



AdLINK
Internet Media AG

9-Monatsbericht 2006

AdLINK auf einen Blick

Ausgewählte Konzernkennzahlen nach IFRS		30.09.2006	30.09.2005	Veränderung in %
Umsatz	Mio. EUR	125,8	62,2	102,3
Bruttomarge vom Umsatz	%	25,4	22,8	11,4
EBITDA	Mio. EUR	15,8	3,0	426,7
EBT	Mio. EUR	13,0	2,1	519,0
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	EUR	0,22	-0,03	-
Mitarbeiter	Anzahl	372	304	22,4
Aktienkurs (zum 30. September 2006)	EUR	16,13	3,97	306,3
Aktien	Anzahl	25.914.900	25.851.945	-
Marktkapitalisierung	Mio. EUR	418,0	102,6	-
Anteil Freefloat	%	17,9	17,4	-

Quartalsentwicklung	Q4/2005 Mio. EUR	Q1/2006 Mio. EUR	Q2/2006 Mio. EUR	Q3/2006 Mio. EUR	Q3/2005 Mio. EUR
Umsatz	36,0	41,3	45,1	39,4	26,2
EBITDA	4,0	5,4	5,8	4,6	1,5
EBT	1,6	4,5	4,8	3,7	1,2

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. In den USA stiegen die Online-Werbeumsätze nach Berechnungen des Interactive Advertising Bureau und PricewaterhouseCoopers im 1. Halbjahr 2006 um 36 % auf über 6,3 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 hat der Online-Vermarkterkreis (OVK) des Bundesverbandes Digitale Wirtschaft (BVDW) nach einem überaus erfolgreichen 1. Halbjahr die Gesamtprognosen für 2006 deutlich nach oben korrigiert und erwartet nun 1,65 Mrd. EUR – nachdem noch im Februar 2006 rund 1,3 Mrd. EUR prognostiziert wurden. Damit nähme die Online-Werbung im Marketing-Mix mit 7,8 % nach TV, Zeitungen und Publikums-Zeitschriften erstmals vor dem Werbeträger „Radio“ den 4. Rang ein. Vergleicht man diesen für 2006 prognostizierten 7,8 %-Anteil am Werbemarkt mit dem fast doppelt so hohen 14,6%igen Anteil des Internets an der täglichen Medien-Nutzungsdauer, so wird alleine schon durch diese Untergewichtung das noch immer immense Wachstumspotenzial der Online-Werbung deutlich.

Die Entwicklung der AdLINK Internet Media AG in den ersten 9 Monaten 2006 zeigt, dass wir an diesem Boom stark partizipieren können: Unsere Umsätze haben sich im Berichtszeitraum um 102,3 % auf 125,8 Mio. EUR (Vorjahr 62,2 Mio. EUR) verdoppelt, das Ergebnis vor Steuern hat sich mit einem Plus von 519 % auf 13,0 Mio. EUR mehr als versechsfacht (Vorjahr 2,1 Mio. EUR). Dies entspricht einer Verbesserung beim Ergebnis pro Aktie auf 0,22 EUR (Vorjahr: -0,03 EUR).

Ein Grund für den Erfolg der Branche ist die weiter fortschreitende Verbreitung leistungsfähiger Breitband-Internetanschlüsse. 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 den werbetreibenden Unternehmen einen einzigartigen Mehrwert. Ein weiterer Erfolgsfaktor ist die steigende Zahl der Online-Nut-

zer und deren Verweildauer und damit einhergehend eine zunehmende Akzeptanz des Mediums bei den Werbetreibenden. Zudem führt die stark steigende Zahl der Online-Käufer zu einem kräftigen Plus im Bereich der B-to-C-Umsätze, die zu einem signifikanten Teil wieder in Online-Werbung reinvestiert werden.

