



Sedo Holding AG,

Köln

**Zusammengefasster Lagebericht für
den Konzern und die Einzelgesellschaft**

Konzernabschluss nach IFRS

Einzelabschluss nach HGB

**des Vorstands
für das Geschäftsjahr 2010**

**Zusammengefasster Lagebericht
für den Konzern und
die Einzelgesellschaft**

Sedo Holding AG, Köln

Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns

Inhaltsverzeichnis des Lageberichts:

1. Wirtschaftliches Umfeld
2. Geschäftsentwicklung
3. Innovation und Produktentwicklung
4. Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage
5. Erläuterung der Angaben nach HGB
6. Nachtragsbericht
7. Risikobericht
8. Erklärung zur Unternehmensführung
9. Grundzüge des Vergütungssystems
10. Abhängigkeitsbericht
11. Ausblick

Die Sedo Holding AG ist ein führender europäischer Anbieter von performance-basierten Marketinglösungen im Internet. Im operativen Geschäft ist die Sedo Holding AG mit ihren Spezialisten affilinet im Affiliate-Marketing und mit Sedo im Domain-Marketing aktiv. Dabei sind die Marken mit Büros in fünf europäischen Ländern und in den USA vertreten.

1. Wirtschaftliches Umfeld

Weltweites Wirtschaftswachstum

Der Internationale Währungsfond (IWF) hat in seinem im Januar 2011 veröffentlichten World Economic Outlook Update ein weltweites Wirtschaftswachstum von 5 % im Jahr 2010 ausgewiesen. In 2009 war noch ein Rückgang von 0,6 % zu verzeichnen. Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) der USA stieg in 2010 um 2,8 %, nach -2,6 % im Vorjahr, und das der Europäischen Union um 1,7 % (Vorjahr -4,1 %) und konnte damit wieder ein positives Wachstum verzeichnen.

Im World Economic Outlook merkt der IWF dennoch an, dass Risiken für einen erneuten Rückgang des Wachstums bestehen. Die Arbeitslosigkeit in den entwickelten Volkswirtschaften ist immer noch hoch und innerhalb der EU sind weiterhin Länder von der Insolvenz bedroht. Für eine stabile Erholung sind umfassende und schnelle Maßnahmen notwendig, die vor allem eine Reform der Finanzsysteme und der staatlichen Kontrollsysteme beinhalten.

Deutsches BIP mit starkem Wachstum

Das Statistische Bundesamt Destatis meldete Mitte Januar 2011 einen rasanten Aufschwung nach der Krise. Demnach ist das deutsche BIP im vergangenen Jahr um 3,6 % gewachsen – nach einem Rückgang von 4,7 % in 2009. Der Bundeswirtschaftsminister verwies in seinem Jahreswirtschaftsbericht auf die beiden Standbeine

des Aufschwungs, den Export und die Binnennachfrage. Zudem hatten die im Rahmen des Ende 2009 verabschiedeten Wachstumsbeschleunigungsgesetzes beschlossenen steuerlichen Sofortmaßnahmen einen Anteil an der positiven Entwicklung.

Der außenwirtschaftliche Impuls ist im vergangenen Jahr auch auf die Binnennachfrage übergesprungen. Im Jahr 2010 trugen neben dem Außenhandel ebenfalls die inländischen Investitionen und Konsumausgaben deutlich zum Wachstum bei. Der Aufschwung wurde auch durch das Arbeitsmarktinstrument der Kurzarbeit, das in der Krise eingesetzt wurde, begünstigt. Da die Fachkräfte größtenteils in den Unternehmen gehalten wurden, konnten diese schnell und flexibel auf die steigende Nachfrage reagieren.

Der Werbemarkt erholt sich von der Krise

Der deutsche Bruttowerbemarkt ist in 2010 gewachsen, teilte Nielsen Media Research Mitte Januar 2011 mit. Demnach beträgt das Wachstum gegenüber dem Vorjahr 11,0 % und der Bruttowerbemarkt erreicht einen neuen Höchstwert. Diese Entwicklung wurde durch das schwache Vorjahr, der guten Wirtschaftsentwicklung und der Konsumbelebung positiv beeinflusst. Die klassische Onlinewerbung verzeichnete dabei die größten Wachstumsraten (+34,8 %), gefolgt vom Medium Fernsehen (+16,2 %). Das Fernsehen kann allerdings weiterhin die höchsten Bruttoumsätze für sich verbuchen. Nielsen teilt in ihrer Mitteilung mit, dass von den Unternehmen der kombinierte Einsatz von TV-Werbung und Onlinewerbung als optimaler Werbemix angesehen wurde.

Die Mediaagenturgruppe ZenithOptimedia erwartet in ihrer Mitteilung vom Dezember 2010 ein nachhaltiges Wachstum der Werbewirtschaft. Der Deutsche Werbemarkt konnte 2010 mit einem Wachstum von 2,9 % abschließen. In ihrer Oktober-Mitteilung prognostizierte die Agenturgruppe einen Anstieg um 2,4 % und wurde somit real um 0,5 Prozentpunkte übertroffen.

Im Deloitte-Report „Media Democracy“ von Anfang Februar 2011 wird von dem Siegeszug der Smartphones und Tablet-PCs berichtet. In 2010 hat sich die Zahl der Smartphones in deutschen Haushalten verdoppelt. Noch bleibt – laut Bericht – der Nutzen der mobilen Endgeräte hinter den technischen Möglichkeiten zurück. Es wird aber davon ausgegangen, dass die weitere Entwicklung den gesamten Medienbereich entscheidend beeinflussen wird. Die steigende Nutzung mobiler Endgeräte wird auch neue Möglichkeiten für den Werbemarkt eröffnen. Der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM) berichtet im Februar ebenfalls vom mobilen Internet Boom. Im vergangenen Jahr wurden unter anderem 9,5 Mio. mobile Computer in Deutschland verkauft (+16 %).

Der Online-Werbemarkt wächst

Der Online-Vermarkterkreis (OVK) hat Anfang März 2011 seinen Online-Report 2011/01 veröffentlicht. In diesem berichtet der OVK von einem Wachstum des Online-Werbemarkts in Deutschland von brutto 26 % in 2010. Der OVK berücksichtigt bei der Berechnung der Marktdaten neben der klassischen Onlinewerbung auch die Suchwortvermarktung und die Affiliate-Netzwerke. Damit ist das Wachstumsplus nach dem Krisenjahr 2009 noch stärker ausgefallen als im Online-Report 2010/02

prognostiziert – hier ging man von einem Wachstum von 19 % aus. Der Online-Anteil am Mediamix beträgt 19,2 % und hat zum ersten Mal das Medium Zeitung (Anteil 19,0 %) übertroffen. Damit ist das Internet das zweitstärkste Werbemedium hinter Fernsehen und hat sich als unverzichtbarer Bestandteil einer ganzheitlichen Zielgruppenansprache etabliert.

Das Bruttowerbevolumen der Affiliate-Netzwerke ist laut OVK in Deutschland im vergangenen Jahr um 10 % gewachsen. In der Domainmarkt-Studie 2010 von Sedo, die Anfang Februar 2011 veröffentlicht wurde, wird von einem Anstieg des Handelsvolumens um 40 % berichtet. Die Zahl der Domainverkäufe in 2010 stieg um 12 % gegenüber dem Vorjahr.

2. Geschäftsentwicklung

Die Sedo Holding AG ist ein führender europäischer Anbieter von performance-basierten Marketinglösungen im Internet. Im operativen Geschäft ist die Sedo Holding AG mit ihren Spezialisten affilinet im Affiliate-Marketing und mit Sedo im Domain-Marketing aktiv.

Änderung von Firma und Sitz der Gesellschaft

Nach der vollzogenen Neuausrichtung der Gesellschaft auf die Bereiche Affiliate-Marketing und Domain-Marketing in 2009 hat die Hauptversammlung im Mai 2010 beschlossen, die Firma von AdLINK Internet Media AG in Sedo Holding AG umzubenennen. Des Weiteren wurde entschieden, den Sitz der Gesellschaft von Montabaur nach Köln zu verlegen.

Mitarbeiter

Die Sedo Holding Gruppe beschäftigte zum 31. Dezember 2010 insgesamt 340 Mitarbeiter. Zum Vorjahresstichtag belief sich die Mitarbeiterzahl auf 318. Das entspricht einem Zuwachs von 6,9 %. In Deutschland erhöhte sich die Zahl der Mitarbeiter zum Jahresende von 222 im Vorjahr auf 235 in 2010. In den ausländischen Gesellschaften erhöhte sich die Mitarbeiterzahl von 96 auf 105.

Innerhalb der beiden Geschäftsbereiche verteilen sich die Mitarbeiter auf 157 im Affiliate-Marketing und 168 im Domain-Marketing. In der Muttergesellschaft waren zum 31. Dezember 2010 15 Mitarbeiter beschäftigt. Ende 2009 belief sich die Mitarbeiterzahl im Affiliate-Marketing auf 133, im Domain-Marketing auf 155 und in der Muttergesellschaft auf 30.

Der Personalaufwand stieg etwas geringer als die Mitarbeiterzahlen von 17,9 Mio. EUR im Vorjahr auf 18,3 Mio. EUR (+2,2 %).

Geschäftsentwicklung der Segmente

Im Geschäftsjahr 2010 verzeichneten wir in unseren Segmenten Affiliate- und Domain-Marketing einen Rückgang der Umsatzerlöse, doch konnten wir unsere Netzwerkennzahlen wie Partnerprogramme und handelbare Domains weiter ausbauen und damit unsere Marktstellung festigen.

Affiliate-Marketing (affilinet)

affilinet ist der Spezialist für Affiliate-Marketing innerhalb der Sedo Holding Gruppe. Mit Büros in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, den Niederlanden und Spanien betreibt affilinet eines der führenden Affiliate-Netzwerke in Europa.

Die Plattform bietet mit ihren Performance-Marketinglösungen Online-Werbetreibenden (Advertiser) einen effektiven digitalen Vertriebskanal und den registrierten Vertriebspartnern (Publisher) attraktive Verdienstmöglichkeiten.

