

9-Monats-Bericht

2009



## Sehr geehrte Aktionäre, Mitarbeiter und Freunde von United Internet!



United Internet kann auf sehr erfolgreiche erste 9 Monate 2009 zurückblicken. Wir konnten sowohl im operativen Geschäft wie auch bei der Marktkonsolidierung durch Übernahmen und Beteiligungen in wichtigen Geschäftsfeldern deutliche Fortschritte erzielen.

Nachdem wir uns bereits im 1. Quartal 2009 mit der Übernahme von united-domains im Webhosting weiter verstärkt haben, konnten wir im 2. Quartal einen Vertrag über den Kauf des freenet DSL-Geschäfts sowie eine Vereinbarung über eine präferierte Zusammenarbeit beim Vertrieb unserer DSL-Produkte über die rund 1.000 mobilcom-debitel-Shops sowie das Internet-Portal freenet.de abschließen. Im 3. Quartal 2009 haben wir unser Display-Marketing-Geschäft „AdLINK Media“ gegen 10,7 % der Anteile an Hi-media sowie zusätzlich rund 12,2 Mio. € in bar oder Aktien in die börsennotierte Hi-media S.A. eingebracht. Nach planmäßigem Abschluss der Transaktion Ende August wurde das Display-Marketing-Geschäft gemäß IFRS 5 rückwirkend dekonsolidiert. Es wird in diesem Abschluss als „Ergebnis aus eingestellten Geschäftsbereichen“ dargestellt – die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst.

In unserem operativen Geschäft konnte der Umsatz trotz weltweiter Rezession und der damit verbundenen Schwäche des Online-Werbemarktes im Vergleich zum Vorjahr um 5,1 % von 1.165,2 Mio. € auf 1.224,8 Mio. € gesteigert werden. Das ordentliche Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) verbesserte sich um 8,1 % von 248,9 Mio. € auf 269,1 Mio. €. Das ordentliche Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) legte um 9,4 % von 209,8 Mio. € auf 229,6 Mio. € zu. Inklusive eines Einmalertrags in Höhe von 50,2 Mio. € aus dem Verkauf unserer direkt gehaltenen freenet-Anteile stiegen das EBITDA auf 319,3 Mio. € und das EBIT auf 279,8 Mio. €.

Während sich das Produkt-Segment sehr krisenfest zeigte, wurde das Geschäft im Segment Online-Marketing erwartungsgemäß von Wirtschaftskrise und Werbeflaute sowie dem daraus resultierenden Margendruck wesentlich beeinträchtigt. Während der Umsatz mit 101,4 Mio. € (-1,5 %) im Vergleich zur Vorjahresperiode recht stabil blieb, gingen insbesondere die

Ergebniskennzahlen im Vergleich zu den von diesen Faktoren noch weitgehend unbelasteten Vorjahreszahlen deutlich zurück. So sanken das EBITDA um 36,4 % auf 6,8 Mio. € und das EBIT um 43,6 % auf 5,3 Mio. €.

Im dominanten Segment Produkte konnten wir die Zahl der kostenpflichtigen Kundenverträge zum 30. September 2009 im Vergleich zum 31. Dezember 2008 um 1,22 Mio. (inkl. freenet-DSL) auf 9,17 Mio. steigern. Dabei stiegen im „Information Management“ die Kundenverträge in den ersten 9 Monaten um 160.000 auf 1,52 Mio. Das „Webhosting“ wuchs um 430.000 Verträge auf 4,05 Mio. – davon 2,14 Mio. im Ausland (+210.000). Im DSL-Geschäft konnten wir bei Komplettpaketen stark wachsen und inklusive der Verträge aus der Übernahme des freenet-DSL-Geschäfts um weitere 920.000 Verträge auf 1,70 Mio. zulegen. Im Bereich Resale-/T-DSL sank hingegen die Vertragszahl trotz der Übernahme der freenet Kunden um 300.000 auf 1,74 Mio. – insbesondere durch Kundenverluste bei Resale-Verträgen und der aktiven Migration der Kunden auf Komplettpakete. Der Segment-Umsatz stieg um 5,8 % auf 1.122,9 Mio. €. Das EBITDA lag mit einem Plus von 9,4 % auf 258,0 Mio. € deutlich über dem Vorjahreswert, ebenso das EBIT mit einem Plus von 11,1 % auf 220,1 Mio. €.

Aufgrund der guten Geschäftsentwicklung können wir unsere Ergebnis-Prognosen für das Jahr 2009 erneut anheben. Wir erwarten nun eine Steigerung um ca. 8 % bei EBITDA und EBIT gegenüber den vergleichbaren Vorjahreswerten.

Montabaur, 12. November 2009

Ralph Dommermuth  
Vorstandsvorsitzender

## Inhaltsverzeichnis

- 4 Lagebericht zu den ersten 9 Monaten 2009
- 15 Konzern-Bilanz
- 16 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (GuV)
- 18 Konzern-Kapitalflussrechnung
- 20 Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals
- 22 Segmentberichterstattung
- 23 Konzern-Anhang
- 33 Anpassung Vorjahres-GuV nach IFRS 5

## Ausgewählte Kennzahlen nach IFRS (aus fortgeführten Geschäftsbereichen)

		Jan.–Sept. 2009	Jan.–Sept. 2008
Umsatz	Mio.€	1.224,8	1.165,2
Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	Mio.€	319,3	248,9
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	Mio.€	279,8	209,8
Konzernergebnis	Mio.€	175,6	-13,4
Mitarbeiter	Anzahl	4.485	4.258
Aktienkurs per Ende September (Xetra)	€	10,31	7,58
Ergebnis je Aktie	€	0,76	-0,06

Quartalsentwicklung	Q4 2008 Mio.€	Q1 2009 Mio.€	Q2 2009 Mio.€	Q3 2009 Mio.€	Q3 2008 Mio.€
Umsatz	405,2	409,4	406,3	409,1	391,7
EBITDA	68,0	83,5	90,2	145,6	78,5
EBIT	48,1	70,8	76,8	132,2	65,1
Konzernergebnis	-104,7	37,9	44,9	92,8	-103,1

Konzernergebnis-Zahlen Q3/2008 und Q4/2008 inkl. negativer, nicht cash-wirksamer Einmaleffekte aus Bewertungsmaßnahmen von 145,6 Mio.€ bzw. 129,8 Mio.€.

EBITDA und EBIT Q3/2009 inkl. Einmalerträgen von 50,2 Mio.€ aus dem Verkauf der freenet-Anteile; Konzernergebnis Q3/2009 inkl. im Saldo positiver Einmalerträge von 45,2 Mio.€.

## Lagebericht zu den ersten 9 Monaten 2009

### Wirtschaftliches Umfeld

#### IWF wieder zuversichtlicher für Weltwirtschaft

Der Internationale Währungsfonds (IWF) hat seine Prognose für die Entwicklung der Weltwirtschaft in 2009 nach Abschluss des 3. Quartals wieder leicht nach oben korrigiert und erwartet im Rahmen seines Prognose-Updates vom 1. Oktober 2009 zum „World Economic Outlook“ nunmehr ein Minus von 1,1 % und liegt damit geringfügig besser als noch im Juli 2009 (-1,4 %). Gleichwohl rechnet der IWF nur mit einer langsamen und global sehr unterschiedlich verlaufenden Erholung der Weltwirtschaft und verweist darauf, dass besonders in den Industriestaaten die steigende Arbeitslosigkeit eine schnelle Erholung verhindern dürfte.

Auch für Europa und Deutschland hat der IWF seine Prognosen nach oben angepasst. Für das Bruttoinlandsprodukt (BIP) der Eurozone wird nunmehr mit einem Rückgang um 4,2 % (Juli-Prognose: -4,8 %) gerechnet. Für Deutschland erwartet der IWF in 2009 aktuell „nur“ noch ein Minus von 5,3 % (Juli-Prognose: -6,2 %). Trotz der Anhebung würde Deutschland damit weiterhin eines der schlechtesten Ergebnisse unter den etablierten Industrieländern erreichen.

In seiner Analyse unterstreicht der Fonds, dass die Rückkehr zum Wachstum insbesondere durch Sonderentwicklungen wie Krisenhilfe-Pakete vieler Länder und lockere Geldpolitik bedingt ist.

#### Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf ITK-Märkte halten sich in Grenzen

Nach Einschätzung des Branchenverbandes BITKOM geht die Wirtschaftskrise auch an der deutschen High-tech-Industrie nicht spurlos vorbei, trifft sie aber nicht so stark wie einige andere Branchen.

Im Rahmen seiner Oktober-Prognose bekräftigt der BITKOM seine Prognose vom Sommer und rechnet weiter damit, dass der Umsatz mit Produkten und Diensten der Informationstechnik und Telekommunikation (ITK) in Deutschland im Jahr 2009 um 2,5 % auf insgesamt 142 Mrd. € zurückgehen wird. Für den Bereich Informationstechnik erwartet der Verband ein Minus von 2,6 % auf 65,4 Mrd. € und für den Bereich Telekommunikation ein Minus um 2,0 % auf 64,3 Mrd. €. Der deutsche Markt für digitale Unter-

haltungselektronik wird nach der BITKOM-Prognose in 2009 voraussichtlich um 2,9 % schrumpfen und somit ein Volumen von 12,3 Mrd. € erreichen. Allerdings war der Branchenverband in diesem Segment noch im Juli von einem Minus von 6,5 % ausgegangen.

Die aus Sicht von United Internet wichtigsten ITK-Märkte DSL, Webhosting und Online-Marketing haben sich in den ersten 9 Monaten 2009 recht unterschiedlich entwickelt.

Nachdem der deutsche DSL-Markt nach Berechnungen der Bundesnetzagentur bereits in 2008 trotz eines Zuwachses um 2,4 Mio. Anschlüsse auf 20,9 Mio. (2007: +4,1 Mio. Anschlüsse) deutlich an Schwung verloren hat, gehen alle Experten auch für 2009 von einem weiteren Wachstum, gleichzeitig jedoch von einem reduzierten Wachstumstempo aus. Unterjährig veröffentlichte Zahlen der großen DSL-Provider bestätigen diese Erwartungen.

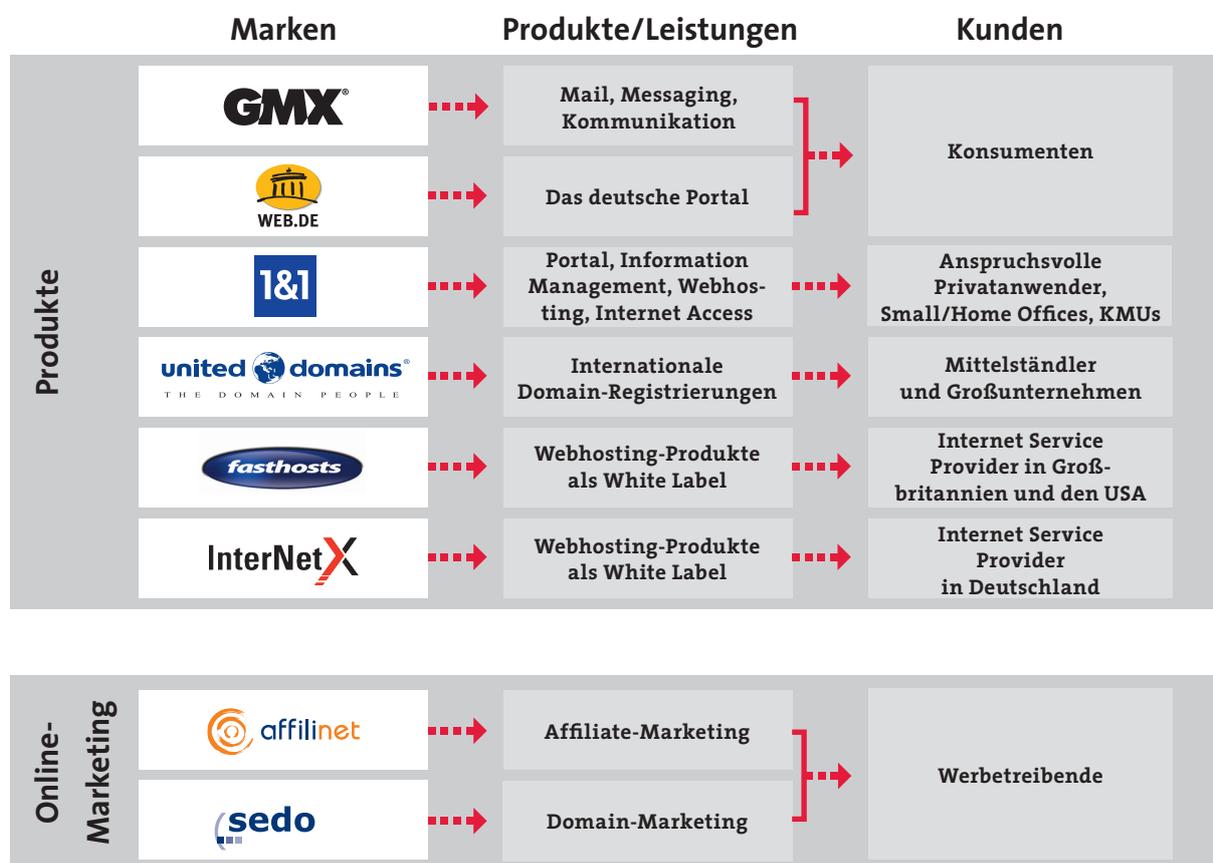
Der internationale Hosting-Markt ist weiterhin auf Wachstumskurs. So legte die Zahl der weltweit registrierten generischen Top-Level-Domains (wie .com, .net, .org) nach Auswertungen von RegistrarSTATS.com in den ersten 9 Monaten 2009 um 5,5 Mio. neue Domains auf insgesamt 112,8 Mio. Domains zu – ein Anstieg um 5,1 % im Vergleich zum 31. Dezember 2008. Auch die deutsche Top-Level-Domain „.de“ erfreut sich in 2009 – trotz einer im Ländervergleich bereits überdurchschnittlich entwickelten Online-Präsenz von Privatkunden und Firmen – weiterhin einer guten Nachfrage und konnte in den ersten 9 Monaten um 630.000 und somit ebenfalls um 5,1 % auf 13,08 Mio. Domains zulegen. Ein prozentual noch stärkeres Wachstum konnten die zuständigen Registrierungsstellen in unseren ausländischen Märkten Großbritannien (+8,1 % auf 7,90 Mio.), Frankreich (+16,0 % auf 1,52 Mio.), Spanien (+7,4 % auf 1,16 Mio.), Österreich (+10,0 % auf 0,88 Mio.) und der Schweiz (+8,1 % auf 1,34 Mio.) für ihre jeweilige Länderdomain verzeichnen.