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 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. September 2005 auf über 68 Mio. verbessert werden. Auch die Zahl der durchschnittlich im Monat generierten PageImpressions auf den von uns vermarkteten Websites stieg von 5,2 Mrd. auf 6,4 Mrd.
- Im Affiliate-Marketing konnten wir bei Werbepartnern und Reichweite deutlich zulegen: Die Zahl der angeschlossenen Anbieter von Partnerprogrammen stieg von 750 im Vorjahr auf 1.270. Die angeschlossenen Websites legten – nicht zuletzt durch die Internationalisierung in Frankreich und Großbritannien – von 280.000 auf über 390.000 zu. Dadurch stiegen auch die monatlichen AdImpressions von 3 Mrd. auf über 4,3 Mrd.
- Im Geschäftsfeld Domain-Marketing stieg die Anzahl der über Sedo handelbaren Domains von 2,2 Mio. zum Vorjahresstichtag auf 5,65 Mio. Davon stehen über 2,15 Mio. Domains (Vorjahr: 0,65 Mio.) für die Vermarktung zur Verfügung.

Nach dem im Online-Werbemarkt traditionell schwächeren 3. Quartal sind wir für die letzten 3 Monate des Geschäftsjahres zuversichtlich, dass die Online-Werbemärkte durch das bevorstehende Weihnachts- und Jahresendgeschäft dynamisch wachsen werden und wir durch unsere sehr gute Positionierung in unseren Geschäftsfeldern stark daran partizipieren können.

Montabaur, 8. November 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 bisherige Entwicklung der AdLINK Internet Media AG in 2006 zeigt, dass die positiven Prognosen für die Online-Werbebranche durchaus erreichbar sind.

REKORDMARKEN BEI UMSATZ UND ERGEBNIS

In den ersten 9 Monaten 2006 stieg der Umsatz der AdLINK Internet Media AG um 102,3 % auf 125,8 Mio. EUR (Vorjahr 62,2 Mio. EUR). Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) lag mit 15,8 Mio. EUR um 426,7 % über dem Vorjahresniveau (3,0 Mio. EUR). Das Ergebnis vor Steuern (EBT) konnte um 519,0 % auf 13,0 Mio. EUR (Vorjahr 2,1 Mio. EUR) gesteigert werden. Darin enthalten sind Minderheitenanteile in Höhe von 3,2 Mio. EUR (Vorjahr: 0,9 Mio. EUR). Das EPS erreichte 0,22 EUR nach -0,03 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 6,4 Mrd. verbessern. Insgesamt erreicht das Werbe-Netzwerk nun monatlich über 68 Mio. Unique Visitors in ganz Europa. Im Berichtszeitraum übernahm AdLINK die Vermarktung neuer

