



AdLINK
Internet Media AG

Halbjahresbericht **2006**

AdLINK auf einen Blick

Ausgewählte Konzernkennzahlen nach IFRS		30.06.2006	30.06.2005	Veränderung in %
Umsatz	Mio. EUR	86,4	36,0	140,0
Bruttomarge vom Umsatz	%	26,2	22,2	18,0
EBITDA	Mio. EUR	11,2	1,5	646,7
EBT	Mio. EUR	9,3	0,9	933,3
Ergebnis je Aktie	EUR	0,15	-0,01	-
Mitarbeiter	Anzahl	348	279	31,8
Aktienkurs (zum 30. Juni 2006)	EUR	14,90	4,15	259,0
Aktien	Anzahl	25.914.900	25.851.945	-
Marktkapitalisierung	Mio. EUR	385,2	107,3	-
Anteil Freefloat	%	17,6	17,4	-

Quartalsentwicklung	Q1/2006 Mio. EUR	Q2/2006 Mio. EUR	Q2/2005 Mio. EUR
Umsatz	41,3	45,1	25,8
EBITDA	5,4	5,8	1,8
EBT	4,5	4,8	1,3

Vorwort des Vorstands



Marc Stilke
Chief Operating Officer
und Sprecher



Stéphane Cordier
Chief Executive Officer



Guy Challen
Chief Financial Officer

SEHR GEEHRTE AKTIONÄRE, SEHR GEEHRTE AdLINK INTERESSIERTE,

Online-Werbung hat in 2006 weiter zugelegt und im Media-Mix der Werbetreibenden erneut an Bedeutung gewonnen. In den USA stiegen die Online-Werbeumsätze – nach Berechnungen des Interactive Advertising Bureau und PricewaterhouseCoopers – im ersten Quartal 2006 um 38 % auf 3,2 Mrd. EUR. Hohe Wachstumsraten werden auch für Europa erwartet. So rechnet Jupiter Research im Gesamtjahr 2006 mit einem Anstieg um 28 % auf 4,1 Mrd. EUR. In Deutschland stieg der Umsatz mit klassischer Online-Werbung nach Berechnungen des BVDW im 1. Halbjahr um 69 % auf 380 Mio. EUR.

Die Entwicklung der AdLINK Internet Media AG im 1. Halbjahr 2006 zeigt, dass wir an diesem Boom stark partizipieren können: Unsere Umsätze haben sich im Berichtszeitraum auf 86,4 Mio. EUR mehr als verdoppelt, das Ergebnis vor Steuern hat sich auf 9,3 Mio. EUR mehr als verzehnfacht. Dies entspricht einer Verbesserung beim Ergebnis pro Aktie auf 0,15 EUR (Vorjahr: -0,01 EUR).

Ein Grund für den Erfolg der Branche ist die weiter fortschreitende Verbreitung leistungsfähiger Breitband-Internetanschlüsse. Gleichzeitig steigt auch die Anzahl der Internetnutzer und deren Verweildauer im Internet. Dank Breitband können vermehrt besonders wirkungsvolle Internet-Werbeformen mit Bewegtbildern und Flash-Animationen eingesetzt werden. Auch die Tools für Planung, Tracking, Reporting und Optimierung von Online-Kampagnen werden immer leistungsstärker und heben sich – durch die Interaktivität und direkte Messbarkeit des Mediums Internet – deutlich von denen klassischer Werbung ab. Dadurch bietet Werbung im Internet werbetreibenden Unternehmen einen einzigartigen Mehrwert. Wir sind daher davon überzeugt, dass Internet-Werbung weiter an Bedeutung gewinnt und ihr Anteil am Gesamtwerbemarkt weiter zunehmen wird.

Für den Erfolg unseres Unternehmens gibt es neben dem wachsenden Markt eine Reihe weiterer Gründe: Zum einen haben wir unser angestammtes Geschäftsfeld Display-Marketing neu strukturiert, zum anderen haben wir uns durch die Zukäufe von Sedo und affilinet sowie CibleClick in 2005 deutlich verstärkt. Dadurch können wir den Online-Werbemarkt – nicht zuletzt durch unsere klare Fokussierung auf die Geschäftsfelder Display-Marketing, Affiliate-Marketing und Domain-Marketing – breiter und differenzierter bedienen und zudem Synergien aus dem Zusammenspiel unserer Marken ziehen.

