

## Quartalsbericht

### **Bericht über den Zeitraum 1. Januar bis 30. Juni 2001**

**Für weitere Informationen:**

ARBOmedia AG  
Investor Relations  
Sandra Schulz  
Kaiserstraße 14  
D-80801 München

Telefon: +49 (0) 89.3 83 56 - 100  
Telefax: +49 (0) 89.3 83 56 - 131  
E-mail: [ir@arbomedia.net](mailto:ir@arbomedia.net)  
Internet: [www.arbomedia.net](http://www.arbomedia.net)

## Kennzahlenübersicht TEURO (US-GAAP)

	<b>1.4.01- 30.06.01</b>	<b>1.1.01- 31.03.01</b>	<b>1.1.01- 30.06.01</b>	<b>1.1.00- 30.06.00</b>	<b>Veränderung</b>
	<b>TEURO</b>	<b>TEURO</b>	<b>TEURO</b>	<b>TEURO</b>	
Umsatzerlöse	17.856,4	14.302,8	32.159,2	38.061,2	-15,51%
Bruttoergebnis vom Umsatz	2.075,3	1.901,5	3.976,8	5.117,6	-22,29%
EBITDA	-1.973,9	-2.317,8	-4.291,7	-676,9	534,02%
	<b>30.06.2001</b>	<b>31.03.2001</b>	<b>31.12.2000</b>		
Liquidität	12.275,3	13.766,5	17.198,1		

## Finanzkalender

Quartalsbericht 3/2001  
Geschäftsbericht 2001

November 2001  
März 2002

Sehr geehrte Damen und Herren Aktionäre,

mit diesem Bericht möchten wir Sie über die Geschäftsentwicklung der ARBOmedia AG im 1. Halbjahr 2001 informieren und einen Ausblick für das 2. Halbjahr 2001 geben.

**Umsatzsteigerung im 2. Quartal 2001 auf 17,9 Millionen Euro. ARBOmedia behauptet sich in einem schwierigen Marktumfeld. Umsatz 15,5 % unter dem Niveau des ersten Halbjahres 2000**

In einem nach wie vor schwierigen Umfeld hat sich unser Unternehmen als Vermarkter von Werbeflächen und Medienrechten im Off- und Onlinebereich im ersten Halbjahr 2001 behauptet.

Der Umsatz stieg im 2. Quartal 2001 auf 17,9 Millionen Euro im Vergleich zu 14,3 Millionen Euro im 1. Quartal. Die Umsatzsteigerung resultierte aus saisonalen Effekten und positiven Einflüssen bei einzelnen Tochtergesellschaften, auf die wir im folgenden noch näher eingehen werden.

Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (1. Halbjahr 2000) sank der Umsatz jedoch von 38,1 Millionen Euro auf 32,2 Millionen Euro, was im wesentlichen auf das nach wie vor schwierige Werbemarktumfeld und auf im 1. Quartal 2001 außerplanmäßig durch die Medienkrise in Tschechien erlittene Umsatzeinbußen zurückzuführen ist.

**EBITDA mit positiver Tendenz**

Das EBITDA zeigt mit -1,9 Millionen Euro im 2. Quartal im Vergleich zum 1. Quartal (-2,3 Millionen Euro) eine positive Tendenz, wird aber nach wie vor durch die Einmaleffekte der getroffenen Restrukturierungsmaßnahmen belastet.

**Liquidität gesichert**

Zum Stichtag 30.6.2001 verfügte die ARBOmedia AG über eine Liquidität in Höhe von 12,2 Millionen Euro und beschäftigte europaweit 242 Mitarbeiter.

**Entwicklung einzelner Tochtergesellschaften und Geschäftsbereiche**

**ARBOmedia Bratislava mit 52 % Umsatzsteigerung**

Unsere slowakische Niederlassung erzielte im 1. Halbjahr 2001 eine Umsatzsteigerung in Höhe von 52 % im Vergleich zum Vorjahr und liegt bereits jetzt deutlich über den Planvorgaben für das laufende Geschäftsjahr. Die beträchtliche Umsatzsteigerung basiert auf einem Ausbau der Umsätze in der Vermarktung des öffentlich-rechtlichen Fernsehens STV und einer Intensivierung der Vermarktung von Sport-Sponsoringaktivitäten.