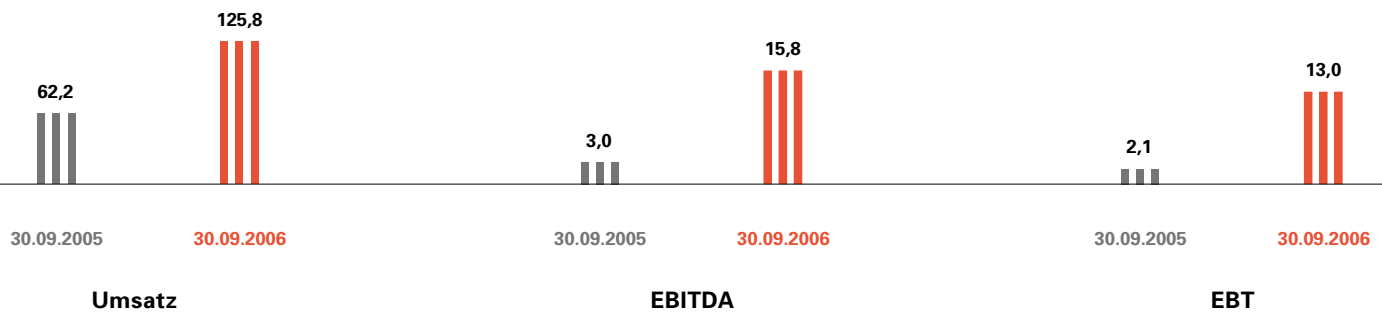
Websites, die zur Verbesserung der Reichweite beitrugen, z. B. Universal Music, Lastminute.com oder die taz. Auch bei den Werbekunden konnten eine ganze Reihe prominenter Namen wie Sony, Vodafone, Procter & Gamble oder Samsung für europäische Online-Werbekampagnen gewonnen werden. Insgesamt stieg die Anzahl der Werbekunden im Berichtszeitraum von 3.300 im Vorjahr auf rund 3.500. Auf der Produktseite haben wir im Berichtszeitraum 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 wichtigen „Stellschrauben“ wie Werbepartner und Reichweite deutlich zulegen: Die Zahl der über affilinet agierenden Partnerprogramm-anbieter stieg auf über 1.270. Unter den neuen Anbietern sind bekannte Marken wie Mobile.de, Tommy Hilfiger, MusicLoad.de, TheGuardian und Vodafone UK zu finden. Auch die angeschlossenen Websites legten auf über 390.000, die monatlichen AdImpressions auf über 4,3 Mrd. zu. Zudem wurde im 3. Quartal das neue kontext-sensitive Werbemittel „affilimatch“ gelauncht. Damit ist affilinet in der Lage, Produktangebote der Advertiser automatisch auf thematisch passenden Webseiten innerhalb des Affiliate-Netzwerks zu platzieren.

Im Geschäftsfeld Domain-Marketing stieg die Anzahl der über Sedo handelbaren Domains auf 5,65 Mio. Davon stehen über 2,15 Mio. Domains für die Vermarktung zur Verfügung. Zudem konnten im Berichtszeitraum bedeutende US-Registrare wie Bulk-Register.com, Dotster und Stargate.com sowie der UK-Registrar Fasthosts als Partner gewonnen werden. Damit haben wir im wettbewerbsintensiven angelsächsischen Markt unsere Position weiter verbessern können.

DAS GESCHÄFTSMODELL DER AdLINK INTERNET MEDIA AG:





INTERNATIONALISIERUNG

Die AdLINK-Gruppe ist heute mit eigenen Niederlassungen in 9 europäischen Ländern und in den USA vertreten. Während wir im Geschäftsfeld Display-Marketing in Europa bereits gut aufgestellt sind, haben wir unsere Internationalisierung in den Geschäftsfeldern Affiliate- und Domain-Marketing forciert.

Nach der Akquisition des französischen Affiliate-Anbieters CibleClick Ende 2005 und dem organischen Start in Großbritannien Anfang 2006 sind wir im Affiliate-Marketing nun erstmals in den wichtigsten europäischen Werbe- und eCommerce-Märkten vertreten. Im Berichtszeitraum stand in diesem Geschäftsfeld der Geschäftsauf- bzw. -ausbau in Großbritannien und die Vorbereitung der technischen Integration des Frankreich-Geschäfts 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 den USA präsent. Aufgrund des Geschäftsmodells ist es im Domain-Marketing nicht zwingend notwendig, mit eigenen Niederlassungen in allen Märkten präsent zu sein. So bedient Sedo von den beiden Standorten in Deutschland und den USA über Muttersprachler Kunden aus 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. Gleichzeitig startete ein kleines asiatisches Team damit, den fernöstlichen Markt von Köln aus zu betreuen. Im wettbewerbsintensiven angelsächsischen Markt konnte Sedo durch neue Kooperationen mit US-Domain-Registraloren wie BulkRegister, Dotster sowie Stargate.com und dem UK-Registrar Fasthosts ihre Marktstellung nochmals verbessern.

