



Bericht über den Zeitraum vom  
1. Januar bis 30. September 2000

## Kennzahlenübersicht TDM (US-GAAP):

	1.1. – 30.9.2000	1.1. – 30.9.1999	Veränderung
Umsatzerlöse	108.772	77.733	+ 40 %
davon Onlinewerbung	6.725	1.805	+ 273 %
Bruttoergebnis vom Umsatz	13.250	9.380	+ 41 %
davon Onlinewerbung	3.030	1.029	+ 194 %
Provisionssatz	12,2 %	12,1 %	+ 0,1 %
Provisionssatz adMaster network	44,5 %	57,0 %	- 12,5 %
Periodenüberschuß /(-fehlbetrag)	(5.292)	(444)	- 4.848
Anzahl Mitarbeiter (30.9.)	266	151	+ 115

	30.9.2000	31.12.1999	
Liquide Mittel (in TDM)	43.133	7.546	
Anzahl Tochtergesellschaften	20	12	
davon adMaster network	7	1	

### Wichtige Termine:

<b>Jahresgeschäftsbericht:</b>	März 2001
<b>Bilanzpressekonferenz/ Analystenpräsentation:</b>	März 2001
<b>Hauptversammlung:</b>	Sommer 2001

### Für weitere Informationen:

ARBOmedia.net AG  
Investor Relations  
Dirk Ohlsen  
Kaiserstraße 14  
D-80801 München

Telefon: +49-89-38356-115  
Fax: +49-89-38356-120  
e-mail: [ir@arbomedia.net](mailto:ir@arbomedia.net)  
Internet: <http://www.arbomedia.net>

Sehr geehrte Damen und Herren Aktionäre,

mit diesem Bericht möchten wir Ihnen über die Geschäftsentwicklung der ARBOmedia.net AG in den ersten 9 Monaten dieses Jahres und über strategische Entscheidungen, die im 3. Quartal getroffen wurden, berichten:

### **273 Prozent Umsatzwachstum in der Onlinewerbevermarktung**

Sehr erfreulich entwickelten sich die Aktivitäten unserer Tochtergesellschaft adMaster network, die als Onlinewerbevermarkter inzwischen europaweit tätig ist: Hier können wir mit 273 Prozent Umsatzwachstumsraten in den ersten 9 Monaten vorweisen, die das geschätzte Marktwachstum von ca. 100 Prozent weit übertroffen haben. adMaster network betreut inzwischen 600 Werbekunden europaweit bei einer Anzahl von 700 Millionen PageImpressions (Anzahl der Seitenaufrufe der vermarkteten Seiten) und 350 Millionen AdImpressions (Anzahl der getätigten Werbekontakte auf den von uns vermarkteten Seiten). Im Portfolio befinden sich so renommierte Medien wie die Onlineausgabe der englischen *Times* und der italienischen *La Repubblica*.

In einem Umfeld wachsender Konkurrenz sehen wir darin eine Bestätigung dafür, daß unser Konzept, als cross-medialer Anbieter von Werbekonzepten im TV, Radio und Internet europaweit und unabhängig von Medienkonzernen aufzutreten, richtig ist.

### **Zukunftsfeld Internetvermarktung**

Das Internet und damit auch die Werbung im Internet haben als Masseninformations- und Unterhaltungsmedium eine große Zukunft vor sich. Davon sind wir - ungeachtet kurzfristiger Skepsis der Finanzmärkte - überzeugt. Bei einem von Andersen Consulting für den Bereich Internetwerbung geschätzten Marktvolumen von über \$ 7 Mrd. im Jahr 2003 sehen wir für unsere Gesellschaft mit einer europaweiten Fokussierung in einem auf wenige Vermarkter konsolidierten Umfeld exzellente Marktchancen.

### **100 - prozentige Übernahme von adMaster network**

Im Hinblick auf die positive Beurteilung der Internetvermarktung fiel die Entscheidung, die Anteile an unserer Beteiligung adMaster network auf 100 Prozent aufzustocken. Im November haben wir die restlichen 50 Prozent der Anteile mit eigenen Aktien erworben. Alexander Trauttmansdorff, bislang Vorstand Business Development bei der ARBOmedia Holding, wird als zweiter Geschäftsführer zusammen mit adMaster network Firmengründer Michael Gebert und derzeit 105 Onlinewerbemarktungsspezialisten in ganz Europa die positive Entwicklung dieses innovativen Unternehmensbereiches fortsetzen.

