

Geschäftsbericht 2005

United Internet auf einen Blick

		2005	2004
Ergebnis			
Umsatz	Mio.€	801,5	509,7
Ergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen (EBITDA)	Mio.€	128,9	109,1
Ergebnis vor Steuern (EBT)	Mio.€	101,0	70,4
Bilanz			
Kurzfristige Vermögenswerte	Mio.€	175,8	169,8
Langfristige Vermögenswerte	Mio.€	468,0	88,6
Eigenkapital	Mio.€	295,2	104,1
Bilanzsumme	Mio.€	643,8	258,5
Mitarbeiter			
Inland	Anzahl	3.709	2.838
Ausland	Anzahl	1.831	1.720
Gesamt	Anzahl	5.540	4.558
Personalaufwand	Mio.€	146,1	128,0
Aktie			
Aktienkurs zum Jahresende (XETRA)	€	32,25	19,95
Ergebnis je Aktie	€	1,00	0,59

Quartalsentwicklung	Q1/2005 Mio.€	Q2/2005 Mio.€	Q3/2005 Mio.€	Q4/2005 Mio.€	Q4/2004 Mio.€
Umsatz	157,9	177,5	207,9	258,2	143,8
EBITDA	30,4	25,2	32,1	41,2	27,4
EBT	25,5	20,2	27,5	27,8	15,9

United Internet unterhält eine Familie starker und attraktiver Internet Marken. Jede einzelne steht für Mehrwert und Erfolg. Mit ihnen adressieren wir die relevanten Zielgruppen und schöpfen das Marktpotenzial optimal aus.



Marken



Produkte



Produkte/Leistungen

Kunden



2005 in Zahlen

Allgemein

Kundenverträge: 0,99 Mio. im Information Management, 2,11 Mio. im Webhosting, 1,98 im Internet Access

Vermarktete DSL-Verträge: 1,76 Mio. Verträge, dies entspricht eine Anteil von 17 % am Gesamtmarkt, damit Nr. 2 in Deutschland

Domains: 6,5 Mio., davon 3,4 Mio. mit der Domain .de, damit Markt in Deutschland

Webhosting: 2,11 Mio. Hosting-Kundenverträge, davon 1,5 Mio. deutsche, 0,6 Mio. ausländische Kundenverträge, damit weltweit Marktführer

Marken

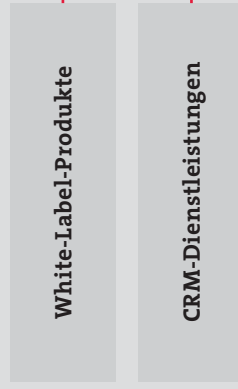
GMX: über 25 Mio. Mitglieder-Accounts und 9,3 Mio. Besucher, Nr. 3 der reichweitenstärksten Websites in Deutschland

WEB.DE: über 25 Mio. Mitglieder-Accounts und 12,4 Mio. Besucher, Nr. 2 der reichweitenstärksten Websites in Deutschland

1&T: zweitgrößter DSL-Anbieter in Deutschland und weltweit größtes Hosting-Unternehmen

Schlund + Partner: Full-Service-ISP mit 6.500 Partneragenturen

Outsourcing



Allgemein

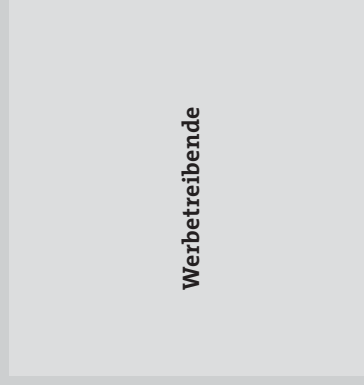
Outsourcing über 2 Marken: InterNetX vermarktet Hosting-Produkte an andere ISPs; twenty4help erbringt CRM-Services für Großunternehmer

Marken

InterNetX: Betreuung von 1,1 Mio. Domains und über 1.400 Reseller

twenty4help: Bearbeitung von 1,5 Mio. technischen Kundenanfragen

Online-Marketing



Allgemein

Werbe- und Vertriebslösungen für Werbetreibende
Display-Marketing über AdLINK
Affiliate-Marketing über affilinet
Domain-Marketing über Sedo

Marken

AdLINK: Online-Werbenetzwerk mit monatlich 5,6 Mrd. PageImpressions, damit führender europäischer Anbieter digitaler Kommunikationslösungen

Sedo: Verwaltung von 3 Mio. zum Verkauf stehenden Domains und von 1 Mio. geparkten Domains

affilinet: über 290.000 registrierte Partner-Websites und 770 Affiliates, damit Generierung von mehr als 3,3 Mrd. Ad-Impressions im Monat

United Internet ist mit über 5 Mio. Kundenverträgen national und international ein führender Internet Service Provider. Mit unseren Erfahrungen aus über 10 Jahren im Online-Geschäft haben wir uns mit unseren drei Geschäftsfeldern Produkte, Outsourcing und Online-Marketing mit insgesamt neun Marken gut aufgestellt. 2005 haben wir einen Umsatz von 801,5 Mio. € und ein Ergebnis von 101,0 Mio. € realisiert. Wir beschäftigen 5.540 Mitarbeiter. Wir werden unsere Position als führender Internet Service Provider weiter ausbauen.

Inhalt

2	Das Management
2	Vorwort des Vorstands
4	Vorstandsinterview
6	Standorte
8	Bericht des Aufsichtsrats
11	Corporate Governance Bericht
14	United Internet Team Germany
16	Unsere Strategie
18	Produktgeschäft
20	Outsourcing
21	Online-Marketing
22	Die Aktie
24	Lagebericht
44	Konzernabschluss nach IFRS
88	Einzelabschluss nach HGB
92	Info

Sehr geehrte Aktionäre, Mitarbeiter und Freunde von United Internet!

2005 war für uns ein wichtiges Jahr. Wir sind gewachsen – organisch und durch Zukäufe. Wir haben uns für das erwartete starke Marktwachstum gut positioniert und die Weichen für die kommenden Jahre gestellt. Das Geschäft von United Internet ist geprägt von Schnelligkeit: Wir bieten hohe Geschwindigkeiten im Internet. Und Management und Mitarbeiter unseres Unternehmens müssen sich schnell auf die sich in rascher Folge verändernden Rahmenbedingungen und Herausforderungen unseres Geschäftes einstellen.

2005 war ein Jahr starken Wachstums in unserem DSL-Geschäft und im internationalen Webhosting. 2005 hat auch den Durchbruch der DSL-Telefonie als Massenprodukt gebracht. Schon heute ist DSL-Telefonie einer der wichtigsten Mehrwerte für unsere DSL-Kunden. Unsere Kunden telefonieren bereits über 300 Mio. Minuten im Monat per DSL. Das zeigt: Das Telefonieren über das Internet ist populär geworden, das Geschäft beginnt zu boomen. Sowohl bei der Marktdurchdringung als auch bei der Funktionalität ist der Anfang gemacht. Schon die aktuelle Hardware-Generation bietet dem Kunden mehr Telefon-Komfort und mehr Funktionen als ein ISDN-Anschluss. Unsere Internet-Telefonie stellen wir über eigene DSL-Anschlüsse zur Verfügung, sind so unmittelbar mit unseren Kunden verbunden und können den Anschluss nutzen, um weitere Zusatzleistungen anzubieten. Wir sind nah am Kunden, wir sprechen mit ihm, wir sind für ihn da. Das bedeutet eine hohe Kundenbindung – ein nicht zu unterschätzender Wert.

Auch 2006 wird im Zeichen der fantastischen Möglichkeiten von DSL und Internet-Telefonie stehen. Wir sind sicher, dass das Potenzial an software-basierten Mehrwerten und neuen Anwendungen für breitbandige Anschlüsse noch lange nicht ausgeschöpft ist. Wir möchten die Zahl unserer DSL-Kunden erneut kräftig erhöhen. Wir sind schon heute im deutschen DSL-Markt die Nummer 2. Und wir werden uns anstrengen, um diese Position zu verteidigen. Denn klar ist: United Internet ist nicht mehr nur ein Anbieter von Internet-Services, sondern spätestens seit 2005 auch ein bedeutender Anbieter von Telekommunikations-Diensten.

Auch die Internationalisierung unseres Produktgeschäftes geht erfolgreich voran. Wir liegen in den wichtigsten Märkten gut im Rennen. Selbst im hart umkämpften Riesenmarkt USA gehören wir heute bereits zu den führenden Webhostern. Insgesamt betreuen wir im Ausland über 600.000 Kunden. Mit weltweit über 2,1 Mio. Kundenverträgen und über 30.000 gehosteten Servern sind wir international das führende Unternehmen.

Ein herausragendes Ereignis im zurückliegenden Geschäftsjahr war die Übernahme des Geschäftsbereichs Internet-Portal der WEB.DE AG, eines der



Schon heute sind wir im deutschen DSL-Markt die Nummer 2. Und wir werden Gas geben, denn United Internet ist nicht mehr nur ein Anbieter von Internet-Services, sondern auch ein bedeutender Anbieter von Telekommunikations-Diensten.

Ralph Dommermuth
Vorstandsvorsitzender

Ralph Dommermuth (42) legte 1988 mit der Gründung der 1&1 Marketing GmbH in Montabaur das Fundament der heutigen United Internet AG. Zum Start bot er kleinen Software-Anbietern systematisierte Marketing-Dienstleistungen. Später leistete er zusätzlich Marketing-Dienstleistungen für Großkunden wie IBM, Compaq und die Deutsche Telekom. 1998 führte der gelernte Bankkaufmann 1&1 als erstes Internet-Unternehmen an die Frankfurter Wertpapierbörse. 2000 baute Dommermuth 1&1 zur United Internet um.

bedeutendsten Portale im deutschen Markt mit Millionen Nutzern, Freemail-Kunden und bezahlten E-Mail-Verträgen. Dafür haben wir 200 Mio. Euro in bar und 5,8 Mio. Aktien der United Internet AG gezahlt. Das ist gut investiertes Geld. Denn: Mit unseren Marken GMX, 1&1 und jetzt WEB.DE sind wir die neue Nummer 1 im deutschen Portalmarkt. Und mit dem WEB.DE-Portal steht uns ein neuer, exklusiver Vertriebskanal für unsere Produkte zur Verfügung. Außerdem wollen wir vielfältige Synergien etwa durch Übernahme erfolgreicher Online-Formate oder Portal-übergreifende Produktionen erschließen.

Im Online-Marketing haben wir 2005 unsere Aktivitäten in der AdLINK Internet Media AG gebündelt. Unsere Strategie ist klar: Der Kunde steht im Mittelpunkt und erhält von unseren Marken wichtige Facetten des Online-Marketing aus einer Hand. Wir helfen ihm, Online-Werbung zu nutzen, um in seinem Business erfolgreich zu sein. Wir halten den Markt für Online-Marketing in Europa für sehr zukunftssträftig. Hieran wollen wir überproportional partizipieren. Durch die weitere Internationalisierung bei Affiliate- und Domain-Marketing sowie mit der vollzogenen Neustrukturierung im Display-Marketing werden sich Umsatz und Erträge weiter erhöhen.

Insgesamt können wir auf ein überaus erfolgreiches Geschäftsjahr zurückblicken. Alle relevanten Kennziffern erreichten im Berichtsjahr neue Rekordhöhen: Der Umsatz stieg 2005 um 57 % auf 801,5 Mio. €. Das Ergebnis vor Steuern verbesserte sich um 44 % auf 101,0 Mio. €. Die Zahl unserer bezahlten Kundenverträge stieg um 45 % auf 5,08 Mio. Pro Aktie haben wir genau 1 € verdient, wovon wir 25 Cent an die Aktionäre ausschütten möchten.

2006 bietet enorme Chancen. Wir werden versuchen, die Potenziale unserer Märkte voll auszuschöpfen. Mit neuen Produkten wie Pocket Web oder maxdome adressieren wir neue, interessante Märkte wie Mobile-Internet und Internet-TV. Unser Wachstum wird weiter anhalten und wir werden unsere Bestmarken noch höher schrauben. 2006 wollen wir die Umsatzmilliarde übertreffen.

Begleiten Sie uns weiter auf diesem Weg. Mit den vier Attributen aus dem Segelsport „Geschwindigkeit“, „Hightech“, „Taktik“ und „Teamgeist“ werden wir gemeinsam United Internet auf Erfolgskurs halten.

Wir können auf ein überaus erfolgreiches Geschäftsjahr zurückblicken. Alle relevanten Kennziffern erreichten im Berichtsjahr neue Rekordhöhen und wir werden auf diesem Weg weiter gehen.



Norbert Lang

Norbert Lang
Finanzvorstand

Norbert Lang (44) ist seit 2000 im Vorstand der United Internet AG und seit 2002 für den Bereich Finanzen, Controlling, Presse/Investor Relations sowie Personal verantwortlich. Er startete 1994 bei 1&1. Mit der Gründung der 1&1 Beteiligungen GmbH wurde Norbert Lang zum Geschäftsführer bestellt. In seiner Funktion als Leiter des Bereichs Finanzen begleitete er die Umwandlung und Neustrukturierung der United Internet AG zur Managementholding für alle Beteiligungen.

Vorstandsinterview

Herr Dommermuth, United Internet ist der zweitgrößte deutsche Internet-Provider. Das Unternehmen wächst schnell. Was machen Sie besser als andere?

◆◆◆➔ Dommermuth:

Wir arbeiten hart. Und wir haben uns gut aufgestellt. Wir bieten Innovationen und Mehrwerte, sehen Trends vielleicht früher als andere und – besetzen sie. Wir haben die Nase direkt am Markt. Zudem haben wir uns bei Marketing und Vertrieb sowie bei der Produktentwicklung im Laufe der Jahre ein hohes Maß an Kompetenz aufgebaut. Wir besitzen darüber hinaus starke Marken und decken den Markt breit ab. So konnten wir unsere Spitzenstellung im deutschen Portal- und DSL-Markt sowie unsere weltweit führende Position im Webhosting erreichen.

United Internet will nicht mehr nur der Anbieter von Lösungen für „Internet Professionals“ sein. Haben Sie es schon geschafft, sich auch als Anbieter für den Consumer-Bereich zu positionieren?

◆◆◆➔ Dommermuth:

Eindeutig. Wir sind Anbieter von meist selbstentwickelten Internet-Mehrwertdiensten, die heute immer öfter eine starke Komponente Telekommunikation besitzen. Alles was sich digital erstellen lässt, findet den Weg über das Internet: Sprache, Fotos, Filme, Kataloge, Spiele, sogar Radio und Fernsehen. Langfristig wird es nur noch einen Kanal geben, über den der Kunde – ganz nach seinen Bedürfnissen – „versorgt“ wird. Über diesen Datenstrom kann dann alles gehen. Mit dem DSL-Anschluss haben wir diese zentrale Daten-Steckdose besetzt. Damit ist die Zielgruppe, die wir heute bedienen können, riesengroß geworden. Daraus folgt die Konsequenz einer veränderten Ansprache. Deswegen haben wir im vergangenen Jahr auch unsere Marketing-Anstrengungen verstärkt, sind ins Sportsponsoring eingestiegen und haben auch im Fernsehen geworben.

Wie weit sind Sie auf dem Weg in ausländische Märkte?

◆◆◆ Dommermuth:

Unsere Internationalisierung kommt gut voran. Unser Auslandsumsatz im Konzern betrug 2005 rund 144 Mio. € und macht damit 18 % des Gesamtumsatzes aus. Wir konnten die Zahl der internationalen Kundenverträge im Produktgeschäft von 370.000 auf 600.000 steigern. Das ist ein Riesenerfolg! Hätten Sie gedacht, dass eine Internet-Firma aus Deutschland in knapp 2 Jahren zur Nummer acht auf dem US-Webhosting-Markt aufsteigt? Gerade auf dem Riesenmarkt USA haben wir noch viel vor. Kürzlich haben wir das Marketing-Budget für diesen Markt nochmals aufgestockt. 2006 wollen wir noch mehr Gas geben. Zudem werden wir vor Ort ein eigenes Rechenzentrum aufbauen und somit die geplante Investition um gut ein Jahr vorziehen.

Warum sponsert United Internet die deutsche America's Cup Yacht?

◆◆◆ Dommermuth:

Unser Engagement für das United Internet Team Germany ist Teil unserer Marketingstrategie. Wir möchten damit die Bekanntheit unserer Marken weltweit erhöhen und sie mit den Attributen des Hightech-Segelsports aufladen. Daneben werden unsere B2B-Marken die Segel-Events nutzen, um wichtige Kundenkontakte zu knüpfen und zu vertiefen. Schnelligkeit ist das wichtigste Attribut, das United Internet auszeichnet, und um Schnelligkeit geht es schließlich beim wichtigsten Segelrennen der Welt auch. Die so genannten Cupper sind einzig und allein auf Geschwindigkeit ausgelegt. Unsere Produkte und Dienstleistungen auch. Es gewinnen weder beim Segeln noch im wirtschaftlichen Rennen die größten und dicksten Schiffe, sondern die wendigsten und schnellsten. Außerdem sind Teamwork, eine schlaue Taktik und eine vorausschauende Strategie in diesem Sport entscheidend.

Standorte



Deutschland
 Montabaur
 Dortmund
 Düsseldorf
 Ebersberg
 Görlitz
 Hannover
 Hamburg
 Karlsruhe
 Köln
 München
 Regensburg
 Zweibrücken

Belgien
 Zellik

Frankreich
 Paris
 Saargemünd

Großbritannien
 Gateshead
 London
 Slough

Das Management

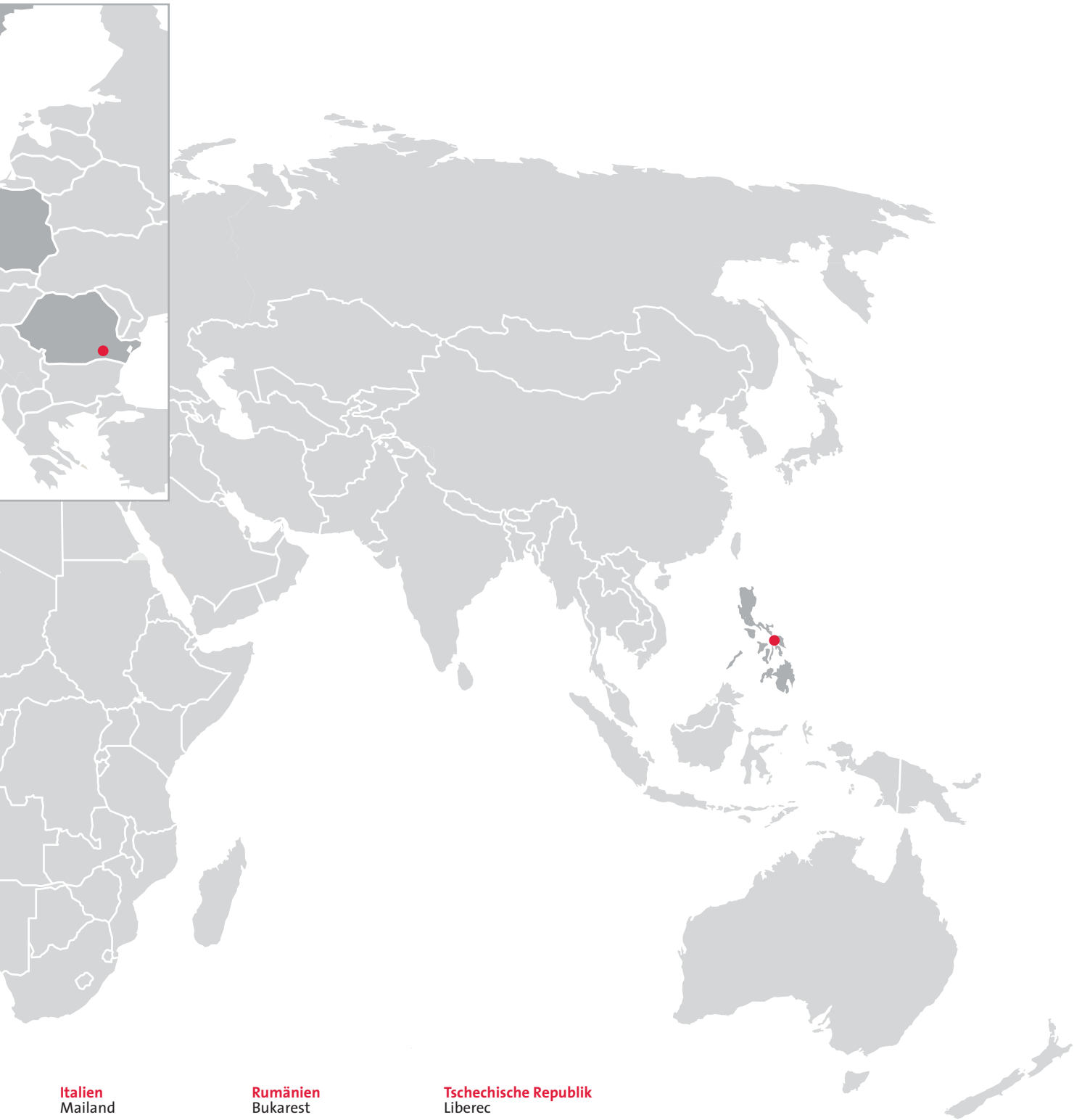
Unsere Strategie

Die Aktie

Lagebericht

Konzernabschluss nach IFRS

Einzelabschluss nach HGB



Italien
Mailand

Niederlande
Haarlem
Maastricht

Philippinen
Cebu City

Polen
Zgorzelec

Rumänien
Bukarest

Schweden
Ljusdal
Stockholm

Schweiz
Zürich

Spanien
Madrid

Tschechische Republik
Liberec

USA
Chesterbrook
Boston

Bericht des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2005

Mitglieder des Aufsichtsrats (gewählt bis 2010) sind:

- **Kurt Dobitsch**,
selbstständiger Unternehmer, 51 (Vorsitz)
- **Bernhard Dorn**,
selbstständiger Unternehmerberater, 65
- **Michael Scheeren**,
Bankkaufmann, 48

Der Aufsichtsrat der United Internet AG hat im Berichtsjahr die ihm nach Gesetz und Satzung obliegenden Aufgaben wahrgenommen, den Vorstand bei der Leitung des Unternehmens regelmäßig beraten und seine Geschäftsführung überwacht. Wir waren in alle Entscheidungen von grundlegender Bedeutung für das Unternehmen unmittelbar eingebunden.

Der Vorstand hat dem Aufsichtsrat vierteljährlich einen umfassenden Bericht über den Gang der Geschäfte einschließlich der Umsatzentwicklung und über die Lage der Gesellschaft vorgelegt. Er hat dem Aufsichtsrat ferner über die Strategie und Planung des Unternehmens, die beabsichtigte Geschäftspolitik und die Rentabilität der Gesellschaft berichtet. Die Berichte haben jeweils allen Aufsichtsratsmitgliedern vorgelegen. Anhand der Berichte der United Internet AG hat der Aufsichtsrat alle wichtigen Geschäftsvorfälle überwacht und beratend begleitet. Der Vorsitzende des Aufsichtsrats hat sich darüber hinaus regelmäßig vom Vorstand über den Geschäftsverlauf unterrichten lassen und mit dem Vorstand geschäftspolitische Fragen beraten.

Im Geschäftsjahr 2005 haben fünf Aufsichtsrats-sitzungen stattgefunden, in denen der Aufsichtsrat jeweils vollständig vertreten war. Der Aufsichtsrat, bestehend aus drei Mitgliedern, hat keine Ausschüsse gebildet. Interessenkonflikte eines Aufsichtsratsmitglieds sind uns nicht bekannt geworden.

■ Sitzung am 16. März 2005:

In dieser Aufsichtsratssitzung standen die Vorlage und die Diskussion des Jahresabschlusses und des Konzernabschlusses 2004 der United Internet AG, des zusammengefassten Lageberichts für das Geschäfts-

jahr 2004 sowie die Prüfungsberichte und die Berichterstattung des Abschlussprüfers im Vordergrund. Unter der Anwesenheit des bestellten Abschlussprüfers Ernst & Young AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft wurde der geprüfte Jahresabschluss 2004 der United Internet AG festgestellt und der ebenfalls geprüfte Konzernabschluss nach IFRS gebilligt. Aufsichtsrat und Vorstand haben in der Sitzung auch den Beschluss gefasst, der Hauptversammlung die Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 0,20 Euro je Aktie vorzuschlagen. Mit dem Vorstand haben wir die Einladung und alle Tagesordnungspunkte für die ordentliche Hauptversammlung im Mai sowie den vom Aufsichtsratsvorsitzenden zu erstattenden Vergütungsbericht besprochen und verabschiedet. Außerdem haben wir die weitere Strategie in den Segmenten Online-Marketing und Outsourcing besprochen. Ein wichtiges Thema dieser Sitzung war die Absicht des Vorstands, mit WEB.DE über die Übernahme des Portalgeschäfts der Gesellschaft zu verhandeln. Der Vorstand informierte den Aufsichtsrat von den Gesprächen mit WEB.DE. Der Vorstand erläuterte ausführlich die strategische Bedeutung der Übernahme, die United Internet u. a. einen weiteren exklusiven Vertriebsweg für ihre Produkte verschafft und die Reichweite im Online-Marketing sichtbar erhöht. Das Für und Wider dieser Transaktion unter Einbeziehung aller finanziellen Aspekte wurde diskutiert. Es wurde beschlossen, weiterführende Gespräche mit dem Vorstand von WEB.DE aufzunehmen und eine ausführliche Sorgfältigkeitsprüfung in dem zu erwerbenden Geschäftsbereich durchzuführen. Unmittelbar im Anschluss wurde unsere Absicht, den Geschäftsbereich Internet-Portal von WEB.DE zu übernehmen, per Ad-hoc-Meldung veröffentlicht.

■ Sitzung am 18. Mai 2005:

Im Anschluss an die Hauptversammlung in Frankfurt am Main haben wir den Abschluss zum ersten Quartal 2005 und die Geschäftssituation in den wichtigsten Tochtergesellschaften diskutiert. Außerdem haben wir den Einstieg von United Internet in das Sport-Sponsoring beraten. Wir haben entschieden, dass United Internet zukünftig einen Teil ihres allgemeinen Marketing-Budgets als Hauptsponsor der ersten deutschen Yacht in der weltweit wichtigsten Segel-Regatta investieren wird, dem America's Cup. Der Wettkampf findet von 2005 bis 2007 erstmals in Europa und damit zur besten Fernsehsehzeit statt. Es handelt sich um

einen innovativen, dopingfreien und sauberen High-tech-Mannschaftssport, der sehr gut zum Image der United Internet Gruppe passt. Auf den Segelflächen werden die Logos unserer Hauptmarken einem breiten Publikum bekannt gemacht und gleichzeitig soll der „Familiengedanke“ United Internet positiv nach vorne gebracht werden. Neben der medialen Reichweite für unsere Massenmarken besteht die Möglichkeit, Business-Kunden zu diesem einmaligen Ereignis nach Valencia einzuladen. Daneben haben wir mit dem Vorstand den Stand und die weitere Umsetzung der Übernahme des Portal-Geschäfts der WEB.DE AG ausführlich diskutiert. Wir haben einstimmig dem Abschluss und dem Vollzug verschiedener Unternehmensverträge zwischen der WEB.DE AG, Karlsruhe, der 1&1 Internet AG, Montabaur, der WEB.DE Beteiligungen GmbH, Montabaur, sowie der United Internet AG, Montabaur, zugestimmt, die die Durchführung der oben genannten Übernahme zum Zweck haben.

■ **Sitzung am 9. August 2005:**

Schwerpunkte dieser Sitzung waren der Halbjahresbericht zum 30. Juni 2005 und die Übernahme des Portal-Geschäfts der WEB.DE. Wir haben den aktuellen Stand der Transaktion, die vorbereiteten Maßnahmen zur Integration und die Finanzierungsmöglichkeiten besprochen. Daneben haben wir die aus dem Anlegerschutzverbesserungsgesetz resultierenden Änderungen in der Unternehmensführung und ihre Auswirkungen auf United Internet diskutiert. Die jährliche Entsprechungserklärung zum Corporate-Governance-Verhalten sowie die Überarbeitungen der Geschäftsordnungen für Vorstand und Aufsichtsrat wurden beschlossen. Die überarbeitete Risikorichtlinie der United Internet AG zur Weiterentwicklung des Risikomanagementsystems wurde diskutiert und verabschiedet. Außerdem war auch die den Corporate-Governance-Grundsätzen entsprechende Effizienzprüfung des Aufsichtsrats Gegenstand der Beratungen.

■ **Sitzung am 7. November 2005:**

Neben der Berichterstattung des Vorstands über die Ergebnisse zum 30. September 2005 und die aktuelle Geschäftssituation wurde die strategische Fortentwicklung im Segment Outsourcing besprochen. Die Neufassungen der Ad-hoc- und Kommunikations-Richtlinie sowie der Insider- und Publizitäts-Richtlinie wurden diskutiert und verabschiedet. Zudem haben wir uns intensiv mit dem Vollzug der WEB.DE-Akqui-

sition und deren Finanzierung auseinandergesetzt. Dem Vorschlag des Vorstands zur Finanzierung der Übernahme haben wir zugestimmt.

■ **Sitzung am 15. Dezember 2005:**

In dieser Sitzung haben wir die Konzernplanung sowie die Umsatz- und Ergebnisplanungen der Einzelgesellschaften für das Geschäftsjahr 2006 diskutiert und verabschiedet. Der Kapitalerhöhung aufgrund der Übernahme von WEB.DE sowie der ausgeübten Wandelschuldverschreibungen durch Mitarbeiter der Gesellschaft haben wir zugestimmt. Außerdem haben wir den Beschluss gefasst, das Sportsponsoring im America's Cup in den Jahren 2006 und 2007 fortzusetzen und zu vertiefen sowie noch stärker in die Unternehmenskommunikation und in die Kommunikation der einzelnen Marken einzubinden. Der Terminplan für 2006 wurde verabschiedet und die Zielvereinbarung mit dem Vorstand beschlossen.

Die Hauptversammlung im Mai 2005 hat die Ernst & Young AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft mit Sitz in Eschborn/Frankfurt am Main als Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2005 gewählt. Ernst & Young hat die Buchführung, den Jahresabschluss der United Internet AG, den Konzernabschluss nach IFRS sowie den zusammengefassten Lagebericht der United Internet AG und des Konzerns für das Geschäftsjahr 2005 geprüft. Im Rahmen der Jahresabschlussprüfung durch Ernst & Young wurde auch das Risikomanagementsystem geprüft und hiervon wesentliche Bestandteile analysiert. Der Abschlussprüfer erteilte jeweils einen uneingeschränkten Bestätigungsvermerk.

Der Aufsichtsrat hat sich von der Unabhängigkeit des Abschlussprüfers überzeugt und eine schriftliche Erklärung dazu eingeholt.

Die genannten Abschlussunterlagen und der Gewinnverwendungsvorschlag sowie die Prüfungsberichte des Abschlussprüfers haben allen Aufsichtsratsmitgliedern rechtzeitig vorgelegen. An der Bilanzsitzung des Aufsichtsrats am 23. März 2006 hat der Abschlussprüfer teilgenommen. Er berichtete über die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfung und stand uns für ergänzende Auskünfte zur Verfügung. Nach eigener Prüfung ist der Aufsichtsrat zu dem Ergebnis gekommen, dass der Jahresabschluss, der zusammengefasste Lagebericht, der Konzernabschluss und die Berichte

des Abschlussprüfers zu keinen Einwendungen Anlass geben. Der Aufsichtsrat hat mit Beschluss vom 23. März 2006 den von der Gesellschaft am 28. Februar 2006 aufgestellten Jahresabschluss der United Internet AG und den von der Gesellschaft am 6. März 2006 aufgestellten Konzernabschluss nach IFRS für das Geschäftsjahr 2005 gebilligt. Damit ist der Jahresabschluss im Sinne von § 172 AktG festgestellt. Dem Vorschlag des Vorstands für die Verwendung des Bilanzgewinns schließen wir uns an.

Der Aufsichtsrat dankt dem Vorstand sowie allen Mitarbeitern für ihren hohen Einsatz und ihre Leistung im Geschäftsjahr 2005.

Montabaur, 23. März 2006

Für den Aufsichtsrat
Kurt Dobitsch

Corporate Governance Bericht

United Internet orientiert sich an international und national anerkannten Standards guter und verantwortungsvoller Unternehmensführung. Corporate Governance ist für uns ein zentraler Anspruch, der sämtliche Bereiche unseres Unternehmens umfasst. Über die Corporate Governance bei United Internet erstattet der Vorstand gemeinsam mit dem Aufsichtsrat gemäß Ziffer 3.10 des Deutschen Corporate Governance Kodex den nachfolgenden Bericht:

Führungs- und Unternehmensstruktur

Entsprechend ihrer Rechtsform hat die United Internet AG mit ihren Organen Vorstand und Aufsichtsrat eine zweigeteilte Leitungs- und Überwachungsstruktur. Das dritte Organ bildet die Hauptversammlung. Alle drei Organe sind dem Unternehmenswohl verpflichtet.

Der von der Hauptversammlung gewählte Aufsichtsrat besteht derzeit aus drei Mitgliedern. Die Amtsperiode des Aufsichtsrats beträgt fünf Jahre. Aufsichtsrats- und Vorstandsmitglieder sollen im Regelfall nicht älter als 70 Jahre sein. Der Aufsichtsrat überwacht und berät den Vorstand bei der Führung der Geschäfte. In regelmäßigen Abständen erörtert der Aufsichtsrat die Geschäftsentwicklung, die Planung sowie die Strategie und deren Umsetzung. Er prüft die Quartalsberichte und verabschiedet die Jahresplanung sowie den Einzel- und Konzernabschluss. Dabei berücksichtigt er die Prüfungsberichte des Abschlussprüfers. In seinen Aufgabenbereich fallen auch die Bestellung der Vorstandsmitglieder sowie die Festlegung der Vorstandsvergütung.

Der Vorstand ist das Leitungsorgan des Konzerns und besteht aus zwei Personen. Er führt die Geschäfte nach Gesetz und Satzung sowie der vom Aufsichtsrat genehmigten Geschäftsordnung. Er ist zuständig für die Aufstellung der Quartals- und Jahresabschlüsse sowie für die Besetzung von personellen Schlüsselpositionen im Unternehmen. Entscheidungen von grundlegender Bedeutung bedürfen der Zustimmung durch den Aufsichtsrat.

Die jährliche ordentliche Hauptversammlung ist das Organ der Willensbildung unserer Aktionäre. Sie beteiligt unsere Anteilseigner an grundlegenden

Entscheidungen der Gesellschaft. Jede Aktie besitzt dabei eine Stimme. Zur Teilnahme an der Hauptversammlung sind diejenigen Aktionäre berechtigt, die sich rechtzeitig anmelden und die am Tag der Hauptversammlung im Aktienregister eingetragen sind. Durch einen Stimmrechtsvertreter können unsere Aktionäre auch in Abwesenheit ihre Rechte auf der Hauptversammlung ausüben.

Finanzpublizität

United Internet berichtet den Aktionären nach einem festen Finanzkalender viermal im Geschäftsjahr über die Geschäftsentwicklung sowie über die Finanz- und Ertragslage. Der Finanzkalender wird auf der Internetseite der Gesellschaft veröffentlicht. Der Vorstand informiert Anleger, Analysten und die Presse regelmäßig über die Geschäftsergebnisse. Informationen, die dazu geeignet sind, den Aktienkurs zu beeinflussen, werden darüber hinaus als Ad-hoc-Meldung veröffentlicht.

Im Rahmen unserer Investor-Relations-Arbeit trifft sich das Management regelmäßig mit Analysten und institutionellen Anlegern. Zudem finden zu den Halbjahres- und Jahresszahlen Analystenkonferenzen statt. Auf unserer Internetseite bieten wir Zugang zu Finanzinformationen und weiteren, wirtschaftlich relevanten Informationen über den United Internet Konzern.

Risikomanagement

Der Vorstand ist für das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem verantwortlich und bewertet die Wirksamkeit des Systems. Grundsätze, Richtlinien, Prozesse und Verantwortlichkeiten sind so definiert und etabliert, dass sie eine korrekte und zeitnahe Bilanzierung aller geschäftlichen Transaktionen gewährleisten, eine frühzeitige Identifizierung von Risiken ermöglichen sowie laufend verlässliche Informationen über die finanzielle Situation des Unternehmens zur internen und externen Verwendung liefern. Die Elemente des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems sind darauf ausgelegt, die unternehmerischen Risiken frühzeitig zu erkennen, zu steuern und die Erreichung der geschäftlichen Ziele

abzusichern; sie können diese Risiken jedoch nicht grundsätzlich vermeiden und bieten daher keinen absoluten Schutz gegen Verluste oder betrügerische Handlungen.

Rechnungslegung und Abschlussprüfung

Die Rechnungslegung des Konzerns erfolgt nach den Grundsätzen der International Financial Reporting Standards (IFRS), bis 2003 erfolgte sie nach dem US-amerikanischen Standard US-GAAP. Der für Ausschüttungs- und Steuerbelange relevante Einzelabschluss wird nach den Regeln des Deutschen Handelsgesetzbuchs (HGB) erstellt. Einzel- und Konzernabschluss werden durch unabhängige Abschlussprüfer geprüft. Die Wahl des Abschlussprüfers erfolgt durch die Hauptversammlung. Der Aufsichtsrat erteilt den Prüfungsauftrag, legt die Prüfungsschwerpunkte und das Prüfungshonorar fest und überprüft die Unabhängigkeit des Abschlussprüfers.

Vergütung des Aufsichtsrats

Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten eine Vergütung, die aus einem festen und einem am wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens ausgerichteten variablen Teil besteht. Die feste Vergütung beträgt für ein einfaches Mitglied des Aufsichtsrats 20 T€ pro volles Geschäftsjahr. Der Aufsichtsratsvorsitzende erhält das Doppelte. Die erfolgsabhängige Vergütung für jedes Mitglied des Aufsichtsrats einschließlich des Aufsichtsratsvorsitzenden beträgt pro volles Geschäftsjahr 1 T€ für jeden Cent, um den der nach IFRS ermittelte Konzerngewinn pro Aktie der United Internet AG den Betrag von 0,50 € überschreitet.

Der Aufsichtsratsvorsitzende Kurt Dobitsch erhielt eine Gesamtvergütung in Höhe von 90 T€ (Vorjahr: 73 T€). Davon entfielen 40 T€ (Vorjahr: 40 T€) auf die fixe Vergütung und 50 T€ (Vorjahr: 33 T€) auf den variablen Bestandteil. Die beiden anderen Mitglieder des Aufsichtsrats, Bernhard Dorn und Michael Scheeren, erhielten je eine Gesamtvergütung in Höhe von 70 T€ (Vorjahr: 53 T€). Davon entfielen je 20 T€ (Vorjahr: 20 T€) auf die fixe Vergütung und je 50 T€ (Vorjahr: 33 T€) auf den variablen Bestandteil. Die Rückstellung für die den Aufsichtsratsmitgliedern für das

Geschäftsjahr 2005 zu gewährende Vergütung beläuft sich daher auf insgesamt 230 T€. Wandelschuldverschreibungsprogramme für die Mitglieder des Aufsichtsrats existieren nicht.

