



AdLINK Internet Media AG Hauptversammlung 2010

Frankfurt, 19. Mai 2010



Agenda

1. Markt & Strategie
2. Ergebnisse Geschäftsjahr 2009
3. Ergebnisse Q1 2010 und Ausblick
4. Tagesordnung

1. Markt & Strategie

Highlights 2009

- Verkauf des AdLINK Media-Geschäfts an die französische Hi-media S.A.
- Erwerb der restlichen Sedo-Anteile (24,06%) für 4,25 Mio. neu geschaffene AdLINK-Aktien sowie 5,5 Mio. EUR in bar
- Wechsel im Vorstand
- Fokus auf Online-Performance-Marketing
- Verkauf der Goldbach Media- und Hi-media-Anteile - Vollständige Entschuldung

AdLINK Internet Media AG

- Die AdLINK Internet Media AG vereint die beiden führenden Marktplätze für Performance-Werbung und Domains im Internet
- Affiliate-Marketing durch affilinet und Domain-Marketing durch Sedo
- Niederlassungen in 5 europäischen Ländern* und den USA

The diagram illustrates the AdLINK GROUP structure. At the top center is the AdLINK GROUP logo. Below it, two boxes represent the sub-brands: affilinet (Affiliate-Marketing) on the left and sedo (Domain-Marketing) on the right. Below these are screenshots of the respective websites.

affilinet Affiliate-Marketing Website Screenshot:

- Navigation: START, ADVERTISER, AGENTUREN, PUBLISHER, DEVELOPERS, PROGRAMME, ÜBER AFFILINET, THEMENSPECIAL, successful together
- Sections:
 - affilinet für Publisher:** Attraktive Provisionen, Kosteneffiziente Telemetriem, Hochwertige Advertiser, ANMELDUNG FÜR PUBLISHER
 - affilinet für Advertiser:** Mehr Umsatz, Optimale Steuerung, Hohe Transparenz, ANMELDUNG FÜR ADVERTISER
- Additional content: Besuchen Sie unseren Application Store!, affilinet die iPhone Application, affilinet eBook - Postview Tracking mit Sicherheitsgarantie, Statistika Webervices für Advertiser

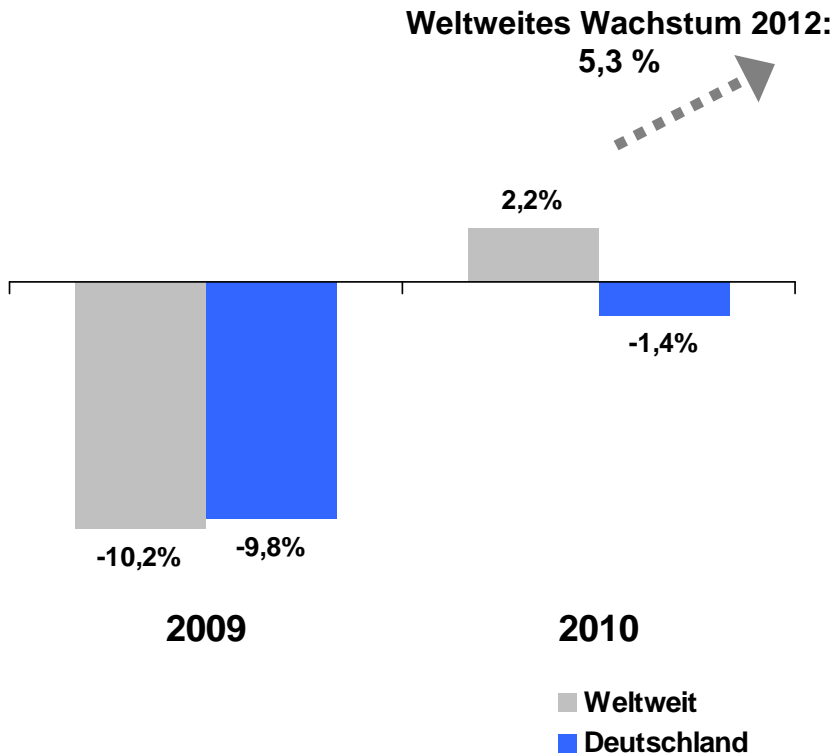
sedo Domain-Marketing Website Screenshot:

- Navigation: Domains parken, Domains kaufen, Domains verkaufen, Service, Über uns, Mein Sedo
- Section: Finden Sie hier Ihre Wunschdomain! (www.domain.de)
- Section: Verdienen Sie jetzt Geld mit Ihren Domains! (List of services: Gratis Anmelden, Gratis Domains anbieten, etc.)
- Section: Domain-Katalog (List of domains: Bildung, Computer, Erotik, Freizeit, etc.)
- Section: Showcase (Table of domain prices)
- Section: Aktuelle Auktionen (Table of auction results)