Im nächsten Jahr werden wir in der Internetwerbevermarktung in einigen Ländern und bis zum Jahr 2002 konzernweit profitabel arbeiten. Ermöglicht wird die schnelle Profitabilität unter anderem durch die Bündelung von kleineren und mittleren Webseiten zu Vermarktungsportfolios, wodurch wir höhere Margen als der Marktdurchschnitt erzielen. Im Januar 2001 wird Version 2.0 der eigenentwickelten Adservertechnologie adMaster 2000, die ein zielgenaues und flexibles Buchen von Onlinewerbung erlaubt, in all unsere Niederlassungen ausgeliefert. Die proprietäre Technologie gibt adMaster network den Zeitvorsprung, um entscheidende Wettbewerbsvorteile mittel- und langfristig zu sichern. Die Lizenzrechte an adMaster 2000 liegen bei unserer Gesellschaft, die durch Sublicenzierung der Rechte zusätzliche Ergebnisbeiträge generieren wird.

### **Solides Standbein Fernsehvermarktung**

Historisch gesehen kommt unser Unternehmen aus der klassischen TV-Vermarktung, wo wir bereits seit zehn Jahren zum Beispiel in Tschechien, der Slowakei und Litauen profitabel tätig sind. Das Jahr 2000 war geprägt vom intensiven Aufbau der Fernsehvermarktung in Rumänien, Ungarn (Vermarktung des öffentlich-rechtlichen Fernsehens) und Deutschland (Vermarktung der türkischen Fernsehsender). Mit täglich durchschnittlich 26 Mio. Zuschauern werden wir von den steigenden Werbeausgaben gerade in den mittel- und osteuropäischen Ländern auch künftig mit hohen Wachstumsraten profitieren.

### **Serviceoptimierung durch das interaktive Werbebuchungssystem „adbook“**

Kontinuierlich arbeiten wir daran, unsere Kompetenz als unabhängiger und paneuropäisch agierender Werbevermarkter durch die Entwicklung innovativer Technologien zu optimieren. Allein 2 Millionen Mark haben wir in diesem Jahr in das interaktive Werbebuchungs- und Distributionssystem „adbook“ investiert, das im ersten Quartal 2001 in fünf Ländern an den Start gehen wird. Damit bieten wir unseren Kunden im B2B-Bereich ein dynamisches, interaktives und flexibles Onlinebuchungssystem als Service-Instrument an, das TV-, Radio- und Printmedien verknüpft.

### **Vorerst keine Akquisition in der klassischen Vermarktung**

Eine geplante Akquisition im klassischen Vermarktungsbereich haben wir entgegen unserer ursprünglichen Planung nicht vollzogen. Nach sorgfältiger Prüfung und intensiven Verhandlungen mit dem Marktführer in der deutschen Kinowerbevermarktung, der ein Umsatzvolumen von DM 100 Millionen hat, haben wir uns wegen kurzfristig stark erhöhter Kaufpreisvorstellungen des Veräußerers gegen eine Übernahme entschieden.

### **DM 160 Millionen Umsatz - Wachstum von 35 % für die ARBO Gruppe**

Unsere Entscheidung gegen eine Übernahme wirkt sich auf unsere Umsatzentwicklung aus: Andere geplante Projekte wie der Ausbau der Fernsehvermarktung in weiteren europäischen Ländern wurden durch die intensiven Verhandlungen vorübergehend hinten angestellt und werden nun erst wieder mit Hochdruck verfolgt, so daß wir für das Jahr 2000 mit einem Umsatz von DM 160 Millionen ein Umsatzwachstum von 35 % erreichen werden.