**ARBOmedia Prag Marktführer im Onlinebereich**

Entgegen dem allgemeinen Trend entwickelt sich der Internetmarkt in Tschechien derzeit sehr stark. Im Vergleich zum Vorjahr werden die Internetwerbeausgaben im Jahr 2001 laut einer Studie des tschechischen Werbeverbandes um circa 55 % steigen. Aufgrund ihrer etablierten Position auf dem tschechischen Markt gelang es ARBOmedia Prag, zwei Jahre nach Markteintritt als Onlinevermarkter in diesem Jahr bereits die Marktführerschaft mit einem 26- prozentigen Marktanteil zu übernehmen.

**Eishockey-WM im Mai 2001 - Höhepunkt für unsere tschechische Niederlassung -**

Das von ARBOmedia Prag vermarktete öffentlich-rechtliche Fernsehen CT erreichte während der Eishockey-WM zeitweise 90 % der gesamten erwachsenen Bevölkerung in Tschechien. Die Eishockey-WM brachte der Werbung treibenden Industrie nicht nur eine breite, zielgruppengenaue Zuschauerschaft, sondern auch durch ARBOmedia Prag eine der ersten

crossmedialen Vermarktungsangebote auf dem tschechischen Markt. ARBOmedia arbeitete für Kunden ein Angebot aus, das klassische TV-Werbung und Sponsoring, Anzeigen im Rahmen des Teletextes und Internetwerbung auf einer speziellen Eishockey-WM-Website kombinierte. Alle Medien erreichten zusammen die synergetische Wirkung, den Zuschauer/Surfer am Bildschirm/PC-Schirm zu halten. Insgesamt 46 geschaltete Werbeblöcke erreichten 69,4 % der erwachsenen Zuschauer während den WM-Spielen, die Teletext-Seiten wurden von 25,9 % der Zuschauerzielgruppen gelesen, und die WM-Website hatte über 2,5 Millionen Seitenaufrufe.

#### **ARBOmedia Deutschland -Die Marke ist ARBOmedia-**

Im Hinblick auf unsere deutschen Aktivitäten waren im ersten Quartal 2001 weitreichende Umstrukturierungsmaßnahmen beschlossen worden, die in Q2 weitgehend umgesetzt wurden. Das On- und Offline-Geschäft wurde mit Wirkung zum 1.7. unter der Dachmarke ARBOmedia gebündelt und einer Geschäftsführung unterstellt. Damit einhergehend fand eine Bereinigung des Portfolios vermarkteter Seiten statt. Das Volumen wurde von 350 auf 100 Seiten reduziert, um ausschließlich qualitativ hochwertige Seiten anbieten zu können.

#### **-Integrierte Off-/Onlinekampagnen-**

Im Verbund mit der Vermarktung von digitalen Out-of-Home-Medien, wie die airport channels von Blickwerk, können wir als einziger Vermarkter Kunden nun integrierte Off-/Onlinekampagnen anbieten.

#### **-Innovative digitale Werbeformen – Vertragsabschlüsse stehen bevor**

In einem weiteren unserer Geschäftsbereiche, der Vermarktung von innovativen digitalen Werbeflächen, stehen wir mit einigen ebenso interessanten wie imagerächtigen Mandanten in Deutschland und in ganz Europa in fortgeschrittenen Verhandlungen und hoffen, Ihnen bald interessante Vertragsabschlüsse präsentieren zu können.

#### **ARBOmedia Griechenland gewinnt 5 Jahres-Vermarktungsvertrag für Werbeflächen auf öffentlichen Bussen**

ARBOmedia Hellas wird ab 1.9. die Exklusiv-Vermarktung der Werbeflächen auf den öffentlichen Bussen in der Region um Athen für die Dauer von vorerst 5 Jahren übernehmen. Dieser Zeitraum schließt die Olympischen Spiele, die 2004 in Athen stattfinden werden, mit ein. Wir gehen bei diesem Vermarktungsvertrag von einem Umsatzvolumen von 25 Millionen Euro für die nächsten fünf Jahre aus. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, den Auftrag auf ganz Griechenland auszudehnen, was eine weitere beträchtliche Umsatzsteigerung zur Folge hätte.