Aktienbesitz und Bezugsrechte

	Aktienbesitz (Stück)	Bezugsrechte (Stück)
Vorstand		
Ralph Dommermuth	22.000.000	-
Norbert Lang	221.000	-
Aufsichtsrat		
Kurt Dobitsch	-	-
Bernhard Dorn	-	-
Michael Scheeren	350.000	-

Aktienoptionsprogramme

Bei der United Internet AG bestehen verschiedene aktienbasierte Mitarbeiterbeteiligungsprogramme, die das Ziel verfolgen, Führungskräfte langfristig an das Unternehmen zu binden und am Unternehmenserfolg zu beteiligen. Diese Pläne sind als Wandelschuldverschreibungen ausgestaltet, die zum Umtausch in Aktien berechtigen und die jeweils durch bedingte Kapitalia im Grundkapital abgedeckt sind. Eine Wandelschuldverschreibung berechtigt zum Umtausch in eine Aktie. Bei Ausgabe der Wandelschuldverschreibung an den jeweiligen Mitarbeiter erfolgt eine Zahlung an die Gesellschaft in Höhe des Nennwerts der Wandelschuldverschreibung von einem Euro. Diese wird während der Laufzeit des Programms verzinst. Als Ausübungspreis wird der Aktienpreis zum Zeitpunkt der Ausgabe festgelegt. Nach Ablauf von gewissen Mindestwartezeiten kann der Mitarbeiter die Wandelschuldverschreibungen in Aktien der Gesellschaft umtauschen. Entscheidet er sich für den Erwerb der Aktie, muss er den Unterschied zwischen Ausübungspreis und dem Nennwert der Wandelschuldverschreibung zuzahlen. In Höhe der Differenz zwischen Ausübungspreis und aktuellem Börsenpreis der Aktien entsteht ein vom Mitarbeiter unmittelbar zu versteuernder Gewinn. Die Wandel-

schuldverschreibungen haben eine Laufzeit von maximal sechs Jahren.

Zum 31. Dezember 2005 waren bei der United Internet AG insgesamt 969.496 Wandelschuldverschreibungen ausgegeben. Dies entspricht 1,56 % des Grundkapitals. Der durchschnittliche Ausübungspreis beträgt 13,39 €. Einzelheiten zu den verschiedenen Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen finden Sie auch in den Erläuterungen zum Konzernabschluss in diesem Geschäftsbericht.

Jährliche Entsprechenserklärung nach § 161 AktG

Am 2. Juni 2005 wurde die vierte Fassung des Deutschen Corporate Governance Kodex fertig gestellt und am 20. Juli 2005 im elektronischen Bundesanzeiger veröffentlicht. Im März 2006 haben Vorstand und Aufsichtsrat der United Internet AG die aktuelle jährliche Entsprechenserklärung nach § 161 AktG abgegeben.

Die in den Statuten (u. a. in Satzung und Geschäftsordnungen) festgeschriebenen Corporate-Governance-Grundsätze der United Internet AG und damit auch unser jetziges und voraussichtlich auch künftiges Verhalten weichen von den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 2. Juni 2005 in bestimmten Punkten ab:

Selbstbehalt bei D&O-Versicherungen

Der Deutsche Corporate Governance Kodex empfiehlt, in Haftpflichtversicherungen, die ein Unternehmen für seine Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder abschließt (sog. Directors and Officers Liability Insurances – D&O) einen angemessenen Selbstbehalt vorzusehen. Die United Internet AG regelt keinen Selbstbehalt und plant keine Änderung der aktuellen D&O-Versicherungsverträge.

Prüfungsausschuss

Der Deutsche Corporate Governance Kodex empfiehlt, dass der Aufsichtsrat einen Prüfungsausschuss (Audit Committee) einrichten soll, der sich insbesondere mit Fragen der Rechnungslegung und des Risikomanagements, der erforderlichen Unabhängigkeit des Abschlussprüfers, der Erteilung des Prüfungsauftrags an den Abschlussprüfer, der Bestimmung von Prüfungsschwerpunkten und der Honorarvereinbarung

befasst. Der Aufsichtsrat der United Internet AG besteht zur Zeit aus drei Mitgliedern: Die Mitglieder befassen sich in ihrer Gesamtheit – neben ihren sonstigen Pflichten – auch mit genannten Themen. Die Geschäftsordnung des Aufsichtsrates sieht vor, einen solchen (separaten) Prüfungsausschuss erst bei mehr als 3 Aufsichtsratsmitgliedern einzurichten.

Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder

Der Deutsche Corporate Governance Kodex empfiehlt, dass bei der Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder der Vorsitz und der stellvertretende Vorsitz im Aufsichtsrat sowie der Vorsitz und die Mitgliedschaft in den Ausschüssen berücksichtigt werden. Solange der Aufsichtsrat aus nicht mehr als drei Mitgliedern besteht und keine Ausschüsse gebildet werden, berücksichtigt United Internet nur den Vorsitz des Aufsichtsrates gesondert.

Mitteilungspflichtige Wertpapiergeschäfte

Nach § 15 WpHG ist die United Internet AG verpflichtet, meldepflichtige Wertpapiergeschäfte von Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern der Gesellschaft oder sonstigen Führungspersonen sowie durch bestimmte mit ihnen in einer engen Beziehung stehende Personen – nach einer entsprechenden Mitteilung seitens genannter Personen – unverzüglich zu veröffentlichen. Mitteilungspflichtig sind Erwerbs- und Veräußerungsgeschäfte über 5.000,- € im Kalenderjahr. Der Deutsche Corporate Governance Kodex empfiehlt darüber hinaus, dass entsprechende Angaben im Corporate-Governance-Bericht enthalten sein sollen. Die United Internet AG veröffentlicht alle meldepflichtigen Wertpapiergeschäfte nach § 15 WpHG von Vorstand, Aufsichtsrat, sonstigen Führungskräften sowie mit ihnen in enger Beziehung stehenden Personen – nach deren Bekanntgabe – unverzüglich auf ihrer Homepage. Auf eine zusätzliche Veröffentlichung im Corporate-Governance-Bericht wird verzichtet.

Montabaur, im März 2006

Für den Vorstand
 Ralph Dommermuth

Für den Aufsichtsrat
 Kurt Dobitsch



United Internet Team Germany

Vier Attribute stehen für Hochleistungssegeln: Geschwindigkeit, Hightech, Taktik und Teamgeist. Das sind auch die Eigenschaften von United Internet. Das perfekte Zusammenspiel dieser Attribute garantiert Erfolg. Vorausdenken, frühzeitig den Wind spüren, der den Markt bewegt, mit perfekter Technik und einem motivierten Team Ideen schnell und kraftvoll umsetzen – so arbeitet United Internet seit Jahren.

Mit dem Engagement des Unternehmens im America's Cup, der Königsklasse des Segelsports, setzt United Internet Zeichen. Erstmals seit 1851 nimmt mit dem United Internet Team Germany eine deutsche Mannschaft an der renommiertesten Segelregatta der Welt teil. Der America's Cup ist – neben der Tour de France – in 2007 das weltweit wichtigste und meistbeachtete Sportereignis. Sportsegeln und das Internet-Business passen gut zusammen. Das Sport-Sponsoring ist Teil unserer Marketing-Strategie. Gerade vor dem Hintergrund der zunehmenden Internationalisierung unseres Geschäfts ist der America's Cup für das Unternehmen ein Glücksfall. Unser Unternehmen ist international aufgestellt, in zwölf europäischen Ländern und in den USA vertreten.

Insbesondere unsere Massenmarken, also 1&1, GMX und WEB.DE, sind groß auf den Werbeflächen des America's Cup Bootes zu sehen. Unternehmen und Privatleute in Deutschland und auf der ganzen Welt werden durch die breite Berichterstattung in den Print- und elektronischen Medien rund um den America's Cup sowie während der Qualifikation im Rahmen der Vor-Regatten und dem Louis Vuitton Cup auf United Internet und ihre Marken aufmerksam. Nicht nur in der Fachpresse sind die Namen unserer Internet-Marken zu lesen, sondern auch in Publikums-, Tages- und Sportmedien. ARD und ZDF haben sich umfangreiche Senderechte gesichert. Unsere Bekanntheit wird stark steigen und wir können neue Zielgruppen erreichen. Durch das Segel-Sponsoring von United Internet wird die zentrale Message des Unternehmens betont: innovative Hightech-Produkte für den Massenmarkt.

Unsere Strategie

Das Internet hat sich als universelles Medium für Information, elektronische Kommunikation, Unterhaltung und E-Business etabliert. Breitbandzugänge sind der Motor der Informations- und Wissensgesellschaft. Der Siegeszug der DSL-Telefonie und das Zusammenwachsen der unterschiedlichen Dienste zu einem multifunktionalen Triple-Play-Paket inklusive Bewegtbildern (Internet-TV) sind deutliche Anzeichen dieser Entwicklung.

Das Internet wird so zunehmend zur universellen Infrastruktur, die Informations- und Kommunikations-Bedürfnisse über einen zentralen Hausanschluss bedient und gleichzeitig als Vertriebskanal fungiert. Portale bündeln zielgruppengerecht Dienste und Inhalte und bilden universelle Anlaufpunkte im Internet.

Genau das ist unsere Vision: über breitbandige, immer leistungsstärkere IP-Anschlüsse private und gewerbliche Anwender mit marktgerechten Informations- und Kommunikations-Produkten aus unserer „Internet-Fabrik“ zu beliefern und diese in unseren Portalen gemeinsam mit wertvollen Inhalten zu bündeln.

United Internet ist auf Märkten tätig, die spannend sind und enorme Wachstumsraten aufweisen. Mit über fünf Mio. Kundenverträgen sind wir national und international ein führender Player. Wir bringen innovative Internet-Produkte zu vernünftigen Preisen auf den Markt. Schnell und flexibel.

United Internet ist mit insgesamt neun Marken in drei Geschäftsfeldern aktiv. Da ist zunächst das **Produktgeschäft**. Hier richten wir uns mit Internet-Mehrwertdiensten und schnellen DSL-Anschlüssen an Privatleute, an kleine und mittlere Unternehmen, an Freiberufler und Selbstständige mit kleinen Büros. Diese Zielgruppen werden über die Marken GMX, WEB.DE, 1&1 und Schlund + Partner angesprochen.

Im zweiten Segment, dem **Outsourcing**, kümmert sich United Internet ausschließlich um das Business-to-Business-Geschäft. Unsere Mehrwertdienste werden über InterNetX an andere Internet Service Provider verkauft. Customer-Relationship-Management-Dienstleistungen werden über twenty4help angeboten.

Im Geschäftsfeld **Online-Marketing** sind wir mit den Marken AdLINK, affilinet und Sedo tätig. In diesem Geschäftsfeld bieten wir Werbetreibenden Marketing- und Vertriebslösungen im Internet: Display-Marketing über AdLINK, Affiliate-Marketing über affilinet und Domain-Marketing über Sedo.

Die Wachstumschancen von United Internet liegen auf der Hand: Immer mehr Breitbandanschlüsse ermöglichen neue, aufwändigere Mehrwertdienste. United Internet hat sie. Aufgrund der weitestgehenden Automatisierung unserer Geschäftsprozesse sind Kosten und Kundenwachstum entkoppelt. Das bedeutet, jeder neue Kunde verursacht proportional weniger Kosten.

Wenn wir neue Kunden zu vernünftigen Kosten gewinnen, können wir Skaleneffekte nutzen und unser Unternehmen immer effizienter machen. Und das auch international. Von der zunehmenden Globalisierung und dem Zusammenwachsen der Märkte durch das World Wide Web werden wir deshalb besonders profitieren.

Breite Produktpalette

United Internet hat eine breite Palette an innovativen Internet-Produkten. Unsere Kunden schließen mit uns Abonnementverträge mit festen monatlichen Beiträgen. Mit diesem Geschäftsmodell grenzen wir uns von Wettbewerbern ab, die sich auf Internet-by-Call oder Individuallösungen konzentrieren.

Wir unterscheiden drei Produktlinien: das Information Management mit E-Mail-Lösungen, Messaging, Adressverwaltung und 0700er-Rufnummern, das Webhosting mit Domains, Homepages, dedizierten und virtuellen Servern und E-Shops, sowie drittens Internet-Access mit DSL-Zugängen (mit Internet-Telefonie) und Schmalband-Zugängen. Angeboten werden die Produkte über die Marken GMX, WEB.DE, 1&1 und Schlund + Partner. So können wir den Massenmarkt bedienen und gleichzeitig verschiedene Zielgruppen differenzieren. GMX und WEB.DE wenden sich an Konsumenten, 1&1 fokussiert sich auf ambitionierte Privat-Anwender und kleine Büros, Schlund + Partner wendet sich an kleine und mittlere Unternehmen. Ein Erfolgsrezept von United Internet: die hohe Fertigungstiefe. Wo es wirtschaftlich Sinn macht, decken wir die gesamte Wertschöpfungskette ab – von der Technologiebasis über im eigenen Haus entwickelte Software-Produkte, effektives Marketing und schlagkräftigen Vertrieb bis zur aktiven Kundenbetreuung.

Internet-Fabrik für Maßkonfektion

Herz des Geschäftsmodells ist unsere Internet-Fabrik. Hier nutzen wir die Mechanismen rationeller Fertigung. Unsere leistungsfähigen Entwicklungsabteilungen „fertigen“ Produkte, die das Rückgrat des Online-Geschäftes darstellen. Durch die Internet-Fabrik sind wir in der Lage, die Produktpalette nahezu beliebig auszubauen, zu konfektionieren, zu skalieren – und zu exportieren. Ein Erfolgsfaktor für das Wachstum im Ausland.

Das Geschäftsmodell von United Internet hat enorme Vorteile: Die vertraglichen Bindungen über Abonnements sichern stabile Umsätze und Erträge. Die eigene Entwicklung und Vermarktung von Produkten hilft uns, oft schneller als andere mit Innovationen am Markt zu sein. So stehen wir heute z. B. deutschlandweit für leistungsstarke, innovative DSL-Telefonie-Produkte.

Neue Märkte steigern Rentabilität

Ein weiteres Zauberwort: Economy-of-Scale. Durch jeden neuen Kunden wird die Internet-Fabrik profitabler. Die Investitionen in die Fabrik sind getätigt, die Produkte in Form von softwarebasierten Internet-Mehrwerten erstellt. Nun kommt es darauf an, diese so gut wie möglich auszulasten. Je mehr Kunden Produkte nachfragen, die wir in unserer Internet-Fabrik erstellen können, desto größer der Gewinn. Ein weiterer Vorteil ist die zielgruppenspezifische Vermarktung. Jeder Kunde von United Internet bekommt genau das Produkt, das er braucht. Die etablierten Marken und die exklusiven Vertriebskanäle machen es möglich. Und schließlich ist die Exportierbarkeit eine weitere Trumpfkarte. Die Produkte aus der Internet-Fabrik sind weltweit einsetzbar, funktionieren in Frankfurt am Main nach den gleichen Regeln wie in London oder New York.

Unsere Marken generieren nicht nur Umsätze aus dem Abonnementgeschäft; es fließen auch immer mehr Einnahmen aus Online-Werbung und E-Commerce. United Internet Media, die Vermarktungsgesellschaft unserer Portale GMX, WEB.DE, 1&1 sowie unseres neuen Shopping-Portals SmartShopping.de, liefert Werbetreibenden und Agenturen in Deutschland alles, was sie sich wünschen. Dazu gehören eine Reichweite von über 50 % der deutschen Internet-Nutzer – das sind 18 Mio. deutsche Internet-Nutzer –, qualitativ hochwertige Zielgruppenansprachen und innovative Werbeinstrumente. Unsere Markenfamilie sorgt dabei für eine einzigartige Markt-Abdeckung.

GMX adressiert den Massenmarkt mit E-Mail- und DSL-Produkten. 9,3 Mio. aktive Nutzer im Monat machen GMX zu einem der führenden Portale in Deutschland. Neben den kostenfreien E-Mail-Konten bietet GMX auch kostenpflichtige Mehrwertdienste und Produkte für den schnellen Zugang ins Internet.

WEB.DE ist mit 12,4 Mio. aktiven Internet-Anwendern im Monat Nummer zwei im deutschen Portalmarkt. Auch WEB.DE bietet neben kostenfreien Basis-Diensten kostenpflichtige Produkte und Dienstleistungen an, unter anderem den beliebten WEB.DE Club.

1&1 ist für anspruchsvolle Privatanwender und kleine Büros, die auf der Suche nach Information-Management-, Webhosting- und Access-Lösungen sind, die richtige Adresse. 1&1 ist die Nummer 2 im deutschen DSL-Geschäft und als weltweit führendes Hosting-Unternehmen in 5 Ländern aktiv. Die 1&1-Produkte werden über die Portale GMX und WEB.DE, aber auch über Anzeigen und Beilagen in Zeitschriften sowie über TV-Werbung vermarktet. Im indirekten Vertrieb greift 1&1 auf den Fachhandel, auf ein Netzwerk an Kundenberatern sowie auf 280.000 nebenberufliche Absatzmittler, die 1&1 ProfiSeller, zurück.

Die Premium-Marke des Unternehmens ist **Schlund + Partner**, deren Kunden kleine und mittlere Unternehmen sind. Die Produkte unseres Unternehmens werden in diesem Bereich direkt und über ein Netzwerk von ca. 6.700 Partner-Agenturen vertrieben, die den Schlund + Partner-Kunden einen individualisierten Vor-Ort-Service garantieren.

Hervorragende Wachstumschancen für United Internet

Nach Einschätzungen des Branchenverbandes BITKOM wird der deutsche Breitbandmarkt von heute 10 Mio. DSL-Kunden in 2006 um 30 % auf über 13 Mio. steigen. Die Marktforscher von IDC prognostizieren, dass das Marktvolumen für Voice-over-IP-Lösungen in Deutschland bis 2007 auf 528 Mio. \$ ansteigen wird. Das ist eine durchschnittliche Wachstumsrate pro Jahr von fast 70 %. Frost&Sullivan prognostiziert, dass der europäische Markt für „Managed Webhosting“ um jährlich fast ein Drittel auf 2,5 Mrd. \$ im Jahre 2007 steigt. Und schließlich wird sich auch der Online-Werbemarkt dynamisch entwickeln. Nach Berechnungen des Bundesverbandes Digitale Wirtschaft wird er in Deutschland 2006 die Schallmauer von einer Milliarde Euro Umsatz durchbrechen und von 885 Mio. € in 2005 auf 1,3 Mrd. € zulegen.

Von diesen Entwicklungen profitiert United Internet gleich mehrfach. Zum einen in unserer Position als zweitgrößter DSL-Provider in Deutschland, zum anderen als einer der größten Anbieter von Online-Werbung in Deutschland. Und schließlich als weltweit führender Anbieter komplexer und datenintensiver Mehrwert-Anwendungen in unseren Rechenzentren.



Dienstleistungen für andere Unternehmen

Die Ausgliederung von Tätigkeiten ist mittlerweile gang und gäbe. United Internet ist auch in diesem Markt erfolgreich. Wir bieten als Dienstleister an, Outsourcing-Projekte für Unternehmen zu realisieren. Unser Outsourcing-Segment arbeitet also im Auftrag anderer Unternehmen, die ihrerseits ihre Endkunden bedienen. InterNetX ist für andere Webhoster tätig, twenty4help als Dienstleister für das Kundenbeziehungsmanagement für Großunternehmen.

Das Outsourcing-Segment ist für uns in mehrfacher Hinsicht bedeutend: Erstens wird die Internet-Fabrik des Unternehmens durch Reseller besser ausgelastet, was die Profitabilität erhöht. Zweitens ist es im Produktgeschäft wichtig, zufriedene Kunden und niedrige Kündigungsraten zu haben. Drittens sammelt United Internet wichtige Erfahrungen. So bieten wir unsere Outsourcing-Leistungen zum Beispiel in 8 Ländern an. Die Kontakte und Erfahrungen aus diesem Geschäft sind bei der Internationalisierung des Produktgeschäfts hilfreich.

Das Reselling von Hosting-Produkten der United Internet Gruppe ist unter **InterNetX** zusammengefasst. Von hier aus werden Hosting-Produkte anderen Internet Service Providern und Multimedia-Agenturen zur Verfügung gestellt. Diese vermarkten die Produkte unter eigenem Namen und auf eigene Rechnung weiter. Internet Service Provider können über InterNetX ihren Bedarf an Mehrwertdiensten abdecken. Aufgrund der hohen Fertigungstiefe lassen sich trotz günstiger Wiederverkaufspreise lukrative Margen erwirtschaften.

Je komplexer technische Mehrwerte werden und je funktionsreicher die Angebote, desto wichtiger wird eine solide Unterstützung der Benutzer. Kundenpflege spielt bei Internet-Mehrwertdiensten deswegen eine zentrale Rolle. United Internet hat sich darauf eingestellt: Mit **twenty4help** hat die Gesellschaft eine spezialisierte Outsourcing-Marke aufgebaut, die den Kunden beim Umgang mit dem World Wide Web, mit Hardware und Anwendungssoftware hilft. Der Tätigkeitsschwerpunkt: technische Hotline-Services für IT- und Internet-Produkte. Das Team von twenty4help verfügt über ein hochentwickeltes Wissens-Management-System. Dieses sorgt dafür, dass jeder Kunde die für ihn optimale Lösung erhält. Und das international. Die Kompetenz von United Internet im CRM hat sich herumgesprochen. Eine Folge: Nicht nur Hardware- und Software-Firmen, wie beispielsweise Microsoft, Lexmark oder Sun, kaufen CRM-Leistungen wie externe Hotlines bei United Internet ein, sondern auch viele Unternehmen aus anderen Branchen. twenty4help unterhält 12 Niederlassungen in 8 europäischen Ländern, 2.500 Mitarbeiter helfen in 22 Sprachen den Kunden via Telefon, E-Mail oder Chat.

United Internet profitiert vom Trend zum Outsourcing

Der Trend zum Outsourcing von Dienstleistungen ist ungebrochen. Nach Berechnungen von Forrester Research ist der IT-Outsourcing-Markt im Jahr 2005 um gut 10 % gewachsen. Vor allem die Ausgliederung kompletter Geschäftsprozesse an Dienstleister hat an Bedeutung gewonnen. Dies wird sich 2006 fortsetzen.

Marketing- und Vertriebslösungen für Werbetreibende im Internet

Mit dem Siegeszug des Internets haben die Werbetreibenden eine neue und äußerst effiziente Bühne entdeckt: Online-Marketing gewinnt von Jahr zu Jahr an Bedeutung. Von der Talfahrt nach dem Ende der New-Economy-Euphorie hat sich das Geschäft erholt. United Internet bietet im Geschäftsfeld Online-Marketing verschiedene Marketing- und Vertriebslösungen an. Display-Marketing über AdLINK, Affiliate-Marketing über affilinet und Domain-Marketing über Sedo.

Seit 2005 sind die Aktivitäten in der AdLINK Internet Media AG gebündelt, die eigenständig an der Börse notiert. Dadurch erhielten Sedo und affilinet Zugang zur paneuropäischen Vertriebsorganisation und zu den Werbekunden von AdLINK. Sie können damit die angestrebte Internationalisierung effektiver vorantreiben. AdLINK wiederum kann heute Werbetreibenden und Agenturen eine breite Palette des Online-Marketings aus einer Hand anbieten.

AdLINK ist einer der großen Online-Vermarkter Europas. Die Mitarbeiter des Geschäftsfeldes sind in 11 europäischen Ländern und den USA aktiv. Das Rückgrat des Geschäfts ist ein Werbenetzwerk mit Websites, die über außergewöhnliche Reichweiten verfügen. Mit diesem Netzwerk erreicht AdLINK über 69 Mio. Nutzer in Europa und vermarktet monatlich rund 5,6 Mrd. PageImpressions. Gebucht werden die Flächen von derzeit rund 4.000 nationalen und internationalen Werbekunden, die das Netzwerk für Branding-Maßnahmen oder den direkten Abverkauf von Produkten (Display-Marketing) nutzen.

Unter dem Motto „gemeinsam zum Erfolg“ betreibt **affilinet** im Geschäftsfeld Affiliate-Marketing eine Plattform, auf der sich Anbieter von Partner-Programmen und vermittelnde Website-Betreiber (=Affiliates) treffen. Derzeit werden von den Website-Betreibern monatlich rund 3,3 Mrd. PageImpressions angeboten. Zu den 770 Partnerprogramm-Anbietern gehören viele renommierte Unternehmen wie ebay, DocMorris, Debitel, Sixt, mobile.de und Neckermann. affilinet übernimmt Vermarktung, Administration und Zahlungs-Management der Programme und partizipiert – erfolgsabhängig – an den über das Netzwerk initiierten Kontakten. Durch den Kauf des französischen Marktführers CibleClick und durch den Marktstart in Großbritannien ist affilinet auf den drei wichtigsten europäischen Märkten vertreten.

Sedo betreibt die globale Domain-Handelsplattform sedo.com. Auf dieser werden derzeit rund 3 Mio. Domains gehandelt. Sedo ist damit Weltmarktführer beim Handel mit Internet-Adressen. Bei Sedo lassen sich ungenutzte Domains auch „parken“. Das heißt: Diese Adressen vermarktet Sedo im Auftrag ihrer Besitzer an Werbetreibende. Dabei partizipiert Sedo an den bei der Vermarktung erzielten Erlösen. Das Domain-Parking ist besonders interessant, denn der automatisierte Prozess bietet den Domain-Besitzern einen Mehrwert in Form zusätzlicher Werbeeinnahmen, während die Werbetreibenden nur für tatsächlich erfolgte Kontakte zahlen.

Großes Potenzial im Online-Marketing

Da der Online-Werbemarkt stark wächst, sehen wir in unserem Online-Marketing-Segment viel Potenzial. Mit dem Siegeszug der Breitband-Anschlüsse wird das Internet künftig von immer mehr Menschen immer intensiver genutzt. Das kommt uns entgegen: Je mehr Menschen das Internet intensiv nutzen, desto attraktiver ist dieses Medium für Werbetreibende. Durch die Breitbandtechnik lassen sich die Werbeformate außerdem interessanter und vielfältiger gestalten. So werden zunehmend auch Video-Clips für Werbung im Internet genutzt. Von dieser Entwicklung wird das Geschäftsfeld Online-Marketing profitieren. So rechnen zum Beispiel die Werbespezialisten von ZenithOptimedia damit, dass der Anteil der Online-Werbung am Gesamtwerbevolumen von heute 4,6 % auf 6,4 % im Jahr 2008 steigen wird. An dieser Marktentwicklung möchten wir überdurchschnittlich partizipieren.

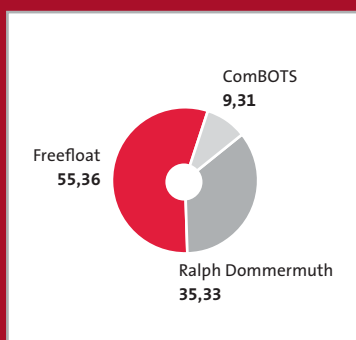
Die Aktie

Die Aktie der United Internet AG und die Vergleichsindizes DAX und TecDAX konnten sich im Jahr 2005 weitaus besser entwickeln als im Vorjahr. Die United Internet Aktie legte um fast 62 % zu und erreichte einen Jahresendkurs von 32,25 €. Im Vergleich dazu konnten der DAX um 27 % und der TecDAX um 14 % zulegen.

Der Anstieg des Kurses der United Internet Aktie vollzog sich durchgängig von Ende April 2005 bis zum Jahresende. Das starke Wachstum unseres Geschäfts und unsere gute Positionierung in allen relevanten Geschäftsfeldern wurde damit auch vom Kapitalmarkt gewürdigt.

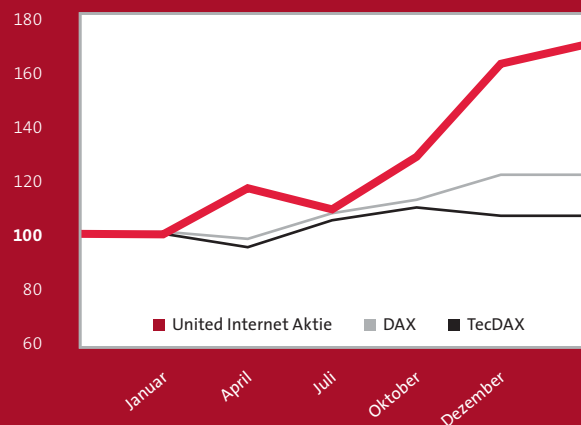
Aktionärsstruktur

in %



Kursverlauf 2005 indexiert

in %



Höhere Dividende geplant

Die Hauptversammlung der United Internet AG folgte am 18. Mai 2005 dem Vorschlag von Vorstand und Aufsichtsrat und beschloss für das Geschäftsjahr 2004 die Zahlung einer Dividende von 20 Cent pro Aktie (Geschäftsjahr 2003: 15 Cent pro Aktie). Die Dividendenzahlung in Höhe von insgesamt 11,2 Mio. € erfolgte am 19. Mai 2005. United Internet plant auch zukünftig, etwa 20 bis 25 % des Ergebnisses je Aktie auszuschütten. Für 2005 schlagen Vorstand und Aufsichtsrat die Zahlung einer Dividende in Höhe von 25 Cent je Stückaktie aus dem Bilanzgewinn 2005 vor. Über den Beschlussvorschlag von Vorstand und Aufsichtsrat entscheidet die Hauptversammlung am 13. Juni 2006.

Hauptversammlung 2005

Die United Internet AG hat das Geschäftsjahr 2004 mit der ordentlichen Hauptversammlung am 18. Mai 2005 in Frankfurt/Main abgeschlossen. Die Aktionäre haben allen abstimmungspflichtigen Tagesordnungspunkten ihre Zustimmung erteilt. Vom Grundkapital der Gesellschaft waren bei der Abstimmung 61,89 % des Grundkapitals vertreten. Tagesordnungspunkte der Hauptversammlung waren u. a. die Beschlussfassung über Erwerb und Veräußerung eigener Aktien, die Beschlussfassung über die Aufhebung des bestehenden genehmigten Kapitals und Schaffung eines neuen genehmigten Kapitals 2005, die Beschlussfassung über die Ermächtigung zur Ausgabe von Options- und/oder Wandelanleihen, die Schaffung von bedingtem Kapital und die Beschlussfassung über die Ermächtigung zur Ausgabe von Wandelschuldverschreibungen sowie die Schaffung von bedingtem Kapital. Da die Amtszeit der bisherigen Aufsichtsratsmitglieder mit der Hauptversammlung 2005 endete, wurde der dreiköpfige Aufsichtsrat in Einzelwahl neu gewählt. Mit einer überwältigenden Zustimmung wurden die bisherigen Aufsichtsratsmitglieder Kurt Dobitsch, Bernhard Dorn und Michael Scheeren erneut zu Mitgliedern des Aufsichtsrats gewählt.

Investor Relations informiert regelmäßig

Management und Investor-Relations-Abteilung informieren den Kapitalmarkt durch Quartals- und Geschäftsberichte, Presse- und Analystenkonferenzen sowie regelmäßige Gespräche mit in- und ausländischen Investoren. Das Management hat in 2005 den Kapitalmarkt über die wirtschaftliche Situation, die Unternehmensstrategie und die Zukunftsperspektiven von United Internet regelmäßig über die Webseite und mit Presseveröffentlichungen informiert. Dazu kamen Konferenzen, Einzelgespräche und Roadshows.

Aktie	2005	2004
Jahreshoch	32,75 €	23,16 €
Jahrestief	19,76 €	14,60 €
Jahresendkurs	32,25 €	19,95 €
Performance	62 %	6 %
Börsenumsatz pro Tag	3.705.526 €	2.626.250 €
Börsenumsatz pro Tag in Stück	149.649	137.150
Anzahl der Aktien	62,275 Mio.	58,043 Mio.
Börsenwert	2.008,4 Mio. €	1.158,0 Mio. €
Ergebnis je Aktie (EPS)	1,00 €	0,59 €
Ausschüttung*	15,6 Mio. €	11,2 Mio. €
Ausschüttung je Aktie*	0,25 €	0,20 €

* Vorschlag für 2005

Daten zur Aktie

Aktientyp	Namens-Stammaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von je 1,00 €
Internationale Wertpapierkenn-Nr. (ISIN)	DE0005089031
Kürzel	Börse Frankfurt UTDI Reuters UTDI.DE Bloomberg UTDI:GR
Segment	Prime Standard
Index	TecDAX

Aktienbesitz und Bezugsrechte von Vorstand und Aufsichtsrat zum 31.12.2005

	Aktienbesitz (in Stück)	Bezugsrechte (in Stück)
Vorstand		
Ralph Dommermuth	22.000.000	-
Norbert Lang	21.000	-
Aufsichtsrat		
Kurt Dobitsch (Vors.)	0	-
Bernhard Dorn	0	-
Michael Scheeren	350.000	-

Lagebericht

Highlights 2005

Übernahme des Portalgeschäfts der WEB.DE AG: Damit wird United Internet mit einer Reichweite von über 50 % neuer Marktführer unter den Internet-Portalen in Deutschland.

Erstmals über 5 Mio. Kundenverträge nach der Integration des WEB.DE-Portalgeschäfts. Die Zahl der Kundenverträge hat damit bereits im Dezember 2005 die ursprünglich erst für 2008 geplante Marke erreicht.

Hohes Wachstum bei DSL und DSL-Telefonie: Die Zahl unserer DSL-Zugangs-Kunden stieg 2005 um 710.000 auf 1,76 Mio. Bei unserer DSL-Telefonie wurden im Dezember 2005 bereits über 300 Mio. Telefonminuten im Monat (Vorjahr: 25 Mio.) terminiert.

Erfolgreiche Internationalisierung: Unser Auslandsgeschäft trägt mittlerweile mit 144,0 Mio. € (Vorjahr: 118,4 Mio. €) zum Konzernumsatz bei. Die Anzahl der ausländischen Kundenverträge stieg um 62 % auf über 600.000.

Deutlicher Anstieg unserer wesentlichen Finanz-Kennzahlen: Der Umsatz konnte im Vergleich zum Vorjahr um 57 % € auf 801,5 Mio. € und der Vorsteuergewinn um 44 % auf 101,0 Mio. € gesteigert werden.

- 25 Wirtschaftliches Umfeld
- 26 Geschäftsentwicklung
- 34 Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage
- 36 Nachtragsbericht
- 37 Risikobericht
- 41 Ausblick

Wirtschaftliches Umfeld

Aufhellung der gesamtwirtschaftlichen Lage

Die gesamtwirtschaftliche Lage hat sich 2005 weltweit aufgehellt. Nach Berechnungen des Internationalen Währungsfonds konnte die Weltwirtschaft in 2005 um 4,3 % zulegen. Für die Euro-Zone wird ein Wachstum von 1,5 % erwartet. Die deutsche Wirtschaft ist nach vorläufigen Berechnungen um 0,9 % gewachsen. Das ist zwar weniger als 2004 (1,6 %), aber die Stimmung hat sich sowohl bei Unternehmen als auch bei Verbrauchern im vergangenen Jahr deutlich verbessert.

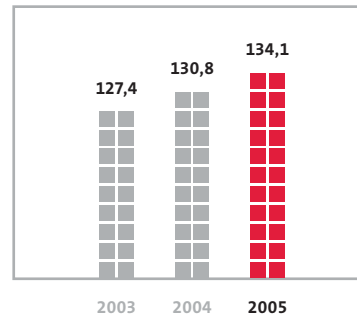
Auch 2005 wurde das Wachstum in erster Linie vom Exportgeschäft getragen. Deutschland ist mit einem Plus von 6,2 % erneut Export-Weltmeister geworden. Die Binnenkonjunktur dagegen kam mit einem Plus von 0,2 % noch nicht richtig in Schwung. Vor allem die seit 2001 herrschende Konsumzurückhaltung der Deutschen hielt im Berichtsjahr an. Ein Grund ist für das Statistische Bundesamt das erstmals seit 1992 gesunkene Realeinkommen der Arbeitnehmer. Auf dem Beschäftigungsmarkt ist ebenfalls noch keine nachhaltige Wende sichtbar.

Harter Wettbewerb bei Telekommunikationsdiensten

Der deutsche Markt für Informations- und Telekommunikationstechnik (ITK) ist nach vorläufigen Berechnungen des Bundesverbands Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM) im Jahr 2005 um 2,6 % auf 134,1 Mrd. € gewachsen. Damit legte der Gesamtmarkt 2005 genauso stark zu wie im Vorjahr. Insbesondere wegen des harten Wettbewerbs bei Telekommunikationsdiensten im Festnetz und im Mobilfunk fällt das Umsatzplus aber weniger stark aus als zu Jahresbeginn angenommen. Dass der ITK-Markt dennoch mehr als doppelt so stark wie die Gesamtwirtschaft wächst, ist ein Beweis für die Dynamik der Branche.

Deutscher ITK-Markt 2003-2005

in Mio. €

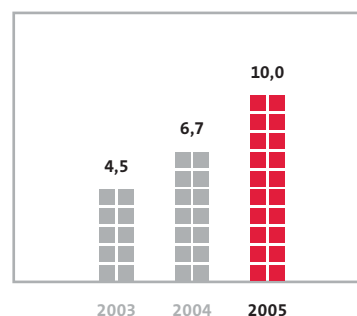


Sehr gut liefen die Geschäfte bei Software-Anbietern und IT-Dienstleistern, die von höheren Ausgaben der Unternehmen für die Modernisierung ihrer IT-Infrastruktur profitierten. Der Software-Markt für System- und Anwendungsprogramme wuchs nach BITKOM-Schätzung im Jahr 2005 um 4,5 % im Vergleich zum Vorjahr auf 16,1 Mrd. €. IT-Outsourcing trug nach Einschätzung des BITKOM besonders stark zur positiven Entwicklung dieses Marktsegments bei.

Auch der deutsche DSL-Markt boomt. Nach BITKOM-Berechnungen gab es in Deutschland zum Jahresende 2005 rund 10 Mio. dieser schnellen Internet-Anschlüsse – das sind 50 % mehr als Ende 2004. Jeder vierte Haushalt in Deutschland verfügt nun über einen DSL-Anschluss. Immer mehr Nutzer stellen ihre langsamen Zugänge auf die neuen, schnelleren Angebote um. Zudem ersetzen sie bislang genutzte Zeit- und Volumentarife, die auf einer bestimmten Nutzungsdauer oder Datenmenge basieren, durch Flatrates.

DSL-Markt in Deutschland 2003-2005

in Mio.



Im Zuge des weltweit zu beobachtenden Booms bei schnellen Internetzugängen profitierten auch andere Marktsegmente, in denen wir ebenfalls aktiv sind. Denn: Die zunehmende Durchdringung der Haushalte mit Breitband-Zugängen erlaubt es Internet Service Providern wie United Internet, immer datenintensivere, innovative Produkte und Services – wie Internet-Telefonie, Video-on-Demand, webbasierte Office-Anwendungen oder künftig Internet-TV – anzubieten, die der User ohne Leistungseinbußen nutzen kann. Auch der Internet-Werbung, in der wir mit unseren Portalen GMX, WEB.DE und 1&1, aber auch in unserem Geschäftsfeld Online-Marketing aktiv sind, stehen durch den Siegeszug des Breitbandes neue Möglichkeiten offen. So können künftig z. B. auch hoch auflösende Videoclips für Internet-Werbung genutzt werden.

Wir profitieren von dieser Markt-Entwicklung also gleich mehrfach: als zweitgrößter DSL-Provider in Deutschland, als führender Anbieter von Online-Werbung in Deutschland, als führender europäischer Vermarkter der Internet-Werbeflächen von Dritten und als weltweit führender Anbieter und Host von komplexen und datenintensiven Mehrwert-Anwendungen in unseren Rechenzentren.

Geschäfts- entwicklung

Hervorragende Geschäfts- entwicklung im Konzern

Die United Internet AG ist mit über 5 Mio. Kundenverträgen ein führender internationaler Internet Service Provider (ISP). Der Konzern ist mit insgesamt neun Marken in drei Geschäftsfeldern aktiv:

- In unserem **Produktgeschäft** richten wir uns mit Internet-Mehrwertdiensten und schnellen DSL-Anschlüssen an Privatanwender, Small Offices / Home Offices (SoHos) sowie kleine und mittlere Unternehmen (KMUs). Diese Zielgruppen werden über die Marken GMX, WEB.DE, 1&1 sowie Schlund + Partner adressiert.

- Unser **Outsourcing-Segment** ist ein reines B-to-B-Geschäft. Über InterNetX vertreiben wir unsere Mehrwert-Dienste als White-Label-Produkte an andere Internet Service Provider und über twenty4help bieten wir hochwertige Dienstleistungen für das Customer Relationship Management an.
- Im Geschäftsfeld **Online-Marketing** sind wir mit den Marken AdLINK, Sedo und affilinet tätig. In diesem Geschäftsfeld bieten wir Werbetreibenden verschiedene Marketing- und Vertriebs-Lösungen an: Display-Marketing über AdLINK, Domain-Marketing über Sedo und Affiliate-Marketing über affilinet.