* DE, ES, FR, NL, UK

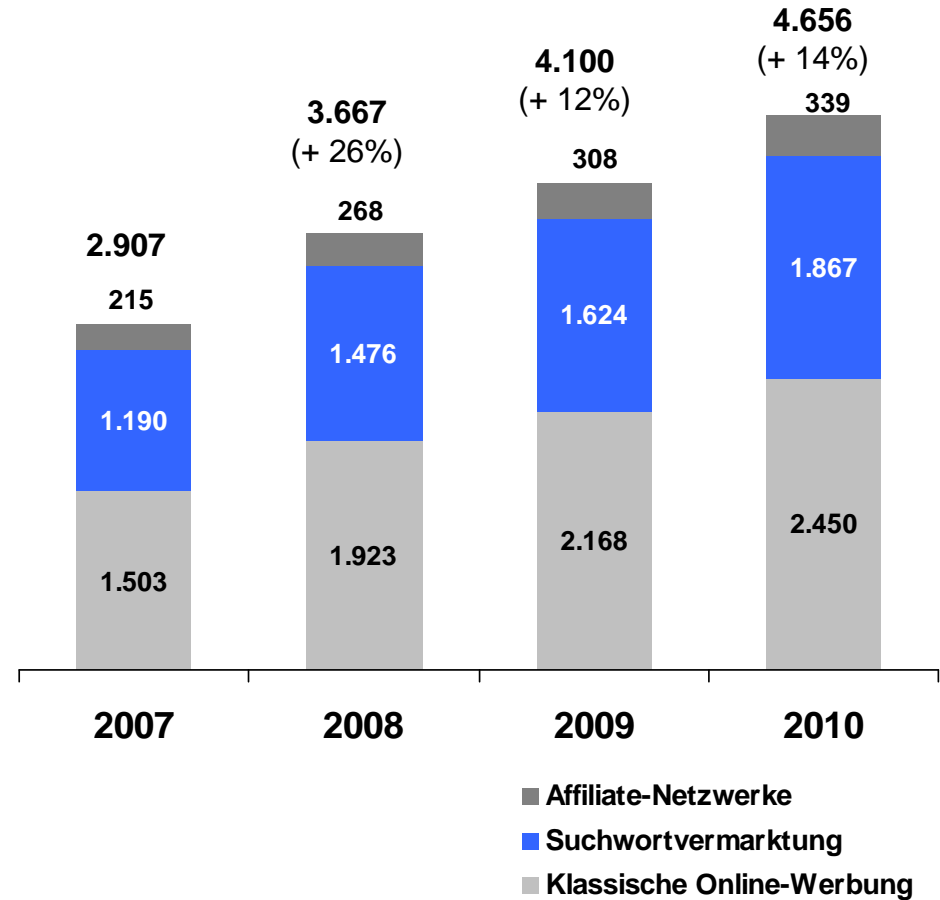
Entwicklung der Märkte

Entwicklung weltweite Werbeausgaben



Quelle: ZenithOptimedia März 2010

Entwicklung deutscher Online-Werbemarkt



Quelle: OVK Online-Report 2010/01

affilinet

- Spezialist für Affiliate-Marketing
- Eines der führenden Affiliate-Netzwerke in Europa
- Die deutsche Nr.1 im Affiliate-Marketing
 - Hohe Reichweite
 - 2,3 Mrd. AdImpressions / Monat (2008: 6,1 Mrd.)
- Hochqualifiziertes Team
- Vertreten in 5 europäischen Ländern mit eigenen Niederlassungen – weitere Internationalisierung des Geschäfts



- Instrument des Direktvertriebs mit rein erfolgsabhängiger Werbung - gezielte Förderung des Produktabsatzes
- Start des neuen Servicekonzepts „affilinet@home“ im März 2009 - individuelle Betreuung für Top-Publisher
- Unterzeichnung der Code-of-Conduct-Erweiterungen des BVDW* im Juli 2009 – affilinet unterstreicht sein Engagement für strenge Regeln und Standards im Performance-Marketing
- Hohe Transparenz in der Erfolgsmessung – Start von Reporting - Webservices für Advertiser und Agenturen im August 2009
- Neugliederung des Leistungsportfolios in „Performance Network“, „Performance Media“ und „Performance Technology“
- Ausbau der Mehrwertprodukte für Publisher – Neue Programmsuche für Publisher, Start des Infoportals „affilinet inside“

* Bundesverband Digitale Wirtschaft

Das Leistungsportfolio von affilinet

affilinet
NETWORK **N**

Effektives Partnermanagement

- Großer europäischer Player
- Innovative Produkte & Plattform

affilinet
MEDIA **M**

Performancebasierte Medialeistungen

- Kampagnen-Management für Clicks, Leads und Sales
- eReach für Media Performance
- Branding Performance

affilinet
TECHNOLOGY **T**

Innovative Software-Lösungen

- Application Store
- Developer Portal

€3,90 | Fr. 7,80 Online-Werbung | E-Commerce | Technik

internet

WORLD BUSINESS

konstruktiv
Social Media direkt vom Erzeuger

Die Agentur hinter Mister Wong und trafficmaxx bietet jetzt auch Social Media-Marketing!
www.konstruktiv.de

AUSGABE 10/10 10. MAI 2010

ALLE 14 TAGE TOPAKTUELL

www.internetworld.de



Hoffen auf das iPad

Wie ein Computer die Medien verändert S. 10

„Branding is coming back“

Wie Yahoo zu alter Größe zurückfinden will S. 11



„Webanalyse im Visier“

Datenschutzexperte Sebastian Kraska S. 50



Risiko richtig kalkulieren

Wie Risikomanagement Geld sparen hilft S. 32

ELECTRONIC PARTNER

Fachgeschäft statt Webshop

Den EP Netshop vom Netz genommen hat die CE-Fachhandelskette Electronic Partner. Auf dem neu gestalteten Web-Auftritt der EP-Kette wird zwar über Produkte und Angebote informiert, kaufen soll sie der Kunde aber im Fachgeschäft. Damit folgt EP einer Strategie, die bereits die Saturn-Kette mit ihrer Online-Präsenz verfolgt. *fk*

GOOGLE

Einstieg ins E-Book-Geschäft

Das Geschäft mit elektronischen Büchern will Google offenbar nicht. Amazon und Apple überlassen. Für den Sommer plant der Suchmaschinenriese unter dem Markennamen Google Editions einen eigenen Dienst zum Vertrieb digitaler Werke. Anders als die Konkurrenz soll das Google-System offen für Verleger sein, außerdem ist ein eigener E-Book-Reader geplant. *fk*



Affilinet überholt Zanox

Die zweite Runde des Affiliate-Service-Tests endet mit einem neuen Spitzenreiter



Eine Service-Offensive hat dem Affiliate-Netzwerkbetreiber Affilinet den Sieg beim Affiliate-Service-Test eingebracht. Die Tochter von United Internet hatte sich im vergangenen Jahr noch dem Konkurrenten Zanox geschlagen geben müssen. Das Berliner Unternehmen, an dem der Axel-Springer-Konzern eine Mehrheitsbeteiligung hält, kam in diesem Jahr auf den zweiten Platz und wurde für Schwächen abgestraft, die viele Fachleute mit dem schnellen Wachstum der letzten Jahre in Verbindung bringen. Unverändert auf Platz drei rangiert Tradedoubler, während Commission Junction und Belboon / Adbutler ebenfalls die Plätze tauschten. Konnte CJ im vergangenen Jahr Belboon nur knapp auf den fünften Platz verweisen, lief es in diesem Jahr



Die Sieger: Affilinet legt vor Zanox und Tradedoubler

genau andersherum – Belboon hat den vierten Platz um Haarsbreite vor Commission Junction erobert: gerade einmal eine Hundertstel Note trennt die beiden Wettbewerber.

In den Einzelresultaten kam es zu Überraschungen: So bietet CJ die beste Service-Erreichbarkeit, Affilinet hat dafür die kompetentesten Ansprechpartner. Zanox schwächelt bei Support und Betrugsprävention, liefert dafür aber die innovativsten Werbemittel und die höchste Reichweite aller Netzwerke.

