

Quartalsbericht
Januar bis März 2004



Vorwort

Liebe Aktionäre, Mitarbeiter und Freunde des Hauses!

Im ersten Quartal 2004 konnte United Internet neue Rekordmarken erreichen: Mit einem Umsatz von 118,8 Mio. € und einem Vorsteuergewinn von 21,1 Mio. € wurde das bereits hohe Vorjahresniveau um 18 % bzw. 65 % übertroffen.

Dieses sehr gute Ergebnis wurde insbesondere von unserem Produktgeschäft mit den Marken GMX, 1&1 sowie Schlund+Partner getragen. Im ersten Quartal konnten wir hier um rund 200.000 neue Kundenverträge bei unseren kostenpflichtigen Mehrwert-Diensten zulegen. Wachstumsträger waren vor allem die anhaltend hohe Nachfrage nach Breitband-Zugängen sowie der zunehmende Erfolg der Internationalisierung unseres Webhosting-Geschäfts: So konnten wir im ersten Quartal die Zahl unserer DSL-Kunden um 100.000 auf 750.000 steigern. Die Zahl unserer internationalen Hosting-Verträge in Großbritannien, Frankreich und den USA stieg auf 230.000.

Trotz der zunehmenden Internationalisierung und der damit verbundenen hohen Anlaufverluste – allein für das US-Geschäft planen wir rund 14 Mio. € in 2004 – gelingt es uns weiterhin, hohe Gewinne zu realisieren. Dies verdeutlicht einmal mehr die Skaleneffekte unseres Geschäftsmodells: Jeder neue Kunde verursacht proportional geringere Kosten und macht uns effizienter und damit profitabler.

Dies gilt auch für unser internationales Geschäft. Unsere Mehrwert-Dienste werden einmal entwickelt und anschließend mit vergleichsweise geringem Aufwand auf Sprache und nationale Besonderheiten angepasst.

Die gute Exportierbarkeit unserer Produkte sowie die bisher gemachten Erfahrungen bestärken uns bei der weiteren Internationalisierung. Der inzwischen vollzogene Aktivierung unseres Frankreich-Geschäfts wird im Sommer der Start in Österreich folgen. Erklärtes Ziel bei allen internationalen Engagements ist es, innerhalb von wenigen Jahren zu den führenden Unternehmen im jeweiligen Webhosting-Geschäft zu gehören.

Im Outsourcing-Segment konnten wir den Umsatz im ersten Quartal um über 12 % auf 22,6 Mio. € steigern, das Ergebnis blieb jedoch infolge der sich noch immer auswirkenden Anlaufkosten für neu gewonnene Projekte deutlich hinter dem – von diesen Faktoren nicht beeinflussten – Ergebnis des Vorjahres zurück.

Seit dem 1. Januar 2004 berichten wir zusätzlich über das neue Segment „Online-Marketing“. In diesem Geschäftsbereich sind wir mit den Marken AdLINK und Sedo aktiv. Das Segment trug 11,9 Mio. € zum Umsatz und 0,1 Mio. € zum EBT des Konzerns bei. Auch für das Gesamtjahr rechnen wir hier mit einem positiven EBT.

Insgesamt sind wir sehr zufrieden mit dem bisherigen Geschäftsverlauf und sehen optimistisch in die Zukunft. Wesentliche Branchentrends kommen unserem Geschäftsmodell entgegen und unsere erfolgreich verlaufende Internationalisierung erschließt uns zunehmend neue, zusätzliche Wachstumspotenziale.



Montabaur, 17. Mai 2004



Ralph Dommermuth

Ausgewählte Kennzahlen nach US-GAAP

	2004	2003
	Jan.–März	Jan.–März
Umsatz	118,8 Mio. €	100,8 Mio. €
Ergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen (EBITDA)	26,6 Mio. €	18,6 Mio. €
Ergebnis vor Steuern (EBT)	21,1 Mio. €	12,8 Mio. €
Mitarbeiter	4.169	3.369
Aktienkurs per Ende März (XETRA)	17,72 €	9,30 €
Ergebnis je Aktie	0,22 €	0,13 €

Quartalsweise Entwicklung der Kennzahlen

	Q2/2003	Q3/2003	Q4/2003	Q1/2004	Q1/2003
Umsatz	96,9 Mio. €	101,4 Mio. €	115,9 Mio. €	118,8 Mio. €	100,8 Mio. €
EBITDA	19,4 Mio. €	23,2 Mio. €	23,3 Mio. €	26,6 Mio. €	18,6 Mio. €
EBT	14,1 Mio. €	17,5 Mio. €	20,4 Mio. €	21,1 Mio. €	12,8 Mio. €

Aktienbesitz (Stück)	Q4/2003	Q1/2004
Vorstand		
Ralph Dommermuth	22.000.000	22.000.000
Norbert Lang	240.000	240.000
Aufsichtsrat		
Kurt Dobitsch	—	—
Bernhard Dorn	—	—
Michael Scheeren	415.100	415.100
Bezugsrechte auf Aktien (Stück)		
Norbert Lang	84.000	84.000

Entwicklung im Konzern

Die United Internet AG konnte im ersten Quartal 2004 an die positive Geschäftsentwicklung des vergangenen Jahres anknüpfen. Sowohl beim Umsatz als auch beim Ergebnis konnten neue Rekordmarken gesetzt werden. Wir haben unsere Ziele erreicht und unsere Marktstellung in allen relevanten Geschäftsfeldern ausgebaut – sowohl im Inland als auch in unseren internationalen Märkten.