#### **ARBOmedia Niederlande startet Vermarktung von innovativer Außenwerbung**

Die Zielgruppe Schüler im Visier haben zwei neue Vermarktungsmandanten unserer holländischen Niederlassung. Der Anbieter Greetz! erreicht mit seinen 2400 digitalen Boards in über 1000 holländischen Schulen eine Million Schüler für Zielgruppenwerbung und Informationen. NF.TV bedient höhere wissenschaftliche Schulen mit einer Art Inhouse-Schulfernsehen, bei dem die Schüler über Rückmeldung auf der Website bei der Programmauswahl mitbestimmen können. Das Programm besteht zu 80 % aus Information und zu 20 % aus Werbung. Dieser Vermarktungsvertrag stellt ein weiteres Beispiel unserer Firmenstrategie dar, durch die Vermarktung von innovativen Werbeformen optimale Zielgruppengenauigkeit für die Werbung treibende Industrie zu erreichen.

#### **ARBOvision gewinnt Exklusiv-Vermarktungsverträge**

Drei interessante Projekte konnte unsere Tochtergesellschaft ARBOvision, innerhalb des Konzerns für die Beratung und Vermarktung von Medienrechten, Sponsoring, Merchandising und digitalen Inhalten zuständig, im ersten Halbjahr 2001 realisieren.

### **Exklusiv-Vermarktungsvertrag mit dem Sportinformationsdienst Infostrada**

ARBOvision hat die exklusive Vermarktung für Griechenland, die Türkei, Tschechien, die Slowakei, Polen, Ungarn, Rumänien und für das Baltikum des Contents der Sport-Datenbanken von Infostrada Sports übernommen. Infostrada Sports ist ein renommierter weltweiter Lieferant von Sportinformationen für Printmedien, Fernsehsender, Radiosender, Internet-Websites und Sport-Veranstalter.

### **US-Sänger Terence Trent D'Arby / Sananda Maitreya und ARBOvision kooperieren**

Der US-Sänger Terence Trent D'Arby / Sananda Maitreya, der mit Hits wie „Wishing Well“ in den späten 80-iger Jahren weltweit berühmt wurde, hat ARBOvision die Vermarktung seines Europa-Comebacks übertragen. Durch den Vertrag hält ARBOvision die europäischen Exklusiv-Vermarktungsrechte in den Bereichen Medien (u.a. TV und Internet), Sponsoring, Merchandising und E-Commerce für alle Aktivitäten und Veröffentlichungen im Rahmen des neuen Albums *Wildcard*. Ausgenommen hiervon sind Großbritannien und Irland

### **Weltweite exklusive Vermarktungsrechte für die CarMouse**

Außerdem hält ARBOvision die weltweiten Vermarktungsrechte an der CarMouse, einer patentierten PC-Maus in Form eines Autos. Bereits im Februar konnte sich ARBOvision eine erste Order von Volkswagen sichern. Zeitgleich mit der ersten Auslieferung im Juli startete Volkswagen eine große Promotionskampagne für das Produkt, die ein Mailing an 3,5 Millionen deutsche Haushalte und eine Abbildung auf der Titelseite der Juli-Ausgabe des Volkswagen Magazins umfasste. Das Volkswagen Magazin erreicht 860.000 Haushalte.

### **Ausblick 2. Halbjahr 2001**

Ausgehend von einem verbesserten Marktumfeld und von neuen geschlossenen Vermarktungsverträgen mit verschiedenen Mandanten, z.B. Blickwerk in Deutschland, atv in Ungarn, TV8 in der Türkei und KTEL der öffentlichen Busgesellschaft in Griechenland, wird sich der Umsatz und Ertrag der ARBOmedia AG in den kommenden Monaten kontinuierlich erhöhen. Gleichzeitig werden die zahlreichen getroffenen Maßnahmen zur Kostendämpfung kontinuierlich greifen. Das Ziel des Vorstands ist unverändert, wie bereits an verschiedener Stelle geäußert, ein positives Ergebnis im 4. Quartal 2001 zu erreichen.