Befragt wurden Internet-Agenturen in ganz Deutschland, beteiligt haben sich unter anderem Mitarbeiter von Active Performance, Booming, Bigmouth Media und LBi Iven&Hillmann. Alle Ergebnisse der Umfrage lesen Sie ab Seite 18. *fk*

Sedo

- Spezialist für Domain-Marketing
- Weltweit größte Handelsplattform für Domains
 - 15,1 Mio. Domains (2008: 15,3 Mio.) im Handelsportfolio
 - Kunden in über 200 Ländern
- Führender Anbieter im Domain-Parking
 - 6,9 Mio. Domains (2008: 6,2 Mio.) stehen zur Vermarktung zur Verfügung
- Niederlassungen in Deutschland, UK und den USA



Domain-Marketing über

- Das Kerngeschäft von Sedo ist die Handelsplattform für Domains mittels Verhandlung, Auktion oder Domain-Vermittlung
- Das Produktportfolio umfasst
 - Domain-Verkauf
 - Domain-Bewertung
 - Domaintransfer

 - Domain-Parking
- Monatlich werden über 4.000 Transaktionen im Gesamtwert von über 5 Mio. EUR umgesetzt

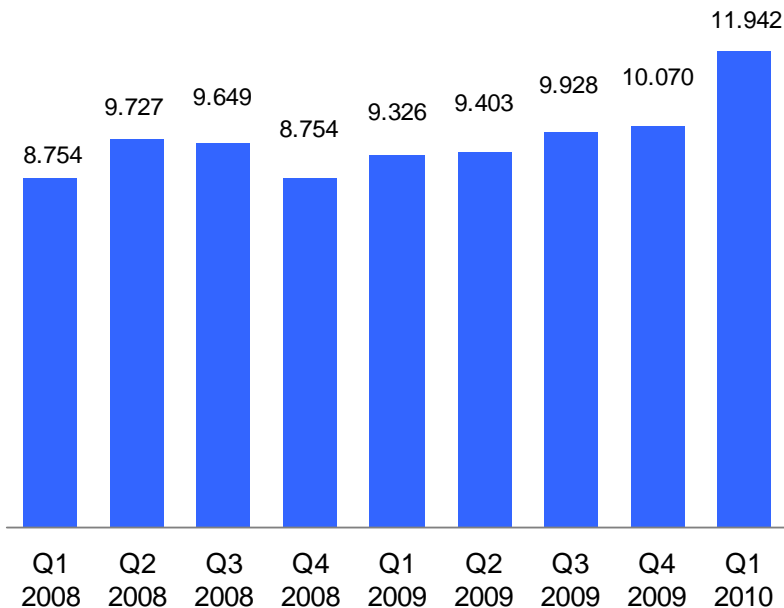


The screenshot displays four panels from the Sedo website:

- Showcase:** A list of domains with their current status and price. For example, [struckluck.com](#) is listed for 1,000 USD, and [ebookflatrate.com](#) is listed for 5,000 EUR.
- Aktuelle Gebote:** A list of active bids for various domains, including the bidder's name, bid amount, and time remaining. For instance, [6414.com](#) has a bid of 100 USD with 6T 12S remaining.
- Top-Domains:** A list of popular domains, such as [messe.com](#) and [steuererklaerung.de](#), with their current bid status.
- Domain-Angebote:** A list of domain offers for sale, such as [dasdomainmagazin.de](#) for 300 EUR and [diekleins-diamanten.de](#) for 350 EUR.

- Verkaufsvolumen und Domainpreise zeigen wieder positiven Trend nach einem schwachem ersten Halbjahr 2009

Verkäufe pro Quartal



Durchschnittspreise in EUR

	Q2 2009	Q3 2009	Q4 2009	Q1 2010
.de	709	1.116	1.103	1.215
.com	1.311	2.326	1.773	1.700
.net	1.298	927	1.005	843
.org	749	1.060	1.427	2.314

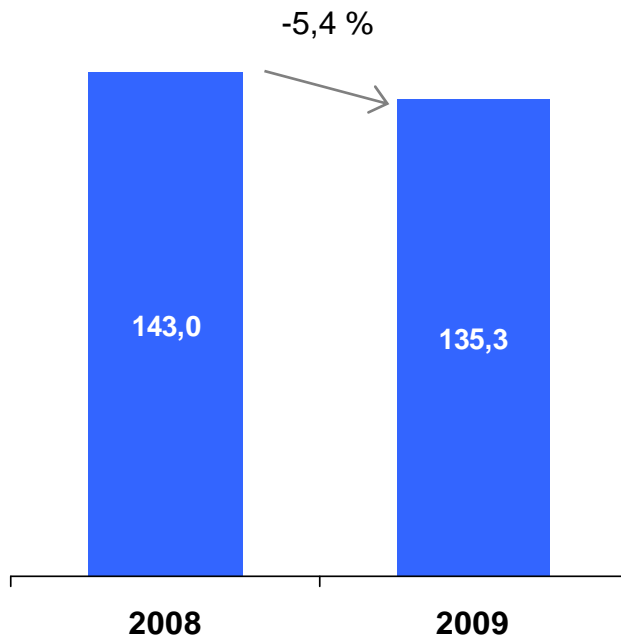
- Erfolgreiche Produktneuentwicklungen und Beteiligungen als Basis für weiteres Wachstum:
 - Sedo MLS - Whitelabellösung für Registrare
 - DomainsBot-Beteiligung (Bereich „Registrar Services“)
 - Gründung der Intellectual Property Management Company Inc. (Anteil 49 %) zur ganzheitlichen Verwaltung von Unternehmens-Domainportfolios
- Übernahme des US-Domainparking-Anbieters RevenueDirect
- Eigenhandel (Domcollect) ausgebaut – u.a. Kauf eines Domain-Portfolios für 2 Mio. EUR in 2009
- Start eines weltweiten automatisierten und marktnahen Bewertungstools für Domains
- Integration von Sedo MLS bei united-domains

2. Ergebnisse Geschäftsjahr 2009

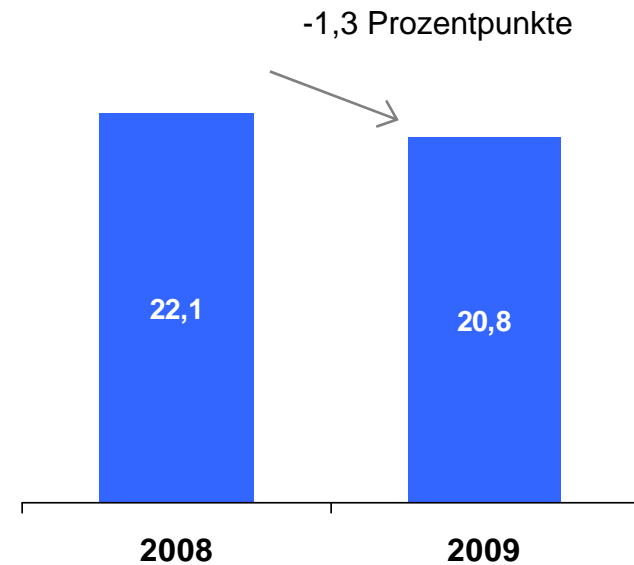
Umsatz und Bruttomarge im Konzern

(aus fortgeführten Geschäftsbereichen)