Neben den Finanzkennzahlen konnten wir in allen Geschäftsfeldern auch die jeweils relevanten Marktkennzahlen verbessern:

Im Display-Marketing konnte die Zahl der Unique Visitors im Monat von 62 Mio. zum 30. Juni 2005 auf 67 Mio. verbessert werden. Auch die Zahl der durchschnittlich im Monat generierten PageImpressions auf den von uns vermarkteten Websites stieg von 5,1 Mrd. auf 6,5 Mrd.

Im Affiliate-Marketing konnten wir bei Werbepartnern und Reichweite deutlich zulegen: Die Zahl der angeschlossenen Anbieter von Partnerprogrammen stieg von 720 im Vorjahr auf über 1.200. Die angeschlossenen Websites legten – nicht zuletzt durch die Internationalisierung in Frankreich und Großbritannien – von 250.000 auf über 370.000 zu. Dadurch stiegen auch die monatlichen AdImpressions von 3 Mrd. auf über 4 Mrd. an.

Im Geschäftsfeld Domain-Marketing stieg die Anzahl der über Sedo handelbaren Domains von 1,8 Mio. zum Vorjahresstichtag auf 5,3 Mio. Davon stehen über 1,5 Mio. Domains (Vorjahr: 0,5 Mio.) für die Vermarktung zur Verfügung.

Auch für das weitere Geschäftsjahr sind wir zuversichtlich. Die Online-Werbemärkte werden weiterhin boomen und durch unsere herausragende Positionierung mit und in unseren Geschäftsfeldern wollen wir weiter wachsen.

Montabaur, 10. August 2006

Marc Stilke

Stéphane Cordier

Guy Challen

Geschäftsentwicklung der AdLINK-Gruppe

Das Internet hat sich für Werbetreibende zu einem attraktiven Medium entwickelt. Die Bedeutung des Online-Marketings nimmt von Jahr zu Jahr zu. Alle führenden Internet-Analysten erwarten für 2006 – aber auch für die Folgejahre – ein anhaltend hohes Wachstum. Die Entwicklung der AdLINK Internet Media AG im 1. Halbjahr 2006 zeigt, dass die positiven Prognosen für die Online-Werbebranche durchaus erreichbar sind.

REKORDMARKEN BEI UMSATZ UND ERGEBNIS

Im 1. Halbjahr 2006 stieg der Umsatz der AdLINK Internet Media AG um 140 % auf 86,4 Mio. EUR (Vorjahr 36,0 Mio. EUR). Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) lag mit 11,2 Mio. EUR um 647 % über dem Vorjahresniveau (1,5 Mio. EUR). Das Ergebnis vor Steuern (EBT) konnte um 933 % auf 9,3 Mio. EUR (Vorjahr 0,9 Mio. EUR) gesteigert werden. Darin enthalten sind Minderheitenanteile in Höhe von 2,2 Mio. EUR (Vorjahr: 0,3 Mio. EUR). Das EPS erreichte 0,15 EUR nach -0,01 EUR im Vorjahreszeitraum.

POSITIVE ENTWICKLUNG IN ALLEN GESCHÄFTSFELDERN

Die guten Finanzkennzahlen resultieren auch aus der positiven Entwicklung der Reichweite der AdLINK-Marken sowie der Gewinnung neuer Werbepartner.

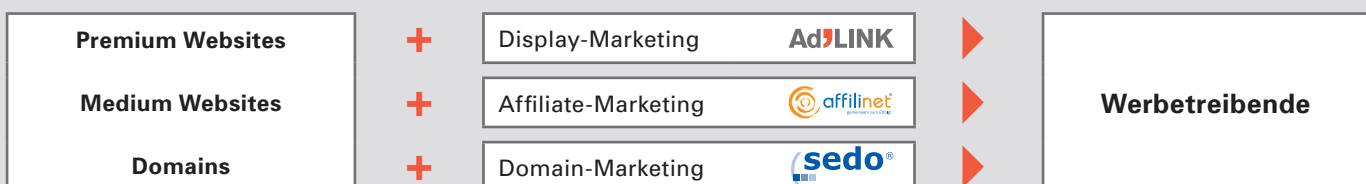
Im Geschäftsfeld Display-Marketing konnte AdLINK die Zahl der durchschnittlich im Monat generierten PageImpressions auf 6,5 Mrd. verbessern. Insgesamt erreicht das Werbe-Netzwerk nun monatlich 67 Mio. Unique Visitors in ganz Europa. Im Berichts-