Neue Rekordmarken bei Umsatz und Ergebnis

Der Umsatz im Konzern konnte in den ersten drei Monaten des Jahres um 18 % auf 118,8 Mio. € (Vorjahr 100,8 Mio. €) gesteigert werden. Im Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) konnten wir gegenüber dem Vorjahr (18,6 Mio. €) um 43 % zulegen und erzielten 26,6 Mio. €. Das Ergebnis vor Steuern (EBT) stieg um 65 % von 12,8 Mio. € auf 21,1 Mio. €. Dies alles vor dem Hintergrund, dass wir im Vergleich zum Vorjahr deutlich höhere Beträge für unsere Internationalisierung aufwenden, insbesondere für Marketing und Vertrieb.

Erfolgreiche Internationalisierung

United Internet entwickelt sich zunehmend zu einem internationalen Konzern. Für die langfristigen Perspektiven ist der erfolgreiche Ausbau des internationalen Geschäfts von hoher Bedeutung. Schon heute sind unsere Konzerngesellschaften mit eigenen Niederlassungen in 13 Ländern aktiv. Das Auslandsgeschäft trug im 1. Quartal 2004 über 20 % zum Konzernumsatz bei.

In unserem Produktgeschäft sind wir vor rund drei Jahren in Großbritannien mit der Marke 1&1 und deren Hosting-Produkten gestartet und haben unsere Marktpräsenz organisch entwickelt. Mittlerweile haben wir uns dort unter

den führenden Anbietern etabliert und im Dezember 2003 den Break-Even auf Monatsbasis erreicht.

Die Erfahrungen, die wir aus dem organischen Aufbau unserer Niederlassung in Großbritannien gewonnen haben, bildeten auch die Basis für unseren Markteintritt in den USA. Der Markteintritt verlief dabei in zwei Phasen: Ende September 2003 starteten wir über unsere Marke 1&1 eine Pre-Launch-Kampagne, die das Ziel hatte, mit einem hochwertigen und kostenlosen Hosting-Angebot hohe Aufmerksamkeit zu erreichen. Mit über 200.000 eingegangenen Bestellungen wurden unsere Erwartungen dabei weit übertroffen. US-Medien und Marktanalysten begleiteten unseren Marktstart sehr positiv. Nach Ende der Pre-Launch-Phase am 22. Januar 2004 erfolgte dann der Start unserer kompletten Hosting-Produkt-Palette mit Domains, Webhosting-Paketen, dedizierten Servern und E-Shops.

Zum 31. März 2004 hatten wir bereits 230.000 Kundenverträge im Ausland (31. März 2003: 80.000).

Cash Flow / Investitionen

Parallel zur Steigerung unserer Erträge wuchs in den ersten drei Monaten auch der operative Cash Flow auf nunmehr 18,8 Mio. € (Vorjahr 13,9 Mio. €). Unsere Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen beliefen sich auf 5,3 Mio. € (Vorjahr 6,8 Mio. €). Schwerpunkte der Investitionstätigkeit waren im Produktgeschäft die kontinuierliche Erweiterung von Infrastruktur und Server-Kapazitäten in unseren Rechenzentren. Im Outsourcing-Segment investierten wir vor allem in den Ausbau des 2003 gestarteten Standortes in Polen sowie den Anlauf neuer Customer-Care-Projekte.

Bankguthaben

Die Netto-Bankguthaben im Konzern betragen zum Ende des 1. Quartals 83,0 Mio. € (31. Dezember 2003: 48,9 Mio. €). Die Bankguthaben sind zum überwiegenden Teil in € und bei inländischen Banken am Geldmarkt angelegt.

Mitarbeiter

United Internet beschäftigte Ende März 2004 insgesamt 4.169 Mitarbeiter (31. Dezember 2003: 4.032 Mitarbeiter). Die zunehmende Internationalisierung unseres Geschäfts spiegelt sich auch in der Anzahl der im Ausland beschäftigten Mitarbeiter wider: Sie belief sich auf 1.513 (31. Dezember 2003: 1.492) – das entspricht einer Quote von rund 36 %.

Ergebnis im Einzelabschluss

Im Einzelabschluss der United Internet AG beträgt das Ergebnis vor Steuern –0,8 Mio. €. Der Vorjahreswert belief sich auf –1,3 Mio. €. Zum 31. März 2004 weist die Bilanz ein Bankguthaben von 65,0 Mio. € aus; die Eigenkapitalquote liegt mit 76,1 % weiterhin auf hohem Niveau.

Minderheitsbeteiligungen

Unsere Beteiligungen imedia, Metropolis, fun und NT plus erwirtschafteten zusammen einen ausgeglichenen Ergebnisbeitrag.

Aktie und Dividende

Unsere Aktie hat sich im Berichtszeitraum vom Jahresende (Kurs 18,82 €) bis zum Quartalsende (Kurs 17,72 €) analog zum Verlauf des TecDax entwickelt.

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der am 18. Mai 2004 stattfindenden Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2003 die Zahlung einer Dividende von 15 Cent pro Aktie vor.

Ausblick

Für das Geschäftsjahr 2004 erwarten wir einen Umsatz von rund 500 Mio. € und im Europa-Geschäft einen Vorsteuergewinn von umgerechnet rund 92 Mio. €. Von diesem Vorsteuergewinn tragen wir allerdings laut Geschäftsplan rund 14 Mio. € Anlaufkosten für die Erschließung des US-amerikanischen Marktes, so dass wir insgesamt von einem EBT in Höhe von rund 78 Mio. € ausgehen. Wir sind optimistisch, dieses ambitionierte Ziel erreichen zu können.