Umsatz
(nach IFRS in Mio. EUR)

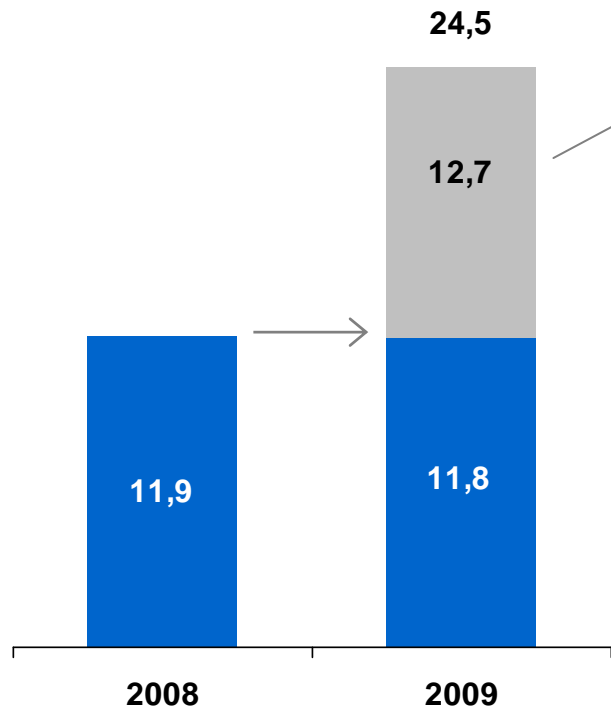


Bruttomarge
(in %)

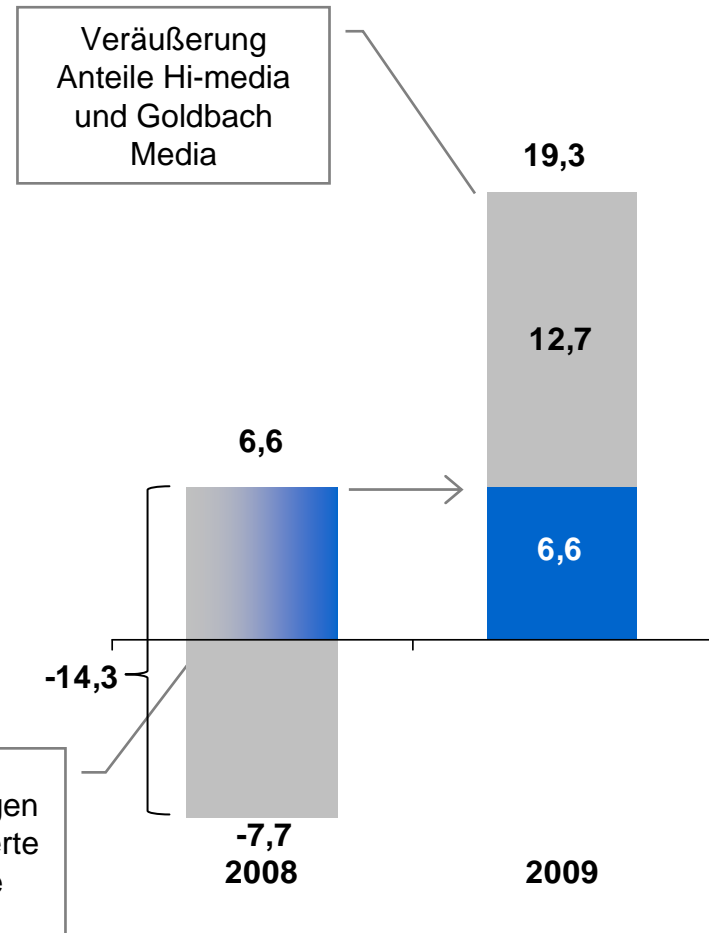


EBITDA und EBT im Konzern (aus fortgeführten Geschäftsbereichen)

EBITDA*
(nach IFRS in Mio. EUR)



EBT**
(nach IFRS in Mio. EUR)



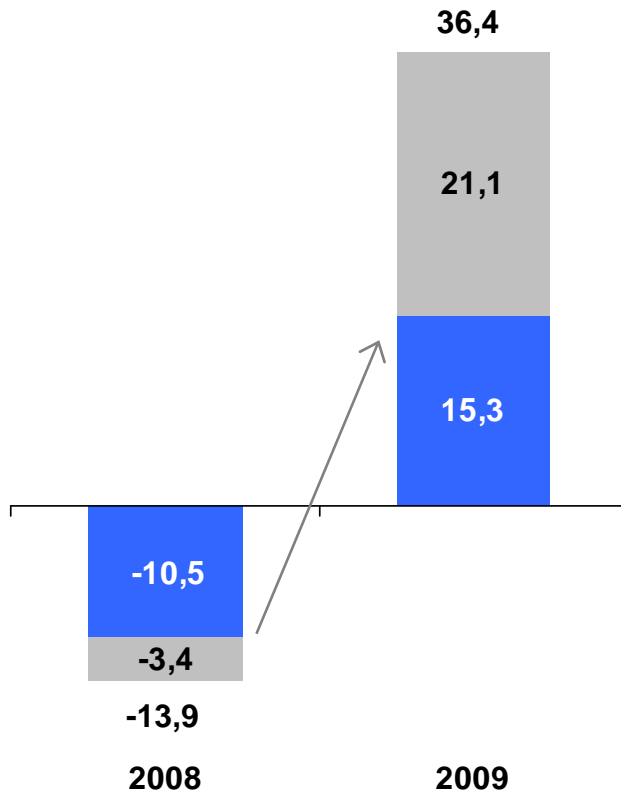
* Ergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Wertberichtigungen auf Vorräte