Die Umsätze im Affiliate-Marketing-Segment gingen im Geschäftsjahr 2010 um 17,3 %, von 88,1 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum, auf 72,9 Mio. EUR zurück. Hauptgrund für den Umsatzrückgang ist das geänderte Vertragsverhältnis mit einem großen Kunden in diesem Segment. Ohne diesen Effekt wuchs der Umsatz um 10,9 Mio. EUR (+17,5 %) gegenüber dem Geschäftsjahr 2009. Die Umsatzkosten reduzierten sich um 18,9 % auf 60,8 Mio. EUR innerhalb des Geschäftsjahres 2010, gegenüber 75,0 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum. Die EBIT-nahe Kennzahl Contribution (siehe Anhang: 36. Segmentberichterstattung) betrug im Geschäftsjahr 2010 1,3 Mio. EUR, nach 4,2 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum (-69,0 %). Der Rückgang ist in erster Linie auf die Erweiterung von Vertriebsaktivitäten im Ausland zurückzuführen.

Im Gesamtjahr 2010 konnte die Zahl der zur Verfügung stehenden Partnerprogramme von 1.840 Ende 2009 auf 2.160 zum 31. Dezember 2010 um 17,4 % gesteigert werden. Die Anzahl der angeschlossenen Websites erhöhte sich ebenfalls gegenüber dem Vorjahresstichtag, von rund 495.000 auf 499.000 (+0,8 %).

In 2010 hatte das Geschäftsmodell des Couponing seinen Durchbruch. Mit der eigens in 2009 entwickelten Couponing Solution stellt affilinet seinen Publishern und Advertisern ein innovatives Tool zur Erstellung und Einbindung von Gutscheinen zur Verfügung. Dies erfolgt über Gutschein-Codes, die der Advertiser für sein Produkt erstellt, und der Publisher in seine Webseite einbindet. Über die Gutscheine werden die Kaufanreize bei den Konsumenten erhöht, beispielsweise können Produkte mit einem Rabatt versehen oder eine Zugabe beim Kauf angeboten werden. Damit werden die angebotenen Produkte noch attraktiver vermarktet und die Konversionsraten gesteigert. Für den Publisher bedeutet die verbesserte Vermarktung durch Gutscheine eine Erhöhung der Umsätze, mit denen auch höhere Provisionen verbunden sind.

Seit Oktober bietet affilinet seinen Advertisern Retargeting auf PostClick- und PostViewbasis an. Die Retargeting-Technologie ist eine professionelle Lösung zur Generierung höherer Umsätze und Reichweite. Sie erfasst Internetbesucher, die bereits einen Online-Shop eines Advertisers besucht, aber noch keinen Kauf getätigt haben. Diesen interessierten potenziellen Kunden können nun auf den Webseiten ausgewählter Retargeting-Publisher automatisch personalisierte Werbemittel angezeigt werden. Dadurch lässt sich der Erfolg der Werbung (Konversionsrate) signifikant steigern.

Seit Ende 2010 bietet affilinet deutschen Advertisern und Publishern mit den Comparison Tables ein innovatives Tool zum zielgruppen- und abverkaufsorientierten Werben an. Die branchenspezifischen Produkt-Vergleichstabellen bieten eine Vielzahl an aktuellen Produkt- und Serviceangeboten unterschiedlicher

Advertiser auf einen Blick. affilinet übernimmt die Erstellung der Werbemittel sowie die Generierung und Pflege des Publisher-Pools. Damit verfügen die Publisher schnell und unkompliziert über ein konversionsstarkes und stets aktuelles Werbemittel. Die affilinet Comparison Tables stehen zunächst einigen ausgewählten Branchen zur Verfügung, werden aber sukzessive auf weitere Branchen ausgeweitet.

Domain-Marketing (Sedo)

Sedo ist der Spezialist für Domain-Marketing innerhalb der Sedo Holding Gruppe. Mit Büros in Deutschland, Großbritannien und den USA sowie zahlreichen internationalen Webseiten ist Sedo in mehr als 20 Sprachen weltweit aktiv.

Sedo ist der führende Marktplatz für den Handel mit Domains. Auch im performance-basierten Bereich Domainparking, in dem Sedo Werbung auf Domainnamen vermarktet, gehört Sedo zu den führenden Unternehmen. Das Dienstleistungsangebot umfasst außerdem die Bereiche Domainvermittlung, Domaintransfer und Domainbewertung.

Im Segment Domain-Marketing wurde im Geschäftsjahr 2010 ein Umsatz von 43,1 Mio. EUR erzielt. Im Vorjahreszeitraum betrug der Umsatz 46,6 Mio. EUR und ging damit um 7,5 % zurück. Der wesentliche Grund für den Umsatzrückgang ist das um 11,5 % schwächere Domain-Parking. Der Domain-Handel legte gegenüber 2009 um 12,1 % zu. Die Umsatzkosten reduzierten sich von 32,4 Mio. EUR im Vorjahr, um 6,2 %, auf 30,4 Mio. EUR in 2010. Die Contribution (siehe Anhang: 36. Segmentberichterstattung) betrug im Geschäftsjahr 2010 4,0 Mio. EUR und reduzierte sich um 44,4 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Hier betrug die Contribution noch 7,2 Mio. EUR. Der wesentliche Grund für den Rückgang der Contribution ist eine außerplanmäßige Wertminderung des Domainbestandes für den Eigenhandel in Höhe von 2,7 Mio. EUR. Diese resultiert aus der Überprüfung des Domainbestands über die Gängigkeitsabschläge hinaus auf das Vorliegen von Anzeichen, die ein stärkeres Absinken des Nettoveräußerungswertes als mit den unterstellten Gängigkeitsabschlägen anzeigt. Um diesem Umstand Rechnung zu tragen, wurde die bestehende Methode zur Gängigkeitsanalyse dahingehend ergänzt, dass das Vierfache der (annualisierten) Verkaufserlöse des abgelaufenen Jahres die Buchwerte der jeweiligen Domainportfolios decken soll. Neben der Gängigkeitsanalyse untersucht die Gesellschaft auch die wiederkehrenden Unterhaltungskosten, die sogenannten Registrierungskosten, mit dem Ziel, diese zu reduzieren.

Die Anzahl der auf der Plattform handelbaren Domains stieg zum 31. Dezember 2010 um 19,2 % auf 18,0 Mio. gegenüber 15,1 Mio. zum Vorjahresstichtag. Darüber hinaus stehen rund 6,5 Mio. Domains im Bereich des performance-basierten Domain-Parkings für Vermarktungszwecke zur Verfügung. Im Vorjahr betrug die Zahl der vermarktbareren Domains 6,9 Mio. und ist damit um 5,8 % zurückgegangen. Dieser Rückgang resultiert aus der Umstellung der Parkingstatistik ab November und steht im Zusammenhang mit der JavaScript-Migration der Handelsplattform. Bis Ende Dezember 2010 erhöhte sich die Anzahl der registrierten Mitglieder um 20,0 % auf 1,2 Mio. (Vorjahr 1,0 Mio.).

Im April 2010 hat Sedo mit SedoDNA (Sedo Domain Name Advertising) ein neues Angebot im Bereich Domaintraffic-Vermarktung gestartet. Werbetreibende können vom Traffic hochwertiger Domains profitieren, die von den Inhabern für Vermark-

tungszwecke zur Verfügung gestellt werden. Damit baut Sedo eine Brücke zwischen den Inhabern von Internetadressen und den Werbetreibenden, die an zielgerichtetem Traffic interessiert sind. SedoDNA ist ein auf Advertiser zugeschnittenes, performance-basiertes Modell, das alle gängigen Anzeigenformate (z. B. Banner, Layer, Videos) und Werbemodelle (z. B. Pay-per-Click, Pay-per-View) erlaubt.

Ende August 2010 wurde die runderneuerte Domainsuche vorgestellt. Die Basisfunktion der Domainhandelsplattform liefert nun noch schneller und effizienter Ergebnisse bei der Suche nach einer Wunschdomain. Dabei stehen neue Features wie die automatische Anzeige von Synonymen und sinnverwandten Begriffen, eine höhere Relevanz und Qualitätsranking der Ergebnisse sowie eine Vorschau der Angebotsdetails zur Verfügung. Über erweiterte Suchkriterien, z. B. die zeitgleiche Suche verschiedener Top-Level-Domains, Suche nach Domains in Kategorien, Ein- oder Ausschließen von Synonymen, Sprachauswahl, Watchlist und die Suche nach der Art des Angebots (Festpreis, Verhandlungsbasis, Auktion), werden passende Ergebnisse schneller und gezielter angezeigt.

Bis Ende Oktober 2010 wurde die Domainhandelsplattform auf JavaScript migriert. Damit wurde die technische Voraussetzung für eine verbesserte Vermarktung der geparkten Domains und des Anzeigenangebots geschaffen. Ferner ergeben sich Vorteile bei der Verifizierung von Besucherströmen und der gemessene Traffic auf den Domains ist hochwertiger, da es sich nur noch um reale Besucher – keine Suchbots oder Skripte – handelt.

3. Innovation und Produktentwicklung

Im Performance-Marketing herrscht ein hoher Wettbewerb und technologische Neuerungen finden in kurzen Abständen statt. Daher ist die intensive Beobachtung des Marktes und der Wettbewerber sowie die Evaluierung der technologischen Möglichkeiten ein zentraler Bestandteil der Unternehmenstätigkeit. National wie international ist die Bereitstellung neuer, innovativer Werbeprodukte ein klares Abgrenzungsmerkmal zu den Wettbewerbern. Die ständige Entwicklung neuer Tools und Konzepte sowie die Fähigkeit, diese in hoher Qualität technisch verfügbar zu machen und in das Produktangebot zu integrieren, zeichnet die Sedo Holding Gruppe aus.

Als ein führender europäischer Anbieter von performance-basierten Marketinglösungen im Internet verfügt die Sedo Holding Gruppe über eine dezentral organisierte Produktentwicklung. Beide spezialisierten Geschäftssegmente arbeiten dabei unabhängig voneinander an optimal für den jeweiligen Markt abgestimmten Lösungen. Damit sind wir in der Lage schnell und flexibel neue Ideen marktfähig zu machen und auf Trends zu reagieren. Zusätzlich nutzen wir Synergien im Bereich der IT-Infrastruktur und des Wissenstransfers, um unsere Entwicklung kostengünstig realisieren zu können. Bereits entwickelte Produkte werden von den Teams stetig weiterentwickelt und den Markterfordernissen angepasst.

Affilinet betreibt eines der führenden Affiliate-Netzwerke Europas. Grundlage dieses Netzwerks ist eine über Jahre eigens entwickelte, skalierbare und innovative Plattform, welche die für Programm- und Partnerschaftsmanagement, Tracking, Reporting sowie Abrechnung und Auszahlung notwendigen Funktionalitäten zentral für alle Länder und in mehreren Sprachen bereitstellt.