### **Erwarteter Fehlbetrag DM - 8 Millionen bei einer Liquidität von über DM 40 Millionen**

Die Umsatzentwicklung beeinträchtigt auch die Ertragsentwicklung, die in diesem Jahr mit DM - 8 Mio. deutlich hinter den Erwartungen eines ausgeglichenen Ergebnisses zurückbleiben wird. Unter Berücksichtigung der mit der vollständigen Übernahme der adMaster network verbundenen höheren Aufwendungen ist für das Jahr 2001 bereits jetzt eine deutliche Verbesserung des Ergebnisses absehbar. Mit unserer Liquidität in Höhe von ca. DM 40 Mio. zum Jahresende verfügen wir über ausreichend finanzielle Mittel, um unsere strategischen Wachstumsziele zu verwirklichen.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Harald Albrecht  
Vorstand

Dr. Georg Bogner  
Vorstand

## Strategische Unternehmensentwicklung Januar bis September – Ausblick 2001

### Jahresanfang 2000:

- ARBOmedia.net ist ein von Medien unabhängiger und profitabler Werbevermarkter von vornehmlich klassischen elektronischen Medien (TV, Radio).
- Mandanten sind aus firmengeschichtlichen Gründen hauptsächlich öffentlich-rechtliche TV-Sender in Mittel- und Osteuropa (z.B. Tschechien, Slowakei, Litauen), die durch langfristige Verträge exklusiv an die ARBO-Gruppe gebunden sind.
- Das öffentlich-rechtlichen Fernsehen in Rumänien und Ungarn schließt mit ARBOmedia.net einen Vermarktungsvertrag.
- In 12 Niederlassungen in 9 Ländern sind 178 Mediaexperten beschäftigt.
- Die Gesellschaft startet die Onlinewerbevermarktung in Deutschland mit dem Erwerb von 50 % der Anteile an adMaster network, die bis dahin ausschließlich in Deutschland tätig ist. Der crossmediale Vermarktungsansatz in klassischen elektronischen Medien und neuen elektronischen Medien wird realisiert.
- Der Börsengang zum Mai 2000 wird vorbereitet, um finanzielle Ressourcen für den Ausbau der (Internet-)Werbevermarktung in anderen europäischen Ländern zu schaffen.

### September 2000:

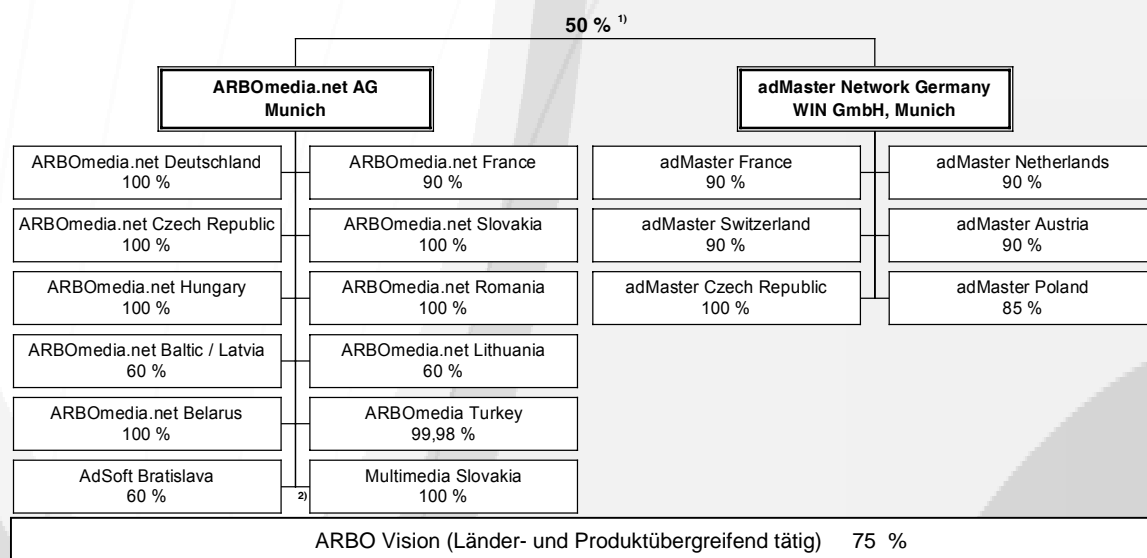
- Im Verbund mit adMaster network ist die Gesellschaft als crossmedialer Vermarkter mit 20 Niederlassungen in 14 Ländern präsent und beschäftigt 266 Mitarbeiter.
- Neben den öffentlich-rechtlichen Kanälen im Ausland engagiert die ARBO-Gruppe sich mit den Sendern TRT, atv und Kanal D in Deutschland zunehmend in der TV-Vermarktung der kaufkräftigen Zielgruppe der Türken.
- Der Geschäftsbereich Onlinewerbung ist mit neuen Niederlassungen im Ausland (Schweiz, Österreich, Niederlande, Tschechien, Polen) aktiv und erzielt mit ersten Auslandsumsätzen ein Wachstum von 270 % - Insgesamt werden auf über 450 Webseiten pro Monat 350 Millionen adimpressions an über 600 Werbekunden vermarktet - Parallel dazu die eigene Adserver Technologie adMaster 2000 weiterentwickelt.
- Durch die Gründung der Tochtergesellschaft ARBOvision deckt die Gruppe auch den Bereich Programmberatung - und Vermarktung ab.