Erfolgreiche Internationalisierung

Unsere Internationalisierung geht weiterhin erfolgreich voran. Schon heute sind unsere Konzerngesellschaften in 15 Ländern mit eigenen Niederlassungen aktiv. Im Berichtszeitraum trug unser Auslandsgeschäft mit 144,0 Mio. € (Vorjahr: 118,4 Mio. €) zum Konzernumsatz von 801,5 Mio. € bei.

In unserem Produktgeschäft sind wir in Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Österreich und den USA aktiv. In 2005 konnten wir die Anzahl unserer Kundenverträge im Ausland von 370.000 zum 31. Dezember 2004 auf über 600.000 zum 31. Dezember 2005 steigern. Mit unserem Outsourcing-Segment sind wir an zehn Standorten in acht europäischen Ländern aktiv: in Schweden, Großbritannien, Polen, den Niederlanden, Deutschland, Italien, Spanien und Tschechien. Im Online-Marketing-Segment ist die erreichte Internationalisierung ein wichtiger Baustein der Gesamtkonzeption, die weiter ausgebaut wird. So ist affilinet in 2005 in Großbritannien gestartet und hat mit der Übernahme von CibleClick in Frankreich den Schritt in die drei wichtigsten europäischen Länder vollzogen. Neben den USA sind unsere Marken in elf europäischen Ländern (Schweden, Dänemark, Irland, Großbritannien, Niederlande, Belgien, Deutschland, Frankreich, Schweiz, Italien und Spanien) tätig.

WEB.DE stärkt Marktstellung

Am 16. März 2005 haben wir bekannt gegeben, dass wir das Portal-Geschäft der WEB.DE AG gegen eine Barvergütung von 200 Mio. € sowie 5,8 Mio. Aktien der United Internet AG übernehmen möchten. Die Verträge wurden am 13. Mai 2005 unterzeichnet. Die Barkompo-

600.000 Kundenverträge im Ausland: +62 % im Vergleich zu 2004

nente wurde aus unseren liquiden Mitteln und aus Bankkrediten mit einer Laufzeit von bis zu drei Jahren finanziert. Nach der Zustimmung der Aufsichtsratsgremien beider Unternehmen und der Hauptversammlung der WEB.DE sowie der Genehmigung seitens der Kartellbehörden fand das Closing der Verträge am 31. Oktober 2005 statt. WEB.DE wird seit November 2005 in der United Internet Gruppe konsolidiert. United Internet ist durch die Übernahme des WEB.DE-Portals neuer Marktführer unter den deutschen Internet-Portalen. Und mit dem WEB.DE-Portal steht uns ein neuer, exklusiver Vertriebskanal für unsere Produkte zur Verfügung. Außerdem wollen wir vielfältige Synergien, etwa durch Übernahme erfolgreicher Online-Formate oder Portal-übergreifende Produktionen, nutzen.

America's Cup sorgt für Aufmerksamkeit

Am 29. April 2005 haben wir bekannt gegeben, dass United Internet erstmalig ins Sport-Sponsoring einsteigt und als Hauptsponsor das Team „United Internet Team Germany“ beim America's Cup 2007 unterstützt. Dafür schichten wir einen Teil unseres Marketing-Budgets um. Mit dem United Internet Team Germany nimmt erstmals seit 1851 eine deutsche Mannschaft an der renommiertesten Segelregatta der Welt teil. Der America's Cup ist – neben der Tour de France – in 2007 das weltweit wichtigste und am meisten beachtete Sportereignis. Sportsegeln und das Internet-Business passen gut zusammen. Das Sport-Sponsoring ist Teil unserer Marketing-Strategie. Gerade vor dem Hintergrund der zunehmenden Internationalisierung unseres Geschäfts ist der America's Cup für das Unternehmen ein große Chance. Insbesondere unsere Massenmarken 1&1, GMX und WEB.DE sind weltweit auf den Werbeflächen des America's Cup-Teams zu sehen. Unternehmen und Privatleute auf der ganzen Welt werden durch die Berichterstattung in den Print- und elektronischen Medien rund um den America's Cup und die Qualifikationsrennen dazu auf United Internet und ihre Marken aufmerksam. Nicht nur in der Fachpresse sind die Namen unserer Internet-Marken künftig zu lesen, sondern auch in der Sport-, Wirtschafts- und Finanzpresse. Auch die Sender ARD und ZDF haben sich umfangreiche Senderechte gesichert. Unsere Bekanntheit wird dadurch stark steigen und wir können ganz neue Zielgruppen erreichen. Neben der medialen Reichweite für unsere Massenmarken besteht auch für unsere im B-to-B tätigen Marken die Möglichkeit, Business-Kunden zu diesem einmaligen Ereignis nach Valencia einzuladen.

Entwicklung der Segmente

Produkt-Segment mit 70 % Umsatzplus

Dominierender Geschäftsbereich der United Internet Gruppe ist unser Produktgeschäft mit den Marken GMX, WEB.DE, 1&1 und Schlund + Partner mit einem Anteil von 76 % am Gesamtumsatz.

Im Geschäftsjahr 2005 konnten wir in diesem Segment den Umsatz um 70 % auf 606,8 Mio. € (Vorjahr 356,7 Mio. €) erhöhen. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) stieg um 15 % auf 112,7 Mio. € (Vorjahr 98,4 Mio. €). Der Vorsteuergewinn (EBT) betrug 92,9 Mio. € (Vorjahr 75,3 Mio. €, ein Plus von 23 %). Die Zahl der Mitarbeiter in diesem Segment betrug 2.313 (Vorjahr 1.636), dies entspricht einem Anstieg von 41 %.

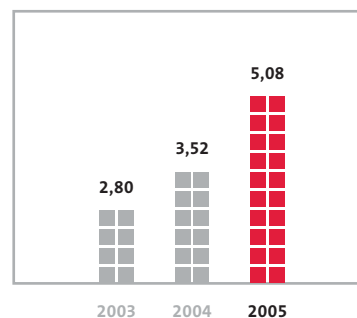
Mit WEB.DE die Nummer 1 im deutschen Portalmarkt

Die EBT-Gewinnmarge erreichte trotz hoher Markterschließungskosten in den USA und gesteigerter Marketingausgaben für DSL-Resale eine Größe von über 15 %. Die sehr guten Finanz-Kennzahlen sind eng an unser dynamisches Kundenwachstums gekoppelt. Zum 31. Dezember 2005 hatten wir über 5,08 Mio. kostenpflichtige Kundenverträge (Ende 2004: 3,5 Mio.). Diese verteilen sich auf die drei Produktlinien im Produktgeschäft:

- **Information Management:**
E-Mail-Lösungen, Messaging, Adressverwaltung, 0700er-Rufnummern
- **Webhosting:**
Domains, Homepages, dedizierte Server, E-Shops
- **Internet Access:**
DSL- und Schmalband-Zugänge

Kundenverträge

in Mio.



Kundenverträge im Produktgeschäft um rund 44 % angewachsen

Aufgeteilt nach Produktlinien gliedern sich die Vertragszahlen in 0,99 Mio. Kundenverträge im Bereich Information Management, 2,11 Mio. im Webhosting, davon 0,60 Mio. im internationalen Geschäft, und 1,98 Mio., davon 1,76 Mio. DSL-Verträge, im Internet Access. Auch die Vermarktung eigener DSL-Anschlüsse ist erfolgreich verlaufen: Seit dem Start am 12. Juli 2004 konnten wir bis Ende 2005 bereits 960.000 eigene DSL-Anschlüsse verkaufen.

Neben dem starken organischen Wachstum trug auch die Übernahme des WEB.DE-Portalgeschäfts zu unserem Netto-Wachstum von 1,56 Mio. Kundenverträgen bei. Insbesondere die Produktlinie Information Management profitierte mit einem Zuwachs von 530.000 WEB.DE-Club-Nutzern.

Kundenverträge nach Produktlinien in Mio.

Kundenverträge	31.12.2004	31.12.2005	Wachstum in %
Information Management	0,38	0,99	+60,5
Webhosting	1,80	2,11	+17,2
davon Ausland	0,37	0,60	+62,2
Internet Access	1,34	1,98	+47,8
davon DSL	1,05	1,76	+67,6
Gesamt	3,52	5,08	+44,3

Führender Anbieter von Internetwerbung

In nahezu allen Zielmärkten konnten wir unsere Stellung als führender Anbieter festigen oder ausbauen. Mit 17,8 Mio. aktiven Nutzern erreichen die Portale der United Internet AG (GMX, WEB.DE, 1&1) 50,1 % der deutschen Onliner. Damit stellt die Vermarktungskoope- ration unserer Portale „United Internet Media“ gemäß der aktuellen Auswertung „internet facts 2005-II“ der AGOF den in Reichweite und Werbeplatz- volumen größten Anbieter von Internetwerbung in Deutschland.

Marktführer im Webhosting

Mit mehr als 2,1 Mio. Hostingverträgen und über 30.000 gehosteten Servern ist United Internet einer der weltweit größten Webhoster. In unseren ausländischen Märkten konnten wir unsere Position als führender Anbieter von Internetdiensten weiter verbessern. Während wir nach unseren Berechnungen in Deutschland und Großbritannien Marktführer im Webhosting-

Geschäft sind, konnten wir uns in den USA (gestartet Januar 2004) bereits auf Position 8 und in Frankreich (gestartet Mai 2004) auf Position 6 verbessern. Markt- führer sind wir in Deutschland auch bei der Registrie- rung von .de-Domains. Zum Jahresende verwalteten wir insgesamt über 6,5 Mio. Domains, davon 3,4 Mio. mit der deutschen Top-Level-Domain .de.

Im DSL-Geschäft auf Platz 2 mit 1,76 Mio. Verträgen

Mit 1,76 Mio. abgeschlossenen DSL-Kundenverträgen steht United Internet in Deutschland hinter T-Online auf Platz 2. Legt man die Schätzung des Branchenver- bandes BITKOM von 10 Mio. DSL-Anschlüssen zum Jah- resende 2005 zugrunde, verfügen wir über einen Anteil von 17,6 % am Gesamtmarkt. Im Berichtszeitraum konnten wir um 710.000 Kundenverträge wachsen. Mit dem im zweiten Halbjahr 2004 gestarteten Resale- Geschäft hat sich unser DSL-Business-Modell geändert. Durch die eigenen Anschlusskunden werden dauerhaft zusätzliche Einnahmen und eine höhere Kundenbin- dung erreicht. Seit dem Start konnten insgesamt 960.000 Anschlüsse vermarktet werden, davon 760.000 in 2005.

Eine Spitzenposition nehmen wir auch mit über 300 Mio. Internet-Telefonie-Minuten im Monat im deutschen VoIP-Markt ein. Wir liegen damit bereits auf dem Niveau kleinerer klassischer Telefongesell- schaften – und dies nach nur 18 Monaten seit Produkt- start.

GMX zählt zu den führenden Portalen

GMX adressiert Privatanwender mit E-Mail- und DSL- Produkten. 23 Mio. Mitglieder-Accounts und 140 Mio. Besucher im Monat machen GMX zu einem der führen- den Portale in Deutschland. Neben den kostenfreien E-Mail-Konten bietet GMX auch kostenpflichtige Mehr- wertdienste und Produkte für den schnellen Zugang zum Web.

Im Geschäftsjahr 2005 standen bei GMX u. a. folgende Entwicklungen im Vordergrund:

- **April 2005:** Mit dem Start von „GMX Partner“ kann jeder GMX Kunde neue GMX Kunden gewinnen und erhält für seine Vermittlungstätigkeit attrak- tive Geldprämien.
- **Juni 2005:** Start der „United Internet Media“, der Vermarktungskoope- ration von GMX, WEB.DE und 1&1. United Internet Media ist laut AGOF größter Media-Vermarkter im deutschen Online-Markt.

- **September 2005:** Produktstart der providiererunabhängigen DSL-Telefonie-Flat. GMX bietet allen DSL-Nutzern die Möglichkeit, mit der GMX Phone Flat rund um die Uhr für null Cent pro Minute ins deutsche Festnetz zu telefonieren.

Mit WEB.DE die Nummer 2 im deutschen Portalmarkt gewonnen

WEB.DE ist mit 12,4 Mio. Internet-Anwendern im Monat Nummer zwei im deutschen Portalmarkt. Auch WEB.DE bietet neben kostenfreien Basis-Diensten kostenpflichtige Produkte an, unter anderem den beliebten WEB.DE Club.

Nach dem Closing der Übernahmeverträge im November 2005 gelang es, nachfolgende wichtige Aktivitäten im Jahresendgeschäft umzusetzen:

- **November 2005:** WEB.DE startet Vermarktung von 1&1 DSL. User, die sich über einen auf WEB.DE befindlichen Anmeldelink für 1&1 DSL registrieren, konnten sowohl an der Hardware als auch an den Einrichtungskosten sparen. Eine Mitgliedschaft im WEB.DE-Club gab es für ein Jahr umsonst obendrauf.
- **Dezember 2005:** WEB.DE startet ein Games-Portal mit integrierter Spiele-Suche. Das Portal bietet eine große Anzahl von attraktiven Spiele-Downloads für PC und Handy sowie eine Möglichkeit zur gezielten Spiele-Suche.

1&1 zweitgrößter DSL-Anbieter in Deutschland

1&1 ist für anspruchsvolle Privatanwender und kleine Büros, die auf der Suche nach Information-Management-, Webhosting- und Access-Lösungen sind, die richtige Adresse. 1&1 ist die Nummer 2 im deutschen DSL-Business und als weltweit führendes Hosting-Unternehmen in 5 Ländern aktiv. Die 1&1-Produkte werden über die eigenen Portale GMX und WEB.DE, aber auch über Anzeigen und Beilagen in Zeitschriften sowie über TV-Werbung vermarktet. Im indirekten Vertrieb greift 1&1 auf den Fachhandel, auf ein Netzwerk an Kundenberatern und über 280.000 nebenberufliche Absatzmittler, die 1&1 ProfiSeller, zurück.

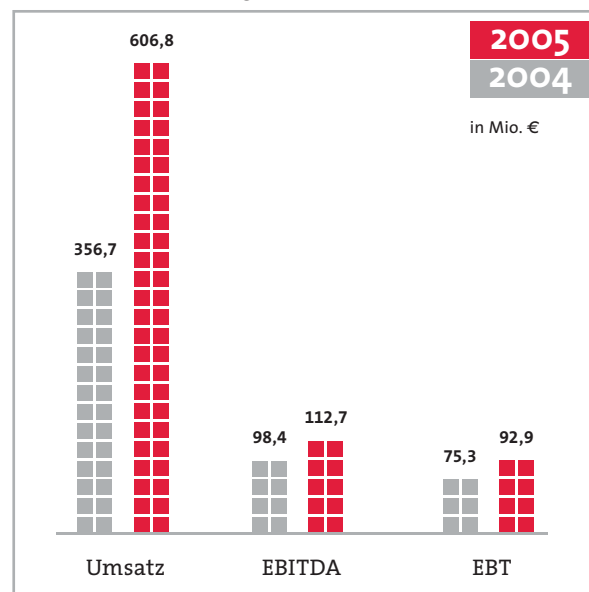
Quartalsentwicklung in Mio. €

	Q1 2005	Q2 2005	Q3 2005	Q4 2005	Q4 2004
Umsatz	113,7	131,3	161,4	200,4	99,0
EBITDA	26,2	21,8	29,7	35,0	22,7
EBT	22,8	18,2	26,7	25,2	16,3

Im Geschäftsjahr 2005 standen bei 1&1 u. a. folgende Entwicklungen im Fokus:

- **Januar 2005:** Die 1&1 Internet AG startet ein eigenes Content-Portal. Die Inhalte für zwölf aktuelle Themenbereiche liefern Verlagspartner, Nachrichtenagenturen, spezialisierte Fachanbieter sowie eine hauseigene Redaktion.
- **März 2005:** Die neue Produkt-Generation der DSL-Telefonie bietet mehr Rufnummern, mehr Komfort und mehr Funktionen als bisherige VoIP-Lösungen und übertrifft erstmals Komfortmerkmale von ISDN-Anschlüssen.
- **März 2005:** Mit der DSL-Preisoffensive von 1&1 wird der Pauschaltarif neuer Standard für alle Nutzertypen und DSL-Geschwindigkeiten. Die DSL-Telefonie wird erstmals mit einer Phone-Flat angeboten.
- **Mai 2005:** Web-Testwochen für den Mittelstand. Nach den USA und Großbritannien bietet 1&1 auch in Deutschland kostenfreies Schnupper-Hosting für Unternehmen.
- **September 2005:** Die neuen 1&1 Server werden mit zukunftsweisenden 64-Bit AMD Prozessoren und 64-Bit Betriebssystem geliefert.
- **November 2005:** Wer bis 31. Dezember 2005 einen neuen DSL-Anschluss mit der 1&1 Phone-FLAT beauftragt oder zu 1&1 wechselt, kann im ersten Jahr der zweijährigen Laufzeit gratis ins deutsche Festnetz telefonieren.

Finanzzahlen Produkt-Segment



Schlund + Partner: Spezialist für KMUs

Die Premium-Marke des Unternehmens ist Schlund + Partner, deren Kunden kleine und mittlere Unternehmen sind. Die Produkte unseres Unternehmens werden in diesem Bereich direkt und über ein umfassendes Netzwerk von über 6.700 Partner-Agenturen vertrieben, die den Schlund + Partner-Kunden einen individualisierten Vor-Ort-Service bieten.

Im Geschäftsjahr 2005 standen folgende Themen im Vordergrund:

- **März 2005:** Online-Offices für Unternehmen – Die Online-Office-Pakete bestehen aus den aufeinander abgestimmten Komponenten DSL-Zugang, Groupware/Messaging, Webhosting und DSL-Telefonie.
- **März 2005:** Kostengünstige DSL-Telefonie für KMUs – an die Hardware-Lösung FRITZ!Box Fon ISDN WLAN können erstmals sowohl vorhandene analoge Telefone als auch ISDN-Geräte und ISDN-Telefonanlagen angeschlossen werden.
- **Dezember 2005:** .eu-Domains gehen an den Start – Mit der „Sunrise-Phase 1“ ist die neue Internet-Endung .eu an den Start gegangen.

Outsourcing-Segment: Aktivitäten gebündelt

Die Ausgliederung von Tätigkeiten, die nicht zu den Kernkompetenzen von Unternehmen gehören, nimmt weltweit zu. United Internet ist auch in diesem Markt erfolgreich. Unser Outsourcing-Segment arbeitet im Auftrag anderer Unternehmen, die ihrerseits Endkunden beliefern. InterNetX ist für andere Webhoster tätig, twenty4help als Dienstleister für das Kundenbeziehungsmanagement von Großunternehmen. Anfang 2005 haben wir eine 80%ige Beteiligung an InterNetX erworben und gleichzeitig Schlund Technologies in InterNetX eingebracht. Unter InterNetX ist jetzt das Reselling-Geschäft von United Internet zusammengefasst.

Insgesamt war im Geschäftsjahr 2005 in unserem Outsourcing-Segment die Marktentwicklung verhalten. Trotz eines starken Wettbewerbs gelang ein Umsatzplus von rund 5 % auf 88,6 Mio. € (Vorjahr 84,3 Mio. €).

Quartalsentwicklung in Mio. €

	Q1 2005	Q2 2005	Q3 2005	Q4 2005	Q4 2004
Umsatz	23,2	21,4	21,2	22,8	20,9
EBITDA	3,9	2,4	2,8	3,1	4,5
EBT	2,2	0,7	1,2	1,8	2,7

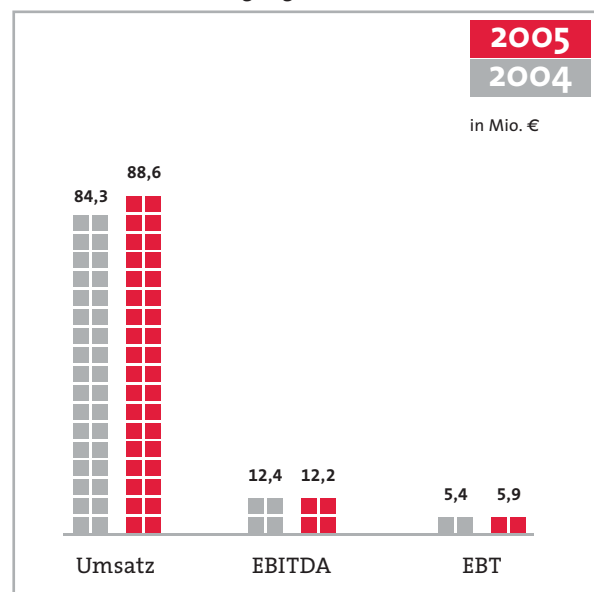
Der Anteil von Outsourcing betrug damit 11 % am Gesamtumsatz von United Internet. Während das EBITDA mit 12,2 Mio. € in etwa auf Vorjahresniveau (12,4 Mio. €) lag, konnte das EBT um 9 % von 5,4 Mio. € auf 5,9 Mio. € verbessert werden. Für das verbesserte Ergebnis waren primär die nach dem schwachen zweiten Quartal 2005 bei twenty4help eingeleiteten Maßnahmen zur Steigerung der Profitabilität verantwortlich. Im Outsourcing-Segment waren 2.912 Mitarbeiter beschäftigt (Vorjahr: 2.669).

InterNetX – der Provider für Provider

InterNetX vertreibt unsere Hosting-Produkte an Internet Service Provider (ISPs) und Multimedia-Agenturen (Reseller), die diese wiederum unter eigenem Namen und auf eigene Rechnung weiter vermarkten.

- Im Geschäftsjahr 2005 stand bei InterNetX die Integration von Schlund Technologies sowie die Gewinnung weiterer Vertriebspartner im Vordergrund. Das Unternehmen betreut heute rund 14.200 Reseller (Vorjahr 10.000), für die über 1,1 Mio. Domains und rund 600 Server gehostet werden.
- Mit IX-TKÜV wurde eine kostengünstige Lösung für alle ISPs eingeführt, die die Telekommunikations-Überwachungsverordnung (TKÜV) einhalten müssen oder wollen und keine eigene Lösung realisieren können. Die im Januar 2005 in Kraft getretenen TKÜV konkretisiert die im Telekommunikationsgesetz vorgesehenen Überwachungs-

Finanzzahlen Outsourcing-Segment



möglichkeiten der Internetkommunikation. Unter anderem müssen Provider mit mehr als 1.000 Kunden die technischen Voraussetzungen für die Überwachung des E-Mail-Verkehrs bereithalten, um richterliche Überwachungsanordnungen innerhalb von 24 Stunden umsetzen zu können. Bei mehr als 10.000 Kunden muss die Umsetzung innerhalb von sechs Stunden erfolgen können.

twenty4help bietet umfangreiche Leistungen für die Kundenbetreuung

Über die Marke twenty4help bieten wir Großunternehmen umfangreiche Leistungen im Bereich der Kundenbetreuung an. Zu unseren Kunden zählen internationale Blue Chips wie Microsoft, Lexmark und Sun. twenty4help ist mit zehn Niederlassungen in acht europäischen Ländern aktiv. Über 2.500 Mitarbeiter bearbeiten in 22 Sprachen technische Kundenanfragen per Telefon, E-Mail oder Chat.

- Im Berichtszeitraum standen bei twenty4help insbesondere die Umsetzung verschiedener Maßnahmen zur Steigerung der Profitabilität im Vordergrund, wobei die Umsetzung weiterer Maßnahmen noch bis weit ins Geschäftsjahr 2006 andauern wird.
- Darüber hinaus wurden bei twenty4help in 2005 wesentliche Qualitätsmanagement-Ziele erreicht: Die Re-Zertifizierung verschiedener Standorte nach ISO 9001:2000 und nach COPC-2000®. Nach erfolgreichem Abschluss ist twenty4help eines der wenigen Unternehmen der Branche, die mit ISO 9001:2000 und COPC-2000® zwei Qualitätsnormen gleichzeitig erfüllen.

Online-Marketing wächst stark

Im Geschäftsfeld Online-Marketing bieten wir Werbetreibenden unterschiedliche Marketing- und Vertriebslösungen an: Display-Marketing über AdLINK, Affiliate-Marketing über affilinet und Domain-Marketing über Sedo.

Quartalsentwicklung in Mio. €

	Q1 2005	Q2 2005	Q3 2005	Q4 2005	Q4 2004
Umsatz	21,0	24,8	25,3	34,9	23,8
EBITDA	1,4	1,7	1,5	3,6	1,6
EBT	1,4	1,7	1,2	1,9	1,1

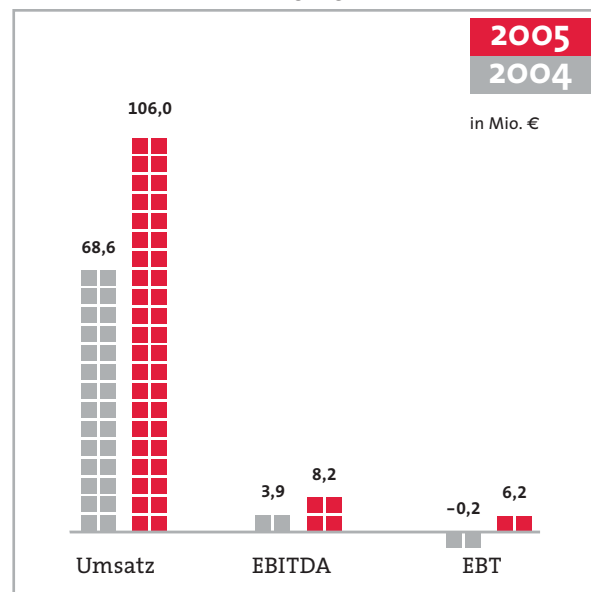
Im April 2005 haben wir unsere Beteiligungen an affilinet und Sedo für rund 30 Mio. € an die AdLINK Internet Media AG verkauft und die Finanzierung zu marktüblichen Konditionen bereitgestellt. Durch diesen Verkauf werden unsere Marketing-Aktivitäten – bei der Vermarktung der Websites von Dritten – bei AdLINK gebündelt. Durch die Integration erhielten affilinet und Sedo Zugang zur paneuropäischen Vertriebsorganisation und Werbekundschaft von AdLINK und können so auch ihre Internationalisierung noch effektiver vorantreiben. AdLINK kann seitdem Werbetreibenden und Agenturen eine breite Palette des Online-Marketings aus einer Hand anbieten und damit die Werbe-Ausgaben der Kunden im digitalen Marketing-Mix optimieren.

Infolge der Integration von affilinet und Sedo, aber auch dank des stark wachsenden Online-Werbemarktes, konnte der Umsatz deutlich um 55 % von 68,6 Mio. € auf 106,0 Mio. € erhöht werden. Das Online-Marketing-Segment erzielte einen Anteil von 13 % am Gesamtumsatz des United Internet-Konzerns. Das EBITDA konnte von 3,9 Mio. € auf 8,2 Mio. € mehr als verdoppelt werden und das EBT von -0,2 Mio. € auf 6,2 Mio. € zulegen. Die Mitarbeiterzahl zum 31. Dezember 2005 betrug 299 (Vorjahr: 238).

AdLINK: Führender unabhängiger Online-Vermarkter in Europa

AdLINK ist einer der größten unabhängigen Online-Vermarkter in Europa. Basis des Geschäftsmodells ist ein Online-Werbenetzwerk mit reichweitenstarken

Finanzzahlen Online-Marketing-Segment



Websites und monatlich rund 5,6 Mrd. PageImpressions, das an Werbetreibende für Branding-Maßnahmen oder den direkten Abverkauf von Produkten (Display-Marketing) – auf Basis von TKP (Tausenderkontaktpreis) und/oder erfolgsabhängig via Pay-per-Click – vermarktet wird.

Highlights 2005

- Die AdLINK Internet Media AG übernahm im April 2005 affilinet und Sedo und integrierte sie in den AdLINK-Konzern.
- Zum Jahresende erhöhten sich die monatlichen PageImpressions auf 5,6 Mrd., im Vergleich zu 4,1 Mrd. im Vorjahr.
- Namhafte Websites wie Autoscout24 (Italien), easyCinema (Großbritannien) und Telenet (Belgien) konnten als Werbepattform gewonnen werden.
- Mit Alitalia, CenterParcs, Accor Hotels oder TomTom konnte auch eine Reihe bekannter neuer Werbepartner akquiriert werden.

Sedo betreut 3 Mio. geparkte Domains

Sedo betreibt die globale Domain-Handelsplattform sedo.com, auf der derzeit 3 Mio. Domains gehandelt werden. Im Geschäftsbereich Domain-Parking vermarktet Sedo einen Teil dieser Domains im Auftrag der Domain-Besitzer an Werbetreibende (Domain-Marketing). Dabei partizipiert Sedo an den bei der Vermarktung mittels Pay-per-Click erzielten Erlöse.

Highlights 2005

- Sedo ist als Weltmarktführer für Internet-Domain-Handel ausgewiesen: Nach einer Analyse der amerikanischen Fachpublikation DNJournal.com liegt Sedo mit einem weltweiten Umsatzanteil von 41 % deutlich vor allen Mitbewerbern.
- Die Expansion nach Großbritannien und in die USA macht weiterhin gute Fortschritte. Das in diesen Ländern zur Verfügung stehende Inventar an aktiven vermarktbareren Domains konnte im Berichtszeitraum um über 50 % von 330.000 auf aktuell 500.000 gesteigert werden. Weltweit standen Sedo damit rund 780.000 vermarktbarere Domains zur Verfügung (Vorjahr: 400.000).
- Erfolgreicher Launch von SedoPro.com. Durch die Einführung dieses Premium-Produktes für das Domain-Parking wird der Zielgruppe der professionellen Domain-Parker ein attraktives Produkt angeboten, mit der sie ihre Umsätze weiter erhöhen können. SedoPro gibt dabei den „Parking-Profis“ weitgehende Freiheit bei der Gestaltung der Website und bietet tieferegehende statistische Auswertungen.

affilinet-Netzwerk konnte weiter ausgebaut werden

affilinet ist im Affiliate-Marketing aktiv und betreibt ein Netzwerk für Anbieter von Partner-Programmen und Webseiten-Inhaber, die diese Programme in ihre Webseiten integrieren. affilinet partizipiert – rein erfolgsabhängig – an den über das Netzwerk initiierten Kontakten und Verkäufen.

Highlights 2005

- Der Ausbau des Partner-Netzwerkes konnte im Jahr 2005 plangemäß fortgesetzt werden. Die Anzahl der monatlichen PageImpressions stieg von 2,5 Mrd. auf über 3 Mrd. Die Zahl der angeschlossenen Websites erhöhte sich von 190.000 auf über 290.000.
- Auch die Zahl der angeschlossenen Anbieter von Partnerprogrammen konnte von 600 auf über 770 ausgebaut werden. Mobile.de, GE Money Bank, ADAC, ElectronicScout24, BASE und viele andere kamen als Anbieter von Affiliate-Partnerprogrammen hinzu.
- Im Dezember 2005 erwarb affilinet einen 71%-Mehrheitsanteil an CibleClick, der in 2006 in einem zweiten Schritt auf 75 % erhöht wird. CibleClick betreibt das führende Affiliate-Netzwerk in Frankreich und betreut mehr als 200 werbetreibende Kunden (Partnerprogramm-Anbieter) und über 25.000 angeschlossene Websites (Publisher). Gemeinsam mit den Ländergesellschaften in Deutschland und England (im November 2005 gestartet) ist affilinet damit in den drei wichtigsten europäischen Märkten vertreten.

Forschung und Entwicklung

Schnelle Umsetzung von F&E-Ergebnissen in marktgängige Produkte

Grundlage für den Erfolg von United Internet ist die Fähigkeit, schnell innovative Produkte und Dienste in große Märkte einzuführen. Unsere Kernkompetenz ist dabei die rasche Umsetzung von Forschungs- und Entwicklungsergebnissen in marktgängige Produkte und die Adaptierung und Weiterentwicklung vorhandener Produkte. Aufgrund unserer stetig wachsenden Kundenzahl werden auch die Anforderungen an Zuverlässigkeit und Verfügbarkeit dieser Angebote immer höher. Mit unseren IT-Lösungen, die wir zum überwiegenden Teil selbst entwickeln oder von Partnern wie

Microsoft beziehen und anschließend modifizieren und in unsere Systeme integrieren, sind wir optimal darauf eingestellt.

Durch unsere Kompetenz in Produkt-Entwicklung und -Einführung sind wir in vielen Bereichen unabhängig von Entwicklungen und Zulieferungen Dritter und können damit wichtige Vorteile im Wettbewerb erzielen.

Entwicklungs-
zentren mit über
200 IT-Spezialisten

Unsere Entwicklungszentren in Karlsruhe und Bukarest mit mehr als 200 IT-Spezialisten arbeiten überwiegend mit dem Open-Source-Code Linux. Dadurch können sie deutliche Kostenvorteile erzielen und die Basis-Anwendungen unserer Produkte innerhalb kürzester Zeit verändern und neuen Kundenbedürfnissen anpassen. Wir verfügen über eine Art Baukastensystem, dessen Module sich zu ganz verschiedenen leistungsfähigen Lösungen kombinieren lassen und mit einer produkt-spezifischen Benutzeroberfläche versehen werden können.

2005 führten wir eine Vielzahl neuer oder weiterentwickelter Produkte erfolgreich in den Markt ein. Dies betraf insbesondere DSL und DSL-Telefonie, Webhosting und die Bestellprozesse für neue Vertriebswege.

DSL und DSL-Telefonie sorgen für neues Tempo

Ende 2004 begann eine technologische Entwicklung, durch die Internet-Telefonie über DSL für einen Massenmarkt interessant wurde: die Verlagerung vom Computer zum DSL-Modem (FRITZ!Box). Dadurch wurde die Bedienbarkeit und Nutzerfreundlichkeit des Dienstes wesentlich erhöht, da man nun mit herkömmlichen Telefonen über das Internet telefonieren konnte und nicht mehr umständlich per Headset und PC agieren musste. Diese Eigenschaft haben wir 2005 mit weiteren Features, die früher nur bei teuren ISDN-Telefonen verfügbar waren, erfolgreich ausgebaut. Die Hardware – zusammen mit unserem Partner AVM entwickelt – ist leistungsfähiger und ermöglicht bis zu vier zusätzliche Rufnummern, das Halten und Makeln zwischen mehreren Telefonaten und Telefon-Konferenzen mit mehreren Gesprächspartnern. Auch Funktionen wie ein digitaler Anrufbeantworter im Internet und Video-Telefonate haben wir realisiert. Seit Mai 2005 können wir deutschlandweit eigene 1&1-Telefonnummern vergeben. Mit der City- und der Deutschland-Flatrate wurden zudem günstige Angebote geschaffen, die die bisher üblichen Volumen- und Zeit-tarife ablösen. Die neuen DSL-Tarife und Telefon-Fea-

tures wurden im Laufe des Jahres auch für die weiteren Marken (GMX, Schlund + Partner) eingeführt. Die Geschwindigkeit des DSL-Netzanschlusses ist im Jahr 2005 ebenfalls gestiegen: Im Juni hat 1&1 als erster Anbieter die 6.000 kBit-Leitungen auf den Markt gebracht, seit Ende des Jahres können unsere Kunden die 16.000 kBit/s schnellen ADSL2+-Anschlüsse bestellen.

Webhosting ermöglicht lebendige Gestaltung der Sites

Im Webhosting-Markt haben wir im Jahr 2005 Content-Module und weitere Feature für die Gestaltung von „lebendigen“ Websites eingeführt.

Zu Beginn des Jahres wurde das Konfigurationsmenü von Schlund + Partner überarbeitet und mit den Features von 1&1 aufgewertet. Die seitdem einheitliche Plattform ermöglicht es, neue Funktionen schnell in unterschiedlichen Märkten im In- und Ausland zu etablieren. Diese Plattform vereinfachte auch den Produktstart von Webhosting 5.0 in Frankreich zum Ende des Jahres. Ein großer Schritt in die Zukunft war für viele Webhosting-Kunden die Einführung der automatisierten Content-Module von 1&1. Damit können erstmals auch kleinere Hosting-Kunden aktuelle Inhalte zu spezifischen Themen auf ihren Seiten präsentieren. Dies war vorher lediglich den großen Portalen vorbehalten. Zusammen mit weiteren Features wie Flash-generator, Multimedia-Archiv, SMS-Manager und Spam-Kennzeichnung für Mails können unsere Kunden ihre Websites nun noch lebendiger gestalten. Die Content-Module wurden im April in Deutschland und im Juni auch in unseren internationalen Märkten eingeführt.

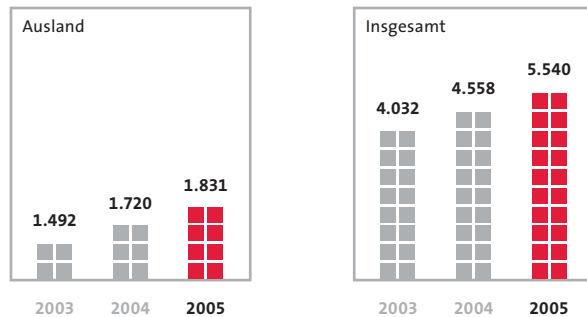
Ausbau des indirekten Vertriebs

Mit dem Angebot von eigenen DSL-Leitungen mit DSL-Telefonie spricht United Internet eine Zielgruppe an, die größer ist als die, die in der Vergangenheit adressiert werden konnte. Deswegen wurden 2005 unsere indirekten Vertriebswege weiterentwickelt. So wollen wir den Kunden dort abholen, wo er ist. Als Entwicklungsleistungen waren hier vor allem die Werkzeuge für die Bestellverwaltung bereitzustellen. Für GMX wurde das Programm GMX-Partner entwickelt, eine angepasste Variante der erfolgreichen 1&1-ProfiSeller. Außerdem haben wir begonnen, gezielt den Fachhandel als Vertriebskanal zu öffnen.

Mitarbeiter

Im Geschäftsjahr hat der Konzern 5.540 Mitarbeiter beschäftigt, damit stieg die Mitarbeiterzahl um 22 %. Im Produktgeschäft arbeiten 2.313 Mitarbeiter, im Outsourcing-Segment 2.912, im Online-Marketing 299 und in der Zentrale 16 Mitarbeiter. In unseren ausländischen Gesellschaften arbeiteten 1.831 Mitarbeiter (Vorjahr 1.720). Der Personalaufwand stieg um 14 % auf 146,1 Mio. €.

Mitarbeiter



Grundzüge des Vergütungssystems für Vorstand und Aufsichtsrat

Für die Festlegung der Vorstandsvergütung ist der Aufsichtsrat zuständig. Die Vergütung der Vorstandsmitglieder der United Internet AG ist leistungsorientiert und teilt sich in einen festen und einen variablen Bestandteil auf. Die Höhe beider Vergütungsbestandteile wird regelmäßig überprüft. Die feste Vergütung wird monatlich als Gehalt ausgezahlt. Die Höhe der variablen Vergütung ist von der Erreichung bestimmter, zu Beginn des Geschäftsjahres fixierter finanzieller Ziele abhängig, die sich im Wesentlichen an Umsatz- und Ergebniszahlen orientieren. Für die Zielerreichung gilt in der Regel eine Bandbreite von 80 % bis 120 %. Werden die Ziele zu weniger als 80 % erreicht, entfällt die Zahlung des variablen Vergütungsbestandteils ganz. Werden die Ziele zu mehr als 120 % übererfüllt, endet die Zahlung des variablen Vergütungsbestandteils bei 120 %. Eine nachträgliche Änderung der Erfolgsziele ist ausgeschlossen. Eine Mindestzahlung des variablen Vergütungsbestandteils wird nicht garantiert. Die Auszahlung erfolgt nach der Feststellung des Jahresabschlusses durch den Aufsichtsrat.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten eine Vergütung, die aus einem festen und einem am wirtschaft-

lichen Erfolg des Unternehmens ausgerichteten variablen Teil besteht. Die feste Vergütung beträgt für ein einfaches Mitglied des Aufsichtsrats 20 T€ pro volles Geschäftsjahr. Der Aufsichtsratsvorsitzende erhält das Doppelte. Die erfolgsabhängige Vergütung für jedes Mitglied des Aufsichtsrats einschließlich des Aufsichtsratsvorsitzenden beträgt pro volles Geschäftsjahr 1 T€ für jeden Cent, um den der nach IFRS ermittelte Konzerngewinn pro Aktie der United Internet AG den Betrag von 0,50 € überschreitet.

Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Umsatz- und Ergebniszahlen im Konzern deutlich gesteigert

United Internet blickt auf ein sehr erfreuliches Geschäftsjahr 2005 zurück. Alle wesentlichen Kennzahlen konnten im Vergleich zum Vorjahr deutlich gesteigert werden. Mit einem Umsatz von 801,5 Mio. € wurde der Vorjahreswert von 509,7 Mio. € um 57 % übertroffen. Dies ist hauptsächlich auf das sehr starke organische Wachstum im Produkt- und im Online-Marketing-Segment zurückzuführen, in denen wir von steigenden Kundenzahlen und einer verstärkten Breitband- und Internetnutzung profitierten. Der größte Teil des Umsatz-Zuwachses entfiel auf das Produkt-Segment: Dort konnten wir den Umsatz dadurch stark ausbauen, dass viele unserer neuen DSL-Kunden neben dem DSL-Tarif auch den Netzanschluss, die Internet-Telefonie sowie Zusatz-Services wie Security-Pakete bei uns abonnierten. Dieser Trend zeigt, dass wir mit unserer strategischen Entscheidung für DSL-Resale richtig lagen: Der Verkauf von Anschluss und Zugangstarif aus einer Hand bedeutet eine noch stärkere Kundenbindung, fördert das Cross-Selling zusätzlicher Produkte und verspricht für die Zukunft stabile Kundenbeziehungen und stetig

Resale hat Kundenbindung und Cross-Selling deutlich gefördert.

wachsende Umsätze. Damit sind wir unserer Vision, unseren Kunden alle wesentlichen Kommunikationsbedürfnisse aus einer Hand anzubieten, ein gutes Stück näher gekommen.

Die Bruttomarge im Konzern sank von 45,3 % im Vorjahr auf 41,5 % im Berichtsjahr. Gründe dafür sind primär das starke Neukundenwachstum sowie der veränderte Produktmix: Im Vergleich zu den Vorjahren konnten wir in 2005 ein sehr starkes Neukundenwachstum insbesondere im DSL-Bereich verzeichnen, und die zusätzlichen Umsätze mit DSL-Anschlüssen bringen eine vergleichsweise niedrigere Marge mit sich. Entscheidender ist aber, dass sich das pro Kunde erzielte nominale Ergebnis im Vergleich zu den „Pre-Resale-Zeiten“ positiv entwickelt hat. In anderen Bereichen wie Webhosting, E-Mail-Dienste oder Portal-Geschäft blieb auch die prozentuale Bruttomarge weitgehend stabil. Durch unser starkes Kundenwachstum und die mit DSL-Resale verbundenen höheren Kosten bei den Neuverträgen stiegen auch die Vertriebskosten von 101,6 Mio. € auf 176,5 Mio. €. Ihr Anteil am Umsatz lag bei 22 %, verglichen mit 19,9 % im Vorjahr. Einen großen Anteil an dieser Steigerung haben die Kundengewinnungskosten, die wir direkt als Aufwand verbuchen. Die Verwaltungskosten haben sich im Vergleich zum Umsatz unterproportional von 44,3 Mio. € (8,7 %) auf 57,2 Mio. € (7,1 %) erhöht. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) legte um 18,1 % auf 128,9 Mio. € zu (Vorjahr 109,1 Mio. €). Der Gewinn vor Steuern (EBT) konnte sogar um 43,5 % von 70,4 Mio. € auf 101,0 Mio. € gesteigert werden. Die Steigerung ist um so erfreulicher, da wir diese neben der hohen Neukundengewinnung im DSL-Geschäft (plus 710.000 vs. 400.000 im Vorjahr) erreichen konnten. Zudem sind in 2005 die planmäßigen Firmenwertabschreibungen weggefallen. 2005 haben wir mit unserem Geschäftsmodell erfolgreich gezeigt, dass wir unser Wachstum nicht auf Kosten der Profitabilität erkaufen müssen, sondern auch beim Gewinn stabil wachsen können.

Quartalsentwicklung in Mio. €

	Q1 2005	Q2 2005	Q3 2005	Q4 2005	Q4 2004
Umsatz	157,9	177,5	207,9	258,2	143,8
EBITDA	30,4	25,2	32,1	41,2	27,4
EBT	25,5	20,2	27,5	27,8	15,9

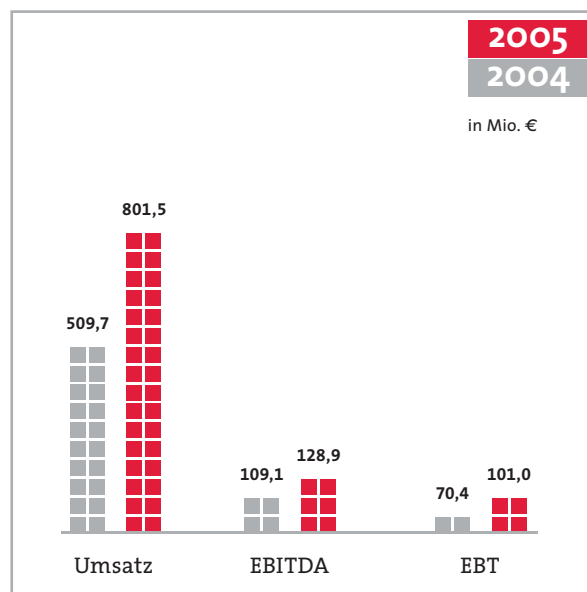
Cash Flow und Investitionen

Die Ertragsstärke des Konzerns zeigt sich deutlich im Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit, der auf 91,0 Mio. € gestiegen ist (Vorjahr 76,9 Mio. €) – trotz der hohen, aufwandswirksamen Investitionen in die DSL-Neukundengewinnung.

Trotz der deutlichen Geschäftsausweitung haben sich die Nettoeinnahmen aus der betrieblichen Tätigkeit auf insgesamt 125,5 Mio. € (Vorjahr 93,8 Mio. €) erhöht. Grund dafür ist der starke Anstieg der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen gegenüber der Deutschen Telekom AG und der stichtagsbedingte Anstieg der sonstigen Verbindlichkeiten mit der maßgeblichen Position der zurückgestellten Umsatzsteuer.

Korrespondierend zum starken Wachstum im Produktgeschäft lag auch der Schwerpunkt der Investitionen in diesem Bereich. Der Nettofinanzbedarf im Investitionsbereich betrug 232,5 Mio. € (Vorjahr 25,6 Mio. €). Eine wesentliche Rolle spielte 2005 der Erwerb des Portal-Geschäfts der WEB.DE AG. Daneben wurden Infrastruktur und Server-Kapazitäten planmäßig erweitert. Die Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen ohne Berücksichtigung der Effekte aus der WEB.DE-Akquisition stiegen auf 30,3 Mio. € (Vorjahr 22,7 Mio. €) und spiegeln damit das anhaltende organische Wachstum in diesem Bereich wieder. Im Segment Online-Marketing investierten wir primär in das Geschäftsfeld Affiliate-Marketing und dabei

Finanzzahlen Konzern



insbesondere in den organischen Aufbau unserer Marke in Großbritannien sowie die Übernahme des französischen Affiliate-Netzwerkes CibleClick.

Zur Finanzierung des Erwerbs des Portalgeschäfts von WEB.DE wurde der United Internet AG von einem Bankenkonsortium ein syndizierter Rahmenkredit in Höhe von 125 Mio. € mit einer Laufzeit von bis zu drei Jahren zur Verfügung gestellt. Im Cash-Flow aus dem Finanzierungsbereich ist die teilweise Inanspruchnahme zum Bilanzstichtag mit 80 Mio. € – neben der Dividendenzahlung – bestimmend.

Vermögen und Eigenkapital

Aufgrund des WEB.DE-Erwerbs weist der United Internet-Konzern zum Bilanzstichtag eine Netto-Verschuldung in Höhe von 47,0 Mio. € aus (Vorjahr: Netto-Guthaben in Höhe von 71,3 Mio. €). Die Eigenkapitalquote im Konzern lag bei 45,9 % (Vorjahr 40,3 %). Die Vermögensstruktur hat sich durch die Akquisition ebenfalls wesentlich verändert: Die Bilanzsumme im Konzern stieg von 258,5 Mio. € im Vorjahr auf 643,8 Mio. €, wovon 253,5 Mio. € Firmenwert darstellen (Vorjahr 25,6 Mio. €). Der überwiegende Teil dieser Zunahme ist auf den Erwerb des Portal-Geschäfts der WEB.DE AG zurückzuführen. Da der Erwerb zum Teil auch als Asset-Deal stattgefunden hat, stiegen die immateriellen Vermögenswerte von 7,0 Mio. € im Vorjahr auf 145,5 Mio. €. Diese werden in den nächsten Jahr größtenteils planmäßig und steuerlich wirksam abgeschrieben, wodurch sich mindernde Effekte auf Gewinn und Steuerzahlungen ergeben werden. Auch die Vermögensstruktur hat sich nach dem Portalerwerb von WEB.DE verändert: Der Anteil der langfristigen Vermögenswerte an der Bilanzsumme stieg von 34,3 % im Vorjahr auf 72,7 % in 2005.

Dividende

Die Hauptversammlung der United Internet AG ist dem Vorschlag von Vorstand und Aufsichtsrat der United Internet AG gefolgt und hat am 18. Mai 2005 die Zahlung einer Dividende von 20 Cent pro Aktie beschlossen. Die Ausschüttung von insgesamt 11,2 Mio. € erfolgte am 19. Mai 2005. Auch für das Geschäftsjahr 2005 ist eine Dividende vorgesehen: Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der im Juni stattfindenden Hauptversammlung eine Gewinnausschüttung von 25 Cent pro Aktie vor.

Umsatz und Ergebnis im Einzelabschluss

Der Umsatz der Einzelgesellschaft betrug im Berichtsjahr 12,9 Mio. € (Vorjahr 2,5 Mio. €) und setzt sich vorwiegend aus Weiterbelastungen für Dienstleistungen an die Tochtergesellschaften sowie Umlagen, wie Mieten für den Business-Park in Montabaur und konzerninterne Weiterbelastungen im Rahmen unserer Sponsoring-Aktivitäten beim America's Cup, zusammen. Die sonstigen betrieblichen Erträge sind auf 59,4 Mio. € angestiegen (Vorjahr 5,9 Mio. €) und ergeben sich weitgehend aus Erträgen aus dem Verkauf (Sedo und affilinet) bzw. der Einlage einer Tochtergesellschaft an bzw. in andere Konzerntöchter.

Der Gewinn vor Steuern (EBT) im Einzelabschluss belief sich auf 141,7 Mio. € (Vorjahr 82,3 Mio. €). Bestimmend für das ausgewiesene EBT sind die Ergebnisabführungsverträge mit der 1&1 Internet AG und der twenty4help AG sowie die oben beschriebenen sonstigen betrieblichen Erträge. Die Verbindlichkeiten der United Internet AG gegenüber Kreditinstituten resultieren aus einem revolvingierenden Konsortialkredit im Zusammenhang mit der Übernahme des WEB.DE-Portals, der am 31. Dezember 2005 mit 80 Mio. € (Vorjahr 0 €) in Anspruch genommen war. Die Eigenkapitalquote liegt zum 31. Dezember 2005 bei 78,0 % (Vorjahr 90,5 %).

Beteiligungen

Neben den Kerngeschäftsbereichen Produkte, Outsourcing und Online-Marketing hält United Internet zwei weitere Beteiligungen. Sowohl die fun communications GmbH als auch die NT plus AG waren im Berichtsjahr operativ profitabel. Die Beteiligung an der Metropolis AG wurde in 2005 verkauft.

Nachtragsbericht

Die positiven Rahmenbedingungen in den für United Internet relevanten Zielmärkten und ihre hohe Dynamik bleiben auch in 2006 unverändert.

Im Januar 2006 haben wir unser Interesse bekundet, künftig auch die bis zu 50.000 kbit/s schnellen DSL-Leitungen (VDSL) zu vermarkten. Wir halten dies für wichtig, da sich der Markt langfristig zu immer breitbandigeren Leitungen mit immer mächtigeren, multi-medialen Anwendungen entwickeln wird. Wir haben deshalb mit möglichen Technologie-Partnern erste Sondierungsgespräche geführt und sind zuversichtlich, diese schnellen Leitungen zum Jahresende anbieten zu können.

Die Integration des Ende Oktober 2005 übernommenen Geschäftsbereichs Internet-Portal der WEB.DE AG läuft plangemäß. In den ersten Wochen 2006 sind die WEB.DE-Mitarbeiter bereits in die Bürogebäude von 1&1, Schlund + Partner bzw. GMX umgezogen. Weitere Schritte, wie z. B. die technische Integration, sind mittelfristig angelegte Projekte und werden im Laufe der nächsten Jahre sukzessiv abgeschlossen.

Anfang des Jahres haben wir unser Marketing-Budget für die USA nochmals spürbar erhöht, da wir derzeit sehr gute Wachstumsraten bei akzeptablen Kundengewinnungskosten erzielen. Diese Situation wollen wir noch stärker ausnutzen. Wir haben uns deshalb bewusst für ein noch schnelleres Kundenwachstum und gegen ein vorzeitiges Erreichen des Break Even entschieden. Nach Erreichen der kritischen Masse an Kundenverträgen und damit unserer erfolgreichen Etablierung in den USA planen wir dort 2006, ein eigenes Rechenzentrum aufzubauen oder zu erwerben. Durch den Wegfall der hohen Miet- und Energiekosten für unsere bislang gemieteten Locations sind deutliche Kostenvorteile zu erwarten. Die Investitionen für unser US-Rechenzentrum könnten sich auf ca. 5 bis 7 Mio. € belaufen.

Unsere Outsourcing-Marke twenty4help hat im Januar 2006 eine Niederlassung in Liberec in der tschechischen Republik gegründet. Dadurch möchten wir Großkunden künftig auch in Osteuropa mit schnelleren und wirtschaftlicheren Support-Dienstleistungen begleiten.

Ebenfalls im Januar 2006 wurde die United Internet Media AG, Montabaur, gegründet. Die Gesellschaft wird zentral die konzerneigenen Portale 1&1, GMX und WEB.DE vermarkten.

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

Risikobericht

Risikomanagement verfolgt sieben Grundsätze

Für die United Internet AG hat ein ganzheitliches Risikomanagement über die gesetzlichen Anforderungen hinaus hohe Priorität. Unser Überwachungssystem identifiziert, klassifiziert und bewertet Risiken bei klaren Verantwortlichkeiten einheitlich im gesamten Konzern. Wir verstehen effizientes und vorausschauendes Risikomanagement nicht nur als Instrument, um gefährdende Entwicklungen frühzeitig zu erkennen, sondern auch als wichtige und Wert schaffende Aufgabe.

Die Ziele des Risikomanagements sind die systematische Auseinandersetzung mit potenziellen Risiken und die Förderung des risikoorientierten Denkens und Handelns in der Gesamtorganisation. Der kontrollierte Umgang mit Risiken soll dazu beitragen, bestehende Chancen konsequent zu nutzen sowie den Geschäftserfolg und somit auch den Unternehmenswert zu steigern. Das Risikomanagement soll insbesondere dazu beitragen:

- das Risikobewusstsein und die Risikotransparenz zu verbessern,
- alle wesentlichen Risiken zu identifizieren, angemessen zu steuern und zu überwachen,
- Risikoakkumulationen aufzuzeigen und zuverlässige Management-Informationen über die Risikosituation des Unternehmens sicherzustellen.

Das Risikomanagement der United Internet AG wird geprägt durch die folgenden sieben Grundsätze:

- Risikomanagement erfolgt in erster Linie durch die Teilkonzerne und Beteiligungen und deren operative Geschäftseinheiten im Rahmen ihrer Geschäftsführungsaufgaben;
- Risikomanagement darf sich nicht nur auf finanzielle Risiken beschränken, sondern muss auf alle mit der Geschäftstätigkeit verbundenen Risiken gerichtet sein;
- Risikomanagement muss integraler Bestandteil der Geschäftsprozesse sein;
- Voraussetzungen für ein wirksames Risikomanagement sind die klare und eindeutige Zuordnung von Aufgaben und Verantwortung sowie ein systematischer Risikomanagementprozess;

- Unterstützung und aktive Beteiligung seitens des Managements;
- Funktionsfähigkeit und Zuverlässigkeit des Risikomanagement-Systems sind laufend zu überwachen und gegebenenfalls anzupassen;
- Das Risikomanagement-System ist in geeigneter Weise zu dokumentieren, Grundsätze und Richtlinien zum Risikomanagement sind schriftlich festzulegen und an die betreffenden Stellen zu kommunizieren.

Arbeitsabläufe werden standardisiert und dadurch einheitlich ausgeführt. Das Risikomanagement-System hat hierbei die Aufgabe, den Verantwortlichen geeignete Werkzeuge zur Risikoanalyse und Bewertung bereitzustellen. Das Handbuch zum Risikomanagement wird durch die Risikomanager aktualisiert und gepflegt. Ein zentraler Risikomanager der United Internet AG hat die Methoden- und Richtlinienkompetenz über das Risikomanagement-System. Er koordiniert und führt die Berichterstattung über die wesentlichen Risiken. Dazu gehört auch die quartalsweise Statusüberprüfung der Risikokontroll- und -reportinglisten. Die Benennung von dezentralen Risikomanagern durch die betroffenen Teilkonzerne und Beteiligungen wird eigenverantwortlich durch den jeweiligen Vorstand oder die Geschäftsführung vorgenommen. Risiken werden durch diese identifiziert und bewertet, Maßnahmen zur Risikohandhabung formuliert und umgesetzt.

Eine Risikoinventur und -bewertung wird einmal jährlich durchgeführt. Sollte sich eine Bewertung als überwachungsbedürftig ergeben, so sind die entsprechenden Maßnahmen zur Risikohandhabung und -verfolgung zu ergreifen und in die quartalsweise Berichterstattung aufzunehmen. Bei Bedarf wird über den Vorstand oder die Geschäftsführung des Teilkonzerns oder der Beteiligung der Aufsichtsrat im Rahmen einer Aufsichtsratssitzung informiert. Besonders überwachungsbedürftige Risiken werden dem zentralen Risikomanager gemeldet. Im Falle von Ad-hoc-relevanten Tatsachen ist der Ad-hoc-Verantwortliche des jeweiligen Teilkonzerns, der Beteiligung sowie der United Internet durch den dezentralen Risikomanager zu informieren. Ein Sofort-Informationsreport dient im Rahmen des Risikomanagements einer laufenden, kurzfristigen und zeitnahen Berichterstattung von neuen Risiken und Ad-hoc-relevanten Tatsachen.

Werden festgelegte Grenzwerte der Frühwarnindikatoren überschritten, müssen der zugrunde liegende Sachverhalt und die einzuleitenden Maßnahmen

dokumentiert werden. Außerdem ist eine Risikomanagement-Führungsrunde installiert, die für eine laufende Fortentwicklung und Anpassung des Risikomanagements an sich verändernde Markt- und Risikosituationen verantwortlich ist.

Risiken der künftigen Geschäftsentwicklung

Im Folgenden konzentrieren wir uns auf die aus unserer Sicht wesentlichen Risiken und Unsicherheiten, denen United Internet ausgesetzt ist.

Externe Risiken

Akzeptanz des Internets

Der Erfolg von United Internet ist abhängig von der Nachfrage nach hochwertigen Internet-Anwendungen und technischen Mehrwert-Produkten. Die Akzeptanz des Internets und seine weitere Verbreitung in allen privaten, geschäftlichen und behördlichen Bereichen kann nicht mit Sicherheit vorausgesagt werden. Eine durch schwerwiegende Sicherheitsprobleme verursachte Vertrauenskrise in das Internet könnte die Nutzung dieses Mediums zurückgehen lassen. Alle Anzeichen deuten jedoch auf eine weitere und nachhaltige Durchdringung aller gesellschaftlichen Bereiche durch das Internet hin.

Regulierung/Politik

Im Bereich der Internet-Zugänge haben in Deutschland die Entscheidungen der Bundesnetzagentur Einfluss auf die Gestaltung der Internet-Zugangs-Tarife im Produkt-Segment. Preiserhöhungen der Leitungsbetreiber, von denen United Internet Datentransfer-Volumen für die eigenen Kunden bezieht, könnten sich negativ auf die Profitabilität dieser Tarife auswirken. Andererseits besteht aber auch die Möglichkeit, dass unter bestimmten Voraussetzungen eine fehlende Regulierung das Marktumfeld für United Internet verschlechtert. Auch politische Entscheidungen wie die geplante Mehrwertsteuererhöhung oder die derzeit auf EU-Ebene geführte Diskussion über die Einführung von Softwarepatenten könnte unser Geschäft beeinflussen. United Internet versucht dem Regulierungsrisiko dadurch zu begegnen, dass wir bei den im DSL-Geschäft bezogenen Vorleistungen/Infrastruktur mit mehreren Partnern zusammenarbeiten. In die Diskussion um die Einführung von Softwarepatenten greifen wir mit gezielter

Lobbyarbeit und einer Informationskampagne gegen „schädliche Softwarepatente“ aktiv ein.

Betriebliche Risiken

Wettbewerb und Markt

Der deutsche DSL-Markt befindet sich gegenwärtig in einer Phase starken Wachstums und damit der Marktverteilung. Es ist mit einer wachsenden Konkurrenz, unter anderem durch Stadtnetzbetreiber, Kabelnetzbetreiber oder andere Netzbetreiber mit eigener Infrastruktur, zu rechnen. Es besteht das Risiko, dass zukünftig das gegenüber den Endkunden realisierbare Preisniveau sinkt und/oder die Kundengewinnungskosten weiter ansteigen. Zunehmender Wettbewerb und/oder sinkende Preise könnten sich negativ auf den angestrebten Marktanteil an Neukunden, die Wachstumschancen und/oder auf unsere Vermögens-, Finanz- und Ertragslage auswirken. United Internet versucht, diesen Risiken unter anderem durch die Entwicklung von innovativen und hochwertigen Produkten und exklusiven Vertriebskanälen sowie mit einer hohen Kundenbindung zu begegnen.

Produktentwicklung

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor von United Internet ist es, für die Kern-Marken GMX, WEB.DE, 1&1 und Schlund + Partner neue Produkte und Services zu entwickeln, um so Neukunden zu gewinnen und Bestandskunden hochwertige, innovative Internet-Mehrwerte anzubieten. Durch den rasanten technologischen Wandel in den Märkten für Internet-Anwendungen besteht die Möglichkeit, dass Neuentwicklungen zu spät auf den Markt kommen oder nicht den gewünschten Markterfolg erzielen. Diese Risiken versucht United Internet durch eine intensive Markt- und Wettbewerbsbeobachtung sowie langfristige Investitionen in eine umfangreiche und effiziente Produktentwicklung zu minimieren.

Infrastruktur/Softwaresysteme

Die Dienste von United Internet sowie die internen Geschäftsprozesse basieren auf einer technischen Infrastruktur und einer Vielzahl erfolgskritischer Softwaresysteme wie SAP-Server, Kundenverwaltungsdatenbanken oder Statistiksysteme. Diese Infrastruktur kann vielfältigen Störungen oder Angriffen von innen und außen unterliegen. Es besteht das Risiko durch Angriffe, z. B. durch Hacker oder PC-Viren, die die Verfügbarkeit und Sicherheit von Daten beeinträchtigen können. Ausfälle oder Verschlechterung unserer Services könnten das Image und das operative Geschäft

von United Internet nachhaltig schädigen. Wir setzen verschiedene Sicherheitsvorkehrungen auf dem neuesten Stand der Technik ein, um die Infrastruktur von United Internet zu schützen. Durch die Teilung von Aufgaben werden risikobehaftete Handlungen oder Geschäftsvorfälle nicht von einem Mitarbeiter alleine ausgeführt. Zugriffsbeschränkungen stellen sicher, dass Mitarbeiter nur in ihren Bereichen tätig sind. Gegen Angriffe von außen versucht United Internet, sich mit Firewalls, aktuellen Virenschaltern und Zugriffskontrollen zu schützen. Als Sicherheitsmaßnahme vor Datenverlust werden die vorhandenen Datenbestände einer regelmäßigen Datensicherung unterzogen und in räumlich getrennten Rechenzentren gehostet. Ein Ausfall unseres Hauptrechenzentrums in Karlsruhe könnte unser operatives Geschäft trotz umfangreicher Daten-Backups erheblich schädigen, da z. B. die Server- und Rechenkapazitäten nicht in kurzer Zeit wiederbeschafft werden könnten.

Abhängigkeit von Lieferanten

Die Internet-Zugangsprodukte von United Internet beruhen zum großen Teil auf Vorleistungen Dritter. Hauptsächlich werden derzeit Leistungen von der Deutschen Telekom AG bezogen. Insofern ist United Internet vielfach von der Leistungsfähigkeit und den Ressourcen ihrer technischen Dienstleister abhängig. United Internet arbeitet stets an der Prozessoptimierung mit den Lieferanten und versucht, für mögliche Engpässe Alternativen zu erschließen. So kaufen wir z. B. im DSL-Geschäft seit Anfang 2006 Vorleistungen über einen zweiten Partner ein.

Rechtliche Risiken

Geschützte Rechte

Durch Copyrights, Warenzeichen oder Patente versucht United Internet, ihre Rechte und ihr Eigentum zu schützen. Da diese Rechte nicht immer von staatlicher Seite abgesichert sind, kann ein Missbrauch von Rechten und eigenen Technologien nicht ausgeschlossen werden. Gleichermaßen könnten auch gegen United Internet Ansprüche wegen Verletzung von Rechten oder Patenten geltend gemacht werden, z. B. falls Ansprüche auf intellektuelles Eigentum auf von uns eingesetzte Technologien erhoben werden, von deren Schutz wir keine Kenntnis hatten.

Prozesse

In den wettbewerbsintensiven Internet-Märkten ist der Gewinn von Neukunden durch Werbemaßnahmen entscheidend. In diesem Zusammenhang kommt es

immer wieder vor, dass Konkurrenten gerichtliche Auseinandersetzungen über strittige – insbesondere vergleichende – Werbeaussagen führen. Sollte United Internet in solchen Gerichtsverfahren unterliegen, könnte die Effizienz zukünftiger Werbemaßnahmen sinken und die Neukundengewinnung erschwert werden.

Datenschutz

United Internet hostet die Daten von mehreren Millionen Kunden auf ihren Servern. Datenschutz hat für United Internet einen hohen Stellenwert und soll durch Beachtung aller rechtlichen Regelungen und den Einsatz der neuesten Technologie sichergestellt werden. Falls es Dritten gelingen sollte, die vielfältigen Sicherheitsmaßnahmen zu durchbrechen und persönliche Daten zu entwenden, könnte United Internet allerdings für damit betriebenen Missbrauch haftbar gemacht werden.

Sonstige Risiken

Mitarbeiter

Die Leistungen unserer Mitarbeiter stellen einen wesentlichen Faktor des Erfolgs von United Internet dar. Angesichts des intensiven Wettbewerbs um qualifizierte und leistungsbereite Fach- und Führungskräfte ist es nicht gesichert, dass United Internet auch zukünftig in der Lage sein wird, genügend qualifizierte Fachkräfte anzuwerben, zu integrieren und zu halten. Auch der Verlust von Personal in Schlüsselpositionen könnte sich negativ bemerkbar machen. United Internet begegnet diesen Risiken mit verschiedenen aktienbasierten Mitarbeiter-Beteiligungsprogrammen und einer aktiven Personalentwicklung.

Internationale Expansion

United Internet ist derzeit in 15 Ländern aktiv und plant mittelfristig weitere Schritte zur Internationalisierung. Es kann nicht garantiert werden, dass United Internet in ihren internationalen Märkten langfristig erfolgreich sein wird. Falls zu wenig Kunden gewonnen werden, die Kundengewinnung zu teuer ist oder andere Probleme auftreten sollten, könnte United Internet zu einem Marktaustritt aus solchen Ländern veranlasst werden. Die damit verbundenen Kosten und die gebundenen Managementressourcen könnten zu einer Verschlechterung des operativen Geschäfts führen. Um diese Risiken zu minimieren, gehen wir bei unserer Internationalisierung äußerst engmaschig vor. Wir definieren exakte Meilensteine und Zielvorgaben und entscheiden kurzfristig über weitere Schritte.

Akquisitionen

Teil unserer langfristigen Wachstumsstrategie ist auch die Option, in bestimmten Märkten durch Zukäufe schneller an Größe zu gewinnen oder günstige Marktchancen zu nutzen. Sollten die erworbenen Unternehmen oder Unternehmensbestandteile die in sie gesetzten Erwartungen nicht erfüllen oder sich die Integrationen schwieriger oder aufwändiger als geplant erweisen, könnte dies negative Auswirkungen auf die Finanz- und Ertragslage von United Internet haben. Trotz umfangreicher Due-Diligence-Prüfungen im Vorfeld von Akquisitionen können diese Risiken nicht ausgeschlossen werden.

Qualitative und quantitative Angaben zum Gesamtrisiko

Von den erwähnten Einzelrisiken haben unserer Einschätzung nach derzeit die Risiken in Bezug auf Wettbewerb/Markt sowie Infrastruktur/Softwaresysteme die höchste Relevanz. Sie werden sowohl durch unser Risikomanagement-System als auch durch die verantwortlichen Führungskräfte vor Ort sorgfältig überwacht. Die Eintrittswahrscheinlichkeiten werden von uns als gering bis mittel eingestuft. Die externen, rechtlichen sowie die finanziellen Risiken schätzen wir für die Gesamtfirma als weniger relevant ein. Auf der Analyse der einzelnen Risikopositionen beruht unsere Aussage, dass das Geschäft der United Internet AG derzeit keinen existenzgefährdenden Einflüssen unterliegt und das Fortbestandsrisiko für United Internet folglich derzeit als eher gering einzustufen ist.

Ausblick

Gute Aussichten für 2006

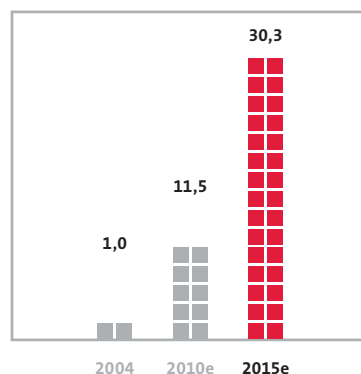
Für 2006 erwarten Volkswirtschaftler ein weiterhin robustes Wachstum der Weltwirtschaft. So rechnet der Internationale Währungsfonds für die Weltwirtschaft 2006 erneut mit einem Zuwachs in Höhe von 4,3 %. Die Wirtschaft im Euro-Raum soll in diesem Jahr um rund 2 % wachsen. Das prognostizieren fast einhellig alle großen deutschen Wirtschaftsforschungsinstitute. Auch für Deutschland ist der Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) zuversichtlich. Der BDI erwartet für 2006 ein Wirtschaftswachstum von 1,5 % bis 1,8 %. Tragender Pfeiler des Aufschwungs wird nach Ansicht des BDI weiterhin der Export sein. Erfreulicherweise mehrten sich nach Ansicht des BDI auch die Anzeichen

Wir bewegen uns mit unserem Geschäftsmodell in stark wachsenden und aussichtsreichen Märkten.

für eine allmähliche Belebung der Binnennachfrage. Für den deutschen ITK-Markt rechnet der BITKOM im Jahr 2006 mit einer positiven Entwicklung. Nach BITKOM-Berechnungen wird der deutsche ITK-Markt im Jahr 2006 um 2,4 % auf 137,3 Mrd. € zulegen. Auch die mittelständischen Anbieter von Informations- und Kommunikationstechnik blicken optimistisch auf das laufende Jahr. Bei einer Umfrage unter den mittelständischen Mitgliedern des Bundesverbandes gaben 72 % der befragten Unternehmen an, dass sie im Jahr 2006 mit einem Umsatzanstieg rechnen. Lediglich 13 % erwarten ein Umsatzminus.

Zunahme der Bandbreite

(in MBit/s)



Verzehnfachung der Bandbreite bis 2010

Der Anteil der Informationstechnik und Telekommunikation am deutschen Bruttoinlandsprodukt soll sich in den kommenden zehn Jahren verdoppeln und im Jahr 2015 bei etwa 12 % liegen. Zu diesem Ergebnis kommt die Studie „Deutschland Online 3 – Die Zukunft des Breitband-Internets“. Vor allem das Internet wird sich dabei dauerhaft als elektronisches Leitmedium neben TV und Radio etablieren.

Neben der zunehmenden Haushaltsdurchdringung wird auch die Geschwindigkeit der Anschlüsse weiter zunehmen. „Deutschland Online 3“ prognostiziert, dass sich die durchschnittlich verfügbare Bandbreite eines Breitband-Internetanschlusses von derzeit etwa 1 MBit/s bis zum Jahr 2010 etwa verzehnfacht. Bis zum Jahr 2015 soll dem Nutzer eine durchschnittliche Bandbreite von etwa 30 MBit/s zur Verfügung stehen.

Der anhaltende Boom bei Breitband-Anschlüssen hat auch positive Einflüsse auf andere Märkte, in denen wir aktiv sind. Denn: Die zunehmende Haushaltsdurchdringung mit Breitband-Internetzugängen erlaubt es uns, neue innovative Produkte und Services – z. B. Internet-Telefonie, Video-on-Demand als ersten Baustein des Internet TV oder webbasierte Office-Anwendungen – anzubieten, die der Nutzer ohne Leistungseinbußen nutzen kann. Und unsere Online-Portale und Marketing-Marken wie AdLINK, Sedo und affilinet können dadurch zunehmend datenintensivere Werbeformate einsetzen.

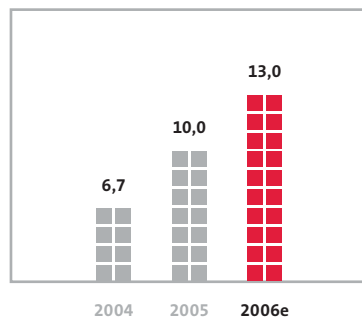
Wachstumschancen sind weiterhin gut

Wir bewegen uns mit unserem Geschäftsmodell auch weiterhin in stark wachsenden und aussichtsreichen Internet-Märkten:

Der deutsche Breitbandmarkt soll nach Einschätzungen des Branchenverbandes BITKOM von heute rund 10 Mio. DSL-Kunden um 30 % auf über 13 Mio. in 2007 steigen. Stärker noch soll nach den Marktforschern von IDC das Marktvolumen für VoIP-Lösungen ansteigen. Dynamisch entwickelt sich auch der Markt für „Managed Webhosting“, wenn auch nicht ganz auf dem in der Vergangenheit von Internet-Analysten prognostizierten Niveau. So sollen allein die Umsätze in Europa nach Meinung von Frost & Sullivan auf 2,5 Mrd. US-Dollar in 2007 steigen – mit jährlichen Steigerungsraten von rund 30 %.

DSL-Wachstum

in Mio.



Auch der Online-Werbemarkt hat sich nach schwierigen Jahren inzwischen zu einem dynamischen Wachstumsmarkt entwickelt. In den USA stiegen die Online-Werbeumsätze um über 30 % auf 10,6 Mrd. €.

Für den europäischen Werbemarkt hat Jupiterresearch in 2005 ein Wachstum um 39 % auf 3,2 Mrd. € prognostiziert. Und nachdem der gesamte deutsche Online-Markt bereits in 2005 um 60 % auf 885 Mio. € zulegen konnte, wird auch in den nächsten Jahren mit steigenden Umsätzen gerechnet. Für 2006 werden die Online-Vermarkter nach Meinung des BVDW die Schallmauer von einer 1 Mrd. € durchbrechen und rund 1,3 Mrd. € umsetzen.

Wir sehen für alle Geschäftsbereiche auch in 2006 gute Wachstumschancen.

Dank unserer erfolgreichen Positionierung in diesen Wachstumsmärkten sehen wir für alle Geschäftsbereiche – insbesondere im Produkt-Segment und im Online-Marketing – auch in 2006 gute Wachstumschancen.

Zusätzlicher Schub für das Produkt-Geschäft

In unserem Produktgeschäft sind wir zuversichtlich, dass unsere Internationalisierungsstrategie weiterhin aufgeht und wir unser dynamisches Wachstum beibehalten. Auch bei DSL-Anschlüssen und DSL-Telefonie sehen wir dank weiterer Produktinnovationen und angesichts unseres guten Preis-Leistungs-Verhältnisses hervorragende Möglichkeiten. Insgesamt erwarten wir ein dynamisches Wachstum der Zahl unserer Kundenverträge in allen Produktlinien bei gleichzeitig steigenden Umsatz- und Ergebniszahlen. Durch die im November 2005 vollzogene Übernahme des WEB.DE-Portalgeschäfts stehen uns in 2006 und den Folge-

jahren hohe Synergiepotenziale sowie neue, zusätzliche Vertriebs- und Vermarktungsmöglichkeiten offen. Auch United Internet Media, der Vermarktungskoooperation unserer Portale GMX, WEB.DE und 1&1, stehen angesichts der enormen Reichweite unserer Portale, der innovativen Werbetechnologie und des erwarteten Marktwachstums alle Möglichkeiten für ein erfolgreiches Geschäftsjahr offen.

Deutliches Umsatz- und Ergebnis-Wachstum im Online-Marketing erwartet

Gleiches gilt für unser Online-Marketing-Geschäft: Angesichts der positiven Entwicklung des Segments in 2005 und der anhaltend dynamischen Entwicklung im Online-Werbemarkt erwarten wir auch künftig deutliche Umsatzzuwächse und steigende Ergebnisse. Die in 2005 vollzogene Bündelung der Kräfte bei AdLINK sollte dem Geschäft zusätzlichen Schub geben.

Stabilisierung der Ertragslage im Outsourcing-Bereich erwartet

Schließlich sind wir auch für unser Outsourcing-Segment optimistisch: Nachdem sich die EBT-Margen im zweiten Halbjahr 2005 wieder erholt haben, erwarten wir in 2006 wachsende Umsätze und eine stabile Ertragslage.

2006 werden wir erstmals in unserer Firmengeschichte einen Umsatz von mehr als 1 Mrd. € erreichen.

