

ots Ad hoc-Service: ADLINK Internet Media AG <DE0005490155> AdLINK steigert seinen Umsatz auf 19,3 Millionen Euro in den ersten neun Monaten 2000

Mitteilung gemäß Paragraph 15 WpHG, übermittelt von der DGAP
Für den Inhalt ist allein der Emittent verantwortlich

Montabaur (ots Ad hoc-Service) -

Die AdLINK Internet Media AG steigerte ihren Umsatz in den ersten neun Monaten des laufenden Jahres auf Euro 19,3 Mio. (266,3 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum mit Euro 7,3 Mio.). Auch das Betriebsergebnis gestaltete sich besser als geplant. Das operative Ergebnis (EBIT) beträgt minus 9,5 Mio. Euro (inkl. 1,8 Mio. Euro Goodwill Afa), Das Vermarktungsvolumen erreichte 860 Millionen Page-Impressions, bei einem Portfolio von 495 hochwertigen Websites und 1.513 Werbetreibenden. AdLINK, in 11 europäischen Ländern mit eigenen Niederlassungen vertreten, beschäftigte am 30.09.00 insgesamt 167 Mitarbeiter.

Werbetreibende der "Old Economy" sind der Motor der Entwicklung des Internet Werbemarktes in Europa

In Europa bestimmen die Unternehmen der Old Economy die hohen Wachstumsraten durch die Verlagerung der Werbebudgets - von traditionellen Medien wie Zeitung und Fernsehen hin ins Internet - entscheidend. AdLINK hat seine Kundenstruktur entsprechend ausgebaut: deutlich mehr als zwei Drittel der werbetreibenden AdLINK Kunden gehören zu Unternehmen der "Old Economy".

WebSites greifen unverändert auf die Dienstleistungen externer Onlinevermarkter zurück

AdLINK stellt fest, daß in dem sich rasch entwickelnden Internet Werbemarkt die Dienstleistungen externer Vermarkter von den großen WebSite-Betreibern nach wie vor in hohem Maße gefragt sind. Zu den Neukunden, die diesen Weg externer Vermarktung gehen, gehören u.a. NBC Giga, The Independent, Gamez, A-Online (Telekom Österreich), Last Minute.com, Vogue, Bettelsmann wissen.de und viele andere. Ein eindrucksvolles Beispiel dieses anhaltenden Trends ist Austria Online, die mit dem Verkauf ihres Online Vermarktungsbe reiches am

07.09.00 an die AdLINK Internet Media AG, den Rückzug aus der Eigenvermarktung ihrer WebSites vollzogen hat. Gleiches gilt für die erst gestern gemeldete Kooperation mit dem führenden Schweizer Medienunternehmen Tamedia bei dem in der Schweiz erstmals ein Vermarkter mit einem derart umfassenden Exklusivvertrag beauftragt wurde. Der Marktanteil der unabhängigen Vermarktungsunternehmen ist eigenen Schätzungen infolge in Europa zwei bis dreimal so hoch als in den USA.

Forrester Research: AdLINK -Kunden (Premium-Websites) sind die Gewinner von morgen

Die im Rahmen der AdLINK Geschäftsstrategie aufgebauten WebSite-Portfolios in den verschiedenen Ländern sowie die jüngsten Neukunden haben AdLINK eine sehr günstige Ausgangsposition in Europa verschafft. Die Konzentration auf qualitativ hochwertige Websites und zielgruppenspezifische Themen-WebSites lassen das Unternehmen entgegen dem Markttrend stabile, sogar leicht steigende TKPs erzielen. Die jüngste Forrester Studie (siehe Pressemeldung Forrester letzte Woche) belegt, daß gerade diese Premium-Sites und zielgruppenspezifische WebSites in zunehmendem Maße Werbebudgets auf sich konzentrieren.

Kontinuierliche Steigerung der Marktanteile in Europa

Das Wachstum von AdLINK ist höher als die von Jupiter Communications geschätzte Entwicklung des Gesamtmarktes (ca. 100 % in 2000 für Europa). Durch den Ausbau des Neukundengeschäftes aber auch des Geschäftsumfanges mit bestehenden Kunden konnte AdLINK ihren Umsatz nahezu verdreifachen,

Kurzfristige Geschäftsaussichten positiv

In den letzten Jahren wurden die höchsten Umsätze im jeweils vierten Quartal getätigt. Das Weihnachtsgeschäft sowie die bereits begonnene Verlagerung der Werbebudgets ins Internet stimmen das Unternehmen optimistisch und lassen auch für dieses Jahr eine entsprechende Entwicklung erwarten.

Mittelfristige Geschäftsaussichten sehr positiv

AdLINK geht von einem sehr gesunden Marktwachstum in Europa aus. Die jüngste Untersuchung von Jupiter Communications für Europa sagt

für das Jahr 2003 Internet Werbeausgaben Höhe von 2,3 Mrd. Euro voraus. 2001 sollen die in diesem Jahr getätigten Investitionen in Infrastruktur der Gesellschaft, neue Werbeformate und Werbemärkte sowie WebSite-Portfolio durch weitere Umsatzsteigerungen und Ertragsverbesserungen ihre Wirtschaftlichkeit unter Beweis stellen.

Die Internationalisierung wird mit angemessener Geschwindigkeit vorangetrieben, Akquisitionen in geographisch noch nicht besetzte Länder als auch in den bestehenden Ländern sind in Vorbereitung. Gleichzeitig steht die Entwicklung neuer Produkte (z.B. AdLINK Wireless, der für Q1/2001 geplanten Produkteinführung von AdLINK eMail, sowie der Entwicklung von TV-ähnlichen Werbeformaten) im Vordergrund. Ziel ist es in gleichem Maße wie bisher im Umsatz zu wachsen und dabei den Break Even früher als ursprünglich geplant zu erreichen.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.adlink.net oder:

AdLINK Internet Media AG Brodeur Kohtes & Klewes Kommunikation GmbH Jutta Weigang Doris Streuber/ Corinna Pradel Elgendorfer Str. 57 Graf-Adolf-Platz 11-12 D-56410 Montabaur D-40213 Düsseldorf Tel.: +49 2602 96-1319 Tel.: 0211 38640-116 /-126 Fax: +49 2602 96-1810 Fax: 0211 38640-200 /-200 E-Mail: presse@adlink.de E-mail: dstreuber@de.brodeur.com cpradel@de.brodeur.com

Ende der Mitteilung

*** OTS-ORIGINALTEXT UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER

VERANTWORTUNG DES AUSENDERS ***

OTS0101 2000-11-07/10:38

071038 Nov 00

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20001107_OTS0101