Im Gegensatz zu den konjunkturunabhängigeren Bereichen DSL und Webhosting trifft die Weltwirtschaftskrise den Werbemarkt noch stärker als erwartet. Bedingt durch den Einbruch des weltweiten Werbemarkts im 1. Halbjahr 2009 hat die Agenturgruppe ZenithOptimedia ihre Prognose zur Entwicklung der Werbeinvestitionen weiter nach unten korrigiert. Laut der Oktober-Ausgabe der Studie „Advertising Expenditure Forecast“ rechnet das Unternehmen aktuell mit einem Rückgang der weltweiten Brutto-Werbeausgaben um 9,9 % in 2009 – nachdem noch im Juli 2009 ein

Minus von 8,5 % und im April 2009 „lediglich“ ein Minus von 6,9 % prognostiziert wurde. Die Krise zeigt sich auch auf dem deutschen Werbemarkt, allerdings mit einem prognostizierten Minus von 8,5 % nicht ganz so heftig wie in einigen Nachbarländern. Rapide Rückgänge werden auch für Nordamerika (-12,6 %) und Westeuropa (-11,2 %) erwartet. Trotz des insgesamt weiterhin düsteren Ausblicks auf das Gesamtjahr 2009, sieht ZenithOptimedia – angesichts des im zweiten Halbjahr verlangsamten Rückgangs der weltweiten Werbespendings – die Talsohle bald erreicht, rechnet allerdings erst für 2011 (Prognose 2010: -3,2 %) wieder mit einem Plus.

Nach Einschätzung von ZenithOptimedia wird das Internet – dank der Vorteile bei Transparenz, Messbarkeit und Flexibilität – mit einem Plus von 9,2 % bei den Brutto-Werbeausgaben in 2009 das einzige Werbemedium sein, in das mehr Geld investiert wird als in 2008. Allerdings dürften die real bei den Online-Marketing-Firmen ankommenden Umsätze deutlich geringer ausfallen, da bei ZenithOptimedia die Brutto-Aufwendungen und somit die offiziellen Preislisten erfasst werden. Abschläge / Rabatte auf den Listenpreis, die aufgrund des harten Wettbewerbs und des Überangebots an Werbefläche in 2009 nochmals deutlich zugenommen haben, blieben in den Auswertungen und Prognosen unberücksichtigt.

**Segmente und Marken (nach Verkauf der AdLINK Media)**



## Geschäftsentwicklung im Konzern

Die United Internet AG ist mit 9,17 Mio. Kundenverträgen\* ein führender internationaler Internet Service Provider. Nach der Anfang März 2009 vollzogenen Übernahme der united-domains AG war United Internet im Berichtszeitraum insbesondere mit 9 Marken in zwei Geschäftsfeldern tätig:

Im Geschäftsfeld „Produkte“ richten wir uns mit Internet-Mehrwertdiensten und schnellen DSL-Anschlüssen an Privatanwender, Small Offices/Home Offices sowie an Unternehmen. Diese Zielgruppen werden direkt über die Marken GMX, WEB.DE, 1&1 und united-domains adressiert. Zudem bieten wir über InterNetX und Fasthosts unsere Hosting-Produkte auch als White-Label-Lösungen – indirekt – über Reseller an. Neben diesem Abonnement-Geschäft vermarkten wir über United Internet Media die Reichweite unserer Portale an E-Commerce-Anbieter und Werbetreibende.

Im Geschäftsfeld „Online-Marketing“ waren wir im Berichtszeitraum vor allem mit den Marken affilinet, Sedo und der inzwischen verkauften AdLINK Media tätig. In diesem Segment bieten wir Werbetreibenden verschiedene Marketing- und Vertriebs-Lösungen an: Affiliate-Marketing über affilinet, Domain-Marketing über Sedo sowie (bislang) Display-Marketing über AdLINK Media.

### Erfolgreiche Internationalisierung

Im Produktgeschäft sind wir mit unserer Produktlinie „Webhosting“ in Deutschland, Großbritannien, Frankreich, den USA, Österreich, der Schweiz und Spanien aktiv. Darüber hinaus bedienen wir über unsere internationale Bestellseite Kunden aus zahlreichen weiteren Ländern. In unseren ausländischen Märkten konnten wir in den ersten 9 Monaten 2009 um 210.000 neue Kundenverträge wachsen und hielten zum 30. September 2009 insgesamt 2,14 Mio. Verträge.

### Übernahme von united-domains

Ende 2008 haben wir uns mit dem früheren Anteilseigner von united-domains, der LYCOS Europe N.V., über den Erwerb der united-domains AG geeinigt. Nach Freigabe durch die zuständigen Kartellbehörden wurde der Kaufpreis in Höhe von 34,1 Mio. € im Februar 2009 vollständig in bar beglichen. united-domains wird seit

März 2009 in den Abschlüssen der United Internet AG konsolidiert. Die Gesellschaft wird weiterhin von den Gründern geleitet, die sich im Rahmen einer zweiten Transaktion mit insgesamt rund 15 % an der Gesellschaft beteiligt haben.

### Übernahme des freenet DSL-Geschäfts

Unsere Konzerntochter 1&1 und die freenet AG haben am 26. Mai 2009 einen Vertrag über den Erwerb des freenet DSL-Geschäfts sowie eine Vereinbarung über die präferierte Zusammenarbeit im Vertrieb von DSL-Produkten geschlossen. Für den Erwerb wurde ein Kaufpreis von ca. 123 Mio. € vereinbart, davon 70 Mio. € in bar sowie 4.583.500 United Internet Aktien aus eigenem Bestand. Soweit der Börsenkurs einer United Internet Aktie zum Zeitpunkt der technischen Kundenmigration unter 12 € notiert, wird für jede Aktie ein Ausgleichsbetrag in bar geleistet, der jedoch 4 € pro Aktie nicht übersteigen wird. Alternativ kann bei Kursen unter 12 € der gesamte Kaufpreis auch in bar geleistet werden. Der Kaufpreis, der zum überwiegenden Teil nach Abschluss der Kundenmigration fällig wird, basiert auf einer Bewertung des Kundenbestands und ist damit abhängig von der zum Migrationsabschluss tatsächlich gelieferten Anzahl von Kundenverträgen. Ziel ist es, ca. 700.000 freenet-Kundenverträge bis zum Jahresende 2009 technisch zu migrieren. Nach Kartellfreigabe wurde der Barkaufpreis im Juli 2009 anteilig an freenet bezahlt bzw. auf einem Treuhandkonto hinterlegt.

Im Rahmen der Vertriebsvereinbarung, die bis Ende 2014 läuft, gewährt 1&1 freenet zusätzlich zu ihren marktüblichen DSL-Provisionen, eine Prämie von bis zu insgesamt 6.551.000 United Internet Aktien. Die erfolgsabhängige Prämie wird in 4 Tranchen fällig – abhängig von der Erreichung definierter Jahresvertriebsziele. 1&1 hat das Wahlrecht, auch diese Prämie alternativ in bar zu begleichen. Die relevanten Vertriebskanäle sind vor allem ca. 1.000 mobilcom-debitel-Shops sowie das Internet-Portal freenet.de. Ziel der Vertriebskooperation ist es, in den nächsten 5 Jahren ca. 500.000 DSL-Verträge zu gewinnen.

### Verkauf des Display-Marketing-Geschäfts/ Beteiligung an Hi-media

Im 3. Quartal 2009 haben wir unser Display-Marketing-Geschäft „AdLINK Media“ gegen 10,7 % der Anteile an Hi-media sowie zusätzlich rund 12,2 Mio. € in bar oder

Aktien (im Falle einer Kapitalerhöhung von Hi-media zu einem Bezugspreis von unter 3,63 €) in die börsennotierte Hi-media S.A. eingebracht. Für die Barkomponente wurde Hi-media ein Verkäuferdarlehen (Vendor Loan) gewährt, das mit einem marktüblichen Darlehenszins ausgestattet und spätestens zum 30. Juni 2011 fällig ist. Nach plangemäßigem Abschluss der Transaktion Ende August wurde das Display-Marketing-Geschäft gemäß IFRS 5 rückwirkend dekonsolidiert. Es wird in diesem Abschluss als „Ergebnis aus eingestellten Geschäftsbereichen“ dargestellt.

### Mitarbeiter

Nach dem Verkauf von AdLINK Media beschäftigte United Internet Ende September 2009 insgesamt 4.485 Mitarbeiter (31. Dezember 2008: 4.384), davon 827 (31. Dezember 2008: 804) im Ausland.

### Aktie und Dividende

Die Aktie der United Internet AG lag mit einem Kurs von 10,31 € zum 30. September 2009 um 63,9 % über dem Kursniveau vom 31. Dezember 2008 (6,29 €). Damit konnte unsere Aktie deutlich besser abschneiden als der Vergleichsindex TecDAX, der in den ersten 9 Monaten 2009 um 49,1 % zulegen konnte.

Für das Geschäftsjahr 2008 wurde keine Dividende ausgeschüttet.

## Entwicklung der Segmente

### Produkt-Segment

Dominierender Geschäftsbereich der United Internet Gruppe mit einem Anteil von 91,7 % am Gesamtumsatz war auch in den ersten 9 Monaten 2009 das Produktgeschäft mit den Hauptmarken GMX, WEB.DE, 1&1, united-domains, InterNetX und Fasthosts.

Das Segment konnte dank des überwiegend auf elektronischen Abonnements basierenden Geschäftsmodells weiter zulegen – wengleich sich auch bei der Portalvermarktung die Zurückhaltung der Werbekunden bemerkbar machte. Außerdem wirkt sich die für die Kundenbindung wichtige Konvertierung von DSL-Kunden auf Komplettpakete zunächst erst einmal

belastend auf unser Ergebnis aus. Trotz dieser Belastungen konnten wir im Berichtszeitraum den Segment-Umsatz um 5,8 % auf 1.122,9 Mio. € steigern. EBITDA und EBIT lagen mit einem Plus von 9,4 % auf 258,0 Mio. € bzw. einem Plus von 11,1 % auf 220,1 Mio. € deutlich über den Vorjahreswerten. Die Kundengewinnungskosten wurden unverändert direkt als Aufwand verbucht.

Die guten Finanz-Kennzahlen sind eng an unser quantitatives und qualitatives Kundenwachstum gekoppelt. Zum 30. September 2009 hatten wir 9,17 Mio.\* kostenpflichtige Kundenverträge (31. Dezember 2008: 7,95 Mio.). Diese verteilen sich auf drei Produktlinien:

- **Information Management** mit professionellen E-Mail-Lösungen, Messaging, Adressverwaltung, Pocket Web und 0700er-Rufnummern
- **Webhosting** mit Domains, Homepages, dedizierten und virtuellen Servern und E-Shops
- **Internet-Access** mit DSL-Zugängen (mit Telefonie und Video-on-Demand) sowie Mobile- und Schmalband-Access.

In den ersten 9 Monaten 2009 konnten wir in allen Produktlinien deutlich zulegen. Im „Information Management“ stiegen die Kundenverträge um 160.000 auf 1,52 Mio. Das „Webhosting“ wuchs – auch durch die erstmalige Konsolidierung von united-domains – um 430.000 Verträge auf 4,05 Mio. Dabei stieg die Anzahl der Webhosting-Verträge im Ausland um 210.000 auf 2,14 Mio. Im DSL-Geschäft konnten wir bei Komplettpaketen stark wachsen und inklusive der Verträge aus der Übernahme des freenet-DSL-Geschäfts um weitere 920.000 Verträge auf 1,70 Mio.\* zulegen. Im Bereich

### Entwicklung der Kundenverträge im Quartalsvergleich

Kundenverträge	30.06.2009	30.09.2009	Differenz
Information Management	1,46 Mio.	1,52 Mio.	+60.000
Webhosting	3,96 Mio.	4,05 Mio.	+90.000
- davon Ausland	2,07 Mio.	2,14 Mio.	+70.000
Internet Access*	3,63 Mio.	3,60 Mio.	-30.000
- davon DSL*	3,47 Mio.	3,44 Mio.	-30.000
- DSL-Komplett	1,58 Mio.	1,70 Mio.	+120.000
- Resale-/T-DSL	1,89 Mio.	1,74 Mio.	-150.000
<b>Gesamt*</b>	<b>9,05 Mio.</b>	<b>9,17 Mio.</b>	<b>+120.000</b>

\* inkl. freenet-DSL; siehe „Übernahme des freenet-DSL-Geschäfts“

### Entwicklung der Kundenverträge in den ersten 9 Monaten

Kundenverträge	31.12.2008	30.09.2009	Differenz
Information Management	1,36 Mio.	1,52 Mio.	+160.000
Webhosting	3,62 Mio.	4,05 Mio.	+430.000
- davon Ausland	1,93 Mio.	2,14 Mio.	+210.000
Internet Access*	2,97 Mio.	3,60 Mio.	+630.000
- davon DSL*	2,82 Mio.	3,44 Mio.	+620.000
- DSL-Komplett	0,78 Mio.	1,70 Mio.	+920.000
- Resale-/T-DSL	2,04 Mio.	1,74 Mio.	-300.000
<b>Gesamt*</b>	<b>7,95 Mio.</b>	<b>9,17 Mio.</b>	<b>+1.220.000</b>

\* inkl. freenet-DSL; siehe „Übernahme des freenet-DSL-Geschäfts“

Resale-/T-DSL sank hingegen die Kundenzahl trotz der Übernahme der freenet-Verträge – insbesondere durch die Kundenverluste bei Resale-Verträgen und der aktiven Migration der Kunden auf Komplettpakete – um 300.000 auf 1,74 Mio.\* In Summe stieg die Zahl der DSL-Verträge damit um 620.000 auf 3,44 Mio.\* Durch den gestiegenen Anteil der „Komplettverträge“ (inzwischen 49,4 % aller DSL-Verträge; 31. Dezember 2008: 27,7 %) haben sich die Qualität der Kundenbindung sowie die durchschnittlichen Erlöse pro DSL-Kunde (ARPU) weiter verbessert.

Unsere Marken generieren nicht nur Umsätze aus Abonnement-Verträgen, sondern es fließen auch Einnahmen aus Online-Werbung und E-Commerce. United Internet Media, die Vermarktungsgesellschaft unserer Portale GMX, WEB.DE, 1&1 sowie unseres Shopping-Portals SmartShopping.de, offeriert Werbetreibenden und Agenturen in Deutschland eine Reichweite von rund 47 % aller deutschen Internet-Nutzer, qualitativ hochwertige Zielgruppenansprachen und innovative Werbeinstrumente.