Montabaur, den 28. Februar 2006

Ralph Dommermuth, Vorstandsvorsitzender
Norbert Lang, Finanzvorstand

Konzernabschluss nach IFRS

- 45 Bilanz
- 46 Gewinn- und Verlustrechnung
- 47 Entwicklung der Segmente
- 48 Kapitalflussrechnung
- 50 Entwicklung des Anlagevermögens
- 52 Entwicklung des Eigenkapitals
- 54 Erläuterungen zum Konzern-Abschluss
- 87 Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Konzern-Bilanz

zum 31. Dezember 2005 in T€

VERMÖGENSWERTE	Anmerkung	31. Dezember 2005	31. Dezember 2004*
Kurzfristige Vermögenswerte			
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		36.177	74.682
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	6	99.841	59.222
Vorräte	8	6.313	10.315
Rechnungsabgrenzungsposten		12.526	7.733
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	7	20.927	17.879
		175.784	169.831
Langfristige Vermögenswerte			
Anteile an assoziierten Unternehmen	9	9.492	9.358
Sonstige finanzielle Vermögenswerte		1.440	1.716
Sachanlagen	10	51.619	38.764
Immaterielle Vermögenswerte	11	145.503	6.995
Firmenwerte	11	253.515	25.630
Latente Steueransprüche	24	6.436	6.179
		468.005	88.642
Summe Vermögenswerte		643.789	258.473
SCHULDEN UND EIGENKAPITAL			
Schulden			
Kurzfristige Schulden			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		91.932	61.827
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	12	344	280
Erhaltene Anzahlungen		5.111	847
Steuerrückstellungen	14	12.527	13.281
Rechnungsabgrenzungsposten	16	65.963	27.232
Sonstige Rückstellungen	15	1.493	3.359
Sonstige Verbindlichkeiten	13	72.421	38.988
		249.791	145.814
Langfristige Schulden			
Wandelschuldverschreibungen		1.245	1.661
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	12	82.857	3.132
Latente Steuerschulden	24	11.726	334
Rechnungsabgrenzungsposten	16	2.680	2.808
Sonstige Verbindlichkeiten		242	642
		98.750	8.577
Summe Schulden		348.541	154.391
Eigenkapital			
Grundkapital	17	62.275	58.043
Kapitalrücklage		225.264	123.540
Neubewertungsrücklage		892	585
Bilanzverlust		-2.822	-48.690
Eigene Anteile	5	0	-36.528
Währungsumrechnungsdifferenz		1.111	886
		286.720	97.836
Minderheitsanteile	18	8.528	6.246
Summe Eigenkapital		295.248	104.082
Summe Schulden und Eigenkapital		643.789	258.473

* Angepasst – Vergleiche Anmerkung 4 d) und 4 u) der Erläuterungen zum Konzernabschluss zum 31. Dezember 2005

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

vom 1. Januar bis 31. Dezember 2005 in T€

	Anmerkung	2005 Januar - Dezember	2004* Januar - Dezember
Umsatzerlöse		801.505	509.683
Umsatzkosten		-469.002	-278.738
Bruttoergebnis vom Umsatz		332.503	230.945
Vertriebskosten		-176.455	-101.638
Verwaltungskosten		-57.177	-44.295
Sonstige betriebliche Aufwendungen	23	-16.070	-10.829
Sonstige betriebliche Erträge	23	18.798	10.076
Firmenwertabschreibungen	22	-1.679	-13.142
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit		99.920	71.117
Finanzierungsaufwendungen		-1.644	-647
Finanzerträge		2.117	1.862
Ergebnis aus at-equity bilanzierten Unternehmen	9	582	-1.887
Ergebnis vor Steuern		100.975	70.445
Steueraufwendungen	24	-41.685	-36.808
Periodenergebnis		59.290	33.637
Ergebnisse, die den Minderheitsanteilen zuzurechnen sind		-2.214	197
Gewinne, die den Anteilseignern der United Internet AG zuzurechnen sind		57.076	33.834
Ergebnis je Aktie (in €)			
- unverwässert	4t	1,00	0,59
- verwässert	4t	0,99	0,58
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien (in Mio. Stück)			
- unverwässert	4t	57,16	57,58
- verwässert	4t	57,59	58,16

* Angepasst – Vergleiche Anmerkung 4 d) und 4 u) der Erläuterungen zum Konzernabschluss zum 31. Dezember 2005

Entwicklung der Segmente

2005	Produkt-Segment	Outsourcing-Segment	Online-Marketing-Segment	Zentrale / Beteiligungen	United Inter-net-Gruppe
	T€	T€	T€	T€	T€
Gesamtumsatz	608.119	95.962	109.460	12.893	826.434
- davon konzernintern	1.321	7.342	3.431	12.835	24.929
Außenumsatz	606.798	88.620	106.029	58	801.505
- davon Inland	569.963	43.631	43.853	58	657.505
- davon Ausland	36.835	44.989	62.176	0	144.000
EBITDA	112.734	12.217	8.213	-4.279	128.885
Ergebnis aus at-equity bilanzierten Unternehmen					
Unternehmen	0	0	543	39	582
EBT	92.922	5.914	6.177	-4.038	100.975
Summe Vermögenswerte	491.166	48.253	83.050	21.320	643.789
- davon Inland	478.648	30.604	26.493	21.320	557.064
- davon Ausland	12.518	17.649	56.557	0	86.724
Summe Schulden	174.475	21.683	48.174	104.209	348.541
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen					
- davon Inland	23.898	5.171	1.155	103	30.327
- davon Ausland	21.353	2.922	888	103	25.266
Abschreibungen	2.545	2.249	267	0	5.061
Anzahl der Mitarbeiter	20.822	5.736	2.352	55	28.965
- davon Inland	2.313	2.912	299	16	5.540
- davon Ausland	2.187	1.349	157	16	3.709
- davon Ausland	126	1.563	142	0	1.831

2004

Gesamtumsatz	357.212	90.827	68.975	2.489	519.503
- davon konzernintern	466	6.575	367	2.412	9.820
Außenumsatz	356.746	84.252	68.608	77	509.683
- davon Inland	337.644	37.361	16.204	77	391.286
- davon Ausland	19.102	46.891	52.404	0	118.397
EBITDA	98.400	12.409	3.949	-5.634	109.124
Ergebnis aus at-equity bilanzierten Unternehmen					
Unternehmen	0	0	409	-2.296	-1.887
EBT	75.272	5.373	-192	-10.008	70.445
Summe Vermögenswerte	112.017	37.565	45.482	63.409	258.473
- davon Inland	101.292	20.281	20.465	63.409	205.447
- davon Ausland	10.725	17.284	25.017	0	53.026
Summe Schulden	89.953	20.952	23.550	19.936	154.391
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen					
- davon Inland	16.351	5.656	631	30	22.668
- davon Ausland	14.516	1.938	507	30	16.991
Abschreibungen	1.835	3.718	124	0	5.677
Anzahl der Mitarbeiter	23.771	6.440	4.654	3.142	38.007
- davon Inland	1.636	2.669	238	15	4.558
- davon Inland	1.518	1.196	109	15	2.838
- davon Ausland	118	1.473	129	0	1.720

Konzern-Kapitalflussrechnung

vom 1. Januar 2005 bis zum 31. Dezember 2005 in T€

	Anmerkung	2005 Januar - Dezember	2004* Januar - Dezember
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit			
Periodenergebnis		59.290	33.637
Berichtigungen zur Überleitung des Periodenergebnisses zu den Einnahmen und Ausgaben			
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	21	27.286	24.865
Firmenwertabschreibungen	22	1.679	13.142
Personalaufwand aus Mitarbeiterbeteiligungen		1.780	1.768
Nicht ausgeglichene Gewinne / Verluste assoziierter Unternehmen	9	-582	1.887
Ausgeschüttete Gewinne assoziierter Unternehmen	9	441	260
Veränderungen der Ausgleichsposten für latente Steueransprüche		1.015	1.307
Nicht cash-wirksame Aufwendungen / Erträge		61	35
Cash Flow der betrieblichen Tätigkeit		90.970	76.901
Veränderungen der Vermögenswerte und Schulden			
Veränderung der Forderungen und sonstiger Vermögenswerte		-35.686	-7.815
Veränderung der Vorräte		4.002	-4.239
Veränderung des aktiven Rechnungsabgrenzungspostens		-3.254	-1.460
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		23.713	29.286
Veränderung der erhaltenen Anzahlungen		-611	210
Veränderung der sonstigen Rückstellungen		-3.366	2.210
Veränderung der Steuerrückstellungen		-1.168	-15.108
Veränderung der sonstigen Verbindlichkeiten		31.426	5.185
Veränderung des passiven Rechnungsabgrenzungspostens		19.457	8.660
Veränderungen der Vermögenswerte und Schulden, gesamt		34.513	16.929
Nettoeinnahmen der betrieblichen Tätigkeit		125.483	93.830

* Angepasst – Vergleiche Anmerkung 4 d) und 4 u) der Erläuterungen zum Konzernabschluss zum 31. Dezember 2005

	Anmerkung	2005 Januar - Dezember	2004* Januar - Dezember
Cash Flow aus dem Investitionsbereich			
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen		-30.327	-22.668
Investitionen in sonstige Finanzanlagen		0	-486
Einzahlungen aus der Rückzahlung von Darlehen		97	321
Anlagenabgänge		244	356
Unternehmenserwerbe, unter Berücksichtigung der übernommenen liquiden Mittel	5, 27	-202.552	-3.116
Nettofinanzbedarf im Investitionsbereich		-232.538	-25.593
Cash Flow aus dem Finanzierungsbereich			
Erwerb eigener Aktien		-3.430	-36.528
Ein- / Rückzahlungen von Krediten		79.772	-570
Dividendenzahlungen		-11.208	-8.621
Minderheitsanteile		0	-2.590
Zuzahlungen aus der Wandlung von Wandelschuldverschreibungen		3.096	1.761
Ein- / Rückzahlungen von Wandelschuldverschreibungen		95	189
Nettoeinnahmen / -ausgaben für den Finanzierungsbereich		68.325	-46.359
Nettoabnahme / Nettoanstieg der Zahlungsmittel und der Zahlungsmitteläquivalente		-38.730	21.878
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres		74.682	52.856
Veränderung der Differenzen aus der Währungs-umrechnung		225	-52
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende des Geschäftsjahres		36.177	74.682

* Angepasst – Vergleiche Anmerkung 4 d) und 4 u) der Erläuterungen zum Konzernabschluss zum 31. Dezember 2005

Entwicklung des Konzern-Anlagevermögens im Geschäftsjahr 2005 und 2004 in T€

	ANSCHAFFUNGS- UND HERSTELLUNGSKOSTEN						31.12.2005
	01.01.2005	Zugänge aus Erst- konsoli- dierung	Zugänge	Abgänge	Umbu- chungen	Wäh- rungs- diffe- renzen	
Immaterielle Vermögenswerte							
Lizenzen	13.159	13.786	4.423	23	0	12	31.357
Auftragsbestand	0	2.141	0	0	0	0	2.141
Software	15.980	11.144	1.029	15	250	2	28.390
Marke	0	17.207	0	0	0	0	17.207
Kundenstamm	46	25.953	0	0	0	0	25.999
Portal	0	72.240	0	0	0	0	72.240
Firmenwerte *	25.630	227.886	1.678	0	0	0	255.194
Summe (I)	54.815	370.357	7.130	38	250	14	432.528
Sachanlagen							
Grundstücke und Bauten	6.546	0	330	0	0	0	6.876
Betriebs- und Geschäftsausstattung	95.456	5.635	18.492	3.136	947	641	118.035
Geleistete Anzahlungen	942	0	6.053	0	-1.197	2	5.800
Summe (II)	102.944	5.635	24.875	3.136	-250	643	130.711
Finanzanlagen							
Anteile an assoziierten							
Unternehmen	39.209	0	0	441	0	0	38.768
Sonstige finanzielle							
Vermögenswerte	19.415	53	322	651	0	0	19.139
Summe (III)	58.624	53	322	1.092	0	0	57.907
Summe total	216.383	376.045	32.327	4.266	0	657	621.146

* Entsprechend der Übergangsvorschrift des IFRS 3.79 wurden die planmäßigen Abschreibungen der Firmenwerte eines vor dem 31. März 2004 erworbenen Geschäftsbetriebs zum 31. Dezember 2004 eingestellt. Die verbleibenden Restbuchwerte der Firmenwerte werden nunmehr als neue Anschaffungskosten klassifiziert und seit dem 1. Januar 2005 nicht mehr planmäßig abgeschrieben.

	ANSCHAFFUNGS- UND HERSTELLUNGSKOSTEN						31.12.2004
	01.01.2004	Zugänge aus Erst- konsoli- dierung	Zugänge	Abgänge	Umbu- chungen	Wäh- rungs- diffe- renzen	
Immaterielle Vermögenswerte							
Lizenzen	14.795	129	2.859	4.629	0	5	13.159
Software	14.463	0	2.412	848	0	-1	16.026
Firmenwerte	88.193	0	4.703	0	-481	0	92.415
Summe (I)	117.451	129	9.974	5.477	-481	4	121.600
Sachanlagen							
Grundstücke und Bauten	6.494	1	51	0	0	0	6.546
Betriebs- und Geschäftsausstattung	85.018	122	16.264	6.104	406	-250	95.456
Geleistete Anzahlungen	33	0	1.082	0	-406	33	942
Summe (II)	91.745	123	17.397	6.104	0	-217	102.944
Finanzanlagen							
Anteile an assoziierten							
Unternehmen	38.619	0	292	200	498	0	39.209
Sonstige finanzielle							
Vermögenswerte	18.659	0	1.094	321	-17	0	19.415
Summe (III)	57.278	0	1.386	521	481	0	58.624
Summe total	266.474	252	28.757	12.102	0	-213	283.168

AUFGELAUFENE ABSCHREIBUNGEN						NETTOBUCHWERTE		
01.01.2005	Zugänge	Zugänge IAS 36	Abgänge	Umbu- chungen	Währungs- differenzen	31.12.2005	01.01.2005	31.12.2005
9.042	4.905	0	4	0	1	13.944	4.117	17.413
0	213	0	0	0	0	213	0	1.928
13.123	2.334	0	68	0	0	15.389	2.857	13.001
0	0	0	0	0	0	0	0	17.207
25	755	0	0	0	0	780	21	25.219
0	1.505	0	0	0	0	1.505	0	70.735
0	0	1.679	0	0	0	1.679	25.630	253.515
22.190	9.712	1.679	72	0	1	33.510	32.625	399.018
3.075	271	0	0	0	0	3.346	3.471	3.530
61.105	17.303	0	2.858	0	196	75.746	34.351	42.289
0	0	0	0	0	0	0	942	5.800
64.180	17.574	0	2.858	0	196	79.092	38.764	51.619
29.851	0	0	575	0	0	29.276	9.358	9.492
17.699	0	0	0	0	0	17.699	1.716	1.440
47.550	0	0	575	0	0	46.975	11.074	10.932
133.920	27.286	1.679	3.505	0	197	159.577	82.463	461.569

AUFGELAUFENE ABSCHREIBUNGEN						NETTOBUCHWERTE		
01.01.2004	Zugänge	Zugänge	Abgänge	Umbu- chungen	Währungs- differenzen	31.12.2004	01.01.2004	31.12.2004
11.465	2.186	0	4.609	0	0	9.042	3.330	4.117
11.792	2.132	0	781	0	5	13.148	2.671	2.878
54.184	13.142	0	0	-542	1	66.785	34.009	25.630
77.441	17.460	0	5.390	-542	6	88.975	40.010	32.625
2.820	255	0	0	0	0	3.075	3.674	3.471
46.731	20.292	0	5.835	0	-83	61.105	38.287	34.351
0	0	0	0	0	0	0	233	942
49.551	20.547	0	5.835	0	-83	64.180	42.194	38.764
27.405	1.904	0	0	542	0	29.851	11.214	9.358
17.663	36	0	0	0	0	17.699	996	1.716
45.068	1.940	0	0	542	0	47.550	12.210	11.074
172.060	39.947	0	11.225	0	-77	200.705	94.414	82.463

Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals

vom 1. Januar 2005 bis zum 31. Dezember 2005 in T€

	Grundkapital		Kapital-	Neube-	Ausstehender
	Stückelung	T€	rücklage	wertungs-	Aufwand aus
			T€	rücklage	Mitarbeiter-
				T€	beteiligungs-
					programmen
					T€
Stand am 1. Januar 2004 (wie berichtet)	57.474.387	57.474	119.569	0	-179
Anpassung IFRS 2 *					
Mitarbeiterbeteiligungsprogramm United Internet			608		
Stand am 1. Januar 2004 (angepasst) *	57.474.387	57.474	120.177	0	-179
Anpassung IFRS 2 *					
Mitarbeiterbeteiligungsprogramm AdLINK			162		
Mitarbeiterbeteiligungsprogramm United Internet			1.402		
Ausübung von Wandlungsrechten	569.000	569	1.720		
Mitarbeiterbeteiligungsprogramm AdLINK			204		
Neubewertungsrücklage Afflias Ltd./Dublin				585	
Zuführung eigener Anteile					
Dividendenzahlungen					
Korrektur des in der Kapitalrücklage ausgewiesenen Wertes der im Rahmen von Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen begebenen Optionen			-125		179
Differenz aus Währungsumrechnung 2004					
Periodenergebnis 2004					
Erhöhung Beteiligungsquoten					
Stand am 31. Dezember 2004 (angepasst) *	58.043.387	58.043	123.540	585	0
Ausübung von Wandlungsrechten	431.814	432	2.664		
Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage**	3.800.000	3.800	97.280		
Mitarbeiterbeteiligungsprogramm AdLINK			355		
Mitarbeiterbeteiligungsprogramm United Internet			1.425		
Neubewertungsrücklage Afflias Ltd./Dublin				307	
Entnahme eigener Anteile					
Dividendenzahlungen					
Differenz aus Währungsumrechnung 2005					
Periodenergebnis 2005					
Erhöhung Beteiligungsquoten					
Stand am 31. Dezember 2005	62.275.201	62.275	225.264	892	0

* Angepasst – Vergleiche Anmerkung 4 d) und 4 u) der Erläuterungen zum Konzernabschluss zum 31. Dezember 2005

** Angepasst – Vergleiche Anmerkung 5) der Erläuterungen zum Konzernabschluss zum 31. Dezember 2005

Währungs- umrechnungs- differenz	Eigene Anteile	Bilanzverlust	Summe	Minderheits- anteile	Gesamtes Eigenkapital
T€	T€	T€	T€	T€	T€
503	0	-73.295	104.072	9.158	113.230
		-608	0		
503	0	-73.903	104.072	9.158	113.230
			162		162
			1.402		1.402
			2.289		2.289
			204		204
			585		585
	-36.528		-36.528		-36.528
		-8.621	-8.621		-8.621
			54		54
383			383		383
		33.834	33.834	-197	33.637
				-2.715	-2.715
886	-36.528	-48.690	97.836	6.246	104.082
			3.096		3.096
			101.080		101.080
			355		355
			1.425		1.425
			307		307
	36.528		36.528		36.528
		-11.208	-11.208		-11.208
225			225		225
		57.076	57.076	2.214	59.290
				68	68
1.111	0	-2.822	286.720	8.528	295.248

ERLÄUTERUNGEN ZUM KONZERNABSCHLUSS

zum 31. Dezember 2005

1 Geschäftstätigkeit

Die Geschäftstätigkeit der United Internet AG (im Folgenden „United Internet AG“, „United Internet Gruppe“ oder „Gesellschaft“) umfasst laut Satzung die Erbringung von Marketing-, Vertriebs- oder sonstigen Dienstleistungen, insbesondere auf den Gebieten der Telekommunikation, der Informationstechnologie einschließlich des Internets sowie der Datenverarbeitung oder verwandter Bereiche. Zum Gegenstand des Unternehmens gehören auch der Erwerb, das Halten und die Verwaltung von Beteiligungen an anderen Unternehmen, insbesondere an solchen, die in den vorgenannten Geschäftsbereichen tätig sind. Die Gesellschaft ist berechtigt, Unternehmen, an denen sie beteiligt ist, unter ihrer einheitlichen Leitung zusammenzufassen und sich auf die Leitung oder Verwaltung der Beteiligungen zu beschränken.

Die Gesellschaft ist befugt, Unternehmen aller Art im In- und Ausland zu erwerben oder sich daran zu beteiligen und alle Geschäfte zu tätigen, die dem Gegenstand des Unternehmens förderlich sind. Die Gesellschaft ist berechtigt, ihre Geschäftstätigkeit auch durch Tochter-, Beteiligungs- und Gemeinschaftsunternehmen auszuüben. Sie kann ihren Betrieb ganz oder teilweise in verbundene Unternehmen ausgliedern oder verbundenen Unternehmen überlassen.

Die United Internet AG hat ihre strategische Ausrichtung in den letzten Jahren geändert und sich von einem reinen Internet- und IT-Marketing-Dienstleister stärker zu einer operativen Management-Holding für Beteiligungen in verschiedenen Zielsegmenten des Internets, insbesondere des Internet Service Providing, entwickelt.

Die Gesellschaft hat ihren Sitz in 56410 Montabaur, Elgendorfer Strasse 57, Bundesrepublik Deutschland, mit Niederlassungen oder Tochtergesellschaften in Dortmund, Ebersberg, Görlitz, Hannover, Karlsruhe, Köln, Montabaur, München, Regensburg, Zweibrücken, Amsterdam, Boston, Cebu City, Chesterbrook, Dublin, Gateshead, Haarlem, Kopenhagen, Las Vegas, Levallois Perret, London, Ljusdal, Maastricht, Madrid, Mailand, Paris, Saargemünd, Slough, Stockholm, Zellik, Zgorzelec und Zug. Die Bürogebäude der Gesellschaft sind sämtlich gemietet mit Ausnahme der Gebäude am Standort Zweibrücken.

2 Die berichtende Gesellschaft

Die Obergesellschaft des Konzerns, die United Internet AG, wurde am 29. Januar 1998 als 1&1 Aktiengesellschaft & Co. KGaA gegründet. Sie übernahm als Holding-Gesellschaft die Aufgaben der mit Wirkung zum 1. Januar 1998 auf sie verschmolzenen 1&1 Holding GmbH. Sie firmierte bis zur Hauptversammlung am 22. Februar 2000 unter 1&1 Aktiengesellschaft & Co. KGaA. Auf dieser Hauptversammlung wurde zunächst die Umfirmierung in United Internet Aktiengesellschaft & Co. KGaA und anschließend die Umwandlung in eine Aktiengesellschaft unter der Firma United Internet AG beschlossen.

3 Geschäftsbeziehungen mit nahestehenden Personen

Als nahestehende Personen im Sinne von IAS 24 gelten Personen und Unternehmen, wenn eine der Parteien über die Möglichkeit verfügt, die andere Partei zu beherrschen oder einen maßgeblichen Einfluss auszuüben. Einen maßgeblichen Einfluss auf die United Internet AG können Herr Ralph Dommermuth als wesentlicher Aktionär sowie die Mitglieder von Vorstand und Aufsichtsrat ausüben.

Die Geschäftsräume von United Internet in Montabaur sind von Herrn Ralph Dommermuth, dem Vorstandsvorsitzenden und einem wesentlichen Aktionär der Gesellschaft, gemietet. Die entsprechenden Mietverträge haben eine Laufzeit bis zum 30. September 2009 bzw. 31. Mai 2010. Die daraus entstehenden Mietaufwendungen liegen auf ortsüblichem Niveau und beliefen sich im Geschäftsjahr 2005 auf 1.206 T€ (Vorjahr: 1.102 T€).

Zwischen der United Internet AG und der Deutschen Challenge 2007 AG & Co. Management KG, München, besteht ein Sponsoringvertrag, mit dem die United Internet AG als Hauptsponsor das „United Internet Team Germany“ beim America's Cup 2007 unterstützt. Alleiniger Gesellschafter der Deutschen Challenge 2007 AG & Co. Management KG ist Herr Ralph Dommermuth. Der Sponsoringvertrag hat eine Laufzeit bis zum 31. Oktober 2007.

In der ordentlichen Hauptversammlung am 18. Mai 2005 wurden die Herren Kurt Dobitsch (Vorsitzender), Bernhard Dorn und Michael Scheeren erneut in den Aufsichtsrat der Gesellschaft bestellt.

Anteilseigentum durch	1. Januar 2005			31. Dezember 2005		
	direkt	indirekt	gesamt	direkt	indirekt	gesamt
Vorstand						
Ralph Dommermuth	4.400.000	17.600.000	22.000.000	4.400.000	17.600.000	22.000.000
Norbert Lang	200.000	-	200.000	21.000	200.000	221.000
	4.600.000	17.600.000	22.200.000	4.421.000	17.800.000	22.221.000
Aufsichtsrat						
Kurt Dobitsch	-	-	-	-	-	-
Bernhard Dorn	-	-	-	-	-	-
Michael Scheeren	405.530	-	405.530	350.000	-	350.000
	405.530	-	405.530	350.000	-	350.000

Neben dem Mandat bei der United Internet AG übt Herr Kurt Dobitsch bei der 1&1 Internet AG, Montabaur, der Nemetschek AG (Vorsitzender), München, der Bechtle AG, Gaildorf, der Hybris AG, Zürich, der PSB AG, Ober-Mörlen, und der docuware AG, München, Aufsichtsratsmandate aus.

Herr Bernhard Dorn ist zusätzlich noch bei der 1&1 Internet AG, Montabaur, der AXA Service AG, Köln, der TDS AG, Neckarsulm, der INVERTO AG, Köln, und der ATOSS Software AG, München, als Aufsichtsrat tätig.

Herr Michael Scheeren ist darüber hinaus bei der AdLINK Internet Media AG (Vorsitzender), Montabaur, der 1&1 Internet AG (Vorsitzender), Montabaur, der United Internet Media AG, Montabaur, und der NT plus AG (Vorsitzender), Osnabrück, als Aufsichtsrat tätig.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten eine Vergütung, die aus einem festen und einem am wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens ausgerichteten variablen Teil besteht. Die feste Vergütung beträgt für ein einfaches Mitglied des Aufsichtsrats 20 T€ pro volles Geschäftsjahr. Der Aufsichtsratsvorsitzende erhält das Doppelte. Die erfolgsabhängige Vergütung für jedes Mitglied des Aufsichtsrats einschließlich des Aufsichtsratsvorsitzenden beträgt pro volles Geschäftsjahr 1 T€ für jeden Cent, um den der nach IFRS ermittelte Konzerngewinn pro Aktie der United Internet AG den Betrag von 0,50 € überschreitet. Herr Kurt Dobitsch erhielt eine Gesamtvergütung in Höhe von 90 T€ (Vorjahr: 73 T€). Davon entfielen 40 T€ (Vorjahr: 40 T€) auf die fixe Vergütung und 50 T€ (Vorjahr: 33 T€) auf den variablen Bestandteil. Herr Bernhard Dorn erhielt eine Gesamtvergütung in Höhe von 70 T€ (Vorjahr: 53 T€).

Davon entfielen 20 T€ (Vorjahr: 20 T€) auf die fixe Vergütung und 50 T€ (Vorjahr: 33 T€) auf den variablen Bestandteil. Herr Michael Scheeren erhielt eine Gesamtvergütung in Höhe von 70 T€ (Vorjahr: 53 T€). Davon entfielen 20 T€ (Vorjahr: 20 T€) auf die fixe Vergütung und 50 T€ (Vorjahr: 33 T€) auf den variablen Bestandteil. Die Rückstellung für die den Aufsichtsratsmitgliedern für das Geschäftsjahr 2005 zu gewährende Vergütung beläuft sich auf insgesamt 230 T€. Wandschuldverschreibungsprogramme für die Mitglieder des Aufsichtsrats existieren nicht.

Für die Festlegung der Vorstandsvergütung ist der Aufsichtsrat zuständig. Die Vergütung der Vorstandsmitglieder ist leistungsorientiert. Sie enthält eine festen und einen variablen Bestandteil (Tantieme). Für die feste Vergütung und die Tantieme wird ein Zieleinkommen festgelegt, das regelmäßig überprüft wird. Die letzte Überprüfung fand im Geschäftsjahr 2005 statt. Die feste Vergütung wird monatlich als Gehalt ausgezahlt. Die Höhe der Tantieme ist von der Erreichung bestimmter, zu Beginn des Geschäftsjahres fixierter, finanzieller Ziele abhängig, die sich im Wesentlichen an Umsatz- und Ergebniszahlen orientieren. Für die Zielerreichung gilt in der Regel eine Bandbreite von 80 % bis 120 %. Unter 80 % Zielerreichung entfällt die Zahlung und bei 120 % Zielerreichung endet die Tantiemenzahlung. Eine nachträgliche Änderung der Erfolgsziele ist ausgeschlossen. Eine Mindesttantieme wird nicht garantiert. Die Auszahlung erfolgt nach der Feststellung des Jahresabschlusses durch den Aufsichtsrat. Für das Geschäftsjahr 2005 wurde eine Vergütung des Vorstands von insgesamt 754 T€ (Vorjahr: 501 T€) zugrunde gelegt. Von diesem Gesamtbetrag entfielen 400 T€ bzw. 53 % auf das Fixum und

354 T€ bzw. 47 % auf die Tantieme. Herr Ralph Domermuth erhielt eine Gesamtvergütung von 404 T€ (Vorjahr: 218 T€). Davon entfielen 200 T€ auf das Fixum (Vorjahr: 108 T€) und 204 T€ (Vorjahr: 110 T€) auf den variablen Bestandteil. Herr Norbert Lang erhielt eine Gesamtvergütung von 350 T€ (Vorjahr: 283 T€). Davon entfielen 200 T€ (Vorjahr: 153 T€) auf das Fixum und 150 T€ (Vorjahr: 130 T€) auf den variablen Bestandteil. Die Rückstellung für die variable Vergütung beläuft sich somit auf 354 T€.

Die Anzahl der Aktien an der United Internet AG, die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats halten, ist in der Tabelle auf der vorhergehenden Seite dargestellt.

Wandlungsrechte auf Stück 42.000 Aktien konnten von Herrn Lang im Geschäftsjahr 2005 ausgeübt werden. Die zugrundeliegenden Wandelschuldverschreibungen wurden im August 2001 ausgegeben. Die aus dem Fair Value der Wandlungsrechte auf Stück 42.000 Aktien zum Ausgabezeitpunkt der Wandelschuldverschreibungen abgeleiteten Bezüge beliefen sich im Geschäftsjahr 2005 auf 33 T€.

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

4 Wesentliche Bilanzierungs-, Bewertungs- und Konsolidierungsgrundsätze

Entsprechend Artikel 4 der sog. IAS-Verordnung (Verordnung (EG) Nr. 1606/2002 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Juli 2002 betreffend die Anwendung internationaler Rechnungslegungsstandards ABl. EG Nr. L 243 S. 1) erstellt die United Internet Gruppe den Konzernabschluss nach IFRS („International Financial Reporting Standards“). Die Gesellschaft hat bei der Aufstellung des Konzernabschlusses ergänzend dazu die Vorschriften des § 315a Abs. 1 HGB beachtet und auch angewendet. Es wurden alle am Bilanzstichtag gültigen IFRS beachtet, wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind.

Die Berichtswährung ist Euro (€). Die Angaben im Anhang erfolgen entsprechend der jeweiligen Angabe in Euro (€), Tausend Euro (T€) oder Millionen Euro (Mio. €). Die Erstellung des Konzernabschlusses erfolgt grundsätzlich unter Anwendung des Anschaffungskostenprinzips.

Der Bilanzstichtag ist der 31. Dezember 2005.

Der Aufsichtsrat hat in seiner Sitzung am 16. März 2005 den Konzernabschluss 2004 gebilligt. Der Konzernabschluss wurde am 20. September 2005 im Bundesanzeiger veröffentlicht.

Der Konzernabschluss 2005 wurde vom Vorstand der Gesellschaft am 6. März 2006 freigegeben, um ihn im Anschluss an den Aufsichtsrat weiterzuleiten. Der Konzernabschluss wird am 23. März 2006 dem Aufsichtsrat zur Billigung vorgelegt.

a) Konsolidierungsgrundsätze

In den Konzernabschluss sind die United Internet AG sowie alle von ihr beherrschten wesentlichen inländischen und ausländischen Tochtergesellschaften (Mehrheitsbeteiligungen) einbezogen. Eine Beherrschung liegt vor, wenn die Gesellschaft die Möglichkeit hat, die Finanz- und Geschäftspolitik zu bestimmen und daraus wirtschaftlichen Nutzen ziehen kann. Alle maßgeblichen konzerninternen Transaktionen, Salden und Zwischenergebnisse wurden im Rahmen der Konsolidierung eliminiert.

Die Ergebnisse der im Laufe des Geschäftsjahres erworbenen oder veräußerten Tochterunternehmen wurden entsprechend vom Zeitpunkt des Erwerbs oder bis zum effektiven Abgangszeitpunkt in die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung einbezogen.

Der Konzern umfasst folgende wesentliche Gesellschaften, an denen die United Internet AG unmittelbar oder mittelbar mehrheitlich (entsprechend den in Klammern angegebenen Quoten) beteiligt ist:

1&1 Internet:

- 1&1 Internet AG, Montabaur (100,0 %)
- 1&1 Internet Inc., Chesterbrook / USA (100,0 %)
- 1&1 Internet Ltd., Slough / Großbritannien (100,0 %)
- 1&1 Internet S.A.R.L., Saargemünd / Frankreich (100,0 %)
- 1&1 Internet Service GmbH, Zweibrücken (100,0 %)
- 1&1 Internet Services (Philippines) Inc., Cebu City, Philippinen (100,0 %)
- 1&1 WEB.DE Schlund + Partner Support GmbH, Montabaur (100,0 %)
- A1 Marketing, Kommunikation und neue Medien GmbH, Montabaur (100,0 %)
- A1 Media LLC, Chesterbrook / USA (100,0 %)
- Alturo GmbH, Zweibrücken (100,0 %)

- GMX GmbH, München (100,0 %)
- GMX Internet Services GmbH, München (100,0 %)
- Immobilienverwaltung AB GmbH, Montabaur (100,0 %)
- Schlund + Partner AG, Karlsruhe (100,0 %)
- WEB.DE GmbH, Montabaur (100,0 %)

twenty4help:

- twenty4help Knowledge Service AG, Montabaur (100,0 %)
- twenty4help Knowledge Service GmbH, Dortmund (100,0 %)
- twenty4help Knowledge Service GmbH, Görlitz (100,0 %)
- twenty4help Knowledge Service GmbH, Zwei-
brücken (100,0 %)
- twenty4help Knowledge Service AB, Ljusdal /
Schweden (100,0 %)
- twenty4help Knowledge Service B.V., Maastricht /
Holland (100,0 %)
- twenty4help Knowledge Service Espana S.L.,
Madrid / Spanien (100,0 %)
- twenty4help Knowledge Service Ltd., Gateshead /
Großbritannien (100,0 %)
- twenty4help Knowledge Service AG, Zug / Schweiz
(100,0 %)
- twenty4help Knowledge Service Sp.zo.o, Zgorcelec /
Polen (100,0 %)
- twenty4help Knowledge Service S.r.l., Mailand /
Italien (100,0 %)

AdLINK:

- AdLINK Internet Media AG, Montabaur (82,30 %)
- AdLINK Internet Media AB, Stockholm / Schweden
(100,0 %)
- AdLINK Internet Media S.A., Levallois Perret /
Frankreich (100,0 %)
- AdLINK Internet Media GmbH Deutschland,
Montabaur (100,0 %)
- AdLINK Internet Media APS, Kopenhagen /
Dänemark (100,00 %)
- AdLINK Internet Media N.V., Zellik / Belgien
(100,00 %)
- AdLINK Internet Media S.L.U., Madrid / Spanien
(100,0 %)
- AdLINK Internet Media Ltd., London / Großbritan-
nien (100,0 %)
- AdLINK Internet Media B.V., Haarlem / Niederlande
(100,0 %)
- AdLINK Internet Media S.r.l., Mailand / Italien
(100,00 %)
- AdLINK International Internet Sales Ltd., Dublin /
Irland (100,0 %)

- AdLINK International Internet Purchasing Ltd.,
Dublin / Irland (100,0 %)
- AdLINK Italy Ltd., Dublin / Irland (100,0 %)
- AdLINK Benelux Ltd., Dublin / Irland (100,0 %)
- affilinet GmbH, Ebersberg (100,0 %)
- affilinet Ltd., London / Großbritannien (100,0 %)
- CibleClick Performances S.A., Paris / Frankreich
(71,46 %)
- CibleClick SAS, Paris / Frankreich (100,0 %)
- CibleClick Ltd., London / Großbritannien (100,0 %)
- Sedo GmbH, Köln (52,14 %)
- Sedo.com LLC, Boston / USA (100,0 %)
- DomCollect Worldwide Intellectual Property AG,
Zug / Schweiz (100,0 %)

Sonstige:

- MIP Multimedia Internet Park GmbH, Zwei-
brücken (100,0 %)
- United Internet Beteiligungen GmbH, Montabaur
(100,0 %)
- United Internet Start-up GmbH, Montabaur
(100,0 %)
- InterNetX GmbH, Regensburg (80,0 %)
- Schlund Technologies GmbH, Regensburg (100,0 %)
- PSI USA Inc., Las Vegas / USA (87,50 %)

Beteiligungen, auf deren Finanz- und Geschäftspolitik die Gesellschaft einen wesentlichen Einfluss ausüben kann (20 % bis 50 %), werden als assoziierte Unternehmen nach der Equity-Methode bilanziert und umfassen die folgenden Gesellschaften:

- AdLINK Internet Media AG, Zürich / Schweiz
(50,00 %)
- ImmOnline AG, Paderborn (49,28 %)
- gatrixx AG, Berlin (48,44 %)
- NTplus AG, Osnabrück (40,23 %)
- fun communications GmbH, Karlsruhe (33,33 %)

Beim Handelsregister des Amtsgerichts Montabaur wird die vollständige Aufstellung des Anteilsbesitzes des Konzerns sowie die Liste mit Beteiligungen an Drittunternehmen von nicht untergeordneter Bedeutung hinterlegt.

b) Verpflichtend anzuwendende neue Rechnungslegungsstandards

Die angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften entsprechen grundsätzlich den im Vorjahr

angewandten Methoden. Vom IASB wurden seit Ende 2003 verschiedenste Änderungen an bestehenden IFRS vorgenommen sowie neue IFRS und Interpretationen des International Financial Reporting Committee (IFRIC) veröffentlicht, die für Unternehmen verpflichtend – soweit nachfolgend nicht anders beschrieben – für alle am oder nach dem 1. Januar 2005 beginnenden Geschäftsjahre anzuwenden sind. Soweit diese Änderungen Bedeutung für den Konzernabschluss haben, werden die Änderungen in den nachfolgenden Erläuterungen dargestellt und die Auswirkungen auf die Bilanzierung und Bewertung beschrieben. Wesentliche Änderungen auf die Bilanzierungsgrundsätze ergeben sich insbesondere in den Bereichen:

- Mitarbeiterbeteiligungsprogramme (IFRS 2)
- Firmenwert (IFRS 3, IAS 36, IAS 38)
- Minderheitenanteile (IAS 27, IFRS 3)

Darüber hinaus hat am 18. Dezember 2003 das IASB mit der Verabschiedung des sog. Improvement Project eine Reihe von überarbeiteten Rechnungslegungsstandards veröffentlicht. Im Einzelnen handelt es sich um die 13 Standards IAS 1, IAS 2, IAS 8, IAS 10, IAS 17, IAS 21, IAS 24, IAS 27, IAS 28, IAS 31, IAS 33 sowie IAS 40. Die überarbeiteten Standards sind verpflichtend für Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2005 beginnen. Von dem Wahlrecht der vorzeitigen Anwendung hatte die Gesellschaft keinen Gebrauch gemacht. Die hieraus resultierenden wesentlichsten Änderungen für den vorliegenden Konzernabschluss betreffen den Minderheitenausweis, die Angabe von Ermessensausübungen des Managements sowie Hauptquellen von Schätzunsicherheiten.

c) Freiwillig anzuwendende neue Rechnungslegungsstandards

Neben den vorgenannten für das Geschäftsjahr 2005 verpflichtend anzuwendenden IFRS wurden vom IASB noch weitere IFRS und IFRIC veröffentlicht, die das Endorsement der EU bereits durchlaufen haben, aber erst zu einem späteren Zeitpunkt verpflichtend anzuwenden sind. Nachfolgend werden hiervon jedoch nur Standards bzw. Interpretationen aufgeführt, die eine Relevanz für United Internet haben könnten. Eine freiwillige vorzeitige Anwendung wird von diesem Standard ausdrücklich zugelassen bzw. empfohlen. United Internet macht von diesem Wahlrecht jedoch keinen Gebrauch.

Am 18. August 2005 hat das IASB den Standard IFRS 7 „Financial Instruments: Disclosures“ veröffentlicht. Dieser ersetzt den bestehenden IAS 30 und übernimmt aus dem IAS 32 sämtliche Vorschriften hinsichtlich Anhangsangaben. Ferner wurden in diesem Zusammenhang noch Änderungen bzw. Ergänzungen in IAS 1 hinsichtlich der Angabepflichten zum Kapital („capital disclosures“) vorgenommen. Der Standard führt zu einer grundlegenden Umstrukturierung der Offenlegungspflichten für Finanzinstrumente. Im Wesentlichen werden Angaben zu den Zielen, Methoden, Risiken, Sicherheiten und Prozessen des Managements gefordert. Die Offenlegungspflichten nach IFRS 7 sowie die geänderten Angabepflichten zum Kapitel nach IAS 1 sind erstmals auf Berichtsperioden, die am oder nach dem 1. Januar 2007 beginnen, anzuwenden; eine frühere Anwendung wird empfohlen. Für United Internet haben die Neuregelungen des IFRS 7 keine Bewertungsänderungen zur Folge, jedoch sind detaillierte Anhangsangaben und ausführliche Darstellungen gefordert.