CASH FLOW/INVESTITIONEN

Analog zur guten Geschäftsentwicklung stieg der Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit im Berichtszeitraum auf 9,4 Mio. EUR (Vorjahr 1,2 Mio. EUR). Die Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen stiegen von 0,8 Mio. EUR im Vorjahr auf 1,9 Mio. EUR. Darin enthalten sind 1,3 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 auf 1,1 Mio. EUR (Vorjahr 0,7 Mio. EUR).

BANKGUTHABEN

Die AdLINK-Bilanz weist zum Stichtag eine Netto-Bankverschuldung in Höhe von 19,2 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 im Juni 2006.

MITARBEITER

Ende September 2006 waren bei AdLINK insgesamt 372 Mitarbeiter beschäftigt (31. Dezember 2005: 301), davon im Ausland 190 Mitarbeiter (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 um 279 % von 4,26 EUR zum 31. Dezember 2005 auf 16,13 EUR zum 30. September 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.

AUSBLICK

Das bisherige Geschäftsjahr verlief – trotz des im Werbemarkt traditionell schwächeren 3. Quartals – sehr erfreulich und wir konnten bei allen relevanten Kennzahlen neue Rekordmarken erzielen. Für die letzten 3 Monate des Geschäftsjahres sind wir zuversichtlich, dass die Online-Werbemärkte durch das bevorstehende Jahresendgeschäft wie geplant dynamisch wachsen werden und wir durch unsere herausragende Positionierung in unseren Geschäftsfeldern stark daran partizipieren können.

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 von zahlreichen nationalen und internationalen Werbekunden gebucht.

Display-Marketing		30.09.2006	30.09.2005	Veränderung in %
Umsatz	Mio. EUR	47,8	35,7	34
Mitarbeiter	Anzahl	190	189	1
Werbekunden	Anzahl	3.496	3.300	6
PageImpressions / Monat	Anzahl	6,4 Mrd.	5,2 Mrd	23
Unique Visitors / Monat	Anzahl	68,4 Mio.	62,7 Mio.	9

- Neue Premium-Vermarktungsstrategie
- Ausbau der europäischen Reichweite
- Gewinnung großer internationaler 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		30.09.2006	30.09.2005 Pro-Forma	Veränderung in %
Umsatz	Mio. EUR	48,6	34,2	42
Mitarbeiter	Anzahl	79	44	80
Partnerprogramme	Anzahl	1.270	750	69
Websites	Anzahl	390.000	280.000	39
AdImpressions / Monat	Anzahl	4,3 Mrd.	3 Mrd.	43

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

ist Weltmarktführer im Handel mit Domains

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

Domain-Marketing		30.09.2006	30.09.2005 Pro-Forma	Veränderung in %
Umsatz	Mio. EUR	29,4	12,9	128
Mitarbeiter	Anzahl	103	71	45
Domains	Anzahl	5,7 Mio.	2,2 Mio.	157
Vermarktete Domains	Anzahl	2,2 Mio.	0,7 Mio.	231
Registrierte Mitglieder	Anzahl	395.000	320.000	23

- Starke Zunahme bei vermarktbareren Domains
- Dynamisches Wachstum in den USA und Großbritannien
- Start in Fernost nach Launch der IDN-fähigen technischen Plattform

