303 (Vorjahr: TEUR 355) erfasst.

#### **t) Ereignisse nach dem Bilanzstichtag**

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag sind vorteilhafte oder nachteilige Ereignisse, die zwischen dem Bilanzstichtag und dem Tag eintreten, an dem der Abschluss zur Veröffentlichung freigegeben wird. Ereignisse, die weitere substantielle Hinweise zu Gegebenheiten liefern, die bereits am Bilanzstichtag vorgelegen haben, sind im Konzernabschluss berücksichtigt. Ereignisse, die Gegebenheiten anzeigen, die nach dem Bilanzstichtag eingetreten sind, werden im Anhang und im Lagebericht dargestellt, wenn sie von wesentlicher Bedeutung sind.

Bis zur Veröffentlichung dieses Abschlusses sind jedoch keine Ereignisse von wesentlicher Bedeutung eingetreten.

#### **u) Unternehmenszusammenschlüsse**

IFRS 3 wurde auf alle Unternehmenszusammenschlüsse mit Datum des Vertragsabschlusses am oder nach dem 31. März 2004 angewendet.

Der Konzern bewertet im Rahmen der Erstbewertung die identifizierbaren Vermögenswerte, Schulden und Eventualschulden in voller Höhe mit ihren beizulegenden Zeitwerten zum Zeitpunkt des Erwerbs. Minderheitenanteile werden folglich in Höhe ihres Anteils an den beizulegenden Zeitwerten der Vermögenswerte und Schulden angesetzt.

Darüber hinaus ist nun für jeden einzelnen immateriellen Vermögenswert zu bestimmen, ob er eine begrenzte oder unbestimmte Nutzungsdauer hat. In diesem Zusammenhang verweisen wir auf die Erläuterungen unter Punkt 3)i).

#### **v) Rückwirkende Anpassung**

Im Rahmen der Unternehmensakquisitionen der Sedo GmbH und der affilinet GmbH im Geschäftsjahr 2005 wurden immaterielle Vermögenswerte identifiziert, die im Geschäftsjahr 2005 zu anteiligen Abschreibungen führten. Auch aufgrund der Akquisition der CibleClick Performances S.A. im Dezember 2006 sind die Abschreibungen auf im Rahmen von Unternehmenserwerben aktivierte immaterielle Vermögenswerte nicht mehr unwesentlich und werden nunmehr zur besseren Verständlichkeit separat ausgewiesen. Im Geschäftsjahr 2005 wurden die Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte unter den Verwaltungskosten ausgewiesen. Die Abschreibungen auf im Rahmen von Unternehmensakquisitionen aktivierten immateriellen Vermögenswerten belaufen sich auf TEUR 1.776 (Vorjahr: TEUR 828). Davon entfallen TEUR 1.001 (Vorjahr: TEUR 337) auf Abschreibungen der Datenbanken, TEUR 376 (Vorjahr: TEUR 282) auf Abschreibungen der Internetplattform, TEUR 344 (Vorjahr: TEUR 209) auf Abschreibungen der Software sowie TEUR 55 (Vorjahr: TEUR 0) auf Abschreibungen der Markenrechte. Die Abschreibungen auf im Rahmen von Unternehmensakquisitionen aktivierten immateriellen Vermögenswerten werden in der Gewinn- und Verlustrechnung separat ausgewiesen. Eine Allokation auf die einzelnen Funktionsbereiche erfolgt nicht.

#### **w) Erwerb zusätzlicher Anteile an bereits voll konsolidierten Unternehmen**

Der Erwerb zusätzlicher Anteile an bereits voll konsolidierten Unternehmen erfolgt nach der sog. „parent-entity-extension“ Methode. Nach dieser Methode wird ein positiver oder negativer Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe der Differenz zwischen Kaufpreis und anteiligem Vermögen (nach IFRS-Buchwerten) ermittelt. In der Folge werden die positiven oder negativen Geschäfts- oder Firmenwerte analog zu den aus Unternehmenszusammenschlüssen entstehenden bilanziert.

### **4) UNTERNEHMENSAKQUISITIONEN**

#### **a) Erwerb zusätzlicher Anteile an der Sedo GmbH**

Im Geschäftsjahr 2005 hatte die AdLINK AG insgesamt 52,14% der Anteile an Sedo Germany erworben. Am 20. November 2006 erwarb die AdLINK Germany weitere 23,80% der Anteile der Sedo Germany. Gleichzeitig brachte die AdLINK AG die bereits gehaltenen 52,14% als Sachkapitaleinlage in die AdLINK Germany ein, so dass zum 31. Dezember 2006 75,94% der Anteile der Sedo Germany von der AdLINK Germany gehalten werden.

Die Anschaffungskosten der zusätzlichen Anteile betragen TEUR 34.606, darin enthalten sind dem Kaufpreis direkt zurechenbare Kosten in Höhe von TEUR 101. Insgesamt betragen die Anschaffungskosten für die Sedo Anteile in Höhe 75,94% in den Geschäftsjahren 2005/2006 damit TEUR 48.945, wovon TEUR 146 auf Anschaffungsnebenkosten entfielen.

Im Zuge der Aufstockung der Anteile an der Sedo Germany wurde mit der AdLINK Germany ein Ergebnisabführungsvertrag abgeschlossen, mit Wirkung ab dem 01. Januar 2007. Durch den Ergebnisabführungsvertrag wird die Sedo Germany ihr Ergebnis vollständig an die AdLINK Germany abführen. Als Ausgleich an die Minderheitsgesellschafter sieht der Vertrag eine Zahlung einer Dividende in Höhe von TEUR 250 pro Geschäftsjahr vor, fällig innerhalb von drei Monaten nach Bilanzstichtag. Der Vertrag kann erstmals zum 31. Dezember 2011 gekündigt werden.

Im Rahmen des Erwerbes der weiteren Anteile wurde den Minderheitsgesellschaftern eine bedingte Put-Option eingeräumt. Die Put-Option kann im Zeitraum vom 01. Januar 2009 bis 31. Dezember 2015 ausgeübt werden. Die Option ist insofern bedingt, als dass AdLINK das Recht hat der Ausübung der Put-Option zu widersprechen. Die Höhe der Kaufpreise hängen im Wesentlichen von der Ergebnisentwicklung der Gesellschaft ab.

Zur Finanzierung des Kaufpreises im Geschäftsjahr 2005 hatte die United Internet AG einen Rahmenkredit in Höhe von TEUR 14.013 zur Verfügung gestellt, der mit den Anteilen der Sedo GmbH besichert war. Im Zuge des Abschlusses eines neuen Rahmenkreditvertrages zur Finanzierung der Anteilsaufstockung an der Sedo Germany, am 20. Dezember 2006 (siehe Erläuterungen im Punkt 5)b), wurde der alte Rahmenkreditvertrag und die entsprechende Besicherung aufgehoben.

## **b) Erwerb der ausstehenden Anteile an der CibleClick Performances S.A.**

Im Geschäftsjahr 2005 hatte der Konzern 71,46% der Anteile an der CibleClick Performances S.A. mit Sitz Paris, Frankreich erworben. Der am 14. Dezember 2005 unterschriebene Kaufvertrag verpflichtete den AdLINK Konzern zum Kauf von 75% der Anteile an der CibleClick Performance S.A., wobei der rechtliche Erwerb der verbleibenden 3,54% im 2. Quartal 2006 vorgesehen war. Der Kaufpreis dieser ersten beiden Tranchen war abhängig von den testierten EBIT 2005 der CibleClick Gruppe.

Mit Zahlung vom 3. April 2006 erfolgten der Erwerb der zusätzlichen 3,54% und die Begleichung der 2. Kaufpreisrate für die im Dezember 2005 erworbenen 71,46%. Die verbliebenen 25% wurden am 20. Oktober 2006 erworben.

Insgesamt beliefen sich die Anschaffungskosten für die Geschäftsjahre 2005/2006 auf insgesamt TEUR 22.243 (davon TEUR 615 direkt zurechenbare Anschaffungsnebenkosten) wovon EUR TEUR 11.209 im Geschäftsjahr 2006 gezahlt wurden.

## **c) Erwerb der Anteile an der affilinet GmbH, Ebersberg/Deutschland**

Im Geschäftsjahr 2005 erwarb der Konzern zum 1. April 2005 von der bisherigen Eigentümerin United Internet AG 100% der Anteile an der affilinet GmbH, Ebersberg/Deutschland.

Da zwischen der United Internet AG und der AdLINK AG ein Mutter-Tochter-Verhältnis vorliegt, handelt es sich bei diesem Unternehmenskauf um eine Transaktion, bei der eine Beteiligung verkauft, die unter gemeinsamer Beherrschung steht. Die Gesellschaft hat den sogenannten „separate entity approach“ angewendet. Hiernach ist der Unternehmenskauf nach IAS 8 unter analoger Anwendung von IFRS 3 wie ein Unternehmenserwerb mit Dritten zu behandeln.

Die Anschaffungskosten der Anteile an der affilinet GmbH beliefen sich auf TEUR 16.039 (davon TEUR 52 direkt zurechenbare Anschaffungsnebenkosten).

# **5) GESCHÄFTSBEZIEHUNGEN MIT NAHESTEHENDEN PERSONEN**

## **a) Goldbach Media AG**

Die Goldbach Media AG und die AdLINK AG betreiben zusammen zwei Gemeinschaftsunternehmen in der Schweiz bzw. Österreich. Für beide Gesellschaften bestehen operative Leistungsbeziehungen zwischen den einzelnen Gesellschaften der AdLINK-Gruppe und den beiden Gemeinschaftsunternehmen zu einheitlichen Bedingungen und Konditionen.

### **i) AdLINK Switzerland**

Darüber hinaus besteht seit dem Geschäftsjahr 2004 ein Dienstleistungs- und Servicevertrag zwischen der AdLINK AG und der AdLINK Switzerland. Dieser regelt den Zugang der AdLINK Switzerland zu Dienstleistungen und Systemen der AdLINK AG nach dem in Kraft treten des Joint Ventures mit der Goldbach Media AG. Insbesondere betrifft dies die weitere Einbeziehung der AdLINK Switzerland in den bestehenden DART Vertrag, die Einbeziehung in die zentrale Abrechnung von Betreibern von internationalen Webseiten und die Nutzung zentraler Systeme (insbesondere dem Rechnungserstellungssystem).

Im Rahmen dieser Vereinbarung wurden der AdLINK Switzerland TEUR 368 (Vorjahr TEUR 217) für anteilige DART Kosten, TEUR 166 (Vorjahr TEUR 203) für anteilige Vergütungen von internationalen Webseiten und TEUR 8 (Vorjahr TEUR 25) für sonstige Kosten weiterberechnet. Ferner wurden TEUR 64 (Vorjahr TEUR 79) erfolgswirksam für die Dienstleistungen im Rahmen des Dienstleistungs- und Servicevertrags in Rechnung gestellt und als Umsatz verbucht. Darüber hinaus wurden TEUR 11 als Umsatz ausgewiesen, die im Zusammenhang mit der Vermittlung von internationalen Kampagnen berechnet wurden.

## **ii) AdLINK Austria**

Im Rahmen des Erwerbes des 30% Anteils an der AdLINK Austria wurde eine enge operative Zusammenarbeit vereinbart. Im Rahmen der ersten Integrations Schritte wurden für anteilige DART Kosten TEUR 3 und für anteilige Vergütungen von internationalen Webseiten TEUR 26 seitens der AdLINK AG verrechnet.

## **b) United Internet Gruppe**

Zum 31. Dezember 2006 hält die United Internet 80,07% (Vorjahr: 82,30%) des Grundkapitals und ist damit Mehrheitsaktionärin der AdLINK.

Im Geschäftsjahr 2005 übernahm die AdLINK AG von der United Internet AG 100% der Anteile an der affilinet GmbH zu einem Kaufpreis von TEUR 15.987 und 51,07% der Anteile an der Sedo GmbH zu einem Kaufpreis von TEUR 14.031. Im Rahmen dieses Erwerbes wurde der AdLINK AG seitens der United Internet AG Kreditlinien zur Finanzierung zur Verfügung gestellt. Die Rahmenkredite verzinsten sich variabel auf Basis des 3-Monats-EURIBORs plus eines festen Aufschlages. Im Geschäftsjahr 2006 wurden die Kreditlinien der United Internet AG unterjährig weitgehend durch Bankkreditlinien ersetzt.

Im Rahmen der Finanzierung des Erwerbes der zusätzlichen Anteile an der Sedo Germany wurde am 20. Dezember 2006 ein neuer Rahmenkreditvertrag über EUR 65 Mio. abgeschlossen, der sämtliche vorherige Kreditvereinbarungen aufhebt. Der Rahmenkredit ist bis zum 30. Januar 2007 befristet und sieht eine variable Verzinsung auf Basis des 3-Monats-EURIBOR's. plus eines festen Aufschlages vor.

Insgesamt sind in 2006 Zinsaufwendungen in Höhe von TEUR 822 (Vorjahr: TEUR 386) aus den Rahmenkreditverträgen entstanden.

Im Geschäftsjahr 2006 wurden der AdLINK von Gesellschaften der United Internet-Gruppe Kosten in Höhe von TEUR 579 (Vorjahr: TEUR 274) im Wesentlichen für Leistungen im Bereich Unterstützung im Rahmen von SAP-Projekten, SAP-Betreuung, Personalwesen, Personalbeschaffung, Standortkosten, Versicherung, EDV, Investor Relations und Presse in Rechnung gestellt. Weiterhin sind die Geschäftsräume der AdLINK in Montabaur von der United Internet AG angemietet. In diesem Zusammenhang sind im Geschäftsjahr 2006 TEUR 112 (Vorjahr: TEUR 139) an Mietzahlungen durch die AdLINK geleistet worden. Das umsatz- und gewerbesteuerliche Organschaftsverhältnis zwischen der AdLINK und der United Internet AG wurde zum 01. Januar 2003 gelöst.

Im Hinblick auf die Abzugsfähigkeit von Vorsteuerbeträgen von Kosten der Börseneinführung hat sich im Geschäftsjahr 2006 in Folge von EU Rechtsprechung und Übernahme in deutsches Steuerrecht verändert. Die Vorsteuerbeträge sind nunmehr anerkanntermaßen abzugsfähig. Der Börsengang fällt jedoch in die Zeit der umsatzsteuerlichen Organschaft und daher erfolgt die Rückvergütung der Vorsteuerbeträge auf Ebene des Organträgers (der United Internet AG). Daraus resultiert eine Forderung in Höhe von TEUR 749 (TEUR 583 eigentliche Vorsteuerbeträge zuzüglich aufgelaufener Zinsen bis zum 31. Dezember 2006 von TEUR 166) zum Stichtag.

Die Websites der GMX GmbH, einer Tochtergesellschaft der United Internet AG, wurden in der Schweiz und in Österreich (anteilig ab August berücksichtigt) von AdLINK zu marktüblichen Konditionen vermarktet. Die GMX GmbH hat hierfür Werbekampagnen in Höhe von TEUR 172 (Vorjahr: TEUR 200) vergütet bekommen.

Die AdLINK Internet Media GmbH Deutschland hat im Dezember 2005 einen Untermietvertrag mit der WEB.DE GmbH, einer mittelbaren Tochtergesellschaft der United Internet AG, abgeschlossen. Die AdLINK Internet Media GmbH Deutschland vermietet dabei einen Teil eines angemieteten Objektes in Düsseldorf ab dem 01. Januar 2006 unter. Die vereinbarten Laufzeiten und Konditionen entsprechen dabei den eigenen Bedingungen. Im Geschäftsjahr 2006 betrug das Volumen der Zahlungen aus dem Untermietvertrag TEUR 85.

Darüber hinaus betreibt die GMX GmbH und die 1&1 Internet AG (ebenfalls eine Tochtergesellschaft der United Internet AG) Partnerprogramme auf dem Affiliate-Netzwerk der affilinet Germany. Aus diesen Partnerprogrammen erzielte die affilinet GmbH einen Umsatz von TEUR 4.745 (Vorjahr: TEUR 2.968 für April bis Dezember 2005).

Seit dem Geschäftsjahr 2006 offerieren die 1&1 Internet AG und 1&1 Internet Ltd. in Deutschland und England ihren Kunden die Möglichkeit, Werbeschaltungen auf dem Netzwerk der AdLINK Gruppe zu buchen. Im Rahmen der Kooperation erhielt die AdLINK Gruppe Vergütungen in Höhe von TEUR 62.

Die 1&1 Internet AG vermarktet ferner einen Teil der nicht genutzten Domains über die Sedo Germany. Im Rahmen dieser Vermarktungstätigkeit zahlte Sedo an die 1&1 Gruppe TEUR 98 (Vorjahr: TEUR 69 für die Monate April bis Dezember 2005).

### **c) Vorstand und Aufsichtsrat**

Im Geschäftsjahr 2006 war keine Veränderung in der Zusammensetzung des Aufsichtsrats zu verzeichnen und somit besteht der Aufsichtsrat zum 31. Dezember 2006 wie zum 31. Dezember 2005 aus Herrn Michael Scheeren (Bankkaufmann), als Aufsichtsratsvorsitzender, Herrn Norbert Lang (Vorstandsmitglied der United Internet AG) und Herrn Andreas Gauger (Vorstandsmitglied der 1&1 Internet AG).

Der Aufsichtsratsvorsitzende, Herr Michael Scheeren, war darüber hinaus Mitglied des Aufsichtsrats der United Internet AG, Montabaur, und der United Internet Media AG, Montabaur. Darüber hinaus ist Herr Scheeren Vorsitzender der Aufsichtsräte der 1&1 Internet AG, Montabaur, und der NT plus AG, Osnabrück. Neben dem Mandat bei der AdLINK AG übte der stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende Herr Norbert Lang bei der twenty4help Knowledge Service AG, Montabaur, der Deutsche Challenge 2007 AG, München, und der United Internet Media AG (seit dem 20. Januar 2006) im Geschäftsjahr 2006 Aufsichtsratsmandate aus.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten für das Geschäftsjahr 2006 Vergütungen von insgesamt TEUR 20 (Vorjahr: TEUR 21).

Entsprechend dem Beschluss der Hauptversammlung vom 17. Mai 2005 setzt sich die Vergütung des Aufsichtsrats wie folgt zusammen. Jedes Mitglied des Aufsichtsrats erhält eine feste Vergütung von EUR 7.500,00 pro Jahr. Der Aufsichtsratsvorsitzende erhält das Doppelte. Die feste Vergütung erhöht sich für jedes Mitglied des Aufsichtsrats (einschließlich des Aufsichtsratsvorsitzenden) um einen am Erfolg des Unternehmens orientierten variablen Anteil. Der variable Anteil beträgt EUR 250,00 je EUR 0,01 des im Konzernabschluss der Gesellschaft aus-

gewiesenen Ergebnisses pro Aktie, das den Mindestbetrag von EUR 0,10 pro Aktie übersteigt. Der Mindestbetrag erhöht sich dabei jährlich um 10% beginnend mit dem Geschäftsjahr 2006, d.h. der für 2006 gültige Mindestbetrag des Ergebnisses pro Aktie beträgt EUR 0,11 pro Aktie. Der variable Vergütungsanteil ist dabei auf TEUR 5 pro Mitglied des Aufsichtsrats begrenzt.

In Absprache mit den Aufsichtsratsmitgliedern ist es dabei Firmenpolitik, konzerninterne Aufsichtsratsmandate nicht zu vergüten.

Der Vorstand der AdLINK AG besteht zum 31. Dezember 2006 unverändert aus drei Mitgliedern, namentlich Guy Challen, Stéphane Cordier und Marc Stilke.

Für die Festlegung der Vorstandsvergütung ist der Aufsichtsrat zuständig. Die Vergütung der Vorstandsmitglieder der AdLINK Internet Media AG ist leistungsorientiert und teilt sich in einen festen und einen variablen Bestandteil auf.