Aus der Anwendung der bis zum 31. Dezember 2005 das Endorsement der EU bereits durchlaufenden neu veröffentlichten und von der Gesellschaft noch nicht freiwillig vorab angewandten IFRIC 4 und IFRIC 5 werden zukünftig voraussichtlich keine wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage erwartet.

d) Rückwirkende Anpassungen

Am 19. Februar 2004 veröffentlichte das IASB den Standard IFRS 2 (Aktienbasierte Vergütung) zur Bilanzierung von Aktienoptionsplänen und ähnlichen am Wert von Unternehmensanteilen orientierten Entgelten. Dieser Standard regelt im Wesentlichen die Bilanzierung von Transaktionen, bei denen das bilanzierende Unternehmen für erhaltene Leistungen Eigenkapitalinstrumente wie eigene Aktien als Gegenleistung hingibt.

Aus der erstmaligen verpflichtenden Anwendung des IFRS 2 wurde auf Basis der Ermittlung des Personalaufwands für Mitarbeiterbeteiligungsprogramme, die nach dem 7. November 2002 gewährt wurden und zum 1. Januar 2005 noch nicht ausübbar waren, für das Geschäftsjahr 2004 ein zusätzlicher Aufwand in Höhe von 1.564 T€ verbucht. Der entsprechende Aufwand für das Geschäftsjahr 2003 belief sich auf 608 T€.

Minderheitsanteile sind in der Konzernbilanz innerhalb des Eigenkapitals auszuweisen. Minderheitsanteile am Konzernergebnis werden in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung gesondert dargestellt.

Der Vorjahresausweis wurde entsprechend angepasst.

e) Umsatzrealisierung

Bei der Umsatzrealisierung ist zwischen unterschiedlichen Geschäftsbereichen der Gesellschaft zu unterscheiden (siehe Anmerkung 26 „Segmentberichterstattung“).

Im Einzelnen werden die Umsätze der Segmente nach den folgenden Gesichtspunkten realisiert:

Produkt-Segment

Das Produkt-Geschäft umfasst im Wesentlichen das Internet Service Providing / Internet Access, die Bereitstellung von Webhosting-Lösungen und das Portal- bzw. Clubgeschäft.

Internet Service Providing / Internet Access

Die Gesellschaft realisiert ihre Umsätze aus der Bereitstellung von Internet-Zugängen auf monatlicher Basis entsprechend der Vereinnahmung der von den Kunden gezahlten monatlichen Beträge (Nutzungsentgelte und Grundgebühren). Die Entgelte im Bereich Internet Access werden im Wege des Lastschriftverfahrens eingezogen.

Beim Abschluss von Internet Access Verträgen, die das Produktangebot T-DSL betreffen, erhält die Gesellschaft für die Vermittlung der T-DSL Anschlüsse von der Deutschen Telekom AG Prämien und Werbekostenzuschüsse, die für die Gewinnung von Neukunden und Marketingaktivitäten der Gesellschaft gezahlt werden. Während die Neukundengewinnungsprämie vom Abschluss eines Vertrags abhängig ist, ist die Gewährung von Werbekostenzuschüssen auch von den nachgewiesenen Marketingaufwendungen abhängig.

Seit dem 12. Juli 2004 bietet die Gesellschaft unter der Marke 1&1 ihren Kunden neben der Vermittlung von T-DSL Anschlüssen auch DSL-Komplettlösungen bestehend aus DSL-Anschluss und DSL-Internet-Zugang an. Die Umsatzerlöse für das Produktangebot 1&1 DSL setzen sich aus den monatlichen Beträgen (Nutzungsentgelte und Grundgebühren) und einem von der Deutschen Telekom AG zu zahlenden Markterschließungskostenzuschuss pro Neukunde zusammen.

Webhosting-Lösungen

Im Bereich Webhosting für anspruchsvolle Privatkunden sowie kleine und mittlere Unternehmen zahlen die Kunden in der Regel im Voraus für die von der Gesellschaft erbrachten Leistungen für einen vertraglich fixierten Zeitraum. Die Umsatzrealisierung erfolgt anteilig über den Zeitraum der Inanspruchnahme der Dienstleistung.

Portal- bzw. Clubgeschäft

Die Umsatzerlöse des Portal- bzw. Clubgeschäfts von WEB.DE setzen sich im Wesentlichen aus Werbeeinnahmen und den Erlösen für sog. Paid Services zusammen. Dazu zählen Einnahmen aus Sponsored Links im Rahmen der Suchmaschine, SMS- und Freephone-Gebühren, Vermittlungsprovisionen für DSL-Anschlüsse, E-Commerce und sonstige digitale Dienste. Bei der Online-Werbung werden Werbeflächen auf der Webseite WEB.DE und weiteren Webseiten angeboten. Die Umsatzerlöse werden in Abhängigkeit von der Platzierung sowie der Anzahl der Einblendungen bzw. Clickraten realisiert. Bei den digitalen Diensten handelt es sich hauptsächlich um kostenpflichtige Dienstleistungen, z. B. WEB.DE Club, bei denen Umsätze aus fortlaufenden monatlichen Abonnement-Gebühren generiert werden. Die Umsatzerlöse werden entsprechend der Leistungserbringung realisiert. Vorauszahlungen der Kunden werden als passive Rechnungsabgrenzung bilanziert.

Outsourcing-Segment

Das Outsourcing-Geschäft beinhaltet den Verkauf von technischen Mehrwerten als vorkonfektionierte White-Label-Produkte an andere Internet Service Provider (ISP) durch die InterNetX GmbH und die Schlund Technologies GmbH. Außerdem bietet twenty4help hochwertige Customer-Relationship-Dienstleistungen an, die vor allem als Call-Center-Dienstleistungen erbracht werden. Dabei handelt es sich um den Betrieb von Hotlines und User-Helpdesks für Anbieter aus den Branchen Informationstechnologie und Telekommunikation. Die Abrechnungen der Leistungen erfolgen auf der Basis der mit den Kunden vereinbarten Merkmale unter Berücksichtigung von Erfolgskomponenten (Schnelligkeit, Qualität etc.). Die Umsatzrealisierung wird vorgenommen, wenn die Leistungen erbracht wurden. Die Kosten werden sofort als Aufwand gebucht.

Online-Marketing-Segment

Im Geschäftsfeld Online-Marketing ist die Gesellschaft über die Marken AdLINK im Display-Marketing, über Sedo im Domain-Marketing und über affilinet bzw. CibleClick im Affiliate-Marketing vertreten. Die Marken bieten ihren Werbekunden differenzierte Marketing- und Vertriebslösungen an.

AdLINK erzielt ihre Umsatzerlöse aus dem Verkauf von Werbeflächen auf Internetseiten (Banner, Microsites, Pop-ups). Beim Verkauf der Werbeflächen und der Platzierung der Werbung werden die Umsatzerlöse in Abhängigkeit von den erreichten Reichweiten abgerechnet. Die Umsatzrealisation in Abhängigkeit von der Einbringlichkeit findet dann statt, wenn die Kampagnenschaltung entsprechend der Leistungsvereinbarung erfolgt ist und zwischen der Gesellschaft und ihrem Kunden Einigkeit über den nachgewiesenen Erfolg (entweder gemessen in Tausenderkontakten oder Cost per click / interest / order) besteht. Die entsprechenden Abrechnungen finden überwiegend in einem monatlichen Turnus statt. Als Umsatz wird der mit dem Kunden vereinbarte und an ihn fakturierte Betrag ausgewiesen. Die an die Betreiber der Webseiten von AdLINK gezahlten Beträge werden unter der Position „Umsatzkosten“ ausgewiesen. Die Gesellschaft zeigt die jeweiligen Umsatzerlöse auf Brutto-Basis, da sie das volle wirtschaftliche Risiko des Forderungsausfalls trägt.

Sedo betreibt eine Handelsplattform für den Domain-Sekundärmarkt. Die Gesellschaft erzielt ihre Umsatzerlöse durch Verkaufsprovisionen bei erfolgreichen Domain-Vermittlungen, aus Dienstleistungen rund um diesen Themenbereich (z. B. Domain-Wertgutachten und -transfers) sowie aus Werbeerlösen aus dem Domain-Parking nicht genutzter Domain-Namen sowie Newsletterwerbung. Die Umsatzgenerierung erfolgt bei der Domainvermittlung nach Abschluss der Transaktion bzw. nach Erstellung von Wertgutachten, bei den Werbeerlösen erfolgt die Umsatzgenerierung monatlich nachträglich auf Basis der vermittelten Klicks auf die in den geparkten Domains eingeblendeten Werbelinks.

affilinet betreibt unter „www.affili.net“ eine Online-Plattform für Anbieter von Partner-Programmen und Webseiten-Inhaber im deutschsprachigen Raum. Im Rahmen der Partnerprogramme (Affiliate-Marketing) unterstützen die Webseitenbetreiber die Anbieter beim Vertrieb ihrer Waren und Dienstleistungen über das Internet auf Erfolgsbasis. Die Gesellschaft erzielt ihre Umsatzerlöse aus der Vermittlung von Werbekontak-

ten bzw. Verkäufen, die über das Internetangebot des Webseiten-Inhabers generiert werden. Die Webseiten-Inhaber binden Werbung der Anbieter in ihren Internetseiten ein und erhalten für die Vermittlung von Werbekontakten oder Verkäufen einen Teil der Umsätze, die mit dem Anbieter von affilinet generiert werden.

Zentrale / Beteiligungen

Im Bereich Zentrale werden vor allem zentrale Dienstleistungen wie beispielsweise Management- und Marketingdienstleistungen, die Vermietung von Büroflächen und technischen Anlagen für die restlichen Konzerngesellschaften erbracht. Die Umsatzrealisierung wird analog den vertraglichen Vereinbarungen vorgenommen.

f) Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente bestehen aus Bankguthaben, Schecks und Kassenbeständen, die allesamt einen hohen Liquiditätsgrad und eine – gerechnet vom Erwerbszeitpunkt – Restlaufzeit von unter 3 Monaten aufweisen.

g) Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden mit ihrem Nominalwert abzüglich angemessener Wertberichtigungen angesetzt.

Wertberichtigungen werden auf Basis von Erfahrungswerten durch Klassifizierung der Forderungen nach dem Alter und auf Basis von sonstigen Informationen hinsichtlich der Werthaltigkeit von kundenspezifischen Forderungen gebildet.

h) Vorräte

Vorräte sind mit dem niedrigeren Wert aus Anschaffungs- oder Herstellungskosten und Nettoveräußerungswert bewertet. Der Nettoveräußerungswert ist der geschätzte Verkaufserlös abzüglich der geschätzten notwendigen Vertriebskosten. Zur Berücksichtigung von Bestandsrisiken werden angemessene Wertberichtigungen für Überbestände vorgenommen.

i) Anteile an assoziierten Unternehmen

Anteile an assoziierten Unternehmen sind nach der Equity-Methode bewertet. Dabei wird der Anteil am assoziierten Unternehmen bei Zugang stets mit seinen Anschaffungskosten bewertet. In den Folgeperioden wird der Wert der Beteiligung um die Veränderungen des Eigenkapitalanteils angepasst.

j) Finanzielle Vermögenswerte und finanzielle Schulden

Finanzielle Vermögenswerte werden gem. IAS 39 folgendermaßen klassifiziert:

- zu Handelszwecken gehaltene finanzielle Vermögenswerte
- bis zur Endfälligkeit zu haltende Finanzinvestitionen
- vom Unternehmen ausgereichte Kredite und Forderungen und
- zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte.

Finanzielle Vermögenswerte, die hauptsächlich erworben wurden, um einen Gewinn aus kurzfristigen Preis- bzw. Kursschwankungen zu erzielen, werden als zu Handelszwecken gehaltene finanzielle Vermögenswerte klassifiziert. Finanzielle Vermögenswerte mit festgelegten oder bestimmaren Zahlungen und festen Laufzeiten, die die Gesellschaft bis zur Endfälligkeit halten möchte und kann, ausgenommen von der Gesellschaft ausgereichte Kredite und Forderungen, werden als bis zur Endfälligkeit zu haltende Finanzinvestitionen klassifiziert. Alle sonstigen finanziellen Vermögenswerte, ausgenommen von der Gesellschaft ausgereichte Kredite und Forderungen, werden als zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte eingestuft. Die Gesellschaft hält neben den ausgereichten Krediten und Forderungen lediglich finanzielle Vermögenswerte in der Kategorie „zur Veräußerung verfügbare Vermögenswerte“.

Bei der erstmaligen Erfassung eines finanziellen Vermögenswertes wird dieser mit den Anschaffungskosten angesetzt, die dem beizulegenden Zeitwert der gegebenen Gegenleistung entsprechen; Transaktionskosten werden mit einbezogen. Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte werden in der Folge mit ihrem beizulegenden Zeitwert ohne Abzug von gegebenenfalls anfallenden Transaktionskosten und unter Angabe ihres notierten Marktpreises zum Bilanzstichtag bewertet. Gewinne und Verluste aus der

Bewertung eines zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerts auf den beizulegenden Zeitwert werden direkt im Eigenkapital netto – d. h. abzüglich von latenten Steuern – erfasst (Neubewertungsrücklage), bis der finanzielle Vermögenswert verkauft, eingezogen oder anderweitig abgegangen ist oder bis eine Wertminderung für den finanziellen Vermögenswert festgestellt wurde, so dass zu diesem Zeitpunkt der zuvor im Eigenkapital erfasste kumulative Gewinn oder Verlust in das Periodenergebnis einbezogen wird.

Finanzielle Schulden werden grundsätzlich mit ihren fortgeführten Anschaffungskosten bilanziert. Angefallene Transaktionskosten werden im Rahmen der erstmaligen Erfassung aktiviert und über die Laufzeit der jeweiligen finanziellen Schuld mittels der Effektivzinsmethode amortisiert.

k) Sachanlagen

Vermögenswerte des Sachanlagevermögens sind zu Anschaffungskosten abzüglich der kumulierten Abschreibungen und kumulierten Wertminderungsaufwendungen bewertet. Erhaltungsaufwendungen, die den Wert der Vermögensgegenstände nicht erhöhen oder deren Nutzungsdauer nicht verlängern, werden als laufende Aufwendungen behandelt. Gewinne oder Verluste aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens werden in den sonstigen betrieblichen Erträgen oder Aufwendungen berücksichtigt. Zugänge zu den Sachanlagen im Rahmen von Unternehmensakquisitionen werden mit dem geschätzten Zeitwert bewertet. Der Abschreibungszeitraum und die Abschreibungsmethode werden am Ende eines jeden Geschäftsjahres überprüft.

Vermögenswerte des Sachanlagevermögens werden über deren voraussichtliche wirtschaftliche Nutzungsdauer linear abgeschrieben. Bei der Betriebs- und Geschäftsausstattung werden Server, die im Rahmen des Webhostings eingesetzt werden, bis zu 3 Jahre abgeschrieben. Die restlichen von der Gesellschaft verwendeten Server werden aufgrund der vergleichsweise geringeren Beanspruchung über eine Nutzungsdauer von 5 Jahren abgeschrieben.

Die angesetzten Nutzungsdauern ergeben sich aus der folgenden Übersicht:

Sachanlagen	Nutzungsdauer in Jahren
Gebäude	10 bzw. 33
Kraftfahrzeuge	5 bis 6
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3 bis 10
Büroeinrichtung	5 bis 13

Immaterielle Vermögenswerte	Nutzungsdauer in Jahren
Markenrechte	Unbegrenzt
Portal	8
Kundenstamm	5
Lizenzen und sonstige Rechte	3 bis 6
Software	3

Bei den Leasingverträgen handelt es sich nur um Operating-Leasingverhältnisse, wobei die Gesellschaft ausschließlich als Leasingnehmer auftritt. Die Bilanzierung der Leasinggegenstände erfolgt beim Leasinggeber, da dieser wirtschaftlicher Eigentümer ist. Die dafür anfallenden Leasingraten werden daher von der Gesellschaft in voller Höhe als Aufwand in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

1) Immaterielle Vermögenswerte (ohne Firmenwerte)

Bis Ende des letzten Jahres wurde für die immateriellen Vermögenswerte eine begrenzte Nutzungsdauer unterstellt, wobei die widerlegbare Vermutung bestand, dass eine Nutzungsdauer eines immateriellen Vermögenswerts von 20 Jahren nicht überschritten wird. In Übereinstimmung mit dem überarbeiteten IAS 38 sind einige immaterielle Vermögenswerte mit einer unbestimmten Nutzungsdauer zu klassifizieren, wenn es aufgrund einer Analyse aller relevanten Faktoren keine vorhersehbare Begrenzung der Periode gibt, in der der Vermögenswert voraussichtlich Netto-Cash Flows für den Konzern erzeugen wird. In Übereinstimmung der vorab genannten Gründe wurden die im Rahmen einer Kaufpreisallokation ermittelten Markenrechte als Vermögenswerte mit einer unbestimmten Nutzungsdauer klassifiziert.

Vermögenswerte mit begrenzter Nutzungsdauer wie erworbene Software, Lizenzen und sonstige Rechte werden zu Anschaffungskosten, vermindert um planmäßige lineare Abschreibungen über die betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer, bilanziert. Der Abschreibungszeitraum und die Abschreibungsmethode werden am Ende eines jeden Geschäftsjahres überprüft. Vermögenswerte mit unbegrenzter Nutzungsdauer werden nicht planmäßig abgeschrieben, sondern unterliegen einem jährlichen Impairment-Test. Die angesetzten Nutzungsdauern ergeben sich aus der folgenden Übersicht:

m) Firmenwerte

Aufgrund der Veröffentlichung des Standards IFRS 3 „Unternehmenszusammenschlüsse“ sowie der grundlegend überarbeiteten Standards IAS 36 und IAS 38 am 31. März 2004 wurden planmäßige Abschreibungen durch den sog. Impairment-Only-Ansatz ersetzt. Entsprechend der Übergangsvorschrift des IFRS 3.79 wurden die planmäßigen Abschreibungen des Geschäfts- oder Firmenwertes eines vor dem 31. März 2004 erworbenen Geschäftsbetriebes zum 31. Dezember 2004 eingestellt. Die verbleibenden Restbuchwerte der Geschäfts- und Firmenwerte werden nunmehr als neue Anschaffungskosten klassifiziert und seit dem 1. Januar 2005 nicht mehr planmäßig abgeschrieben. Seit dem 1. Januar 2005 werden die Geschäfts- oder Firmenwerte gemäß IAS 36.90 mindestens einmal jährlich einer Überprüfung der Werthaltigkeit unterzogen. Dies erfolgt unabhängig davon, ob ein Hinweis auf eine Wertminderung vorliegt. Im Vorjahr wurden die Firmenwerte noch planmäßig unter Verwendung einer Nutzungsdauer von 6 Jahren abgeschrieben.

Geschäfts- und Firmenwerte aus einem Unternehmenszusammenschluss werden beim erstmaligen Ansatz zu Anschaffungskosten bewertet, die sich als Überschuss der Anschaffungskosten des Unternehmenszusammenschlusses über den Anteil des Konzerns an den beizulegenden Zeitwerten der erworbenen identifizierbaren Vermögenswerte, Schulden und Eventualschulden bemessen. Nach dem erstmaligen Ansatz wird der Geschäfts- oder Firmenwert zu Anschaffungskosten bewertet. Die Geschäfts- oder Firmenwerte unterliegen einem jährlichen Impairment-Test. Ergibt sich aus dem Impairment-Test die Notwendigkeit für außerplanmäßige Abschreibungen, werden die Anschaffungskosten der Geschäfts- oder Firmenwerte um diese außerplanmäßigen Abschreibungen vermindert.

n) Wertminderung von Vermögenswerten

Vermögenswerte der Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte (inklusive Firmenwert) werden auf eine Wertminderung hin überprüft, wenn Sachverhalte oder Änderungen der Umstände darauf hindeuten, dass der Buchwert eines Vermögenswertes nicht erzielbar sein könnte. Sobald der Buchwert eines Vermögenswertes seinen erzielbaren Betrag übersteigt, wird eine Wertminderung ergebniswirksam erfasst. Der erzielbare Betrag ist der höhere Betrag aus beizulegendem Zeitwert abzüglich der Verkaufskosten und Nutzungswert. Der beizulegende Zeitwert abzüglich der Verkaufskosten ist der Betrag, der durch den Verkauf eines Vermögenswertes oder einer zahlungsmittelgenerierenden Einheit in einer Transaktion zu Marktbedingungen zwischen sachverständigen, vertragswilligen Parteien nach Abzug der Veräußerungskosten erzielt werden könnte. Der Nutzungswert ist der Barwert der zukünftigen Cash Flows, der voraussichtlich aus einem Vermögenswert oder einer zahlungsmittelgenerierenden Einheit abgeleitet werden kann. Der erzielbare Betrag wird für jeden Vermögenswert einzeln oder, falls dies nicht möglich ist, für die zahlungsmittelgenerierende Einheit, zu der der Vermögenswert gehört, ermittelt.

Ist der Nutzungswert der zahlungsmittelgenerierenden Einheit niedriger als der Buchwert des zugrunde liegenden Nettovermögens zuzüglich des Firmenwertes, wird die Wertminderung ergebniswirksam erfasst.

Für das Geschäftsjahr 2005 wurden außerplanmäßige Abschreibungen auf den erzielbaren Betrag in Höhe von insgesamt 1.679 T€ (Vorjahr: 0 T€) vorgenommen.

Eine Zuschreibung auf einmal wertgeminderte Vermögenswerte ist zwingend, wenn der Grund für die Wertminderung entfallen ist. Ausgenommen hiervon sind lediglich Wertminderungen auf Firmenwerte, bei denen eine Zuschreibung nicht erfolgen darf.

o) Zuschüsse

Zuwendungen der öffentlichen Hand werden erst dann erfasst, wenn eine angemessene Sicherheit dafür besteht, dass die Gesellschaft die damit verbundenen Bedingungen erfüllen wird und dass die Gesellschaft die Zuwendungen tatsächlich erhält. IAS 20 unterscheidet zwischen Aufwandszuschüssen und Investitionszuschüssen. Aufwandszuschüsse werden als

erfolgsbezogene Zuwendungen bezeichnet und ertragswirksam in der Periode erfasst, in der die korrespondierenden Aufwendungen anfallen. Investitionszuschüsse werden entweder als passiver Abgrenzungsposten in die Bilanz eingestellt und über die Nutzungsdauer aufgelöst oder sie kürzen den Buchwert des Vermögensgegenstands.

Zuschüsse im Zusammenhang mit Personalaufwendungen

Soweit Zuschüsse der öffentlichen Hand für Personalaufwendungen laufende Aufwendungen betreffen, werden sie als sonstige betriebliche Erträge erfasst. Die Basis für den ergebniswirksamen Ausweis der Fördermittel am Standort Görlitz ist die Anzahl der Arbeitsplätze, die neu geschaffen wurden. Diese unterliegen einer Bindungsfrist von neun Jahren. Dem stetigen Aufbau von Arbeitsplätzen folgt somit eine realistische Vereinnahmung der Fördergelder. Der personalkostenbasierte Zuschuss wird bezogen auf einen neu geschaffenen Arbeitsplatz für 24 Monate gewährt und in zwei Tranchen ausgezahlt. Die erste Tranche erhält die Gesellschaft in den ersten zwölf Monaten nach Besetzung des Arbeitsplatzes und die zweite Tranche im darauf folgenden Jahr. Diese Zuschüsse werden linearisiert über einen Zeitraum von neun Jahren als sonstiger betrieblicher Ertrag vereinnahmt. Der Vereinnahmungszeitraum entspricht dabei dem Zeitraum, für den die auferlegten Bedingungen gelten.

Aufwandszuschüsse werden zudem vom Land Rheinland-Pfalz für den Multimedia Internet Park in Zweibrücken gewährt.

Zusätzlich erhält twenty4help Fördermittel am Standort Gateshead (Großbritannien). Die Gesellschaft hat sich in diesem Zusammenhang gegenüber der öffentlichen Development Agency of North East of England zur Schaffung von bis zu 300 neuen, zusätzlichen Dauerarbeitsplätzen verpflichtet. Diese Zuschüsse werden linearisiert über einen Zeitraum von sieben Jahren als sonstiger betrieblicher Ertrag vereinnahmt. Der Vereinnahmungszeitraum entspricht dabei dem Zeitraum, für den die auferlegten Bedingungen gelten.

Zuschüsse im Zusammenhang mit dem Anlagevermögen

Zuwendungen der öffentlichen Hand für Vermögenswerte werden als Anschaffungskostenminderungen behandelt. Die Gesellschaft erhielt Investitionszuschüsse im Wesentlichen für den Multimedia Internet Park in Zweibrücken vom Land Rheinland-Pfalz, für Investitionen im Zusammenhang mit einem neuen

Rechenzentrum in Karlsruhe von der Stadt Karlsruhe sowie im Bereich des Outsourcing-Geschäfts am Standort Dortmund vom Land Nordrhein-Westfalen.

p) Ertragsteuern

Der Ertragsteueraufwand stellt die Summe aus tatsächlichen und latenten Ertragsteuern dar.

Der tatsächliche Ertragsteueraufwand basiert auf dem steuerpflichtigen Jahresergebnis. Das steuerpflichtige Jahresergebnis weicht vom tatsächlichen Jahresergebnis ab, da es nicht steuerpflichtige oder nicht abzugsfähige Posten ausschließt. Die Berechnung des tatsächlichen Ertragsteueraufwands des Konzerns erfolgt unter Anwendung der zum Bilanzstichtag geltenden oder angekündigten Steuersätze.

Latente Steuern sind die erwarteten Ertragsteueraufwendungen oder Ertragsteuererstattungen, die sich aus den Unterschiedsbeträgen zwischen den handelsrechtlichen Buchwerten der Vermögenswerte und Schulden im Jahresabschluss und den bei der Berechnung des zu versteuernden Ergebnisses verwendeten entsprechenden Steuerwerten ergeben. Darüber hinaus werden latente Steuern auf noch nicht genutzte steuerliche Verlustvorträge gebildet. Latente Steueransprüche werden in dem Umfang erfasst, in dem es wahrscheinlich ist, dass ein zu versteuerndes Ergebnis zur Verfügung stehen wird, gegen das die abzugsfähige temporäre Differenz verwendet werden kann.

Der Buchwert latenter Steueransprüche wird an jedem Bilanzstichtag neu überprüft und gegebenenfalls in dem Maße verringert, in dem es nicht mehr wahrscheinlich ist, dass ein ausreichendes zu versteuerndes Jahresergebnis zur Verfügung steht, gegen das der Vermögenswert verwendet werden kann.

Latente Steuern werden auf Grundlage der bilanzorientierten Verbindlichkeits-Methode ermittelt, wonach sie jeweils auf Ansatz- und Bewertungsunterschiede bei den Vermögenswerten und Schulden zwischen IFRS- und Steuerbilanz gebildet werden. Aktive und passive latente Steuern werden auf Grundlage der aktuellen Steuersätze der jeweiligen Landesgesellschaft bewertet, die für den Zeitraum gelten, in dem sich die zeitlichen Unterschiede voraussichtlich ausgleichen.

q) Fremdwährungsumrechnung

Auf Fremdwährung lautende monetäre Posten werden grundsätzlich zum Stichtagskurs umgerechnet. Umrechnungsdifferenzen werden als Aufwand oder Ertrag in der Periode, in der sie entstanden sind, erfasst. Die Umrechnung der in ausländischer Währung aufgestellten Einzelabschlüsse erfolgt nach der Methode der funktionalen Währung. Die funktionale Währung von jeder der Tochtergesellschaften der Gesellschaft ist die lokale Währung des jeweiligen Landes, in dem die Tochtergesellschaft ihren Sitz hat. Demnach werden Aktiva und Passiva, die in Fremdwährung in den Bilanzen der ausländischen Tochtergesellschaften bilanziert werden (ausgenommen Eigenkapital), zu dem jeweiligen Stichtagskurs in € umgerechnet. Die Umrechnung der Erträge und Aufwendungen erfolgt zum Durchschnittskurs des jeweiligen Geschäftsjahres. Unterschiedsbeträge der Fremdwährungsumrechnung, die sich aus der Bewertung des Eigenkapitals zum historischen Kurs und der Aktiva und sonstigen Passiva zum Stichtagskurs ergeben, werden erfolgsneutral als Währungsdifferenz im Eigenkapital ausgewiesen.

r) Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

Verbindlichkeiten werden mit ihrem Rückzahlungs- oder Erfüllungsbetrag angesetzt.

s) Rückstellungen

Gemäß IAS 37 werden Rückstellungen gebildet, soweit gegenüber Dritten eine gegenwärtige Verpflichtung aus einem vergangenen Ereignis besteht, die künftig wahrscheinlich zu einem Abfluss von Ressourcen führt und deren Höhe zuverlässig geschätzt werden kann. Rückstellungen, die nicht schon im Folgejahr zu einem Ressourcenabfluss führen, werden mit ihrem auf den Bilanzstichtag abgezinsten Erfüllungsbetrag angesetzt. Der Abzinsung liegen Marktzinssätze zugrunde.

t) Ergebnis je Aktie

Das „unverwässerte“ Ergebnis je Aktie (basic earnings per share) wird berechnet, indem das den Inhabern von Namensaktien zuzurechnende Ergebnis durch den für den Zeitraum gewogenen Durchschnitt der ausgegebenen Aktien geteilt wird.

Das „verwässerte“ Ergebnis je Aktie (diluted earnings per share) wird ähnlich dem Ergebnis je Aktie ermittelt, mit der Ausnahme, dass die durchschnittliche Anzahl der ausgegebenen Aktien um den Anteil erhöht wird, der sich ergeben hätte, wenn die aus den ausgegebenen Wandelschuldverschreibungen resultierenden Wandlungsrechte ausgeübt worden wären. Zusätzlich wird das Periodenergebnis um Zinsaufwendungen nach Steuern korrigiert, die auf die potenziell umzutauschenden Wandelschuldverschreibungen entfielen.

Zum 31. Dezember 2005 ist das Grundkapital eingeteilt in 62.275.201 Stück auf den Namen lautende Stückaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 1,00 €. Die Gesellschaft hielt bis zum 31. Oktober 2005 2.000.000 eigene Aktien, die im Zusammenhang mit dem Erwerb des Portalgeschäfts von WEB.DE am 31. Oktober 2005 wieder ausgegeben wurden. Wir verweisen hierzu auf unsere Anmerkung 5. Aus eigenen Aktien stehen der Gesellschaft keine Rechte und damit auch keine anteilige Ausschüttung zu, so dass die zurückgekauften Aktien mildernd erfasst werden. Der gewogene Durchschnitt der für die Berechnung zugrunde gelegten Anzahl an Aktien beläuft sich für das Geschäftsjahr 2005 auf 57.155.198 Stück. Bei Zugrundelegung dieser Stückzahl ergibt sich ein unverwässertes Ergebnis je Aktie von 1,00 € (Vorjahr: 0,59 €).

Ein Verwässerungseffekt ist im Hinblick auf die sich aus dem Mitarbeiterbeteiligungsprogramm der United Internet AG ergebenden Wandlungsrechte zu berücksichtigen, die per 31. Dezember 2005 hätten ausgeübt werden können. Dabei wurden sämtliche zum 31. Dezember 2005 bestehenden Wandlungsrechte nach Maßgabe der Treasury-stock-Methode bei der Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie berücksichtigt, soweit sich die Wandlungsrechte im Geld befanden und unabhängig davon, ob die Wandlungsrechte zum Bilanzstichtag tatsächlich ausübbar waren. Die Berechnung des Verwässerungseffektes aus dem Umtausch erfolgt, in dem zunächst die Summe der potenziellen Aktien festgestellt wird. Anschließend wird auf der Basis des durchschnittlichen beizulegenden Zeitwertes die Aktienanzahl ermittelt, die aus der Gesamthöhe der Zahlungen (Nennwert der Wandelschuldverschreibung zuzüglich Zuzahlung) erworben werden könnte. Ist die aus beiden Werten ermittelte Differenz Null, entspricht die gesamte Zahlung genau dem beizulegenden Zeitwert der potenziellen Aktien, so dass keine verwässernde Wirkung zu berücksichtigen ist. Ist der Differenzbetrag positiv,

wird davon ausgegangen, dass diese Aktien unentgeltlich ausgegeben werden.

Die Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie ging von Stück 968.192 potentiellen Aktien (aus der fingierten Nutzung der Wandlungsrechte) aus. Basierend auf einem durchschnittlichen Marktpreis von 24,69 € würde sich eine unentgeltliche Ausgabe von 434.910 Aktien ergeben. Das verwässerte Ergebnis je Aktie für das Geschäftsjahr 2005 beträgt 0,99 € (Vorjahr: 0,58 €).

Die Ergebnisse je Aktie des Vorjahres wurden angepasst. Wir verweisen hierzu auf unsere Ausführungen unter u) Mitarbeiterbeteiligungsmodelle.

u) Mitarbeiterbeteiligungsmodelle

Die Behandlung von Mitarbeiterbeteiligungsmodellen ist in IFRS 2 (Aktienbasierte Vergütung) geregelt. IFRS 2 ist erstmalig und rückwirkend in Berichtsperioden anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2005 beginnen. Aus diesem Grund erfolgt eine Anpassung der Vergleichsinformationen. Hierzu gehört auch eine Anpassung des Eröffnungsbilanzwertes des Bilanzverlustes in der frühesten dargestellten Berichtsperiode, für die die Vergleichsinformationen angepasst worden sind. Entsprechend IFRS 2.58 werden das Vergleichsjahr 2004 und der Eröffnungsbilanzwert zum 1. Januar 2004 angepasst. Eine Pflicht zur Anpassung besteht dagegen nicht für Mitarbeiterbeteiligungsmodelle, die vor dem 7. November 2002 ausgegeben worden sind.

Der im Vorjahr gültige Standard IAS 19 (Leistungen an Arbeitnehmer) enthielt keine Regelung zum Ansatz und zur Bewertung von Kapitalbeteiligungsleistungen. Infolgedessen wurde zum 31. Dezember 2004 auf Auslegungen und Hinweise zurückgegriffen, die außerhalb der IFRS liegen. Daher wurden die Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften analog APB 25 (Accounting für Stock-Based Compensation) der US-GAAP angewendet. Dabei wird der Personalaufwand auf Grundlage des Unterschieds zwischen dem Wert der Aktie zum Ausgabebetrag und dem Preis, zu dem der Mitarbeiter Aktien erwerben kann, bemessen. Der Personalaufwand wird über die Laufzeit der Option verteilt. Der Personalaufwand aus Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen belief sich im Geschäftsjahr 2004 auf 268 T€.

Aufgrund der Ermittlung des Personalaufwands entsprechend der Regelungen von IFRS 2 für Mitarbeiter-

beteiligungsmodele nach dem 7. November 2002 auf der Basis eines Optionspreismodells, ist zusätzlich ein Betrag in Höhe von 1.564 T€ als Aufwand des Geschäftsjahres 2004 zu verbuchen. Die Verbuchung erfolgte unter den Verwaltungskosten. Die aus diesem Vorgang resultierende Erhöhung der Kapitalrücklage belief sich ebenfalls auf 1.564 T€. Der zusätzliche Aufwand für das Geschäftsjahr 2003 belief sich auf 608 T€.

Der Personalaufwand aus Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen belief sich im Geschäftsjahr 2005 auf 1.780 T€ (Vorjahr: 1.832 T€).

v) Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag sind vorteilhafte oder nachteilige Ereignisse, die zwischen dem Bilanzstichtag und dem Tag eintreten, an dem der Abschluss zur Veröffentlichung freigegeben wird. Ereignisse, die weitere substantielle Hinweise zu Gegebenheiten liefern, die bereits am Bilanzstichtag vorgelegen haben, sind im Konzernabschluss berücksichtigt. Ereignisse, die Gegebenheiten anzeigen, die nach dem Bilanzstichtag eingetreten sind, werden im Anhang und im Lagebericht dargestellt, wenn sie von wesentlicher Bedeutung sind.

w) Unternehmenszusammenschlüsse

IFRS 3 wurde auf alle Unternehmenszusammenschlüsse mit Datum des Vertragsabschlusses am oder nach dem 31. März 2004 angewendet. Die wesentlichen Neuerungen sind die Abschaffung der sog. Pooling-of-Interest Method sowie die Abschaffung der planmäßigen Abschreibungen auf Firmenwerte zugunsten des sog. Impairment-Only-Ansatzes. Die sich aus der erstmaligen Anwendung der Regelungen des IFRS 3 in Verbindung mit den Änderungen in IAS 36 und IAS 38 für United Internet ergebenden Auswirkungen beziehen sich im Wesentlichen auf die Umsetzung des Impairment-Only-Ansatzes.

Des Weiteren bewertet die United Internet-Gruppe im Rahmen der Erstbewertung die identifizierbaren Vermögenswerte, Schulden und Eventualschulden in voller Höhe mit ihren beizulegenden Zeitwerten zum Zeitpunkt des Erwerbs. Minderheitenanteile werden folglich in Höhe ihres Anteils an den beizulegenden Zeitwerten der Vermögenswerte und Schulden angesetzt.

Darüber hinaus ist nun für jeden einzelnen immateriellen Vermögenswert zu bestimmen, ob er eine begrenzte oder unbestimmte Nutzungsdauer hat.

x) Emessensausübung des Managements und Hauptquellen von Schätzungsunsicherheiten

Die Aufstellung des konsolidierten Jahresabschlusses in Übereinstimmung mit den IFRS erfordert teilweise die Vornahme von Schätzungen oder das Treffen von Annahmen durch den Vorstand, die die Bilanzierung der Vermögenswerte, Schulden und finanziellen Verpflichtungen zum Bilanzstichtag sowie die Erträge und Aufwendungen in der Berichtsperiode beeinflussen. Die tatsächlichen Beträge bzw. Entwicklungen können von diesen Schätzungen und Annahmen abweichen.

Wesentliche zukunftsbezogene Schätzungen und Annahmen bestehen im Bereich der Werthaltigkeitstests der Firmenwerte, weil bei der hierbei angewandten Discounted-Cash-Flow-Methode die zukünftigen Cash Flows sowie ein adäquater Zinssatz festzulegen sind. Weitere Schätzungen erfordern unter anderem die Ermessensentscheidungen für die Bildung von Rückstellungen, Schätzungen der Nutzungsdauern des Anlagevermögens oder die Beurteilung der Werthaltigkeit von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, Vorräten sowie aktiven latenten Steuern.

5 Unternehmensakquisitionen

Im Geschäftsjahr 2005 wurde mit Wirkung zum 31. Oktober 2005 das Portalgeschäft der WEB.DE AG, Karlsruhe, übernommen.

Das erworbene Portalgeschäft setzt sich aus dem Geschäftsbereich Portalgeschäft und dem Clubgeschäft zusammen. Rechtlich wurde der Erwerb des Geschäftsbereichs Portalgeschäft durch den Erwerb einzelner Vermögenswerte und Schulden der WEB.DE AG durchgeführt (Asset Deal), während der Erwerb des Clubgeschäfts durch den Erwerb von drei Beteiligungen der WEB.DE AG erfolgt ist (Share Deal).

Mit Datum vom 13. Mai 2005 wurde zwischen der WEB.DE AG und der 1&1 Internet AG ein Vertrag über den Erwerb von Vermögensgegenständen (Asset-Einbringungsvertrag) abgeschlossen, der die Veräußerung des Geschäftsbereichs Portalgeschäft an die 1&1 Internet AG zum Inhalt hatte. Es handelt sich dabei um

einen sog. Asset Deal, der eine Veräußerung einzelner materieller und immaterieller Vermögensgegenstände der WEB.DE AG zum Gegenstand hat. Gegenleistung der 1&1 Internet AG war die Zahlung eines Betrags in Höhe von 50,0 Mio. € sowie die Hingabe von 1.543.050 Aktien der 1&1 Internet AG, die im Wege einer Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage geschaffen wurden.