** Ergebnis vor Steuern

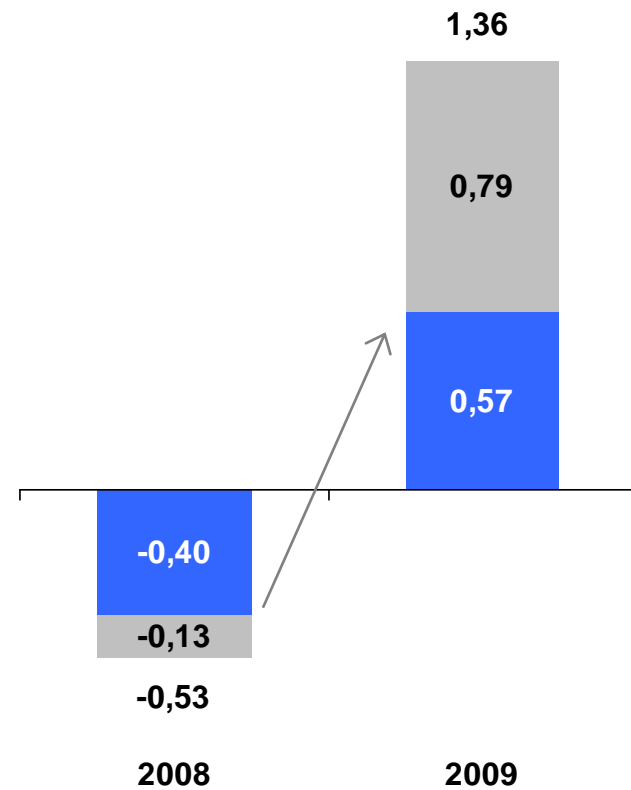
■ ordentlich ■ außerordentlich

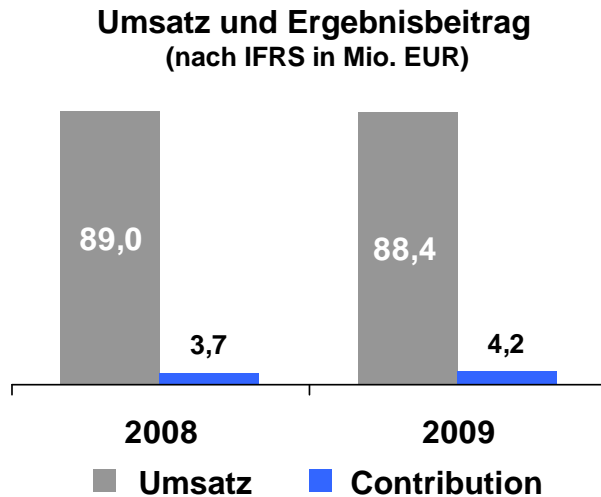
Konzernergebnis und EPS

Konzernergebnis
(nach IFRS in Mio. EUR)



EPS
(nach IFRS in EUR)

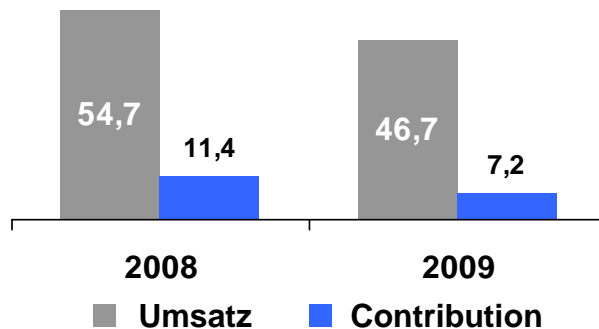




	31.12.2008	31.12.2009	
Partnerprogramme	1.538	1.841	+19,7 %
Websites	470.100	495.500	+5,4 %
AdImpressions/Monat	6,1 Mrd.	12,3 Mrd.	+101,6 %
Mitarbeiter	117	133	+13,7 %

- Weiterhin positive Ergebnisentwicklung im Affiliate-Marketing – erfolgsabhängige Werbung als Instrument des Direktvertriebs
- Umsatzrückgang durch die Vertragsumstellung mit dem größten Kunden – ab Q4 2009 nur noch Abrechnung von Dienstleistungen
- Erhöhung der Reichweite auf über 495.500 angeschlossene Webseiten
- Leichter Umsatzrückgang auf 88,4 Mio. EUR

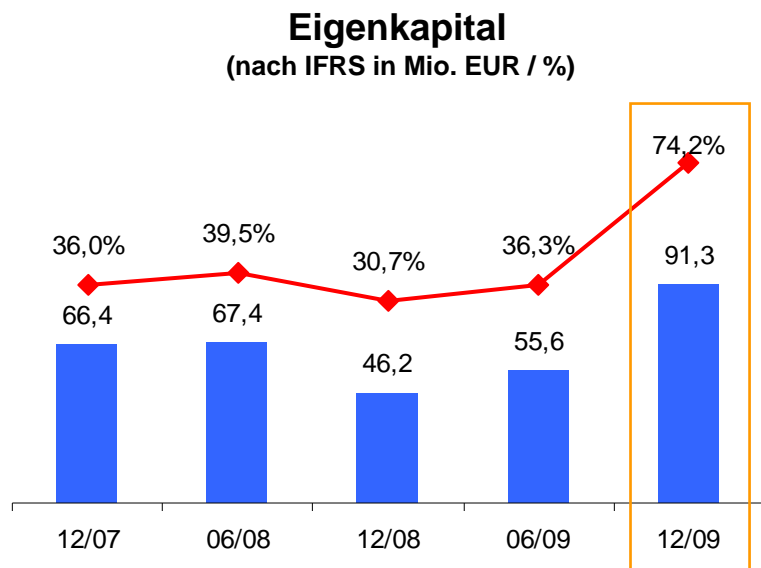
Umsatz und Ergebnisbeitrag
(nach IFRS in Mio. EUR)



	31.12.2008	31.12.2009	
Handelbare Domains	15,3 Mio.	15,1 Mio.	-1,3 %
Vermarktbare Domains	6,2 Mio.	6,9 Mio.	+11,3 %
Registrierte Mitglieder	0,9 Mio.	1,0 Mio.	+10,3 %
Mitarbeiter	179	155	-13,4 %

- Rückläufige Umsatzentwicklung in 2009
- Reduzierung Anzahl an handelbaren Domains nach Durchführung einer Qualitäts- und Effizienzkampagne im ersten Halbjahr 2009
- Insgesamt wurden in 2009 38.675 Domains mit einem Volumen von 54,8 Mi. EUR veräußert (Vorjahr: 36.884 Domains für 53,1 Mio. EUR)
- Effizienzsteigerung – Mitarbeiterabbau bei gleichzeitigem Ausbau von Produktivität und Kundensupport