zeitraum übernahm AdLINK die Vermarktung neuer Websites, die zur Verbesserung der Reichweite beitrugen, z. B. Universal Music, Lastminute.com oder AutoScout24. Auch auf Seiten der Werbekunden konnten eine ganze Reihe prominenter Namen wie Sony, Vodafone, Alitalia oder Procter & Gamble für europäische Online-Werbekampagnen gewonnen werden. Insgesamt stieg die Anzahl der Werbekunden von 2.033 im 1. Halbjahr 2005 auf 2.848 im 1. Halbjahr 2006. Auf der Produktseite haben wir im 1. Halbjahr unsere neue Strategie im Stammgeschäft Display Werbung vorgestellt: AdLINK SELECT und AdLINK TARGET. Ziel der Neuausrichtung ist es, unsere wichtigsten Webseiten stärker an uns zu binden und die Umsätze zu erhöhen. Die Strategie, uns im AdLINK Kerngeschäft stärker als Premiumvermarkter von reichweitenstarken Markenwebseiten zu positionieren, soll unsere Wachstumsraten im Stammgeschäft erhöhen.

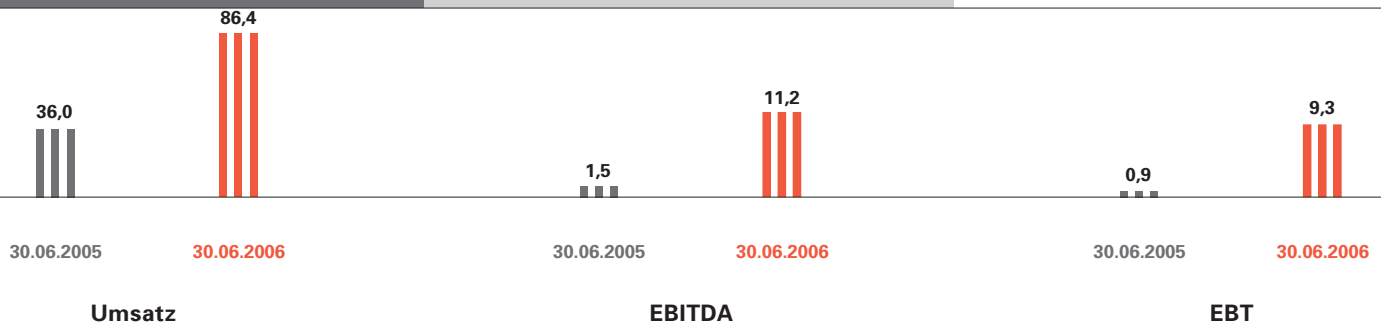
Auch im Affiliate-Marketing konnten wir bei den wesentlichen „Stellschrauben“ wie Werbepartner und Reichweite deutlich zulegen: Die Zahl der über affilinet agierenden Partnerprogrammanbieter stieg auf über 1.200. Unter den neuen Anbietern sind bekannte Marken wie Masterfoods, Meetic oder betandwin zu finden. Auch die angeschlossenen Websites legten auf über 370.000, die monatlichen AdImpressions auf über 4 Mrd. zu.

Im Geschäftsfeld Domain-Marketing stieg die Anzahl der über Sedo handelbaren Domains auf 5,3 Mio. Davon stehen über 1,5 Mio. Domains für die Vermarktung zur Verfügung. Zudem konnten im 1. Halbjahr 2006 bedeutende US-Registrare wie BulkRegister.com und Dotster als Partner gewonnen werden und die Position im wettbewerbsintensiven US-Markt weiter verbessert werden.