### Ausblick 2001:

- adMaster network ist eine 100 prozentige Tochter der ARBOmedia-Gruppe. Das Onlinevermarktungsgeschäft wird europaweit stark vorangetrieben. Das Konzept der crossmedialen Vermarktung in klassischen elektronischen und neuen elektronischen Medien wird konsequent umgesetzt.
- Version 2.0 der eigenentwickelten Adserver Technologie adMaster 2000 wird ausgeliefert und die Lizenzierung als Application Service Provider an Agenturen und Webseiten Betreiber beginnt.
- Im klassischen Geschäft in Deutschland findet ein Ausbau des Kerngeschäftes TV-Vermarktung statt. Zudem wird an innovativen neuen Vermarktungsmedien gearbeitet und deren Markttauglichkeit evaluiert (Verkehrsinformationssysteme an Autobahnen, Flughäfen, Handywerbung).
- Alle in der klassischen Vermarktung tätigen Niederlassungen arbeiten profitabel. Der Breakeven der Internetwerbevermarktung wird in einigen Ländern bereits erreicht.

## Konzernstruktur und Beteiligungsverhältnisse

(beinhaltet in Gründung befindliche Gesellschaften sowie bereits beantragte Namensänderungen)



1) Aufgrund einer bestehenden Stimmrechtsmehrheit wird die Win GmbH (adMaster network) voll konsolidiert  
 2) Die Gesellschaft wird im 2. Halbjahr 2000 als adMaster Slovakia operativ tätig

## Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der ARBOmedia.net AG (US-GAAP, ungeprüft) in TDM:

	1.1.2000 – 30.9.2000	1.1.1999 – 30.9.1999 <sup>1)</sup>
Umsatzerlöse	108.772	77.733
Aufwendungen zur Erzielung der Umsatzerlöse	(95.522)	(68.353)
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>13.250</b>	<b>9.380</b>
Vertriebskosten und allgemeine Verwaltungskosten	(20.725)	(9.040)
Sonstige Erträge und Aufwendungen	80	(117)
<b>Operatives Ergebnis</b>	<b>(7.395)</b>	<b>223</b>
Finanzergebnis	770	(194)
<b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit vor Ertragsteuern</b>	<b>(6.625)</b>	<b>29</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag <sup>2)</sup>	(550)	(832)
<b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>	<b>(7.175)</b>	<b>(803)</b>
Auf Anteile in Fremdbesitz entfallender (Gewinn) bzw. Verlust	1.883	359
<b>Konzern-Periodenüberschuß/(-fehlbetrag)</b>	<b>(5.292)</b>	<b>(444)</b>
Anzahl Aktien	3.100.000	2.300.000
Ergebnis pro Aktie (US-GAAP, Euro)	(0,87)	(0,10)

Erläuterungen zur Konzern-Gewinn und Verlustrechnung:

- 1) Zur besseren Vergleichbarkeit der Quartalsabschlüsse wurde die WIN GmbH (adMaster network) schon in 1999 „Proforma“ voll konsolidiert.
- 2) Die Wertberichtigungen auf latente Steuern aus Verlusten der deutschen Konzerngesellschaften (u.a. durch Kosten des Börsengangs) wurden beibehalten