Ausgewählte Bilanz-Kennzahlen

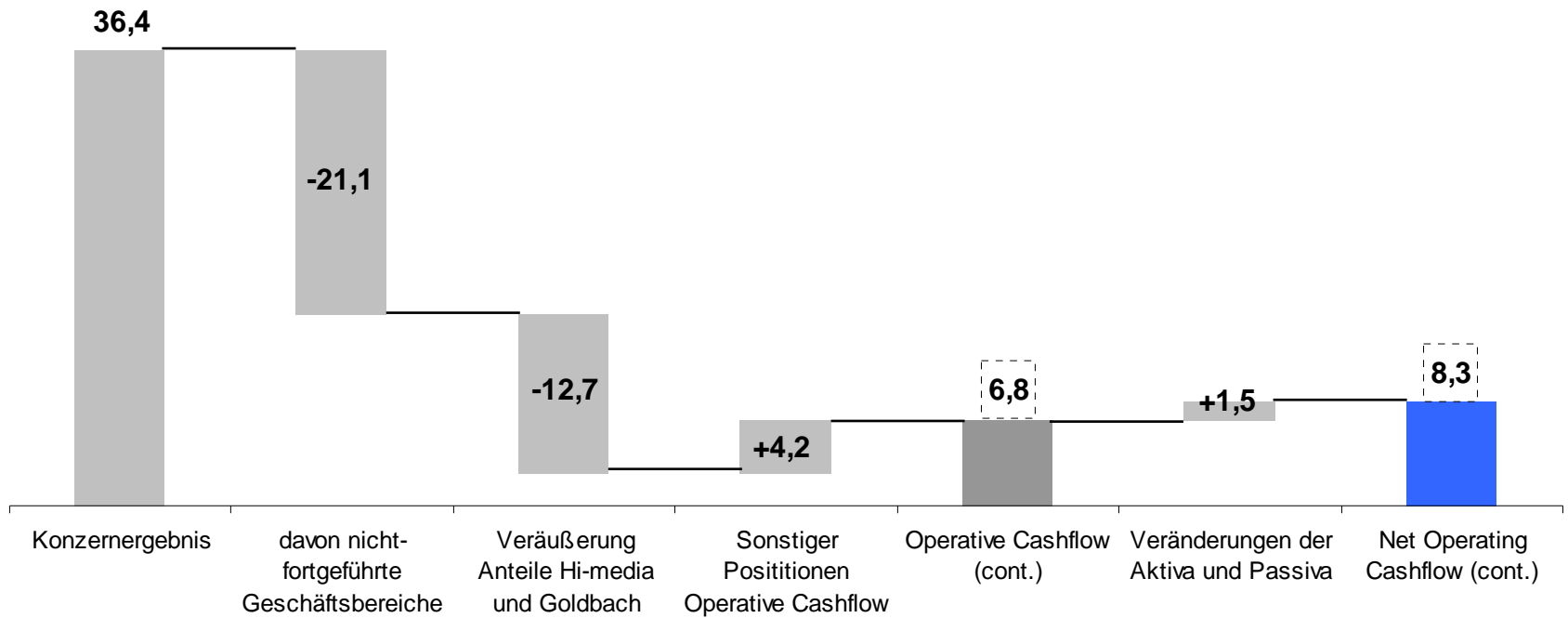


in TEUR	31.12.2008	31.12.2009
Liquide Mittel	12.040	6.548
Forderungen LuL	42.342	11.672
Firmenwerte	64.394	75.643
Verbindl. LuL	47.368	17.091
Verbindl. verb. Untern.	30.288	150
Verbindl. Kreditinst.	15.079	1.400
Grundkapital	26.206	30.456

- Eigenkapitalquote auf 74,2 % gestiegen – Entschuldung der Gesellschaft
- Firmenwerte durch die Übernahme der Sedo-Minderheitenanteile gestiegen
- Grundkapital auf 30,5 Mio. EUR gestiegen – Kapitalerhöhung durch Sacheinlage im Rahmen des Erwerbs der restlichen Sedo-Anteile

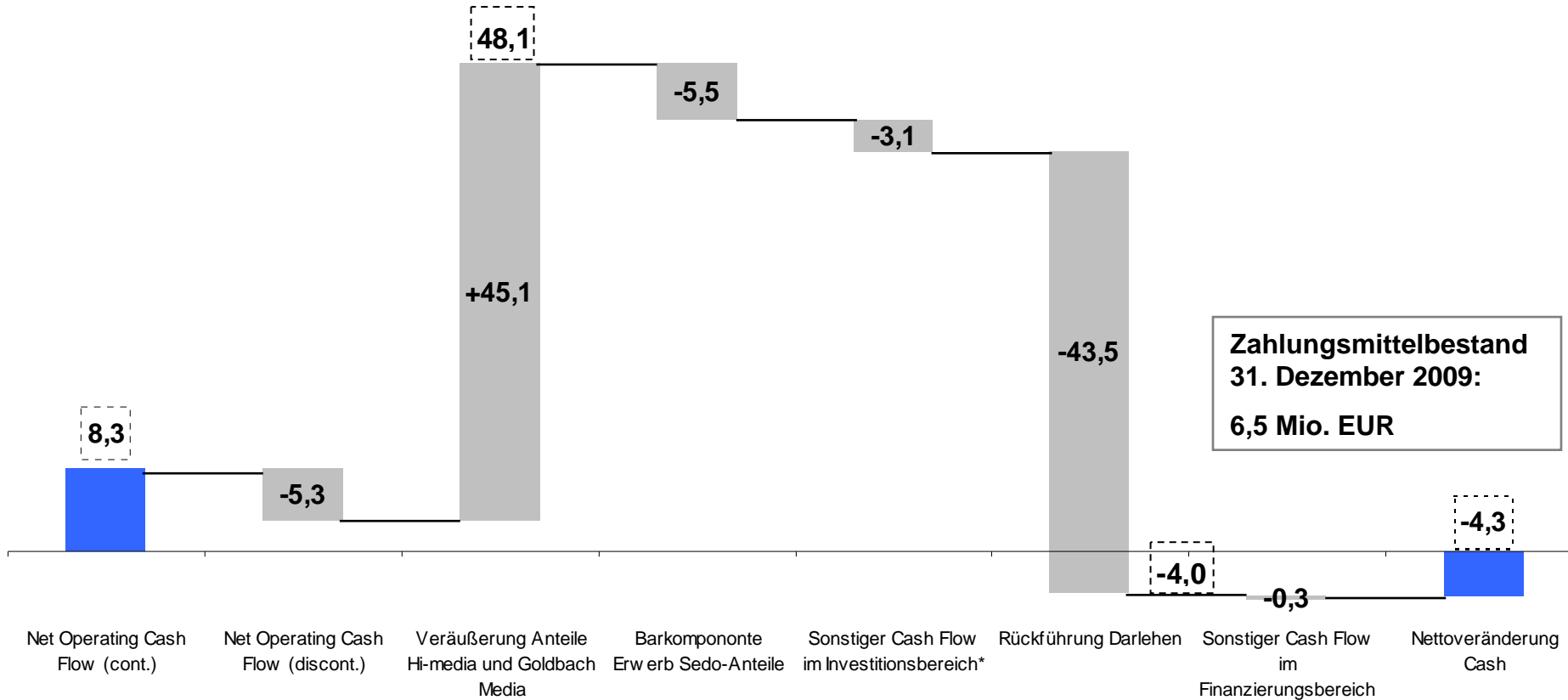
Konzern-Cashflow

Net Operating Cashflow (nach IFRS in Mio. EUR)



Konzern-Cashflow

Cashflow / Nettoveränderung Cash
(nach IFRS in Mio. EUR)