Die feste Vergütung wird monatlich als Gehalt ausgezahlt. Die Höhe der variablen Vergütung ist von der Erreichung bestimmter, zu Beginn eines Jahres auf Basis des Budgets fixierter finanzieller Ziele abhängig.

Für das Geschäftsjahr 2006 betrug die Gesamtvergütung der Mitglieder des Vorstands insgesamt TEUR 748 (Vorjahr TEUR 596). Davon entfielen TEUR 443 (Vorjahr TEUR 398) auf den festen Bestandteil und TEUR 305 (Vorjahr TEUR 198) auf den variablen Bestandteil. Die Vergütung im Geschäftsjahr 2006 für Herrn Stéphane Cordier betrug dabei TEUR 314 (Vorjahr TEUR 257), wovon TEUR 149 (Vorjahr TEUR 160) fest und TEUR 165 (Vorjahr 97 TEUR) variabel waren. Bei Herrn Guy Challen belief sich die Höhe der Gesamtvergütung auf TEUR 165 (Vorjahr TEUR 147), davon TEUR 114 (Vorjahr TEUR 114) fest und TEUR 51 (Vorjahr: TEUR 33) variabel. Bei Herrn Stilke belief sich die Gesamtvergütung auf TEUR 269 (Vorjahr: TEUR 192), wovon TEUR 180 (Vorjahr: TEUR 124) auf den festen Bestandteil entfielen und TEUR 89 (Vorjahr: TEUR 68) auf den variablen Bestandteil.

Ferner hat das Vorstandmitglied Guy Challen Wandlungsrechte in Höhe von 34.000 Stück aus dem Wandelschuldverschreibungsprogramm gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 4. April 2000 ausgeübt. Zum Zeitpunkt der Ausgabe betrug der Fair Value EUR 1,23 pro Wandlungsrecht.

Die Anzahl der Aktien und Bezugsrechte an der AdLINK AG, die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats halten, ist in der folgenden Tabelle dargestellt:

	Aktienbesitz		Bezugsrechte	
	31.12.2006	31.12.2005	31.12.2006	31.12.2005
<b>Aufsichtsrat</b>				
Michael Scheeren	72.656	72.656	-	-
Norbert Lang (mittelbar)	30.850	-	-	-
Andreas Gauger	1.000	1.000	-	-
<b>Vorstand</b>				
Guy Challen	-	-	136.000	170.000
Stéphane Cordier	-	-	400.000	400.000
Marc Stilke	-	-	400.000	400.000
<b>Gesamt</b>	<b>104.506</b>	<b>73.656</b>	<b>936.000</b>	<b>970.000</b>

## 6) **HERSTELLUNGSKOSTEN**

Die folgende Tabelle zeigt die Aufgliederung der Herstellungskosten:

	<b>2006</b>	<b>2005</b>
	<b>TEUR</b>	<b>TEUR</b>
Direkte Produktkosten	123.059	68.272
Personalaufwand	7.247	5.311
Abschreibungen	237	139
Sonstige Kosten	1.441	1.223
<b>Gesamt</b>	<b>131.984</b>	<b>74.945</b>

## 7) **VERTRIEBSKOSTEN**

Die folgende Tabelle zeigt die Aufgliederung der Vertriebskosten:

	<b>2006</b>	<b>2005</b>
	<b>TEUR</b>	<b>TEUR</b>
Personalaufwand	8.538	5.628
Abschreibungen	318	226
Sonstige Kosten	4.039	2.745
<b>Gesamt</b>	<b>12.895</b>	<b>8.599</b>

## 8) **VERWALTUNGSKOSTEN**

Die folgende Tabelle zeigt die Aufgliederung der Verwaltungskosten:

	<b>2006</b>	<b>2005*</b>
	<b>TEUR</b>	<b>TEUR</b>
Personalaufwand	6.895	4.652
Abschreibungen	321	261
Sonstige Kosten	4.222	3.744
<b>Gesamt</b>	<b>11.438</b>	<b>8.657</b>

\*Zur besseren Interpretierbarkeit wurden die Abschreibungen auf im Rahmen von Unternehmensakquisition nunmehr separat in der Gewinn- und Verlustrechnung dargestellt. Die Vergleichszahlen des Vorjahres wurden insofern angepasst.

## 9) **AUSSERPLANMÄSSIGE ABSCHREIBUNG (EINSCHLIEBLICH FIRMENWERTE)**

Im Geschäftsjahr 2006 wurden keine außerplanmäßigen Abschreibungen notwendig. Die Abschreibungen im Vorjahr in Höhe von TEUR 1.679 setzen sich wie folgt zusammen: AdLINK Italy TEUR 200, AdLINK Denmark TEUR 631 und AdLINK Sweden TEUR 848.

Zur weiterführenden Erläuterungen hinsichtlich der durchgeführten Werthaltigkeitsprüfung der vorhandenen Firmenwerte verweisen wir auf Punkt 15).

## 10) SONSTIGER OPERATIVER ERTRAG/AUFWAND

Die sonstigen operativen Erträge und Aufwendungen teilen sich wie folgt auf:

	<b>2006</b>	<b>2005</b>
	<b>TEUR</b>	<b>TEUR</b>
Währungsgewinne/-verluste	176	-115
Forderungsverluste	-509	-195
Sonstiges	599	101
	<u>266</u>	<u>-209</u>

Im Geschäftsjahr 2006 profitierte die Gesellschaft von einer positiven Währungsentwicklung sowohl im US Dollar als auch britischen Pfund-Bereich, wobei  $\frac{3}{4}$  den US Aktivitäten zuzurechnen sind. Im Vorjahr waren im Gegensatz dazu noch TEUR 180 als Aufwendungen für die US Aktivitäten zu verzeichnen.

Der Anstieg der Forderungsverluste lässt sich zum überwiegenden Teil auf die Aktivitäten in den Ländern Italien, Frankreich und United Kingdom zurückführen. In allen drei Teilmärkten waren zusätzlich Wertberichtigungen auf den Forderungsbestand zu bilden.

## 11) EINKOMMENSTEUERN

Die Einkommenssteuern teilen sich wie folgt auf:

	Siehe Anmerkung	<b>2006</b>	<b>2005</b>
		<b>TEUR</b>	<b>TEUR</b>
verbuchte Steuern für frühere Perioden		-20	0
verbuchte Steuern für die aktuelle Periode		-7.896	-3.281
Auflösung passiven latenter Steuern		671	326
Auflösung von aktiven latenten Steuern	16)	-33	-1.142
Aktivierung von aktiven latenten Steuern	16)	4.722	3.094
Aktive Latente Steuern auf IPO Kosten		214	0
		-2.342	-1.003

Die verbuchten Steuern für das aktuelle Geschäftsjahr entfallen im Wesentlichen auf die Gesellschaften AdLINK Netherlands, Sedo Germany, Sedo USA, da in diesen Gesellschaften keine Verlustvorträge mehr vorhanden sind. Darüber hinaus fielen in Folge der Regelungen zur Mindestbesteuerung erstmalig Steuern in Höhe von TEUR 587 auf Ebene der AdLINK AG an, wovon TEUR 20 früheren Perioden zuzurechnen sind.

Im Vorjahr waren noch Steuern für die affilinet Germany zu verbuchen. Durch den abgeschlossenen Ergebnisabführungsvertrag zwischen der affilinet GmbH und der AdLINK AG wurde der Gewinn auf Ebene der AdLINK AG versteuert.

Im Geschäftsjahr 2005 wurden erstmals Teile von aktiven latenten Steuern auf Verlustvorträge der belgischen (TEUR 180) und spanischen (TEUR 385) Tochtergesellschaft aktiviert. Im aktuellen Geschäftsjahr wurden die per Stichtag verbliebenen aktiven latenten Steuern auf Verlustvorträge der beiden Gesellschaften aktiviert und führten zu einem positiven Effekt in Höhe von TEUR 89.

Zusätzlich zu dem von der Hauptversammlung am 17. Mai 2005 genehmigten Ergebnisabführungsvertrag zwischen der AdLINK Germany und der AdLINK AG wurde von der Hauptversammlung am 12. Juni 2006 der Ergebnisabführungsvertrag zwischen der affilinet Germany und der AdLINK AG genehmigt. Dadurch wurden die Verlustvorträge der AdLINK AG nutzbar und es wurde im Vorjahr eine Teilaktivierung der latenten Steuern in Höhe von TEUR 2.529 vorgenommen. Durch den Abschluss eines Ergebnisabführungsvertrages am 20. November 2006 zwischen der AdLINK Germany und der Sedo Germany, der für 2007 erstmals wirksam sein wird, ist die Nutzung auch der verbliebenen steuerlichen Verlustvorträge der AdLINK AG in den nächsten Jahren absehbar. Aus diesem Grund wurden die zum Stichtag verbliebenen Verlustvorträge der AdLINK AG aktiviert und führten zu einem positiven Einmaleffekt in Höhe von TEUR 4.530.

Im Vorjahr wurden aktivierte latente Steuern auf Verlustvorträge in Höhe von TEUR 1.104 der AdLINK Germany aufgelöst, da diese in der Zeit der Gültigkeit des Ergebnisabführungsvertrages nicht nutzbar sind. Im Geschäftsjahr 2006 wurden aktive latente Steuern der englischen Gesellschaft in Höhe von TEUR 39 (Vorjahr: TEUR 38) aufgelöst.

Die englische Gesellschaft weist im Geschäftsjahr 2006 ein negatives Steuerergebnis auf, es wurden jedoch keine aktiven latenten Steuern für die Gesellschaft für das Geschäftsjahr gebildet. Da für die kommenden Jahre ein positives Steuerergebnis erwartet wird, wurde aus Stetigkeitsgründen nur ein Teil der vorhanden aktiven latenten Steuern aufgelöst. Die aktiven latenten Steuern für die Gesellschaft belaufen sich auf TEUR 229.

Die Überleitung vom Gesamtsteuersatz auf den effektiven Steuersatz der Gesellschaft stellt sich wie folgt dar:

<u>in TEUR</u>	<u>2006</u>	<u>2005</u>
<b>Periodenergebnis vor Steuern</b>	<b>18.684</b>	<b>3.630</b>
<b>Steuersatz</b>	<b>38,00%</b>	<b>36,80%</b>
<b>Erwarteter Steueraufwand</b>	<b>-7.100</b>	<b>-1.336</b>
Steuerlich nicht abzugsfähige Firmenwertabschreibung	0	-618
Aktivierung von latenten Steuern auf Verlustvorträge, die in Vorjahren nicht aktiviert wurden	4.689	1.962
Aufwendungen aus der garantierten Dividende an die Minderheitsgesellschafter	-411	0
Wertberichtigungen auf aktive latente Steuern auf steuerliche Verluste des Geschäftsjahres	-496	-542
Verbrauch von aktiven latenten Steuern, die in Vorjahren wertberichtigt waren	1.444	439
Steuerlich nicht abzugsfähige Aufwendungen und erträge und Effekte aus Steuersatzänderungen	-603	-506
Effekt aus der Ausgleichszahlung der United Internet AG in Zusammenhang mit der Nutzung von Verlustvorträgen	0	-773
Steuerlich nicht abzugsfähige Aufwendungen aus Gesellschafterfinanzierung	-220	-142
Latente Steuern auf nachträgliche Reduzierung der IPO Kosten	214	0
Unterschiede in den Steuersätzen zwischen der AdLINK Internet Media AG und den Tochtergesellschaften	-337	313
Nicht zu versteuerndes Ergebnis At-Equity-Beteiligung	477	200
<b>Steueraufwand</b>	<b><u>-2.343</u></b>	<b><u>-1.003</u></b>

Die Veränderung des Steuersatzes resultiert aus den abgeschlossenen Ergebnisabführungsverträgen mit der affilinet Germany und der AdLINK Germany. Diese haben einen veränderten Gewerbesteuerermischsatz zur Folge, da die Standorte der beiden einbezogenen Gesellschaften teilweise höhere Gewerbesteuerhebesätze aufweisen. Im Vorjahr betrug der verwendete Gewerbesteuerermischsatz der Gesellschaft 14% und entsprechender effektiver Steuersatz von 10,4%.

## **12) ANTEILE AN ASSOZIIERTEN UNTERNEHMEN**

Die AdLINK-Gruppe hält einen Anteil von 50% an dem mit der Goldbachgruppe eingegangenen Joint Venture an der AdLINK Switzerland., sowie einen 30% Anteil an der AdLINK Austria. Bei beiden Gesellschaften obliegt die operative Führung der Goldbach Media AG. Daher erfolgt die Einbeziehung wie im Vorjahr als assoziierte Unternehmen nach der Equity Methode, wobei die Ergebnisse der AdLINK Austria anteilig ab den 01. August 2006 berücksichtigt wurden. Beide Gesellschaften sind dem Segment AdLINK Media zugeordnet. Nachfolgend einige zusammengefasste Finanzinformation zu den Gesellschaften entsprechend dem anteiligen Anteilsbesitz. Mit notariellem Akt vom 19. Juli 2006 erwarb die AdLINK AG einen 30% Anteil an der AdLINK Internet Media GmbH, Wien. Die Gesellschaft war aus der Abspaltung des ös-

terreichischen Online-Bereiches der Goldbach Media Gruppe entstanden. Der Kaufpreis betrug TEUR 5.

<b>Bilanzwerte (anteilig nach Anteilsbesitz)</b>	<b>2006 TEUR</b>	<b>2005 TEUR</b>
Kurzfristige Vermögenswerte	3.754	2.262
Langfristige Vermögenswerte	782	398
Kurzfristige Schulden	2.487	1.360
Langfristige Schulden	4	0
Anteiliges Reinvermögen	2.037	1.300
<b>Erlöse und Gewinn (anteilig nach Anteilsbesitz)</b>		
Erlöse*	8.980	5.493
Gewinn*	1.249	524
* zeitanteilig, entsprechend Erwerbszeitpunkt		
Buchwert der Beteiligung	3.012	2.207

Die Entwicklung der Buchwerte stellt sich dabei wie folgt dar:

	<b>2006 TEUR</b>
Anfangsbestand	<u>2.207</u>
Ergebnis 2006	1.249
Zugang aus Akquisition	5
Ergebnisausschüttung 2006	<u>-449</u>
<b>Endbestand</b>	<b><u>3.012</u></b>

Die auf die Anteile an den assoziierten Unternehmen angewandeten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden entsprechen den IFRS.

Das Beteiligungsergebnis für das Geschäftsjahr 2006 setzt sich wie folgt zusammen:

	<b>2006 TEUR</b>	<b>2005 TEUR</b>
<b>Anteiliges Ergebnis AdLINK Switzerland</b>	<b>1.215</b>	<b>543</b>
<i>davon zurechenbare ausschüttungsfähige Gewinne</i>	<i>812</i>	<i>536</i>
<i>davon zurechenbare nicht ausschüttungsfähige Gewinne</i>	<i>7</i>	<i>7</i>
<i>davon latente Steuern</i>	<i>396</i>	<i>0</i>
<b>Anteiliges Ergebnis AdLINK Austria (ab Aug 2006)</b>	<b>41</b>	<b>n/a</b>
<i>davon zurechenbare ausschüttungsfähige Gewinne</i>	<i>26</i>	<i>n/a</i>
<i>davon latente Steuern</i>	<i>15</i>	<i>n/a</i>
<b>Equity Ergebnis</b>	<b><u>1.256</u></b>	<b><u>543</u></b>

Im Geschäftsjahr 2004 wurden anteilige aktive latente Steuern auf Verlustvorträge der AdLINK Switzerland in Höhe von TCHF 6.135 aktiviert. Zum 31. Dezember 2006 wurden die verblei-

benden latenten Steuern auf Verlustvorträge der eingebrachten Goldbach-Gesellschaften in Höhe von TCHF 6.570 aktiviert und führten zu einem Ergebniseffekt von TEUR 396.

Die AdLINK Austria ist aus der Abspaltung des österreichischen Online-Geschäft der Goldbach-Gruppe entstanden. Bei der Abspaltung wurden Verlustvorträge in Höhe von TEUR 10.897 mit übertragen. In Folge des Erreichens der Gewinnschwelle wurden erstmalig TEUR 200 der Verlustvorträge als latente Steuern aktiviert und führten zu einem anteiligen Ergebniseffekt von TEUR 15.

Die zurechenbaren nicht ausschüttungsfähigen Gewinne resultieren aus Bewertungsunterschieden zwischen dem lokalem Abschluss und dem Konzernabschluss der AdLINK Switzerland.

### **13) SACHANLAGEN**

Die Investitionen in 2006 in Höhe von TEUR 1.175 betreffen insbesondere in die Erweiterung und Modernisierung des Serverparks und der Büroinfrastruktur (Möbel, Rechner, Drucker, Telefonanlage) investiert (TEUR 879) und den teilweisen Ersatz und die Erweiterung der Fahrzeugflotte (TEUR 296).

### **14) IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE**

Der Rückgang der immateriellen Vermögenswerte ist auf die Abschreibungen in Höhe von TEUR 1.776 auf die im Rahmen der Kaufpreisallokation 2005 aktivierten Immaterielle Vermögensgegenstände (Markenrechte, Software, Datenbanken und Plattformen) zurückzuführen.

Zugänge in Höhe von TEUR 600 sind auf eigentliche Investitionen zurückzuführen. Die Investitionen betrafen dabei die Modernisierung und Weiterentwicklung der vorhandenen Infrastruktur und der Standardsoftware.

Planmäßig wurden die in 2005 getätigten Anzahlungen für die Einführung von SAP-Modulen im 1.Quartal 2006 aktiviert. Die Zugänge in 2006 entfallen auf SAP Einführungskosten (TEUR 88), Entwicklungskosten eines AdServer-Systems (TEUR 72) und Anzahlungen für die Entwicklung eines Personalsoftware (TEUR 48). Die Fertigstellung ist jeweils im 1. und 2. Quartal 2007 geplant.

### **15) FIRMENWERTE**

Die im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen erworbenen Geschäfts- und Firmenwerte wurden zur Überprüfung der Werthaltigkeit den in der nachfolgenden Tabelle aufgeführten zahlungsmittelgenerierenden Einheiten zugeordnet. Der Firmenwert teilt sich per 31. Dezember 2006 wie folgt auf:

<b>2006</b>			
<b>in TEUR</b>			
	<b>Stand 01.01.2006</b>	<b>Zugang</b>	<b>Netto 31.12.2006</b>
AdLINK Belgium	440	-	440
AdLINK France	1.183	-	1.183
AdLINK Germany	1.631	-	1.631
AdLINK Italy	264	-	264
AdLINK Netherlands	1.200	-	1.200
AdLINK Spain	1.726	-	1.726
AdLINK UK	1.711	-	1.711
affilinet Germany	11.917	-	11.917
Sedo Germany	11.597	30.596	42.193
CibleClick Holding	17.040	3.706	20.746
<b>Goodwill total</b>	<b>48.709</b>	<b>34.302</b>	<b>83.011</b>

Die Vorjahreswerte setzen sich wie folgendermaßen zusammen:

<b>2005</b>				
<b>in TEUR</b>				
	<b>Stand 01.01.2005</b>	<b>Zugang</b>	<b>außerplanmäßige Abschreibung 2005</b>	<b>Netto 31.12.2005</b>
AdLINK Belgium	440	-	-	440
AdLINK Denmark	631	-	631	0
AdLINK France	1.183	-	-	1.183
AdLINK Germany	1.631	-	-	1.631
AdLINK Italy	464	-	200	264
AdLINK Netherlands	1.200	-	-	1.200
AdLINK Spain	1.726	-	-	1.726
AdLINK Sweden	848	-	848	0
AdLINK UK	1.711	-	-	1.711
affilinet Germany	-	11.917	-	11.917
Sedo Germany	-	11.597	-	11.597
Cibleclick Holding	-	17.040	-	17.040
<b>Goodwill total</b>	<b>9.834</b>	<b>40.554</b>	<b>1.679</b>	<b>48.709</b>

Für beide Geschäftsjahre ist darüber hinaus ein Goodwill von Netto TEUR 952 in den Anteilen an Joint Ventures für die AdLINK Switzerland enthalten.