Über unsere Markenfamilie sorgen wir in Deutschland für eine einzigartige Marktabdeckung.

### Quartalsentwicklung im Produkt-Segment in Mio. €

	Q4 2008	Q1 2009	Q2 2009	Q3 2009	Q3 2008
Umsatz	371,1	372,8	372,8	377,3	359,1
EBITDA	62,8	77,9	85,6	94,5	73,5
EBIT	50,0	65,7	72,9	81,5	60,5

### GMX

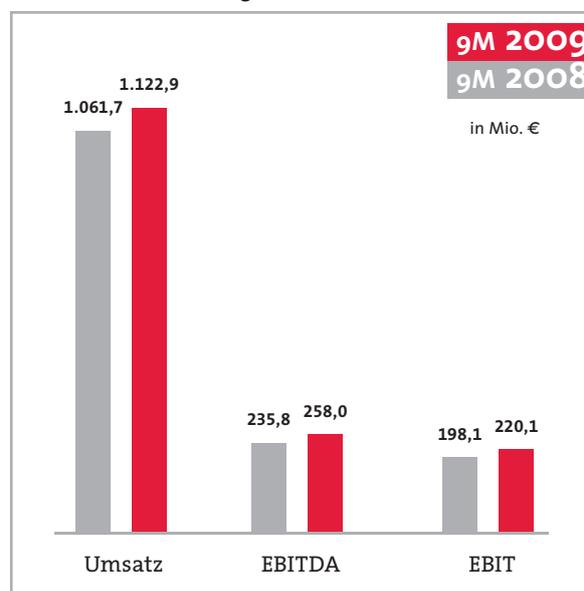
GMX adressiert Privatanwender mit Information Management Produkten. 8,5 Mio. Unique User im Monat machen GMX dabei zu einem führenden Anbieter von Mail-, Messaging- und Kommunikations-Lösungen. Neben kostenfreien Produkten bietet GMX auch kostenpflichtige Mehrwertdienste.

Im Berichtszeitraum stand bei GMX die Verbesserung der internationalen Reichweite in den heutigen Zielmärkten Österreich, Schweiz, USA, Großbritannien, Frankreich und Spanien im Vordergrund. Zudem wurde eine „Download-Area“ mit rund 10.000 kostenlosen und 800 kostenpflichtigen Programmen gelauncht und mit MailXchange eine webbasierte Lösung für eine professionelle E-Mail-Kommunikation im Team gestartet.

### WEB.DE

WEB.DE ist mit 13,0 Mio. Unique User eine der am häufigsten besuchten Websites in Deutschland und steht bei vielen Nutzern für das deutsche Internet-Portal. Auch WEB.DE bietet neben kostenfreien Basis-Diensten kostenpflichtige Produkte an, unter anderem den WEB.DE Club.

### Finanzzahlen Produkt-Segment



WEB.DE hat im Berichtszeitraum den sogenannten „WEB.DE Navigator“ gelauncht. Damit lässt sich komfortabel und sicher die gesamte Internet-Kommunikation an einer Stelle bündeln. Direkt aus dem persönlichen FreeMail-Postfach heraus werden unterschiedliche Web-Services für Kommunikation und Shopping angesteuert und die dazugehörigen Logins (z. B. für Foren, Blogs oder Communitys wie Facebook) zentral verwaltet.

### **1&1**

1&1 ist die Marke für anspruchsvolle Privatanwender, Freiberufler sowie kleine und mittlere Unternehmen, die Information Management, Webhosting oder Internet Access benötigen. 1&1 ist die Nummer 2 im deutschen DSL-Geschäft und als eines der weltweit führenden Hosting-Unternehmen derzeit in 6 Ländern aktiv. Zentrale Themen bei 1&1 waren im Berichtszeitraum die Einführung der 1&1 Branchen-Homepage, 1&1 DSL-HomeNet sowie der Start von VDSL mit Geschwindigkeiten von bis zu 50.000 kBit/s.

Mit der 1&1 Branchen-Homepage können Unternehmen in wenigen Minuten ohne Vorkenntnisse einen professionellen Internet-Auftritt erstellen. Die im März gestartete Lösung wurde im Verlauf des 2. Quartals auch in unseren Auslandsmärkten freigeschaltet. 1&1 DSL-HomeNet ist eine Lösung zur kabellosen Heimvernetzung, mittels derer sich Internet, Telefon und Entertainment-Angebote sowie im Web oder auf der Festplatte gespeicherte Fotos, Filme oder Songs auf verschiedenen Endgeräten nutzen lassen. Mit dem Start von VDSL im September 2009 kann 1&1 HomeNet mit bis zu 50.000 kBit/s genutzt werden.

### **united-domains**

united-domains ist Spezialist für die internationale Domain-Registrierung von mehr als 150 Domain-Endungen. Das Angebot reicht von .ar (für Argentinien) bis .za (für Südafrika). Das Unternehmen adressiert schwerpunktmäßig mittlere und größere Unternehmen.

Neben der Neukundengewinnung standen bei united-domains in den ersten 9 Monaten 2009 insbesondere der Start und die Vermarktung der neuen Domain „.tel“ im Mittelpunkt. Mit einer .tel-Domain können Firmen ihre Kontaktdaten direkt unter einer prägnanten URL veröffentlichen.

### **InterNetX**

Unter InterNetX ist das Reselling-Geschäft von United Internet für Deutschland, Österreich und die Schweiz zusammengefasst. InterNetX vertreibt Hosting-Produkte an ISPs und Multimedia-Agenturen (Reseller), die diese wiederum – unter eigenem Namen und auf eigene Rechnung – weitervermarkten.

Im Berichtszeitraum hat InterNetX vor allem ihr Reseller-Netzwerk weiter ausgebaut. InterNetX betreut inzwischen über 19.000 Reseller, für die rund 2,6 Mio. Domains und über 1.300 Server gehostet werden.

### **Fasthosts**

Fasthosts ist unsere Reseller-Marke in Großbritannien und den USA. Fasthosts vertreibt Hosting-Produkte an über 5.000 ISPs und Multimedia-Agenturen (Reseller), die diese an Endkunden weitervermarkten. Daneben ist Fasthosts auch im Direktgeschäft mit Konsumenten und Unternehmen aktiv.

Bei Fasthosts stand im bisherigen Geschäftsjahr der weitere Ausbau der Kundenbasis im Vordergrund.

### **Ausblick**

Für unser Produktgeschäft sind wir zuversichtlich, dass unsere Internationalisierungsstrategie im Webhosting-Geschäft auch weiterhin aufgeht und wir auch Dank weiterer Produktinnovationen wie der 1&1 Branchen-Homepage unser Wachstum fortsetzen können. Gleiches gilt für die Vermarktung unserer Information Management Lösungen, für die wir weiter steigende Vertragszahlen erwarten.

Im DSL-Geschäft soll sich die Trendwende beim Vertragsrückgang fortsetzen – nach einem Rückgang um 50.000 Verträge im 2. Quartal und 30.000 im 3. Quartal wird sich auch im 4. Quartal eine weitere Verbesserung einstellen. Neben der zum Jahresende anstehenden technischen Migration der freenet-DSL-Kunden auf unsere Systeme sowie dem Aufbau des VDSL-Geschäfts steht in dieser Produktlinie weiterhin die für die Kundenbindung wichtige Migration unserer Kunden auf Komplettpakete im Mittelpunkt.

Auch bei der Vermarktung unserer Portale GMX, WEB.DE und 1&1 erwarten wir künftig weiteres Wachstum – wenngleich angesichts der konjunkturbedingten Marktschwäche auf niedrigerem Niveau als in der Vergangenheit.

## Online-Marketing

Im Geschäftsfeld Online-Marketing haben wir im Berichtszeitraum Werbetreibenden verschiedene Marketing- und Vertriebslösungen angeboten: Affiliate-Marketing über affilinet, Domain-Marketing über Sedo sowie Display-Marketing über AdLINK Media. AdLINK Media haben wir im 3. Quartal 2009 gegen 12,2 Mio. € in bar oder in Aktien in die börsennotierte Hi-media S.A. eingebracht. Nach plangemäßigem Abschluss der Transaktion Ende August wurde das Display-Marketing-Geschäft gemäß IFRS 5 rückwirkend dekonsolidiert und wird als „Ergebnis aus eingestellten Geschäftsbereichen“ dargestellt.

Während sich das Produkt-Segment sehr krisenfest zeigte, wurde das Geschäft im Segment „Online-Marketing“ erwartungsgemäß von Wirtschaftskrise und Werbeflaute sowie dem daraus resultierenden Margendruck wesentlich beeinträchtigt. Während der Umsatz mit 101,4 Mio. € (-1,5 % im Vergleich zur Vorjahresperiode) relativ stabil blieb, gingen insbesondere die Ergebniskennzahlen im Vergleich zu den von diesen Faktoren noch weitgehend unbelasteten Vorjahreszahlen deutlich zurück. So sanken das EBITDA um 36,4 % auf 6,8 Mio. € und das EBIT um 43,6 % auf 5,3 Mio. €. Mit den in den ersten 9 Monaten 2009 erzielten Umsatzzahlen trug das Segment einen Anteil von 8,3 % zum Gesamtumsatz des United Internet Konzerns bei.

### affilinet

affilinet verbindet Anbieter von Partner-Programmen und Webseiten-Inhaber. Dabei partizipiert affilinet – rein erfolgsabhängig – an den über das Netzwerk initiierten Kontakten und Verkäufen.

### Quartalsentwicklung im Online-Marketing-Segment in Mio. €

	Q4 2008	Q1 2009	Q2 2009	Q3 2009	Q3 2008
Umsatz	34,0	36,4	33,4	31,6	32,4
EBITDA	0,4	3,0	1,8	2,0	2,1
EBIT	-6,4	2,6	1,2	1,5	1,8

Zahlen des Vorjahres bzw. der Vorquartale angepasst nach Verkauf und Dekonsolidierung des AdLINK-Display-Marketing-Geschäfts

Ergebnis-Kennzahlen des Segments in Q3/2009 ohne Einmalträge in Höhe von 12,7 Mio. € aus Beteiligungsverkäufen (auf Konzernebene eliminiert)

In den ersten 9 Monaten standen bei affilinet die Gewinnung neuer Programmanbieter und der Ausbau des Netzwerkes im Vordergrund. Die angebotenen Partnerprogramme konnten dabei auf rund 1.790 gesteigert werden. Gleichzeitig konnte das Netzwerk auf 485.000 aktive Websites erweitert werden.

### Sedo

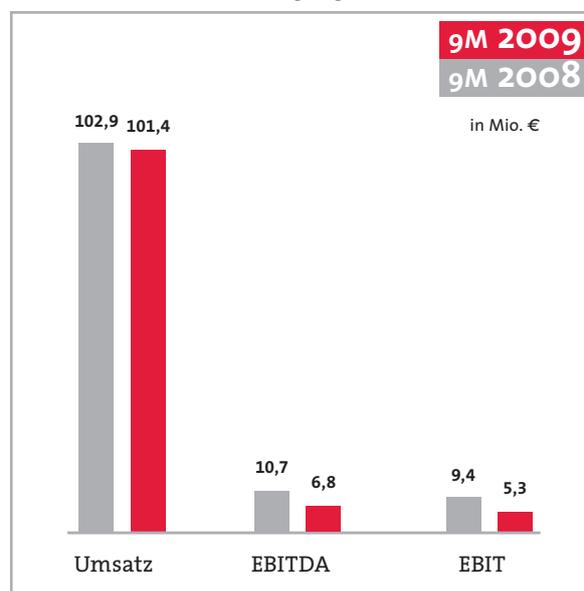
Sedo betreibt die globale Domain-Handelsplattform sedo.com, auf der derzeit, nach einer Bereinigung im Zuge einer von Sedo im Berichtszeitraum durchgeführten Qualitäts- und Effizienzinitiative, 14,1 Mio. Domains gehandelt werden. 6 Mio. dieser Domains werden im Auftrag der Domain-Besitzer an Werbetreibende vermarktet.

Sedo konnte im Berichtszeitraum den US-Wettbewerber „RevenueDirect“ übernehmen und den Eigenbestand über den Ankauf größerer Domain-Portfolios weiter ausbauen.

### Ausblick

Nach der Einbringung unseres Display-Marketing-Geschäfts „AdLINK Media“ in die Hi-media Group konzentrieren wir uns bei der Fremdvermarktung künftig ganz auf die performance-basierten Geschäftsbereiche Affiliate- und Domain-Marketing.

### Finanzzahlen Online-Marketing-Segment



Nach den vorgenommenen Weichenstellungen und der Tendenz des 3. Quartals halten wir die Bodenbildung in diesem Segment für erreicht, erwarten aber angesichts der anhaltenden Zurückhaltung der Werbetreibenden infolge der Wirtschaftskrise und des damit verbundenen Drucks auf Preise und Margen ein weiterhin schwieriges Marktumfeld.

## Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

### Erfolgreicher Geschäftsverlauf trotz schwieriger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen

Trotz Rezession und damit verbundener Schwäche des Online-Werbemarktes konnte United Internet auf Konzernebene alle wesentlichen operativen Finanzkennzahlen im Vergleich zur Vorjahresperiode deutlich verbessern.

Der in der United Internet AG konsolidierte Umsatz konnte im Vergleich zum Vorjahr um 5,1 % von 1.165,2 Mio. € auf 1.224,8 Mio. € gesteigert werden. Dabei konnte das Produkt-Segment dank des überwiegend auf elektronischen Abonnements basierenden Geschäftsmodells weiter zulegen – wenngleich sich auch bei der Portalvermarktung die Zurückhaltung der Werbekunden bemerkbar machte. Insgesamt stieg der Segment-Umsatz um 5,8 % von 1.061,7 Mio. € im Vorjahr auf 1.122,9 Mio. €. Im Segment Online-Marketing wurden die Finanzkennzahlen von der Wirtschaftskrise und der damit verbundenen Werbeflaute belastet. Entsprechend ging auch der Segment-Umsatz gegenüber dem noch relativ unbelasteten Vorjahresergebnis um 1,5 % auf 101,4 Mio. € zurück.

Die Bruttomarge im Konzern sank von 40,6 % im Vorjahreszeitraum auf 38,8 %. Ursächlich hierfür sind die hohen und zunächst erst einmal ergebnisbelastenden Aufwendungen für die Konvertierung unserer DSL-Kunden auf Komplettpakete sowie der derzeit existierende Margendruck im Bereich der Online-Werbung.