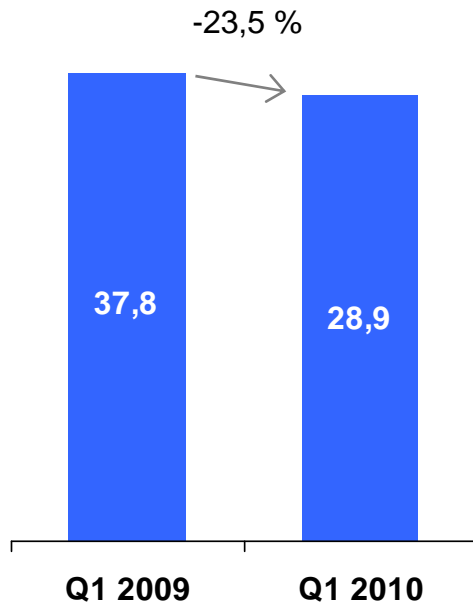
* fortgeführte und nicht-fortgeführte Geschäftsbereiche

3. Ergebnisse Q1 2010 und Ausblick

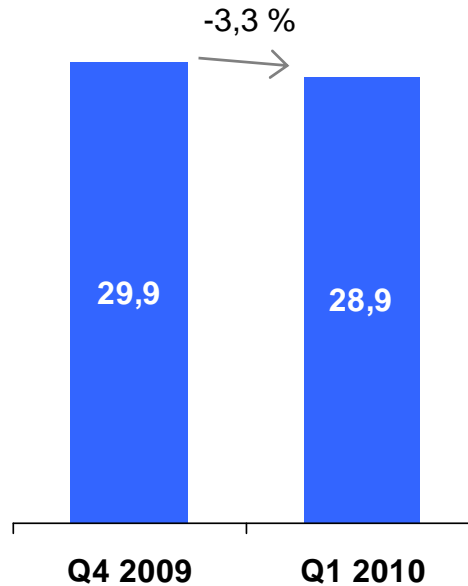
Umsatz und Bruttomarge im Konzern

(aus fortgeführten Geschäftsbereichen)

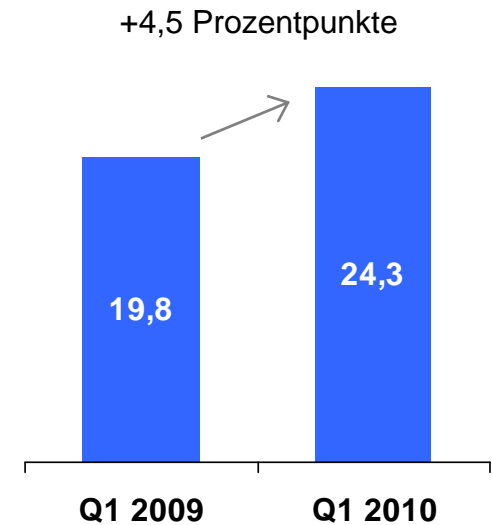
Umsatz
(nach IFRS in Mio. EUR)



Umsatz
(nach IFRS in Mio. EUR)



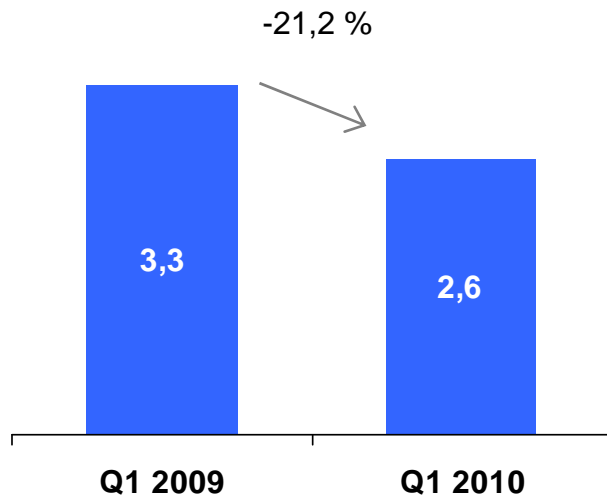
Bruttomarge
(in %)



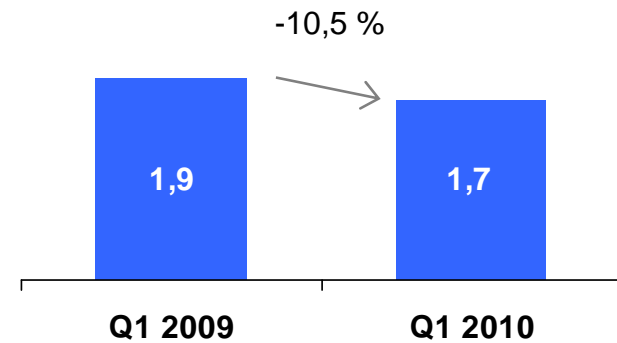
EBITDA und EBT im Konzern

(aus fortgeführten Geschäftsbereichen)

EBITDA*
(nach IFRS in Mio. EUR)



EBT**
(nach IFRS in Mio. EUR)

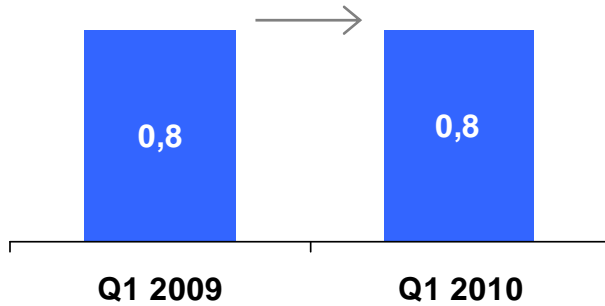


* Ergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen
und Wertberichtigungen auf Vorräte