Da es sich bei den vorhandenen Firmenwerten um immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Laufzeit handelt wird auf Ebene der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten mindestens einmal jährlich ein Werthaltigkeitstest durchgeführt. Hierzu wird der erzielbare Betrag der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten auf Basis der Berechnung eines Nutzungswerts unter Verwendung von Cashflow-Prognosen ermittelt. Die Bestimmung des Nutzungswerts basiert im Wesentlichen auf folgenden Annahmen:

Die Grundlage für die Unternehmensplanungen bildet das vom Aufsichtsrat genehmigte Budget des Geschäftsjahres 2007. Aufbauend auf diesen Planungen werden die Umsatzentwicklungen auf Basis von externen Marktstudien bis 2011 extrapoliert. Die Cashflows nach diesem Fünfjahreszeitraum werden unter Verwendung einer Wachstumsrate von 1% extrapoliert. Der für die

Cashflow Prognosen verwendete Abzinsungssatz bewegt sich je nach zahlungsmittelgenerierenden Einheit in einer Bandbreite von 15% bis 19%.

AdLINK ist der Auffassung, dass eine nach vernünftigen Ermessen grundsätzlich mögliche Änderung der zur Bestimmung der Nutzungswerte der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten getroffenen Grundannahmen dazu führen könnte, dass die Buchwerte der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten ihre erzielbaren Werte wesentlich übersteigt.

## **16) AKTIVE LATENTE STEUERN**

Latente Steuern sind die erwarteten Ertragsteueraufwendungen oder Ertragsteuererstattungen, die sich aus den Unterschiedsbeträgen zwischen den handelsrechtlichen Buchwerten der Vermögenswerte und Schulden im Jahresabschluss und dem bei der Berechnung des zu versteuernden Ergebnisses verwendeten entsprechenden Steuerwerten ergeben. Latente Steueransprüche werden in dem Umfang erfasst, in dem es wahrscheinlich ist, dass ein zu versteuerndes Ergebnis zur Verfügung stehen wird, gegen das die abzugsfähige temporäre Differenz verwendet werden kann.

Der Buchwert latenter Steueransprüche wird an jedem Bilanzstichtag neu überprüft und gegebenenfalls in dem Maße verringert, in dem es nicht mehr wahrscheinlich ist, dass ein ausreichendes zu versteuerndes Jahresergebnis zur Verfügung steht, gegen das der Vermögenswert verwendet werden kann.

Nach dem deutschen Steuerrecht setzen sich die Ertragsteuern aus Körperschaftsteuer- und Gewerbesteuer sowie Solidaritätszuschlag zusammen. Die AdLINK Internet Media AG unterliegt einer durchschnittlichen Gewerbeertragsteuer von 15,75% (Vorjahr: 14% siehe Anmerkung 11), die bei der Ermittlung der Körperschaftsteuer abzugsfähig ist. Daraus ergibt sich ein effektiver Steuersatz in Höhe von ca. 11,6%. Auf die inländische Körperschaftsteuer in Höhe von 25% wird ein Solidaritätszuschlag von 5,5% erhoben.

Entsprechend IAS 12 werden aktive latente Steuern auf die zukünftigen Vorteile, die mit steuerlichen Verlustvorträgen verbunden sind, gebildet. Die Frist für den Nettoverlustvortrag in den einzelnen Ländern ist wie folgt:

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Belgien:        | zeitlich unbeschränkt                            |
| <input type="checkbox"/> Spanien:        | 15 Jahre   |
| <input type="checkbox"/> Großbritannien: | zeitlich unbeschränkt                            |
| <input type="checkbox"/> Frankreich:     | zeitlich unbeschränkt                            |
| <input type="checkbox"/> Schweden:       | zeitlich unbeschränkt                            |
| <input type="checkbox"/> Italien:        | 5 Jahre  |
| <input type="checkbox"/> Deutschland     | zeitlich unbeschränkt, jedoch Mindestbesteuerung |

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die bestehenden steuerlichen Verlustvorträge:

<b>TEUR</b>		
<b>Deutschland</b>		
Körperschaftssteuerverluste	26.088	26,4%
Gewerbesteuerverluste	10.177	11,6%
Schweden	4.749	28,0%
Frankreich	3.987	33,8%
Großbritannien	2.170	30,0%
Spanien*	1.453	30,0%
Italien	1.063	33,0%
Belgien	609	34,0%

\*Für Spanien gilt für das Geschäftsjahr 2007 ein abweichender Satz von 32,5%.

Die latenten Steuern wurden auf Basis eines Mischsteuersatzes für jedes Land ermittelt.

Die bilanzierten latenten Steuern beziehen sich auf Aktivposten aufgrund von steuerlichen Verlustvorträgen (TEUR 7.942) und auf temporäre Aktivposten aus der Abweichung zwischen Handels- und Steuerbilanz (TEUR 103). Die Aufteilung und Veränderung der bilanzierten latenten Steuern stellt sich wie folgt dar:

Gesellschaft	<b>TEUR</b>			Endbestand 31.12.2006
	01.01.2006	Neubildung	Auflösung	
AdLINK AG	2.529	4.633	-	7.162
AdLINK UK	262	-	-33	229
AdLINK Spain	385	62	-	447
AdLINK Belgium	180	27	-	207
	3.356	4.722	-33	8.045

Im Hinblick auf die Bewegungen im Geschäftsjahr 2006 sei auf die Erläuterungen im Punkt 11) verwiesen. Latente Steuern auf Verlustvorträge in Höhe von insgesamt TEUR 4.405 (Vorjahr: TEUR 10.637) wurden nicht aktiviert, da die Nutzung zum Bilanzstichtag nicht hinreichend wahrscheinlich ist.

## **17) ZAHLUNGSMITTEL UND ZAHLUNGSMITTELÄQUIVALENTE**

	<b>2006</b>	<b>2005</b>
	<b>TEUR</b>	<b>TEUR</b>
Guthaben bei Kreditinstituten und Kassenbestand	5.915	10.796
Nicht frei verfügbare liquide Mittel	9	49
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalent	5.924	10.845

Der Rückgang der Zahlungsmittel ist auf eine Verbesserung der Innenfinanzierung zurückzuführen. Durch weitgehende Einbeziehung der deutschen und europäischen Tochtergesellschaften in einem Cash Pool konnten die umlaufenden Zahlungsmittel reduziert werden.

## **18) FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN**

	<b>2006</b>	<b>2005</b>
	<b>TEUR</b>	<b>TEUR</b>
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	37.833	26.777
Wertberichtigungen	-1.621	-1.356
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, netto	<u>36.212</u>	<u>25.421</u>

Der signifikante Anstieg der Forderungen ist auf das gestiegene Geschäftsvolumen zurückzuführen.

## **19) FORDERUNGEN GEGEN ASSOZIIERTEN UNTERNEHMEN**

Von dem Gesamtbetrag entfallen TEUR 79 (Vorjahr: TEUR 59) auf die AdLINK Switzerland und TEUR 14 auf die AdLINK Austria.

## **20) FORDERUNGEN GEGEN VERBUNDENEN UNTERNEHMEN**

Bis zum 31. Dezember 2002 bestand zwischen der AdLINK AG und der United Internet AG eine umsatzsteuerliche Organschaft. Die Rückvergütung der Vorsteuerbeträge auf die Kosten der Börseneinführung fällt in die Zeit der umsatzsteuerlichen Organschaft und ist daher auf Ebene des Organträgers (der United Internet AG) vorzunehmen. Daraus resultiert eine Forderung in Höhe von TEUR 749 (TEUR 583 Vorsteuerbeträge zuzüglich aufgelaufene Zinsen bis 31. Dezember 2006 von TEUR 166) zum Stichtag.

Die verbleibenden TEUR 894 bestehen gegenüber der 1&1 Internet AG oder deren Tochtergesellschaften und resultieren im Wesentlichen aus operativen Leistungsbeziehungen (Vorjahr: TEUR 868).

## **21) SONSTIGE VERMÖGENSWERTE**

	<b>2006</b>	<b>2005</b>
	<b>TEUR</b>	<b>TEUR</b>
Forderungen gegen das Finanzamt (Umsatzsteuer, Zinsabschlagsteuer)	1.576	949
Kauttionen	350	296
Forderungen gegen Mitarbeiter	11	28
Sonstige	41	567
Sonstige Vermögenswerte	<u>1.978</u>	<u>1840</u>

Die Kauttionen resultieren aus den Mietverträgen der einzelnen Tochtergesellschaften. Der starke Anstieg der Forderungen gegen das Finanzamt ist ursächlich auf das gestiegene Geschäftsvolumen zurückzuführen.

## 22) VORRÄTE

Es handelt sich hierbei um den Bestand an handelbaren Domains und resultiert aus der DomCollect, deren Geschäftszweck der An- und Verkauf von Domains und deren Verwertung zu Werbezwecken darstellt. Die operative Geschäftstätigkeit wurde im Wesentlichen erst in 2006 aufgenommen, daher war im Vorjahr noch kein Bestand zu verzeichnen.

## 23) SONSTIGE FINANZIELLE KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE

Bei den sonstigen finanziellen kurzfristigen Vermögenswerten handelte es sich im Vorjahr um marktfähige Fondelinlagen, die im Geschäftsjahr 2006 aufgelöst wurden.

## 24) AKTIVER RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN

Der Anstieg des aktiven Rechnungsabgrenzungspostens resultiert im Wesentlichen aus der Ausweitung der operativen Tätigkeit der DomCollect, die erstmals im größeren Umfang Domains akquiriert hat. Da diese Registrierung auf Jahresbasis laufen, ergibt sich ein entsprechender Abgrenzungsposten. Die Position Sonstige beinhaltet eine Vielzahl von kleineren Posten wie Leasingzahlungen, Zahlungen für diverse Dienstleistungen u.ä. Der Anstieg resultiert aus dem gestiegenen Geschäftsvolumen.

	<u>2006</u>	<u>2005</u>
	TEUR	TEUR
Miete und Mietnebenkosten	155	128
Mehrwertsteuer auf Anzahlungen	8	138
Registrierungsgebühren Domains	172	0
Sonstiges	252	162
Gesamt	<u>587</u>	<u>428</u>

## 25) GRUNDKAPITAL

Unter teilweiser Ausnutzung des bedingten Kapitals wurde das Grundkapital in 2006 von EUR 25.851.945 um EUR 62.955 durch die Ausgabe von 62.955 Stück neuen, auf den Namen lautenden Stammaktien gegen Bareinlagen auf EUR 25.914.900 erhöht. Die Bareinlagen stellen die im Geschäftsjahr 2006 vollzogene Umwandlung von im Rahmen des Mitarbeiterbeteiligungsmodells ausgegebenen Wandelschuldverschreibungen dar. Das Grundkapital ist per 31. Dezember 2006 in 25.914.900 auf den Namen lautende Stückaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von EUR 1 eingeteilt.

Das Grundkapital wird zum 31. Dezember 2006 wie folgt gehalten:

	<u>TEUR</u>	<u>%</u>
United Internet AG	20.750	80,07
Freie Aktionäre	5.060	19,52
Vorstand und Aufsichtsrat	105	0,41
	<u>25.915</u>	<u>100,00</u>

Das genehmigte und bedingte Kapital der AdLINK stellt sich wie folgt dar:

<b>zum 31. Dezember 2006</b>	<u>TEUR</u>	<u>TEUR</u> <b>ausstehend</b>
<b>Grundkapital</b>	<b>25.915</b>	<b>25.915</b>
Genehmigtes Kapital		
- 2005; bis 17. Mai 2010	12.900	-
Bedingtes Kapital		
- I/2000 (Wandelschuldverschreibung)	835	136
- II/2000 (Wandelschuldverschreibung)	8	-
- 2004 (Wandelschuldverschreibung)	1.250	642
- 2005 (Options- oder Wandelschuldverschreibung); bis 16. Mai 2010	10.000	-

#### Genehmigtes Kapital

In der ordentlichen Hauptversammlung am 17. Mai 2005 wurden die genehmigte Kapitalia I., II. und III./2000 aufgehoben und eine Ermächtigung für ein neues Genehmigtes Kapital 2005 erteilt.

#### - Genehmigtes Kapital 2005

Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats der Gesellschaft in der Zeit bis zum 17. Mai 2010 das Grundkapital der Gesellschaft einmalig oder mehrfach um insgesamt bis zu EUR 12.900.000 durch Ausgabe von neuen nennwertlosen Aktien gegen Bar- und/oder Sacheinlage zu erhöhen.

Bei einer Kapitalerhöhung gegen Bareinlage ist den Aktionären ein Bezugsrecht einzuräumen. Der Vorstand ist aber ermächtigt, jeweils mit Zustimmung des Aufsichtsrates, das Bezugsrecht der Aktionäre auszuschließen,

- soweit es erforderlich ist, um den Inhabern von Optionsscheinen, Wandelschuldverschreibungen oder Optionsanleihen, die von der Gesellschaft oder ihr nachgeordneten Konzernunternehmen ausgegeben wurden, ein Bezugsrecht auf neue Aktien in dem Umfang einzuräumen, wie es ihnen nach Ausübung ihres Wandlungs- oder Optionsrechts bzw. nach Erfüllung der Wandlungspflicht zustünde; oder
- wenn der Ausgabebetrag der neuen Aktien im Zeitpunkt der endgültigen Festlegung des Ausgabebetrages den Börsenpreis der Aktien der Gesellschaft mit gleicher Ausstattung nicht wesentlich unterschreitet und die gemäß §186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegebenen Aktien insgesamt 10% des Grundkapitals nicht überschreiten. Auf diese Begrenzungen sind Aktien anzurechnen, die aufgrund anderer Ermächtigungen in unmittelbarer oder entsprechender Anwendung von §186 Abs. 3 Satz 4 AktG unter Bezugsrechtsausschluss veräußert oder ausgegeben wurden; oder

- um Spitzenbeträge vom Bezugsrecht auszunehmen.

Darüber hinaus wird der Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht bei Kapitalerhöhungen gegen Sacheinlagen auszuschließen, insbesondere im Zusammenhang mit dem Erwerb von Unternehmen und Beteiligungen.

### Bedingtes Kapital

#### - Bedingtes Kapital I+II/2000

In der außerordentlichen Hauptversammlung am 4. April 2000 wurde eine bedingte Grundkapitalerhöhung um bis zu EUR 1.992.000,00 eingeteilt in bis zu 1.992.000 Stück (bedingtes Kapital I/2000) nennwertlose Aktien und um bis zu EUR 8.000,00 eingeteilt in bis zu 8.000 Stück nennwertlose Aktien (bedingtes Kapital II/2000) beschlossen. Der Eintrag in das Handelsregister erfolgte am 8. Mai 2000.

Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Umtauschrechten an die Inhaber von Wandelschuldverschreibungen. Sie ist nur insoweit durchzuführen, als von diesen Umtauschrechten Gebrauch gemacht wird. Die Aktien sind vom Beginn des Geschäftsjahres, in dem sie durch Ausübung des Umtauschrechtes entstehen, gewinnberechtigt. Bezüglich der Vorstandsmitglieder ist der Aufsichtsrat ermächtigt und bezüglich der sonstigen zur Übernahme der Wandelschuldverschreibungen berechtigten Personen ist der Vorstand der Gesellschaft ermächtigt, die weiteren Einzelheiten der bedingten Kapitalerhöhung und ihrer Durchführung festzulegen.

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 17. Mai 2004 wurde das bedingte Kapital I/2000 insoweit angepasst, als dass das Grundkapital nur noch bis zum Betrag von EUR 1.000.000,00, eingeteilt in bis zu 1.000.000 nennwertlose Aktien bedingt erhöht ist. Die Reduzierung erfolgte auf Grund der nach Beendigung des Programms maximal ausstehenden Anzahl von Umtauschrechten. In Folge der Anspruchnahme durch die Wandlungen von Wandelschuldverschreibungen reduzierte sich das Bedingte Kapital um TEUR 63 (Vorjahr: TEUR 46).

#### - Bedingtes Kapital 2004

In der ordentlichen Hauptversammlung am 17. Mai 2004 wurde eine bedingte Grundkapitalerhöhung um bis zu EUR 1.250.000,00 eingeteilt in bis zu 1.250.000 Stück nennwertlose Aktien beschlossen. Die Eintragung in das Handelsregister erfolgte am 4. August 2004.

Die bedingte Kapitalerhöhung dient im Rahmen eines neuen Mitarbeiterbeteiligungsprogramms der Gewährung von Umtauschrechten an die Inhaber von neuen Wandelschuldverschreibungen. Sie ist nur insoweit durchzuführen, als von diesen Umtauschrechten Gebrauch gemacht wird. Die Aktien nehmen von Beginn des Geschäftsjahres, in dem sie durch Ausübung des Umtauschrechtes entstehen, am Gewinn teil. Bezüglich der Vorstandsmitglieder ist der Aufsichtsrat ermächtigt und bezüglich der sonstigen zur Übernahme der Wandelschuldverschreibungen berechtigten Personen ist der Vorstand der Gesellschaft ermächtigt, die weiteren Einzelheiten der bedingten Kapitalerhöhung und ihrer Durchführung festzulegen. Maximal EUR 650.000,00 der bedingten Kapitalerhöhung können hierbei auf Vorstandsmitglieder der Gesellschaft entfallen und maximal EUR 600.000,00 auf Arbeitnehmer der Gesellschaft und von Tochtergesellschaften sowie Geschäftsführungsmitglieder von Tochtergesellschaften.

#### - Bedingtes Kapital 2005

Die ordentliche Hauptversammlung vom 17. Mai 2005 hat eine bedingte Kapitalerhöhung von bis EUR 10 Mio. eingeteilt in 10.000.000 nennwertlosen Aktien beschlossen. Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Aktien an die Inhaber oder Gläubiger von Options- oder Wandelschuldverschreibungen, die gemäß der Ermächtigung der Hauptversammlung vom 17. Mai 2005 bis zum 16. Mai 2010 von der Gesellschaft oder einem nachgeordneten Konzernunternehmen begeben werden, soweit die Ausgabe gegen bar erfolgt ist und die Options- oder Wandelrechte nicht aus dem Bestand eigener Aktien oder aus dem genehmigtem Kapital bedient werden. Sie wird nur insoweit durchgeführt, als von Options- oder Wandlungsrechten aus den vorgenannten Schuldverschreibungen Gebrauch gemacht wird bzw. Wandlungspflichten aus solchen Schuldverschreibungen erfüllt werden und die Options- oder Wandelrechte nicht aus dem Bestand eigener Aktien oder aus dem genehmigten Kapital bedient werden. Die Aktien nehmen von Beginn des Geschäftsjahres, in dem sie durch Ausübung des Options- bzw. Umtauschrechtes entstehen, am Gewinn teil. Der Vorstand ist ermächtigt, die weiteren Einzelheiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung festzusetzen.

### Eigene Aktien

Durch den Beschluss der Hauptversammlung vom 12. Juni 2006 wurde der Vorstand gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG ermächtigt, bis zum 11. Dezember 2007 eigene Aktien im Umfang von bis zu zehn vom Hundert des Grundkapitals zu erwerben. Der Gegenwert für den Erwerb der Aktien darf zehn vom Hundert des Börsenkurses nicht unterschreiten und den Börsenkurs nicht um mehr als zehn vom Hundert überschreiten. Als maßgeblicher Börsenkurs im Sinne der vorstehenden Regelung gilt dabei der Mittelwert der Schlusskurse des Parketthandels, die für die Aktien der Gesellschaft an der Frankfurter Wertpapierbörse während der letzten fünf Börsentage vor dem Erwerb der Aktien festgestellt wurden. Diese Ermächtigung ersetzt den Beschluss der Hauptversammlung vom 17. Mai 2005 zum Erwerb eigener Aktien.

Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats eine Veräußerung der erworbenen eigenen Aktien in anderer Weise als über die Börse oder durch Angebot an alle Aktionäre vorzunehmen, wenn die erworbenen eigenen Aktien gegen eine Barleistung, die den Börsenpreis von Aktien der Gesellschaft gleicher Ausstattung zum Zeitpunkt der Veräußerung nicht wesentlich unterschreitet oder gegen eine Sachleistung, deren Wert bei einer Gesamtbeurteilung nicht unangemessen niedrig ist, veräußert werden. Als maßgeblicher Börsenpreis im Sinne der vorstehenden Regelung gilt der Mittelwert der Schlusskurse im Parketthandel, die für die Aktien der Gesellschaft an der Frankfurter Wertpapierbörse während der letzten fünf Börsentage vor dem Erwerb der Aktien festgestellt wurden.

Der Vorstand wurde ferner mit dem Beschluss ermächtigt, die eigenen Aktien mit Zustimmung des Aufsichtsrats im Rahmen der Begleichung von Bezugsrechten aus Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen an Mitglieder des Vorstandes und Mitarbeiter der Gesellschaft, sowie an Mitglieder der Geschäftsführungen und Mitarbeiter von mit der Gesellschaft im Sinne der §§ 15ff. AktG verbundenen Unternehmen zu verwenden.

Der Vorstand ist weiter ermächtigt, die eigenen Aktien mit Zustimmung des Aufsichtsrats ohne weiteren Hauptversammlungsbeschluss einzuziehen.

Im Geschäftsjahr 2006 erfolgte kein Erwerb eigener Anteile.

## 26) MITARBEITERBETEILIGUNGSPROGRAMME

In der AdLINK-Gruppe können Führungskräfte im Rahmen eines im April 2000 aufgelegten Mitarbeiterbeteiligungsprogramms am Unternehmenserfolg partizipieren. Im Rahmen der Hauptversammlung vom 17. Mai 2004 wurde das ursprünglich aufgelegte Programm per Beschluss der Hauptversammlung vom 4. April 2000 durch ein neues Programm erweitert.

Im Mai 2004 hat die United Internet AG mit einem Vorstandsmitglied der AdLINK eine Optionsvereinbarung geschlossen, die dem Vorstandsmitglied ermöglicht AdLINK Aktien zu einem vordefinierten Preis zu erwerben und somit am Unternehmenserfolg zu partizipieren.

Die im Geschäftsjahr 2006 bestehenden Mitarbeiterbeteiligungsprogramme stellen sich wie folgt dar:

- Optionsvereinbarung der United Internet AG vom Mai 2004,
- Mitarbeiterbeteiligungsmodell der AdLINK gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom April 2000,
- Mitarbeiterbeteiligungsmodell der AdLINK gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 17. Mai 2004.

### a) Optionsvereinbarung der United Internet AG vom Mai 2004

Im Geschäftsjahr 2004 wurde am 24. Mai 2004 eine Optionsvereinbarung zwischen Herrn Stéphane Cordier und der United Internet AG abgeschlossen. Diese beinhaltet das Recht des Erwerbes 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 1,50 EUR, wobei die ersten 25% der Aktien nicht vor dem 1. Juli 2004, 50% nicht vor dem 30. März 2005, 75% nicht vor dem 30. März 2006 und 100% nicht vor dem 30. März 2007 erworben werden können. Dabei können die Optionen nur ganz ausgeübt werden, eine Teilausübung ist nicht vorgesehen. Eine Endfälligkeit wurde nicht vereinbart. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde ein Personalaufwand in Höhe von TEUR 76 (Vorjahr: TEUR 174) ausgewiesen.

Unter Verwendung eines Optionspreismodells („Binomialbaum“) in Übereinstimmung mit IFRS 2 betrug der Zeitwert der Optionen EUR 1,36 pro Aktie. Es wurden die folgenden Annahmen verwendet:

- Dividendenrendite: 0%
- Volatilität der Aktie: 78,90 %
- Erwartete Dauer: 3 Jahre
- Risikofreier Zins: 3,85 %

	Anzahl	Durchschnittl. Ausübungs- Preis
Ausstehend zum 31. Dezember 2005	400.000	
Veränderung	0	-
Ausstehend zum 31. Dezember 2006	400.000	1,5

## **b) Mitarbeiterbeteiligungsmodell der AdLINK gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 4. April 2000**

Die AdLINK hat auf Basis der Ermächtigung durch die Hauptversammlung vom 4. April 2000 Wandelschuldverschreibungen an Mitarbeiter und Vorstandsmitglieder ausgegeben. Insgesamt sind zum 31. Dezember 2006 TEUR 0 (Vorjahr: TEUR 30) durch Mitarbeiter von AdLINK und TEUR 136 (Vorjahr: TEUR 170) durch den Vorstand ausstehend.

Das Mitarbeiterbeteiligungsmodell sieht wie folgt aus: Je EUR 1 Nennbetrag einer Wandelschuldverschreibung berechtigt zur Umwandlung in eine nennwertlose Namensaktie der AdLINK, 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 Kassakurs der Aktie der AdLINK, der beim Handel der Aktien im elektronischen Handelssystem der Deutschen Börse AG zum Zeitpunkt der Ausgabe der Wandelschuldverschreibung festgestellt wurde.

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 der ihrer Ausgabe umgewandelt werden.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde ein Personalaufwand für Wandelschuldverschreibungen aus diesem Programm in Höhe von TEUR 23 (Vorjahr: TEUR 26) verbucht.

## **c) Mitarbeiterbeteiligungsmodell der AdLINK gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 17. Mai 2004**

Auf Basis der Ermächtigung des Hauptversammlungsbeschlusses vom 17. Mai 2004 wurden im Geschäftsjahr 2005 Wandelschuldverschreibungen ausgegeben. Auf Beschluss des Aufsichtsrates vom 8. April 2005 erfolgte die Ausgabe einer Wandelschuldverschreibung in Höhe von TEUR 40 an das Vorstandsmitglied Marc Stilke. Darüber hinaus, wurden auf Beschluss des Vorstandes vom 23. Mai 2005, mit Zustimmung des Aufsichtsrates, Wandelschuldverschreibungen in Höhe von TEUR 46 an Mitarbeiter der Gesellschaft und von Tochtergesellschaften sowie Geschäftsführungsmitglieder von Tochtergesellschaften ausgegeben. Insgesamt sind zum 31. Dezember 2006 TEUR 24 (Vorjahr: TEUR 36) von Mitarbeitern von AdLINK und TEUR 40 (Vorjahr: TEUR 40) von Mitgliedern des Vorstandes ausstehend.

Das Mitarbeiterbeteiligungsmodell ist wie folgt ausgestaltet: Je EUR 1 Nennbetrag einer Teilwandschuldverschreibung berechtigt zur Umwandlung in zehn nennwertlose Namensaktien der AdLINK, auf die ein rechnerischer Anteil am Grundkapital in Höhe von EUR 1 entfällt. Im Fall der Ausübung des Wandlungsrechts ist für den Erwerb einer Aktie eine Zuzahlung in Höhe des Betrages zu leisten, um den der Wandlungspreis ein Zehntel des Nennwerts der Wandelschuldverschreibung übersteigt. Der Wandlungspreis errechnet sich dabei aus dem arithmetischen Mittel der Aktienkurse der AdLINK Internet Media AG an den letzten fünf Börsentagen vor dem Zeitpunkt der Ausgabe der Wandelschuldverschreibungen zuzüglich eines Aufschlages von 20 %.

Die Wandelschuldverschreibungen der Gesellschaft können in einem Teilbetrag von 25 % erstmalig frühestens 24 Monate nach ihrer Ausgabe in Aktien der Gesellschaft umgewandelt werden. Bis zu 50 % können frühestens 36 Monate, insgesamt bis zu 75 % können frühestens 48 Monate und der Gesamtbetrag frühestens 60 Monate nach der ihrer Ausgabe umgewandelt werden.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde ein Personalaufwand für Wandelschuldverschreibungen aus diesem Programm in Höhe von TEUR 204 (Vorjahr: TEUR 155) verbucht.

#### **d) Übersicht über die Veränderungen in den AdLINK Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen**

Die Veränderungen der einzelnen Tranchen der AdLINK - Programme ergeben sich aus der folgenden Tabelle:

	<u>Anzahl Optionen</u>	<u>Durchschnittl. Ausübungs- preis</u>
Ausstehend zum 31. Dezember 2004	331.870	2,28
Ausgabe	-	-
davon 5. Tranche*	400.000	3,24
davon 6. Tranche*	459.000	3,60
Ausübung	-	-
davon 2. Tranche	-11.000	1,84
davon 3. Tranche	-35.365	1,28
Rückgabe/Verfall		
davon 1. Tranche	-68.000	4,96
davon 2. Tranche	-6.000	1,84
davon 3. Tranche	-11.500	1,28
davon 6. Tranche*	<u>-100.000</u>	<u>3,60</u>
 Ausstehend zum 31. Dezember 2005	 959.005	 3,04
Ausübung	-	-
davon 3. Tranche	-28.955	1,28
davon 4. Tranche	-34.000	1,71
Rückgabe/Verfall		
davon 3. Tranche	-1.050	1,28
davon 6. Tranche*	<u>-117.000</u>	<u>3,60</u>
 Ausstehend zum 31. Dezember 2006	 778.000	 3,08
		<b>davon ausübbar zum 31.12.2006</b>
davon 4. Tranche	136.000	34.000
davon 5. Tranche	400.000	-
davon 6. Tranche	242.000	-
 Durchschnittliche gewichtete Restlaufzeit (Monate)	 24	

\* In diesen Tranchen entspricht das Nominal von EUR 1 Schuldverschreibung dem Wandlungsrecht in 10 Aktien.

Unter Anwendung der folgenden Annahmen zur Berechnung des Zeitwerts der mit den Wandlungsrechten verbundenen Optionen für Aktien der AdLINK, die am 02. Januar 2004 („4. Tranche“) ausgegeben wurden, resultierte ein Zeitwert in Höhe von EUR 1,23 pro Aktie:

- Dividendenrendite: 0%
- Volatilität der AdLINK Aktie: 88,00 %
- Erwartete Dauer: 4 Jahre
- Risikofreier Zins: 3,85 %

Unter Anwendung der folgenden Annahmen zur Berechnung des Zeitwerts der mit den Wandlungsrechten verbundenen Optionen für Aktien der AdLINK, deren Ausgabe am 08. April 2005 („5. Tranche“) beschlossen wurde, resultierte ein Zeitwert in Höhe von EUR 0,91 pro Aktie:

- Dividendenrendite: 0%
- Volatilität der AdLINK Aktie: 68,00 %
- Erwartete Dauer: 5 Jahre
- Risikofreier Zins: 3,50 %

Unter Anwendung der folgenden Annahmen zur Berechnung des Zeitwerts der mit den Wandlungsrechten verbundenen Optionen für Aktien der AdLINK, deren Ausgabe am 23. Mai 2005 („6. Tranche“) beschlossen wurde, resultierte ein Zeitwert in Höhe von EUR 1,34 pro Aktie:

- Dividendenrendite: 0%
- Volatilität der AdLINK Aktie: 68,00 %
- Erwartete Dauer: 5 Jahre
- Risikofreier Zins: 3,50 %

## 27) **KAPITALRÜCKLAGE**

Die Entwicklung der Kapitalrücklage ergibt sich aus folgender Übersicht:

	<u>2006</u> TEUR	<u>2005</u> TEUR
Kapitalrücklage zu Beginn des Geschäftsjahres	62.047	59.573
Zuführung aus Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen	303	355
Erhöhung der Kapitalrücklage aus der Wandlung von Wandelschuldverschreibungen	32	19
Ausgleichszahlung United Internet AG für genutzte Gewerbesteuerverluste aus 1999/2000	0	2.100
Nachträgliche Reduzierung IPO Kosten aufgrund Rückvergütung der Vorsteuer	368	0
Kapitalrücklage zum 31. Dezember	<u>62.750</u>	<u>62.047</u>

Im Zuge von Kapitalbeschaffungsmaßnahmen im Rahmen des Börsengangs im Jahr 2001 wurden Transaktionskosten in Höhe von TEUR 7.176 (Vorjahr: TEUR 7.544) mit der Kapitalrücklage verrechnet. Die Reduzierung ist auf die nachträgliche Anerkennung der Abzugsfähigkeit der Vorsteuer auf die Kosten der Börseneinführung zurückzuführen.

## 28) **MINDERHEITENANTEILE**

Die Entwicklung der Minderheiten stellt sich in Folge des Erwerbes weiterer Anteile an der Sedo Germany und der CibleClick Holding (siehe Erläuterung Punkt 4) wie folgt dar:

in TEUR	
<b>Anfangsbestand zum 01.01.2006</b>	<b>4.117</b>
Anteiliges Jahresergebnis	4.302
Erworbene Minderheitenanteile	-4.113
<b>Endbestand per 31.12.2006</b>	<b>4.306</b>

## 29) **LATENTE STEUERSCHULDEN**

Resultierend aus der Identifizierung immaterieller Vermögenswerte im Rahmen der Kaufpreisallokation entsprechend IFRS 3 sind passive latente Steuern als Ausgleichsposten für die unterschiedliche steuerliche und konzernrechtliche Behandlung der Abschreibungen anzusetzen. Es wurden die Steuersätze der jeweilig betroffenen Gesellschaft verwendet. Die Auflösung der passiven latenten Steuern erfolgt entsprechend der Abschreibung der zugehörigen immateriellen Vermögenswerte. Die Entwicklung der Position stellt sich wie folgt dar:

in TEUR	
<b>Anfangsbestand zum 01.01.2005</b>	<b>0</b>
Zugang aus Erstkonsolidierung	3.202
Auflösung entsprechend Abschreibungen 2005	-326
<b>Endbestand per 31.12.2005</b>	<b>2.876</b>
Auflösung entsprechend Abschreibungen 2006	-671
<b>Endbestand per 31.12.2006</b>	<b>2.205</b>

## 30) **WANDELSCHULDVERSCHREIBUNGEN**

Die Fälligkeiten der ausstehenden Wandelschuldverschreibungen, nach dem Zeitpunkt der frühesten Wandlung, sehen wie folgt aus:

	2006	2005
	TEUR	TEUR
2006	-	98
2007	101	70
2008	67	70
2009	16	19
2010	16	19
Gesamt	<u>200</u>	<u>276</u>

### **31) LANGFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN GEGENÜBER VERBUNDENEN UNTERNEHMEN**

Durch den neuen kurzfristigen Rahmenkreditvertrag mit der United Internet AG vom 22. Dezember 2006 (siehe Erläuterungen Punkt 5)b) wurden die bestehenden langfristigen Rahmenkreditverträge aufgehoben. In Folge dessen ist die Inanspruchnahme zum Stichtag als kurzfristige Verbindlichkeit zu klassifizieren (siehe Anhangsangabe Nummer 35).

### **32) LANGFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN GEGENÜBER MINDERHEITSGESELLSCHAFTERN**

Im Rahmen des Abschlusses des Ergebnisabführungsvertrages zwischen der AdLINK Germany und der Sedo Germany wurde für die Geschäftsjahre 2007 bis 2011 eine Ausgleichszahlung in Höhe von TEUR 250 vereinbart. Die Zahlungen sind fällig innerhalb von 3 Monaten nach Ende des betroffenen Geschäftsjahres. Die Ausgleichszahlungen waren entsprechend den Regelungen der IFRS im Geschäftsjahr 2006 abgezinst zu erfassen. Der erfasste Periodenaufwand beläuft sich auf TEUR 1.082.

### **33) VERBINDLICHKEITEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN**

Der Anstieg der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen im Vergleich zum Vorjahr erklärt sich allein durch das gestiegene Geschäftsvolumen.

Sämtliche Verbindlichkeiten sind im Geschäftsjahr 2007 fällig, dies gilt ebenso für sämtliche folgenden Erläuterungspositionen, soweit dies nicht explizit anders vermerkt ist.

### **34) VERBINDLICHKEITEN GEGENÜBER ASSOZIIERTEN UNTERNEHMEN**

Von dem Gesamtbetrag entfallen auf die AdLINK Switzerland TEUR 52 (Vorjahr: TEUR 74) und auf die AdLINK Austria TEUR 22.

### **35) VERBINDLICHKEITEN GEGENÜBER VERBUNDENEN UNTERNEHMEN**

In Höhe von TEUR 47.347 betreffen die Verbindlichkeiten gegenüber der United Internet AG aus der Inanspruchnahme der kurzfristigen Rahmenkreditlinie. Auf Grund der Neuregelung des Vertragsverhältnisses (siehe Punkt 5)b) sind die Kreditverbindlichkeiten nunmehr als kurzfristig einzustufen. Im Vorjahr erfolgte der Ausweis als langfristige Verbindlichkeit gegenüber verbundene Unternehmen (siehe Anhangserläuterung Nr. 31)

Der Anstieg der übrigen Verbindlichkeiten gegen die United Internet AG resultiert aus den offenen Zinszahlungen in Höhe von TEUR 822 (Vorjahr: TEUR 386) in Folge der zeitweisen Inanspruchnahme der Rahmenkredite im Jahresverlauf 2006. Die verbleibenden Verbindlichkeiten gegenüber den verbundenen Unternehmen resultieren aus operativen Leistungsbeziehungen mit Gesellschaftern der United Internet-Gruppe (z.B. Mietkosten, EDV-Dienstleistungen).

### 36) **STEUERRÜCKSTELLUNGEN**

Die Steuerrückstellungen setzen sich wie folgt zusammen:

	<b>2006</b>	<b>2005</b>
	<b>TEUR</b>	<b>TEUR</b>
Deutschland	3.817	3291
Frankreich	491	430
USA	123	772
Niederlande	93	54
Italien	50	23
	<u>4.574</u>	<u>4570</u>

### 37) **SONSTIGE KURZFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN**

Im Vorjahr war die Restkaufpreisverpflichtung aus dem zum 31. Dezember 2005 noch nicht beglichenen Teil des vorläufigen Kaufpreises für den Erwerb der 71,46% an der CibleClick Holding enthalten. Der Posten Sonstige beinhaltet eine Vielzahl von Einzelpositionen (Kfz-Kosten, Marketing-Dienstleistungen, Telefon u.ä.). Der Anstieg resultiert aus dem gestiegenen Geschäftsvolumen.

	<b>2006</b>	<b>2005</b>
	<b>TEUR</b>	<b>TEUR</b>
Verbindlichkeiten gegen das Finanzamt (Umsatzsteuer, Lohnsteuer etc.)	1.539	2.053
Ausstehende Gehälter (Tantiemen)	939	800
Soziale Sicherheit	700	686
Ausstehender Urlaub/ Sonstige Personalkosten	649	539
Beratung (Prüfungskosten, Rechtsberatung u.ä.)	487	358
Verbindlichkeiten gegen Mitarbeiter	177	54
Restkaufpreisverpflichtung	0	7.092
Schließungskosten/Veräußerungskosten	0	27
Sonstige	1.650	633
	<u>6.142</u>	<u>12.242</u>

### 38) **RÜCKSTELLUNGEN**

In Folge des Abschlusses der Liquidation der 4 irischen Gesellschaften konnte die gebildete Rückstellung in Höhe von TEUR 163 aufgelöst werden, da die berücksichtigten Risiken nunmehr als unwahrscheinlich einzustufen sind.

Die im Geschäftsjahr 2005 gebildete Rückstellung für Restrukturierungsaufwand für die Schließung der AdLINK Denmark in Höhe von TEUR 154 wurde planmäßig in Anspruch genommen.

### **39) PASSIVER RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN**

Der wesentliche Teil der Rechnungsabgrenzungsposition in Höhe von TEUR 467 resultiert wie im Vorjahr (TEUR 922) primär aus bereits berechneten Leistungen, die aber noch nicht oder nicht vollständig erbracht sind.