Konzern-Bilanz

nach IFRS zum 30. September 2006

	30.09.2006		31.12.2005	
	EUR		EUR	
AKTIVA				
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	7.789.086	7,2 %	10.844.941	10,2 %
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	29.054.923	27,0 %	25.420.864	23,9 %
Forderungen gegen assoziierte Unternehmen	170.964	0,2 %	59.051	0,1 %
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	1.328.077	1,2 %	867.519	0,8 %
Rechnungsabgrenzungsposten	804.162	0,7 %	427.598	0,4 %
Sonstige Vermögenswerte	3.757.672	3,5 %	1.840.011	1,7 %
Sonstige finanzielle kurzfristige Vermögenswerte	0		3.084.423	2,9 %
Kurzfristige Vermögenswerte	42.904.884	39,9 %	42.544.407	39,9 %
Anteile an assoziierten Unternehmen	2.574.135	2,4 %	2.206.940	2,1 %
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	0		29.855	
Sachanlagen	1.409.490	1,3 %	1.111.490	1,0 %
Immaterielle Vermögenswerte (ohne Firmenwerte)	7.454.228	6,9 %	8.606.432	8,1 %
Firmenwerte	49.098.600	45,7 %	48.708.600	45,7 %
Latente Steueransprüche	4.017.226	3,7 %	3.356.469	3,1 %
Langfristige Vermögenswerte	64.553.679	60,1 %	64.019.786	60,1 %
Gesamtsumme Vermögen	107.458.563	100,0 %	106.564.193	100,0 %
PASSIVA				
Verbindlichkeiten				
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	28.816.490	26,8 %	26.464.150	24,8 %
Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Unternehmen	53.607		74.146	0,1 %
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	749.303	0,7 %	411.863	0,4 %
Steuerrückstellungen	5.539.100	5,2 %	4.569.585	4,3 %
Sonstige Verbindlichkeiten	5.362.876	5,0 %	12.242.161	11,5 %
Rückstellungen	0		316.792	0,3 %
Rechnungsabgrenzungsposten	481.154	0,4 %	921.968	0,9 %
Wandelschuldverschreibungen	101.625	0,1 %	98.005	0,1 %
Kurzfristige Verbindlichkeiten gegen Banken	27.000.000	25,1 %	0	
Kurzfristige Verbindlichkeiten	68.104.155	63,4 %	45.098.670	42,3 %
Latente Steuerschulden	2.372.807	2,2 %	2.875.520	2,7 %
Wandelschuldverschreibungen	99.875	0,1 %	177.900	0,2 %
Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	2.082.429	1,9 %	32.587.387	30,6 %
Von Gesellschaftern langfristig zur Verfügung gestelltes Fremdkapital	422.099	0,4 %	433.907	0,4 %
Langfristige Verbindlichkeiten	4.977.210	4,6 %	36.074.714	33,9 %
Gesamtsumme Verbindlichkeiten	73.081.365	68,0 %	81.173.384	76,2 %
Eigenkapital				
Grundkapital	25.914.900	24,1 %	25.851.945	24,3 %
Kapitalrücklage	62.290.769	58,0 %	62.047.026	58,2 %
Bilanzverlust	-61.142.445	-56,9 %	-66.853.265	-62,7 %
Währungsumrechnungsposten	116.932	0,1 %	228.409	0,2 %
Gesamtsumme Eigenkapital ohne Minderheitenanteile	27.180.156	25,3 %	21.274.115	20,0 %
Minderheitenanteile	7.197.042	6,7 %	4.116.694	3,9 %
Gesamtsumme Eigenkapital	34.377.198	32,0 %	25.390.809	23,8 %
Gesamtsumme Verbindlichkeiten und Eigenkapital	107.458.563	100,0 %	106.564.193	100,0 %