Die Vertriebskosten sanken im Vergleich zu den ersten 9 Monaten des Vorjahres – infolge reduzierter Werbeausgaben nach Übernahme des freenet-DSL-Geschäfts – von 198,3 Mio. € (17,0 % vom Umsatz) auf 167,6 Mio. € (13,7 % vom Umsatz). Die Verwaltungskosten haben sich im Berichtszeitraum von 56,6 Mio. € (4,9 % vom Umsatz) auf 64,6 Mio. € (5,3 % vom Umsatz) erhöht.

Das ordentliche Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) verbesserte sich um 8,1 % von 248,9 Mio. € auf 269,1 Mio. €. Das ordentliche Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) legte um 9,4 % von 209,8 Mio. € auf 229,6 Mio. € zu. Inclusive eines Einmalertrags in Höhe von 50,2 Mio. € aus dem Verkauf der direkt gehaltenen freenet-Anteile stiegen das EBITDA auf 319,3 Mio. € und das EBIT auf 279,8 Mio. €.

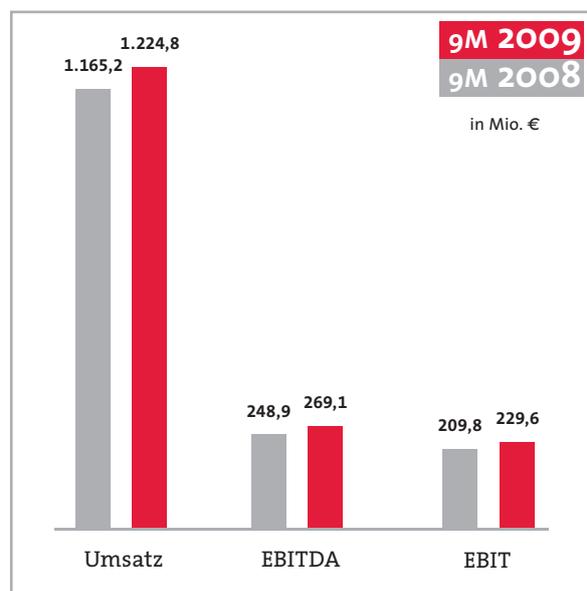
### Quartalsentwicklung im Konzern in Mio. €

	Q4 2008	Q1 2009	Q2 2009	Q3 2009	Q3 2008
Umsatz	405,2	409,4	406,3	409,1	391,7
EBITDA	68,0	83,5	90,2	95,4	78,5
EBIT	48,1	70,8	76,8	82,0	65,1

Zahlen des Vorjahres bzw. der Vorquartale angepasst nach Verkauf und Dekonsolidierung des AdLINK-Display-Marketing-Geschäfts

EBIT und EBITDA ohne Sondereffekte in Q3/2009 in Höhe von 50,2 Mio. € aus dem Verkauf der freenet-Anteile

### Finanzzahlen Konzern



Während das Ergebnis vor Steuern (EBT) sowie das Konzernergebnis im Vorjahr durch Wertminderungen bei Beteiligungen in Höhe von 145,6 Mio. € belastet waren, sind beide Kennzahlen in den ersten 9 Monaten 2009 durch im Saldo positive Einmalserträge (vor allem durch Verkauf der freenet-Anteile, Wertaufholungen bei der MSP-Holding und Wertminderungen insbesondere bei den Versatel-Anteilen) in Höhe von 45,2 Mio. € erhöht. Unter Berücksichtigung dieser Sonderfaktoren stiegen das EBT von 42,2 Mio. € auf 240,8 Mio. € und das Konzernergebnis aus fortgeführten Geschäftsbereichen von -13,4 Mio. € auf 175,6 Mio. €. Inklusive der eingestellten Geschäftsbereiche verbesserte sich das Konzernergebnis von -13,5 Mio. € auf 184,2 Mio. €.

Das Ergebnis pro Aktie (EPS) verbesserte sich von im Vorjahr -0,06 € (inkl. -0,63 € aus Wertminderungen) auf 0,79 € (inkl. 0,19 € aus den genannten positiven Einmalserträgen sowie 0,03 € aus eingestellten Geschäftsbereichen).

### Operativer Cash Flow in Höhe von 193,8 Mio. €

Durch die erfolgreiche Geschäftsentwicklung stieg der Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit im Vergleich zur Vorjahresperiode von 175,6 Mio. € auf 193,8 Mio. €.

Die Nettoeinnahmen der betrieblichen Tätigkeit stiegen im Vergleich zum Vorjahr von 95,9 Mio. € auf 183,7 Mio. €.

Die Nettoausgaben im Investitionsbereich betragen im Berichtszeitraum 39,0 Mio. €. Während die Ausgaben-seite insbesondere durch den Erwerb der united-domains AG (32,5 Mio. €) sowie die Zahlung der Barkomponente für das freenet-DSL-Geschäft (70,0 Mio. €) geprägt ist, steht bei den Einzahlungen der Verkauf der freenet-Anteile (92,9 Mio. €) im Vordergrund. Im Vorjahreszeitraum betragen die Nettoausgaben im Investitionsbereich 174,7 Mio. €, wobei 121,2 Mio. € den Erwerb von Anteilen an assoziierten Unternehmen betrafen. Die Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen lagen mit 28,2 Mio. € leicht über Vorjahresniveau (25,5 Mio. €).

Bestimmend im Cash Flow aus dem Finanzierungsbereich war im Berichtszeitraum die Rückzahlung von Krediten in Höhe von 94,8 Mio. €, während im Vorjahr die Mittelaufnahme über Kredite (150,1 Mio. €), der Mittelabfluss für den Erwerb eigener Aktien (-51,6 Mio. €) sowie die Dividendenzahlung (-45,9 Mio. €) im Vordergrund standen.

### Deutliche Reduzierung der Bankverbindlichkeiten

Die Bilanzsumme im Konzern stieg von 1.102,0 Mio. € zum 31. Dezember 2008 auf 1.212,4 Mio. € zum 30. September 2009, wovon Ende 2008 378,9 Mio. € und Ende September 2009 396,2 Mio. € Firmenwerte darstellten. Die Firmenwerte resultieren mit rund 320 Mio. € aus dem ertragsstarken Produkt-Segment. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sanken stichtagsbedingt aber auch durch den Verkauf des Display-Marketing-Geschäfts von 170,7 Mio. € auf 138,3 Mio. €. Die Netto-Bankverbindlichkeiten sanken trotz des Erwerbs der united-domains AG sowie der Zahlung der Barkomponente für das freenet-DSL-Geschäft von 489,0 Mio. € auf 342,5 Mio. €. Der Bestand an eigenen Aktien der United Internet AG belief sich zum 30. September 2009 auf 22 Mio. Stück. Dank der erfolgreichen Geschäftsentwicklung stieg die Eigenkapitalquote im Konzern – nach Abzug der eigenen Aktien – von 13,2 % zum 31. Dezember 2008 auf 29,9 % zum 30. September 2009.

### Risikobericht

Über die gesetzlichen Anforderungen hinaus hat ein ganzheitliches Risikomanagement für United Internet hohe Priorität. Unser Überwachungssystem identifiziert, klassifiziert und bewertet Risiken bei klaren Verantwortlichkeiten. Wir verstehen effizientes und vorausschauendes Risikomanagement nicht nur als Instrument, um gefährdende Entwicklungen frühzeitig zu erkennen, sondern auch als wichtige und Wertschaffende Aufgabe. Mit der eingeführten Risikomanagementkultur begegnen wir Risiken proaktiv.

Die Gesamtrisikosituation blieb in den ersten 9 Monaten 2009 im Vergleich zur Risikoberichterstattung im Rahmen des Jahresabschlusses 2008 weitgehend stabil. Die wesentlichen Risiken der aktuellen und zukünftigen Finanz-, Vermögens- und Ertragslage konzentrieren sich im operativen Geschäft weiterhin auf die Bereiche Bedrohungspotenziale im Internet, die beispielsweise zu Fraud bei den Produkten der United Internet AG führen können, Technik und Softwaresysteme, Abhängigkeit von Lieferanten/Geschäftspartnern sowie rechtliche Risiken bzgl. möglicher Verschärfungen von Datenschutzvorgaben.

Die Eintrittswahrscheinlichkeiten dieser identifizierten Risiken werden von uns als gering bis begrenzt eingeschätzt.

Durch den Kauf des DSL-Geschäfts von freenet und der damit verbundenen Übernahme von ca. 700.000 freenet-Kunden kann United Internet eine deutlich stärkere Positionierung auf dem DSL-Markt einnehmen. Die daraus resultierenden Risiken bestehen vor allem in der zeitgerechten, inhaltlich richtigen und vollständigen Überführung der freenet-Kunden auf die 1&1 IT-Systeme.

Bestandsgefährdende Risiken waren im Berichtszeitraum weder aus Einzelrisiken noch aus der Gesamtrisikosituation für United Internet erkennbar.

## Nachtragsbericht

Am 16. Oktober 2009 hat die United Internet AG ihre an der Drillisch AG gehaltenen 5.150.000 Aktien außerbörslich verkauft. Der Verkaufserlös betrug 21,63 Mio. €, das entspricht einem Preis von 4,20 € je Aktie. Aus dem Verkauf der Drillisch-Aktien erwarten wir einen positiven Einmalsertrag in Höhe von rund 12,4 Mio. € im 4. Quartal 2009.

Darüber hinaus fanden keine Ereignisse nach Schluss des Berichtszeitraumes statt, die die Unternehmenssituation von United Internet wesentlich verändert haben.

## Chancen und Ausblick

### Globale Konjunkturerholung für 2010 erwartet

Nachdem der Internationale Währungsfonds (IWF) seine Prognose für die Weltwirtschaft in diesem Jahr – im Rahmen seines Prognose-Updates zum „World Economic Outlook“ im Oktober 2009 – auf -1,1 % (Juli-Prognose: -1,4 %) wieder erhöht hat, ist er auch für 2010 inzwischen zuversichtlicher. Nach IWF-Einschätzung erholen sich die globale und die deutsche Wirtschaft schneller von der tiefsten Rezession seit Jahrzehnten als anfangs befürchtet. Weltweit erwartet der IWF für 2010 inzwischen wieder ein Wachstum von 3,1 % (Juli-Prognose: 2,5 %). Gleichzeitig unterstreicht der IWF, dass die Weltwirtschaft in unterschiedlicher Geschwindigkeit zurück auf einen Wachstumskurs steuert, wenn gleich der Arbeitsmarkt zunächst nur wenig davon spüren wird. Vor diesem Hintergrund rechnet der IWF

auch mittelfristig mit einem schwächeren Wachstum als vor der Krise und erwartet auch von 2010 bis 2014 nur ein durchschnittliches Wachstum der Weltwirtschaft um ca. 4 % – während der globale BIP-Anstieg vor der Krise noch im Mittel ca. 5 % betragen hat.

Während der IWF für die US-Wirtschaft für 2010 ein Wachstum des Bruttoinlandsprodukts um 1,5 % (Juli-Prognose: 0,8 %) erwartet, rechnet er für das BIP der Eurozone in 2010 lediglich mit einem kleinen Plus in Höhe von 0,3 % (Juli-Prognose: -0,3 %). Für Deutschland sagt der IWF für 2010 ebenfalls lediglich ein „Miniwachstum“ von 0,3 % voraus, nachdem er im Juli-Update noch von einem Minus von 0,6 % ausgegangen ist. Damit ist der IWF deutlich pessimistischer als die führenden deutschen Wirtschaftsforschungsinstitute, die für Deutschland in ihrem Herbstgutachten mit einem Plus von 1,2 % in 2010 rechnen.

### Auch deutscher Hightech-Markt soll 2010 wieder wachsen

Nach der Oktober-Prognose des Branchenverbands BITKOM wird der Umsatz mit Produkten und Diensten der Informationstechnik und Telekommunikation (ITK) in Deutschland im Jahr 2009 um 2,5 % auf insgesamt 142 Mrd. € zurückgehen – nachdem der Verband in seiner März-Prognose noch von einem Umsatz auf Vorjahresniveau (144,6 Mrd. €) ausging. Nach dem erwarteten Umsatzrückgang in 2009 geht der Verband für 2010 wieder von einer leichten Erholung um 0,1 % aus.

### Wachstum bei Breitband-Anschlüssen soll anhalten

Der Branchenverband BITKOM erwartet, dass der Markt für Internetzugänge im Festnetz im Jahr 2009 in Deutschland voraussichtlich um 4,2 % auf 13,8 Mrd. € wachsen und damit einen neuen Spitzenwert erreichen wird. Das teilte BITKOM auf Basis aktueller Prognosen des Marktforschungsinstituts EITO Ende Februar 2009 in Berlin mit. Trotz wirtschaftlicher Flaute soll alleine der Umsatz mit privaten Internetzugängen in 2009 um 7,5 % auf 8,8 Mrd. € zulegen.

Gemäß der ebenfalls Ende Februar 2009 erschienenen Studie „LIFE – Digitales Leben“ wird sich dabei insbesondere der Trend zum Breitbandanschluss – trotz des Abflachens der bisherigen Wachstumskurven – weiter fortsetzen. Die Experten prognostizieren in Deutschland ein Wachstum bei Breitbandanschlüssen auf

36 Mio. bis 2015 mit Datenübertragungsgeschwindigkeiten von teilweise mehr als 100 MBit/s. Bei der Anzahl der Breitbandverbindungen (UMTS) im Mobilfunk wird von den Experten eine Vervierfachung auf 41 Mio. bis 2015 erwartet.

Hinter dem Wachstum steht vor allem die Zunahme bei Bandbreiten, die gleichbedeutend ist mit der Leistungsfähigkeit der Netze. Ohne diese Entwicklung wären attraktive Anwendungen wie Internet-Telefonie, Internet-TV oder Video-on-Demand nicht möglich. Hohe Bandbreiten werden auch künftig bei webbasierten Anwendungen eine zentrale Rolle spielen. Schon heute wächst das weltweite Datenvolumen im Internet nach BITKOM-Berechnungen jährlich um 50–60 %.

Die anhaltende Verbreitung von Breitband-Anschlüssen hat positive Einflüsse auf viele andere Märkte, in denen wir aktiv sind. Die zunehmende Haushaltsdurchdringung erlaubt es uns, neue innovative Produkte und Services anzubieten. Und unsere Online-Portale GMX, WEB.DE und 1&1 sowie unsere Marketing-Marken Sedo und affilinet können dank steigender Bandbreiten zunehmend datenintensivere Werbeformate einsetzen.

### Weiteres Wachstum auch für Webhosting und Online-Werbung erwartet

Auch der Webhosting-Industrie sagen die Marktforscher anhaltendes Wachstum voraus. So rechnen Gartner und IDC weltweit mit jährlichen Zuwachsraten von 15 bzw. 16 % bis 2010. Neue – unter dem Stichwort „Cloud Computing“ subsumierte – webbasierte Services werden diesen „Outsourcing“-Trend (hin zu Internet-basierten, weg von PC-basierten Anwendungen) weiter verstärken.