### **40) VERBINDLICHKEITEN GEGEN BANKEN**

Die kurzfristigen Verbindlichkeiten gegen Banken bestehen im Wesentlichen aus der Inanspruchnahme der Kreditlinie bei der West LB AG in Höhe von Mio. EUR 15. Die Aufnahme erfolgte auf Tagesgeldbasis zu einem Zinssatz von 4,33%.

Der Gesellschaft stehen ungenutzte Kreditlinien zum Stichtag zur Verfügung:

<b>Offene Kreditlinien per 31. Dezember 2006</b>	<b>in Mio. EUR</b>
WestLB AG (befristet bis 9. Mai 2007)	25,0
Dresdner Bank AG (bis auf weiteres)	15,0
Dresdner Bank AG (befristet bis 22. November 2009)	15,0
United Internet AG (befristet bis 30. Januar 2007)	17,7
<b>Gesamtsumme:</b>	<b>72,7</b>

### **41) SEGMENTBERICHTERSTATTUNG**

#### Primäre Segmentberichterstattung

Wie im Vorjahr erfolgt die primäre Segmentberichterstattung nach geographischen Gesichtspunkten, da die Risiken und Erträge der Geschäftstätigkeit der AdLINK im Wesentlichen durch die Tätigkeit auf unterschiedlichen geografischen Märkten bzw. Ländern beeinflusst werden. Die geografischen Segmente wurden wie folgt zusammengefasst:

- Deutschland
- Euroland: Italien, Spanien, Frankreich, Belgien, Niederlande
- Nicht-Euroland: Schweden, Dänemark, USA, UK

Im Segmentvermögen des Segments Deutschland sind die Anteile an den Tochtergesellschaften der AdLINK AG nicht enthalten.

Die Ergebnisse von assoziierten Unternehmen betreffen die Beteiligungen an der AdLINK Switzerland und der AdLINK Austria. Diese wurden entsprechend dem Nicht-Euroland bzw. Euroland zugeordnet.

in TEUR  
Geschäftsjahr 2006

	Deutschland	Euroland	NON-Euroland	Konsolidierung	Total AdLINK
Außenerlösen	98.736	51.871	26.865		177.472
Intersegmenterlöse	1.476	1.150	11.015	-13.641	0
<b>Segmenterlöse</b>	<b>100.212</b>	<b>53.021</b>	<b>37.880</b>	<b>-13.641</b>	<b>177.472</b>
Operatives Ergebnis	14.633	2.525	2.486		19.644
Amortisation Firmenwert	0	0	0		0
Ergebnis von assoziierten Unternehmen	0	41	1.214		1.255
<b>Segmentergebnis</b>	<b>14.633</b>	<b>2.525</b>	<b>3.700</b>	<b>0</b>	<b>20.899</b>
Zinserträge				341	341
Zinsaufwendungen				-1.474	-1.474
Aufwendungen aus der garantierten Dividende an die Minderheitsgesellschaften				-1.082	-1.082
<b>Ergebnis vor Steuern</b>					<b>18.684</b>
Steuern				-2.342	-2.342
<b>Periodenergebnis</b>					<b>16.342</b>
Operatives Segmentvermögen	27.694	28.907	16.024	-15.431	57.194
Firmenwerte	55.741	25.559	1.711		83.011
Anteile an assoziierte Unternehmen	0	46	2.966		3.012
<b>Operatives Segmentvermögen</b>	<b>83.435</b>	<b>54.512</b>	<b>20.701</b>	<b>-15.431</b>	<b>143.217</b>
aktive latente Steuern				8.045	8.045
<b>Vermögen</b>					<b>151.262</b>
<b>Operative Segmentverbindlichkeiten</b>	<b>21.348</b>	<b>22.667</b>	<b>12.406</b>	<b>-</b>	<b>42.700</b>
Finanzierungsverbindlichkeiten				62.350	62.351
Steuerrückstellungen				4.574	4.574
Wandelschuldverschreibungen				200	200
passive latente Steuern				2.205	2.205
Verbindlichkeiten gegenüber Minderheitsgesellschafter				1.082	1.082
<b>Verbindlichkeiten</b>					<b>113.112</b>
Segmentinvestitionen	1.624	88	63	-	1.775
Segmentabschreibungen	1.776	786	90		2.652

Die Vergleichswerte für das Vorjahr sehen wie folgt aus:

in TEUR  
Geschäftsjahr 2005

	Deutschland	Euroland	NON-Euroland	Konsolidierung	Total AdLINK
Außenerlösen	55.341	29.406	13.512		
Intersegmenterlöse	1.021	573	4.188		
<b>Segmenterlöse</b>	<b>56.362</b>	<b>29.979</b>	<b>17.700</b>	<b>-5.783</b>	<b>98.258</b>
Operatives Ergebnis	4.694	324	360	-358	5.020
Amortisation Firmenwert	0	-200	-1.479	0	-1.679
Ergebnis von assoziierten Unternehmen	0	0	543	0	543
<b>Segmentergebnis</b>	<b>4.694</b>	<b>124</b>	<b>-576</b>	<b>-358</b>	<b>3.884</b>
Zinserträge					134
Zinsaufwendungen					-388
<b>Ergebnis vor Steuern</b>					<b>3.630</b>
Steuern					-1.002
<b>Periodenergebnis</b>					<b>2.628</b>
Operatives Segmentvermögen	30.676	24.417	7.322	-10.152	52.263
Firmenwerte	25.144	21.853	1.711		48.708
Anteile an assoziierten Unternehmen	0	0	2.207		2.207
<b>Operatives Segmentvermögen</b>	<b>55.820</b>	<b>46.270</b>	<b>11.240</b>	<b>-10.152</b>	<b>103.178</b>
aktive latente Steuern					3.356
Mitarbeiterdarlehen					30
<b>Vermögen</b>					<b>106.564</b>
<b>Operative Segmentverbindlichkeiten</b>	<b>51.793</b>	<b>21.113</b>	<b>6.669</b>	<b>-</b>	<b>73.018</b>
Steuerrückstellungen					4.569
Wandelschuldverschreibungen					276
passive latente Steuern					2.876
Von Gesellschaftern langfristig zur Verfügung gestelltes Fremdkapital					434
<b>Verbindlichkeiten</b>					<b>81.173</b>
Segmentinvestitionen	22.115	11.008	184		33.307
Segmentabschreibungen	1.289	62	103		1.454
Ausserplanmäßige AfA	-	200	1.479		1.679

## Sekundäre Segmentberichterstattung

Wie im Vorjahr erfolgt die sekundäre Segmentberichterstattung nach Tätigkeitsfeldern. Die einzelnen Bereiche AdLINK Media, Affiliate Marketing und Domain Marketing weisen unterschiedliche Kunden-, Technologien- und Erlösstrukturen auf und wurden entsprechend zusam-

mengefasst. Dabei umfasst das Segment AdLINK Media die Geschäftstätigkeit der AdLINK-Gesellschaften, das Segment Affiliate Marketing die affilinet GmbH und deren Tochtergesellschaften und das Segment Domain Marketing die Sedo GmbH und deren Tochtergesellschaften. Zur näheren Erläuterung verweisen wir auf Gliederungspunkt 3d). Die Erlöse der net:dialogs wurden der Konsolidierungsspalte zugeordnet.

Geschäftsjahr 2006 in TEUR	AdLINK Media	Affiliate Marketing	Domain Marketing	Konsolidierung / nicht zuordbar	Total AdLINK Group
Außenerlösen	68.604	67.044	41.797	27	
Intersegmenterlöse	135	257	51	-443	
<b>Segmenterlöse</b>	<b>68.739</b>	<b>67.301</b>	<b>41.848</b>	<b>-416</b>	<b>177.472</b>
Operatives Segmentvermögen	31.589	17.085	27.720	-19.200	57.194
Firmenwerte	8.155	32.663	42.193		83.011
Anteile an assoziierten Unternehmen	3.012	0	0		3.012
<b>Segmentvermögen</b>	<b>42.756</b>	<b>49.748</b>	<b>69.913</b>	<b>-19.200</b>	<b>143.217</b>
aktive latente Steuern					8.045
<b>Vermögen</b>					<b>151.262</b>
Segmentinvestitionen	831	532	307	105	1.775
Segmentabschreibungen	347	1.410	893	2	2.652

Im Segmentvermögen des Segments Media sind die Anteile an den Tochtergesellschaften der AdLINK AG nicht enthalten.

Die Vergleichswerte für das Vorjahr sehen wie folgt aus:

Geschäftsjahr 2005 in TEUR	AdLINK Media	Affiliate Marketing	Domain Marketing	Konsolidierung / nicht zuordbar	Total AdLINK
Außenerlösen	52.924	28.012	17.322		
Intersegmenterlöse	0	89	20		
<b>Segmenterlöse</b>	<b>52.924</b>	<b>28.101</b>	<b>17.342</b>	<b>-109</b>	<b>98.258</b>
Operatives Segmentvermögen	30.063	17.555	16.061	-11.416	52.263
Firmenwerte	8.155	28.957	11.596		48.708
Anteile an assoziierten Unternehmen	2.207	0	0		2.207
<b>Segmentvermögen</b>	<b>40.425</b>	<b>46.512</b>	<b>27.657</b>	<b>-11.416</b>	<b>103.178</b>
aktive latente Steuern					3.356
Mitarbeiterdarlehen					30
<b>Vermögen</b>					<b>106.564</b>
Segmentinvestitionen	448	23.136	9.723		33.307
Segmentabschreibungen	333	468	653		1.454
Ausserplanmäßige AfA	1.679	0	0		1.679

## **42) RISIKOMANAGEMENT**

### **a) Ausfallrisiko**

Der Konzern stellt mit entsprechenden Kontrollverfahren und Verfahrensanweisungen sicher, dass Dienstleistungen nur an Kunden erbracht werden, die sich in der Vergangenheit als kreditwürdig erwiesen 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.

### **b) Zinsänderungsrisiko**

Die Nettoverschuldung des Konzerns beträgt zum Stichtag Mio. EUR 56,4. Sämtliche zur Verfügung stehende Kreditlinien basieren auf eine variable Verzinsung. Ceterus paribus beträgt das Zinsänderungsrisiko TEUR 560 je 1%iger Zinsänderung.

### **c) Liquiditätsrisiko**

Der Konzern verfügt aus heutiger Sicht auf Grund der Konzernzugehörigkeit zur United Internet AG und positiver Geschäftsentwicklung über ausreichend hohe Bonität, Kreditlinien und Bestände an Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, um seinen Zahlungsverpflichtungen nachkommen zu können.

### **d) Wechselkursrisiko**

Der Konzern ist im Euroraum und über selbstständige Tochtergesellschaften in Schweden, Großbritannien und den USA tätig. Im Jahresabschluss sind keine Finanzierungsverbindlichkeiten in Fremdwährung enthalten. Wechselkursrisiken bestehen zum einen aus der Innenfinanzierung mit den Tochtergesellschaften (insbesondere England) und zum anderen aus der operativen Tätigkeit von Sedo Germany und bzw. Sedo USA. In beiden Gesellschaften wird ein Teil der Geschäftstätigkeit in USD abgewickelt.

### **e) Vergütungsgarantien**

Im AdLNK Media Bereich war und ist der Konzern teilweise gezwungen zum Halten oder Gewinnung von großen Webseiten-Betreibern sich zu Vergütungen in vordefinierter Höhe zu verpflichten. In Rahmen dieser Verträge besteht das Risiko für den Konzern, das keine ausreichend hohe Erlöse generiert werden können, die der garantierten Vergütung entsprechen.

## **43) HONORARE DES ABSCHLUßPRÜFERS**

Im Geschäftsjahr 2006 wurden auf der Ebene der AdLINK AG Honorare in Höhe von TEUR 191 als Aufwand erfasst. Diese beziehen sich auf die Jahresabschlussprüfung (TEUR 113), Steuerberatungsleistungen (TEUR 49) sowie sonstige Leistungen (TEUR 29). An verbundene Unternehmen des Abschlussprüfers wurden Vergütungen in Höhe von TEUR 94 gezahlt.

Für Tochterunternehmen der AdLINK AG wurden rund TEUR 221 für Honorare des Abschlussprüfers für die Abschlussprüfung 2006 bzw. verbundene Unternehmen des Abschlussprüfers als Aufwand erfasst. Auf sonstige Honorare entfielen ca. TEUR 93.

#### 44) SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN UND HAFTUNGSVERHÄLTNISSE

##### a) Mieten und sonstige Dienstleistungen

Die wesentlichen Verpflichtungen der AdLINK Gruppe bestehen im Hinblick auf drei Bereiche, (1) der Anmietung von Software, insbesondere AdServing-Dienstleistungen, (2) Mietverträgen von Büroräumen der einzelnen Standorte und (3) Leasingverbindlichkeiten für Teile Fahrzeugflotte.

AdLINK hat im Geschäftsjahr 2002 einen Rahmenvertrag über die Zurverfügungstellung von AdServing-Dienstleistungen mit der DoubleClick Inc. abgeschlossen. Der Vertrag hat eine Laufzeit von 10 Jahren. In Dezember 2006 wurde auf Basis des Rahmenvertrages eine Anpassung der Bedingungen und Konditionen für das Geschäftsjahr 2007 und 2008 vorgenommen. Für das kommenden 2 Jahre belaufen sich die finanzielle Verpflichtung auf jeweils TEUR 2.340 pro anno. Für die Folgejahre ist bis zum Ende der Laufzeit des Rahmenvertrages am 28. Januar 2012, aus heutiger Sicht, mit vergleichbaren jährlichen Aufwendungen zu rechnen. Dies wurde entsprechend in den zukünftigen Verpflichtungen angenommen und berücksichtigt.

Zum 31. Dezember 2006 belaufen sich die zukünftigen Verpflichtungen aus Mietverträgen und sonstigen Dienstleistungsverträgen auf TEUR 16.977 und setzen sich folgendermaßen zusammen:

Laufzeit der Mietverträge und der sonstigen Dienstleistungsverträgen /TEUR					
Gesamt	<1 Jahr	1 bis 2 Jahre	2 bis 3 Jahre	3 bis 4 Jahre	>4 Jahre
16.977	4.017	3.409	3.135	2.957	3.459

Aus sonstigen Verträgen, Leasing von Büroeinrichtung und insbesondere Fahrzeugen, bestanden per 31. Dezember 2006 nicht bilanzielle Verpflichtungen in Höhe von TEUR 591 Es handelt sich bei sämtlichen Leasingverträgen um operatives Leasing.

Laufzeit sonstigen Leasingverträge/TEUR					
Gesamt	<1 Jahr	1 bis 2 Jahre	2 bis 3 Jahre	3 bis 4 Jahre	>4 Jahre
591	227	185	176	3	0

##### b) Haftungsverhältnisse, sonstige Verpflichtungen und sonstige Eventualan-sprüche

Dem Vorstand sind keine Tatsachen bekannt, die eine materielle nachteilige Auswirkung auf die Geschäftstätigkeit, auf die finanziellen Umstände oder auf das Geschäftsergebnis der Gesellschaft haben könnten.

## **45) SONSTIGE RECHTLICHE ANGABEN**

### **a) Befreiung gemäß § 264 Abs. 3 HGB**

Die folgenden Tochtergesellschaften der AdLINK Internet Media AG nehmen die Möglichkeit des §264 Abs. 3 HGB in Anspruch und sind von der Pflicht zur Offenlegung des Jahresabschlusses 2006, Prüfung des Jahresabschlusses der Gesellschaft und Aufstellung eines Lageberichtes befreit.

AdLINK Internet Media GmbH Deutschland, Düsseldorf/Deutschland  
affilinet GmbH, Ebersberg/Deutschland  
Sedo GmbH, Köln/Deutschland.

Die Beschlüsse der Gesellschafterversammlungen wurden entsprechend § 325 HGB im elektronischen Bundesanzeiger veröffentlicht.

### **b) Konzernzugehörigkeit**

Die Muttergesellschaft der AdLINK Internet Media AG, die den Konzernabschluss für den größten Kreis von Unternehmen aufstellt, ist die United Internet AG. Das HGB-Ergebnis der United Internet AG für das vorangegangene Geschäftsjahr 2005 betrug Mio. EUR 187 und das Eigenkapital nach HGB betrug Mio. EUR 392. Für weitere Informationen verweisen wir auf den Geschäftsbericht der United Internet AG.

### **c) Erklärung gem. § 161 AktG zum Corporate-Governance-Kodex**

Die AdLINK Internet Media AG hat für 2006 die nach § 161 AktG vorgeschriebene Erklärung abgegeben, welche den Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ entsprach und entsprechen wird. Die Erklärung wurde den Aktionären zugänglich gemacht.

### **d) Offene Rechtsfälle**

Zum Zeitpunkt der Aufstellung des Konzernabschlusses war die AdLINK AG vereinzelt in Rechtsfälle involviert. Im Wesentlichen werden seitens Dritter Schadensersatzforderungen gestellt, die aus Sicht der Gesellschaft nicht berechtigt sind. Der Ausgang der Rechtsfälle ist offen und es kann daher nicht ausgeschlossen werden, dass sich daraus Auswirkungen auf das folgende Geschäftsjahr ergeben.

Montabaur, 4. März 2007

Der Vorstand

Guy Challen

Stéphane Cordier

Marc Stilke

AdLINK Internet Media AG - Konsolidierte Entwicklung des Konzern-Anlagevermögens nach IFRS im Geschäftsjahr 2006 in EUR

Geschäftsjahr 2006

	ANSCHAFFUNGS- UND HERSTELLUNGSKOSTEN					AUFGELAUFENE ABSCHREIBUNGEN					NETTOBUCHWERTE		
	01.01.2006	Zugänge	Abgänge	Umbuchungen	31.12.2006	01.01.2006	Zugänge	Abgänge	Umbuchungen	Währungs- differenzen	31.12.2006	01.01.2006	31.12.2006
	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
<b>IMMATERIELLE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE</b>													
Lizenzen, Markenrechte u.ä.	2.245.809	110.588	226.478	-68.597	2.061.322	1.308.647	139.005	225.265	-12.345	-241	1.209.801	937.162	851.521
Software	2.185.729	280.131	25.004	97.356	2.538.212	809.294	493.184	25.557	12.345	174	1.289.440	1.376.435	1.248.772
Internetplattform	1.878.900	0	0	0	1.878.900	282.200	375.700	0	0	0	657.900	1.596.700	1.221.000
Datenbanken	5.003.600	0	0	0	5.003.600	336.225	1.000.738	0	0	0	1.336.963	4.667.375	3.666.637
Anzahlungen	28.759	209.181	0	-28.759	209.181	0	0	0	0	0	0	28.759	209.181
Zwischensumme Lizenzen/Software/Anzahlungen	11.342.797	599.900	251.482	0	11.691.215	2.736.366	2.008.627	250.822	0	-67	4.494.104	8.606.431	7.197.111
Firmenwert	50.387.600	34.302.763	0	0	84.690.363	1.679.000	0	0	0	0	1.679.000	48.708.600	83.011.363
	61.730.397	34.902.663	251.482	0	96.381.578	4.415.366	2.008.627	250.822	0	-67	6.173.104	57.315.031	90.208.474
<b>SACHANLAGEN</b>													
Betriebs- und Geschäftsausstattung	2.194.848	1.175.492	390.343	0	2.979.997	1.083.358	643.053	305.727	0	663	1.421.347	1.111.490	1.558.650
	2.194.848	1.175.492	390.343	0	2.979.997	1.083.358	643.053	305.727	0	663	1.421.347	1.111.490	1.558.650

Geschäftsjahr 2005\*

	ANSCHAFFUNGS- UND HERSTELLUNGSKOSTEN					AUFGELAUFENE ABSCHREIBUNGEN					NETTOBUCHWERTE		
	01.01.2005	Zugänge	Abgänge	Umbuchungen	31.12.2005	01.01.2005	Zugänge	Abgänge	Umbuchungen	Währungs- differenzen	31.12.2005	01.01.2005	31.12.2005
	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
<b>IMMATERIELLE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE</b>													
Lizenzen, Markenrechte u.ä.	1.270.410	987.033	11.634	0	2.245.809	1.190.586	126.321	2.072	0	-6.189	1.308.646	79.824	937.163
Software	593.909	1.527.340	2.254	66.734	2.185.729	519.964	291.584	2.254	0	0	809.294	73.945	1.376.435
Internetplattform	0	1.878.900	0	0	1.878.900	0	282.200	0	0	0	282.200	0	1.596.700
Datenbanken	0	5.003.600	0	0	5.003.600	0	336.225	0	0	0	336.225	0	4.667.375
Anzahlungen	66.734	28.759	0	-66.734	28.759	0	0	0	0	0	0	66.734	28.759
Zwischensumme Lizenzen/Software/Anzahlungen	1.931.053	9.425.632	13.888	0	11.342.797	1.710.550	1.036.330	4.326	0	-6.189	2.736.365	220.503	8.606.432
Firmenwert	9.834.000	40.553.600	0	0	50.387.600	0	1.679.000	0	0	0	1.679.000	9.834.000	48.708.600
	11.765.053	49.979.232	13.888	0	61.730.397	1.710.550	2.715.330	4.326	0	-6.189	4.415.365	10.054.503	57.315.032
<b>SACHANLAGEN</b>													
Betriebs- und Geschäftsausstattung	1.308.323	1.266.269	379.744	0	2.194.848	1.035.852	416.791	370.969	0	1.684	1.083.358	272.471	1.111.490
	1.308.323	1.266.269	379.744	0	2.194.848	1.035.852	416.791	370.969	0	1.684	1.083.358	272.471	1.111.490

\* Die Zugänge aus der normalen Geschäftstätigkeit sowie aus Unternehmenserwerben wurden zusammengefasst.