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

nach IFRS vom 1. Januar bis 30. September 2006

	Jan. - September 2006		Jan. - September 2005	
	EUR		EUR	
Umsatzerlöse	125.783.907	100,0 %	62.227.265	100,0 %
Herstellungskosten	-93.821.096	-74,6 %	-48.062.685	-77,2 %
Marge vom Umsatz	25,4%		22,8%	
Bruttoergebnis vom Umsatz	31.962.811	25,4 %	14.164.580	22,8 %
Vertriebskosten	-9.057.391	-7,2 %	-5.773.586	-9,3 %
Verwaltungskosten	-9.638.794	-7,7 %	-6.506.326	-10,5 %
Sonstige betriebliche Erträge / Aufwendungen	-173.076	-0,1 %	13.268	
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	13.093.550	10,4 %	1.897.936	3,1 %
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-1.032.355	-0,8 %	-182.460	-0,3 %
Zinsen und ähnliche Erträge	122.202	0,1 %	95.771	0,2 %
Ergebnis aus at-equity bilanzierten Unternehmen	811.870	0,6 %	253.000	0,4 %
Ergebnis vor Steuern	12.995.267	10,3 %	2.064.247	3,3 %
Steueraufwendungen	-4.102.663	-3,3 %	-1.855.541	-3,0 %
Periodenergebnis	8.892.604	7,1 %	208.706	0,3 %
Gewinne, die den Minderheitenanteilen zuzurechnen sind	3.181.784	2,5 %	948.000	1,5 %
Gewinne, die den Anteilseignern der AdLINK AG zuzurechnen sind	5.710.820	4,5 %	-739.294	-1,2 %
Ergebnis pro Aktie				
Ergebnis pro Aktie unverwässert (EUR/Aktie)	0,22		-0,03	
Ergebnis pro Aktie verwässert (EUR/Aktie)	0,21		-0,03	
Durchschnittliche Anzahl der ausstehenden Aktien	25.874.136		25.826.739	
Durchschnittliche Anzahl der ausstehenden Aktien (verwässert)	26.753.358		26.063.279	

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

Quartalsentwicklung nach IFRS

	Q1 2006	Q2 2006	Q3 2006	Q3 2005
	EUR	EUR	EUR	EUR
Umsatzerlöse	41.320.276	45.109.607	39.354.024	26.194.059
Herstellungskosten	-30.414.477	-33.408.639	-29.997.979	-20.044.894
Marge vom Umsatz	26,4 %	25,9 %	23,8%	23,5%
Bruttoergebnis vom Umsatz	10.905.799	11.700.968	9.356.045	6.149.165
Vertriebskosten	-2.855.482	-3.173.222	-3.028.688	-2.338.474
Verwaltungskosten	-3.295.277	-3.353.523	-2.989.993	-2.487.946
Sonstige betriebliche Erträge / Aufwendungen	-69.421	-224.175	120.519	-71.206
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	4.685.619	4.950.048	3.457.883	1.251.539
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-283.325	-467.960	-281.070	-174.800
Zinsen und ähnliche Erträge	33.273	47.789	41.141	29.050
Ergebnis aus at-equity bilanzierten Unternehmen	78.525	243.702	489.642	67.000
Ergebnis vor Steuern	4.514.092	4.773.579	3.707.596	1.172.789
Steueraufwendungen	-1.776.140	-1.347.938	-978.585	-1.079.615
Periodenergebnis	2.737.952	3.425.641	2.729.011	93.174
Gewinne, die den Minderheitenanteilen zuzurechnen sind	1.188.892	1.043.239	949.653	630.000
Gewinne, die den Anteilseignern der AdLINK AG zuzurechnen sind	1.549.060	2.382.402	1.779.358	-536.826
Ergebnis pro Aktie				
Ergebnis pro Aktie unverwässert (EUR/Aktie)	0,06	0,09	0,07	-0,02
Ergebnis pro Aktie verwässert (EUR/Aktie)	0,06	0,09	0,07	-0,02
Durchschnittliche Anzahl der ausstehenden Aktien	25.851.945	25.854.871	25.914.900	25.851.945
Durchschnittliche Anzahl der ausstehenden Aktien (verwässert)	26.810.950	26.772.047	26.725.248	26.059.950