## Konzern-Bilanz (US-GAAP, ungeprüft) in TDM:

	30.9.2000	31.12.1999
<b>AKTIVA</b>		
<b>Umlaufvermögen</b>		
Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	43.133	7.545
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	26.732	28.729
Sonstige Vermögensgegenstände	6.883	4.514
<b>Summe Umlaufvermögen</b>	<b>76.748</b>	<b>40.790</b>
<b>Aktive latente Steuern</b>	<b>822</b>	<b>776</b>
<b>Rechnungsabgrenzungsposten</b>	<b>308</b>	<b>333</b>
<b>Anlagevermögen</b>		
Immaterielle Vermögensgegenstände / Goodwill	15.514	15.381
Sachanlagevermögen	2.535	1.532
Finanzanlagen	609	2.602
<b>Summe Anlagevermögen</b>	<b>18.099</b>	<b>19.515</b>
<b>SUMME AKTIVA</b>	<b>96.536</b>	<b>61.413</b>
<b>PASSIVA</b>		
<b>Kurzfr. Verbindlichkeiten und Rückstellungen</b>		
Steuerrückstellungen	71	540
Sonstige Rückstellungen	2.383	771
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	228	12.519
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	19.485	29.311
Erhaltene Anzahlungen	2.578	1.609
Sonstige Verbindlichkeiten	10.064	7.970
<b>Summe kurzfr. Verbindlichkeiten und Rückst.</b>	<b>34.809</b>	<b>52.720</b>
<b>Langfristiger Teil der Finanzverbindlichkeiten</b>	<b>37</b>	<b>276</b>
<b>Passive latente Steuern</b>	<b>32</b>	<b>13</b>
<b>Rechnungsabgrenzungsposten</b>	<b>978</b>	<b>170</b>
<b>Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital	6.063	4.498
Kapitalrücklage <sup>1)</sup>	60.737	0
Gewinnrücklagen	(3.218)	3.284
Unterschiedsbetrag aus der Währungsumrechnung	(300)	(315)
Unterschiedsbetrag aus der Kapitalkonsolidierung	815	1.001
Eigene Anteile	(3.331)	0
Korrekturposten Anteile in Fremdbesitz	(86)	(234)
<b>Summe Eigenkapital</b>	<b>60.680</b>	<b>8.234</b>
<b>Anteile in Fremdbesitz</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>SUMME PASSIVA</b>	<b>96.536</b>	<b>61.413</b>

1) Netto, nach IPO Kosten

## Konzern-Kapitalflußrechnung (US-GAAP, ungeprüft) in TDM:

	1.1. - 30.9.2000	1.1. - 30.9.1999
<b>Cash-Flow aus der Geschäftstätigkeit</b>		
<b>Konzern-Periodenfehlbetrag/-überschuß <sup>1)</sup></b>	<b>(5.292)</b>	<b>(444)</b>
Abnahme/ (Zunahme) der Aktiva und Zunahme/ (Abnahme) der Passiva		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.997	3.250
Sonstige Vermögensgegenstände	(2.369)	(2.683)
Aktive latente Steuern	(46)	(61)
Aktive Rechnungsabgrenzungsposten	26	(467)
Steuerrückstellungen	(469)	(86)
Sonstige Rückstellungen	1.612	911
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	(12.291)	12.525
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	(9.826)	(6.632)
Erhaltene Anzahlungen	968	2.639
Sonstige Verbindlichkeiten	2.094	7.423
Langfristige Verbindlichkeiten	(239)	(958)
Passive latente Steuern	19	(1)
Passive Rechnungsabgrenzungsposten	808	9
<b>Gesamte Berichtigungen</b>	<b>(17.716)</b>	<b>15.869</b>
<b>Nettoeinnahmen (-ausgaben) aus der Geschäftstätigkeit</b>	<b>(23.008)</b>	<b>15.425</b>
<b>Cash-Flow aus der Investitionstätigkeit</b>		
Veränderung der Nettobuchwerte:		
Immaterielle Vermögensgegenstände	(133)	(11.555)
Sachanlagen	(1.004)	(123)
Finanzanlagen	1.993	(529)
<b>Nettoeinnahmen / (-ausgaben) für die Investitionstätigkeit <sup>1)</sup></b>	<b>856</b>	<b>(12.207)</b>
<b>Cash-Flow aus der Finanzierungstätigkeit</b>		
Dividenden	(2.439)	(4.862)
Veränderung des Grundkapitals	1.565	0
Veränderung der Kapitalrücklage	60.737	0
Veränderung des Unterschiedsbetrages aus der Währungsumrechnung	15	(166)
Veränderung des Unterschiedsbetrages aus der Kapitalkonsolidierung	(185)	(188)
Erwerb eigener Anteile	(3.331)	0
Veränderung der Anteile in Fremdbesitz (inkl. Korrekturposten)	148	(485)
<b>Nettoeinnahmen/ (-ausgaben) aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>56.510</b>	<b>(5.701)</b>
<b>Korrekturposten aus der ProForma Konsolidierung</b>	<b>1.229</b>	<b>0</b>
<b>Zunahme / (Abnahme) der liquiden Mittel</b>	<b>34.358</b>	<b>(2.482)</b>
<b>Liquide Mittel <sup>2)</sup> zu Beginn der Periode</b>	<b>7.546</b>	<b>5.976</b>
<b>Liquide Mittel <sup>2)</sup> am Ende der Periode</b>	<b>43.133</b>	<b>3.494</b>