Auch der Online-Werbemarkt soll weiterhin wachsen – wenngleich für 2009 ein wohl temporärer, jedoch deutlicher Abschwung des Brutto-Wachstums infolge der weltweiten Wirtschaftskrise zu konstatieren ist. Insgesamt jedoch wird die Bedeutung der Online-Werbung im Gesamt-Werbemix nach Meinung der meisten Experten weiter zunehmen. Die Studie „Marketers' Internet Ad Barometer 2009“ zeigt, dass sich Europas Werbetreibende in der Wirtschaftskrise noch stärker auf das Werbemedium Internet konzentrieren: 70 % der Werbetreibenden steigern ihre Online-Werbeausgaben in 2009 und werden auch zukünftig verstärkt auf Online-Werbung setzen (2010: +21 %; 2011: +15 %). Auch der Stellenwert der Online-Werbung im Media-Mix wächst kontinuierlich weiter. So sieht mittlerweile knapp die Hälfte der europäischen Werbetreibenden

(47 %) das Internet als unverzichtbaren Kanal für ihr Marketing an – nach 38 % in 2008 und 17 % in 2006. Dabei werden vor allem Media-Etats aus TV und Print zunehmend ins Internet verlagert. Der Zuwachs im digitalen Sektor spiegelt nicht nur die steigende Bedeutung des Mediums wider, sondern auch die höhere Wertschätzung und Nutzungsdauer des Internets auf Seiten der Verbraucher (wöchentliche Internetnutzung: +28 % in 2008 im Vergleich zu 2004). Auch für den Gesamtwerbemarkt sieht ZenithOptimedia trotz des insgesamt weiterhin düsteren Ausblicks auf das Gesamtjahr 2009 – angesichts des im zweiten Halbjahr verlangsamten Rückgangs der weltweiten Werbespendings – die Talsohle bald erreicht, rechnet allerdings erst für 2011 (Prognose 2010: -3,2 %) wieder mit einem Plus.

### Ausblick

Wir sehen dank unserer erfolgreichen und stabilen Positionierung in den Wachstumsmärkten DSL, Webhosting, Portalgeschäft und Online-Marketing auch für den weiteren Geschäftsverlauf 2009 gute Chancen. Aufgrund der guten Geschäftsentwicklung heben wir unsere Ergebnis-Prognosen für das Jahr 2009 erneut an: Nachdem wir unsere Wachstums-Prognosen für EBITDA und EBIT bei Vorlage der Halbjahreszahlen bereits auf 5 % angehoben hatten, erwarten wir nun eine Steigerung um ca. 8 % bei EBITDA und EBIT gegenüber den vergleichbaren Vorjahreswerten.

# Konzern-Zwischenabschluss zum 30. September 2009

Bilanz in T€

Vorwort  
Lagebericht  
Zwischenabschluss  
Anhang

15

	30. September 2009	31. Dezember 2008*
<b>VERMÖGENSWERTE</b>		
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>		
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	106.212	55.372
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	89.860	119.066
Vorräte	14.972	19.048
Rechnungsabgrenzungsposten	31.902	28.791
Sonstige Vermögenswerte	13.183	12.737
	<b>256.129</b>	<b>235.014</b>
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>		
Anteile an assoziierten Unternehmen/Gemeinschaftsunternehmen	161.155	221.684
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	132.284	72.785
Sachanlagen	85.645	86.494
Immaterielle Vermögenswerte	173.449	97.512
Firmenwerte	396.216	378.876
Latente Steueransprüche	7.518	9.632
	<b>956.267</b>	<b>866.983</b>
<b>Summe Vermögenswerte</b>	<b>1.212.396</b>	<b>1.101.997</b>
<b>SCHULDEN UND EIGENKAPITAL</b>		
<b>Schulden</b>		
<b>Kurzfristige Schulden</b>		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	138.268	170.743
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	100.059	16.069
Erhaltene Anzahlungen	6.828	6.453
Steuerrückstellungen	19.797	33.855
Rechnungsabgrenzungsposten	119.297	106.401
Sonstige Rückstellungen	9.134	4.513
Sonstige Verbindlichkeiten	64.691	57.065
	<b>458.074</b>	<b>395.099</b>
<b>Langfristige Schulden</b>		
Wandelschuldverschreibungen	35	74
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	348.650	528.301
Latente Steuerschulden	23.188	17.351
Sonstige Verbindlichkeiten	19.978	15.592
	<b>391.851</b>	<b>561.318</b>
<b>Summe Schulden</b>	<b>849.925</b>	<b>956.417</b>
<b>Eigenkapital</b>		
Grundkapital	251.626	251.469
Kapitalrücklage	167.368	163.896
Kumuliertes Konzernergebnis	187.849	5.619
Eigene Anteile	-264.987	-264.987
Neubewertungsrücklage	35.894	10.002
Währungsumrechnungsdifferenz	-26.499	-28.692
<b>Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital</b>	<b>351.251</b>	<b>137.307</b>
Minderheitsanteile	11.220	8.273
<b>Summe Eigenkapital</b>	<b>362.471</b>	<b>145.580</b>
<b>Summe Schulden und Eigenkapital</b>	<b>1.212.396</b>	<b>1.101.997</b>

\* Angepasst - Vergleiche Anmerkung 2 des 9-Monats-Berichts 2009

## Konzern-Zwischenabschluss zum 30. September 2009

### Gewinn- und Verlustrechnung in T€

	2009 Januar–September	2008* Januar–September
Umsatzerlöse	1.224.810	1.165.160
Umsatzkosten	-749.174	-691.802
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>475.636</b>	<b>473.358</b>
Vertriebskosten	-167.645	-198.311
Verwaltungskosten	-64.591	-56.614
Sonstige betriebliche Erträge / Aufwendungen	50.333	7.946
Abschreibungen auf im Rahmen von Unternehmenserwerben aktivierte immaterielle Vermögenswerte	-13.927	-16.555
<b>Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit</b>	<b>279.806</b>	<b>209.824</b>
Finanzergebnis	-15.576	-18.002
Abschreibungen auf Beteiligungen	-2.851	-22.506
Ergebnis aus at-equity bilanzierten Unternehmen	-20.588	-127.154
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>240.791</b>	<b>42.162</b>
Steueraufwendungen	-65.221	-55.544
<b>Konzernergebnis (aus fortgeführten Geschäftsbereichen)</b>	<b>175.570</b>	<b>-13.382</b>
Ergebnis aus eingestellten Geschäftsbereichen	8.640	-81
<b>Konzernergebnis (nach eingestellten Geschäftsbereichen)</b>	<b>184.210</b>	<b>-13.463</b>
Davon entfallen auf		
- Minderheitsanteile	1.980	564
- Anteilseigner der United Internet AG	182.230	-14.027
<b>Ergebnis je Aktie der Anteilseigner der United Internet AG (in €)</b>		
- unverwässert	0,79	-0,06
- verwässert	0,79	-0,06
Davon Ergebnis je Aktie (in €) aus fortgeführten Geschäftsbereichen		
- unverwässert	0,76	-0,06
- verwässert	0,76	-0,06
Davon Ergebnis je Aktie (in €) aus eingestellten Geschäftsbereichen		
- unverwässert	0,03	-
- verwässert	0,03	-
Gewichteter Durchschnitt der im Umlauf befindlichen Aktien (in Mio. Stück)		
- unverwässert	229,53	229,91
- verwässert	230,11	230,42
<b>Überleitung zum gesamten Konzernergebnis</b>		
Konzernergebnis	184.210	-13.463
Im Eigenkapital erfasste Ergebnisse		
- Veränderung der Währungsdifferenzen		-8.526
- Marktwertveränderung von als zur Veräußerung verfügbaren Finanzinstrumenten nach Steuern	25.538	-4.614
- Erfolgsneutrale Veränderung von at-equity bilanzierten Unternehmen nach Steuern	1.444	0
	<b>29.175</b>	<b>-13.140</b>
<b>Gesamtes Konzernergebnis</b>	<b>213.385</b>	<b>-26.603</b>
Davon entfallen auf		
- Minderheitsanteile	3.070	417
- Anteilseigner der United Internet AG	210.315	-27.020

\* Angepasst – Vergleiche Anmerkung 4 des 9-Monats-Berichts 2009

# Konzern-Zwischenabschluss zum 30. September 2009

Gewinn- und Verlustrechnung in Mio. €

Vorwort  
Lagebericht  
Zwischenabschluss  
Anhang

17

	Q1 2009 Jan.–März	Q2 2009 April–Juni	Q3 2009 Juli–Sept.	Q3 2008* Juli–Sept.
Umsatzerlöse	409,4	406,3	409,1	391,7
Umsatzkosten	-255,6	-252,3	-241,3	-236,2
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>153,8</b>	<b>154,0</b>	<b>167,8</b>	<b>155,5</b>
Vertriebskosten	-60,8	-51,7	-55,1	-70,9
Verwaltungskosten	-19,4	-21,6	-23,6	-18,2
Sonstige betriebliche Erträge / Aufwendungen	1,6	0,8	47,9	4,3
Abschreibungen auf im Rahmen von Unternehmenserwerben aktivierte immaterielle Vermögenswerte	-4,4	-4,7	-4,8	-5,6
<b>Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit</b>	<b>70,8</b>	<b>76,8</b>	<b>132,2</b>	<b>65,1</b>
Finanzergebnis	-8,9	-3,0	-3,7	-7,3
Abschreibungen auf Beteiligungen	0,0	0,0	-2,8	-22,5
Ergebnis aus at-equity bilanzierten Unternehmen	-5,1	-7,6	-7,9	-122,2
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>56,8</b>	<b>66,2</b>	<b>117,8</b>	<b>-86,9</b>
Steueraufwendungen	-18,9	-21,3	-25,0	-16,2
<b>Konzernergebnis (aus fortgeführten Geschäftsbereichen)</b>	<b>37,9</b>	<b>44,9</b>	<b>92,8</b>	<b>-103,1</b>
Ergebnis aus eingestellten Geschäftsbereichen	-0,3	0,1	8,8	-0,7
<b>Konzernergebnis (nach eingestellten Geschäftsbereichen)</b>	<b>37,6</b>	<b>45,0</b>	<b>101,6</b>	<b>-103,8</b>
Davon entfallen auf				
- Minderheitsanteile	0,1	0,1	1,8	0,0
- Anteilseigner der United Internet AG	37,5	44,9	99,8	-103,8
<b>Ergebnis je Aktie der Anteilseigner der United Internet AG (in €)</b>				
- unverwässert	0,16	0,20	0,43	-0,45
- verwässert	0,16	0,20	0,43	-0,45
Davon Ergebnis je Aktie (in €) aus fortgeführten Geschäftsbereichen				
- unverwässert	0,16	0,20	0,40	-0,45
- verwässert	0,16	0,20	0,40	-0,45
Davon Ergebnis je Aktie (in €) aus eingestellten Geschäftsbereichen				
- unverwässert	-	-	0,03	-
- verwässert	-	-	0,03	-

\* Angepasst - Vergleiche Anmerkung 4 des 9-Monats-Berichts 2009

## Konzern-Zwischenabschluss zum 30. September 2009

### Kapitalflussrechnung in T€

	2009 Januar–September	2008* Januar–September
<b>Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit</b>		
Konzernergebnis (aus fortgeführten Geschäftsbereichen)	175.570	-13.382
Konzernergebnis (aus eingestellten Geschäftsbereichen)	8.640	-81
<b>Berichtigungen zur Überleitung des Konzernergebnisses zu den Einnahmen und Ausgaben</b>		
<i>Abschreibungen (aus fortgeführten Geschäftsbereichen)</i>		
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	25.587	22.496
Abschreibungen auf im Rahmen von Unternehmenserwerben aktivierte immaterielle Vermögenswerte	13.927	16.555
Abschreibungen auf sonstige finanzielle Vermögenswerte	2.851	22.506
<i>Abschreibungen (aus eingestellten Geschäftsbereichen)</i>		
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	0	288
Personalaufwand aus Mitarbeiterbeteiligungen	3.239	2.402
Ergebnis aus at-equity bilanzierten Unternehmen	20.588	127.155
Ausgeschüttete Gewinne assoziierter Unternehmen	0	397
Ertrag aus der Veräußerung von assoziierten Unternehmen	-50.228	-3.840
Ertrag aus der Veräußerung des Display-Marketing-Geschäfts	-10.217	0
Veränderungen der Ausgleichsposten für latente Steueransprüche	4.692	1.056
Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen/Erträge	-833	0
<b>Cash Flow der betrieblichen Tätigkeit</b>	<b>193.816</b>	<b>175.552</b>
<b>Veränderungen der Vermögenswerte und Schulden</b>		
Veränderung der Forderungen und sonstiger Vermögenswerte	11.066	11.998
Veränderung der Vorräte	5.865	1.007
Veränderung des aktiven Rechnungsabgrenzungspostens	-111	-144
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-16.807	-100.019
Veränderung der erhaltenen Anzahlungen	375	402
Veränderung der sonstigen Rückstellungen	1.829	-505
Veränderung der Steuerrückstellungen	-14.224	6.161
Veränderung der sonstigen Verbindlichkeiten	1.421	-2.882
Veränderung des passiven Rechnungsabgrenzungspostens	479	4.341
<b>Veränderungen der Vermögenswerte und Schulden, gesamt</b>	<b>-10.107</b>	<b>-79.641</b>
<b>Nettoeinnahmen der betrieblichen Tätigkeit</b>	<b>183.709</b>	<b>95.911</b>