DAS GESCHÄFTSMODELL DER AdLINK INTERNET MEDIA AG:



Konzernzahlen in Mio. EUR



INTERNATIONALISIERUNG

Die AdLINK-Gruppe ist heute in 10 europäischen Ländern und in den USA aktiv. Während wir im Geschäftsfeld Display-Marketing international bereits gut aufgestellt sind, ist unsere Internationalisierung in den Geschäftsfeldern Affiliate- und Domain-Marketing noch am Beginn. Nach der Akquisition des französischen Affiliate-Anbieters CibleClick Ende 2005 und dem organischen Start in Großbritannien Anfang 2006 sind wir im Affiliate-Marketing erstmals in den wichtigsten europäischen Werbe- und eCommerce-Märkten vertreten. Kunden wie 1&1, Expedia und Buycentral profitieren bereits heute von unserer Präsenz in diesen drei Märkten. Im ersten Halbjahr stand in diesem Geschäftsfeld der Geschäftsauf- bzw. -ausbau in Großbritannien und Frankreich im Vordergrund. Mit Virgin Holidays, Fly ThomasCook, Masterfoods, Prizee oder Renault konnten dabei in beiden Ländern wichtige Programmanbieter gewonnen werden. Im Domain-Marketing sind wir heute mit Niederlassungen in Deutschland und – seit 2005 – den USA präsent. Weitere Länder wie Großbritannien, Frankreich und Spanien werden aus Deutschland bzw. den USA heraus betreut. Im Berichtszeitraum stand insbesondere der Geschäftsausbau im wettbewerbsintensiven US-Markt im Vordergrund. Durch neue Kooperationen mit Domain-Registraloren wie BulkRegister und Dotster konnte Sedo ihre Marktstellung nochmals deutlich verbessern.

CASH FLOW/INVESTITIONEN

Korrespondierend zur positiven Ergebnisentwicklung stieg auch der Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit auf 6,9 Mio. EUR (Vorjahr 0,8 Mio. EUR). Die Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen stiegen von 0,6 Mio. EUR im Vorjahr auf 1,3 Mio. EUR im Berichtszeitraum. Darin enthalten sind 0,9 Mio. EUR Abschreibungen auf im Rahmen von Unternehmensakquisitionen identifizierte und aktivierte immaterielle Vermögenswerte aus den 2005 erfolgten Übernahmen von Sedo, affilinet und CibleClick (Vorjahr: 0,4 Mio. EUR). Unsere Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen beliefen sich im 1. Halbjahr 2006 auf 0,8 Mio. EUR (Vorjahr 0,5 Mio. EUR).

BANKGUTHABEN

Die AdLINK Internet Media AG weist zum Bilanzstichtag eine Netto-Bankverschuldung in Höhe von 21,5 Mio. EUR aus – nach einem Netto-Guthaben zum 31. Dezember 2005 von

10,8 Mio. EUR. Ursächlich hierfür war die Rückzahlung von Verbindlichkeiten gegenüber der United Internet AG (Kaufpreisfinanzierung für Sedo, affilinet und CibleClick) aus einem Bankenkredit.

MITARBEITER

Die AdLINK Internet Media AG beschäftigte Ende Juni 2006 insgesamt 348 Mitarbeiter (31. Dezember 2005: 301). Die Anzahl der im Ausland beschäftigten Mitarbeiter betrug 179 (31. Dezember 2005: 145).

RECHNUNGSLEGUNG NACH IFRS

Die Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften des vorliegenden Quartalberichtes entsprechen den im Jahresabschluss 2005 zugrunde gelegten Vorschriften.

AKTIE

Die AdLINK-Aktie stieg im Berichtszeitraum um 250 % von 4,26 EUR zum 31. Dezember 2005 auf 14,90 EUR zum 30. Juni 2006 und damit deutlich stärker als der Vergleichsindex TecDAX. Zum 1. Juni 2006 ist die AdLINK Internet Media AG vom General Standard in den Prime Standard der Deutschen Börse gewechselt. Der Prime Standard adressiert speziell Unternehmen, die sich verstärkt internationalen Investoren präsentieren möchten. Ein Listing im Prime Standard ist zudem Voraussetzung für die Aufnahme in einen der Auswahlindizes der Deutschen Börse. Gleichzeitig wurden seitens des AdLINK-Managements Roadshows durchgeführt. Erste Finanzanalysten haben bereits die Coverage aufgenommen.