Über 30 Mitarbeiter aus Entwicklung, Produktmanagement und IT in München und Hannover sorgen für die kontinuierliche Weiterentwicklung und Optimierung der Plattform. Die Programmierung erfolgt dabei nahezu ausschließlich durch die eigene Entwicklungsabteilung, welche punktuell durch externe Dienstleister ergänzt wird, um Projekte zügig und effizient zu implementieren. Intensive Marktbeobachtung, eigene Kundenumfragen und Analysen bilden die Grundlage für neue Produktideen und technische Innovationen, stets mit dem Ziel, eine an den Kundenbedürfnissen und den hohen Ansprüchen an Zuverlässigkeit und Verfügbarkeit ausgerichtete Produktentwicklung zu betreiben.

Unser Spezialist für Domain-Marketing – Sedo – betreibt die weltweit führende Handelsplattform für Domainnamen. Kunden aus über 200 Ländern nutzen die Produkte des Marktführers in 20 sprach- und länderspezifischen Benutzeroberflächen. Die Grundlage dafür bildet der über viele Jahre selbst entwickelte internationale Domain-Marktplatz unter www.sedo.com. Die innovative Vermarktung der zum Verkauf stehenden Domains rundet das Angebot von Sedo ab.

Sedo beschäftigt über 20 Mitarbeiter in der Produktentwicklung an den Standorten Köln und Boston, USA. Der innerhalb der Sedo eigenständige Bereich Research & Development treibt Produktinnovationen in den Kernbereichen Domain-Handel und Domain-Marketing voran. Das Team aus Businessanalysten, Produkt Managern und Entwicklern gewährleistet die Auslieferung und ständige Optimierung eines konsequent an den Anforderungen unserer Kernmärkte ausgerichteten Produktportfolios. Dabei erfolgt die Entwicklung fast ausschließlich innerhalb des Unternehmens.

4. Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Gesamtergebnisrechnung

Die Umsatzerlöse gingen in 2010 um 14,2 % auf 116,1 Mio. EUR zurück, von 135,3 Mio. EUR im Vorjahr. Hauptgrund für den Umsatzrückgang ist das geänderte Vertragsverhältnis mit einem großen Kunden des Affiliate-Marketings, das seit dem vierten Quartal 2009 gilt. Bereinigt um die Umsatzerlöse dieses Großkunden in Höhe von 26,1 Mio. EUR in 2009 stiegen die Umsatzerlöse um 6,9 Mio. EUR (+6,3 %). Auch zeigen die Umsatzzahlen zum Jahresende eine positive Entwicklung und stiegen im vierten Quartal 2010 gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 7,7 %. Das Affiliate-Marketing-Geschäft trug zu den Umsätzen 72,9 Mio. EUR und das Domain-Marketing-Geschäft 43,1 Mio. EUR bei. Die Umsatzkosten sanken um 14,9 % auf 91,2 Mio. EUR in 2010, nach 107,2 Mio. EUR in 2009. Das Bruttoergebnis vom Umsatz beläuft sich auf 24,9 Mio. EUR und ging um 11,7 % gegenüber 2009 (28,2 Mio. EUR) zurück. Die Bruttomarge vom Umsatz verbesserte sich von 20,8 % in 2009 auf 21,4 % in 2010. Diese Entwicklung resultierte überwiegend aus dem veränderten Umsatzmix zwischen den Segmenten, wodurch sich die Umsatzkosten gegenüber den Umsatzerlösen überproportional reduzierten.

Die Vertriebskosten stiegen um 53,9 % von 7,6 Mio. EUR in 2009 auf 11,7 Mio. EUR in 2010 an. Wohingegen die Verwaltungskosten in 2010 8,9 Mio. EUR und in 2009 12,6 Mio. EUR (-29,4 %) betrugen. Ursächlich für diese Entwicklung ist zum einen eine im zweiten Quartal 2010 vorgenommene Überprüfung der Aufgabenschwer-

punkte der Abteilungen. Im Ergebnis wurde die Zuordnung der Kosten in der Gesamtergebnisrechnung geändert, was eine Verschiebung von den Verwaltungs- hin zu den Vertriebskosten nach sich zog. Zum anderen stiegen die Vertriebskosten wegen der Verstärkung unserer Vertriebsanstrengungen im Ausland an. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen gingen um 6,4 % von 4,7 Mio. EUR im Vorjahr auf 4,4 Mio. EUR zurück. Die sonstigen betrieblichen Erträge reduzierten sich in 2010 von 18,7 Mio. EUR auf 4,3 Mio. EUR. In dem Vorjahreswert sind Erträge aus der Veräußerung der Anteile der Goldbach Media AG und Hi-media S.A. an die United Internet AG in Höhe von 12,7 Mio. EUR enthalten. Um diesen außerordentlichen Effekt bereinigt belaufen sich die sonstigen betrieblichen Erträge des Vorjahres auf 6,0 Mio. EUR und der aktuelle Wert reduzierte sich um 28,3 %. Dabei reduzierten sich unter anderem die Währungsgewinne um 0,4 Mio. EUR. Die Abschreibungen auf im Rahmen von Unternehmensakquisitionen aktivierte immaterielle Vermögenswerte beliefen sich in 2010 auf 1,1 Mio. EUR und reduzierten sich gegenüber dem Vorjahreswert von 1,9 Mio. EUR um 42,1 %, nachdem die aus den Erwerben von Sedo und affilinet resultierenden Abschreibungen im ersten Quartal 2010 ausgelaufen sind. Die Firmenwertabschreibungen beliefen sich in 2010 auf 0,2 Mio. EUR (Vorjahr 0,0 EUR) und betreffen den Geschäfts- oder Firmenwert aus der Erstkonsolidierung der Intellectual Property Management Inc. Infolge der oben erläuterten Veränderungen sank das Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit von 20,1 Mio. EUR im Vorjahr auf 2,9 Mio. EUR in 2010.

Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Wertminderungen auf Domains (EBITDA) reduzierte sich inklusive der Sondereffekte im Vorjahr von 24,5 Mio. EUR auf 8,5 Mio. EUR in 2010 (-65,3 %). Bereinigt um die Sondereffekte aus dem Vorjahr belief sich das EBITDA in 2009 auf 11,8 Mio. EUR und ging damit in 2010 um 28,0 % zurück.

Die Zinsen und ähnliche Aufwendungen gingen in 2010 auf 0,3 Mio. EUR zurück (Vorjahr 1,1 Mio. EUR). Der Rückgang resultiert im Wesentlichen aus dem vollständigen Abbau der Verschuldung. Die Zinsen und ähnlichen Erträge erhöhten sich gegenüber dem Vorjahr von 0,2 Mio. EUR auf 0,6 Mio. EUR. Diese Entwicklung ergibt sich wesentlich aus dem Vendor Loan, das im Rahmen des Verkaufs des Display-Marketing-Geschäfts an die Hi-media S.A. gewährt wurde. Das sonstige Finanzergebnis betrug in 2010 0 EUR (Vorjahr 0,3 Mio. EUR). Es enthielt im Vorjahr eine Dividendenzahlung von Goldbach Media. Das Ergebnis von at-equity bilanzierten Unternehmen stieg von -0,3 Mio. EUR im Vorjahr auf 0,1 Mio. EUR in 2010. Das Ergebnis vor Steuern (EBT) betrug in 2009 19,3 Mio. EUR und ging um 82,9 % auf 3,3 Mio. EUR in 2010 zurück. Im Vorjahreswert sind positive Einmalerträge aus dem Verkauf der Anteile an Hi-media und Goldbach Media in Höhe von 12,7 Mio. EUR enthalten. Bereinigt um diese Sondereffekte belief sich das EBT in 2009 auf 6,6 Mio. EUR und ging damit in 2010 um 50,0 % zurück. Der wesentliche Grund für den Rückgang des Ergebnisses vor Steuern waren außerplanmäßige Wertberichtigungen auf Vorräte im Domainhandel in Höhe von 2,7 Mio. EUR im vierten Quartal 2010.

Durch Bekanntwerden werterhellender Tatsachen wurde die Vergleichsperiode 2009 rückwirkend geändert, wobei steuerliche Sachverhalte rückwirkend anders bewertet wurden und des Weiteren eine Korrektur der bilanziellen Erfassung der Körperschaftsowie Gewerbesteuvorauszahlungen des Jahres 2009 erfolgte. Dies führte zu höheren Steuern vom Einkommen und vom Ertrag von 1,4 Mio. EUR sowie einem um

0,3 Mio. EUR verbesserten Ergebnis nach Steuern des nicht-fortgeführten Geschäftsbereichs. Für weitere Informationen wird auf den Konzernanhang verwiesen.

Die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag haben sich gegenüber 2009 (angepasst 5,4 Mio. EUR) auf 2,2 Mio. EUR reduziert (-59,3 %). Damit betrug die Steuerquote in 2010 68 % nach 28,2 % im Vorjahreszeitraum. Die hohe Steuerquote resultiert im Wesentlichen aus dem Nichtansatz aktiver latenter Steuern auf Verluste des Geschäftsjahres sowie auf steuerlich nicht abzugsfähige Aufwendungen. In 2010 hat das Ergebnis aus fortgeführten Geschäftsbereichen 1,0 Mio. EUR betragen, nach 13,8 Mio. EUR (angepasst) im Vorjahreszeitraum. Das Ergebnis nach Steuern des nicht-fortgeführten Geschäftsbereichs betrug in 2010 1,5 Mio. EUR nach 21,3 Mio. EUR (angepasst) in 2009. Während dieses in 2010 im Wesentlichen durch die Ausbuchungen einer Verbindlichkeit sowie die Anpassung einer Rückstellung geprägt ist, sind im Vorjahresergebnis die Veräußerungsgewinne aus dem Verkauf des Display-Marketing-Geschäfts an die Hi-media Group in Höhe von 22,1 Mio. EUR enthalten.

Nach einem Konzernergebnis in Höhe von 35,2 Mio. EUR (angepasst) in 2009 belief sich dieses in 2010 auf 2,6 Mio. EUR. Das sonstige Ergebnis nach Steuern, in dem Gewinne und Verluste aus der Umrechnung der Abschlüsse der Tochtergesellschaften, die nicht in Euro bilanzieren, in die Konzernwährung enthalten sind, belief sich in 2009 auf -0,6 Mio. EUR und in 2010 auf 0,2 Mio. EUR. Das Gesamtergebnis nach Steuern für 2010 betrug 2,8 Mio. EUR und für 2009 von 34,5 Mio. EUR (angepasst).