### **Positionierung ist richtig**

Der Werbemarkt ist und bleibt mittel- und langfristig ein stabiler Wachstumsmarkt mit einem prognostizierten jährlichen Wachstum von durchschnittlich 4,2 Prozent, wie eine aktuelle Studie des Schweizer Forschungsinstituts Prognos konstatiert. In diesem Umfeld sehen wir uns als unabhängiger, europaweit agierender Vermarkter von TV-, Radio-, Print- und Out-Of-Home Medien und Medienrechten einerseits und Onlinemedien andererseits bestens positioniert, um uns eine stabile und langfristige Marktposition auf Europaebene zu sichern.

Vielen Dank für Ihr Vertrauen, um das wir Sie auch in Zukunft bitten.

Mit freundlichen Grüßen



Dr. Harald Albrecht  
Vorstandssprecher



Dr. Georg Bogner  
Vorstandssprecher

Der Anteilsbesitz der Organmitglieder zum 30.06.2001 teilt sich wie folgt auf:

Organmitglieder	Stückzahl	Anteil am Kapital in %	Optionen
<b><u>Vorstand:</u></b>			
Dr. Harald Albrecht	1.051.080	31,36%	0
Dr. Georg Bogner	1.030.509	30,75%	0
<b><u>Aufsichtsrat:</u></b>			
Georg von O'svath	0	0,00%	0
Eckhard Schomber	0	0,00%	0
Dr. Maximilian Grub	700	0,02%	0

**Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der ARBOmedia AG (US-GAAP, ungeprüft)  
in TEURO**

Gewinn- und Verlustrechnung	Quartalsbericht	Quartalsbericht	6-Monatsbericht	6-Monatsbericht
	II/2001	II/2000		
	01.04.2001- 30.6.2001	01.04.2000- 30.6.2000	01.01.2001- 30.6.2001	01.01.2000- 30.6.2000
	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO
Umsatzerlöse	17.856,4	20.463,2	32.159,2	38.061,2
Herstellungskosten	-15.781,1	-17.510,8	-28.182,4	-32.943,6
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>2.075,3</b>	<b>2.952,4</b>	<b>3.976,8</b>	<b>5.117,6</b>
Vertriebskosten	-1.420,1	-1.059,5	-2.878,4	-1.905,6
Allgemeine und Verwaltungskosten	-2.670,3	-2.018,4	-5.226,6	-3.812,5
Abschreibungen auf den Firmenwert	-299,7	-55,2	-599,4	-110,4
Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände	-194,9	-216,2	-399,5	-404,6
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>-2.509,7</b>	<b>-396,9</b>	<b>-5.127,1</b>	<b>-1.115,5</b>
Zinserträge/-aufwendungen	130,2	88,6	366,6	105,7
Währungsgewinne/-verluste	26,9	-5,3	-27,9	9,4
Sonstige Erlöse/-Aufwendungen	14,3	-146,4	-135,6	-85,8
<b>Ergebnis vor Steuern vom Einkommen und Ertrag (und Minderheitenanteilen)</b>	<b>-2.338,3</b>	<b>-460,0</b>	<b>-4.924,0</b>	<b>-1.086,2</b>
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-276,5	-191,9	-431,0	-311,9
Außerordentliche Erträge/Aufwendungen	0,0	5,3	0,0	5,3
<b>Ergebnis vor Minderheitenanteilen</b>	<b>-2.614,8</b>	<b>-646,6</b>	<b>-5.355,0</b>	<b>-1.392,8</b>
Minderheitenanteile	-855,9	105,3	248,5	269,2
<b>Jahresfehlbetrag</b>	<b>-3.470,7</b>	<b>-541,3</b>	<b>-5.106,5</b>	<b>-1.123,6</b>
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	-0,00104	-0,00017	-0,00152	-0,00036
Ergebnis je Aktie (verwässert) <sup>1)</sup>	-0,00104		-0,00152	
Durchschnittliche im Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)	3.351.351	3.100.000	3.351.351	3.100.000

<sup>1)</sup> Aufgrund des Aktienkurses ergibt sich gemäß der Treasury Method nach SFAS 128 kein verwässertes Ergebnis je Aktie.