**AdLINK Internet Media AG,  
Montabaur**

**Lagebericht und Konzernlagebericht  
des Vorstands**

für das Geschäftsjahr 2006

# Lagebericht und Konzernlagebericht

Der Online Werbemarkt konnte auch in 2006 auf breiter Basis zulegen. Für den europäischen Werbemarkt rechnet Jupiterresearch mit einem Wachstum von 28 % auf 5 Mrd. EUR. Starkes Wachstum prognostiziert auch der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) für den deutschen Online-Werbemarkt 2006 und erwartet ein Plus von 59 % auf 1,65 Mrd. EUR. Und das noch immer immense Potenzial wird deutlich, wenn man den Anteil der Online-Werbung am gesamten Werbekuchen mit dem Anteil der Online-Nutzung an der gesamten Medien-Nutzung vergleicht: So entsprechen die für 2006 prognostizierten 7,8 % Werbemarkt-Anteil (ohne Plakat) nur etwa der Hälfte des Online-Anteils an der täglichen Medien-Nutzungsdauer von 14,6 %.

## EINORDNUNG IN DAS WIRTSCHAFTLICHE UMFELD

Bereits nach dem starken Wachstum im 1. Halbjahr 2006 mussten der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) seine Umsatzprognosen 2006 für den deutschen Online-Werbemarkt deutlich nach oben korrigieren. Weit über den ohnehin imposanten Erwartungen verlief das 1. Halbjahr im Segment der klassischen Online-Werbung mit einem Brutto-Wachstum von plus 69 %. Die Prognose für das Gesamtjahr wurde daher auf 785 Millionen Euro (+47 %) angehoben – und im Januar 2007 nochmals auf 903,1 Millionen Euro korrigiert. Die Prognose für das Segment Affiliate-Netzwerke (+48 %) wurde nach dem Halbjahres-Fazit bestätigt. Auch für das Segment Suchwort-Vermarktung wurde die diesjährige konservative und dennoch außergewöhnliche Wachstumsprognose (+80 %) beibehalten. Insgesamt werden sich die drei genannten Segmente somit in 2006 auf 1,65 Milliarden Euro summieren. Nicht enthalten sind darin Umsätze aus Online-Kleinanzeigen bspw. für Autos, Immobilien und Stellenanzeigen.

Bei der Suchwort-Vermarktung, dem mit plus 80 % wachstumsstärksten Segment, werden den Werbekunden gesonderte Bereiche auf den Trefferseiten von Suchmaschinen zur Verfügung gestellt. Der Werbekunde wirbt dann (und nur dann), wenn ein Internet-Nutzer online nach einem bestimmten Begriff sucht. In einem vollautomatischen Auktionsverfahren bieten die Werbekunden um die oberen Werbeplätze auf den Trefferseiten. Bezahlt wird für die Klicks auf die Werbung, hier meist vergleichsweise kurze Textanzeigen.

Affiliate-Netzwerke (+48 %) bieten den Werbekunden die Möglichkeit, ihre Werbung auf sehr vielen, oft hunderten, dafür aber weniger reichweitenstarken Web-Angeboten (den sog. Affiliates) zu schalten. Bei dieser derzeit auch oft unter dem Stichwort Long-Tail-Marketing diskutierten Online-Werbeform wird fast ausschließlich auf Basis der erfolgten Klicks auf das Werbemittel oder auf Basis der durch die Online-Werbung erzielten Kaufabschlüsse abgerechnet. Optisch unterscheidet sich Affiliate-Marketing für den Nutzer häufig nicht von klassischer Online-Werbung – in beiden Fällen werden sog. Display Ads eingesetzt, also Werbeflächen wie querformatige Banner am oberen Seitenrand oder hochformatige Skyscraper, meist am rechten Seitenrand, und Rectangles in der Seitenmitte, umgeben von redaktionellem Text.

Zur klassischen Online-Werbung (+47 %) werden darüber hinaus auch Sponsoring und Microsites gezählt sowie technisch anspruchsvolle Flashlayer, die sich oft mit multimedialen Inhalten über den Inhalt des Werbeträgers legen.

Dabei wird Online-Werbung immer häufiger auch von Unternehmen genutzt, die früher nicht im Netz geworben haben: Rund 5,5 % der Werbeaufwendungen im 1. Halbjahr 2006 wurden von Firmen getätigt, die erstmals in Online-Werbung investierten. Den höchsten Anteil am Neukundengeschäft hatten die Branchen Dienstleistungen (35 %) und Finanzen (22 %). In der Detail-Betrachtung fällt auf, dass im 1. Halbjahr 2006 erstmals ein Lebensmittel-Discounter der bedeutendste Werbungtreibende im Medium Online ist. Dies ist ein absolutes Novum und zeigt, dass der Einsatz von Online-Werbung auch zunehmend für solche Bereiche interessant wird, die bisher nicht zu den klassischen Online-affinen Geschäftsfeldern gehörten. Laut Nielsen Media Research wird das Medium Online vorwiegend crossmedial in Verbindung mit weiteren Medien eingesetzt: 37 % der Werbungtreibenden setzen das Medium crossmedial (mit mehreren anderen Medien zusammen) ein, 35 % nutzen nur das Medium Online zur Kommunikation und 24 % werben ausschließlich in Online und Print.

Als wesentliche Gründe für dieses dynamische Wachstum führen Experten die zunehmende Verbreitung breitbandiger Internet-Anschlüsse wie DSL, die gestiegene Intensität der Nutzung und die wachsende Akzeptanz des Einkaufs via Internet an. Das Internet ist als Marktplatz und Informationsmedium akzeptiert. Deshalb besteht bei Unternehmen die Tendenz, einen immer größeren Teil des Werbeetats in den Online-Bereich zu investieren.

Neben dem direkten Produktverkauf rückt das Branding in den Vordergrund. Das Internet wird zur Markenbildung genutzt. Hinzu kommt, dass die Effektivität der Onlinewerbung durch die Weiterentwicklung von Optimierungs- und Targetingtechnologien sowie verbesserter Formate ständig zunimmt. Insbesondere durch die leichte Messbarkeit des Werbeerfolgs im Internet und den sich daraus ergebenden Optimierungsmöglichkeiten birgt die Online-Werbung gegenüber den klassischen Werbemedien ein immenses Potenzial.

### **Konjunktur begünstigt den Siegeszug der Online-Werbung**

2006 war für die Weltwirtschaft ein gutes Jahr, begleitet von Wachstum in den USA, Europa und Deutschland. Nach Schätzungen des Internationalen Währungsfonds (IWF) konnte die Weltwirtschaft in 2006 um 5,1 % zulegen. Für die Euro-Zone rechnet der IWF mit einem Wachstum von gut 2,5 %. Auch die deutsche Wirtschaft ist nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes 2006 um 2,5 % gewachsen und damit so stark wie seit dem Jahr 2000 nicht mehr.

Trotz zweistelliger Wachstumsraten im Außenhandel kamen die größten Wachstumsimpulse in Deutschland diesmal aus dem Inland. Maßgeblich kurbelten dabei die Unternehmen die Inlandsnachfrage an. Sie investierten in Maschinen und Ausrüstungen 7,3 % mehr als im Vorjahr und damit so viel wie noch nie nach der Wiedervereinigung. Auch der private Konsum wuchs und konnte einen Zuwachs von 0,6 % verbuchen. Nach Berechnungen der Internationalen Arbeitsorganisation sank infolge des Aufschwungs auch die Zahl der Erwerbslosen um 460.000 auf 3,4 Mio.

### **Positives Umfeld für die AdLINK Internet Media AG**

Das sind Rahmenbedingungen, die die gute Entwicklung unserer Branche und unseres Unternehmens begünstigten. Auch das direkte Marktumfeld war hervorragend: Die Akzeptanz des Internet ist mittlerweile auch bei Zielgruppen groß, die nicht von vornherein Technik-freundlich eingestellt waren. Und die Verbreitung breitbandiger Zugänge sowie die zunehmende Nutzung von zeit- und datenunabhängigen Flat-Tarifen haben Nutzungsqualität und Nutzungsintensität nochmals deutlich erhöht. Aus Sicht der Werbetreibenden gilt: Je mehr Menschen das Internet nutzen und je mehr Zeit sie darin verbringen, desto attraktiver das Medium. Und je leistungsfähiger die Technik ist, desto interessanter und vielfältiger und damit wirksamer können die Werbeformate gestaltet und anvisierte Zielgruppen ohne große Streuverluste erreicht werden. Die steigenden Nutzerzahlen, die zunehmende Bandbreite und günstige Prognosen etwa für das E-Business waren und sind weiterhin positive Einflussfaktoren für die Online-Werbeindustrie.

## **GESCHÄFTSENTWICKLUNG**

### **Kräftiges Wachstum und Erweiterung des Geschäftsmodells**

2006 war für unser Unternehmen ein wirtschaftlich erfolgreiches Jahr und ein Jahr der strategischen Erweiterung der Geschäftsfelder. Der Markt ist stark gewachsen, und wir konnten daran mit einer Umsatzverbesserung um 81 % überproportional partizipieren. Beim Ergebnis vor Steuern konnten wir um 419 % zulegen und eine EBT-Marge von 10,5 % erreichen.

Wir haben unsere Tätigkeitsfelder neu geordnet und strategisch breiter aufgestellt: für unseren angestammten Geschäftsbereich AdLINK MEDIA (Display-Werbung) haben wir Anfang 2006 ein neues Konzept realisiert, das den Geschäftserfolg mit unseren wichtigsten Geschäftspartnern, den großen Webseiten und Werbetreibenden, weiter steigern soll. Wir bieten unseren Kunden mit AdLINK SELECT und AdLINK TARGET zwei Werbenetzwerke an: AdLINK SELECT ist ein Premiumportfolio handverlesener Markenwebseiten mit führender Reichweite und qualitativ hochwertigem, originärem Inhalt. Auf allen Webseiten dieses Netzwerkes sind unsere innovativen AdLINK Brandsense Werbeformate verfügbar, mit denen unsere Kunden auf einfache Weise reichweitenstarke und wirksame Markenkampagnen durchführen können. National und europaweit. Damit ist es für unsere Kunden erstmals möglich, mit einer einzigen Buchung europaweite Reichweite und hochwertige Contentumfelder zu kombinieren. AdLINK TARGET ist ein reichweitenstarkes Netzwerk, mit dem unsere Kunden jeden Monat europaweit rund 70 Mio. Europäer mit vielfältigen Targetingmöglichkeiten erreichen können: thematisch, soziodemografisch, regional oder verhaltensbasiert.

Gleichzeitig haben wir uns mit der Integration von Sedo, affilinet und CibleClick in Wachstumsbereichen des Onlinewerbemarktes wie Domain- und Affiliate-Marketing breiter aufgestellt und können nun die wesentlichen Werbe- und Vermarktungsleistungen im Internet aus einer Hand anbieten.

Unsere Philosophie ist dabei unverändert geblieben: Der Kunde, sei es Webseiten-Inhaber oder Werbetreibender, spielt die zentrale Rolle. Wir helfen den Inhabern von Webseiten, ihre Einkünfte aus der Onlinevermarktung zu maximieren und Werbetreibenden ihre Budgets optimal einzusetzen.

**Wichtige Entwicklungen und Ereignisse im Berichtsjahr waren:**

**- Umsatz- und Ergebniskennzahlen deutlich verbessert**

Unseren Umsatz haben wir im Berichtsjahr mit 177,5 Mio. EUR gegenüber dem Vorjahr um 81 % verbessert. Bei unserem Vorsteuerergebnis konnten wir um 419 % zulegen und 18,7 Mio. EUR (Vorjahr 3,6 Mio. EUR) erreichen.

**- Anteilserhöhungen bei unseren Tochtergesellschaften**

Nach der am 20. Oktober 2006 vollzogenen Aufstockung der Anteile am französischen Affiliate-Anbieter CibleClick auf 100 % (für 11,2 Mio. EUR einschließlich ausstehender Kaufpreiszahlungen), hat AdLINK am 20. November 2006 auch ihren Anteil an der Sedo GmbH, Köln, von 52,14 % auf 75,94 % erhöht. Der Anteilskauf in Höhe von 34,5 Mio. EUR ist fremdfinanziert worden. Die Sedo-Gründer bleiben als wesentliche Gesellschafter beteiligt und leiten die Geschäfte weiter. Parallel zu den Übernahmeverträgen wurde zwischen AdLINK und Sedo auch ein Ergebnisabführungsvertrag mit Wirkung zum 1. Januar 2007 geschlossen.

**- net:dialogs als eigenständiges Full-Service-Angebot gestartet**

Zum Ende des Jahres 2006 haben wir mit der Gründung der net:dialogs GmbH einen Spezialisten für Direkt- und Dialog-Online-Marketing als Full-Service-Agentur im Werbemarkt gestartet. net:dialogs soll sich auf die Konzeption und Realisierung von kompletten Kommunikationskampagnen für effektive und messbare Zielgruppenansprache in allen digitalen Medien konzentrieren. Die Dienstleistungen und Lösungen für Media-Agenturen reichen dabei von Onlinemarkenwerbung, Adress- und Profildaten-Generierung, Online-Befragungen, digitalen Gutscheinen, Opt-In E-Mail-Programmen bis hin zu integrierten Kundenbindungs-Systemen (eCRM). Über die spezialisierte und webbasierte net:dialogs Software haben Kunden zudem die Möglichkeit, das gesamte internationale Vermarktungsnetzwerk der AdLINK-Gruppe zu nutzen.

**- Neuartiger Vertriebskanal für Affiliate-Marketing mit contextual Targeting**

Im September 2006 konnten wir mit „affilimatch“ einen neuartigen Werbeservice präsentieren, von dem sowohl die Advertiser als auch unsere Publisher profitieren. Mit affilimatch sind wir in der Lage, Produktangebote der Advertiser automatisch auf thematisch passende Webseiten innerhalb unseres Affiliate-Netzwerkes zu platzieren. Der Publisher bekommt durch dieses „contextual Targeting“ aktuelle und inhaltlich passende Produktangebote auf seinen Seiten angezeigt. Dies geschieht über „affilimatch“ automatisiert, ohne dass wie im klassischen Affiliate-Marketing die Publisher ihre Produktangebote einzeln auswählen müssen.

**- Domain-Parking SedoPro zum besten Parkingprogramm gewählt**

Im Bereich des Domain-Marketing konnten wir unsere weltweit führende Stellung unter Beweis stellen. Im November 2006 wurde auf der T.R.A.F.F.I.C., der weltweit größten Konferenz in Miami, USA, unser Produkt „SedoPro“ als das beste Domainparking-Programm ausgezeichnet. Es bietet den professionellen Domaininhabern die beste Möglichkeit, mit ihren ungenutzten Domains ohne Aufwand Geld zu verdienen. SedoPro ist dabei speziell auf Domaininhaber zugeschnitten, die ein qualitativ hochwertiges Domainportfolio besitzen. Das Prinzip ist ebenso einfach wie bestechend: Sedo blendet auf jeder Domain die jeweils zu ihrem Namen passende Werbung ein und die Domainbesitzer erhalten einen Teil der so erzielten Werbeerlöse. Für die Kunden ist die Anmeldung zum Domain-Parking kostenlos. Die Attraktivität des Domain-Handelsplatzes zeigte sich auch in zunehmenden Domain-Vermittlungen: So konnte Sedo mit dem Verkauf der Internet-Adresse vodka.com zum Preis von 3 Millionen \$ den bisher größten Domainverkauf ihrer über fünfjährigen Unternehmens-Geschichte vermitteln.

**AdLINK MEDIA ist Europas führendes unabhängiges Online-Netzwerk**

Das Rückgrat des Geschäfts ist ein Werbenetzwerk mit ausgewählten Websites, die über hohe Reichweiten verfügen. Mit diesem Netzwerk erreichen wir im Display-Marketing (ohne Kooperationspartner) über 68 Mio. Nutzer in allen relevanten Märkten Europas und vermarktet monatlich rund 6,8 Mrd. PageImpressions. Gebucht werden die Flächen von nationalen und internationalen Werbekunden, die das Netzwerk für Branding-Maßnahmen oder den direkten Abverkauf von Produkten (Display-Marketing) nutzen.

### **Mit Sedo.com betreiben wir eine weltweit führende Domain-Handelsplattform**

Sedo betreibt die globale Domain-Handelsplattform sedo.com. Auf dieser werden derzeit rund 6,6 Mio. Domains gehandelt. Sedo ist damit Weltmarktführer beim Handel mit „gebrauchten“ Internet-Adressen. Bei Sedo lassen sich ungenutzte Domains auch „parken“, d. h. diese Adressen werden von Sedo im Auftrag ihrer Besitzer an Werbetreibende vermarktet. Dabei partizipiert Sedo an den bei der Vermarktung erzielten Erlösen. Das Domain-Parking ist für Domain-Besitzer und Werbetreibenden gleichermaßen interessant, denn der automatisierte Prozess bietet den Domain-Besitzern einen Mehrwert in Form zusätzlicher Werbeeinnahmen, während die Werbetreibenden nur für tatsächlich erfolgte Kontakte zahlen. Sedo bedient aus Deutschland und den USA heraus Kunden in über 200 Ländern.

### **Unser Affiliate-Netzwerk in Deutschland führend**

Ein Qualitätsnetzwerk für Anbieter von Partnerprogrammen und Webseiten-Inhaber zum Vertrieb von Produkten im Internet ist die Grundlage des Geschäfts von affilinet. affilinet zeichnet sich durch eine Reichweite von mehr als 400.000 angeschlossenen Webseiten, mehr als 1.200 Partnerprogramme, monatlich über 4,9 Milliarden PageImpressions, hohe Servicequalität und durch ein flexibles und benutzerfreundliches Produkt aus. In Deutschland ist affilinet das führende Unternehmen in diesem Bereich. Zudem sind wir im Affiliate-Marketing in Großbritannien und Frankreich aktiv und decken damit die wichtigsten europäischen Märkte für Marketing und eCommerce ab.