Unser Optimismus stützt sich – neben der erfreulichen Entwicklung im 1. Quartal – auf die derzeit dominierenden Trends im Internet: Immer mehr Anwendungen verlagern sich vom heimischen PC oder dem Server im Unternehmen ins Internet. Grundlage und Katalysator sind dabei Breitband-Internet-Zugänge, die es dem Nutzer erlauben, mit anspruchsvollen Anwendungen ohne Leistungseinbußen online zu arbeiten.

Der Boom bei DSL-Anschlüssen gibt unserem Geschäft weitere Impulse: Sowohl in unserer Funktion als DSL-Provider wie auch als Anbieter zunehmend komplexer und datenintensiver Mehrwert-Anwendungen.

Anfang 2002 haben wir 15 % des Grundkapitals der AdLINK Internet Media AG an DoubleClick Inc. direkt verkauft und weitere 21 % bei einem für DoubleClick tätigen Treuhänder für eine Call-Option hinterlegt. Diese Call-Option kann von DoubleClick ohne weitere Kaufpreiszahlung ausgeübt werden, wenn AdLINK vertraglich vereinbarte Ertragsziele erreicht hat. Nach den von AdLINK zwischenzeitlich veröffentlichten Zahlen sind diese Ertragsziele nicht erreicht worden.

Produkt-Segment

In unserem Produktsegment bieten wir unseren Kunden hochwertige, innovative Internet-Produkte.

Unsere Geschäftsbeziehungen basieren auf Abonnement-Verträgen mit wiederkehrenden Beiträgen, variablen (verbrauchsabhängigen) Zusatzentgelten und vertraglich festgelegten Kündigungsfristen.

Unsere Produkte gliedern sich in 3 Produktlinien:

- **Information Management:**
E-Mail, Messaging, Adressverwaltung, Aufgaben- und Kalender-Management, 0700er-Rufnummern, Team-Services.
- **Webhosting:**
Homepages, Dedizierte Server, E-Shops.
- **Internet Access:**
DSL- und Schmalband-Zugänge.

Mit unseren starken Marken GMX, 1&1 sowie Schlund+Partner sind wir in der Lage, den Massenmarkt breit abzudecken und die Kunden – sowohl hinsichtlich des Preises als auch der Produkt-Ausgestaltung – differenziert anzusprechen. Dabei adressiert GMX in erster Linie Privatanwender. 1&1 richtet sich an die Zielgruppe Small Office / Home Office (SOHOs). Und Schlund+Partner umwirbt kleine und mittlere Unternehmen (KMUs).

Zum Ende des 1. Quartals 2004 hielten wir insgesamt 3,0 Mio. Kundenverträge (Ende 2003: 2,8 Mio.). Aufgeteilt nach Produktlinien zählten wir dabei im Bereich Information Management über 300.000 Kundenverträge, im Webhosting-Business 1,6 Mio. und im Bereich Internet Access ca. 1,1 Mio. Kundenverträge (davon 750.000 DSL-Kunden).

Kundenverträge nach Produktlinien (in Mio.)

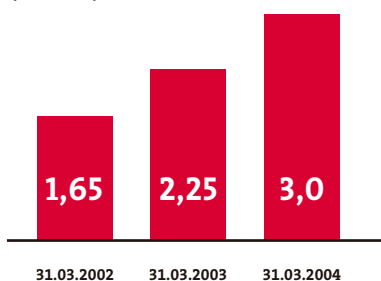
Produktlinie	Kundenverträge
Information Management	0,3
Webhosting	1,6
Internet Access	1,1 (davon 750.000 DSL)

Der Umsatz im Produktgeschäft stieg um 18 % von 71,2 Mio. € im Vorjahr auf aktuell 84,3 Mio. €; das EBITDA erhöhte sich um 54 % von 15,8 Mio. € im Vorjahr auf aktuell 24,4 Mio. €; das EBT legte um 70 % von 11,8 Mio. € auf 20,0 Mio. € zu. Die EBT-Gewinnmarge erreichte damit – trotz hoher Investitionen in die Markterschließung in den USA – eine Größenordnung von fast 24 %.

Das dynamische Umsatz- und Ergebniswachstum wurde getragen von einer großen Nachfrage nach DSL-Anschlüssen und Internet-Mehrwert-Diensten. Die zu erzielenden Preise blieben dabei in den Bereichen Webhosting und Information-Management aufgrund des Trends zu höherwertigen Mehrwert-Diensten sowie der zunehmenden Marktkonsolidierung in Deutschland und Großbritannien weitgehend stabil. Im DSL-Zugangs-Geschäft sind zunehmend erste Preissenkungstendenzen infolge des zunehmenden Wettbewerbs zu spüren. Diesen Tendenzen begegnen wir mit einer differenzierten Kundenansprache auf Basis unserer 3-Marken-Strategie.

Auch für die Zukunft erwarten wir, dass sich die positive Entwicklung im Produkt-Segment weiter fortsetzen wird: Wir sind zuversichtlich, dass unsere Strategie auch international aufgeht und wir unser Business – wie in Großbritannien bereits geschehen –

Kundenverträge insgesamt
(in Mio.)



auch in anderen Ländern etablieren und in relativ kurzer Zeit in die jeweilige Spitzengruppe vorstoßen können.