## Konzern-Bilanz (US-GAAP, ungeprüft) in TEURO

	30.6.2001	31.12.2000
	TEURO	TEURO
<b>Aktiva</b>		
<b>Kurzfristige Vermögensgegenstände</b>		
Liquide Mittel	12.275,3	17.155,7
Wertpapiere des Umlaufvermögens	0,0	42,4
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	14.459,2	16.011,7
Forderungen gegen Unternehmen im Verbundbereich	75,0	26,2
Latente Steuern	388,6	408,2
Rechnungsabgrenzungsposten und sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände	3.578,5	3.749,6
Forderungen gegen Gesellschafter	1.406,0	1.661,9
<b>Kurzfristige Vermögensgegenstände, gesamt</b>	<b>32.182,6</b>	<b>39.055,7</b>
Sachanlagevermögen	1.500,9	1.544,3
Immaterielle Vermögensgegenstände	483,1	434,4
Finanzanlagen	81,9	81,9
Geschäfts- oder Firmenwert	10.514,2	7.870,2
Sonstige Vermögensgegenstände	29,1	32,9
<b>Aktiva, gesamt</b>	<b>44.791,8</b>	<b>49.019,5</b>
<b>Passiva</b>		
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>		
Kurzfristige Darlehen und kurzfristiger Anteil an langfristigen Darlehen	420,0	433,6
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	13.150,2	14.585,0
Erhaltene Anzahlungen	516,8	828,5
Rückstellungen	1.440,0	1.685,1
Umsatzabgrenzungsposten	530,0	368,5
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	1,4	0,0
Latente Steuern	4,6	2,9
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	1.322,1	2.204,4
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten, gesamt</b>	<b>17.385,1</b>	<b>20.108,0</b>
Langfristige Darlehen	1.342,6	511,2
<b>Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital	3.351,4	3.100,0
Kapitalrücklage	32.580,4	31.047,1
Bilanzverlust	-9.807,2	-4.700,7
Kumuliertes sonstige Gesamtergebnis	-141,1	-193,7
Unterschiedsbetrag aus der Kapitalkonsolidierung	320,9	384,8
Korrekturposten Minderheiten	-240,3	-1.237,2
<b>Eigenkapital, gesamt</b>	<b>26.064,1</b>	<b>28.400,3</b>
<b>Passiva, gesamt</b>	<b>44.791,8</b>	<b>49.019,5</b>

### Konzern-Kapitalflußrechnung (US-GAAP, ungeprüft) in TEURO

	<b>6-Monatsbericht</b>	<b>6-Monatsbericht</b>
	<b>01.01.2001- 30.6.2001</b>	<b>01.01.2000- 30.6.2000</b>
	<b>TEURO</b>	<b>TEURO</b>
Periodenfehlbetrag (vor Steuern)	-4.924	-1.086
Periodenbetrag (nach Steuern)	-5.107	-1.124
Korrektur Abschreibungen	999	515
Veränderung von Vermögensgegenständen und Schulden	59	-897
Nettoausgaben aus der operativen Geschäftstätigkeit	-4.049	-1.506
Nettoausgaben aus der Investitionstätigkeit	-3.645	-5.864
Nettoeinnahmen aus der Finanzierungstätigkeit	2.718	31.272
Zunahme/-Abnahme der liquiden Mittel	-4.976	23.902
Kumuliertes sonstige Gesamtergebnis	53	5
Liquide Mittel zu Beginn der Periode	17.198	3.742
Liquide Mittel am Ende der Periode	12.275	27.649

## Eigenkapitalveränderungsrechnung

1.1.2001-30.06.2001

	Stückzahl Aktien	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklagen	Bilanzverlust	Unterschiedsbetrag aus der Währungsumrechnung	Unterschiedsbetrag aus der Kapitalkonsolidierung	Anteil anderer Gesellschafter	Summe Eigenkapital
	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO
<b>Stand zum 1. Januar 2001</b>	<b>3.100.000</b>	<b>3.100</b>	<b>31.047</b>	<b>-4.701</b>	<b>-194</b>	<b>385.</b>	<b>-1.237</b>	<b>28.400</b>
Konzernjahres- fehlbetrag				-5.106				-5.106
Kumuliertes sonstiges Gesamtergebnis					53			53
Gesamtleistung								-5.054
Kapitalerhöhung	251.351	251.351	1.533					1.785
Auflösung Unterschiedsbetrag						-64		-64
Anteile anderer Gesellschafter							-318	-318
Anpassung wegen Änderung der Beteiligungs-							1.315	1.315
<b>Stand zum 30. Juni 2001</b>	<b>3.351.351</b>	<b>3.351.351</b>	<b>32.580</b>	<b>-9.807</b>	<b>-141</b>	<b>321</b>	<b>-240</b>	<b>26.064</b>