### **Internationale Präsenz etabliert**

Die AdLINK Gruppe ist mit ihren Marken AdLINK, Sedo und affilinet mit eigenen Zweigniederlassungen in acht europäischen Ländern präsent: in Belgien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Niederlanden, Spanien und Schweden. Zudem ist Sedo mit einer Zweigniederlassung in den USA vertreten. Über Gemeinschafts- oder Lizenzunternehmen sind wir in der Schweiz, Österreich und Norwegen aktiv. Auch in Ländern, in denen wir keine eigenen Niederlassungen unterhalten, bieten wir über Kooperationspartner ein weitreichendes Netzwerk für Markenwerbung, erfolgsbasiertes Direktmarketing und E-Mail-Marketing an, so z. B. in der Türkei, in Asien und in Südamerika. Auch ist es im Domain-Marketing aufgrund des Geschäftsmodells nicht zwingend notwendig, mit eigenen Niederlassungen in allen Märkten präsent zu sein. So bedient Sedo schon heute von den beiden Standorten in Deutschland und den USA über Muttersprachler Kunden in über 200 Ländern. Im 3. Quartal wurde die technische Plattform IDN-fähig gemacht (IDN = Internationalized Domain Names), so dass nun auch asiatische Domains problemlos verarbeitet werden können. Für unsere Kunden hat dieser hohe Internationalisierungsgrad den Vorteil, dass sie ihre internationalen Kampagnen zentral über einen Ansprechpartner planen, buchen und steuern können. So greifen Firmen wie Panasonic, Beiersdorf, BASF, Nokia, DELL, Ebay und Hewlett Packard bei ihren Online-Kampagnen auf die Netzwerke des AdLINK-Gruppe zurück – auch wegen des internationalen Charakters der Netzwerke.

### **Kennzahlen weiter verbessert**

Die guten Finanzkennzahlen resultieren auch aus der positiven Entwicklung der Reichweite der AdLINK-Gruppe. So konnten die monatlichen PageImpressions unseres AdLINK Media Netzwerkes von 5,6 Mrd. in 2005 auf 6,8 Mrd. gesteigert werden. Insgesamt erreichte das Werbe-Netzwerk monatlich 68,9 Mio. Unique Visitors in ganz Europa. Die Zahl der Werbekunden stieg von 3.970 in 2005 auf 4.300 in 2006. Positiv haben sich auch die Kennzahlen beim Domain-Marketing entwickelt: Die Zahl der zum Verkauf stehenden Domains kletterte von 3 Mio. zum Jahresende 2005 auf 6,6 Mio. zum Ende 2006. Von diesen standen 2,66 Mio. Domains (Vorjahr 780.000) zur Vermarktung zur Verfügung. Die Anzahl der registrierten Domain-Verkäufer stieg im Berichtszeitraum von 350.000 auf 440.000 an. Die für das Affiliate-Marketing wichtigsten Kennzahlen sind die Anzahl der angeschlossenen Webseiten, die Anzahl der Partnerprogramme sowie die monatlichen PageImpressions. Alle Kennzahlen konnten im Vergleich zum Vorjahresstichtag deutlich verbessert werden: Die angeschlossenen Websites von 292.000 auf 404.000, die Partnerprogramme von 774 auf 1.244 und die monatlichen PageImpressions von 3,3 Mrd. auf rund 4,9 Mrd.

## **Mitarbeiter**

### **Erfolg durch gute und motivierte Mitarbeiter**

Zum 31. Dezember 2006 waren 400 Mitarbeiter (Vorjahr: 267) im Unternehmen beschäftigt. Davon waren 204 Beschäftigte im Ausland tätig (Vorjahr: 149). Der starke Anstieg der Zahl der Beschäftigten resultiert zum einen aus der Internationalisierung in den Geschäftsbereichen Affiliate- und Domain-Marketing und spiegelt zum anderen auch das dynamische Wachstum der gesamten Gruppe wider. Der Personalaufwand stieg um 46 % auf 22,7 Mio. EUR (Vorjahr: 15,6 Mio. EUR).

Der Erfolg von Werbe-Dienstleistungen im Online-Markt hängt wesentlich von der Qualifikation und Motivation der Mitarbeiter ab. Um die Kompetenzen der Mitarbeiter der AdLINK-Gruppe permanent den Anforderungen des Marktes anzupassen, spielen Personalentwicklungs- und -qualifizierungsaktivitäten eine wichtige Rolle. Wir bieten unseren Mitarbeitern daher verschiedene Fortbildungs- und Entwicklungsprogramme an, darunter Schulungen zum Vertrieb und zu Verkaufstechniken, zu Teambuilding, Change Management und Kommunikation.

### **Grundzüge des Vergütungssystems für Vorstand und Aufsichtsrat**

Für die Festlegung der Vorstandsvergütung ist der Aufsichtsrat zuständig. Die Vergütung der Vorstandsmitglieder der AdLINK Internet Media AG ist leistungsorientiert und teilt sich in einen festen und einen variablen Bestandteil auf. Daneben existiert ein Vergütungsbestandteil mit langfristiger Anreizwirkung in Form von Wandelschuldverschreibungen. Die Höhe der Vergütungsbestandteile wird regelmäßig überprüft. Die feste Vergütung wird monatlich als Gehalt ausbezahlt. Die Höhe der variablen Vergütung ist von der Erreichung bestimmter, zu Beginn des Geschäftsjahres fixierter finanzieller Ziele abhängig, die sich im Wesentlichen an Umsatz- und Ergebniszahlen orientieren. In Abhängigkeit der Zielerreichung wird durch den Aufsichtsratsvorsitzenden die Höhe des variablen Teils festgelegt, der auf einen bestimmten Maximalbetrag begrenzt ist. Eine nachträgliche Änderung der Erfolgsziele ist ausgeschlossen. Eine Mindestzahlung des variablen Vergütungsbestandteils wird nicht garantiert. Zusätzlich zur Barvergütung wurden an die Vorstandsmitglieder als Vergütungskomponente mit langfristiger Anreizwirkung Wandelschuldverschreibungen ausgegeben.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten eine Vergütung, die aus einem festen und einem am wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens ausgerichteten variablen Teil besteht. Die feste Vergütung beträgt für ein einfaches Mitglied des Aufsichtsrats 7.500 EUR pro volles Geschäftsjahr. Der Aufsichtsratsvorsitzende erhält das Doppelte. Die erfolgsabhängige Vergütung für jedes Mitglied des Aufsichtsrats einschließlich des Aufsichtsratsvorsitzenden beträgt pro volles Geschäftsjahr 250 EUR für jeden Cent, um den der nach IFRS ermittelte Konzerngewinn pro Aktie der AdLINK Internet Media AG den Mindestbetrag von 0,11 € überschreitet. Der Mindestbetrag erhöht sich jährlich um 10 % beginnend mit dem Geschäftsjahr 2006. Der variable Vergütungsanteil ist auf 5.000 EUR pro Mitglied des Aufsichtsrats begrenzt.

## **ERTRAGS-, FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE**

### **Umsatzwachstum um 81 %**

Im Geschäftsjahr 2006 konnte die AdLINK Gruppe in Umsatz und Ertrag deutlich zulegen und profitierte damit von der in den Vorjahren eingeleiteten Premium-Strategie im Segment Display-Marketing als auch von der Verbreiterung des Geschäftsmodells um die Segmente Affiliate- und Domain-Marketing. Das starke Wachstum wurde von einer positiven Marktentwicklung begleitet, die im Wesentlichen auf zwei Teileffekten beruht: Einerseits stieg das Volumen des europäischen Werbemarktes an und innerhalb dieses Marktes nahm der Anteil der Werbeausgaben zu, die für Online-Werbung ausgegeben werden. Damit setzte sich der Trend fort, dass der Anteil der Online-Spendings am Werbebudget der in der Vergangenheit stark gestiegenen Internet-Nutzung folgt. Andererseits stieg durch bessere Targeting-Technologien die Effizienz und durch verstärkten Einsatz von performance-abhängigen Produkten die Akzeptanz von Online-Werbung. Diese Trends werden sich unseres Erachtens auch in den nächsten Jahren fortsetzen. Die AdLINK Gruppe konnte in 2006 daher stark organisch wachsen, wobei dieses Wachstum durch die Ende 2005 erworbene CibleClick und die in 2005 erst ab 01.04. konsolidierten Gesellschaften Sedo und affilinet noch verstärkt wurde. Die Umsatzerlöse stiegen um 80,6 % von 98,3 Mio. EUR in 2005 auf 177,5 Mio. EUR in 2006. Berücksichtigt man einen pro-forma-Umsatz von 122,3 Mio. EUR für 2005 (unter voller Einbeziehung der im April 2005 erworbenen Sedo und affilinet sowie der Ende 2005 erworbenen CibleClick), so ergibt sich ein organisches Umsatzwachstum von 45 %. Im Segment AdLINK Media wuchs der Umsatz um 27 % von 52,9 Mio. EUR auf 67,0 Mio. EUR, im Segment Affiliate Marketing um 144 % von 28,1 Mio. EUR auf 68,6 Mio. EUR und im Segment Domain-Marketing um 142 % von 17,3 Mio. EUR auf 41,8 Mio. EUR. In 2006 zeigte damit jedes Segment ein erfreuliches Umsatzwachstum. Der Umsatzanteil im Ausland betrug im Berichtsjahr 44 % (2005: 49 %).

Die AdLINK Gruppe hat gemessen an Umsatz, Ergebnis, Werbekunden sowie vermittelten Websites bzw. Domains ihre gute Marktstellung ausgebaut. AdLINK ist damit einer der führenden unabhängigen Vermarkter in Europa und bietet ein zunehmend kompletteres Portfolio an Online-Werbemöglichkeiten für den europäischen Markt.

#### **Vorsteuer-Gewinn auf 18,7 Mio. EUR gestiegen**

Die im Berichtsjahr erzielte Bruttomarge lag mit 25,6 % über der des Vorjahres (23,7 %). Die Verbesserung resultiert im Wesentlichen aus dem gegenüber dem Vorjahr veränderten Umsatzmix. So konnte ein überproportionales Wachstum im höhermargigen Geschäft mit performancebasierten Abrechnungsmodellen im Segment AdLINK Media sowie im Domain-Marketing-Segment erzielt werden. Positiv auf das Ergebnis wirkten sich auch die durch den Umsatzanstieg erzielten Skalenvorteile aus. Verglichen mit dem Umsatzanstieg erhöhten sich die Vertriebskosten nur unterproportional. Sie betrugen 12,9 Mio. EUR nach 8,6 Mio. EUR im Vorjahr, und damit 7,3 % vom Umsatz nach 8,8 % im Vorjahr. Gleiches gilt für die Allgemein- und Verwaltungskosten, deren Anteil am Umsatz von 9,7 % in 2005 auf 6,4 % im Berichtsjahr sank.

Das Ergebnis vor Steuern (EBT) stieg stark an: Es erhöhte sich von 3,6 Mio. EUR im Vorjahr auf 18,7 Mio. EUR im Berichtsjahr. Dies entspricht einer Umsatzmarge von 10,5 % nach 3,7 % in 2005. Der unverwässerte Gewinn pro Aktie (EPS) stieg besonders stark an von 0,04 EUR in 2005 auf unverwässert 0,47 EUR in 2006 und reflektiert damit das starke Wachstum der gesamten AdLINK Gruppe. Das EPS wurde dabei in 2006 durch die Aktivierung von steuerlich nutzbaren Verlustvorträgen in Höhe von 4,5 Mio. EUR beeinflusst. Diese konnte in 2006 aufgrund der positiven Ertragsentwicklung und den bestehenden Ergebnisabführungsverträgen mit inländischen Tochtergesellschaften durchgeführt werden. Aus dieser Aktivierung resultiert ein positiver Einmaleffekt auf das EPS in Höhe von 0,18 EUR. Teilweise kompensierend wirkte ein negativer Einmaleffekt infolge des zwischen AdLINK und Sedo im Zuge der Anteilserhöhung geschlossenen Ergebnisabführungsvertrages. Der zum 1. Januar 2007 wirksame Vertrag garantiert den Sedo-Minderheitsgesellschaftern feste jährliche Ausschüttungen für die Geschäftsjahre 2007 bis 2011. Diese Garantie-Ausschüttungen für 2007 und die Folgejahre sind gemäß IFRS bereits im Jahr 2006 aufwandswirksam und bilanziell zu erfassen und reduzieren das EBT insgesamt um 1,2 Mio. EUR. Im Ergebnis enthalten sind im Berichtsjahr Abschreibungen auf im Rahmen der Unternehmensakquisitionen aktivierten Vermögenswerte in Höhe von 1,8 Mio. EUR (Vorjahr 0,8 Mio. EUR). Der positive Ergebnisbeitrag aus assoziierten Unternehmen in Höhe von 1,3 Mio. EUR (Vorjahr: 0,5 Mio. EUR) stammt im Wesentlichen aus unserer 50%igen Beteiligung an der AdLINK Schweiz, unserem Gemeinschaftsunternehmen mit der Goldbach Media Gruppe.

#### **Bilanzsumme auf 151,3 Mio. EUR gestiegen**

Die Vermögenslage der Gesellschaft wurde 2006 durch die Anteilserhöhungen an den bestehenden Tochtergesellschaften Sedo und CibleClick geprägt. Im 4. Quartal 2006 haben wir unseren Anteil an der Sedo GmbH für einen Kaufpreis von 34,5 Mio. EUR von 52,14 % auf 75,94 % erhöht. Zudem haben wir im Geschäftsjahr 2006 unsere Anteile an der CibleClick Performance S.A. für insgesamt 11,2 Mio. € auf 100 % erhöht. Mit diesen Anteilserhöhungen haben wir uns in den stark wachsenden Bereichen Affiliate- und Domain-Marketing gestärkt. Die Transaktionen wurden teils aus eigenen Mitteln, teils aus Kreditlinien mit einer Geschäftsbank und der Mehrheitsaktionärin United Internet AG zu marktüblichen Konditionen finanziert. Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen betrugen am 31. Dezember 2006 48,3 Mio. EUR (Vorjahr 33,0 Mio. EUR), die Verbindlichkeiten gegenüber Banken 15,0 Mio. EUR (Vorjahr 0 EUR). Der Bestand an Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten lag zum Bilanzstichtag bei 5,9 Mio. EUR (Vorjahr 10,8 Mio. EUR).

Durch die Geschäftsausweitung und zur Sicherung unserer zukünftigen Geschäftsentwicklung haben wir 2006 stärker in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte investiert: 1,8 Mio. EUR nach 1,1 Mio. EUR im Vorjahr (+64 %). Die Bilanzsumme unseres Unternehmens hat sich durch das gestiegene Geschäftsvolumen und die Anteilserhöhungen von 106,6 Mio. EUR im Vorjahr auf 151,3 Mio. EUR erhöht. Der Anteil des Firmenwertes an der Bilanzsumme stieg durch die Zukäufe auf 54,9 % bzw. 83,0 Mio. EUR (Vorjahr: 46 % bzw. 48,7 Mio. EUR). Das Eigenkapital der AdLINK Internet Media AG stieg in 2006 zum Bilanzstichtag durch den guten Unternehmenserfolg auf 38,2 Mio. EUR nach 25,4 Mio. EUR im Vorjahr. Die Eigenkapitalquote im Konzern stieg auf 25,2 % (Vorjahr 23,8 %).

## UMSATZ UND ERGEBNIS IM EINZELABSCHLUSS

Der Umsatz der AdLINK Internet Media AG betrug im Berichtszeitraum 17,0 Mio. EUR und stieg damit im Vergleich zum Vorjahreswert (Vorjahr: 11,7 Mio. EUR) entsprechend dem Umsatzwachstum im Konzern an. Die Umsätze setzen sich zum einen weitgehend aus den Erlösen für internationale Kampagnen, die durch die AdLINK Internet Media AG zentral abgerechnet werden, und zum anderen aus Weiterbelastungen und Umlagen an die operativen Tochtergesellschaften zusammen. Wesentliche Einflussfaktoren der Geschäfts- und Ertragsentwicklung der AdLINK Internet Media AG waren daher neben der Vermarktung der internationalen Kampagnen 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 2006 Umsätze durch direkt weiterbelastete Kosten (z. B. DART-Kosten, EDV-Leistungen, Reisekosten) in Höhe von 10.510 TEUR (Vorjahr: 7.769 TEUR) und durch umgelegte Gemeinkosten in Höhe von 3.783 TEUR. (Vorjahr: 2.865 TEUR). Darüber hinaus wurden Umsatzerlöse mit Dritten in Höhe von 2.718 TEUR erzielt (Vorjahr: 1.037 TEUR).

Der sonstige betriebliche Ertrag in Höhe von 3,8 Mio. EUR (Vorjahr 0,7 Mio. EUR) resultiert überwiegend aus der Wertaufholung von in den Vorjahren abgeschriebenem Beteiligungen. Diese konnten aufgrund der positiven operativen Entwicklung in einzelnen Tochtergesellschaften in 2006 rückgängig gemacht werden. Der Ertrag aus Beteiligungen in Höhe von 3,96 Mio. EUR (Vorjahr: 1,3 Mio. EUR) resultiert vor allem aus einem Ergebnisabführungsvertrag und Gewinnausschüttungen von Tochtergesellschaften und Gemeinschaftsunternehmen. Das Ergebnis vor Steuern (EBT) der AdLINK Internet Media AG lag bei 5,9 Mio. EUR und konnte damit gegenüber dem Vorjahr (-5,1 Mio. EUR) beträchtlich gesteigert werden.

Die Bilanzsumme stieg aufgrund der weitgehend kreditfinanzierten Anteilskäufe auf 110,7 Mio. EUR (Vorjahr 60,0 Mio. EUR), wobei die Anteile an verbundenen Unternehmen auf 44,8 Mio. EUR (Vorjahr 41,9 Mio. EUR) und die Ausleihungen an verbundene Unternehmen auf 52,1 Mio. EUR (Vorjahr 11,5 Mio. EUR) zunahm. Die Nettoverschuldung gegenüber der United Internet AG aus den gewährten Rahmenkrediten betrug zum 31.12.2006 47,4 Mio. EUR (Vorjahr: 32,6 Mio. EUR), die aus Bankkrediten 15,0 Mio. EUR (Vorjahr: 0 EUR). Der Bestand an liquiden Mitteln der AdLINK Internet Media AG lag zum Bilanzstichtag bei 0,6 Mio. EUR.

### **Erläuterung der Angaben nach §§ 289 (4), 315 (4) HGB**

Das gezeichnete Kapital der Gesellschaft setzt sich aus 25.914.900 Euro gestückelt in 25.914.900 nennwertlose Stückaktien zusammen. Weitere Aktiengattungen existieren nicht. Nach Kenntnis der Gesellschaft hielt die United Internet AG, Montabaur, zum 31. Dezember 2006 20.750.477 Stückaktien bzw. 80,07 % der Anteile der AdLINK Internet Media AG.