GMX

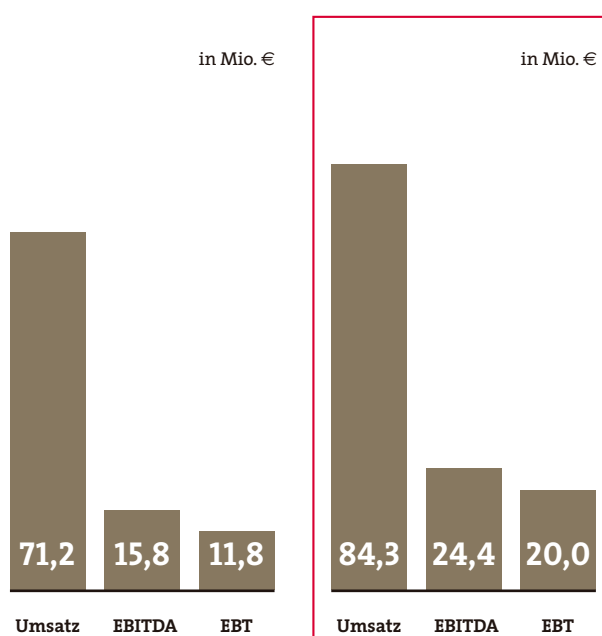
GMX konnte die Marktposition als führender E-Mail- und Messaging-Spezialist weiter ausbauen und betreibt aktuell rund 18 Mio. Mitglieder-Accounts. Auch die Migration der Anwender in kostenpflichtige, professionelle Produkte

(Zugangs- und Information-Management-Produkte) verläuft weiterhin auf hohem Niveau.

Im Januar 2004 erhielt GMX – als erster Internet-Dienst – für seinen Virenschutz ein TÜV-Prüfsiegel. Um der zunehmenden Gefährdung der Internet-Nutzer durch Viren und Würmer Rechnung zu tragen, ließ GMX seinen Virenschutz von tekit Consult Bonn GmbH, einem Security-Spezialunternehmen der TÜV Saarland Gruppe, auf den Prüfstand stellen. Untersucht wurde die prozentuale Erkennungsquote des GMX Virenschutzes. Als Gesamtergebnis erreichte der GMX Virenschutz eine Erkennungsrate von 100 %.

1&1

1&1 konnte in ihrem Marktsegment ihre Stellung als führender DSL-Vermarkter und Webhoster weiter ausbauen.



2003
Jan.-März

2004
Jan.-März

Quartalsentwicklung in Mio. €

	Q2/2003	Q3/2003	Q4/2003	Q1/2004	Q1/2003
Umsatz	67,4	73,1	81,1	84,3	71,2
EBITDA	18,1	21,9	21,2	24,4	15,8
EBT	14,4	17,7	19,0	20,0	11,8

1&1 adressiert mit Personal-Management-, Webhosting- und Access-Lösungen insbesondere den Markt der SOHOs.

Im ersten Quartal 2004 stand bei 1&1 die Internationalisierung im Vordergrund: Am 22. Januar 2004 endete unsere Pre-Launch-Phase in den USA. Gleichzeitig erfolgte der Roll-Out der gesamten 1&1 Webhosting-Produktpalette. Seitdem können US-amerikanische und kanadische Kunden auf Domains, Homepages Dedicated Server und Web Shops zugreifen. In Großbritannien wurden im Februar alle Hosting-Angebote um bis zu 150 % zusätzliche Leistung (Webpace, Traffic, E-Mail-Accounts) erweitert.

Auch auf der Produktseite hat sich einiges getan: So hat 1&1 z. B. im März 2004 die Microsoft Software ActiveSync in den Exchange-Server integriert. Durch die zentrale Speicherung von E-Mails, Kontakten, Terminen und Aufgaben direkt auf dem Server sind alle Daten stets aktuell und synchron. Der Zugriff kann ortsunabhängig von jedem Internet-Rechner sowie jetzt auch über mobile Endgeräte erfolgen.

Schlund+Partner

Unsere Premium-Marke Schlund+Partner richtet sich vor allem an kleine und mittelständische Unternehmen.

Schlund+Partner bietet zusätzlich zu den professionellen Personal-Management-, Hosting- und Access-Mehrwert-Diensten einen umfassenden Vor-Ort-Service, der von einem flächendeckenden Partner-Netzwerk durchgeführt wird.

Im März 2004 startete Schlund+Partner mit dem neuen Produkt „Business Homepage“. Unternehmen aller Branchen und Bereiche können sich dabei für 99 € eine eigene Homepage erstellen lassen. Das Produkt zielt auf kleine und mittelständische Unternehmen, für die eine

eigene Firmen-Website unverzichtbar, professionelles Web-Design jedoch wiederum oft „unbezahlbar“ ist. Die Web-Designer von Schlund+Partner entwerfen im Dialog mit dem Anwender die Navigationsstruktur und den Aufbau für die Firmen-Website. Anschließend wird dann ein individuelles Screendesign erstellt. Mit dem onlinebasierten Content-Management-System „EasyUpdate“ können die Unternehmen ohne besondere Internet-Kenntnisse ihre Inhalte anschließend selbst einpflegen und aktualisieren.

Outsourcing-Segment

Im Outsourcing-Segment sind wir mit den Marken Schlund Technologies und twenty4help aktiv.

Schlund Technologies

Über Schlund Technologies vertreiben wir unsere Produkte an kleinere Internet Service Provider sowie an Multimedia-Agenturen. Derzeit administriert Schlund Technologies 360.000 Domains.