Das Ergebnis je Aktie für 2010 betrug 0,08 EUR und für das Vorjahr 1,32 EUR (angepasst). Aus fortgeführten Geschäftsbereichen ergibt sich ein Ergebnis je Aktie von 0,03 EUR in 2010 und 0,52 EUR (angepasst) in 2009. Bereinigt um positive Einmalerträge aus dem Verkauf der Anteile an Hi-media und Goldbach Media an die United Internet Beteiligungen GmbH betrug das Vorjahresergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen 0,03 EUR.

Cash Flow

Der Cash Flow der betrieblichen Tätigkeit der fortgeführten Geschäftsbereiche ist gegenüber dem Vorjahr leicht um 5,6 % von 5,4 Mio. EUR (angepasst) auf 5,7 Mio. EUR gestiegen.

Die Nettoeinzahlungen der betrieblichen Tätigkeit der fortgeführten Geschäftsbereiche ging von 8,3 Mio. EUR im Vorjahr auf 1,7 Mio. EUR in 2010 zurück. Dies resultiert im Wesentlichen aus dem Aufbau des Saldos aus Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie aus der Verringerung der Steuerrückstellungen aufgrund von Steuerzahlungen. Diese sind von 3,1 Mio. EUR in 2009 auf 5,0 Mio. EUR in 2010 angestiegen.

Der Nettofinanzbedarf im Investitionsbereich der fortgeführten Geschäftsbereiche beträgt 2010 -0,7 Mio. EUR (Vorjahr 38,5 Mio. EUR), der im Wesentlichen auf Ersatz- und Erweiterungsinvestitionen für die Büro- und Servertechnik sowie auf Investitionen in angemietete Objekte und Büromöbel zurückzuführen ist und überwiegend den Bereich affiliate-Marketing betrifft. Im Vorjahresbetrag sind 45,1 Mio. EUR aus der Veräußerung der Anteile an Hi-media sowie Goldbach Media enthalten. Gegen-

läufig kamen im Vorjahr die Auszahlungen für den Erwerb der restlichen Anteile an der Sedo GmbH in Höhe von 5,5 Mio. EUR zum Tragen.

Die Nettoauszahlungen im Finanzierungsbereich der fortgeführten Geschäftsbereiche betragen in 2010 -1,4 Mio. EUR (Vorjahr -43,8 Mio. EUR). Im Vorjahr wurden die oben erläuterten Einzahlungen zum Abbau der Finanzverbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen sowie Kreditinstituten verwendet. In 2010 wurden die restlichen kurzfristigen Bankdarlehen in Höhe von 1,4 Mio. EUR zurückgeführt.

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode beliefen sich in 2010 auf 6,3 Mio. EUR und haben sich gegenüber dem Vorjahr 3,1 % reduziert (6,5 Mio. EUR).

Bilanz

Die kurzfristigen Vermögenswerte haben sich zum Stichtag 31. Dezember 2010 um 41,9 % auf 38,3 Mio. EUR gegenüber 27,0 Mio. EUR (angepasst) zum Vorjahresstichtag erhöht. Der Anstieg resultiert im Wesentlichen aus der Umgliederung des Verkäuferdarlehens, das an die Hi-media S.A. gewährt wurde, aus den langfristigen in die kurzfristigen sonstigen finanziellen Vermögenswerte. Ansonsten gingen die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente um 3,1 % auf 6,3 Mio. EUR (Vorjahr 6,5 Mio. EUR) zurück. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen stiegen in 2010 auf 14,6 Mio. EUR an, nach 11,7 Mio. EUR in 2009 (+24,8 %). Die Vorräte, die ausschließlich aus einem Handelsbestand an erworbenen Domains bestehen, reduzierten sich im Wesentlichen aufgrund von außerplanmäßigen Wertminderungen von 5,6 Mio. EUR in 2009 um 57,1 % auf 2,4 Mio. EUR in 2010. Die sonstigen finanziellen Vermögenswerte erhöhten sich infolge der eingangs beschriebenen Umgliederung des Verkäuferdarlehens in 2010 von 2,6 Mio. EUR (angepasst) im Vorjahr auf 14,3 Mio. EUR.

Die langfristigen Vermögenswerte reduzierten sich bedingt durch die erläuterte Umgliederung zum Stichtag 31. Dezember 2010 um 13,4 % von 93,9 Mio. EUR zum Vorjahresstichtag auf 81,3 Mio. EUR. Der Anteil an at-equity bilanzierten Unternehmen stieg von 0,9 Mio. EUR in 2009 auf 1,0 Mio. EUR in 2010 (+11,1 %) an. Die immateriellen Vermögenswerte (ohne Geschäfts- oder Firmenwerte) reduzierten sich um 43,3 % von 3,0 Mio. EUR im Vorjahr auf 1,7 Mio. EUR in 2010. Der Rückgang resultiert aus den planmäßigen Abschreibungen auf diese Werte, welche u.a. erworbenen Kundenstamm betreffen. Die Firmenwerte haben sich zum 31. Dezember 2010 gegenüber dem Vorjahr nicht verändert und betragen 75,6 Mio. EUR.

Die kurzfristigen Verbindlichkeiten gingen zum 31. Dezember 2010 um 13,0 % zurück, von 30,1 Mio. EUR (angepasst) in 2009 auf 26,2 Mio. EUR. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen stiegen von 17,1 Mio. EUR in 2009 auf 17,9 Mio. EUR in 2010 (+4,7 %). Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten konnten, nachdem die Verschuldung bereits im Vorjahr vollständig zurück geführt wurde, von 1,4 Mio. EUR in 2009 auf 0,0 EUR gesenkt werden. Die Steuerrückstellungen sanken von 3,2 Mio. EUR (angepasst) im Vorjahr auf 2,7 Mio. EUR um 15,6 %. Die sonstigen Rückstellungen gingen um 54,5 % von 2,2 Mio. EUR auf 1,0 Mio. EUR in 2010 zurück. Im Wesentlichen resultiert dieser Rückgang aus der Anpassung einer Rückstellung für Verluste aus laufenden Verträgen basierend auf einer neuen Einschätzung des Managements. Der Rückgang der sonstigen kurzfris-

tigen Verbindlichkeiten um 29,5 % von 6,1 Mio. EUR in 2009 auf 4,3 Mio. EUR in 2010 resultiert im Wesentlichen aus den niedrigeren Verbindlichkeiten gegenüber Steuerbehörden sowie dem Wegfall einer nachteiligen vertraglichen Verpflichtung in Höhe von 1,6 Mio. EUR, die im Geschäftsjahr 2009 bilanziert wurde. Im zweiten Quartal 2010 konnte eine Neuverhandlung dieser Verträge erfolgreich abgeschlossen werden, wodurch diese Position erfolgswirksam aufgelöst werden konnte.

Die langfristigen Verbindlichkeiten beinhalten hauptsächlich latente Steuerschulden und betragen zum 31. Dezember 2010 0,3 Mio. EUR nach 0,7 Mio. EUR zum Vorjahresstichtag (-57,1 %). Die Gesamtsumme der Verbindlichkeiten reduzierte sich um 14,0 % von 30,8 Mio. EUR (angepasst) auf 26,5 Mio. EUR in 2010.

Die Gesamtsumme des Eigenkapitals beträgt zum 31. Dezember 2010 93,0 Mio. EUR und ist gegenüber dem Vorjahresstichtag (angepasst 90,1 Mio. EUR) um 3,2 % angestiegen. Das Grundkapital hat sich gegenüber 2009 nicht verändert und betrug 30,5 Mio. EUR. Die Kapitalrücklage reduzierte sich aufgrund der Entnahme zum Ausgleich des Verlustvortrags des Vorjahres bei der Sedo Holding AG von 74,4 Mio. EUR in 2009 auf 38,8 Mio. EUR (-47,8 %).

Die Eigenkapitalquote stieg gegenüber dem Stichtag 31. Dezember 2009 von 74,5 % (angepasst) auf 77,8 % in 2010 an.

Die Bilanzsumme sank um 1,1 % zum Stichtag 31. Dezember 2010 auf 119,6 Mio. EUR nach 120,9 Mio. EUR (angepasst) zum Vorjahresstichtag.

Einzelabschluss nach HGB

Die Sedo Holding AG (Sedo Holding) ist die Muttergesellschaft der Sedo Holding Gruppe.

Im Geschäftsjahr 2010 beläuft sich der Umsatz der Sedo Holding auf 2,8 Mio. EUR gegenüber 10,7 Mio. EUR im Vorjahr (-73,8 %). Die Umsatzerlöse resultieren zu 1,5 Mio. EUR (Vorjahr 8,5 Mio. EUR) aus Dienstleistungen, die die Sedo Holding für ihre Tochtergesellschaften erbracht hat. Im Wesentlichen handelt es sich dabei um administrative Leistungen in den Bereichen Finanzen, Recht, Personal und Management. Des Weiteren wurden in 2010 Umsatzerlöse mit Dritten in Höhe von 1,3 Mio. EUR (Vorjahr 2,2 Mio. EUR) erzielt. Hierbei handelt es sich um Dienstleistungen, die die Sedo Holding für ihre ehemaligen Tochtergesellschaften aus dem 2009 veräußerten Display-Marketing-Geschäft erbracht hat. Im Vorjahr wurden neben den Dienstleistungen auch Umsätze durch Lizenzverträge und durch die Weiterbelastung von Kampagnenkosten erzielt. Die Umsatzerlöse mit Dritten in 2009 ergaben sich zum Großteil aus einer internationalen Werbekampagne. Infolge des Verkaufs des Display-Marketing Geschäfts sind die Umsatzerlöse und gleichzeitig die Aufwendungen für bezogene Leistungen der Sedo Holding zurückgegangen. Dieser Entwicklung wurde mit einer Reduzierung der Mitarbeiterzahl und der übrigen Kosten begegnet.

Die sonstigen betrieblichen Erträge belaufen sich in 2010 auf 2,5 Mio. EUR, gegenüber 0,6 Mio. EUR in 2009. Hierbei handelt es sich um die Auflösung einer Rückstellung für einen laufenden Vertrag sowie die Anpassung einer Rückstellung, beide im Zusammenhang mit der Veräußerung des Display-Marketing-Geschäfts

(2,3 Mio. EUR), sowie um Erträge aus Währungsbewertungen in Höhe von 0,2 Mio. EUR. In den sonstigen betrieblichen Erträgen des Vorjahres sind Erträge aus Währungsbewertungen in Höhe von 0,4 Mio. EUR enthalten.