	<b>2009</b> <b>Januar–September</b>	<b>2008*</b> <b>Januar–September</b>
<b>Cash Flow aus dem Investitionsbereich</b>		
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	-28.225	-25.510
Anzahlungen auf immaterielle Vermögenswerte	-70.000	0
Erwerb weiterer Anteile an verbundenen Unternehmen	0	-9.061
Erwerb von Anteilen an verbundenen Unternehmen	-33.082	-11.821
Erwerb von Anteilen an assoziierten Unternehmen/ Gemeinschaftsunternehmen	-3.757	-121.221
Einzahlungen aus der Veräußerung von finanziellen Vermögenswerten	1.414	0
Investitionen in sonstige finanzielle Vermögenswerte	-229	-29.591
Auszahlungen von Darlehen an Gemeinschaftsunternehmen	0	-1.000
Auszahlungen aus der Ausgabe von Darlehen	-2.200	-1.945
Abgänge aus der Veräußerung des Display-Marketing-Geschäfts	-1.154	0
Anlagenabgänge	527	-71
Einzahlungen aus der Veräußerung von assoziierten Unternehmen	92.869	8.343
Rückzahlungen von Anteilen an assoziierten Unternehmen	4.865	17.213
<b>Nettoausgaben im Investitionsbereich</b>	<b>-38.972</b>	<b>-174.664</b>
<b>Cash Flow aus dem Finanzierungsbereich</b>		
Kapitalerhöhung	644	0
Erwerb eigener Aktien	0	-51.649
Rückzahlung/Aufnahme von Krediten	-94.760	150.084
Rückzahlungen von Darlehen von assoziierten Unternehmen	0	-2.800
Dividendenzahlungen	0	-45.886
Einzahlungen von Minderheitsgesellschaftern	0	10.013
Ausschüttungen an Minderheitsgesellschafter	-151	0
Rückzahlungen von Wandelschuldverschreibungen	-2	-8
<b>Nettoausgaben/-einnahmen im Finanzierungsbereich</b>	<b>-94.269</b>	<b>59.754</b>
Nettoanstieg/-rückgang der Zahlungsmittel und der Zahlungsmitteläquivalente	50.468	-18.999
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres	55.372	59.770
Wechselkursbedingte Änderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	372	-3.552
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode</b>	<b>106.212</b>	<b>37.219</b>

\* In der Kapitalflussrechnung des Vorjahres wurden Umgliederungen vorgenommen, um die Ausweisänderungen der Gewinn- und Verlustrechnung zu berücksichtigen. Änderungen auf die Cash Flows ergaben sich nicht. Wir verweisen auf Anmerkung 4 des 9-Monats-Berichts 2009

## Konzern-Zwischenabschluss zum 30. September 2009

### Entwicklung des Eigenkapitals in T€

	Grundkapital		Kapitalrücklage T€	Kumuliertes Konzernergebnis T€
	Stückelung	T€		
<b>Stand am 1. Januar 2008</b>	<b>251.433.972</b>	<b>251.434</b>	<b>160.095</b>	<b>171.688</b>
Mitarbeiterbeteiligungsprogramm AdLINK Internet Media AG			1.047	
Mitarbeiterbeteiligungsprogramm United Internet AG			1.355	
Marktwertveränderung von als zur Veräußerung verfügbaren Finanz- instrumenten nach Steuern				
Zuführung eigener Anteile				
Dividendenzahlungen				-45.886
Veränderung der Währungsdifferenzen				
Konzernergebnis 2008				-14.027
Veränderung Beteiligungsquoten				
<b>Stand am 30. September 2008</b>	<b>251.433.972</b>	<b>251.434</b>	<b>162.497</b>	<b>111.775</b>
<b>Stand am 1. Januar 2009</b>	<b>251.433.972</b>	<b>251.469</b>	<b>163.896</b>	<b>5.619</b>
Ausübung von Wandlungsrechten	156.472	157	526	
Mitarbeiterbeteiligungsprogramm AdLINK Internet Media AG			11	
Mitarbeiterbeteiligungsprogramm United Internet AG			2.935	
Marktwertveränderung von als zur Veräußerung verfügbaren Finanz- instrumenten nach Steuern				
Erfolgsneutrale Veränderung von at-equity bilanzierten Unternehmen nach Steuern				
Veränderung der Währungsdifferenzen				
Konzernergebnis 2009				182.230
Gewinnausschüttungen				
<b>Stand am 30. September 2009</b>	<b>251.590.444</b>	<b>251.626</b>	<b>167.368</b>	<b>187.849</b>

	Eigene Anteile		Neube- wertungs- rücklage	Währungs- umrechnungs- differenz	Auf die Anteilseigner des Mutter- unternehmens entfallendes Eigenkapital	Minderheits- anteile	Summe Eigenkapital
	Stückelung	T€					
	<b>18.000.000</b>	<b>-213.338</b>	<b>9.411</b>	<b>-7.726</b>	<b>371.564</b>	<b>12.377</b>	<b>383.941</b>
					1.047		1.047
					1.355		1.355
			-4.467		-4.467	-147	-4.614
	4.000.000	-51.649			-51.649		-51.649
					-45.886		-45.886
				-8.526	-8.526		-8.526
					-14.027	564	-13.463
					0	-1.575	-1.575
	<b>22.000.000</b>	<b>-264.987</b>	<b>4.944</b>	<b>-16.252</b>	<b>249.411</b>	<b>11.219</b>	<b>260.630</b>
	<b>22.000.000</b>	<b>-264.987</b>	<b>10.002</b>	<b>-28.692</b>	<b>137.307</b>	<b>8.273</b>	<b>145.580</b>
					683		683
					11	28	39
					2.935		2.935
			24.448		24.448	1.090	25.538
			1.444		1.444		1.444
				2.193	2.193		2.193
					182.230	1.980	184.210
					0	-151	-151
	<b>22.000.000</b>	<b>-264.987</b>	<b>35.894</b>	<b>-26.499</b>	<b>351.251</b>	<b>11.220</b>	<b>362.471</b>

## Konzern-Zwischenabschluss zum 30. September 2009

### Segmentberichterstattung in T€

Januar–September 2009	Produkt-Segment T€	Online-Marketing-Segment T€	Zentrale / Beteiligungen T€	Überleitung T€	United Internet-Gruppe T€
Gesamtumsatz	1.130.671	105.419	3.112	-	-
- davon konzernintern	7.744	4.061	2.587	-	-
Außenumsatz	1.122.927	101.358	525	-	1.224.810
EBITDA	257.995	19.489	54.540	-12.704	319.320
EBIT	220.058	18.021	54.431	-12.704	279.806
Finanzergebnis				-15.576	-15.576
Abschreibungen auf Beteiligungen				-2.851	-2.851
Ergebnis aus at-equity bilanzierten Unternehmen				-20.588	-20.588
EBT					240.791
Steueraufwendungen				-65.221	-65.221
Konzernergebnis (aus fortgeführten Geschäftsbereichen)					175.570
Ergebnis aus eingestellten Geschäftsbereichen				8.640	8.640
Konzernergebnis (nach eingestellten Geschäftsbereichen)					184.210
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	27.789	399	37		28.225
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	37.937	1.468	109		39.514
Anzahl der Mitarbeiter	4.137	324	24		4.485
- davon Inland	3.383	230	24		3.637
- davon Ausland	754	94	0		848

Januar–September 2008	Produkt-Segment T€	Online-Marketing-Segment T€	Zentrale / Beteiligungen T€	Überleitung T€	United Internet-Gruppe T€
Gesamtumsatz	1.069.089	106.677	3.469	-	-
- davon konzernintern	7.345	3.785	2.945	-	-
Außenumsatz	1.061.744	102.892	524	-	1.165.160
EBITDA	235.751	10.654	2.470	-	248.875
EBIT	198.063	9.359	2.402	-	209.824
Finanzergebnis				-18.002	-18.002
Abschreibungen auf Beteiligungen				-22.506	-22.506
Ergebnis aus at-equity bilanzierten Unternehmen				-127.154	-127.154
EBT					42.162
Steueraufwendungen				-55.544	-55.544
Konzernergebnis (aus fortgeführten Geschäftsbereichen)					-13.382
Ergebnis aus eingestellten Geschäftsbereichen				-81	-81
Konzernergebnis (nach eingestellten Geschäftsbereichen)					-13.463
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	24.245	1.125	140		25.510
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	37.688	1.295	68		39.051
Anzahl der Mitarbeiter	3.906	322	30		4.258
- davon Inland	3.166	235	30		3.431
- davon Ausland	740	87	0		827

### 1 Informationen zum Unternehmen

Die United Internet AG ist ein Dienstleistungsunternehmen der Telekommunikations- und Informations-technologiebranche mit Sitz in 56410 Montabaur, Elgen-dorfer Straße 57, Bundesrepublik Deutschland. Die Gesellschaft ist beim Amtsgericht Montabaur unter HR B 5762 eingetragen.

### 2 Wesentliche Bilanzierungs-, Bewertungs- und Konsolidierungsgrundsätze

Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss für den Zeit-raum vom 1. Januar 2009 bis zum 30. September 2009 wurde gemäß *IAS 34 Zwischenberichterstattung* auf-gestellt.

Für die Darstellung dieses Konzern-Zwischenab- schlusses wurde ein gegenüber dem Konzernabschluss verkürzter Berichtsumfang gewählt, der in Verbindung mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2008 zu lesen ist. Für die Aufstellung des verkürzten Konzern- Zwischenabschlusses wurden, mit Ausnahme der im Folgenden beschriebenen neuen IFRS Standards und Interpretationen, die für die Aufstellung des Konzern- abschlusses zum 31. Dezember 2008 angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden unverändert übernommen.

#### IFRS 8 – Geschäftssegmente

IFRS 8 wurde im November 2006 veröffentlicht und ist erstmals in der Berichtsperiode anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2009 beginnt. IFRS 8 verlangt die Angabe von Informationen über die Geschäftsseg- mente eines Unternehmens und ersetzt den bisherigen *IAS 14 Segmentberichterstattung*. IFRS 8 folgt dem soge- nannten Management-Ansatz, wonach sich die Bericht- erstattung nach Finanzinformationen richtet, die von den Entscheidungsträgern des Unternehmens zur inter- nen Steuerung des Unternehmens verwendet werden. Bestimmend dabei sind die interne Berichts- und Orga- nisationsstruktur sowie solche Finanzgrößen, die zur Entscheidungsfindung über die Allokation von Ressour- cen und die Bewertung der Ertragskraft herangezogen werden.

#### IAS 1 – Darstellung des Abschlusses

Der überarbeitete Standard IAS 1 wurde im September 2007 veröffentlicht und ist erstmals in der Berichts-

periode anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2009 beginnt. Die Neufassung des Standards beinhaltet wesentliche Änderungen in Darstellung und Ausweis von Finanzinformationen im Abschluss. In der Eigen- kapitalveränderungsrechnung beispielsweise dürfen künftig nur Geschäftsvorfälle mit den Anteilseignern in ihrer Eigenschaft als Anteilseigner ausgewiesen werden. Die anderen Änderungen des Eigenkapitals sind in der Darstellung des Gesamtperiodenerfolgs aus- zuweisen, die entweder in Form einer einzelnen Auf- stellung oder in Form von zwei Aufstellungen (einer Gewinn- und Verlustrechnung und einer Darstellung des Gesamtperiodenerfolgs) erfolgen kann.

#### Rückwirkende Anpassung

Die Änderungen zu den IFRS aus dem Improvement- projekt 2008 wurden im Mai 2008 veröffentlicht und sind erstmals in der Berichtsperiode anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2009 beginnt. Es wurde beispielsweise bezüglich IAS 1 klargestellt, dass Ver- mögenswerte und Schulden, die gemäß *IAS 39 Finanz- instrumente: Ansatz und Bewertung* als zu Handels- zwecken gehalten klassifiziert sind, nicht automatisch als kurzfristige Vermögenswerte oder Schulden aus- zuweisen sind. Die Einstufung als „kurzfristig“ hat sich allein nach den Abgrenzungskriterien in IAS 1 zu richten. Der Standard sieht eine retrospektive Anwendung vor.

Der United Internet Konzern verfügt über ein Zinssiche- rungsgeschäft, welches nicht die Voraussetzungen des IAS 39 zum *Hedge Accounting* erfüllt und erfolgswirk- sam zum beizulegenden Wert erfasst wird. Der nega- tive beizulegende Zeitwert betrug zum 31. Dezember 2008 6.671 T€ und wurde unter den kurzfristigen son- stigen Verbindlichkeiten ausgewiesen. Der Vorjahres- ausweis wurde angepasst und es wurde ein Betrag in Höhe von 4.700 T€ von den kurzfristigen in die langfristigen sonstigen Verbindlichkeiten umgegliedert.

Aus der Anwendung von sonstigen im Berichtszeitraum erstmalig anzuwendenden IFRS Standards und Inter- pretationen ergaben sich keine nennenswerten Auswir- kungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

Durch den Verkauf und die Entkonsolidierung des Display-Marketing-Geschäfts der AdLINK Group sind gemäß IFRS 5 die Vorjahreszahlen der Gewinn- und Ver- lustrechnung anzupassen. Die Umsatzerlöse und Auf- wendungen des aufgegebenen Geschäftsbereichs sind

in den jeweiligen Positionen nicht mehr enthalten. Der aufgegebene Geschäftsbereich wird mit seinem Periodenergebnis nach Steuern separat dargestellt. Die Vergleichszahlen der Bilanz zum 31. Dezember 2008 und die Kapitalflussrechnung sind unverändert darzustellen, so dass diesbezüglich die Vorjahreswerte nur bedingt vergleichbar sind.

Dieser Konzern-Zwischenabschluss wurde weder entsprechend § 317 HGB geprüft noch einer prüferischen Durchsicht durch einen Abschlussprüfer unterzogen.

In den Konzern-Zwischenabschluss sind sämtliche Tochterunternehmen und assoziierte Unternehmen einbezogen.

### 3 Unternehmensbeteiligungen und -zusammenschlüsse

Die United Internet Beteiligungen GmbH hat mit Vertrag vom 12. Dezember 2008 – vorbehaltlich der Freigabe durch die zuständigen Kartellbehörden – die Anteile an der united-domains AG erworben. Nach der Freigabe der Kartellbehörden am 30. Januar 2009 wurde die Übernahme am 27. Februar 2009 vollzogen. Der Kaufpreis in Höhe von 34.070 T€ wurde im Berichtszeitraum vollständig in bar beglichen. Die Anschaffungskosten belaufen sich auf 34.216 T€ und umfassen neben dem Kaufpreis auch direkt zurechenbare Kosten in Höhe von 146 T€. Die united-domains AG wird auch weiterhin von den Gründern geleitet, die sich nach Abschluss der Übernahme mit insgesamt 15 % an der united-domains AG beteiligt haben. Der Kaufpreis für diese Anteile wurde gestundet. Gleichzeitig wurde im Rahmen des Erwerbs dieser Anteile den Gründern eine Put-Option auf ihre Anteile eingeräumt, die erstmals in 2014 ausübbar ist. Die Höhe des Kaufpreises hängt im Wesentlichen von der Ergebnisentwicklung der Gesellschaft ab.