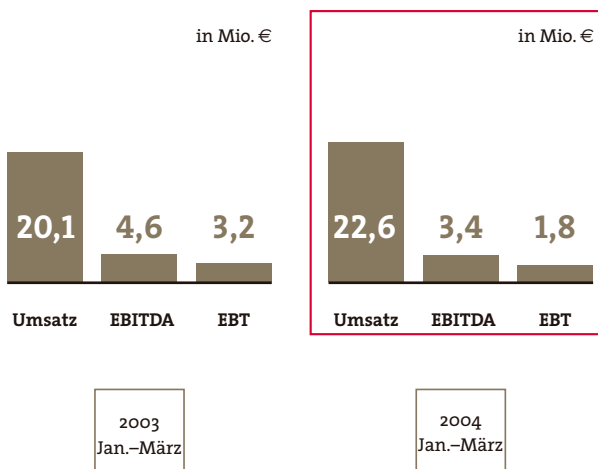
twenty4help

twenty4help hat sich in einem anhaltend schwierigen Marktumfeld als Spezial-Anbieter für Customer Relationship Management-Dienstleistungen fest etabliert. twenty4help ist heute mit 10 Niederlassungen in 7 Ländern präsent. Monatlich werden in 17 Sprachen über 1,5 Mio. technische Kundenanfragen bearbeitet.

Das Geschäft von twenty4help ist bereits seit einiger Zeit von einer veränderten Outsourcing-Strategie unserer Kunden belastet: Viele Großunternehmen arbeiten zunehmend nur noch mit zwei oder drei Outsourcing-Partnern in ganz Europa zusammen. Durch diese Konsolidierung kam es auch zur Neuverteilung bereits bestehender Geschäfte. So hat twenty4help im Laufe des 2. Quartals

2003 im Rahmen eines Großprojektes damit begonnen, große Teile des Customer Care eines US-amerikanischen IT-Top-Players in Europa zu übernehmen, gleichzeitig mussten aber auch Teile eines bis dahin für diesen Kunden erbrachten Projektes abgegeben werden. Dem Umsatzzuwachs mit hohen Anlaufkosten und erst sukzessive steigender Produktivität stand dadurch der Verlust eines Umsatz- und Ergebnisanteils mit bereits erreichter hoher Produktivität gegenüber. Insofern sind die Ergebniskennzahlen des von dieser Neuverteilung noch nicht betroffenen 1. Quartals 2003 nur bedingt mit denen des 1. Quartals 2004 vergleichbar.

Im 1. Quartal konnte der Umsatz im Outsourcing-Segment weiter gesteigert werden, die Ergebnis-Kennzahlen blieben jedoch aus den genannten Gründen hinter den Vorjahreszahlen zurück: Der Umsatz stieg um 12 % auf 22,6 Mio. € (Vorjahr 20,1 Mio. €). Das EBITDA reduzierte sich auf 3,4 Mio. € (Vorjahr 4,6 Mio. €), das EBT auf 1,8 Mio. € (Vorjahr 3,2 Mio. €). Verglichen mit dem 3. und 4. Quartal 2003 haben sich die Ergebniskennzahlen bereits wieder leicht verbessert.



Quartalsentwicklung in Mio. €

	Q2/2003	Q3/2003	Q4/2003	Q1/2004	Q1/2003
Umsatz	17,4	18,3	21,4	22,6	20,1
EBITDA	3,3	2,7	3,3	3,4	4,6
EBT	1,9	1,1	1,3	1,8	3,2

Online-Marketing-Segment

Seit dem 1. Januar 2004 weist United Internet mit dem Online-Marketing ein eigenständiges, drittes Segment aus. Neben dem Online Werbevermarkter AdLINK Internet Media AG (bisher im Bereich Beteiligungen / Zentrale) reporten wir in diesem Bereich erstmalig auch die Sedo GmbH. Im Januar 2004 haben wir unsere Anteile an Sedo von 41,04 % auf 51,07 % erhöht.

Das neue Segment konnte im Vergleich zu den Pro-Forma-Vorjahreswerten deutlich zulegen: Der Umsatz stieg um 21 % von 9,8 Mio. € auf 11,9 Mio. €, das EBITDA von -0,5 Mio. € auf 0,3 Mio. €, das EBT von -0,7 Mio. € auf 0,1 Mio. €.

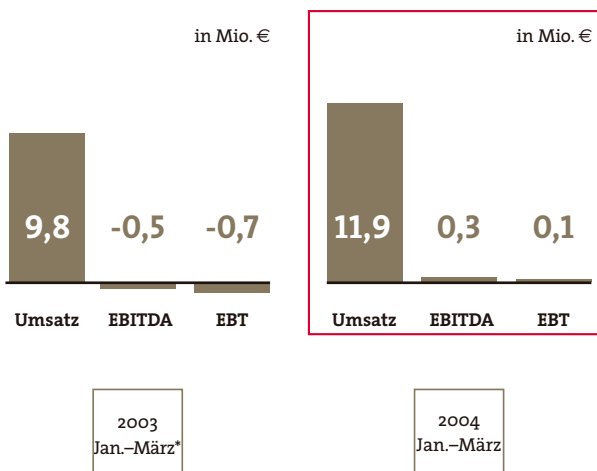
Mit dem eigenständigen Ausweis des Segmentes tragen wir den Wachstumserwartungen im Internet-Werbemarkt Rechnung. Ab dem 2. Quartal 2004 wird in diesem Segment auch die imedia Gesellschaft für neue Medien mbH, Ebersberg, reportet, an der wir am 5. Mai 2004 unsere Anteile von bisher 40 % auf 70 % erhöht haben. imedia positioniert sich mit affili.net im Bereich des Partner- bzw. Affiliate-Marketings.