AUSBLICK

Das 1. Halbjahr 2006 verlief sehr erfreulich und wir konnten bei allen relevanten Kennzahlen neue Rekordmarken erzielen.

Auch für das weitere Geschäftsjahr sind wir zuversichtlich: Die Online-Werbemärkte werden weiterhin boomen und durch unsere herausragende Positionierung mit und in unseren Geschäftsfeldern wollen wir weiter wachsen.

Segmente

AdLINK ist der führende unabhängige Online-Vermarkter in Europa

AdLINK ist im Geschäftsfeld Display-Marketing die Marke für Branding, Image und Response. Unser Werbenetzwerk aus qualitativ hochwertigen Webseiten mit großer Reichweite wird jährlich von rund 4.000 nationalen und internationalen Werbekunden gebucht.

Display-Marketing		30.06.2006	30.06.2005	Veränderung in %
Umsatz	Mio. EUR	33,8	23,8	42
Mitarbeiter	Anzahl	180	185	-3
Werbekunden	Anzahl	2.848	2.033	40
PageImpressions / Monat	Anzahl	6,5 Mrd.	5,1 Mrd.	27
Unique Visitors / Monat	Anzahl	67 Mio.	62 Mio.	8

- Neue Premium-Vermarktungsstrategie
- Ausbau von Reichweite und Werbekunden

gehört zu den führenden Affiliate-Marketing-Netzwerken in Europa

Erfolgsbasiertes Marketing gewinnt an Bedeutung. Affiliate-Marketing – also der Vertrieb über Partnerschaften im Netz – ist dabei einer der stärksten Wachstumstreiber. Diesen Markt bedient unsere Marke affilinet mit der hochautomatisierten Plattform www.affili.net.

Affiliate-Marketing		30.06.2006	30.06.2005 Pro-Forma	Veränderung in %
Umsatz	Mio. EUR	32,5	22,3	46
Mitarbeiter	Anzahl	73	50	46
Partnerprogramme	Anzahl	1.230	720	71
Websites	Anzahl	375.000	250.000	50
AdImpressions / Monat	Anzahl	4,1 Mrd.	3 Mrd.	35

- Verbesserung von Reichweite und Plattform
- Internationalisierung nach Frankreich und Großbritannien

ist Weltmarktführer im Handel mit Domains

Die Marke Sedo steht für das Geschäftsfeld Domain-Marketing. Über die Plattform www.sedo.com mit 5 Mio. zum Verkauf stehenden Domains bietet Sedo Dienstleistungen rund um Domains: Domain-Parking, -Bewertungen, -Transfers und -Vermittlung.

Domain-Marketing		30.06.2006	30.06.2005 Pro-Forma	Veränderung in %
Umsatz	Mio. EUR	20,1	7,5	168
Mitarbeiter	Anzahl	95	62	53
Domains	Anzahl	5,3 Mio.	1,8 Mio.	194
Vermarktete Domains	Anzahl	1,6 Mio.	0,5 Mio.	214
Registrierte Mitglieder	Anzahl	360.000	300.000	20