## Segmentberichterstattung

### 1.1.2000-30.6.2000

	ARBOMedia AG (Holding) TEURO	Westeuropa TEURO	Osteuropa TEURO	Total TEURO
Umsatzerlöse				
TV	0	1.981	31.929	33.910
Radio	0	0	1.048	1.048
Presse	0	0	722	722
Internet	0	2.048	220	2.268
Übrige	371	0	113	484
	<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	371	4.029	34.032	38.432
			Intersegment Erlöse	<u>-371</u>
				38.061

### 1.1.2001-30.6.2001

	ARBOMedia AG (Holding) TEURO	Westeuropa TEURO	Osteuropa TEURO	Total TEURO
Umsatzerlöse				
TV		1.758	26.032	27.790
Radio			787	787
Presse			797	797
Internet		1.942	634	2.576
Übrige	360	17	191	568
	<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	360	3.717	28.442	32.519
			Intersegment Erlöse	<u>-360</u>
				32.159

### **Auftragslage:**

Der Auftragsbestand per 30.6.2001 betrug 5.396 TEURO.

Dieser stellt Buchungen von Kunden (Agenturen und Direktkunden) für das zweite Halbjahr 2001 dar. Im TV-, Radio- und Pressebereich erfolgen Buchungen in der Regel 1-2 Monate im Voraus, für spezielle Zeiten des Jahres

(z. B. Weihnachten) sogar früher. Buchungen von Onlinemedien erfolgen in der Regel 2-4 Wochen vor dem Kampagnenbeginn.

Da Buchungen innerhalb bestimmter Fristen storniert werden können, kann sich der effektive Umsatz ändern. Der effektive Umsatz im TV- bzw. Radiobereich kann sich darüber hinaus durch die auf tatsächlich erzielten Einschaltquoten basierende Nachkalkulation verändern.

### **Entwicklung Ertragslage 1. Halbjahr 2000 – 1. Halbjahr 2001**

Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum sanken die Umsätze um 5.902 TEURO (15,5 %). Wesentliche Gründe hierfür waren die politische Situation beim tschechischen Staatsfernsehen CTV im ersten Quartal 2001, die Aufhebung des Vermarktungsvertrages mit dem ungarischen Staatsfernsehens MTV sowie der Einstieg in das Media-buying-Geschäft in Litauen. Die Umsatzeinbußen konnten durch Umsatzsteigerungen in der slowakischen Tochtergesellschaft (52 % ) teilweise ausgeglichen werden.

Das prozentuale Bruttoergebnis vom Umsatz fiel von 13,4 % auf 12,3 %, was im Wesentlichen auf eine von 57 % auf 25 % gesunkene Marge im Bereich Internet zurückzuführen ist. Gemildert wurde dieser Effekt durch das gestiegene prozentuale Bruttoergebnis vom Umsatz in Rumänien und Litauen.

Der überwiegenden Teil der Erhöhung der Vertriebs- und Verwaltungskosten entfällt auf die in 2001 neugegründeten Tochtergesellschaften im Ausland sowie die ARBOvision GmbH. Bei der ARBOmedia.net Deutschland konnten die Kosten im Vergleich zur Vorjahresperiode um 35 % gesenkt werden.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen erhöhten sich im Wesentlichen aufgrund der Geschäftswertabschreibung auf die in 2000 erworbene 50 % ige Beteiligung an der admaster network GmbH, München, sowie einmalige strukturelle Aufwendungen bei der admaster network GmbH in Höhe von 300 TEURO.

Die Anlage des Börsenerlöses führte zu einer deutlichen Erhöhung des Finanzergebnisses.