AdLINK

Die AdLINK Internet Media AG ist einer der größten unabhängigen Online-Vermarkter in Europa. Basis des Geschäftsmodells ist ein reichweitenstarkes Online-Werbe-Netzwerk mit rund 2.400 Websites, die monatlich rund 3,4 Mrd. PageImpressions generieren. Im Vergleich zum Vorjahr konnten Umsatz, Ergebnis und Zahl der Werbekunden deutlich verbessert werden.

Sedo

Online-Marketing beginnt mit einer möglichst einprägsamen Internet-Adresse. Wer heute einen Domain-Namen sucht, der sein Angebot prägnant beschreibt, muss entweder lange suchen oder einen bereits registrierten Namen kaufen oder „mieten“. Genau hier setzt Sedo an: Sedo betreibt die globale Handelsplattform sedo.com mit derzeit rund 1,6 Mio. („gebrauchten“) Internet-Domains und vermarktet im dominierenden Geschäftsbereich Domain-Parking einen Teil der „ungenutzten“ Domains im Auftrag der Domain-Besitzer an Werbetreibende. Nach der erfolgreichen Etablierung im europäischen Markt ist Sedo zum Ende des 1. Quartals 2004 auch in den USA gestartet.



Quartalsentwicklung in Mio. €*

	Q2/2003	Q3/2003	Q4/2003	Q1/2004	Q1/2003
Umsatz	12,5	10,5	14,1	11,9	9,8
EBITDA	-0,5	-0,7	0,1	0,3	-0,5
EBT	-0,7	-0,9	1,1	0,1	-0,7

*Vergleichszahlen 2003: Pro-Forma-Zahlen

United Internet AG – Konsolidierte Gewinn- und Verlustrechnung nach US-GAAP

vom 1. Januar 2004 bis 31. März 2004 in T€

	2004		2003	
	Januar-März		Januar-März	
Umsatzerlöse	118.797	100,0 %	100.838	100,0 %
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	-64.512	-54,3 %	-60.598	-60,1 %
Bruttoergebnis vom Umsatz	54.285	45,7 %	40.240	39,9 %
Vertriebskosten	-22.166	-18,7 %	-18.622	-18,6 %
Allgemein- und Verwaltungskosten	-10.647	-9,0 %	-9.642	-9,5 %
Sonstige betriebliche Erträge / Aufwendungen	-531	-0,4 %	712	0,8 %
Operatives Ergebnis	20.941	17,6 %	12.688	12,6 %
Zinsergebnis	190	0,1 %	68	0,2 %
Ergebnis aus at-equity bilanzierten Unternehmen	12		45	
Ergebnis vor Steuern	21.143	17,8 %	12.801	12,7 %
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-8.378	-7,0 %	-5.370	-5,4 %
Überschuss vor Minderheiten	12.765	10,7 %	7.431	7,4 %
Minderheitenanteile	-77	-0,1 %	258	0,3 %
Überschuss nach Minderheiten	12.688	10,7 %	7.689	7,6 %
Ergebnis je Aktie (in €)*				
– unverwässert	0,22		0,13	
– verwässert	0,22		0,13	
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien (in Mio. Stück)*				
– unverwässert	57,47		57,47	
– verwässert	57,48		57,48	

* Aktienzahl im Vorjahr angepasst nach Kapitalerhöhung.

United Internet AG – Konsolidierte Bilanz nach US-GAAP
zum 31. März 2004 in T€

AKTIVA

	31. März 2004		31. Dezember 2003	
Kurzfristig gebundenes Vermögen				
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	87.235	30,2 %	52.856	19,7 %
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	58.405	20,2 %	69.343	25,9 %
Vorräte	3.467	1,2 %	6.077	2,3 %
Rechnungsabgrenzungsposten	9.495	3,3 %	8.521	3,2 %
Ausgleichsposten für latente Steuern	4.409	1,5 %	5.124	1,9 %
Kurzfristig gebundenes Vermögen, gesamt	163.011	56,5 %	141.921	53,0 %
Langfristig gebundenes Vermögen				
Anteile an assoziierten Unternehmen	14.400	5,0 %	12.762	4,8 %
Sonstige Finanzanlagen	990	0,3 %	996	0,3 %
Sachanlagen	41.935	14,5 %	42.194	15,8 %
Immaterielle Vermögensgegenstände	6.110	2,1 %	6.001	2,3 %
Firmenwert	59.599	20,6 %	60.707	22,7 %
Rechnungsabgrenzungsposten	614	0,2 %	1.069	0,4 %
Ausgleichsposten für latente Steuern	1.999	0,7 %	2.044	0,8 %
Langfristig gebundenes Vermögen, gesamt	125.647	43,5 %	125.773	47,0 %
Aktiva, gesamt	288.658	100,0 %	267.694	100,0 %
VERBINDLICHKEITEN UND EIGENKAPITAL				
Kurzfristige Verbindlichkeiten				
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	18.125	6,3 %	26.561	9,9 %
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	661	0,2 %	621	0,3 %
Sonstige Verbindlichkeiten	9.899	3,4 %	11.549	4,3 %
Steuerrückstellungen	35.377	12,3 %	28.029	10,5 %
Sonstige Rückstellungen	23.554	8,2 %	17.509	6,5 %
Rechnungsabgrenzungsposten	37.566	13,0 %	33.015	12,3 %
Kurzfristige Verbindlichkeiten, gesamt	125.182	43,4 %	117.284	43,8 %
Langfristige Verbindlichkeiten				
Wandelschuldverschreibungen	2.173	0,8 %	2.016	0,8 %
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	3.529	1,3 %	3.361	1,3 %
Rechnungsabgrenzungsposten	731	0,3 %	1.337	0,5 %
Ausgleichsposten für latente Steuern	910	0,3 %	910	0,3 %
Langfristige Verbindlichkeiten, gesamt	7.343	2,6 %	7.624	2,8 %
Verbindlichkeiten, gesamt	132.525	45,9 %	124.908	46,7 %
Minderheitenanteile	12.480	4,3 %	11.825	4,4 %
Eigenkapital				
Grundkapital	57.474	19,9 %	57.474	21,5 %
Kapitalrücklage	119.426	41,4 %	119.569	44,7 %
Bilanzverlust	-33.718	-11,7 %	-46.406	-17,3 %
Ausstehender, bisher nicht realisierter Aufwand aus Mitarbeiterbeteiligungen	-77	0,0 %	-179	-0,1 %
Währungsumrechnungsdifferenz	548	0,2 %	503	0,2 %
Eigenkapital, gesamt	143.653	49,8 %	130.961	48,9 %
Eigenkapital und Verbindlichkeiten	288.658	100,0 %	267.694	100,0 %