<sup>1)</sup> Aufgrund des unbedeutenden Anteils der (Goodwill-)Abschreibung in den Perioden wurde das Ergebnis nicht bereinigt

<sup>2)</sup> Die liquiden Mittel umfassen den Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten sowie die sonstigen Wertpapiere

## III/2000 Erläuterungen:

### Personalentwicklung

---

Die Belegschaft stieg im Vergleich zum Vorjahr konzernweit um 115 auf 266 Mitarbeiter. Zum 30.9.2000 waren hiervon 194 im Ausland beschäftigt.

Der Anstieg ist zum Großteil auf die starke Auslandsexpansion von adMaster network zurückzuführen, wo insgesamt 105 Mitarbeiter - davon 63 außerhalb Deutschlands - tätig waren.

Hinzu kommt der Aufbau der Vermarktung der öffentlich-rechtlichen Sender in Ungarn und Rumänien zum Jahresanfang, der ein entsprechendes Personalwachstum zur Folge hatte, sowie die Erweiterung der Konzernholding in Deutschland um die Kompetenzbereiche Business Development, Marketing & Sales, Human Resources, Finance & Accounting, IR, PR.

### Umsatz- und Ertragsentwicklung

---

Der Konzernumsatz erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 40 % auf TDM 108.772. Die hieraus erzielten Provisionen stiegen bei einer leicht verbesserten Umsatzmarge von 12,2 % auf TDM 13.250.

Hierzu trug der Geschäftsbereich Internetwerbevermarktung von adMaster network <sup>1)</sup> mit Umsätzen von TDM 6.725 (+ 273 %) und hieraus erzielten Provisionen von TDM 3.030 (+ 194 %) bei. Durch die im Frühjahr begonnene Expansion von adMaster network ins Ausland wurde erstmals ein Umsatz von TDM 1.044 außerhalb Deutschlands erzielt.

Das Konzernergebnis sank in den ersten neun Monaten von TDM – 444 im Vorjahreszeitraum auf TDM – 5.292. Dies ist im wesentlichen auf die starke Expansion der Gesellschaft im Bereich der Onlinevermarktung im In- und Ausland sowie den Aufbau der deutschen Gesellschaften zurückzuführen. Hinzu kommen umfangreiche Investitionen in die Weiterentwicklung unserer Adserver Technologie. Beim Vorjahresvergleich wurde der am 1.1.2000 erworbene 50% Anteil an adMaster network für 1999 pro-forma mit einem Ergebnis vor Steuern (EBIT) von TDM –655 miteinbezogen.

Die in der Vermarktung der klassischen Medien (TV, Radio, Print) tätigen ausländischen ARBOmedia Gesellschaften (ohne adMaster network) erwirtschafteten in den ersten 9 Monaten des Geschäftsjahres insgesamt ein positives Ergebnis vor Steuern in Höhe von TDM 1.358 .

Das Ergebnis pro Aktie beträgt auf Basis von 3,1 Mio. Aktien Euro – 0,87 (Vorjahr Euro - 0,10).

1) Beinhaltet Internetwerbeumsätze der ARBOmedia.net Tschechien