Die vorläufig beizulegenden Zeitwerte der identifizierbaren Vermögenswerte und Schulden stellen sich zum Erwerbszeitpunkt wie folgt dar:

	T€
Barleistung	34.070
Forderung aus Kaufpreisstundung	-5.100
Verbindlichkeit aus Optionsvereinbarung	5.100
<b>Kaufpreis</b>	<b>34.070</b>
Anschaffungsnebenkosten	146
<b>Anschaffungskosten</b>	<b>34.216</b>

	Zeitwerte T€	Buchwerte T€
Marke	2.000	0
Kundenstamm / Auftragsbestand	13.400	0
Sachanlagen	345	345
Liquide Mittel	1.762	1.762
Sonstige Vermögenswerte	1.439	1.439
Kundenforderungen	318	318
Aktive Rechnungsabgrenzungsposten	3.000	3.000
Aktive latente Steuern	2.100	2.100
Latente Steuerschulden	-4.620	0
Passive Rechnungsabgrenzungsposten	-10.417	-10.417
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-457	-457
Sonstige Verbindlichkeiten	-1.496	-1.496
Steuerrückstellungen	-269	-269
	<b>7.105</b>	<b>-3.675</b>
Firmenwert	27.111	
<b>Anschaffungskosten</b>	<b>34.216</b>	

Der Firmenwert in Höhe von 27.111 T€ resultiert aus erwarteten Synergien aus dem Unternehmenserwerb.

Der Zahlungsmittelabfluss aufgrund des Unternehmenserwerbs stellt sich wie folgt dar:

	T€
Abfluss von Zahlungsmitteln	34.216
Übernommene Zahlungsmittel	1.762
<b>Tatsächlicher Zahlungsmittelabfluss</b>	<b>32.454</b>

Am 25. Februar 2009 wurde von der Sedo USA ein Kaufvertrag über den Erwerb des Domain-Parking-Anbieters „RevenueDirect“ abgeschlossen. Im Rahmen des Kaufvertrages wurden der Kundenstamm, die Marke und die zugehörige Software des Domain-

Parking-Service-Anbieters erworben. Die Anschaffungskosten belaufen sich auf 628 T€ und umfassen neben dem Kaufpreis auch direkt zurechenbare Kosten in Höhe von 10 T€. Aus dieser Transaktion resultiert ein Firmenwert in Höhe von 85 T€.

#### 4 Verkauf des Display-Marketing-Geschäfts

Die United Internet Tochter AdLINK Internet Media AG (AdLINK Group) hat sich am 6. Juli 2009 mit der Hi-media S.A., Paris, darauf geeinigt, das Display-Marketing-Geschäft der AdLINK Group in die Hi-media Group einzubringen. Im Gegenzug hat die AdLINK Group 10,7 % der Aktien der Hi-media S.A. (4.735.000 Aktien) bzw. wird zusätzlich 12.195 T€ in bar oder in Aktien (im Falle einer Kapitalerhöhung von Hi-media) erhalten. Für die Barkomponente hat die AdLINK Group Hi-media ein Verkäuferdarlehen (Vendor Loan) gewährt, das mit einem marktüblichen Darlehenszins ausgestattet ist. Das Verkäuferdarlehen ist spätestens zum 30. Juni 2011 fällig. Das Vertragsclosing der Transaktion fand am 31. August 2009 statt. Durch den Verkauf des Display-Marketing-Geschäfts sind gemäß IFRS 5 die Vorjahreszahlen anzupassen. Im Vorjahr waren die Finanzzahlen im Online-Marketing Segment enthalten. Wir verweisen auf Anmerkung 11.

Die AdLINK Group hat ihre Beteiligungen an den Display-Marketing-Anbietern Hi-media und Goldbach Media am 29. September 2009 an die United Internet Beteiligungen GmbH verkauft. Im Laufe der Berichtsperiode wurde die affilinet SAS auf die CibleClick Performances S.A. verschmolzen und in affilinet France S.A. umbenannt. Darüber hinaus wurden die affilinet Nederland B.V. und die affilinet Espana SLU gegründet.

Im Übrigen blieb der Konsolidierungskreis zum Konzernabschluss zum 31. Dezember 2008 unverändert.

#### 5 Übernahme des freenet DSL-Geschäfts

Die United Internet Tochter 1&1 Internet AG und die freenet AG haben am 26. Mai 2009 einen Vertrag über den Erwerb des freenet DSL-Geschäfts (im Wesentlichen DSL-Kundenverträge) sowie eine Vereinbarung über die präferierte Zusammenarbeit im Vertrieb von DSL-Produkten geschlossen. Für den Erwerb wurde ein Kaufpreis von ca. 123 Mio. € vereinbart, davon ca. 70 Mio. € in bar sowie 4.583.500 United Internet Aktien

aus eigenem Bestand. Soweit der Börsenkurs einer United Internet Aktie zum Zeitpunkt der technischen Kundenmigration unter 12 € notiert, wird für jede Aktie ein Ausgleichsbetrag in bar geleistet, der jedoch 4 € pro Aktie nicht übersteigen wird. Alternativ kann bei Kursen unter 12 € der gesamte Kaufpreis auch in bar geleistet werden. Der Kaufpreis, der zum Teil nach Abschluss der Kundenmigration fällig wird, basiert auf einer Bewertung des Kundenbestands und ist damit abhängig von der zum Migrationsabschluss tatsächlich gelieferten Anzahl von Kundenverträgen. Die wirtschaftliche Übernahme von ca. 700.000 freenet Kundenverträgen wird zum Zeitpunkt der technischen Migration erfolgen, die voraussichtlich bis zum Jahresende 2009 abgeschlossen wird. Der Barkaufpreis wurde im Juli 2009 anteilig an freenet gezahlt bzw. auf einem Treuhandkonto hinterlegt. Der Ausweis dieser Anzahlung erfolgt unter den langfristigen immateriellen Vermögenswerten.

Im Rahmen einer Vertriebsvereinbarung, die bis Ende 2014 läuft, gewährt 1&1 freenet, zusätzlich zu ihren marktüblichen DSL-Provisionen, eine Prämie von bis zu insgesamt 6.551.000 United Internet Aktien. Die erfolgsabhängige Prämie wird in 4 Tranchen fällig – abhängig von der Erreichung definierter Jahresvertriebsziele. 1&1 hat das Wahlrecht, auch diese Prämie alternativ in bar zu begleichen. Ziel der Vertriebskooperation ist es, in den nächsten 5 Jahren ca. 500.000 DSL-Verträge zu gewinnen.

## Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

### 6 Segmentberichterstattung

Nach IFRS 8 basiert die Identifikation von berichtspflichtigen operativen Segmenten auf dem so genannten Management-Ansatz. Danach erfolgt die externe Berichterstattung auf Basis der konzerninternen Organisations- und Managementstruktur sowie der internen Finanzberichterstattung an das oberste Führungsgremium („Chief Operating Decision Maker“). In der United Internet Gruppe ist der Vorstand der United Internet AG verantwortlich für die Bewertung und Steuerung des Geschäftserfolgs der Segmente.

Gemäß der Positionierung der United Internet Gruppe handelt es sich um das Produkt-Segment, Online-Marketing-Segment und Zentrale / Beteiligungen.

Transaktionen zwischen den Segmenten werden zu Marktpreisen berechnet.

Die Segmentberichterstattung der United Internet AG stellt sich für den Berichtszeitraum 2009 wie in der Tabelle auf Seite 22 dar.

### 7 Personalaufwand

Der Personalaufwand für den Berichtszeitraum 2009 beträgt 134.118 T€ (Vorjahr 116.669 T€). United Internet beschäftigte Ende September 2009 insgesamt 4.485 Mitarbeiter, davon 848 im Ausland. Die Anzahl der Mitarbeiter Ende September 2008 belief sich auf 4.258, davon 827 im Ausland.

### 8 Abschreibungen

Die Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen belaufen sich auf 25.587 T€ (Vorjahr 22.496 T€).

Die Abschreibungen auf im Rahmen von Unternehmenserwerben aktivierte immaterielle Vermögenswerte belaufen sich auf 13.927 T€ (Vorjahr 16.555 T€).

Die gesamten Abschreibungen des Berichtszeitraumes 2009 belaufen sich somit auf 39.514 T€ (Vorjahr 39.051 T€).

### 9 Sonstige betriebliche Erträge / Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Erträge des Berichtszeitraums 2009 sind mit 50.228 T€ wesentlich durch den Verkauf der direkt an der freenet AG gehaltenen Anteile (entsprechend 8,43 % der Stimmrechte) geprägt.

### 10 Finanzergebnis

Bei dem Finanzergebnis handelt es sich im Wesentlichen um Finanzierungsaufwendungen aus der Inanspruchnahme von Darlehen im Zusammenhang mit dem Erwerb der strategischen Beteiligungen an Versatel, Drillisch und MSP (freenet).

### 11 Ergebnis aus eingestellten Geschäftsbereichen

Durch den Verkauf und die Entkonsolidierung des Display-Marketing-Geschäfts der AdLINK Group sind die Vorjahrszahlen der Gewinn- und Verlustrechnung anzupassen. Die Umsatzerlöse und Aufwendungen des aufgegebenen Geschäftsbereichs sind in den jeweiligen Positionen nicht mehr enthalten und der aufgebene Geschäftsbereich wird mit seinem Periodenergebnis nach Steuern separat dargestellt. Im Vorjahr waren die Finanzzahlen im Online-Marketing Segment enthalten.

Das Ergebnis aus eingestellten Geschäftsbereichen nach Steuern in Höhe von 8.640 T€ (Vorjahr -81 T€) setzt sich aus dem laufenden Periodenergebnis (im Berichtszeitraum 2009 bis zum Abgangszeitpunkt) in Höhe von -1.577 T€ (Vorjahr -81 T€) und dem Veräußerungserfolg in Höhe von 10.217 T€ zusammen.

Das Ergebnis aus eingestellten Geschäftsbereichen ermittelt sich wie folgt:

	2009 T€	2008 T€
<b>Laufendes Ergebnis des aufgegebenen Geschäftsbereichs</b>		
Umsatzerlöse	36.180	56.602
Umsatzkosten	-29.694	-45.725
Bruttoergebnis vom Umsatz	6.486	10.877
Sonstige Aufwendungen / Erträge	-7.938	-10.543
Ergebnis vor Steuern	-1.452	334
Steueraufwendungen	-125	-415
<b>Periodenergebnis</b>	<b>-1.577</b>	<b>-81</b>
<b>Veräußerungserfolg</b>		
Vorläufiger Kaufpreis (nach Transaktionskosten)	21.891	-
abzüglich Nettovermögen	-11.143	-
Veräußerungserfolg vor Steuern	10.748	-
Steueraufwand	-531	-
Veräußerungserfolg nach Steuern	10.217	-
<b>Gesamtergebnis des aufgegebenen Geschäftsbereichs</b>	<b>8.640</b>	<b>-81</b>

## Erläuterungen zur Bilanz

Es werden lediglich Erläuterungen zu den Positionen gegeben, die wesentliche Änderungen der Beträge gegenüber dem letzten Konzernabschluss ausweisen.

### 12 Anteile an assoziierten Unternehmen/ Gemeinschaftsunternehmen

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die Entwicklung der Anteile an assoziierten Unternehmen/ Gemeinschaftsunternehmen:

	2009 T€
Buchwert zum Beginn des Geschäftsjahres	221.684
Zugänge	3.757
<b>Korrekturen</b>	
- Ergebnisanteile	10.300
- Wertminderungen	-30.888
- Sonstiges	3.808
Abgänge	-47.506
	<b>161.155</b>

Der Zugang resultiert im Wesentlichen aus weiteren Investitionen in den European Founders Fund Nr. 1.

Bei den Ergebnisanteilen handelt es sich um den entsprechenden Anteil am Periodenergebnis der at-equity bilanzierten Unternehmen inkl. der anteiligen Wertaufholung der von der MSP Holding GmbH gehaltenen Anteile an freenet (31.102 T€).

Wertminderungen wurden insbesondere aufgrund der gefallen Börsenkurse bei Versatel vorgenommen (28.999 T€). Weitere Wertminderungen betreffen im Wesentlichen die von der EFF Nr. 2 gehaltenen Anteile an assoziierten Unternehmen.

Die sonstigen Korrekturen betreffen mit 2.342 T€ negative Ergebnisanteile von assoziierten Unternehmen mit einem Beteiligungsbuchwert von 0 T€. Die negativen Erfolgsbeiträge von assoziierten Unternehmen mit einem Beteiligungsbuchwert von 0 T€ wurden nur dann berücksichtigt, sofern den assoziierten Unternehmen langfristige Darlehen zur Verfügung gestellt wurden oder Kredit- / Haftungszusagen bestehen. Weitere Korrekturen in Höhe von 1.466 T€ resultieren aus der anteiligen Folgebewertung der von der MSP

	01.01.2009 T€	Zugang T€	erfolgsneutrale Fortschreibung der Neu- bewertungsrücklage		Wert- minderung T€	Abgang T€	30.09.2009 T€
			Recycling T€	Zuführung T€			
Anteile Goldbach	12.047			11.899			23.946
Anteile Drillisch	8.909			11.897			20.806
Anteile Hi-media	0	20.313		2.131			22.444
Anteile Afilias	7.726						7.726
Portfolio-Unternehmen der EFF Nr. 3	41.816				-2.851	-1.279	37.686
Hi-media (Vendor-Loan)	0	12.195					12.195
Übrige	2.287	5.329				-135	7.481
	<b>72.785</b>	<b>37.785</b>	<b>0</b>	<b>25.927</b>	<b>-2.851</b>	<b>-1.414</b>	<b>132.284</b>

Holding GmbH gehaltenen Anteile an freenet zum Zeitwert am Abschluss-Stichtag. Aufgrund der Veräußerung der von United Internet direkt gehaltenen Anteile an freenet werden die von der MSP Holding GmbH gehaltenen Anteile an freenet ab dem Tag der Veräußerung nicht mehr nach der Equity-Methode bilanziert, sondern als zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte nach IAS 39 eingestuft.

Die Abgänge resultieren aus der Veräußerung der direkt gehaltenen Anteile an freenet (42.641 T€) und aus Kapitalrückzahlungen der Beteiligung EFF Nr. 1 (4.865 T€).

### 13 Sonstige finanzielle Vermögenswerte

Die Entwicklung dieser Anteile ergibt sich aus der oben abgebildeten Übersicht.

Der Anstieg der sonstigen finanziellen Vermögenswerte resultiert im Wesentlichen aus dem Erwerb der Anteile an Hi-media im Zusammenhang mit dem Verkauf des Display-Marketing-Geschäfts der AdLINK-Group. Wir verweisen auf Anmerkung 4. Aus der Folgebewertung der börsennotierten Anteile an Goldbach, Hi-media und Drillisch zum Zeitwert am Abschluss-Stichtag erfolgte eine erfolgsneutrale Erhöhung der Neubewertungsrücklage.

Der Zugang bei den übrigen sonstigen finanziellen Vermögenswerten ist im Wesentlichen auf die Kauf-

preisstundung im Zusammenhang mit dem Erwerb der united-domains AG zurückzuführen. Wir verweisen auf Anmerkung 3.