United Internet AG – Konsolidierte Kapitalflussrechnung nach US-GAAP

vom 1. Januar 2004 bis 31. März 2004 in T€

	2004 Januar–März	2003 Januar–März
Cash Flow aus der betrieblichen Geschäftstätigkeit		
Überschuss nach Minderheiten	12.688	7.689
Berichtigungen zur Überleitung des Überschusses zu den Einnahmen und Ausgaben		
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	5.707	5.941
Personalertrag / -aufwand aus Mitarbeiterbeteiligung	-41	197
Nicht ausgeschüttete Gewinne assoziierter Unternehmen	-12	-45
Minderheitenanteile der Periode	77	-258
Veränderungen der Ausgleichsposten für latente Steuern	759	364
Nicht cash-wirksame Aufwendungen / Erträge	-356	0
Operativer Cash Flow	18.822	13.888
Veränderungen der Aktiva und Passiva		
Veränderung der Forderungen und sonstiger Vermögensgegenstände	10.076	-63
Veränderung der Vorräte	2.610	-744
Veränderung des aktiven Rechnungsabgrenzungspostens	-519	369
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-7.472	-2.422
Veränderung der sonstigen Rückstellungen	5.904	-2.964
Veränderung der Steuerrückstellungen	7.175	4.274
Veränderung der sonstigen Verbindlichkeiten	-2.057	-789
Veränderung des passiven Rechnungsabgrenzungspostens	3.945	1.022
Veränderungen der Aktiva und Passiva, gesamt	19.662	-1.317
Nettoeinnahmen der betrieblichen Geschäftstätigkeit	38.484	12.571
Cash Flow aus dem Investitionsbereich		
Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	-5.321	-6.825
Ein- / Auszahlungen aus der Rückzahlung / Ausgabe von Darlehen	5	-2
Anlagenabgänge	110	61
Unternehmenserwerbe, unter Berücksichtigung der übernommenen liquiden Mittel	708	-151
Nettofinanzbedarf im Investitionsbereich	-4.498	-6.917
Cash Flow aus dem Finanzierungsbereich		
Ein- / Rückzahlungen von / an Banken	191	-17
Minderheitenanteile	0	35
Ein- / Rückzahlungen von Wandelschuldverschreibungen	157	52
Nettoeinnahmen / -ausgaben für den Finanzierungsbereich	348	70
Nettoanstieg / Nettoabnahme des Kassenbestands und der Guthaben bei Kreditinstituten	34.334	5.724
Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten zu Beginn des Geschäftsjahres	52.856	32.379
Veränderung der Differenzen aus der Währungsumrechnung	45	153
Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten zum Ende der Berichtsperiode	87.235	38.256

United Internet AG – Eigenkapitalveränderung in der Konzernbilanz

	Grundkapital Stückelung T€		Zur Durchführung der Kapital- erhöhung geleistete Einlage T€	Kapital- rücklage T€
Stand am 31. Dezember 2002	56.881.887	56.882	865	117.515
Ausübung von Wandlungsrechten	592.500	592	-865	1.183
Dividendenzahlungen				
Korrektur des in der Kapitalrücklage ausgewiesenen Wertes der im Rahmen von Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen begebenen Optionen				871
Nachträgliche Kaufpreiszahlung				
Differenz aus Währungsumrechnung 2003				
Jahresüberschuss 2003				
Comprehensive Income				
Stand am 31. Dezember 2003	57.474.387	57.474	0	119.569
Korrektur des in der Kapitalrücklage ausgewiesenen Wertes der im Rahmen von Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen begebenen Optionen				-143
Differenz aus Währungsumrechnung 2004				
Überschuss 1. Quartal 2004				
Comprehensive Income				
Stand am 31. März 2004	57.474.387	57.474	0	119.426