Der Materialaufwand reduzierte sich von 6,5 Mio. EUR in 2009 auf 1,6 Mio. EUR im Geschäftsjahr 2010. Damit ging dieser analog zu den Umsatzerlösen zurück und ist vorrangig durch den Verkauf des Display-Marketing-Geschäfts zu erklären. Der Personalaufwand sank entsprechend der Geschäftsentwicklung von 3,5 Mio. EUR im Vorjahr auf 1,2 Mio. EUR in 2010. Im Geschäftsjahr 2010 waren im Durchschnitt 13 Mitarbeiter beschäftigt (Vorjahr 35 Mitarbeiter). Die Abschreibungen reduzierten sich auf 0,3 Mio. EUR (Vorjahr 0,5 Mio. EUR).

Im Geschäftsjahr 2010 gingen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen von 7,9 Mio. EUR in 2009 auf 2,0 Mio. EUR zurück. Im Wesentlichen sind in 2010 Rechts-, Beratungs- und Prüfungskosten (1,1 Mio. EUR) und EDV-Dienstleistungen (0,4 Mio. EUR) enthalten. In 2009 waren neben den Rechts-, Beratungs- und Prüfungskosten (2,4 Mio. EUR) und EDV-Dienstleistungen (0,5 Mio. EUR) auch Rückstellungen für Risiken aus laufenden Verträgen in Höhe von 3,1 Mio. EUR enthalten.

Die Erträge aus Beteiligungen und Gewinnabführungsverträgen belaufen sich in 2010 auf 9,2 Mio. EUR, gegenüber 37,2 Mio. EUR in 2009. Die Erträge aus Gewinnabführungsverträgen ergeben sich aus der Gewinnabführung der affilinet GmbH in Höhe von 3,3 Mio. EUR (Vorjahr 5,6 Mio. EUR) und der Response Republic Beteiligungsgesellschaft Deutschland GmbH in Höhe von 5,9 Mio. EUR (Vorjahr 10,3 Mio. EUR). Zudem gab es in 2009 noch Erträge aus Beteiligungen in Gesamthöhe von 21,4 Mio. EUR, die aus dem Erhalt von Dividendenzahlungen sowie aus den Erlösen aus dem Verkauf des Display-Marketing-Segments an Hi-media S.A sowie den Verkäufen der erhaltenen Hi-media-Anteile und der Anteile an der Goldbach Media AG an United Internet Beteiligungen GmbH resultierten.

In 2010 belaufen sich die Erträge aus anderen Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens auf 1,5 Mio. EUR und sind damit gegenüber dem Vorjahr (1,6 Mio. EUR) nahezu konstant geblieben. Sie resultieren aus der Verzinsung der Darlehen gegenüber Tochtergesellschaften sowie aus dem an Hi-media gewährten Verkäuferdarlehen. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge betragen in 2010 0,3 Mio. EUR und resultieren im Wesentlichen aus der Verzinsung der Cash-Pool-Salden sowie sonstigen Forderungen innerhalb des Konzerns. Die Zinsen und ähnliche Aufwendungen sanken von 1,4 Mio. EUR – aufgrund des vollständigen Abbaus der Verschuldung – auf 0,4 Mio. EUR.

Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit beträgt im Geschäftsjahr 2010 10,9 Mio. EUR nach 46,7 Mio. EUR in 2009. Die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag betragen im Geschäftsjahr 2010 3,2 Mio. EUR nach 2,9 Mio. EUR im Vorjahr. Davon entfallen 2,6 Mio. EUR auf das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit; 0,6 Mio. EUR stellen periodenfremden Aufwand dar. Dieser resultiert insbesondere aus der Anpassung von Steuerforderungen aus Vorjahren. Der Jahresüberschuss ging von 43,8 Mio. EUR auf 7,7 Mio. EUR in 2010 zurück.

Im Geschäftsjahr 2010 wird ein Bilanzverlust von 0 EUR ausgewiesen. Der Verlustvortrag des Vorjahres in Höhe von 43,6 Mio. EUR wird durch den Jahresüberschuss

in Höhe von 7,7 Mio. EUR und durch eine Entnahme aus der Kapitalrücklage in Höhe von 35,9 Mio. EUR ausgeglichen.

Die Bilanzsumme hat sich gegenüber dem Vorjahr von 118 Mio. EUR auf 118,3 Mio. EUR zum 31. Dezember 2010 nur unwesentlich verändert.

Das Anlagevermögen ging in 2010 von 98,1 Mio. EUR im Vorjahr auf 96,9 Mio. EUR zum Jahresende 2010 zurück. Dabei blieben innerhalb der Finanzanlagen die Anteile an verbundenen Unternehmen gegenüber dem Vorjahr unverändert. Die Ausleihungen an verbundene Unternehmen gingen von 35,3 Mio. EUR im Vorjahr auf 34,3 Mio. EUR zurück. Dies resultiert aus der vollständigen Rückführung einer Kreditlinie, die der affilinet GmbH gewährt wurde. Bei den sonstigen Ausleihungen gibt es gegenüber dem Vorjahr keine Veränderung.

Die Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände erhöhten sich zum 31. Dezember 2010 auf 15,3 Mio. EUR (Vorjahr 14,8 Mio. EUR). Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gingen dabei von 1,0 Mio. EUR in 2009 auf 0,5 Mio. EUR zurück. Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen, die hauptsächlich aus Liefer- und Leistungsbeziehungen, Kostenumlagen, Ergebnisabführungsverträgen sowie dem Cash-Pool resultieren, erhöhten sich von 10,7 Mio. EUR im Vorjahr auf 13,4 Mio. EUR. Die sonstigen Vermögensgegenstände gingen von 3,0 Mio. EUR auf 1,5 Mio. EUR in 2010 zurück, was im Wesentlichen auf den Rückgang der Steuervorauszahlungen zurückzuführen ist. Der Kassenbestand und die Guthaben bei Kreditinstituten erhöhten sich hingegen von 5,0 Mio. EUR im Vorjahr auf 6,1 Mio. EUR in 2010.

Das Eigenkapital erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr von 89,0 Mio. EUR in 2009 auf 96,7 Mio. EUR. Der Anstieg resultiert aus dem erzielten Jahresüberschuss in Höhe von 7,7 Mio. EUR. Zum 31. Dezember 2010 beträgt die Eigenkapitalquote 81,7 % gegenüber 75,4 % zum Vorjahresende.

Die Steuerrückstellungen sind von 3,9 Mio. EUR im Vorjahr auf 2,7 Mio. EUR in 2010 zurückgegangen; im Wesentlichen bedingt durch geleistete Gewerbesteuerzahlungen resultierend aus der Betriebsprüfung. Die sonstigen Rückstellungen reduzierten sich von 3,8 Mio. EUR auf 1,3 Mio. EUR in 2010. Im Wesentlichen enthalten diese zurückgestellten Risiken aus laufenden Verträgen in Höhe von 0,7 Mio. EUR gegenüber 3,1 Mio. EUR im Vorjahr. Der Rückgang resultiert aus der Auflösung einer Rückstellung aufgrund einer vorteilhaften Vertragsänderung sowie der Anpassung einer weiteren Rückstellung basierend auf einer neuen Einschätzung des Managements im Zusammenhang mit der Veräußerung des Display-Marketing-Geschäfts im Vorjahr.

Die gesamten Verbindlichkeiten konnten gegenüber dem Vorjahr von 21,4 Mio. EUR auf 17,7 Mio. EUR gesenkt werden. Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten wurden vollständig zurückgeführt (Vorjahr 1,4 Mio. EUR). Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sanken von 0,9 Mio. EUR im Vorjahr auf 0,2 Mio. EUR in 2010, was aus dem Rückgang der Geschäftsentwicklung durch die Fokussierung auf reine Holding-Funktionen resultiert. Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen reduzierten sich von 19,0 Mio. EUR im Vorjahr auf 17,5 Mio. EUR.

5. Erläuterung der Angaben nach §§ 289 (4), 315 (4) HGB

Zusammensetzung des Kapitals

Das gezeichnete Kapital der Gesellschaft beträgt 30.455.890,00 EUR. Dieses ist eingeteilt in 30.455.890 auf den Namen lautende nennwertlose Aktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 1,00 EUR je Aktie. Jede Aktie hat in der Hauptversammlung eine Stimme. Weitere Aktiengattungen existieren nicht.

Beschränkungen, die Aktien betreffen

Der Vorstand der Sedo Holding AG hat am 29. September 2009 mit Zustimmung des Aufsichtsrats vom selben Tage beschlossen, das Grundkapital der Gesellschaft im Wege einer Sachkapitalerhöhung aus dem genehmigtem Kapital von 26.205.890,00 EUR um 4.250.000,00 EUR auf 30.455.890,00 EUR durch Ausgabe von 4.250.000 neuen, auf den Namen lautenden nennwertlosen Stückaktien mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von 1,00 EUR je Aktie („Neue Aktien“) zu erhöhen. Als Sacheinlage wurden Geschäftsanteile an der Sedo GmbH mit Sitz in Köln eingebracht. Die Durchführung der Kapitalerhöhung 2009 wurde am 20. November 2009 in das Handelsregister der Gesellschaft eingetragen. Aufgrund vertraglich vereinbarter Haltefristen dürfen die neuen Aktien für eine bestimmte Zeit nicht gehandelt werden. Sie werden daher vorerst nicht zum börslichen Handel zugelassen. Die Sedo Holding AG beabsichtigt, die Zulassung der Neuen Aktien wie folgt stufenweise zu beantragen: Die Hälfte der Neuen Aktien, d. h. 2.125.000 Stück, sollen ab Oktober 2011 und die verbleibenden Neuen Aktien, d. h. die übrigen 2.125.000 Stück, sollen ab Oktober 2013 zum Handel zugelassen werden.

Direkte Beteiligung am Kapital

Zum 31. Dezember 2010 hielt die United Internet AG, Montabaur, nach Kenntnis der Gesellschaft, unmittelbar und mittelbar über die United Internet Beteiligungen GmbH, Montabaur, 23.997.518 Stückaktien bzw. 78,79 % der Anteile der Sedo Holding AG.