Weiterhin haben die WEB.DE AG und die United Internet AG mit Datum vom 13. Mai 2005 in einem Vertrag über die Einbringung, den Tausch und den Verkauf von Aktien der 1&1 Internet AG vereinbart, die erworbenen Aktien der 1&1 Internet AG im Wege der Einbringung auf die United Internet AG zu übertragen. Für diese Einbringung der 1.543.050 Aktien der 1&1 Internet AG erhielt die WEB.DE AG im Gegenzug insgesamt 5.800.000 Aktien der United Internet AG. Von diesen Aktien wurden 3.800.000 Aktien durch eine Sachkapitalerhöhung geschaffen und 2.000.000 aus dem Bestand der United Internet AG an eigenen Aktien geliefert. Die Sachkapitalerhöhung bei der United Internet AG erfolgte im Rahmen des bei der United Internet AG genehmigten Kapitals.

Die WEB.DE AG und die WEB.DE Beteiligungen GmbH, eine Tochtergesellschaft der 1&1 Internet AG, haben mit Datum vom 13. Mai 2005 einen Vertrag über den Erwerb von Geschäftsanteilen (Anteilskaufvertrag) geschlossen. Es handelt sich dabei um einen sog. Share Deal, der den Erwerb der Geschäftsanteile an der WEB.DE Internet Service GmbH, der WEB.DE Support GmbH und der WEBTELECOM GmbH von der WEB.DE AG zum Gegenstand hat. Gegenleistung für den Erwerb der Geschäftsanteile der Gesellschaften war ein Kaufpreis in Höhe von 150,0 Mio. €.

Der Erwerbszeitpunkt ist bei Unternehmenszusammenschlüssen nach IFRS 3 der Zeitpunkt, an dem der Erwerber tatsächlich die Beherrschung über das erworbene Unternehmen übernimmt. Die Unterzeichnung der Verträge erfolgte am 13. Mai 2005. Die tatsächliche Kontrolle über das Portalgeschäft hat die United Internet-Gruppe durch Abschluss des Vollzugsvertrags zum 31. Oktober 2005 erlangt.

Als Anschaffungskosten bei Unternehmenszusammenschlüssen nach IFRS 3 gelten alle dem Unternehmenszusammenschluss direkt zurechenbaren Kosten. Die Anschaffungskosten für den Asset Deal beliefen sich auf 191,0 Mio. €. Diese setzen sich zum einen aus der vereinbarten Barzahlung in Höhe von 50,0 Mio. € und zum anderen aus dem Gegenwert der 5.800.000 Aktien der United Internet AG in Höhe von 141,0 Mio. €

zusammen. Von der vereinbarten Barzahlung wurde der Betrag in Höhe von 36,5 Mio. € aus dem laufenden Cash-Flow geleistet und die restlichen 13,5 Mio. € im Wege der Aufrechnung gegen übernommene Verbindlichkeiten verrechnet. Als Basis für den Börsenkurs der im Rahmen der Sachkapitalerhöhung geschaffenen Aktien galt der volumengewichtete Durchschnittskurs der Aktie der United Internet AG am 31. Oktober 2005 als Composite (ein Mischkurs, der die Kurse aller deutschen Präsenzbörsen sowie des XETRA-Handelssystems beinhaltet). Die aus dem Bestand an eigenen Aktien gelieferten Aktien wurden zu einem durchschnittlichen Preis je Aktie in Höhe von 19,98 € bewertet. Die Anschaffungsnebenkosten mit Ausnahme der Kosten für die Emission von Eigenkapitalinstrumenten beliefen sich auf 936 T€. Daraus resultierte ein Firmenwert in Höhe von 79,5 Mio. €.

Die Anschaffungskosten für den Share Deal beliefen sich auf 150,0 Mio. €, die auch in bar geleistet worden sind. Daraus resultierte ein Firmenwert in Höhe von 127,7 Mio. €.

Die gesamten Anschaffungskosten (ohne Anschaffungsnebenkosten) beliefen sich somit auf 341,0 Mio. €. Daraus resultierte ein Firmenwert in Höhe von 207,2 Mio. €.

Die vorläufig beizulegenden Zeitwerte der identifizierbaren Vermögenswerte und Schulden stellen sich zum Erwerbszeitpunkt so dar, wie in der Tabelle auf der nächsten Seite gezeigt.

Der Zahlungsmittelabfluss aufgrund des Unternehmenserwerbs stellt sich wie folgt dar:

	T€
Abfluss von Zahlungsmitteln	187.436
Übernommene Zahlungsmittel	244
Tatsächlicher Zahlungsmittelabfluss	187.192

Aufgrund der andauernden Integrationen im Zusammenhang mit dem Erwerb des Portalgeschäfts der WEB.DE AG und den damit einhergehenden Synergieeffekten ist die Angabe der in IFRS 3.70 geforderten Anhangangaben praktisch undurchführbar.

Mit Kaufvertrag vom 22. Dezember 2004 wurden zunächst 10,20 % an der InterNetX GmbH zu einem Kaufpreis von 440 T€ erworben. Nach Vollzug einer Kapitalerhöhung zu Buchwerten in Höhe von 4.400 T€ zu Beginn des Geschäftsjahres 2005 wurden mit Wirkung zum 1. Januar 2005 weitere Geschäftsanteile an

	Asset Deal T€		Share deal T€	
Barleistung	50.000		150.000	
Ausgabe neuer Aktien	141.040		-	
Anschaffungskosten	191.040		150.000	
Ausgleichszahlung	-5.631		114	
Verrechnung PRAP	-12.001		-	
Anschaffungsnebenkosten	936		-	
Vorläufiger Kaufpreis (nach Aufrechnung)	174.344		150.114	
	Zeitwerte T€	Buchwerte T€	Zeitwerte T€	Buchwerte T€
Software	12.112	1.784	12.606	7.823
Trademark WEB.DE	17.098	0	-	-
Auftragsbestand	2.142	0	-	-
Kundenstamm	1.718	0	21.471	-
Portal	72.240	0	-	-
Domains	100	0	-	-
Sachanlagen	5.301	5.301	122	122
Darlehen	2.000	2.000	-	-
Zahlungsmittel	-	-	244	244
ARAP	467	-	20	20
Sonstige Vermögenswerte	-	-	655	654
Latente Steuerschulden	-	-	-10.118	0
PRAP	-12.001	-	-34	-34
Verbindlichkeiten	-214	-	-2.000	-2.000
Erhaltene Anzahlungen	-4.875	-	-	-
Sonstige Verbindlichkeiten	-	-	-273	-273
Steuerrückstellungen	-	-	-57	-57
Sonstige Rückstellungen	-1.222	-	-245	-245
	94.866	9.085	22.391	6.254
Firmenwert	79.478		127.723	
Vorläufiger Kaufpreis (nach Aufrechnung)	174.344		150.114	

der InterNetX GmbH zu einem Kaufpreis von 2.500 T€ erworben, so dass die United Internet AG 80 % an der InterNetX GmbH hält. Aus der Erstkonsolidierung der neu erworbenen Anteile und der Übergangskonsolidierung der Altanteile resultierte ein Firmenwert in Höhe von 3.646 T€.

Am 14. Dezember 2005 erwarb die affilinet GmbH 71,46 % der Anteile an der CibleClick Performances S.A. mit Sitz Paris, Frankreich.

Die vorläufigen Anschaffungskosten des Unternehmenszusammenschlusses beliefen sich insgesamt auf 18.126 T€ und umfassen neben dem Kaufpreis auch direkt zurechenbare Kosten in Höhe von 316 T€.

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

	T€ Bei Erwerb angesetzt	T€ Buchwerte
VERMÖGENSWERTE		
Immaterielle Vermögenswerte	2.942	6.989
Sachanlagen	85	85
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	110	110
Forderungen und sonstige Vermögenswerte	6.475	6.475
Aktive Rechnungsabgrenzungsposten	42	42
	9.654	13.701
SCHULDEN		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	5.868	5.868
Sonstige Verbindlichkeiten	879	879
Steuerrückstellungen	357	357
Latente Steuerschulden	1.029	-
	8.133	7.104
Beizulegender Zeitwert des Nettovermögens	1.521	6.597
Erworbener Anteil von 71,46 %	1.087	
Firmenwert bei Erwerb	17.040	
	18.127	

Durch den am 14. Dezember 2005 unterschriebenen Kaufvertrag wurden 71,46 % an der CibleClick Performances S.A., Paris / Frankreich, erworben. Des Weiteren hat sich affilinet verpflichtet, weitere 3,54 % im 2. Quartal 2006 zu erwerben. Der Kaufpreis dieser ersten beiden Tranchen ist abhängig von dem nach French GAAP testierten Jahresergebnis vor Steuern und Zinsen (EBIT) des Geschäftsjahres 2005 der CibleClick-Gruppe. Da der testierte Abschluss und damit der endgültige Kaufpreis erst im 2. Quartal 2006 vorliegen wird, wurde der Kaufpreis vorläufig auf Basis des für Konzernzwecke erstellten Berichterstattungsabschlusses bestimmt. Der sich aus diesem Vorgehen ergebende vorläufige Kaufpreis beläuft sich ohne Anschaffungsnebenkosten auf 17,811 T€.

Der Kaufpreis für die erworbenen 71,46 % der Anteile ist von affilinet in 3 Raten zu begleichen. Die erste Kaufpreisrate für 42,88 % in Höhe von 10,719 T€ wurde am 14. Dezember 2005 an die Alteigentümer überwie-

sen. Die 2. und 3. Rate werden im 2. Quartal 2006 fällig.

Durch den Kaufvertrag wurden den Alteigentümern der CibleClick Performances S.A., Paris / Frankreich, zusätzlich verschiedene Verkaufsoptionen gewährt, die die Alteigentümer berechtigen, die verbleibenden 25 % der Anteile bis spätestens im 2. Quartal 2011 an affilinet zu veräußern. Der Kaufpreis für die verbleibenden 25 % ist abhängig von den nach French GAAP testierten Jahresergebnissen vor Zinsen und Steuern der Vorjahre, in denen die Verkaufsoption wahrgenommen wird. Da durch die Verkaufsoptionen den Minderheitsanteilseignern das Recht eingeräumt wird, die verbleibenden 28,54 % der Anteile an CibleClick dem Mehrheitsanteilseigner zu verkaufen (sog. Andienungsrecht) werden die hierauf entfallenden Minderheitenanteile gemäß IAS 32.18 (b) als Fremdkapital ausgewiesen.

Der Zahlungsmittelabfluss aufgrund des Unternehmererwerbs stellt sich wie folgt dar:

	T€
Abfluss von Zahlungsmitteln	11.035
Übernommene Zahlungsmittel	110
Tatsächlicher Zahlungsmittelabfluss	10.925

Aufgrund der andauernden Integration im Zusammenhang mit dem Erwerb der CibleClick Performances S.A. ist die Angabe der in IFRS 3,70 geforderten Anhangangaben praktisch undurchführbar.

Der Erwerb zusätzlicher Anteile von bereits voll konsolidierten Tochterunternehmen erfolgt nach der sog. „parent-entity-extension“-Methode. Nach dieser Methode wird ein positiver oder negativer Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe der Differenz zwischen Kaufpreis und anteiligem Vermögen (nach IFRS-Buchwerten) ermittelt. In der Folge werden die positiven oder negativen Geschäfts- oder Firmenwerte analog zu den aus Unternehmenszusammenschlüssen entstehenden bilanziert.

Es haben weitere Akquisitionen stattgefunden, die formal keine Unternehmenszusammenschlüsse im Sinne von IFRS 3 darstellen.

Am 22. März 2005 erwarb die United Internet AG einen weiteren Gesellschaftsanteil von 30 % an der affilinet GmbH zu einem Kaufpreis von 2,399 T€. Damit stieg das Beteiligungsverhältnis an affilinet von 70 % auf 100 %. Daraus resultierte ein Firmenwert in Höhe von 1,678 T€.

Erläuterungen zur Bilanz

6 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

	2005 T€	2004 T€
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	107.146	66.667
Abzüglich		
Wertberichtigungen	-7.305	-7.445
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, netto	99.841	59.222

7 Sonstige kurzfristige Vermögenswerte

	2005 T€	2004 T€
Ausgleichszahlungen	6.626	0
Sonstige	4.290	2.141
Geleistete Anzahlungen	3.336	4.210
Fondseinlagen	3.084	0
Forderungen gegen das Finanzamt	2.484	1.988
T-DSL- und 1&1 DSL-Prämienanspruch	1.107	9.540
Sonstige Vermögenswerte, netto	20.927	17.879

Bei den Ausgleichszahlungen handelt es sich um Forderungen gegen die ComBOTS AG (vormals: WEB.DE AG) im Zusammenhang mit der Übernahme des Portalgeschäfts der WEB.DE AG.

Bei den geleisteten Anzahlungen handelt es sich im Wesentlichen um Anzahlungen für Domains.

Die marktfähigen Fondseinlagen resultieren aus der Übernahme von Vermögenswerten im Zusammenhang mit dem Erwerb der Anteile von CibleClick.

Die Forderungen gegen das Finanzamt resultieren im Wesentlichen aus Guthaben aus Umsatzsteuer und Körperschaftsteuerüberzahlungen.

Die Prämienansprüche aus dem T-DSL-Geschäft und dem 1&1 Resale-Geschäft stellen Ansprüche aus einem Kooperationsvertrag mit der Deutschen Telekom AG dar. Sie betreffen erfolgsabhängige Entgelte für die Gewinnung von Neukunden für den Kooperationspartner bzw. Markterschließungskostenzuschüsse pro Neukunde für die Gesellschaft im abgelaufenen Geschäftsjahr. Wir verweisen auf unsere Ausführungen unter 4 e).

8 Vorräte

Das Vorratsvermögen besteht aus folgenden Handelswaren:

	2005 T€	2004 T€
T-DSL / 1&1 DSL	5.070	8.975
PCs, Drucker und Zubehör	413	628
Internet Profi	158	399
Webhosting	643	126
T-ISDN	45	204
Fotoweb	0	5
Sonstige	34	141
	6.363	10.478
Abzüglich		
Wertberichtigungen	-50	-163
Vorräte, netto	6.313	10.315

9 Anteile an assoziierten Unternehmen

	2005 T€	2004 T€
Buchwert zum Beginn des Geschäftsjahres	9.358	11.214
Zugänge aus Übergangskonsolidierung	-	1.543
Abgänge aus Übergangskonsolidierung	-	-1.252
Korrekturen		
- Ausschüttungen	-441	-260
- Ergebnisanteile	575	-1.887
	9.492	9.358

Eine alternative Darstellung der Entwicklung der Anteile an assoziierten Unternehmen im Geschäftsjahr 2005 wird in der Anlage zum Konzernanhang gezeigt (Konzernanlagenspiegel).

Die folgende Darstellung gibt einen Überblick über die Anteilsverhältnisse zum Bilanzstichtag sowie die Zusammensetzung der Ergebnisse von at-equity bilanzierten Unternehmen:

	Anteil United Internet	At-equity- Ergebnisse	
		2005 T€	2004 T€
AdLINK Schweiz	50,00 %	543	409
ImmOnline	49,28 %	-	-
gatrixx	48,44 %	-	-
NT plus	40,23 %	-75	-2.432
fun	33,33 %	114	136
		582	-1.887

Bis zum Geschäftsjahr 2004 wurden vor dem 31. März 2004 entstandene Firmenwerte unter Verwendung einer Nutzungsdauer von 6 Jahren planmäßig abgeschrieben. Bei dem auf NT plus entfallenden Firmenwert wurde eine Nutzungsdauer von 10 Jahren angesetzt. Da der im Buchwert eines Anteils an einem assoziierten Unternehmen eingeschlossene Firmenwert nicht getrennt ausgewiesen wird, wird er nicht gemäß den Anforderungen für die Überprüfung der Wertminderung beim Firmenwert nach IAS 36 auf Wertminderung geprüft. Stattdessen wird der gesamte Buchwert des Anteils gemäß IAS 36 auf Wertminderung geprüft, indem sein erzielbarer Betrag mit dem Buchwert immer dann verglichen wird, wenn die Anwendung von IAS 39 darauf hinweist, dass der Anteil wertgemindert sein könnte.

Die planmäßige Abschreibung des Firmenwerts belief sich im Geschäftsjahr 2004 bei NT plus auf 774 T€ und bei AdLINK Schweiz auf 299 T€.

Die Anteile an der Metropolis AG wurden im Geschäftsjahr 2005 an den Mitgesellschafter veräußert.

Der Ergebnisanteil von AdLINK Schweiz beinhaltet zurechenbare, aber nicht ausschüttungsfähige

Gewinne in Höhe von 7 T€, die aus Bewertungsunterschieden zwischen dem lokalen Abschluss und dem Konzernabschluss resultieren.

10 Sachanlagen

	2005 T€	2004 T€
Anschaffungskosten		
- Grundstücke und Bauten	13.647	13.317
- Betriebsausstattung	124.228	101.649
- Geleistete Anzahlungen	5.800	942
Abzüglich Zuschüsse	-12.964	-12.964
	130.711	102.944
Abzüglich		
aufgelaufene Abschreibungen	-79.092	-64.180
Sachanlagen, netto	51.619	38.764

Eine alternative Darstellung der Entwicklung der Sachanlagen in den Geschäftsjahren 2004 und 2005 wird im Anhang zum Konzernabschluss gezeigt (Konzernanlagenspiegel).

Die ausgewiesenen Zuschüsse beziehen sich auf die im Geschäftsjahr 1999 abgeschlossenen Baumaßnahmen im Multimedia Internet Park Zweibrücken (6.771 T€). Darüber hinaus wurden im Geschäftsjahr 2002 Zuschüsse in Höhe von 6.193 T€ vereinnahmt. Davon sind 5.113 T€ im Zusammenhang mit dem Bau eines neuen Rechenzentrums in Karlsruhe durch die Schlund + Partner AG zu sehen. Weitere 1.080 T€ beziehen sich auf Zuschüsse zur Anschaffung von Gütern des Anlagevermögens bei der twenty4help AG.

11 Immaterielle Vermögenswerte und Firmenwerte

	2005 T€	2004 T€
Anschaffungskosten		
- Lizenzen	31.357	13.159
- Auftragsbestand	2.141	0
- Software	28.390	16.026
- Marke	17.207	0
- Kundenstamm	25.999	0
- Portal	72.240	0
- Firmenwert	255.194	25.630
	438.528	54.815
Abzüglich		
aufgelaufene Abschreibungen	-33.510	-22.190
Immaterielle Vermögenswerte, netto	399.018	32.625

Eine alternative Darstellung der Entwicklung der immateriellen Vermögenswerte und der Firmenwerte in den Geschäftsjahren 2004 und 2005 wird in der Anlage zum Konzernanhang gezeigt (Konzernanlagenspiegel).

Entsprechend der Übergangsvorschrift des IFRS 3.79 wurden die planmäßigen Abschreibungen der Firmenwerte eines vor dem 31. März 2004 erworbenen Geschäftsbetriebs zum 31. Dezember 2004 eingestellt. Die verbleibenden Restbuchwerte der Firmenwerte werden nunmehr als neue Anschaffungskosten klassifiziert und seit dem 1. Januar 2005 nicht mehr planmäßig abgeschrieben.

Die Firmenwerte werden für jedes Geschäftssegment der United Internet dargestellt:

	2005 T€		2004 T€	
	brutto	netto	brutto	netto
Produkt-Segment	215.250	215.250	46.747	8.050
Outsourcing-Segment	4.139	4.139	3.767	493
Online-Marketing-Segment	35.805	34.126	41.901	17.087
	255.194	253.515	92.415	25.630

Da es sich bei den vorhandenen Firmenwerten um immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Laufzeit handelt, wird auf Ebene der zahlungsmittel-

generierenden Einheiten mindestens einmal jährlich ein Werthaltigkeitstest durchgeführt. Hierzu wird der erzielbare Betrag der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten auf Basis der Berechnung eines Nutzungswerts unter Verwendung von Cash-Flow-Prognosen ermittelt. Die Ermittlung des Nutzungswerts basiert auf den für die jeweilige zahlungsmittelgenerierenden Einheit vorliegenden Planungen. Den in die Planungen einfließenden Werten liegen zahlreiche Annahmen zugrunde, so dass die Ermittlung des Nutzungswerts ermessensabhängig ist. Der Ermittlung des Nutzungswerts lag eine Discounted-Cash-Flow-Bewertung zugrunde.

In Anlehnung an den unternehmensinternen Budgetierungsprozess hat die Gesellschaft das letzte Quartal ihres Geschäftsjahres für die Durchführung des jährlich geforderten Impairment-Test festgelegt. Aus dem im 4. Quartal 2005 durchgeführten jährlichen Impairment-Test hat sich ein Abschreibungsbedarf in Höhe von 1.679 T€ ergeben.

Hierbei wurde der erzielbare Betrag der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten auf Basis der Berechnung eines Nutzungswerts unter Verwendung von Cash-Flow-Prognosen ermittelt. Die Bestimmung des Nutzungswerts basiert auf den aus den genehmigten Unternehmensplanungen abgeleiteten Umsatzentwicklungen, die auf Basis von externen Marktstudien bis 2010 extrapoliert wurden. Die geplanten Gross Profit Margen basieren auf den Markteinschätzungen der jeweiligen Geschäftsführung. Die Cash Flows nach diesem Fünfjahreszeitraum wurden unter Verwendung einer Wachstumsrate von 1 % extrapoliert. Der für die Cash-Flow-Prognosen verwendete Abzinsungssatz bewegt sich je nach zahlungsmittelgenerierender Einheit in einer Bandbreite von 12 % bis 15 %.

Aufgrund der Nähe des Kaufdatums vom 31. Oktober 2005 im Zusammenhang mit dem Erwerb des Portalgeschäfts der WEB.DE AG bzw. vom 14. Dezember 2005 im Zusammenhang mit der Übernahme der Anteile an CibleClick wurde der Kaufpreis als bester Schätzwert für den Zeitwert veranschlagt.

Die Aufteilung der im Zusammenhang mit diesen Erwerben bilanzierten erworbenen Vermögenswerte und Schulden sowie die Ermittlung der entstehenden Geschäfts- oder Firmenwerte erfolgte vorläufig. Entsprechend wurde keine Prüfung auf Wertminderung der vorläufig bilanzierten Geschäfts- oder Firmenwerte durchgeführt. Anhaltspunkte für Wertminderungen lagen nicht vor.

12 Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten/Kreditlinien

a) Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten:

	2005 T€	2004 T€
Darlehen von Kreditinstituten	83.144	3.366
Abzüglich		
Kurzfristiger Teil der Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	-287	-234
Langfristiger Teil der Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	82.857	3.132
Kurzfristiger Teil der langfristigen Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	287	234
Kurzfristige Darlehen / Kontokorrentkredite	57	46
Kurzfristiger Teil der Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	344	280
Gesamt	83.201	3.412

Im September 1997 nahm die Gesellschaft im Zusammenhang mit der Finanzierung des Multimedia Internet Parks in Zweibrücken zwei langfristige Darlehen in Höhe von 2.045 T€ und 2.250 T€ auf, die bis zum 30. Juli 2007 bzw. 30. Juli 2008 festgeschrieben sind. Die Gesellschaft begann die Tilgung der Darlehen im Oktober 2002. Die Tilgungszahlungen im Geschäftsjahr 2005 betragen 222 T€. Die Darlehen sind mit 6,39 % per annum bzw. 3,45 % per annum fest verzinst. Im Geschäftsjahr 2000 wurde eine Sondertilgung in Höhe von 460 T€ vorgenommen. Die Besicherung der Darlehen erfolgte durch Belastung der Grundstücke und Bauten in Zweibrücken.

Im Oktober 2005 nahm die Gesellschaft im Zusammenhang mit der Übernahme des Portalgeschäfts der WEB.DE AG ein Darlehen in Höhe von 80,0 Mio. € auf. Das Darlehen resultiert aus einem revolvingierenden Konsortialkredit mit einer Gesamtzusage in Höhe von 125,0 Mio. € und einer Laufzeit bis zum 12. Oktober 2008. Der Einstandszinssatz für die Zinsperioden von einem Monat, zwei oder sechs Monaten ist an den EURIBOR zuzüglich einer Marge von 0,55 % per annum gebunden. Der Zinssatz beläuft sich für die erste Zinsperiode von sechs Monaten auf 2,89 %. Eine Besicherung der Konsortialkredits erfolgte nicht.

Die beizulegenden Zeitwerte dieser Verbindlichkeiten entsprechen im Wesentlichen den Buchwerten. Seit dem 1. Oktober 2002 besteht zwischen der United Internet AG, den von ihr unmittelbar zu 100 % gehal-

tenen Tochtergesellschaften und der West LB AG, Düsseldorf, eine Vereinbarung über die Durchführung eines Cash Poolings (Disposervice). Diesem Disposervice gehören seit März 2005 auch die AdLINK Internet Media AG, seit August 2005 die InterNetX GmbH und seit November 2005 die United Internet Beteiligungen GmbH an. Danach werden banktätig die Guthaben- und Debetsalden konzernintern verrechnet und zusammengefasst.

b) Kreditlinien

Die Gesellschaft hat bei fünf Banken die nachfolgenden Kreditlinien für Kontokorrentkredite und sonstige kurzfristige Kredite:

	2005 Mio. €	2004 Mio. €
Verfügbare Kreditlinie	60,0	60,0
Inanspruchnahme (nur Avale)	6,4	6,0
Durchschnittlicher Zinssatz (%)	n.a.	n.a.
Nicht in Anspruch genommene Kreditlinien	53,6	54,0

Die Kreditlinien wurden von den Banken befristet zur Verfügung gestellt. Laufzeiten von 15,0 Mio. € enden im April 2006, Laufzeiten von 35,0 Mio. € enden im Juni 2006 und die Laufzeiten der verbleibenden 10,0 Mio. € enden im August 2006.

Darüber hinaus stehen aus dem noch nicht abgerufenen Teil des revolvingierenden Kredits Mittel in Höhe von 45,0 Mio. € bis zum 12. Oktober 2008 zur Verfügung.

Im Hinblick auf den Gesellschaften der United Internet Gruppe von einer Bank gewährten Kreditrahmen besteht gesamtschuldnerische Mithaftung der Gesellschaft. Zum Bilanzstichtag wurde der Kreditrahmen ausschließlich durch Avale in Anspruch genommen. Aus diesem Grund wurde auf die Angabe eines durchschnittlichen Zinssatzes verzichtet.

13 Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten

	2005 T€	2004 T€
Sonstige Verbindlichkeiten		
- Verbindlichkeiten Finanzamt	23.892	9.024
- Verbindlichkeiten aus Gehalt und Sozialabgaben	13.379	10.764
- Marketing- und Vertriebskosten / Vertriebsprovisionen	8.208	2.882
- Kaufpreistraten für Erwerb von Beteiligungen	7.092	440
- Ausgleichszahlungen	5.008	0
- Rechts- und Beratungskosten, Abschlusskosten	2.002	1.237
- Kostenzuschüsse	691	567
- Sonstige	5.691	2.318
	65.963	27.232

Bei den Verbindlichkeiten gegenüber dem Finanzamt handelt es sich im Wesentlichen um Umsatzsteuerschulden.

Bei den Kaufpreistraten für den Erwerb von Beteiligungen handelt es sich um eine vorläufige Restkaufpreisverpflichtung für den Erwerb von 71,46 % an der CibleClick Performances S.A., Paris / Frankreich.

Bei den Ausgleichszahlungen handelt es sich um Verbindlichkeiten gegenüber der ComBOTS AG (vormals: WEB.DE AG) im Zusammenhang mit der Übernahme des Portalgeschäfts der WEB.DE AG.

14 Steuerrückstellungen

Die Steuerrückstellungen setzen sich wie folgt zusammen:

	2005 T€	2004 T€
Deutschland	10.853	13.121
USA	772	0
Italien	44	17
Niederlande	54	75
Frankreich	430	27
Grossbritannien	349	19
Schweiz	25	22
	12.527	13.281

15 Sonstige Rückstellungen

Die Entwicklung der Rückstellungen im Geschäftsjahr 2005 stellt sich wie folgt dar:

	01.01. 2005 T€	Ver- brauch T€	Auflö- sung T€	Zufüh- rung T€	31.12. 2005 T€
Prozessrisiken	2.136	433	746	109	1.066
Ungewisse Verbindlich- keiten	1.223	897	54	154	427
	3.359	1.330	799	263	1.493

Die Prozessrisiken setzen sich aus diversen Rechtsstreitigkeiten bei 1&1 Internet zusammen. Die Auflösung der Rückstellung für Prozessrisiken bezieht sich hauptsächlich auf United Internet (526 T€), bei der bei einem Vergleich zu Gunsten der Gesellschaft entschieden worden ist. Die Rückstellungen für ungewisse Verbindlichkeiten beziehen sich im Wesentlichen auf AdLINK, die auf Risiken aus der Liquidation der übernommenen DoubleClick Gesellschaften zurückzuführen sind.

16 Passive Rechnungsabgrenzungsposten/ Umsatzabgrenzung

Bei 1&1 Internet leisten die Kunden für bestimmte Verträge Vorauszahlungen über einen Zeitraum von maximal 12 Monaten.

Die Vorauszahlungen an Gebühren werden über den zugrunde liegenden Vertragszeitraum abgegrenzt und periodengerecht als Umsatz vereinnahmt. Insgesamt sind im Geschäftsjahr 2005 bei 1&1 Internet Vorauszahlungen in Höhe von 66.197 T€ erfasst (Vorjahr: 37.639 T€).

twenty4help erhielt für ihre Standorte Görlitz und Gateshead Zuschüsse für die Schaffung von Arbeitsplätzen. Anteilige Zuschüsse im Zusammenhang mit Personalaufwendungen, die im Geschäftsjahr 2005 vereinnahmt wurden, werden abgegrenzt und als passiver Rechnungsabgrenzungsposten ausgewiesen. Insgesamt sind im Geschäftsjahr 2005 bei twenty4help Zuschüsse in Höhe von 3.248 T€ erfasst (Vorjahr: 3.264 T€).

17 Grundkapital

Unter teilweiser Ausnutzung des bedingten Kapitals wurde das Grundkapital der Gesellschaft im Dezember 2005 von 58.043.387 € um 431.814 € durch die Ausgabe von 431.814 Stück neuen, auf den Namen lautenden Stammaktien gegen Bareinlagen und unter teilweiser Ausnutzung des genehmigten Kapitals um 3.800.000 € durch die Ausgabe von 3.800.000 Stück neuen, auf den Namen lautende Stammaktien gegen Sacheinlage auf 62.275.201 € erhöht. Die Bareinlagen stellen die im Geschäftsjahr 2005 vollzogene Umwandlung von im Rahmen des Mitarbeiterbeteiligungsmodells der Gesellschaft ausgegebenen Wandelschuldverschreibungen dar. Die Sacheinlage resultiert aus der Übernahme des Portalgeschäfts der WEB.DE AG. Wir verweisen hierzu auf unsere Ausführungen „Unternehmens-Akquisitionen“.

Das Grundkapital ist in 62.275.201 auf den Namen lautende Stückaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 1 € eingeteilt.

Für das Geschäftsjahr 2005 schlagen der Vorstand und der Aufsichtsrat eine Dividendenzahlung in Höhe von 0,25 € je Aktie vor (Vorjahr: 0,20 €).

Genehmigtes Kapital

Der Vorstand ist ermächtigt, mit der Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital bis zum 18. Mai 2010 einmal oder mehrfach um insgesamt bis zu 25.200.000,00 € durch Ausgabe von neuen Stammaktien ohne Nennwert gegen Bar- und/oder Sacheinlage zu erhöhen.

Bei einer Kapitalerhöhung gegen Bareinlagen ist den Aktionären ein Bezugsrecht einzuräumen. Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats Spitzenbeträge vom Bezugsrecht der Aktionäre auszunehmen und das Bezugsrecht auch insoweit auszuschließen als dies erforderlich ist, um den Inhabern von Optionsscheinen, Wandelschuldverschreibungen oder Optionsanleihen, die von der Gesellschaft oder ihr nachgeordneten Konzernunternehmen ausgegeben wurden, ein Bezugsrecht auf neue Aktien in dem Umfang einräumen zu können, wie es ihnen nach Ausübung ihres Wandlungs- oder Optionsrechts bzw. nach Erfüllung der Wandlungspflicht zustünde. Der Vorstand ist außerdem ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre auszuschließen, wenn der Ausgabebetrag der neuen

Aktien zum Zeitpunkt der endgültigen Festlegung des Ausgabebetrages den Börsenpreis von Aktien der Gesellschaft mit gleicher Ausstattung nicht wesentlich unterschreitet und die gemäß § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegebenen Aktien insgesamt 10 % des Grundkapitals nicht überschreiten. Auf diese Begrenzung sind Aktien anzurechnen, die aufgrund anderer Ermächtigungen in unmittelbarer oder entsprechender Anwendung von § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG unter Bezugsrechtsausschluss veräußert oder ausgegeben wurden.

Darüber hinaus ist der Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht bei Kapitalerhöhungen gegen Sacheinlage auszuschließen, insbesondere im Zusammenhang mit dem Erwerb von Unternehmen oder Beteiligungen oder Wirtschaftsgütern.

Bedingtes Kapital

Es bestehen folgende bedingte Kapitalien:

- Das Grundkapital ist um bis zu 1.887.500 €, eingeteilt in bis zu 1.887.500 auf den Namen lautende Stückaktien, bedingt erhöht. Die bedingte Kapitalerhöhung dient in einem Teilbetrag von 1.087.500 € der Gewährung von Umtauschrechten an die Inhaber von Wandelschuldverschreibungen der Tranche (a) und im Teilbetrag von 800.000 € der Gewährung von Umtauschrechten an die Inhaber von Wandelschuldverschreibungen der Tranche (b), deren Ausgabe jeweils von der Hauptversammlung am 18. Februar 1998 beschlossen wurde.
- Das Grundkapital ist um bis zu 1.123.750 €, eingeteilt in bis zu Stück 1.123.750 nennwertlose Aktien, bedingt erhöht. Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Umtauschrechten an die Inhaber von Wandelschuldverschreibungen, für deren Ausgabe die Hauptversammlung vom 16. Mai 2001 einen Ermächtigungsbeschluss fasste. Die Aktien nehmen von Beginn des Geschäftsjahres, in dem sie durch Ausübung des Umtauschrechts entstehen, am Gewinn teil.
- Das Grundkapital ist um bis zu 1.395.436 €, eingeteilt in bis zu Stück 1.395.436 nennwertlose Aktien, bedingt erhöht. Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Umtauschrechten an die Inhaber von Wandelschuldverschreibungen, für deren Ausgabe die Hauptversammlung vom

16. Mai 2003 einen Ermächtigungsbeschluss fasste. Die Aktien nehmen von Beginn des Geschäftsjahres, in dem sie durch Ausübung des Umtauschrechts entstehen, am Gewinn teil.

- Das Grundkapital ist um bis zu 750.000 €, eingeteilt in bis zu Stück 750.000 nennwertlose Aktien, bedingt erhöht. Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Umtauschrechten an die Inhaber von Wandelschuldverschreibungen, für deren Ausgabe die Hauptversammlung vom 18. Mai 2005 einen Ermächtigungsbeschluss fasste. Die Aktien nehmen von Beginn des Geschäftsjahres, in dem sie durch Ausübung des Umtauschrechts entstehen, am Gewinn teil.
- Das Grundkapital ist um bis zu 23.000.000,00 €, eingeteilt in bis zu 23.000.000 auf den Namen lautende Stückaktien, bedingt erhöht. Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Aktien an die Inhaber oder Gläubiger von Options- oder Wandelschuldverschreibungen, die gemäß der Hauptversammlung vom 18. Mai 2005 bis zum 17. Mai 2010 von der Gesellschaft oder einem nachgeordneten Konzernunternehmen begeben werden, soweit die Ausgabe gegen bar erfolgt ist und die Options- oder Wandlungsrechte nicht aus dem Bestand eigener Aktien oder aus dem genehmigten Kapital bedient werden.
- Die Gesellschaft ist gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG ermächtigt, bis zum 17. November 2006 eigene Aktien im Umfang von bis zu zehn vom Hundert des Grundkapitals zu erwerben. Der Gegenwert für den Erwerb der Aktien darf zehn vom Hundert des Börsenkurses nicht unterschreiten und den Börsenkurs nicht um mehr als zehn vom Hundert überschreiten. Zum Bilanzstichtag wurden keine eigene Aktien gehalten. Die eigenen Anteile sollen insbesondere für bestehende und künftige Mitarbeiterbeteiligungsmodelle oder als Akquisitionswährung verwendet werden.

Mitarbeiterbeteiligungsmodelle

In der United Internet-Gruppe bestehen insgesamt zwei verschiedene Pläne zur Beteiligung von Führungskräften bzw. leitenden Mitarbeitern am Unternehmenserfolg. Während einen dieser Pläne durch die bei der Muttergesellschaft bestehenden bedingten Kapitalien abgedeckt wird, handelt es sich bei dem zweiten Plan um ein Modell der AdLINK Internet

Media AG. Diese hat ebenfalls an ihre Mitarbeiter Wandelschuldverschreibungen ausgegeben, die diese zum Umtausch in Aktien der AdLINK Internet Media AG berechtigen.

■ United Internet AG Wandelschuldverschreibungen

Durch Beschluss der Hauptversammlung vom 16. Mai 2001 können Wandelschuldverschreibungen an Vorstandsmitglieder und sonstige Führungskräfte der Gesellschaft und von Tochtergesellschaften der Gesellschaft sowie an Organmitglieder von Tochtergesellschaften der Gesellschaft mit Ausnahme von Aufsichtsratsmitgliedern von Tochtergesellschaften mit Sitz in Deutschland ausgegeben werden. Dafür wurde ein bedingtes Kapital von 2.500 T€ geschaffen. Auf der Grundlage dieses Beschlusses können bis zu 750 T€ an Vorstandsmitglieder der Gesellschaft ausgegeben werden.

Die Wandelschuldverschreibungen, die mit 4,5 % per annum bzw. 4,0 % per annum verzinst werden, können ganz oder in Teilbeträgen in Aktien der United Internet AG umgetauscht werden. Je 1 € Nennbetrag der Wandelschuldverschreibungen berechtigen zum Umtausch in eine Namensaktie. Die Berechtigten erhalten das Recht, nach bestimmten Zeiträumen die Wandelschuldverschreibungen ganz oder in Teilbeträgen in Aktien der Gesellschaft umzutauschen. Im Falle der Ausübung des Wandlungsrechts ist für den Erwerb einer Stückaktie eine Barzahlung in Höhe des Betrags zu leisten, um den der Wandlungspreis den Nennwert der Wandelschuldverschreibung übersteigt.

Das Wandlungsrecht kann hinsichtlich eines Teilbetrags von bis zu 20 % frühestens nach Ablauf von 12 Monaten seit dem Zeitpunkt der Ausgabe der Wandelschuldverschreibungen, hinsichtlich eines Teilbetrags von insgesamt (d. h. einschließlich früher ausgeübter Wandlungsrechte) bis zu 40 % frühestens 24 Monate nach dem Zeitpunkt der Ausgabe der Wandelschuldverschreibungen, hinsichtlich eines Teilbetrags von insgesamt bis zu 70 % frühestens 36 Monate nach dem Zeitpunkt der Ausgabe der Wandelschuldverschreibungen und hinsichtlich des Gesamtbetrags frühestens nach Ablauf von 48 Monaten nach dem Zeitpunkt der Ausgabe der Wandelschuldverschreibungen ausgeübt werden.

Unter Verwendung eines Optionspreismodells in Übereinstimmung mit IFRS 2 belief sich der Personalaufwand für die nach dem 7. November 2002 ausgegebenen Wandelschuldverschreibungen auf 292 T€ (Vorjahr: 379 T€). Der Aufwand für dieses Mitarbeiterbeteiligungsprogramm ist in den Verwaltungskosten berücksichtigt.