Ausstehender Aufwand aus Mitarbeiter- beteiligungsprogramm T€	Währungs- umrechnungs- differenz T€	Bilanz- verlust T€	Gesamtes Eigenkapital T€	Comprehensive Income T€
-156	190	-58.210	117.086	
			910	
		-28.591	-28.591	
-23			848	
		2.177	2.177	
		313		313
		38.218	38.218	38.218
				38.531
-179	503	-46.406	130.961	
102			-41	
	45		45	45
		12.688	12.688	12.688
				12.733
-77	548	-33.718	143.653	

United Internet AG – Bilanz nach HGB

zum 31. März 2004 in T€

AKTIVA

	31. März 2004		31. Dezember 2003	
Anlagevermögen				
Immaterielle Vermögensgegenstände				
Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	22		26	
Immaterielle Vermögensgegenstände, gesamt	22		26	
Sachanlagen				
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	174	0,1 %	190	0,1 %
Sachanlagen, gesamt	174	0,1 %	190	0,1 %
Finanzanlagen				
Anteile an verbundenen Unternehmen	80.756	41,6 %	79.768	42,0 %
Beteiligungen	33.410	17,2 %	33.823	17,8 %
Sonstige Ausleihungen	333	0,2 %	337	0,2 %
Finanzanlagen, gesamt	114.499	58,9 %	113.928	59,9 %
Anlagevermögen, gesamt	114.695	59,0 %	114.144	60,0 %
Umlaufvermögen				
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände				
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2		46	
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	14.484	7,5 %	38.827	20,5 %
Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	41		27	
Sonstige Vermögensgegenstände	95		88	
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände, gesamt	14.622	7,5 %	38.988	20,5 %
Schecks, Kassenbestand, Bundesbank- und Postgiroguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten	64.964	33,4 %	36.946	19,4 %
Umlaufvermögen, gesamt	79.586	41,0 %	75.934	40,0 %
Rechnungsabgrenzungsposten	24		11	
Bilanzsumme	194.305	100,0 %	190.089	100,0 %

PASSIVA

	31. März 2004		31. Dezember 2003	
Eigenkapital				
Gezeichnetes Kapital	57.474	29,6 %	57.474	30,2 %
Kapitalrücklage	39.537	20,3 %	39.537	20,8 %
Gewinnrücklagen	898	0,5 %	898	0,4 %
Bilanzgewinn	50.026	25,7 %	50.824	26,7 %
Eigenkapital, gesamt	147.935	76,1 %	148.733	78,2 %
Rückstellungen				
Steuerrückstellungen	25.941	13,4 %	25.941	13,6 %
Sonstige Rückstellungen	7.516	3,9 %	6.816	3,7 %
Rückstellungen, gesamt	33.457	17,3 %	32.757	17,2 %
Verbindlichkeiten				
Anleihen	1.766	0,9 %	1.778	0,9 %
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	78		199	0,1 %
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	10.464	5,4 %	2.267	1,2 %
Sonstige Verbindlichkeiten	605	0,3 %	4.355	2,3 %
Verbindlichkeiten, gesamt	12.913	6,6 %	8.599	4,5 %
Bilanzsumme	194.305	100,0 %	190.089	100,0 %

United Internet AG – Gewinn- und Verlustrechnung nach HGB

vom 1. Januar 2004 bis 31. März 2004 in T€

	2004	2003
	Januar–März	Januar–März
Umsatzerlöse	786	935
Sonstige betriebliche Erträge	2	11
Materialaufwand		
Aufwendungen für bezogene Leistungen	-634	-819
Personalaufwand		
a. Löhne und Gehälter	-306	-262
b. Soziale Abgaben	-21	-20
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-21	-38
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-1.300	-903
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	803	245
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-92	-407
Ergebnis vor Steuern	-783	-1.258
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-7	-15
Sonstige Steuern	-8	-1
Fehlbetrag	-798	-1.274

Die Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften des vorliegenden Quartalsberichts entsprechen den im Jahresabschluss 2003 zugrunde gelegten Vorschriften.



Produkte

GMX GmbH
GMX Internet Services GmbH

1&1 Internet AG (D)
1&1 Internet Inc. (USA)
1&1 Internet Ltd. (UK)
1&1 Internet S.A.R.L. (F)
1&1 Internet Service GmbH (D)

Schlund + Partner AG
Alturo GmbH

A1 GmbH
CONVIGATE GmbH

Outsourcing

Schlund Technologies GmbH

twenty4help Knowledge Service AG (D)
twenty4help Knowledge Service S.L. (E)
twenty4help Knowledge Service S.r.l. (I)
twenty4help Knowledge Service B.V. (NL)
twenty4help Knowledge Service Sp.zo.o. (PL)
twenty4help Knowledge Service AB (S)
twenty4help Knowledge Service Ltd. (UK)

MIP Multimedia Internet Park GmbH

Online-Marketing

AdLINK Internet Media AG (67,62 %*)

Sedo GmbH (51,07 %)

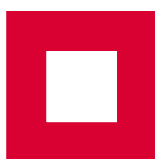
**imedia - Gesellschaft für
 neue Medien mbH (70 % seit 5. Mai 2004**)**

Beteiligungen:

fun communications GmbH	33,33 %
Metropolis AG	45,77 %
NT Plus AG	40,23 %

* 21 % bei einem Treuhänder hinterlegt für eine Call-Option zu Gunsten der DoubleClick Inc.

** Erstmalige Vollkonsolidierung im 2. Quartal 2004



United Internet AG

Marcus Bauer

Elgendorfer Straße 57

56410 Montabaur

Tel. 0 26 02/96-11 00

Fax 0 26 02/96-10 13

investor-relations@united-internet.de