Ernennung und Abberufung der Vorstandsmitglieder, Satzungsänderungen

Die Bestellung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands richtet sich nach den §§ 84, 85 AktG, I. 4. der Geschäftsordnung für den Aufsichtsrat und § 6 Abs. 1 der Satzung der Gesellschaft. Vorstandsmitglieder bestellt der Aufsichtsrat auf höchstens fünf Jahre. Der Aufsichtsrat kann die Bestellung zum Vorstandsmitglied und die Ernennung zum Vorsitzenden des Vorstands widerrufen, wenn ein wichtiger Grund vorliegt. Der Vorstand besteht aus einer oder mehreren Personen, deren Anzahl der Aufsichtsrat festlegt. Der Aufsichtsrat kann ein Mitglied des Vorstands zum Vorsitzenden ernennen. Es können stellvertretende Vorstandsmitglieder bestellt werden.

Jede Satzungsänderung bedarf eines Beschlusses der Hauptversammlung. Der Beschluss der Hauptversammlung bedarf einer Mehrheit, die mindestens drei Viertel des bei der Beschlussfassung vertretenen Grundkapitals umfasst. Zu Änderungen der Satzung, die lediglich die Fassung betreffen, ist der Aufsichtsrat ermächtigt.

Befugnisse des Vorstands zur Ausgabe von Aktien

Der Vorstand wird ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital der Gesellschaft bis zum 18. Mai 2015 einmal oder mehrfach um insgesamt bis zu 15.200.000,00 EUR durch Ausgabe von bis zu Stück 15.200.000 neue nennwertlose Aktien gegen Bar- und/oder Sacheinlage zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2010).

Bei einer Kapitalerhöhung ist den Aktionären ein Bezugsrecht einzuräumen.

Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats Spitzenbeträge vom Bezugsrecht der Aktionäre auszunehmen und das Bezugsrecht auch insofern auszuschließen, als dies erforderlich ist, um den Inhabern von Options- oder Wandlungsrechten auf Aktien der Gesellschaft ein Bezugsrecht auf neue Aktien in dem Umfang einräumen zu können, wie es ihnen nach Ausübung der Rechte bzw. Erfüllung der Wandlungspflichten zustehen würde.

Der Vorstand ist außerdem ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre auszuschließen, wenn die Aktien gegen Bar ausgegeben werden und der Ausgabepreis der neuen Aktien im Zeitpunkt der endgültigen Festlegung des Ausgabepreises den Börsenpreis der Aktien der Gesellschaft mit gleicher Ausstattung nicht wesentlich unterschreitet und die gemäß § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegebenen Aktien insgesamt zehn vom Hundert des Grundkapitals nicht überschreiten. Auf diese Begrenzung 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.

Darüber hinaus ist der Vorstand ermächtigt, das Bezugsrecht mit Zustimmung des Aufsichtsrats auszuschließen, soweit neue Aktien gegen Sachleistung ausgegeben werden sollen und der Bezugsrechtsausschluss im Interesse der Gesellschaft liegt.

Der Vorstand wird ferner ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Kapitalerhöhung, den weiteren Inhalt der Aktienrechte und die Bedingungen der Aktienausgabe festzulegen.

Der Aufsichtsrat wird ermächtigt, § 5 dieser Satzung entsprechend der Durchführung der Erhöhung des Grundkapitals oder nach Ablauf dieser Ermächtigungsfrist neu zu fassen.

Das Grundkapital ist des Weiteren um bis zu 1.044.010,00 EUR, eingeteilt in bis zu 1.044.010 nennwertlose Aktien, bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2004). 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.

Das Grundkapital ist weiterhin um bis zu 14.100.000,00 EUR, eingeteilt in bis zu 14.100.000 Stammaktien ohne Nennwert, bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2010). Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Aktien an die Inhaber oder Gläubiger von Options- oder Wandelschuldverschreibungen, die gemäß der Ermächtigung der Hauptversammlung vom 19. Mai 2010 bis zum 18. Mai 2015 von der Gesellschaft oder einem nachgeordneten Konzernunternehmen begeben werden, soweit die Ausgabe gegen bar erfolgt ist und die Options- oder Wandlungsrechte nicht aus dem Bestand eigener Aktien oder aus 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 Wandlungsrechte nicht aus dem Bestand eigener Aktien oder aus genehmigtem 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.

Befugnisse des Vorstands zum Rückkauf von Aktien

Die Gesellschaft, vertreten durch den Vorstand, wurde in der Hauptversammlung vom 19. Mai 2010 gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG ermächtigt, bis zum 19. Mai 2015 eigene Aktien im Umfang von bis zu zehn vom Hundert des Grundkapitals zu erwerben. Die Ermächtigung kann ganz oder in Teilbeträgen, einmal oder mehrmals, für einen oder mehrere Zwecke von der Gesellschaft ausgeübt werden; sie kann aber auch von abhängigen oder im Mehrheitsbesitz der Gesellschaft stehenden Unternehmen oder für ihre oder deren Rechnung von Dritten ausgeübt werden. Auf die erworbenen eigenen Aktien dürfen zusammen mit anderen eigenen Aktien, die sich im Besitz der Gesellschaft befinden oder ihr nach den §§ 71 a ff. AktG zuzurechnen sind, zu keinem Zeitpunkt mehr als zehn vom Hundert des Grundkapitals entfallen. Die Ermächtigung darf nicht zum Zwecke des Handels mit eigenen Aktien genutzt werden.

Der Erwerb der eigenen Aktien kann auf alle gesetzlich zulässigen Weisen erfolgen, insbesondere durch Rückkauf über die Börse und/oder mittels einer öffentlichen Kaufofferte.

Bei einem Erwerb über die Börse darf der Gegenwert für den Erwerb der eigenen Aktien (ohne Erwerbsnebenkosten) zehn vom Hundert des Börsenkurses nicht unterschreiten und den Börsenkurs nicht um mehr als zehn vom Hundert überschreiten.

Beim Erwerb von eigenen Aktien über eine öffentliche Kaufofferte kann die Gesellschaft ein formelles Angebot veröffentlichen oder zur Abgabe von Angeboten öffentlich auffordern, und dabei jeweils als Gegenleistung Barzahlung oder die Übertragung liquider Aktien vorsehen.

Der Ausschluss bzw. die Beschränkung des Andienungsrechts der Aktionäre bedarf eines Beschlusses des Vorstands und der Zustimmung des Aufsichtsrats.

Der Vorstand wurde ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die so erworbenen eigenen Aktien und bereits früher erworbene eigenen Aktien zu allen gesetzlich zulässigen Zwecken zu verwenden, insbesondere eine Veräußerung der eigenen Aktien in anderer Weise als über die Börse oder durch Angebot an alle Aktionäre vorzunehmen, wenn die 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 (jeweils ohne Erwerbsnebenkosten). Die vorstehende Ermächtigung zur Veräußerung gegen eine Barleistung verringert sich um den Anteil am Grundkapital, der auf Aktien entfällt, für die während der Laufzeit dieser Ermächtigung das Bezugsrecht in unmittelbarer oder entsprechender Anwendung von § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgeschlossen wurde.

Ferner wurde der Vorstand ermächtigt, die aufgrund dieser Ermächtigung erworbenen und die früher erworbenen eigenen Aktien mit Zustimmung des Aufsichtsrats zur Gewährung von Aktien an Mitglieder des Vorstands und an sonstige Mitarbeiter der Gesellschaft sowie an Mitglieder der Geschäftsführungen und Mitarbeiter von mit der Gesellschaft im Sinne der §§ 15 ff. AktG verbundenen Unternehmen zu verwenden, zu deren Bezug diese Personen aufgrund von Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen berechtigt sind. Soweit eigene Aktien an Mitglieder des Vorstands der Gesellschaft übertragen werden sollen, obliegt die Entscheidung hierüber dem Aufsichtsrat der Gesellschaft.

Der Vorstand wurde zudem ermächtigt, die aufgrund dieser Ermächtigung erworbenen und die früher erworbenen eigenen Aktien mit Zustimmung des Aufsichtsrats zur Erfüllung von Wandel- oder Optionsrechten bzw. Wandlungspflichten aus durch die Gesellschaft oder von abhängigen oder im Mehrheitsbesitz der Gesellschaft stehenden Unternehmen ausgegebenen Wandel- oder Optionsschuldverschreibungen zu verwenden.

Der Vorstand wurde weiter ermächtigt, die aufgrund dieser Ermächtigung erworbenen und die früher erworbenen eigenen Aktien mit Zustimmung des Aufsichtsrats ohne weiteren Hauptversammlungsbeschluss einzuziehen. Der Aufsichtsrat ist ermächtigt, § 5 der Satzung entsprechend der jeweiligen Inanspruchnahme der Ermächtigung zur Einziehung anzupassen.

Das Bezugsrecht der Aktionäre auf eigene Aktien wird insoweit ausgeschlossen, wie diese Aktien gemäß den vorstehenden Ermächtigungen verwendet werden.

Die vorstehenden Ermächtigungen wurden am 20. Mai 2010 wirksam und gelten bis zum 19. Mai 2015.

6. Nachtragsbericht

Es fanden keine Ereignisse nach dem Ende des Berichtszeitraumes statt, die die Unternehmenssituation der Sedo Holding Gruppe wesentlich verändert haben.

7. Risikobericht

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. Die Konzeption, Organisation und Aufgabe des Enterprise Risk Managements wurden vom Vorstand der Sedo Holding AG vorgegeben und im Rahmen eines konzernweit verfügbaren Risikohandbuchs dokumentiert. Diese Vorgaben werden laufend mit den sich ändernden gesetzlichen Rahmenbedingungen abgeglichen, angepasst und gegebenenfalls weiterentwickelt.

Im Rahmen des Risikomanagementprozesses identifizieren, klassifizieren und bewerten wir Unternehmensrisiken bei klaren Verantwortlichkeiten konzernweit einheitlich. Wir setzen das Enterprise Risk Management nicht nur zur Identifikation von bestandsgefährdenden Risiken ein, vielmehr identifizieren und überwachen wir auch Risiken, die unterhalb der Bestandsgefährdung liegen, jedoch erheblichen negativen Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns haben können. Auch im Geschäftsjahr 2010 haben wir eine unternehmensweite Risikoinventur durchgeführt.