Der Vorstand hat die Möglichkeit, unter folgenden Umständen Aktien neu auszugeben:

- 1) Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital der Gesellschaft bis zum 17. Mai 2010 einmal oder mehrfach um insgesamt bis zu EUR 12.900.000,00 durch Ausgabe von neuen nennwertlosen Aktien gegen Bar- und/oder Sacheinlagen zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2005).
- 2) Das Grundkapital ist um bis zu EUR 835.100,00, eingeteilt in bis zu Stück 835.100 nennwertlose Aktien, bedingt erhöht. Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Umtauschrechten an die Inhaber von Wandelschuldverschreibungen, für deren Ausgabe die Hauptversammlung am 4. April 2000 einen Ermächtigungsbeschluss fasste. Sie ist nur insoweit durchzuführen, als von diesen Umtauschrechten Gebrauch gemacht wird. Die Aktien nehmen von Beginn des Geschäftsjahres, in dem sie durch Ausübung des Umtauschrechts entstehen, am Gewinn teil. Bezüglich der Vorstandsmitglieder der Gesellschaft ist der Aufsichtsrat, bezüglich der sonstigen zur Übernahme der Wandelschuldverschreibungen berechtigten Personen ist der Vorstand der Gesellschaft ermächtigt, die weiteren Einzelheiten der bedingten Kapitalerhöhung und ihrer Durchführung festzulegen.
- 3) Das Grundkapital ist um bis zu EURO 8.000,00, eingeteilt in bis zu Stück 8.000 nennwertlose Aktien, bedingt erhöht. Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Umtauschrechten an die Inhaber von Wandelschuldverschreibungen, deren Ausgabe die Hauptversammlung am 4. April 2000 beschlossen hat. Sie ist auch nur insoweit durchzuführen, als von diesen Umtauschrechten Gebrauch gemacht wird. Die Aktien nehmen von Beginn des Geschäftsjahres, in dem sie durch Ausübung des Umtauschrechts

entstehen, am Gewinn teil.

4) Das Grundkapital ist um weitere bis zu EUR 1.250.000,00, eingeteilt in bis zu Stück 1.250.000 nennwertlose Aktien, bedingt erhöht. Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Umtauschrechten an die Inhaber von Wandelschuldverschreibungen, zu deren Ausgabe die Hauptversammlung am 17. Mai 2004 den Vorstand bzw. den Aufsichtsrat ermächtigt hat. Sie ist nur insoweit durchzuführen, als von diesen Umtauschrechten Gebrauch gemacht wird und die Gesellschaft die Wandlungsrechte nicht durch Übertragung eigener Aktien erfüllt. Die Aktien nehmen von Beginn des Geschäftsjahres, in dem sie durch Ausübung des Umtauschrechts entstehen, am Gewinn teil. Bezüglich der Vorstandsmitglieder der Gesellschaft ist der Aufsichtsrat, bezüglich der sonstigen zur Übernahme der Wandelschuldverschreibung berechtigten Personen ist der Vorstand der Gesellschaft ermächtigt, die weiteren Einzelheiten der bedingten Kapitalerhöhung und ihrer Durchführung festzulegen.

5) Das Grundkapital ist um bis zu EUR 10.000.000,00, eingeteilt in 10.000.000 nennwertlose Aktien, bedingt erhöht. Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Aktien an die Inhaber oder Gläubiger von Options- oder Wandelschuldverschreibungen, die gemäß der Ermächtigung der Hauptversammlung vom 17. Mai 2005 bis zum 16. Mai 2010 von der Gesellschaft oder einem nachgeordneten Konzernunternehmen begeben werden, soweit die Ausgabe gegen bar erfolgt ist und die Options- oder Wandelrechte nicht aus dem Bestand eigener Aktien oder aus dem genehmigten Kapital bedient werden. Sie wird nur insoweit durchgeführt, als von Options- oder Wandlungsrechten aus den vorgenannten Schuldverschreibungen Gebrauch gemacht wird bzw. Wandlungspflichten aus solchen Schuldverschreibungen erfüllt werden und die Options- oder Wandelrechte nicht aus dem Bestand eigener Aktien oder aus dem genehmigten Kapital bedient werden. Die Aktien nehmen von Beginn des Geschäftsjahres, in dem sie durch Ausübung des Options- bzw. Umtauschrechtes entstehen, am Gewinn teil. Der Vorstand ist ermächtigt, die weiteren Einzelheiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung festzusetzen.

Der Aufsichtsrat ist ermächtigt, § 5 der Satzung entsprechend der jeweiligen Ausübung der Umtauschrechte und entsprechend der jeweiligen Inanspruchnahme des bedingten Kapitals neu zu fassen.

Zudem wurde der Vorstand in der Hauptversammlung am 12. Juni 2006 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 11. Dezember 2007 eigene Aktien im Umfang von bis zu zehn vom Hundert des Grundkapitals zu erwerben.

Der Aufsichtsrat bestellt und entlässt die Mitglieder des Vorstandes und ernennt ein Mitglied des Vorstandes zum Vorsitzenden bzw. Sprecher. Zu Änderungen der Satzung, die lediglich die Fassung betreffen, ist der Aufsichtsrat ermächtigt.

## **Nachtragsbericht**

Nach dem Bilanzstichtag sind keine Vorgänge von besonderer Bedeutung eingetreten, die zu einer anderen Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage geführt hätten. Insgesamt hat sich die positive Entwicklung im Geschäftsjahr 2006 auch bis zum Zeitpunkt der Aufstellung des Jahresabschlusses fortgesetzt.

## **RISIKOBERICHT**

### **Risikomanagementsystem**

Das Überwachungssystem der AdLINK Internet Media AG identifiziert, klassifiziert und bewertet Risiken entsprechend den gesetzlichen Regelungen. Ziel des Risikomanagements ist die systematische Auseinandersetzung mit potenziellen Risiken und die Förderung des risikoorientierten Denkens und Handelns in der Organisation. 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.

Das Risikomanagement soll insbesondere dazu beitragen:

- das Risikobewusstsein und die Risikotransparenz zu verbessern,
- alle wesentlichen Risiken zu identifizieren, angemessen zu steuern und zu überwachen,
- Risikoakkumulationen aufzuzeigen und
- zuverlässige Management-Informationen über die Risikosituation des Unternehmens sicherzustellen.

Arbeitsabläufe werden standardisiert und dadurch einheitlich ausgeführt. Ein Risikomanagement-System hat hierbei die Aufgabe, den Verantwortlichen geeignete Werkzeuge zur Risikoanalyse und Bewertung bereitzustellen. Das Handbuch zum Risikomanagement wird durch die Risikomanager aktualisiert und gepflegt.

Ein zentraler Risikomanager der AdLINK Internet Media AG hat die Methoden- und Richtlinienkompetenz über das Risikomanagement-System. Er koordiniert und führt die Berichterstattung über die wesentlichen Risiken. Dazu gehört auch eine quartalsweise Statusüberprüfung der potentiellen Risiken und Chancen. Eine Risikoinventur und -bewertung wird einmal jährlich durchgeführt. Sollte sich eine Bewertung als überwachungsbedürftig ergeben, so sind die entsprechenden Maßnahmen zur Risikohandhabung und -verfolgung zu ergreifen und in die quartalsweise Berichterstattung aufzunehmen. Bei Bedarf wird über den Vorstand der Aufsichtsrat im Rahmen einer Aufsichtsratssitzung informiert. Ein Sofort-Informationsreport dient im Rahmen des Risikomanagements einer laufenden, kurzfristigen und zeitnahen Berichterstattung von neuen Risiken und Ad-hoc-relevante Tatsachen. Werden festgelegte Grenzwerte der Frühwarnindikatoren überschritten, müssen der zugrunde liegende Sachverhalt und die einzuleitenden Maßnahmen dokumentiert werden.

### **Risiken der künftigen Geschäftsentwicklung**

Unternehmerisches Handeln birgt grundsätzlich immer Risiken. Das gilt insbesondere für Unternehmen im Internet-Markt und im Online-Werbemarkt. Beide Märkte sind durch eine hohe Veränderungsdynamik der Wettbewerbs- und Rahmenbedingungen gekennzeichnet. Sollte eines oder mehrere der unten beschriebenen Ereignisse eintreten, könnte es zu einer Verschlechterung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage kommen. Als Folge davon kann auch unser Aktienkurs negativ beeinflusst werden. In der nachfolgenden Aufzählung beschränken wir uns auf die aus unserer Sicht wesentlichen Risiken und Unsicherheiten unserer künftigen Geschäftsentwicklung.

### **Betriebliche Risiken**

#### **Wettbewerb**

Mit zunehmenden Erfolg von Online-Werbung wächst auch die Wettbewerbsintensität in unseren Märkten erheblich. Dieser verstärkte Wettbewerb kann durch vorhandene nationale Wettbewerber oder durch große internationale Wettbewerber, die ihre Geschäftstätigkeit auf die europäischen Märkte ausdehnen, entstehen. Es könnten auch neue Wettbewerber in unseren Markt eintreten oder Werbefirmen, die bisher nicht online tätig waren, ihre Geschäftstätigkeit auf das Internet ausdehnen. Auch große Portale versuchen zunehmend, Werbeausgaben auf sich zu ziehen. Auf diese Unsicherheiten kann die AdLINK Internet Media AG nur sehr begrenzt Einfluss nehmen. Bei verstärktem Eintritt dieser Möglichkeiten könnte es zu einer Verschlechterung unserer Vermögens-, Finanz- und Ertragslage kommen, da den Werbetreibenden und den Webseitenbetreibern zunehmend eine Vielfalt von Werbemittlern und Werbeträgern zur Verfügung steht. Durch aktives Kundenmanagement sowie die Erbringung von neuen, innovativen Werbeprodukten und -dienstleistungen versucht die AdLINK Internet Media AG, die Kunden- und Publisherbindung zu intensivieren und diesem Risiko entgegenzuwirken und die eigene Marktposition national und international weiter auszubauen.

#### **Produktentwicklung**

Auf den Märkten für Online-Werbung finden technologische Neuerungen in kurzen Abständen statt. So werden beispielsweise ständig neue Möglichkeiten der zielgruppenspezifischen Ansprache von Internetnutzern entwickelt, die vom Vermarkter technisch verfügbar gemacht und in das Produktangebot integriert werden müssen. Falls der technologische Fortschritt nicht entsprechend unserem Geschäftsmodell dazu genutzt wird, um Wettbewerbsvorteile zu generieren, könnten Wettbewerber eine gegenüber unserem Angebot höhere Qualität der Produkte, Dienstleistungen oder Prozesse erreichen. Dies könnte unsere Wettbewerbssituation schwächen, da wir dann die von den Kunden gewünschten Produkte nicht oder nicht in der gewünschten Qualität liefern könnten. Dies wäre auch möglich, wenn ein von uns benutzter technischer Dienstleister, dessen Systeme wir für wichtige Auslieferungen von Werbeformaten nutzen, technologische Neuerungen nicht oder zu spät umsetzt. In der Folge könnten wir wichtige Werbekunden, Webseiten und damit Umsatz verlieren. Durch intensive Beobachtung von Wettbewerbern, den relevanten Märkten sowie technologischen Innovationen wirkt die AdLINK Internet Media AG diesem Risiko entgegen.

## **Inventar**

Ein wichtiges Differenzierungsmerkmal von AdLINK stellt das Portfolio von hochwertigen und stark frequentierten Webseiten und Domains dar, das von Werbetreibenden genutzt werden kann. Falls sehr viele wichtige Seiten oder größere Domain-Portfolios verloren gehen würden oder zu wenige oder zu reichweitschwache Werbeträger im Portfolio wären, könnte die AdLINK-Gruppe schwerwiegende Nachteile erleiden und gegenüber Werbetreibenden an Attraktivität verlieren. Auch könnten Webseiten und Domains, die bisher von Dienstleistern wie AdLINK vermarktet wurden, sich für die Eigenvermarktung entscheiden. In diesem Zusammenhang besteht auch das Risiko, dass bei einzelnen Seiten garantierte Umsatzziele nicht erreicht werden. Durch den entgangenen Umsatz bei gleichzeitig hohen Kosten könnte es zu einer Verschlechterung unserer Vermögens-, Finanz- und Ertragslage kommen. Durch aktive Webseiten-Betreuung, die Verbesserung der Servicequalität (zum Beispiel zentrale Abrechnung von internationalen Webseiten) und den Ausbau des durch AdLINK für diese Webseiten generierten Umsatzes versucht AdLINK, diesem Risiko entgegenzuwirken.

## **Technik und Softwaresysteme**

Die AdLINK Internet Media AG betreibt verschiedene IT-Systeme, um den Geschäftsablauf zu managen, Kundendaten und Webseiten zu verwalten sowie Werbe-Kampagnen durchzuführen, zu überwachen und abzurechnen. Ausfälle oder Unstimmigkeiten innerhalb verschiedener Systeme oder Abteilungen könnten zusätzlichen manuellen Aufwand erfordern, Kapazitäten binden oder zu Fehlern führen. Einige wichtige DV-Systeme zur Durchführung von Online-Marketing-Maßnahmen betreibt die AdLINK Internet Media AG nicht selbst, sondern über externe Serviceanbieter. Hier besteht das Risiko, dass von Dienstleistern geschuldete Leistungen nicht vertragsgemäß erfüllt werden, 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 erfahrene IT-Abteilungen, diverse Qualitätssicherungsmaßnahmen und sorgfältige Kampagnenbeobachtung versucht die AdLINK Internet Media AG, diesem Risiko entgegenzuwirken. Zudem prüft die AdLINK Internet Media AG permanent, wie die internen Systeme weiter vereinheitlicht werden können, um interne Abläufe weiter zu verbessern und die Kunden- und Publisher-Zufriedenheit zu erhöhen.

## **Abhängigkeit von Kunden/Geschäftspartnern**

Die künftigen Werbeausgaben der Werbetreibenden sind nicht langfristig vorhersehbar und für die AdLINK Internet Media AG oft nicht beeinflussbar, da Werbe-Etats oftmals für jede Kampagne neu vergeben werden. In den Bereichen affilinet und Sedo werden teilweise erhebliche Umsatzanteile mit einzelnen großen Geschäftspartnern erzielt. Würden diese Geschäftspartner ihre Geschäftsbeziehung mit uns einschränken oder beenden, könnte es zu einer deutlichen Verschlechterung unserer Vermögens-, Finanz- und Ertragslage kommen. Die AdLINK Internet Media AG versucht, dieses Risiko durch erfahrene Key Account Manager, durch tiefe und enge Kooperation mit diesen Geschäftspartnern und durch ein überzeugendes Produkt- und Dienstleistungsangebot zu reduzieren.

## **Preis-/Margendruck**

Der hohe Wettbewerb im Online-Werbemarkt äußert sich auch in einem starken Wettbewerb um attraktive und stark frequentierte Webseiten, die Werbeflächen zur Verfügung stellen. Die AdLINK Internet Media AG ist heute positioniert als europäischer Online-Spezialist mit einem innovativen Produktportfolio aus einer Hand und einer besonderen Betreuung unserer Kunden und Webseiten. Infolge einer sich verändernden Wettbewerbssituation in einzelnen Ländern könnte sich die AdLINK Internet Media AG dazu entscheiden, in diesen Ländern mit Preisnachlässen zu reagieren oder zu agieren. Sollte es in Zukunft zu sinkenden Preisen und/oder Margen für uns kommen, könnte das zu einer Verschlechterung unserer Vermögens-, Finanz- und Ertragslage führen.

## **Finanzielle Risiken**

### **Liquidität**

Der AdLINK-Konzern wies zum Stichtag 31. Dezember 2006 eine Netto-Verschuldung in Höhe von 56,4 Mio. EUR aus, die gegenüber Banken und der United Internet AG aus kurzfristigen Rahmenkreditlinien besteht. Aufgrund der erreichten Profitabilität und des guten Free Cash Flows ist mit einer Reduzierung der Netto-Verschuldung für 2007 zu rechnen. Risiken bestehen hinsichtlich der weitgehend kurzfristig vereinbarten bzw. kündbaren Kreditlinien. Bei Wegfall oder Nichtverlängerung der bestehenden Kreditlinien oder bei fehlendem Abschluss von neuen Kreditlinien wäre die Liquidität der Gesellschaft nicht gesichert. Aus heutiger Sicht ist auf Grund der Geschäftsentwicklung die Liquidität der AdLINK Internet Media AG als gesichert anzunehmen, um alle zukünftigen Zahlungsverpflichtungen erfüllen zu können.

## **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 und Kundenkontakten. Es ist nicht gesichert, dass die AdLINK Internet Media AG auch zukünftig immer in der Lage sein wird, qualifiziertes Personal 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 einer aktiven Personalentwicklung.

### **Akquisitionen**

Teil unserer langfristigen Wachstumsstrategie ist die Möglichkeit, in bestimmten Märkten oder auf Spezialmärkten des Online-Marketings, auf denen wir bisher nicht oder nur in Anfängen 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.

## **Qualitative und quantitative Angaben zum Gesamtrisiko**

Die Gesamtrisikosituation hat sich im Zuge der stark gestiegenen Profitabilität weiter stabilisiert. Aufgrund der anhaltenden hohen Wettbewerbsintensität im Online-Werbemarkt konzentrieren sich die wesentlichen Risiken der aktuellen und zukünftigen Finanz-, Vermögens- und Ertragslage auf die Bereiche Wettbewerb, Inventar, Personal und Produktentwicklung. Durch die eingeführte Risikomanagementkultur begegnen wir diesen Risiken proaktiv und begrenzen sie auf ein Minimum. Die Eintrittswahrscheinlichkeiten werden von uns kurzfristig als gering, mittelfristig als moderat eingeschätzt. Bestandsgefährdende Risiken waren im Geschäftsjahr 2006 weder aus Einzelrisiken noch aus der Gesamtrisikosituation für die AdLINK Internet Media AG erkennbar.

## **Jährliche Prüfung des Risikomanagementsystems**

Im Rahmen der Jahresabschlussprüfung beurteilen die Wirtschaftsprüfer sowohl die Funktionsfähigkeit als auch die Compliance des bei der AdLINK Internet Media AG eingerichteten Risikomanagementsystems. Für das Jahr 2006 wurde von den Wirtschaftsprüfern die Erfüllung der gesetzlichen Anforderungen unseres Risikomanagementsystems bestätigt.

## **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 in dem Zeitpunkt bekannt waren, in dem das Rechtsgeschäft vorgenommen oder die Maßnahme getroffen oder unterlassen wurde, bei jedem Rechtsgeschäft eine angemessene Gegenleistung erhielt oder dadurch, dass die Maßnahme getroffen oder unterlassen wurde, nicht benachteiligt wurde.

## **Ausblick und Prognose**

### **AdLINK will in prosperierenden Märkten überdurchschnittlich wachsen**

Der Online-Werbemarkt in Europa ist nach Angaben von Jupiterresearch 2006 um 28 % auf ein Volumen von 5 Mrd. EUR gewachsen. Für das laufende Jahr 2007 erwarten die Marktforscher ein Wachstum auf insgesamt 5,9 Mrd. EUR. Bis 2010 werden nach Überzeugung von Jupiterresearch europaweit mit Online-Werbung 7,8 Mrd. EUR umgesetzt. Durch die schnelle Verbreitung breitbandiger Internet-Zugänge und die zunehmende Nutzung zeit- und volumenunabhängiger Flat-Tarife wird das Internet noch intensiver genutzt werden und für unsere Kunden, die Werbetreibenden, noch attraktiver. Die Breitbandtechnik erlaubt außerdem neue Werbeformate. Auch Video-Clips werden zunehmend für Werbung im Internet eingesetzt werden. Werbung im Internet hat sich im Werbe-Mix der Unternehmen etabliert und der Anteil der Online-Werbung an den Gesamtausgaben für Werbung wird weiter steigen. Von dieser Entwicklung werden wir profitieren.

Mit unseren starken Marken AdLINK, affilinet und Sedo sehen wir uns gut am Markt positioniert. Der Onlinemarkt boomt und die Bedingungen des Online-Marketings entwickeln sich weiter positiv. Der hohe Internationalisierungsgrad unserer Netzwerke garantiert eine große Reichweite. So können wir alle wichtigen Märkte bedienen. National und international sind wir in allen Geschäftsbereichen gut aufgestellt und können den Anforderungen unserer Kunden gerecht werden.

Wir erwarten, dass die Marktfelder, auf denen sich die AdLINK Internet Media AG bewegt, 2007 weiter stark wachsen. Wir wollen 2007 und in den folgenden Jahren an diesem Wachstum partizipieren und haben das Ziel, uns stärker als die Gesamtbranche zu entwickeln.

Montabaur, 4. März 2007

Der Vorstand  
Guy Challen  
Stéphane Cordier  
Marc Stilke