Konzern-Kapitalflussrechnung

nach IFRS vom 1. Januar bis 30. September 2006

	Jan. - September 2006 EUR	Jan. - September 2005 EUR
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit		
Periodenergebnis	8.892.604	208.706
Berichtigungen zur Überleitung des Überschusses zu den Einnahmen und Ausgaben		
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	1.933.328	819.473
Veränderung latente Steuern	-1.163.470	-159.780
Personalaufwand aus Mitarbeiterbeteiligungen	211.495	357.843
Nicht ausgeschüttete Gewinne von assoziierten Unternehmen	-811.870	-253.000
Ausgeschüttete Gewinne von assoziierten Unternehmen	448.575	281.462
Effekte aus Währungsumrechnungen	-119.344	-31.541
Cash Flow der betrieblichen Tätigkeit	9.391.318	1.223.163
Veränderungen der Aktiva und Passiva		
Veränderung der Forderungen und sonstiger Vermögenswerte	-5.570.397	1.892.234
Veränderung der sonstigen finanziellen Vermögenswerte	3.084.423	0
Veränderung der Forderungen gegen assoziierte Unternehmen	-111.913	76.742
Veränderung der Forderungen gegen verbundene Unternehmen	-460.558	-149.698
Veränderung des aktiven Rechnungsabgrenzungspostens	-377.222	-367.232
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.421.207	398.438
Veränderung der Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Unternehmen	-20.539	-47.917
Veränderung der Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	337.440	196.160
Veränderung der Steuerrückstellungen	1.025.095	716.018
Veränderung der sonstigen Verbindlichkeiten	215.881	-185.313
Veränderung der Rückstellung	-316.792	-70.837
Veränderung des passiven Rechnungsabgrenzungspostens	-442.187	194.575
Veränderungen der Aktiva und Passiva, gesamt	-215.562	2.653.170
Nettoeinnahmen der betrieblichen Tätigkeit	9.175.756	3.876.333
Cash Flow aus dem Investitionsbereich		
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-351.199	-107.452
Investitionen in Sachanlagen	-730.903	-612.328
Investitionen in Beteiligungen	-3.900	0
Einzahlungen aus Anlagenabgängen	2.597	6.680
Akquisitionskosten unter Berücksichtigung der übernommenen liquiden Mittel	-7.595.647	-21.312.514
Nettofinanzbedarf im Investitionsbereich	-8.679.052	-22.025.614
Cash Flow aus dem Finanzierungsbereich		
Veränderung Inanspruchnahme Kreditlinie von verbundenen Unternehmen	-30.504.958	21.875.974
Aufnahme / Rückführung von kurzfristigen Bankdarlehen	27.000.000	0
Zuflüsse aus der Wandlung von Wandelschuldverschreibungen	61.053	65.507
Ein- / Rückzahlungen von Wandelschuldverschreibungen	-11.400	77.900
Nettoeinnahmen / -ausgaben für den Finanzierungsbereich	-3.455.305	22.019.381
Nettozunahme / Nettoabnahme der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-2.958.601	3.870.100
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	12.516
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 30. September	7.789.086	9.427.820
Zinseinzahlungen	108.278	95.771
Zinsauszahlungen	-597.133	-14.743
Steuerrückerstattungen	16.132	20.573
Auszahlungen für Steuern	-3.801.309	-726.897

Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals

nach IFRS

	Gezeichnetes Kapital	Kapital-rücklage	Bilanz-verlust	Währungs-umrech-nungs-differenzen	Veränderung/ Eigenkapital Anteilseigner	Minder-heiten-anteile	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	211.495	0	0	211.495	0	211.495
Ausübung von Wandschuldverschreibungen	62.955	32.248	0	0	95.203	0	95.203
Währungsumrechnungsdifferenzen	0	0	0	-111.477	-111.477	0	-111.477
Periodenergebnis	0	0	5.710.820	0	5.710.820	3.181.784	8.892.604
Anpassung für als Verbindlichkeiten klassifizierte Minderheitenanteile	0	0	0	0	0	-101.436	-101.436
Stand zum 30. September 2006	25.914.900	62.290.769	-61.142.445	116.932	27.180.156	7.197.042	34.377.198

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
08. NOVEMBER 2006	Pressemeldung zu den 9-Monatszahlen 2006, 9-Monatsbericht 2006

AdLINK
Internet Media AG

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