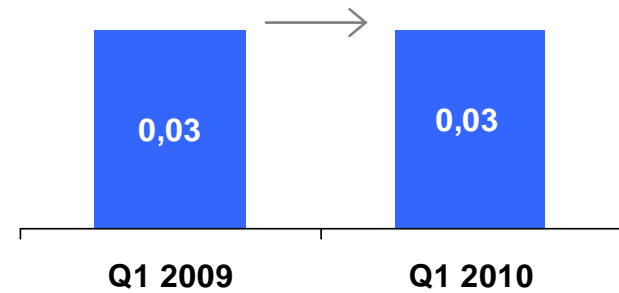
** Ergebnis vor Steuern

Konzernergebnis und EPS

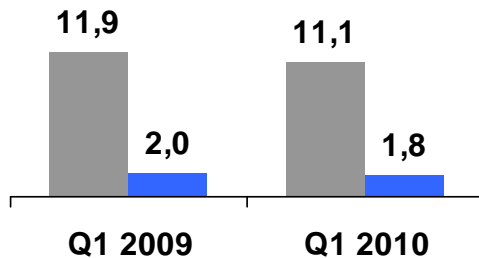
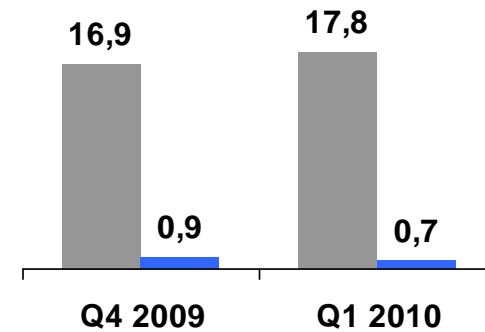
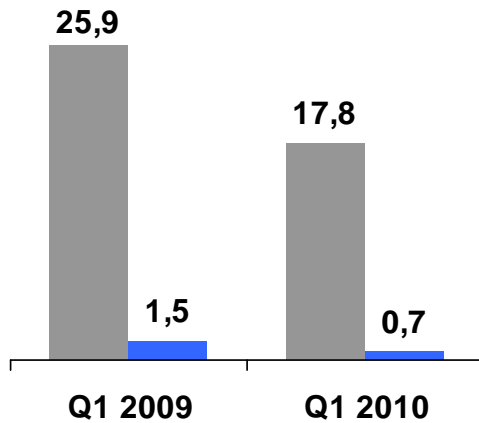
Konzernergebnis (nach IFRS in Mio. EUR)



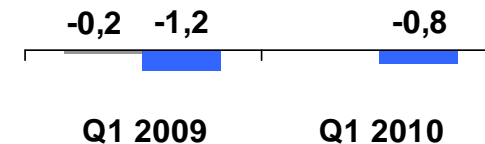
EPS (nach IFRS in EUR)



Segmentergebnis

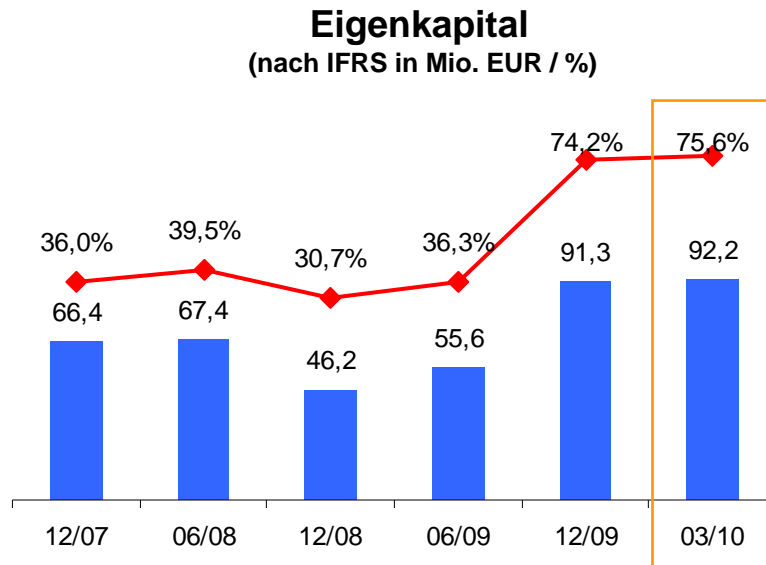


Überleitung/Zentrale



■ Umsatz ■ Contribution (nach IFRS in Mio. EUR)

Ausgewählte Bilanz-Kennzahlen



in TEUR	31.12.2009	31.03.2010
Liquide Mittel	6.548	2.589
Forderungen LuL	11.672	14.784
Firmenwerte	75.643	75.860
Verbindl. LuL	17.091	16.611
Verbindl. Kreditinst.	1.400	0
Grundkapital	30.456	30.456

- Eigenkapitalquote auf 75,6 % gestiegen
- Entschuldung der Gesellschaft
- Saisonbedingter Rückgang der liquiden Mittel im ersten Quartal

Strategischer Ausblick

Gruppe

- Synergien
- Umfirmierung

Affilinet

- Ausbau der Auslandsmärkte – Deutliche Ausweitung der Vertriebsaktivitäten außerhalb Deutschlands
- Europaweite Zentralisierung der Betreuung kleiner und mittlerer Kunden
- Ausbau des Branchen-spezifischen Vertriebs
- Verbreiterung des Produktangebotes an Performance-Marketing-Lösungen
- Verstärkte Investitionen in Technologie und Plattform
- Insgesamt niedrigere Umsatzerlöse für 2010, bedingt durch die Vertragsumstellung mit dem größten Kunden – deutliches Wachstum ab 2011

Strategischer Ausblick

Sedo

- Domain-Eigenhandel weiter ausbauen
- Ausbau des Sedo MLS Whitelabel-Angebotes
- Aktive Mitgestaltung der Branchen-Konsolidierung
- Start der Direktvermarktung von Werbeplätzen auf Domains
- Leicht rückläufige Umsatzerlöse in 2010 erwartet – ab 2011 wieder ansteigend

Ausblick 2010

- Mittel- und langfristig gute Wachstumsaussichten für performance-orientierte Werbeformen
- Neupositionierung nach Verkauf des Display-Marketing-Geschäfts:
Wir schlagen der Hauptversammlung vor, die Gruppe in Sedo Holding AG umzubenennen
- Die Umsatzerlöse werden – bedingt durch die Vertragsumstellung mit dem größten Kunden im Affiliate-Marketing – leicht auf 125 Mio. EUR sinken
- Das Ergebnis vor Steuern und Sondereffekten (2009: 6,6 Mio. EUR) wird stabil bleiben

4. Tagesordnung

The background of the slide features a light, off-white color with a subtle, circular gradient. Scattered across the surface are numerous water droplets and splashes of varying sizes, some appearing as small, clear beads and others as larger, more dynamic splashes with visible motion blur. The overall aesthetic is clean and fresh.

Tagesordnung

- TOP 1: Vorlage des Jahresabschlusses und des Konzernabschlusses 2009
- TOP 2: Entlastung des Vorstands
- TOP 3: Entlastung des Aufsichtsrats
- TOP 4: Wahl des Abschlussprüfers
- TOP 5: Wahl eines Aufsichtsratsmitglieds
- TOP 6: Veränderung von Firma und Sitz der Gesellschaft
- TOP 7: Erwerb und Veräußerung eigener Aktien
- TOP 8: Schaffung von genehmigtem Kapital
- TOP 9: Ausgabe von Options- und/oder Wandelanleihen
- TOP 10: Satzungsänderungen im Hinblick auf das ARUG

* Tagesordnungspunkte aus Darstellungsgründen gekürzt. Die vollständigen Texte entnehmen Sie bitte der am 6. April 2010 im elektronischen Bundesanzeiger veröffentlichten Tagesordnung oder der von der Gesellschaft veröffentlichten Einladung zur Hauptversammlung.



AdLINK Internet Media AG Hauptversammlung 2010

Frankfurt, 19. Mai 2010