Risikoszenarien wurden hinsichtlich ihres negativen Einflusses auf das Ergebnis vor Steuern der jeweils analysierten Gesellschaft und der Eintrittswahrscheinlichkeit dieses Schadens bewertet. Für die so identifizierten potenziellen wesentlichen Risiken wurden, soweit sinnvoll, risikobeschränkende Maßnahmen definiert. Darüber hinaus wurden zur proaktiven Überwachung Frühwarnindikatoren mit festgelegten Grenzwerten sofern dies möglich ist den Risiken zugeordnet. Der Risikostatus wird quartalsweise an den Vorstand und von diesem an den Aufsichtsrat kommuniziert. Bei unvermittelt eintretenden Risiken oder bei einer erheblichen Risikoveränderung wird die Ad hoc-Berichtspflicht ausgelöst und das Risiko unverzüglich an den Vorstand und von diesem gegebenenfalls an den Aufsichtsrat berichtet.

Im Folgenden werden die wesentlichen Risiken und Unsicherheiten der Sedo Holding Gruppe dargestellt.

Markt und wirtschaftliche Entwicklung

Die Sedo Holding Gruppe ist außer im deutschen Markt in mehreren Ländern wirtschaftlich tätig und unterliegt den Einflüssen der wirtschaftlichen Entwicklung dieser Teilmärkte. Die wirtschaftliche Entwicklung hat Einfluss auf das Konsumverhalten der Verbraucher und damit auch auf die Höhe der Werbeausgaben der potenziellen Werbetreibenden und damit auf die Größe des Gesamtmarktes, in dem die Sedo Holding Gruppe tätig ist. Die konjunkturelle Lage war in einigen Märkten im Jahr 2010 immer noch angespannt. Insolvenzen unserer Geschäftspartner und damit einhergehende Zahlungsausfälle sind möglich. Die weitere Entwicklung unterliegt daher im Hinblick auf Zahlungsausfälle und die Höhe der Online-Werbebudgets unserer Kunden Unsicherheiten, die wesentlichen Einfluss auf unsere Vermögens-, Finanz- und Ertragslage haben können. Wir begegnen diesem Risiko mit einer intensiven Marktbeobachtung und aktivem Forderungsmanagement, um möglichst frühzeitig auf negative Entwicklungen reagieren zu können.

Wettbewerb

Sowohl nationale als auch internationale Unternehmen, die im Bereich Performance-Marketing tätig sind, sorgen für intensiven Wettbewerb. Sie versuchen, ihre Marktposition zu stärken und weiter auszubauen. Auch Markteintritte neuer Wettbewerber können die Wettbewerbsintensität weiter erhöhen. Auf diese Unsicherheiten kann die Sedo Holding Gruppe nur sehr begrenzt Einfluss nehmen. Dieser Wettbewerb könnte zu einer Verschlechterung unserer Vermögens-, Finanz- und Ertragslage führen, da den Werbetreibenden und den Domaininhabern zunehmend eine Vielfalt von Plattformen und Netzwerken zur Verfügung steht. Durch aktives Kundenmanagement und einen hohen Servicelevel sowie die Erbringung von neuen, innovativen Werbeprodukten und -dienstleistungen auch auf internationaler Ebene stärkt die Sedo Holding Gruppe die Kunden- und Partnerbindung und baut die eigene Marktposition national und international weiter aus.

Produktentwicklung

Auf den Märkten für performance-basierte Marketinglösungen im Internet finden technologische Neuerungen in kurzen Abständen statt. So werden beispielsweise ständig neue Tools und Konzepte entwickelt, die technisch verfügbar gemacht und in das Produktangebot integriert werden müssen. Falls der technologische Fortschritt von uns nicht oder nur unzureichend genutzt wird, 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. In der Folge könnten wir wichtige Kunden und damit Umsatz und Ergebnis verlieren. Durch intensive Beobachtung von Markt und Wettbewerbern, durch die Evaluierung der technologischen Möglichkeiten, durch Kooperationen und durch eigene Entwicklungen wirkt die Sedo Holding Gruppe diesem Risiko entgegen.

Reichweite

Ein wichtiges Differenzierungsmerkmal der Sedo Holding Gruppe stellt unser Portfolio von hochwertigen und stark frequentierten Webseiten und Domains, die zur Vermarktung genutzt werden, dar. Falls sehr viele wichtige Seiten, Domains oder Netzwerkpartner verloren gehen würden oder zu wenige oder zu reichweiteschwache Werbeträger im Portfolio wären und wir nicht in der Lage wären, diese entsprechend zu ersetzen, könnten wir gegenüber Werbetreibenden an Attraktivität verlieren. Resultiert daraus für das Unternehmen ein Umsatzrückgang, kann es zu einer Verschlechterung unserer Vermögens-, Finanz- und Ertragslage kommen. Wir begrenzen dieses Risiko durch eine aktive Betreuung unserer Partner und Kunden, die ständige Verbesserung der Servicequalität, den Ausbau der internationalen Organisation und die maximale Ausschöpfung des Umsatzpotenziales unseres Netzwerkes und der Domains.

Abhängigkeit von Kunden/Geschäftspartnern

Die künftigen Werbeausgaben der Werbetreibenden sind nicht genau vorhersehbar und für die Sedo Holding Gruppe nicht beeinflussbar. Sowohl bei affilinet als auch bei Sedo werden teilweise wesentliche 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 Sedo Holding Gruppe reduziert dieses Risiko durch erfahrene Key Account Manager, durch möglichst langfristige, tiefe und enge Kooperationen mit diesen Geschäftspartnern, durch eine Verbreiterung der Kundenbasis und durch ein überzeugendes Produkt- und Dienstleistungsangebot.

Preis-/Margendruck

Der gegenwärtig intensive Wettbewerb erhöht den Druck auf Margen und Preise. Die Sedo Holding Gruppe ist heute positioniert als Spezialist im Bereich des internationalen Performance-Marketing mit einem innovativen Produktportfolio, „state of the art“ Technologien und einer besonderen Betreuung unserer Kunden und Partner. Aufgrund der aktuellen Wettbewerbssituation und der wirtschaftlichen Entwicklung in einzelnen Ländern könnte sich die Sedo Holding Gruppe dazu entscheiden, in diesen Ländern mit Preis-/Margennachlässen zu agieren oder zu reagieren. Sollte es in Zukunft zu sinkenden Preisen und/oder Margen für uns kommen, könnte das zu einer Verschlechterung unserer Vermögens-, Finanz- und Ertragslage führen.

Um diesem Risiko entgegenzuwirken, bietet die Sedo Holding Gruppe innovative zusätzliche Dienstleistungen und neue margenstärkere Produkte an.

Währungsrisiken

Selbständige Tochtergesellschaften der Sedo Holding AG sind in Großbritannien und den USA wirtschaftlich tätig. Die Währungsrisiken der Gesellschaft resultieren aus konzerninternen Finanzierungsmaßnahmen und der operativen Tätigkeit. Dies kann Einfluss auf unsere Vermögens-, Finanz- und Ertragslage haben. Derzeit wird das Risiko als unwesentlich eingestuft.

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Die Sedo Holding AG hat der Hi-media Group für die Barkomponente für den Kauf des Display-Marketing-Bereichs in 2009 ein Verkäuferdarlehen (Vendor Loan) zu einem marktüblichen Darlehenszins gewährt. Dieses Verkäuferdarlehen ist spätestens zum 30. Juni 2011 in bar fällig.

Liquidität

Die Sedo Holding AG weist zum Stichtag keine Bankverbindlichkeiten aus. Auf Basis des derzeitigen Informationsstandes ist die Liquidität der Sedo Holding AG als gesichert anzunehmen, um alle zukünftigen Zahlungsverpflichtungen erfüllen zu können.

Geschäfts- oder Firmenwerte

Bei der zahlungsmittelgenerierenden Einheit „affilinet France“ übersteigt der erzielbare Betrag den Buchwert nur unwesentlich, sodass eine negative Änderung einer der getroffenen wesentlichen Annahmen zu einem Wertminderungsaufwand führen würde. Bei der zahlungsmittelgenerierenden Einheit „Teilkonzern Sedo“ wird der Buchwert durch den erzielbaren Betrag etwas deutlicher überstiegen. Wesentliche Abweichungen der getroffenen Annahmen könnten allerdings auch hier zu einem Wertmin-

derungsaufwand führen. Das Management stuft das Risiko derzeit allerdings als gering ein.

Geschützte Rechte

Die Gesetze und die Rechtsprechung in den meisten Ländern, in denen die Sedo Holding Gruppe tätig ist, entwickeln sich bezüglich des Schutzes von Markenrechten und der Verantwortung für Inhalte im Online-Markt ständig weiter. Trotz der hierdurch zunehmenden Klarheit hinsichtlich der Rechte und Pflichten aller Marktteilnehmer können in diesen Bereichen nach wie vor Unsicherheiten bestehen. Es ist nicht auszuschließen, dass einzelne Marktteilnehmer versuchen, diese Unsicherheiten zu ihrem Vorteil zu nutzen. Die Sedo Holding Gruppe begegnet diesem Risiko durch die zeitnahe Umsetzung neuer Anforderungen durch Rechtsprechung und Gesetz und durch regelmäßige Beratung mit Experten in diesen Rechtsgebieten.

Personal

Ein wichtiger Erfolgsfaktor der Sedo Holding Gruppe ist die Qualifikation und Marktkennntnis ihrer Mitarbeiter. Es herrscht ein intensiver Wettbewerb um qualifizierte und leistungsbereite Fach- und Führungskräfte mit branchenspezifischem Hintergrund. Eine hohe Personalfuktuation oder der Verlust von Personal in Schlüsselpositionen könnte die Entwicklung der Sedo Holding Gruppe negativ beeinflussen. Bisher ist es uns stets gelungen, den Weggang von Schlüsselpersonen in ausreichend kurzer Zeit zu kompensieren. Wir begegnen diesen Risiken mit einer aktiven Personalentwicklung.

Qualitative Angaben zum Gesamtrisiko

Die wesentlichen Risiken der aktuellen und zukünftigen Vermögens-, Finanz- und Ertragslage konzentrieren sich neben der Marktentwicklung auf die Bereiche Wettbewerb, Zahlungsausfallrisiko und Abhängigkeiten von Kunden und Partnern sowie Produktentwicklung. Personalrisiken beschränken sich weiterhin auf einzelne Unternehmenseinheiten, in denen ein ausgeprägtes Spezialwissen benötigt wird, das auf dem Arbeitsmarkt nur begrenzt verfügbar ist. Durch unsere Risikomanagementkultur begegnen wir diesen Risiken proaktiv und begrenzen sie auf ein Minimum. Die Eintrittswahrscheinlichkeiten werden von uns als moderat eingeschätzt. Bestandsgefährdende Risiken waren im Geschäftsjahr 2010 weder aus Einzelrisiken noch aus der Gesamtrisikosituation für die Sedo Holding AG erkennbar.