### 14 Sachanlagen, immaterielle Vermögenswerte und Firmenwerte

Im Zwischenberichtszeitraum wurden insgesamt 28.225 T€ (Vorjahr 25.510 T€) in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte investiert. Der Schwerpunkt lag dabei in der Erweiterung der Infrastruktur sowie der Rechenzentren.

Der Anstieg der immateriellen Vermögenswerte ist wesentlich durch den Erwerb der united-domains AG geprägt. Wir verweisen auf Anmerkung 3.

Der Anstieg der Firmenwerte resultiert mit 27.111 T€ aus dem Erwerb der united-domains AG. Aus Effekten der Fremdwährungsumrechnung resultiert im Produkt-Segment ein Anstieg der Firmenwerte in Höhe von 3.492 T€. Aus der Entkonsolidierung des Display-Marketing-Geschäfts resultiert im Online-Marketing-Segment ein Abgang von Firmenwerten in Höhe von 13.192 T€.

Die Firmenwerte belaufen sich auf 396.216 T€ und werden für jedes Geschäftssegment von United Internet dargestellt:

	2009 T€	2008 T€
Produkt-Segment	320.017	289.570
Online-Marketing-Segment	76.199	89.306
	<b>396.216</b>	<b>378.876</b>

### 15 Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten

Die langfristigen Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten resultieren im Wesentlichen aus einem syndizierten Konsortialkredit bei der United Internet AG mit einer Laufzeit bis zum 13. September 2012. Die Gesamtzusage beläuft sich auf 500,0 Mio. €, eine besondere Besicherung des Konsortialkredits erfolgte nicht. Der gesamte Kreditrahmen teilt sich auf in eine Tranche A in Höhe von 300,0 Mio. € und eine Tranche B in Höhe von 200,0 Mio. €. Die Rückzahlung der Tranche A erfolgt ab dem 14. März 2010 in sechs gleich hohen Raten. Bei Tranche B handelt es sich um einen revolvingierenden Konsortialkredit. Der Konsortialkredit hat eine Laufzeit bis zum 13. September 2012.

Am 23. Juli 2008 wurde ein Schuldscheindarlehen in Höhe von 150,0 Mio. € platziert. Das Schuldscheindarlehen ist endfällig ausgestaltet und teilt sich auf in eine Tranche A mit 78,0 Mio. € und einer Laufzeit bis zum 23. Juli 2011 sowie eine Tranche B mit 72,0 Mio. € und einer Laufzeit bis zum 23. Juli 2013. Eine besondere Besicherung dieses Schuldscheindarlehens erfolgte nicht. Das Darlehen ist variabel verzinslich. Der Einstandszinssatz für die 3-monatige Zinsperiode ist an den EURIBOR zuzüglich einer Marge p. a. gebunden.

Die Betriebsmittelkreditlinien der United Internet AG von insgesamt 55,0 Mio. € haben Laufzeiten bis Juni 2010 und September 2010 bzw. stehen bis auf weiteres zur Verfügung.

Darüber hinaus stehen aus dem noch nicht abgerufenen Teil des syndizierten Konsortialkredits zum Abschluss-Stichtag Mittel in Höhe von 200,0 Mio. € bis zum 13. September 2012 zur Verfügung.

### 16 Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten

Bei den sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten handelt es sich im Wesentlichen um Verbindlichkeiten

gegenüber dem Finanzamt und um Verbindlichkeiten aus Gehalt und Sozialabgaben.

### 17 Sonstige langfristige Verbindlichkeiten

Die sonstigen langfristigen Verbindlichkeiten resultieren im Wesentlichen aus den Minderheitsanteilen der Personengesellschaften EFF Nr. 2 bzw. EFF Nr. 3, aus der Verbindlichkeit aus einem Zinssicherungsgeschäft und der Optionsvereinbarung im Zusammenhang mit der Put-Option aus dem Erwerb der ausstehenden Anteile der united-domains AG. Wir verweisen auf Anmerkung 3.

### 18 Mitarbeiterbeteiligungsmodelle

Das aktuelle Mitarbeiterbeteiligungsmodell in der United Internet Gruppe erfolgt über virtuelle Aktienoptionen (sog. Stock Appreciation Rights, SAR). Die Veränderungen in den ausgegebenen bzw. ausstehenden virtuellen Aktienoptionen ergeben sich aus der Tabelle auf der nächsten Seite oben.

### 19 Grundkapital

Das voll eingezahlte Grundkapital beträgt zum 30. September 2009 251.625.656 €, eingeteilt in 251.625.656 auf den Namen lautende Stückaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 1 €.

Unter teilweiser Ausnutzung des bedingten Kapitals wurde das Grundkapital der Gesellschaft im Juni 2009 von 251.469.184 € um 156.472 € durch die Ausgabe von 156.472 Stück neuen, auf den Namen lautende Stammaktien gegen Bareinlagen auf 251.625.656 € erhöht. Die Bareinlagen stellen die im Berichtszeitraum 2009 letztmals vollzogene Umwandlung von im Rahmen des Mitarbeiterbeteiligungsmodells der Gesellschaft ausgegebenen Wandelschuldverschreibungen dar.

Zum 30. September 2009 hielt die Gesellschaft insgesamt 22,0 Mio. Stück eigene Aktien bzw. 8,74 % des aktuellen Grundkapitals. Eigene Anteile kürzen das Eigenkapital und sind nicht dividendenberechtigt.

	United Internet AG		AdLINK Internet Media AG	
	SAR	Durchschnittl. Ausübungspreis (€)	SAR	Durchschnittl. Ausübungspreis (€)
Ausstehend zum 31. Dezember 2008	4.495.000	10,56	627.200	17,26
ausgegeben	2.483.000	5,52	30.000	3,72
ausgegeben	1.000.000	8,96	100.000	3,72
verfallen / verwirkt	-	-	70.000	4,32
verfallen / verwirkt	-	-	-200.000	18,60
verfallen / verwirkt	-	-	-90.000	15,51
verfallen / verwirkt	-	-	-30.000	18,15
verfallen / verwirkt	-	-	-7.200	7,43
verfallen / verwirkt	-	-	-30.000	4,32
<b>Ausstehend zum 30. September 2009</b>	<b>7.978.000</b>	<b>8,79</b>	<b>470.000</b>	<b>12,27</b>

## 20 Neubewertungsrücklage

Der Anstieg der Neubewertungsrücklage ist im Wesentlichen auf die Folgebewertung der Anteile an Goldbach, Hi-media und Drillisch zurückzuführen. Gewinne und Verluste aus der Folgebewertung auf den beizulegenden Zeitwert werden direkt im Eigenkapital netto – d. h. abzüglich von latenten Steuern – erfasst. Wir verweisen auf Anmerkung 13.

Aktienbesitz (Stück)	30. September 2009
<b>Vorstand</b>	
Ralph Dommermuth	92.000.000
Norbert Lang	576.128
	<b>92.576.128</b>
<b>Aufsichtsrat</b>	
Kurt Dobitsch (Vors.)	-
Kai-Uwe Ricke	-
Michael Scheeren	700.000
	<b>700.000</b>

## Sonstiges

### 21 Geschäftsbeziehungen zu nahe stehenden Personen

Einen maßgeblichen Einfluss auf die United Internet AG im Sinne von IAS 24 können Herr Ralph Dommermuth als wesentlicher Aktionär sowie die Mitglieder von Vorstand und Aufsichtsrat ausüben.

Der Kreis der nahe stehenden Personen ist im Vergleich zum Konzernabschluss zum 31. Dezember 2008 unverändert.

Die Anzahl der Aktien an der United Internet AG, die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats halten, ist in der folgenden Tabelle dargestellt:

Im Berichtszeitraum 2009 erfolgte an Herrn Norbert Lang die Ausgabe von 800.000 virtuellen Aktienoptionen.

Die Geschäftsräume von United Internet in Montabaur sind von Herrn Ralph Dommermuth gemietet. Die daraus entstehenden Mietaufwendungen liegen auf ortsüblichem Niveau und belaufen sich im Berichtszeitraum 2009 auf 1.378 T€ (Vorjahr 1.168 T€).

Darüber hinaus kann die United Internet Gruppe einen maßgeblichen Einfluss auf ihre assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen ausüben.

Es haben keine wesentlichen Transaktionen stattgefunden.

## 22 Ereignisse nach dem Stichtag

Im Zuge der Konzentration auf die erfolgsbasierten Geschäftsmodelle Affiliate-Marketing und Domain-Marketing haben Vorstand und Aufsichtsrat der AdLINK Internet Media AG beschlossen, auch die restlichen 24,06 % der noch von den Unternehmensgründern gehaltenen Gesellschaftsanteile an der Sedo GmbH zu erwerben. Im Vertrag vom 29. September 2009 wurde ein Kaufpreis von 4,25 Mio. neu zu schaffenden AdLINK-Aktien sowie eine Barkomponente in Höhe von 5,500 T€ vereinbart. Auf Basis des Xetra-Börsenkurses der AdLINK Internet Media AG zum 30. September 2009 von 3,97 € je Aktie ergibt sich ein Gesamtwert für diese Transaktion in Höhe von 22.373 T€. Die Abtretung der neu geschaffenen AdLINK-Anteile ist aufschiebend bedingt durch die Eintragung der Kapitalerhöhung der AdLINK Internet Media AG im Handelsregister. Die Eintragung der Kapitalerhöhung der AdLINK Internet Media AG wird im November 2009 erwartet.

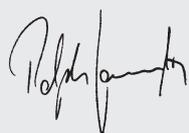
Am 16. Oktober 2009 hat United Internet ihre an der Drillisch AG gehaltenen 5.150.000 Aktien, entsprechend 9,68 % der Stimmrechte, veräußert. Der Verkaufserlös betrug 21.630 T€, was einem Preis von 4,20 € je Aktie entsprach. Aus dem Verkauf der Drillisch-Aktien wird ein positiver Einmalsertrag in Höhe von 12.463 T€ im 4. Quartal 2009 erwartet.

Mit Vertrag vom 26. Oktober 2009 hat United Internet ihre direkte Beteiligung an der jimdo GmbH veräußert.

Darüber hinaus sind nach dem Stichtag keine Vorgänge von wesentlicher Bedeutung eingetreten, die zu einer anderen Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage geführt hätten.

Montabaur, 12. November 2009

United Internet AG



Ralph Dommermuth



Norbert Lang



## Angepasste Zahlen des Vorjahres nach IFRS 5

### Gewinn- und Verlustrechnung in Mio. €

	Q1 2008	Q2 2008	Q3 2008	Q4 2008	Gesamt
Umsatzerlöse	383,1	390,4	391,7	405,2	1.570,4
Umsatzkosten	-227,4	-228,2	-236,2	-250,5	-942,3
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>155,7</b>	<b>162,2</b>	<b>155,5</b>	<b>154,7</b>	<b>628,1</b>
Vertriebskosten	-64,1	-63,3	-70,9	-69,8	-268,1
Verwaltungskosten	-18,9	-19,5	-18,2	-24,3	-80,9
Sonstige betriebliche Erträge / Aufwendungen	3,1	0,5	4,3	-1,4	6,5
Abschreibungen auf im Rahmen von Unternehmenserwerben aktivierte immaterielle Vermögenswerte	-5,5	-5,5	-5,6	-4,7	-21,3
Firmenwertabschreibungen	0,0	0,0	0,0	-6,4	-6,4
<b>Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit</b>	<b>70,3</b>	<b>74,4</b>	<b>65,1</b>	<b>48,1</b>	<b>257,9</b>
Finanzergebnis	-5,4	-5,3	-7,3	-11,7	-29,6
Abschreibungen auf Beteiligungen	0,0	0,0	-22,5	-19,9	-42,4
Ergebnis aus at-equity bilanzierten Unternehmen	-0,2	-4,8	-122,2	-107,0	-234,2
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>64,7</b>	<b>64,4</b>	<b>-86,9</b>	<b>-90,5</b>	<b>-48,3</b>
Steueraufwendungen	-19,7	-19,7	-16,2	-14,2	-69,8
<b>Konzernergebnis (aus fortgeführten Geschäftsbereichen)</b>	<b>45,0</b>	<b>44,7</b>	<b>-103,1</b>	<b>-104,7</b>	<b>-118,1</b>
Ergebnis aus eingestellten Geschäftsbereichen	0,1	0,5	-0,7	-3,3	-3,4
<b>Konzernergebnis (nach eingestellten Geschäftsbereichen)</b>	<b>45,1</b>	<b>45,2</b>	<b>-103,8</b>	<b>-108,0</b>	<b>-121,5</b>
Davon entfallen auf					
- Minderheitsanteile	0,4	0,2	0,0	-1,8	-1,2
- Anteilseigner der United Internet AG	44,7	45,0	-103,8	-106,2	-120,3
<b>Ergebnis je Aktie der Anteilseigner der United Internet AG (in €)</b>					
- unverwässert	0,19	0,20	-0,45	-0,46	-0,52
- verwässert	0,19	0,20	-0,45	-0,46	-0,52
Davon Ergebnis je Aktie (in €) aus fortgeführten Geschäftsbereichen					
- unverwässert	0,19	0,20	-0,45	-0,45	-0,51
- verwässert	0,19	0,20	-0,45	-0,45	-0,51
Davon Ergebnis je Aktie (in €) aus eingestellten Geschäftsbereichen					
- unverwässert	-	-	-	-0,01	-0,01
- verwässert	-	-	-	-0,01	-0,01



## Finanzkalender 2009\*

26. März 2009	Jahresabschluss 2008
26. März 2009	Presse- und Analystenkonferenz
13. Mai 2009	Quartalsbericht 2009
26. Mai 2009	Hauptversammlung in Frankfurt am Main, Alte Oper
13. August 2009	Halbjahresfinanzbericht 2009
13. August 2009	Presse- und Analystenkonferenz
12. November 2009	9-Monats-Bericht 2009

\* Aktualisierungen werden gemäß den Vorgaben des Gesetzgebers sowie unter [www.united-internet.de](http://www.united-internet.de), Bereich Investor Relations, Termine veröffentlicht.

## Impressum

### Herausgeber und Copyright © 2009

United Internet AG  
Elgendorfer Straße 57  
D-56410 Montabaur  
[www.united-internet.de](http://www.united-internet.de)

### Kontakt

Investor Relations  
Telefon: 02602 96-1631  
Telefax: 02602 96-1013  
E-Mail: [investor-relations@united-internet.de](mailto:investor-relations@united-internet.de)

November 2009

Registergericht: Montabaur HR B 5762



 [www.united-internet.de](http://www.united-internet.de)