- Dynamisches Wachstum in den USA
- Starke Zunahme bei vermarktbareren Domains

Konzern-Bilanz

nach IFRS zum 30. Juni 2006

	30.06.2006		31.12.2005	
	EUR		EUR	
AKTIVA				
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	6.543.997	6,3 %	10.844.941	10,2 %
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	28.187.124	27,2 %	25.420.864	23,9 %
Forderungen gegen assoziierte Unternehmen	49.973		59.051	0,1 %
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	563.532	0,5 %	867.519	0,8 %
Rechnungsabgrenzungsposten	867.892	0,8 %	427.598	0,4 %
Sonstige Vermögenswerte	3.201.153	3,1 %	1.840.011	1,7 %
Sonstige finanzielle kurzfristige Vermögenswerte	0		3.084.423	2,9 %
Kurzfristige Vermögenswerte	39.413.671	38,0 %	42.544.407	39,9 %
Anteile an assoziierten Unternehmen	2.080.593	2,0 %	2.206.940	2,1 %
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	0		29.855	
Sachanlagen	1.403.967	1,4 %	1.111.490	1,0 %
Immaterielle Vermögenswerte (ohne Firmenwerte)	7.848.068	7,6 %	8.606.432	8,1 %
Firmenwerte	49.061.100	47,4 %	48.708.600	45,7 %
Latente Steueransprüche	3.793.683	3,7 %	3.356.469	3,1 %
Langfristige Vermögenswerte	64.187.411	62,0 %	64.019.786	60,1 %
Gesamtsumme Vermögen	103.601.082	100,0 %	106.564.193	100,0 %
PASSIVA				
Verbindlichkeiten				
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	27.955.059	27,0 %	26.464.150	24,8 %
Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Unternehmen	66.937	0,1 %	74.146	0,1 %
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	644.789	0,6 %	411.863	0,4 %
Steuerrückstellungen	4.147.489	4,0 %	4.569.585	4,3 %
Sonstige Verbindlichkeiten	6.835.294	6,6 %	12.242.161	11,5 %
Rückstellungen	241.792	0,2 %	316.792	0,3 %
Rechnungsabgrenzungsposten	834.737	0,8 %	921.968	0,9 %
Wandelschuldverschreibungen	102.125	0,1 %	98.005	0,1 %
Kurzfristige Verbindlichkeiten gegen Banken	28.059.165	27,1 %	0	
Kurzfristige Verbindlichkeiten	68.887.387	66,5 %	45.098.670	42,3 %
Latente Steuerschulden	2.540.378	2,5 %	2.875.520	2,7 %
Wandelschuldverschreibungen	101.375	0,1 %	177.900	0,2 %
Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	0		32.587.387	30,6 %
Von Gesellschaftern langfristig zur Verfügung gestelltes Fremdkapital	400.628	0,4 %	433.907	0,4 %
Langfristige Verbindlichkeiten	3.042.381	2,9 %	36.074.714	33,9 %
Gesamtsumme Verbindlichkeiten	71.929.768	69,4 %	81.173.384	76,2 %
Eigenkapital				
Grundkapital	25.914.900	25,0 %	25.851.945	24,3 %
Kapitalrücklage	62.253.604	60,1 %	62.047.026	58,2 %
Bilanzverlust	-62.921.802	-60,7 %	-66.853.265	-62,7 %
Währungsumrechnungsposten	134.281	0,1 %	228.409	0,2 %
Gesamtsumme Eigenkapital ohne Minderheitenanteile	25.380.983	24,5 %	21.274.115	20,0 %
Minderheitenanteile	6.290.331	6,1 %	4.116.694	3,9 %
Gesamtsumme Eigenkapital	31.671.314	30,6 %	25.390.809	23,8 %
Gesamtsumme Verbindlichkeiten und Eigenkapital	103.601.082	100,0 %	106.564.193	100,0 %

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

nach IFRS vom 1. Januar bis 30. Juni 2006

	Jan. - Juni 2006		Jan. - Juni 2005	
	EUR		EUR	
Umsatzerlöse	86.429.883	100,0 %	36.033.206	100,0 %
Herstellungskosten	-63.823.117	-73,8 %	-28.017.791	-77,8 %
Marge vom Umsatz	26,2 %		22,2 %	
Bruttoergebnis vom Umsatz	22.606.766	26,2 %	8.015.415	22,2 %
Vertriebskosten	-6.028.703	-7,0 %	-3.435.112	-9,5 %
Verwaltungskosten	-6.648.801	-7,7 %	-4.018.380	-11,2 %
Sonstige betriebliche Erträge / Aufwendungen	-293.595	-0,3 %	84.474	0,2 %
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	9.635.667	11,1 %	646.397	1,8 %
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-751.285	-0,9 %	-7.660	
Zinsen und ähnliche Erträge	81.061	0,1 %	66.721	0,2 %
Ergebnis aus at-equity bilanzierten Unternehmen	322.228	0,4 %	186.000	0,5 %
Ergebnis vor Steuern	9.287.671	10,7 %	891.458	2,5 %
Steuerergebnis	-3.124.078	-3,6 %	-775.926	-2,2 %
Periodenergebnis	6.163.593	7,1 %	115.532	0,3 %
Gewinne, die den Minderheitenanteilen zuzurechnen sind	2.232.131	2,6 %	318.000	0,9 %
Gewinne, die den Anteilseignern der AdLINK AG zuzurechnen sind	3.931.462	4,5 %	-202.468	-0,6 %
Ergebnis pro Aktie				
Ergebnis pro Aktie unverwässert (EUR/Aktie)	0,15		0,01	
Ergebnis pro Aktie verwässert (EUR/Aktie)	0,15		0,01	
Durchschnittliche Anzahl der ausstehenden Aktien	25.853.416		25.807.464	
Durchschnittliche Anzahl der ausstehenden Aktien (verwässert)	26.791.391		26.870.069	