Jährliche Prüfung des Risikofrüherkennungssystems nach § 317 (4) HGB

Im Rahmen der Jahresabschlussprüfung beurteilen die Wirtschaftsprüfer sowohl die Einrichtung als auch die mögliche Funktionsfähigkeit des bei der Sedo Holding AG eingerichteten Risikofrüherkennungssystems. Für das Jahr 2010 wurde von den Wirtschaftsprüfern die Erfüllung der gesetzlichen Anforderungen unseres Risikofrüherkennungssystems bestätigt.

Wesentliche Merkmale des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess der Sedo Holding AG

Die Sedo Holding AG versteht das Risikomanagement als Teil des internen Kontrollsystems, das in Anlehnung an das international anerkannte COSO-Rahmenwerk („Internal Control – Integrated Framework“) nach der Definition des COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) aufgebaut ist.

Die Interne Revision ist verantwortlich für die unabhängige Überprüfung der Funktionsfähigkeit dieses internen Kontrollsystems. Zur Wahrnehmung ihrer Aufgaben verfügt die interne Revision über umfassende Informations-, Prüf- und Eintrittsrechte.

Risikoeinschätzung

Die Sedo Holding AG sieht das Risikomanagement als eine Maßnahme, um Risiken zu erkennen, zu bewerten und auf ein vertretbares Maß abzumildern sowie die erkannten Risiken zu überwachen. Ein Risikomanagement verlangt organisiertes Handeln, um mit Unsicherheit und Bedrohung in geeigneter Form umzugehen und hält Mitarbeiter dazu an, Vorschriften und Instrumente einzusetzen, um die Risikomanagement-Grundsätze umzusetzen.

Das Risikomanagementsystem der Sedo Holding AG ist ein System, mit dem Risiken erkannt und bewertet werden, vor allem solche Geschäftsvorfälle, die die Existenz des Unternehmens gefährden könnten. Es umfasst neben dem operativen Risikomanagement auch die systematische Risikofrüherkennung, -steuerung und -überwachung. Das rechnungslegungsbezogene Risikomanagement ist dabei auf das Risiko der Falschaussage in der Buchführung sowie in der externen Berichterstattung ausgerichtet.

Spezifische rechnungslegungsbezogene Risiken können z. B. aus dem Abschluss ungewöhnlicher oder komplexer Geschäfte, insbesondere zeitkritisch zum Ende des Geschäftsjahres, auftreten. Weiterhin sind Geschäftsvorfälle, die nicht routinemäßig verarbeitet werden, mit einem latenten Risiko behaftet. Einem eingegrenzten Personenkreis wurden notwendigerweise Ermessensspielräume bei Ansatz und Bewertung von Vermögensgegenständen und Schulden eingeräumt, woraus weitere rechnungslegungsbezogene Risiken resultieren können.

Die Interne Revision der Sedo Holding AG stellt im Rahmen ihrer Überwachungstätigkeit die Funktionsfähigkeit und Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen Risikomanagementsystems sicher.

Beschreibung des internen Kontrollsystems

Das rechnungslegungsbezogene interne Kontrollsystem der Sedo Holding AG umfasst alle Grundsätze, Verfahren und Maßnahmen zur Sicherung der Wirksamkeit, Wirtschaftlichkeit und der Ordnungsmäßigkeit der Rechnungslegung sowie zur Sicherung der Einhaltung der maßgeblichen rechtlichen Vorschriften.

In den Rechnungslegungsprozess sind unter Risikoaspekten definierte, interne Kontrollen eingebettet. Das rechnungslegungsbezogene interne Kontrollsystem umfasst

sowohl präventive als auch detektivische Kontrollen, zu denen IT-gestützte und manuelle Abstimmungen, die Funktionstrennung, das Vier-Augen-Prinzip, allgemeine IT-Kontrollen, wie z. B. Zugriffberechtigungen in IT-Systemen oder ein Change-Management sowie deren Überwachung, gehören.

Das interne Kontrollsystem ermöglicht durch die in der Sedo Holding AG festgelegten Organisations-, Kontroll- und Überwachungsstrukturen die Erfassung, Aufbereitung und Würdigung von unternehmensbezogenen Sachverhalten sowie deren sachgerechte Darstellung in der Konzernrechnungslegung. Die Steuerung der Prozesse zur Rechnungslegung erfolgt durch den Bereich Konzernrechnungslegung. Gesetze, Rechnungslegungsstandards und andere Verlautbarungen werden fortlaufend bezüglich der Relevanz und Auswirkungen auf den Jahresabschluss analysiert. Die in den Konzernrechnungslegungsprozess involvierten Mitarbeiter werden regelmäßig geschult. Die Konzerngesellschaften sind für die Einhaltung des ordnungsgemäßen und zeitgerechten Ablaufs ihrer rechnungslegungsbezogenen Prozesse und Systeme verantwortlich und werden dabei vom Bereich Konzernrechnungslegung unterstützt. Ergänzt wird das beschriebene rechnungslegungsbezogene interne Kontrollsystem durch sogenannte Entity Level Controls (Kontrollen auf Unternehmensebene) durch die obersten Entscheidungsgremien.

Insbesondere persönliche Ermessensentscheidungen, fehlerhafte Kontrollen, kriminelle Handlungen oder sonstige Umstände können allerdings der Natur der Sache nach nicht ausgeschlossen werden und führen dann zu einer eingeschränkten Wirksamkeit und Verlässlichkeit des eingesetzten internen Kontroll- und des Risikomanagementsystems, sodass auch die konzernweite Anwendung der eingesetzten Systeme keine absolute Sicherheit hinsichtlich der richtigen, vollständigen und zeitnahen Erfassung von Sachverhalten in der Konzernrechnungslegung gewährleisten kann.

Die getroffenen Aussagen beziehen sich nur auf die in den Konzernabschluss der Sedo Holding AG einbezogenen Tochterunternehmen, bei denen die Sedo Holding AG mittelbar oder unmittelbar über die Möglichkeit verfügt, deren Finanz- und Geldpolitik zu bestimmen, um aus der Tätigkeit dieser Unternehmen Nutzen zu ziehen.

8. Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289a HGB

Börsennotierte Aktiengesellschaften haben eine Erklärung zur Unternehmensführung abzugeben. In diese Erklärung sind die Erklärung zum Corporate Governance Kodex, relevante Angaben zu Unternehmensführungspraktiken, die über die gesetzlichen Anforderungen hinaus angewandt werden und eine Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat aufzunehmen.

Zu den Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ müssen börsennotierte Unternehmen gemäß § 161 des deutschen Aktiengesetzes (AktG) jährlich eine Erklärung zu deren Beachtung veröffentlichen.

Von Anregungen können die Unternehmen ohne Offenlegungspflicht abweichen.

Im März 2011 haben Vorstand und Aufsichtsrat der Sedo Holding AG die aktuelle jährliche Entsprechenserklärung nach § 161 AktG abgegeben und unter

www.sedoholding.de, Investoren, Corporate Governance sowie im elektronischen Bundesanzeiger veröffentlicht.

Erklärung nach § 161 AktG zur Beachtung der Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex bei der Sedo Holding AG

Vorstand und Aufsichtsrat der Sedo Holding AG erklären gemäß § 161 Aktiengesetz:

Die Sedo Holding AG hat den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 26. Mai 2010 bis auf folgende Ausnahmen entsprochen und wird diesen voraussichtlich auch weiterhin bis auf folgende Ausnahmen entsprechen:

Selbstbehalt bei D&O-Versicherungen (Kodex-Ziffer 3.8)

Nach Inkrafttreten des Gesetzes zur Angemessenheit der Vorstandsvergütung (VorstAG) sieht das Aktiengesetz (AktG) nun vor, dass Vorstände bei D&O-Versicherungen einen obligatorischen Selbstbehalt in Höhe von mindestens 10 % des Schadens bis mindestens zur 1,5-fachen Höhe des Jahresfestgehalts zu übernehmen haben (§ 93 AktG). Für Aufsichtsratsmitglieder hingegen muss kein Selbstbehalt vereinbart werden (§ 116 AktG). Der Deutsche Corporate Governance Kodex empfiehlt über das AktG hinaus, auch in einer D&O-Versicherung für den Aufsichtsrat einen entsprechenden Selbstbehalt zu vereinbaren.

Die Sedo Holding AG hat die Vorgaben des Gesetzgebers mit der Änderung der bestehenden D&O-Versicherungsverträge zum 1. Januar 2010 vollständig umgesetzt und erstmalig einen Selbstbehalt für Vorstandsmitglieder vereinbart. Auf einen Selbstbehalt für die Aufsichtsratsmitglieder wurde verzichtet. Sedo Holding ist grundsätzlich nicht der Ansicht, dass sich Motivation und Verantwortung, mit der die Mitglieder des Sedo Holding-Aufsichtsrats ihre Aufgabe wahrnehmen, durch einen solchen Selbstbehalt ändern.

Ausschüsse (Kodex-Ziffer 5.3)

Der Deutsche Corporate Governance Kodex empfiehlt, dass der Aufsichtsrat einen Prüfungsausschuss (Audit Committee) einrichten soll, der sich insbesondere mit Fragen der Rechnungslegung, des Risikomanagements und der Compliance, der erforderlichen Unabhängigkeit des Abschlussprüfers, der Erteilung des Prüfungsauftrags an den Abschlussprüfer, der Bestimmung von Prüfungsschwerpunkten und der Honorarvereinbarung befasst. Der Deutsche Corporate Governance Kodex empfiehlt darüber hinaus, dass der Aufsichtsrat einen Nominierungsausschuss bildet, der ausschließlich mit Vertretern der Anteilseigner besetzt ist und dem Aufsichtsrat für dessen Wahlvorschläge an die Hauptversammlung geeignete Kandidaten vorschlägt.

Der Aufsichtsrat der Sedo Holding AG besteht zurzeit aus drei Mitgliedern. Die Mitglieder befassen sich in ihrer Gesamtheit – neben ihren sonstigen Pflichten – auch mit den genannten Themen. Die Geschäftsordnung des Aufsichtsrates sieht vor, Ausschüsse erst bei mehr als drei Aufsichtsratsmitgliedern einzurichten.