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

Quartalsentwicklung nach IFRS

	Q1 2006	Q2 2006	Q2 2005
	EUR	EUR	EUR
Umsatzerlöse	41.320.276	45.109.607	25.809.446
Herstellungskosten	-30.414.477	-33.408.639	-19.810.311
Marge vom Umsatz	26,4 %	25,9 %	23,2 %
Bruttoergebnis vom Umsatz	10.905.799	11.700.968	5.999.135
Vertriebskosten	-2.855.482	-3.173.222	-2.125.980
Verwaltungskosten	-3.295.277	-3.353.523	-2.769.514
Sonstige betriebliche Erträge / Aufwendungen	-69.421	-224.175	35.432
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	4.685.619	4.950.048	1.139.073
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-283.325	-467.960	-4.200
Zinsen und ähnliche Erträge	33.273	47.789	43.578
Ergebnis aus at-equity bilanzierten Unternehmen	78.525	243.702	108.000
Ergebnis vor Steuern	4.514.092	4.773.579	1.286.451
Steuerergebnis	-1.776.140	-1.347.938	-678.842
Periodenergebnis	2.737.952	3.425.641	607.609
Gewinne, die den Minderheitenanteilen zuzurechnen sind	1.188.892	1.043.239	318.000
Gewinne, die den Anteilseignern der AdLINK AG zuzurechnen sind	1.549.060	2.382.402	289.609
Ergebnis pro Aktie			
Ergebnis pro Aktie unverwässert (EUR/Aktie)	0,06	0,09	-0,01
Ergebnis pro Aktie verwässert (EUR/Aktie)	0,06	0,09	-0,01
Durchschnittliche Anzahl der ausstehenden Aktien	25.851.945	25.854.871	25.809.327
Durchschnittliche Anzahl der ausstehenden Aktien (verwässert)	26.810.950	26.772.047	26.871.932

Konzern-Kapitalflussrechnung

nach IFRS vom 1. Januar bis 30. Juni 2006

	Jan. - Juni 2006 EUR	Jan. - Juni 2005 EUR
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit		
Periodenergebnis	6.163.593	115.532
Berichtigungen zur Überleitung des Überschusses zu den Einnahmen und Ausgaben	726.048	720.721
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	1.268.735	631.931
Veränderung latente Steuern	-772.356	-139.500
Personalaufwand aus Mitarbeiterbeteiligungen	174.330	184.269
Nicht ausgeschüttete Gewinne von assoziierten Unternehmen	-322.228	-186.000
Ausgeschüttete Gewinne von assoziierten Unternehmen	448.575	281.462
Effekte aus Währungsumrechnungen	-71.008	-51.441
Cash Flow der betrieblichen Tätigkeit	6.889.641	836.253
Veränderungen der Aktiva und Passiva		
Veränderung der Forderungen und sonstiger Vermögenswerte	-4.146.078	2.509.812
Veränderung der sonstigen finanziellen Vermögenswerte	3.084.423	0
Veränderung der Forderungen gegen assoziierte Unternehmen	9.078	52.014
Veränderung der Forderungen gegen verbundene Unternehmen	303.987	-873.298
Veränderung des aktiven Rechnungsabgrenzungspostens	-440.952	-275.174
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.559.776	822.585
Veränderung der Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Unternehmen	-7.209	-7.762
Veränderung der Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	232.926	37.795
Veränderung der Steuerrückstellungen	-366.516	480.292
Veränderung der sonstigen Verbindlichkeiten	1.688.299	645.566
Veränderung der Rückstellung	-75.000	-47.407
Veränderung des passiven Rechnungsabgrenzungspostens	-88.604	59.647
Veränderungen der Aktiva und Passiva, gesamt	1.754.130	3.404.070
Nettoeinnahmen der betrieblichen Tätigkeit	8.643.771	4.240.323
Cash Flow aus dem Investitionsbereich		
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-279.669	-66.355
Investitionen in Sachanlagen	-557.088	-409.680
Investitionen in sonstige Finanzanlagen	0	-64.955
Einzahlungen aus Anlagenabgängen	2.541	2.456
Akquisitionskosten unter Berücksichtigung der übernommenen liquiden Mittel	-7.536.676	-21.312.514
Nettofinanzbedarf im Investitionsbereich	-8.370.892	-21.851.048
Cash Flow aus dem Finanzierungsbereich		
Veränderung Inanspruchnahme Kreditlinie von verbundenen Unternehmen	-32.587.387	21.060.811
Aufnahme / Rückführung von kurzfristigen Bankdarlehen	28.059.165	0
Zuflüsse aus der Wandlung von Wandelschuldverschreibungen	61.053	65.507
Ein- / Rückzahlungen von Wandelschuldverschreibungen	-9.400	77.900
Nettoeinnahmen / -ausgaben für den Finanzierungsbereich	-4.476.569	21.204.218
Nettozunahme / Nettoabnahme der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-4.203.690	3.593.493
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	9.401
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende des Geschäftsjahres	6.543.997	9.148.098
Zinseinzahlungen	85.406	66.721
Zinsauszahlungen	-404.069	-6.644
Steuerrückerstattungen	0	20.573
Auszahlungen für Steuern	-2.798.017	-252.801

Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals

nach IFRS

	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Bilanzverlust	Währungsumrechnungsdifferenzen	Veränderung/Eigenkapital Anteilseigner	Minderheitenanteile	Veränderung/Gesamtes Eigenkapital
	Anzahl Aktien	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
Stand zum 1. Januar 2005	25.805.580	59.572.646	-67.881.574	267.700	17.764.352	0	17.764.352
Zuführung aus Mitarbeiterbeteiligungsprogramm	0	355.238	0	0	355.238	0	355.238
Kompensationszahlung Mehrheitsaktionär für Nutzung Steuerverluste 1999/2000	0	2.100.000	0	0	2.100.000	0	2.100.000
Ausübung von Wandschuldverschreibungen	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
Periodenergebnis	0	0	1.028.309	0	1.028.309	1.599.354	2.627.663
Stand zum 31. Dezember 2005	25.851.945	62.047.026	-66.853.265	228.409	21.274.115	4.116.694	25.390.809
Zuführung aus Mitarbeiterbeteiligungsprogramm	0	174.330	0	0	174.330	0	174.330
Ausübung von Wandschuldverschreibungen	62.955	32.248	0	0	95.203	0	95.203
Währungsumrechnungsdifferenzen	0	0	0	-94.128	-94.128	0	-94.128
Periodenergebnis	0	0	3.931.463	0	3.931.463	2.232.131	6.163.594
Anpassung für als Verbindlichkeiten klassifizierte Minderheitenanteile	0	0	0	0	0	-58.494	-58.494
Stand zum 30. Juni 2006	25.914.900	62.253.604	-62.921.802	134.281	25.380.983	6.290.331	31.671.314

Finanzkalender

07. FEBRUAR 2006	Pressemeldung vorläufige Geschäftszahlen 2005
23. MÄRZ 2006	Pressemeldung endgültige Geschäftszahlen 2005
10. MAI 2006	Pressemeldung zum 1. Quartal 2006
01. JUNI 2006	Notierungsaufnahme im Prime Standard
12. JUNI 2006	Hauptversammlung in Frankfurt/Main
10. AUGUST 2006	Pressemeldung zum 1. Halbjahr 2006, Halbjahresbericht 2006
11. AUGUST 2006	Analystenkonferenz zum 1. Halbjahr 2006
09. NOVEMBER 2006	Pressemeldung zu den 9-Monatszahlen 2006, 9-Monatsbericht 2006

Eine Aktualisierung finden Sie unter www.adlink.net im Bereich Investors, Calendar.



Elgendorfer Straße 57
D-56410 Montabaur
Telefon 0 26 02-96 18 23
Telefax 0 26 02-96 18 10
investorrelations@adlink.net
www.adlink.net