Durch Beschluss der Hauptversammlung vom 16. Mai 2003 können Wandelschuldverschreibungen an Arbeitnehmer der Gesellschaft und von Tochtergesellschaften der Gesellschaft sowie an Geschäftsführungsmitglieder von Tochtergesellschaften der Gesellschaft ausgegeben werden. Dafür wurde ein bedingtes Kapital von 1.500 T€ geschaffen.

Die Wandelschuldverschreibungen, die mit 3,5 % per annum verzinst werden, können ganz oder in Teilbeträgen in Aktien der United Internet AG umgetauscht werden. Je 1 € Nennbetrag der Wandelschuldverschreibungen berechtigen zum Umtausch in 1 Namensaktie.

Die Berechtigten erhalten das Recht, nach bestimmten Zeiträumen die Wandelschuldverschreibungen ganz oder in Teilbeträgen in Aktien der Gesellschaft umzutauschen. Im Falle der Ausübung des Wandlungsrechts ist für den Erwerb einer Stückaktie eine Barzahlung in Höhe des Betrags zu leisten, um den der Wandlungspreis den Nennwert der Wandelschuldverschreibung übersteigt.

Das Wandlungsrecht kann hinsichtlich eines Teilbetrags von bis zu 25 % frühestens nach Ablauf von 24 Monaten seit dem Zeitpunkt der Ausgabe der Wandelschuldverschreibungen, hinsichtlich eines Teilbetrags von insgesamt (d. h. einschließlich früher ausgeübter Wandlungsrechte) bis zu 50 % frühestens 36 Monate nach dem Zeitpunkt der Ausgabe der Wandelschuldverschreibungen, hinsichtlich eines Teilbetrags von insgesamt bis zu 75 % frühestens 48 Monate nach dem Zeitpunkt der Ausgabe der Wandelschuldverschreibungen und hinsichtlich des Gesamtbetrags frühestens nach Ablauf von 60 Monaten nach dem Zeitpunkt der Ausgabe der Wandelschuldverschreibungen ausgeübt werden.

Unter Verwendung eines Optionspreismodells in Übereinstimmung mit IFRS 2 belief sich der Personalaufwand für die ausgegebenen Wandelschuldverschreibungen auf 1.133 T€ (Vorjahr:

1.023 T€). Der Aufwand für dieses Mitarbeiterbeteiligungsprogramm ist in den Verwaltungskosten berücksichtigt.

■ **AdLINK Internet Media AG Wandelschuldverschreibungen**

Durch Beschluss der außerordentlichen Hauptversammlung vom 4. April 2000 können Wandelschuldverschreibungen an Vorstandsmitglieder und sonstige Führungskräfte der Gesellschaft und von Tochtergesellschaften der Gesellschaft sowie an Organmitglieder von Tochtergesellschaften ausgegeben werden.

Je 1 € Nennbetrag einer Teilwandelschuldverschreibung berechtigt zur Umwandlung in eine nennwertlose Stückaktie der AdLINK Internet Media AG, auf die ein rechnerischer Anteil am Grundkapital in Höhe von 1 € entfällt. Im Fall der Umwandlung ist eine Barzahlung in Höhe der Differenz zwischen 1 € und dem Wandlungspreis zu leisten. Der Wandlungspreis bemisst sich nach dem Kassakurs der Aktie der AdLINK Internet Media AG, der beim Handel der Aktien im elektronischen Handelssystem der Deutschen Börse AG zum Zeitpunkt der Ausgabe der Wandelschuldverschreibung festgestellt wurde.

Die Wandelschuldverschreibungen der Gesellschaft können in einem Teilbetrag von 20 % erstmalig frühestens 12 Monate nach ihrer Ausgabe in Aktien der Gesellschaft umgewandelt werden. Bis zu 40 % können frühestens 24 Monate, insgesamt bis zu 70 % können frühestens 36 Monate und der Gesamtbetrag frühestens 48 Monate nach ihrer Ausgabe umgewandelt werden.

Unter Verwendung eines Optionspreismodells in Übereinstimmung mit IFRS 2 belief sich der Personalaufwand für die nach dem 7. November 2002 ausgegebenen Wandelschuldverschreibungen auf 26 T€ (Vorjahr: 87 T€). Der Aufwand für dieses Mitarbeiterbeteiligungsprogramm ist in den Verwaltungskosten berücksichtigt.

Durch Beschluss der Hauptversammlung vom 17. Mai 2004 können Wandelschuldverschreibungen an Arbeitnehmer der Gesellschaft und von Tochtergesellschaften der Gesellschaft sowie an Vorstandsmitglieder der Gesellschaft und an Geschäftsführungsmitglieder von Tochtergesellschaften der Gesellschaft ausgegeben werden.

	United Internet AG		AdLINK Internet Media AG	
	WSV	Durchschnittl. Ausübungspreis (€)	WSV	Durchschnittl. Ausübungspreis (€)
Ausstehend zum 31. Dezember 2003	1.919.910	7,96	238.300	2,64
ausgegeben	80.000	15,26	170.000	1,71
ausgeübt	-360.000	2,88	-45.000	1,84
ausgeübt	-22.500	5,97	-10.580	1,28
ausgeübt	-80.000	8,53	-	-
ausgeübt	-106.500	4,09	-	-
verfallen	-1.860	17,41	-10.850	4,96
verfallen	-21.750	2,88	-10.000	1,28
verfallen	-15.250	5,97	-	-
verfallen	-4.000	4,09	-	-
Ausstehend zum 31. Dezember 2004	1.388.050	10,10	331.870	2,28
ausgegeben	150.000	21,02	400.000	3,24
ausgegeben	-	-	459.000	3,60
ausgeübt	-249.000	2,88	-11.000	1,84
ausgeübt	-32.250	5,97	-35.365	1,28
ausgeübt	-40.000	8,53	-	-
ausgeübt	-104.564	17,41	-	-
ausgeübt	-6.000	4,09	-	-
verfallen	-12.750	2,88	-68.000	4,96
verfallen	-2.500	5,97	-6.000	1,84
verfallen	-7.990	17,41	-11.500	1,28
verfallen	-40.000	15,26	-100.000	3,60
verfallen	-73.500	4,09	-	-
Ausstehend zum 31. Dezember 2005	969.496	13,39	959.005	2,28
Ausübbar zum 31. Dezember 2005	158.793		45.900	

Je 1 € Nennbetrag einer Teilwandelschuldverschreibung berechtigt zum Umtausch in 10 Stückaktien der Gesellschaft, auf die ein Anteil am Grundkapital in Höhe von 1 € entfällt. Im Fall der Umwandlung ist eine Barzahlung in Höhe des Betrags zu leisten, um den der Wandlungspreis ein Zehntel des Nennwerts der Wandelschuldverschreibung übersteigt. Als Wandlungspreis ist 120 % des Börsenpreises festzulegen, berechnet als der Mittelwert der Schlusskurse im Parketthandel für die Aktie der Gesellschaft an der Frankfurter Wertpapierbörse während der letzten fünf Börsentage vor dem Zeitpunkt der Ausgabe der Wandelschuldverschreibungen.

Das Wandlungsrecht darf erst nach Ablauf von 24 Monaten ausgeübt werden, und dann nur in Höhe von 25 % der insgesamt an den jeweilig Berechtigten ausgegebenen Wandlungsrechte.

Nach Ablauf von 36 Monaten können weitere 25 %, nach Ablauf von 48 Monaten weitere bis zu 25 % und nach Ablauf von 60 Monaten die verbleibenden bis zu 25 % ausgegeben werden, so dass 100 % der Wandlungsrechte nach 60 Monaten ausgeübt werden können.

Unter Verwendung eines Optionspreismodells in Übereinstimmung mit IFRS 2 belief sich der Personalaufwand für die ausgegebenen Wandelschuldverschreibungen auf 155 T€ (Vorjahr: 0 T€). Der Aufwand für dieses Mitarbeiterbeteiligungsprogramm ist in den Verwaltungskosten berücksichtigt.

Die Veränderungen in den ausgegebenen bzw. ausstehenden Wandelschuldverschreibungen ergeben sich aus der obenstehenden Tabelle.

Unter Verwendung eines Optionspreismodells („Black-Scholes“ Aktienoptions-Preismodell) in Übereinstimmung mit IFRS 2 wurde der gewogene durchschnittliche Zeitwert der mit den Wandlungsrechten verbundenen Optionen, die in den Geschäftsjahren 2003 bis 2005 ausgegeben wurden, wie folgt ermittelt:

Der gewogene durchschnittliche Zeitwert der am 25. März 2003 ausgegebenen Wandelschuldverschreibungen der United Internet AG belief sich auf 1.141 T€; hieraus resultierte ein durchschnittlicher Marktwert von 3,27 € je Aktie. Es wurden die folgenden Annahmen verwendet:

■ Dividendenrendite:	0,5 %
■ Volatilität der United Internet Aktie:	61 %
■ Erwartete Dauer:	4 Jahre
■ Risikofreier Zins:	3,66 %

Der gewogene durchschnittliche Zeitwert der am 31. August 2003 ausgegebenen Wandelschuldverschreibungen der United Internet AG belief sich auf 3.211 T€; hieraus resultierte ein durchschnittlicher Marktwert von 6,70 € je Aktie. Es wurden die folgenden Annahmen verwendet:

■ Dividendenrendite:	0,5 %
■ Volatilität der United Internet Aktie:	52 %
■ Erwartete Dauer:	5 Jahre
■ Risikofreier Zins:	3,85 %

Der gewogene durchschnittliche Zeitwert der am 2. Januar 2004 ausgegebenen Wandelschuldverschreibungen der AdLINK Internet Media AG belief sich auf 209 T€; hieraus resultierte ein durchschnittlicher Marktwert von 1,23 € je Aktie. Es wurden die folgenden Annahmen verwendet:

■ Dividendenrendite:	0,0 %
■ Volatilität der AdLINK Aktie:	88 %
■ Erwartete Dauer:	4 Jahre
■ Risikofreier Zins:	3,85 %

Der gewogene durchschnittliche Zeitwert der am 15. August 2004 ausgegebenen Wandelschuldverschreibungen der United Internet AG belief sich auf 411 T€, hieraus resultierte ein durchschnittlicher Marktwert von 5,14 € je Aktie. Es wurden die folgenden Annahmen verwendet:

■ Dividendenrendite:	1,0 %
■ Volatilität der United Internet Aktie:	45 %
■ Erwartete Dauer:	5 Jahre
■ Risikofreier Zins:	3,85 %

Der gewogene durchschnittliche Zeitwert der am 20. April 2005 ausgegebenen Wandelschuldverschrei-

bungen der AdLINK Internet Media AG belief sich auf 364 T€, hieraus resultierte ein durchschnittlicher Marktwert von 0,91 € je Aktie. Es wurden die folgenden Annahmen verwendet:

■ Dividendenrendite:	0,0 %
■ Volatilität der AdLINK Aktie:	68 %
■ Erwartete Dauer:	5 Jahre
■ Risikofreier Zins:	3,50 %

Der gewogene durchschnittliche Zeitwert der am 23. Mai 2005 ausgegebenen Wandelschuldverschreibungen der AdLINK Internet Media AG belief sich auf 614 T€, hieraus resultierte ein durchschnittlicher Marktwert von 1,71 € je Aktie. Es wurden die folgenden Annahmen verwendet:

■ Dividendenrendite:	0,0 %
■ Volatilität der AdLINK Aktie:	68 %
■ Erwartete Dauer:	5 Jahre
■ Risikofreier Zins:	3,50 %

Der gewogene durchschnittliche Zeitwert der am 27. Mai 2005 ausgegebenen Wandelschuldverschreibungen der United Internet AG belief sich auf 932 T€, hieraus resultierte ein durchschnittlicher Marktwert von 6,21 € je Aktie. Es wurden die folgenden Annahmen verwendet:

■ Dividendenrendite:	1,0 %
■ Volatilität der United Internet Aktie:	39 %
■ Erwartete Dauer:	5 Jahre
■ Risikofreier Zins:	2,86 %

Im Geschäftsjahr 2004 wurde eine Optionsvereinbarung zwischen Herrn Stéphane Cordier und der United Internet AG abgeschlossen. Diese beinhaltet das Recht des Erwerbes von 400.000 Aktien der AdLINK Internet Media AG aus dem Bestand der United Internet AG, eingeteilt in 4 Optionen á 100.000 Aktien. Der Ausübungspreis beträgt 1,50 €, wobei die ersten 25 % der Aktien nicht vor dem 1. Juli 2004, 50 % nicht vor dem 30. März 2005, 75 % nicht vor dem 30. März 2006 und 100 % nicht vor dem 30. März 2007 erworben werden können. Dabei können die Optionen nur ganz ausgeübt werden, eine Teilausübung ist nicht vorgesehen.

Der gewogene durchschnittliche Zeitwert der am 24. Mai 2004 ausgegebenen Optionen belief sich auf 543 T€, hieraus resultierte ein durchschnittlicher Marktwert von 1,36 € je Aktie. Es wurden die folgenden Annahmen verwendet:

■ Dividendenrendite:	0,0 %
■ Volatilität der AdLINK Aktie:	79 %
■ Erwartete Dauer:	3 Jahre
■ Risikofreier Zins:	3,85 %

Unter Verwendung eines Optionspreismodells in Übereinstimmung mit IFRS 2 belief sich der Personalaufwand für die ausgegebenen Optionen auf 174 T€ (Vorjahr: 279 T€). Der Aufwand für dieses Mitarbeiterbeteiligungsprogramm ist im Wesentlichen in den Verwaltungskosten berücksichtigt.

Bei der Ermittlung der Volatilität wurde auch die historische Volatilität berücksichtigt.

18 Minderheitsanteile

Im Geschäftsjahr 2005 erfolgte der anteilige Erwerb der Anteile an der InterNetX GmbH und der CibleClick Performances S.A. Für die InterNetX GmbH sind entsprechend den Anteilen der Fremdgesellschafter Minderheitsanteile auszuweisen. Die den Minderheitsanteilseignern der CibleClick Performances S.A. zustehenden Anteile werden durch die vorhandenen Verkaufsoptionen gemäß IAS 32.18 (b) als Fremdkapital ausgewiesen.

Im Geschäftsjahr 2004 erfolgte der anteilige Erwerb der Anteile an der Sedo GmbH und der affilinet GmbH sowie eine Erhöhung der Anteile an der AdLINK Internet Media AG. Die Anteile der Fremdgesellschafter beliefen sich bei affilinet auf 1.175 T€ und bei Sedo auf 646 T€. Gegenläufig wirkte sich die Übernahme der Anteile der Fremdgesellschafter an den Minderheiten bei AdLINK in Höhe von 4.536 T€ aus.

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

19 Materialaufwand

Der Materialaufwand im Geschäftsjahr 2005 beläuft sich auf 360.350 T€ (Vorjahr: 171.165 T€). Die Materialaufwendungen sind im Wesentlichen in der nach dem Umsatzkostenverfahren aufgestellten Gewinn- und Verlustrechnung in der Zeile „Umsatzkosten“ berücksichtigt. Sie umfassen größtenteils Aufwendungen für Waren und bezogene Leistungen.

Aufwendungen für Werbung sind in den Vertriebskosten enthalten. Sie werden im Zeitpunkt ihres Auf-

tretens aufwandswirksam verbucht. Im Geschäftsjahr 2005 betragen sie 87.916 T€ (Vorjahr: 43.651 T€).

20 Personalaufwand

Der Personalaufwand des Geschäftsjahres 2005 beträgt 146.102 T€ (Vorjahr: 127.967 T€). Davon sind 79.804 T€ (Vorjahr: 75.807 T€) in den Umsatzkosten, 44.483 T€ (Vorjahr: 36.072 T€) in den Vertriebskosten und 21.816 T€ (Vorjahr: 16.088 T€) in den Verwaltungskosten enthalten. Zum Jahresende beschäftigte die United Internet-Gruppe insgesamt 5.540 Mitarbeiter (Vorjahr: 4.558). Die Anzahl der Mitarbeiter im Inland belief sich auf 3.709 (Vorjahr: 2.838), die Anzahl der Mitarbeiter im Ausland betrug 1.831 (Vorjahr: 1.720). Die durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter im Geschäftsjahr 2005 belief sich im Inland auf 3.091 (Vorjahr: 2.705) und im Ausland auf 1.694 (Vorjahr: 1.607).

21 Abschreibungen

Die Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen (ohne Firmenwerte) belaufen sich im Geschäftsjahr 2005 auf 27.286 T€ (Vorjahr: 24.865 T€). Davon sind 16.694 T€ (Vorjahr: 18.950 T€) in den Umsatzkosten, 1.470 T€ (Vorjahr: 864 T€) in den Vertriebskosten und 9.123 T€ (Vorjahr: 5.051 T€) in den Verwaltungskosten enthalten.

22 Firmenwertabschreibungen

Im Zusammenhang mit der Werthaltigkeitsprüfung von Firmenwerten wurden aufgrund von negativen Geschäftsentwicklungen bei Gesellschaften von AdLINK (Italien, Dänemark und Schweden) Abschreibungen auf den Firmenwert vorgenommen. Diese belaufen sich auf 1.679 T€.

Die Abschreibungen der Firmenwerte bei Mehrheitsbeteiligungen beliefen sich im Geschäftsjahr 2004 auf 13.142 T€, die Abschreibungen der Firmenwerte bei assoziierten Unternehmen betragen im Geschäftsjahr 2004 1.073 T€.

23 Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen

Im Geschäftsjahr 2005 beinhalten die sonstigen betrieblichen Erträge Zuschüsse zu den laufenden Personalaufwendungen mit dem Multimedia Internet Park in Zweibrücken in Höhe von 550 T€ (Vorjahr: 650 T€) und zu laufenden Personalaufwendungen bei twenty4help in Höhe von 1.360 T€ (Vorjahr: 1.098 T€).

Den Forderungsverlusten bei 1&1 Internet in Höhe von 11.681 T€ (Vorjahr: 7.896 T€) stehen Erträge aus Mahn- und Rücklastschriftgebühren in Höhe von 4.756 T€ (Vorjahr: 4.595 T€) entgegen. Die Währungsgewinne (netto) im Geschäftsjahr 2005 beliefen sich auf 297 T€ bei Währungsverlusten (netto) im Vorjahr von 1.087 T€. Die periodenfremden Aufwendungen belaufen sich auf 118 T€ (Vorjahr: 504 T€) bei periodenfremden Erträgen in Höhe von 1.294 T€ (Vorjahr: 516 T€).

Im Zusammenhang mit der Übernahme des Portalgeschäfts der WEB.DE AG stehen für den Monat Oktober 2005 den Erträgen aus Gutschriften (6.037 T€) seitens der ComBOTS AG Aufwendungen aus Kostenbelastungen (2.686 T€) gegenüber der ComBOTS AG entgegen.

24 Steueraufwendungen

Die Steueraufwendungen setzen sich wie folgt zusammen:

	2005 T€	2004 T€
Laufende Ertragsteuern		
- Deutschland	-40.067	-35.499
- Ausland	-1.618	-807
Gesamt (laufende Periode)	-41.685	-36.306
Latente Steuern		
- aufgrund steuerlicher Verlustvorträge	494	-1.441
- steuerliche Wirkung auf temporäre Unterschiede	-494	939
Gesamte latente Steuern	0	-502
Gesamter Steueraufwand	-41.685	-36.808

Nach dem deutschen Steuerrecht setzen sich die Ertragsteuern aus Körperschaftsteuer- und Gewerbesteuer sowie Solidaritätszuschlag zusammen.

Die Gewerbeertragsteuer in Deutschland wird auf das zu versteuernde Einkommen der Gesellschaft erhoben, korrigiert durch Kürzungen bestimmter Erträge, die nicht gewerbeertragsteuerepflichtig sind und durch Hinzurechnung bestimmter Aufwendungen, die für Gewerbeertragsteuerzwecke nicht abzugsfähig sind. Der effektive Gewerbesteuersatz hängt davon ab, in welcher Gemeinde die Gesellschaft tätig ist. Der durchschnittliche Gewerbesteuersatz während des Berichtszeitraums betrug 16,5 % (Vorjahr: 16,8 %).

In Deutschland beträgt der Körperschaftsteuersatz unabhängig davon, ob das Ergebnis thesauriert oder ausgeschüttet wird, für das Veranlagungsjahr 2004 und für das Veranlagungsjahr 2005 25 %. Zusätzlich wird ein Solidaritätszuschlag in Höhe von 5,5 % auf die festgesetzte Körperschaftsteuer erhoben.

Entsprechend IAS 12 werden aktive latente Steuern auf die zukünftigen Vorteile, die mit steuerlichen Verlustvorträgen verbunden sind, gebildet. Die Frist für den Nettoverlustvortrag in den einzelnen Ländern ist wie folgt:

- Belgien: zeitlich unbeschränkt
- Dänemark: bis zum Jahr 2002 5 Jahre;
ab 2003 zeitlich unbeschränkt
- Spanien: 15 Jahre
- Großbritannien: zeitlich unbeschränkt
- Frankreich: zeitlich unbeschränkt
- Niederlande: zeitlich unbeschränkt
- Schweden: zeitlich unbeschränkt
- Italien: 5 Jahre
- USA: 20 Jahre
- Deutschland: zeitlich unbeschränkt,
jedoch Mindestbesteuerung

Die Verlustvorträge in Deutschland können auf unbefristete Zeit geltend gemacht werden; dabei handelt es sich zum 31. Dezember 2005 wie im Vorjahr um Verlustvorträge der AdLINK Internet Media AG und der AdLINK Internet Media GmbH Deutschland.

Die latenten Steuern wurden auf Basis eines Mischsteuersatzes (Körperschaftsteuer, Solidaritätszuschlag und Gewerbeertragsteuer) ermittelt. Dieser beläuft sich für 2004 auf 38,7 % und für 2005 auf 38,5 %.

Die latenten Steuern setzen sich wie folgt zusammen:

	2005 T€	2004 T€
Aktive latente Steuern aufgrund		
- steuerlicher Verlustvorträge	3.356	2.840
- unterschiedlicher Wertansätze und Konsolidierungsanpas- sungen	3.080	3.339
Gesamte aktive latente Steuern	6.436	6.179
Passive latente Steuern aufgrund		
- unterschiedlicher Wertansätze und Konsolidierungsanpas- sungen	-11.726	-334
Gesamte passive latente Steuern	-11.726	-334
Latente Steuerschulden / -ansprüche	-5.290	5.845

Im Geschäftsjahr 2005 wurden aufgrund der nachhaltigen Verbesserung der wirtschaftlichen Lage im AdLINK Teilkonzern latente Steuern auf vorhandene Verlustvorträge aktiviert (AdLINK Internet Media AG 2.529 T€, Vorjahr: 0 T€; AdLINK Internet Media GmbH 0 T€, Vorjahr: 1.104 T€; englische Tochtergesellschaften von AdLINK 262 T€, Vorjahr: 290 T€; AdLINK Internet Media S.L.U., Madrid / Spanien 385 T€, Vorjahr: 0 T€; AdLINK Internet Media N.V., Zellik / Belgien 180 T€, Vorjahr: 0 T€). Die im Vorjahr bei der englischen Tochtergesellschaft von 1&1 Internet gebildeten latenten Steuern auf vorhandene Verlustvorträge wurden im Geschäftsjahr 2005 aufgrund der positiven Ergebnislage dieser Tochtergesellschaft genutzt. Der Konzern hat für alle Gesellschaften latente Steuern aktiviert, die im Geschäftsjahr 2005 bereits ein positives zu versteuernde Einkommen erwirtschaftet haben und für die auch ein positives EBT in der Planungsrechnung prognostiziert wird. Aus Vorsichtsgründen wurden nur die steuerlichen Verlustvorträge aktiviert, die voraussichtlich innerhalb von drei Jahren genutzt werden können.

Latente Steuern auf Verlustvorträge in Höhe von insgesamt 18.089 T€ (Vorjahr: 19.095 T€) wurden nicht aktiviert, da die Nutzung der Verlustvorträge zum Bilanzstichtag nicht hinreichend wahrscheinlich war.

Die aktiven latenten Steuern aufgrund unterschiedlicher Wertansätze und Konsolidierungsanpassungen resultieren mit 857 T€ (Vorjahr: 1.542 T€) aus konsolidierungstechnischen Anpassungen, mit 1.139 T€ (Vorjahr: 744 T€) aus unterschiedlichen Wertansätzen von

Rückstellungen sowie mit 1.084 T€ (Vorjahr: 1.053 T€) aus unterschiedlichen Wertansätzen von passiven Rechnungsabgrenzungsposten.

Die passiven latenten Steuern betrafen im Geschäftsjahr 2004 konsolidierungstechnische Anpassungen. Im Geschäftsjahr 2005 wurden passive latente Steuern in Höhe von 10.117 T€ auf die im Rahmen des Share Deal (Erwerb des Clubgeschäfts als Geschäftsbereich im Rahmen des mit der WEB.DE Transaktion erworbenen Portalgeschäfts) identifizierten und aktivierten immateriellen Vermögenswerte (26.254 T€) gebildet, die steuerlich nicht aktiviert wurden. Der Betrag von 10.117 T€ wurde erfolgsneutral durch eine entsprechende Erhöhung des Firmenwerts aus dem Share Deal erfasst. Nach erfolgswirksamer Auflösung von 371 T€ entsprechend der im Geschäftsjahr 2005 erfolgten Abschreibungen auf die Vermögenswerte beträgt der Stichtagswert aus diesem wesentlichen Sachverhalt 9.747 T€. Weiterhin wurden im Teilkonzern AdLINK passive latente Steuern im Rahmen der Unternehmensakquisition in Höhe von 1.029 T€ gebildet. Die übrigen passiven latenten Steuern in Höhe von 953 T€ betreffen konsolidierungstechnische Anpassungen.

Die Überleitung vom Gesamtsteuersatz auf den effektiven Steuersatz der Gesellschaft stellt sich wie folgt dar:

	2005 %	2004 %
Erwarteter Steueraufwand aus Ergebnis vor Steuern	-38,5	-38,7
- Steuerlich nicht abzugsfähige Firmenwertabschreibungen	-0,6	-7,2
- Unterschiede in ausländischen Steuersätzen	0,2	0,5
- Mitarbeiterbeteiligungsmodell	-0,7	-1,0
- Steuerliche Verluste des Geschäftsjahres, die nicht aktiviert wurden	-3,1	-6,0
- Erstmalige Aktivierung von in Vorjahren nicht angesetzten steuerlichen Verlusten	1,9	2,0
- Verbrauch nicht aktivierter steuerlicher Verlustvorträge	0,4	0,3
- Nichtsteuerbare At-Equity Ergebnisse	0,2	-1,0
- Saldo von steuerfreien Erträgen und nicht abzugsfähigen Auf- wendungen	-1,1	-1,2
Steueraufwand laut GuV	-41,3	-52,3

25 Sonstige finanzielle Verpflichtungen und Haftungsverhältnisse

a) Pachten und Mieten

Die Aufwendungen aus Mietverpflichtungen für Gebäude und Geschäftsräume sowie Mobilien (Kraftfahrzeuge, Telefonanlagen, Kopiergeräte etc.) betragen im Geschäftsjahr 2005 11.179 T€. Die zukünftigen Mietverpflichtungen betragen zum 31. Dezember 2005 wie folgt:

	2005 T€
Verbindlichkeiten aus langfristigen Mietverpflichtungen	47.090
Davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr	11.657
Davon mit einer Restlaufzeit zwischen einem und fünf Jahren	27.943
Davon mit einer Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren	7.490

Die wesentlichen Mietverträge für den Standort Montabaur haben eine Laufzeit bis Mitte 2009 bzw. Anfang 2015. Auf diese Mietverträge entfallen im Geschäftsjahr 2005 Mietaufwendungen in Höhe von 1.575 T€. Die Mietverträge für den Standort in Karlsruhe haben eine Laufzeit bis Anfang 2013. Im Geschäftsjahr 2005 belaufen sich diese Mietverpflichtungen auf 1.664 T€. Die Mietverträge bei twenty4help für diverse Standorte haben zum Teil eine Laufzeit bis Ende 2017. Auf diese Mietverträge entfallen im Geschäftsjahr 2005 Mietverpflichtungen in Höhe von 5.301 T€.

b) Haftungsverhältnisse und sonstige Verpflichtungen

Im Hinblick auf den Gesellschaften der United Internet Gruppe von einer Bank gewährten Kreditrahmen besteht gesamtschuldnerische Mithaftung der Gesellschaft. Zum Bilanzstichtag wurde der Kreditrahmen nicht in Anspruch genommen.

Zwischen der Gesellschaft und Herrn Stéphane Cordier, Vorstandsmitglied der AdLINK Media AG, wurde am 24. Mai 2004 ein Optionsvertrag geschlossen. Demnach erhält Herr Cordier das Recht, bis zum Jahr 2007 in vier Tranchen zu je 100.000 Stück AdLINK-Aktien von der Gesellschaft zu einem Preis von 1,50 € zu erwerben. Der Fair Value pro Option zum Ausgabezeitpunkt belief sich auf 1,36 €.

Der twenty4help AG wurden von der Sächsischen AufbauBank GmbH in Dresden Fördermittel für den Aufbau des Standorts Görlitz über insgesamt 8.293 T€ bewilligt. Für 650 neu erschaffene Arbeitsplätze hat die Gesellschaft per 31. Dezember 2005 hieraus Zuschüsse von 7.650 T€ erhalten und einen Gesamtbetrag in Höhe von 4.059 T€ in den Jahren 2000 bis 2005 erfolgswirksam vereinnahmt. Diese Zuschüsse könnten in der Zukunft teilweise rückzahlbar werden, wenn die notwendige Zahl an Arbeitsplätzen nicht bis zum 27. März 2009 aufrechterhalten wird. Der Vorstand der twenty4help AG geht davon aus, dass sämtliche Auflagen der Sächsischen AufbauBank erfüllt werden und eine Rückzahlung der erhaltenen Fördermittel unwahrscheinlich ist sowie die sich hieraus ergebenden Risiken gering sind.

Zusätzlich erhält twenty4help Fördermittel am Standort Gateshead / Großbritannien. Die Gesellschaft hat sich in diesem Zusammenhang gegenüber der öffentlichen Development Agency for the North East of England zur Schaffung von bis zu 300 neuen, zusätzlichen Dauerarbeitsplätzen verpflichtet. Bedingt durch die vom Kunden initiierte Verlagerung eines Teils der Dienstleistungen in ein Niedriglohnland sank die Mitarbeiterzahl am Standort Gateshead zeitweise unter die Marke von 300. Zum Jahresende stieg die Mitarbeiterzahl wieder auf 308. Obwohl die Marke von 300 Mitarbeitern temporär unterschritten wurde, ist eine Rückzahlung der erhaltenen Fördermittel sehr unwahrscheinlich. Gespräche, die diesbezüglich mit der Development Agency for the North East of England geführt wurden, bestätigten dieses.

Die sonstigen finanziellen Verpflichtungen belaufen sich für die Geschäftsjahre 2006 und 2007 in Summe auf 11.000 T€.

Darüber hinaus sind dem Vorstand keine Tatsachen bekannt, die eine materiell nachteilige Auswirkung auf die Geschäftstätigkeit, auf die finanziellen Umstände oder auf das Geschäftsergebnis der Gesellschaft haben könnten.

26 Segmentberichterstattung

Die Segmentberichterstattung beinhaltet das nach IAS 14 geforderte primäre und sekundäre Berichtsformat. Als primäres Berichtsformat hat die Gesellschaft die interne und an Produkten / Kunden ausgerichtete Organisationsstruktur gewählt. Es handelt sich mit-

hin um das Produkt-Segment, Outsourcing-Segment, Online-Marketing-Segment und Zentrale / Beteiligungen. Wir verweisen hierzu auf die Ausführungen unter Anmerkung 4 e).

Als sekundäres Berichtsformat wird zwischen Inland und Ausland unterschieden.

Transaktionen zwischen den Segmenten werden zu Marktpreisen berechnet.

Die Segmentberichterstattung der United Internet AG stellt sich für das Geschäftsjahr 2005 wie in der auf Seite 47 abgebildeten Tabelle dar.

In Summe entfallen 82,0 % (Vorjahr: 76,8 %) des Umsatzes auf das Inland und 18,0 % (Vorjahr: 23,2 %) des Umsatzes auf das Ausland.

Die Segmentberichterstattung der United Internet AG stellt sich für das Geschäftsjahr 2004 wie in der auf Seite 47 abgebildeten Tabelle dar.

27 Kapitalflussrechnung

In den Nettoeinnahmen der betrieblichen Tätigkeit sind im Geschäftsjahr 2005 Zinszahlungen in Höhe von 903 T€ (Vorjahr: 546 T€) und Zinseinnahmen in Höhe von 1.731 T€ (Vorjahr: 1.842 T€) enthalten. Die Auszahlungen des Geschäftsjahres 2005 für Steuern vom Einkommen und Ertrag beliefen sich auf 45.960 T€ (Vorjahr: 51.783 T€). Die Einzahlungen aus ausgeschütteten Gewinnen assoziierter Unternehmen beliefen sich auf 441 T€ (Vorjahr: 260 T€).

Für den Erwerb von Anteilen an der CibleClick S.A. und zusätzlicher Anteile an der InterNetX GmbH und der affilinet GmbH wurden im Geschäftsjahr 2005 insgesamt 15.934 T€ in bar aufgewendet. Die im Rahmen der Erstkonsolidierung der CibleClick S.A. und der InterNetX GmbH übernommenen liquiden Mittel betragen insgesamt 574 T€.

Im Rahmen der Übernahme des Portalgeschäfts der WEB.DE AG wurden insgesamt 187.436 T€ in bar aufgewendet. Die übernommenen Zahlungsmittel betragen 244 T€.

28 Risikomanagement

Das Ausfallrisiko der Gesellschaft beschränkt sich auf das übliche Geschäftsrisiko. Die United Internet Gruppe versucht, mit entsprechenden Kontrollverfahren und Verfahrensanweisungen sicher zu stellen, dass Dienstleistungen nur an Kunden erbracht werden, die sich in der Vergangenheit als kreditwürdig erwiesen haben bzw. das Risiko für Neukunden sich in einem angemessenen Rahmen bewegt. Darüber hinaus ist das Debitorenmanagement so angelegt, dass etwaige Risiken frühzeitig erkannt werden und entsprechende Gegenmaßnahmen ergriffen werden können.

Die United Internet AG hat zur Absicherung von Zinsrisiken mit zwei Banken Zinsbegrenzungsvereinbarungen getroffen. Für eine im Voraus vereinbarte Laufzeit bis zum 11. September 2006 wurde eine Zinsobergrenze (Cap) und eine Zinsuntergrenze (Floor) vereinbart. Die United Internet AG partizipiert an fallenden Zinsen dann nur noch bis zu der vereinbarten Zinsuntergrenze, bleibt aber gegen das Risiko steigender Zinsen durch den erworbenen Cap geschützt. Da die für den Verkauf eines Floors durch die United Internet AG zu vereinnahmenden Prämien gleich der für den Kauf eines Caps aufzuwendenden Prämien sind, entfiel die Zahlung von (Netto-) Prämien. Die Zeitwerte zum Bilanzstichtag sind unwesentlich. Die Nominalbeträge der beiden Zinsbegrenzungsvereinbarungen belaufen sich auf je 5.000 T€. Dabei wurde eine Zinsobergrenze von 5,50 % per annum und eine Zinsuntergrenze von 2,63 % per annum vereinbart. Darüber hinaus bestehen keine Zinssicherungen für die in Anspruch genommenen Kredite.

Die United Internet Gruppe verfügt aus heutiger Sicht über ausreichende Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente bzw. Kreditzusagen, um ihren Zahlungsverpflichtungen nachkommen zu können. Unter Annahme keiner drastischen Planabweichungen besteht aus derzeitiger Sicht kein Liquiditätsrisiko.

Die Gesellschaft fakturiert im Wesentlichen in Euro. Aufgrund der Wesentlichkeit wurden keine Fremdwährungssicherungsmaßnahmen getroffen. Die Wechselkursrisiken aus dem operativen Geschäft sind als nicht materiell einzustufen. Die Gesellschaft verfolgt jedoch die Entwicklung der Wechselkurse.

29 Änderungen in der berichtenden Unternehmenseinheit

Im Laufe des Geschäftsjahres 2005 wurden die folgenden Unternehmen durch die Gesellschaft bzw. die Tochtergesellschaften gegründet bzw. erworben:

- 1&1 WEB.DE Schlund + Partner Support GmbH, Montabaur
- 1&1 Internet Services (Philippines) Inc., Cebu City / Philippinen
- A1 Media LLC, Chesterbrook / USA
- affilinet Ltd., London / Großbritannien
- CibleClick Ltd., London / Großbritannien
- CibleClick Performances S.A., Paris / Frankreich
- CibleClick SAS, Paris / Frankreich
- DomCollect Worldwide Intellectual Property AG, Zug / Schweiz
- InterNetX GmbH, Regensburg
- PSI USA Inc., Las Vegas / USA
- United Internet Beteiligungen GmbH, Montabaur
- WEB.DE GmbH, Montabaur

Darüber hinaus wurde im Geschäftsjahr 2005 die Beteiligung an der Metropolis AG, Reutlingen, verkauft.

Im Laufe des Geschäftsjahres 2005 wurde die nicht operativ tätige Composite Digital Media Ltd., London / Großbritannien liquidiert.

Ferner wurde für die nicht operativen Firmen AdLINK International Internet Sales Ltd., Dublin / Irland, AdLINK Benelux Ltd., Dublin / Irland, AdLINK Italy Ltd., Dublin / Irland, AdLINK International Purchasing Ltd., Dublin / Irland sowie für CibleClick Ltd., London / Großbritannien die Liquidation eingeleitet.

30 Befreiung gemäß § 264 Abs. 3 HGB

Die folgenden Gesellschaften der United Internet nehmen die Befreiung gemäß § 264 Abs. 3 HGB in Anspruch und verzichten somit auf die Offenlegung ihrer Jahresabschlüsse:

- 1&1 Internet AG, Montabaur
- 1&1 Internet Service GmbH, Zweibrücken
- A1 Marketing, Kommunikation und neue Medien GmbH, Montabaur
- Alturo GmbH, Zweibrücken
- GMX Internet Services GmbH, München
- Schlund + Partner AG, Karlsruhe
- twenty4help Knowledge Service AG, Montabaur

- twenty4help Knowledge Service GmbH, Dortmund
- twenty4help Knowledge Service GmbH, Görlitz
- twenty4help Knowledge Service GmbH, Zweibrücken
- WEB.DE GmbH, Montabaur

31 Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Am 20. Januar 2006 wurde in Liberec (Tschechische Republik) die twenty4help Knowledge s.r.o gegründet. Dieser Standort wird voraussichtlich Mitte 2006 seine operative Tätigkeit aufnehmen und soll es ermöglichen, kostengünstige Dienstleistungen für europäische Kunden zu erbringen und die osteuropäischen Märkte zu bedienen.

Am 20. Januar 2006 wurde die United Internet Media AG, Montabaur, gegründet. Die Gesellschaft wird die konzerneigenen Portale 1&1, GMX und WEB.DE vermarkten.

Mit Vertrag vom 2. März 2006 wurde der bestehende Gewinnabführungsvertrag zwischen der United Internet AG und der 1&1 Internet AG neu abgeschlossen. Die Zustimmung der Hauptversammlung der 1&1 Internet AG erfolgte am 3. März 2006. Ebenfalls am 2. März 2006 wurde ein Gewinnabführungsvertrag zwischen der United Internet AG und der United Internet Beteiligungen GmbH abgeschlossen. Beide Verträge bedürfen die Zustimmung der Hauptversammlung der United Internet AG, die für den 13. Juni 2006 vorgesehen ist.

Am 2. März 2006 wurden zwischen der 1&1 Internet AG und folgenden Gesellschaften Gewinnabführungsverträge geschlossen:

- GMX GmbH, München
- A1 Marketing, Kommunikation und neue Medien GmbH, Montabaur
- United Internet Media AG, Montabaur
- 1&1 WEB.DE Schlund + Partner Support GmbH

Die Gesellschafterversammlungen haben den Verträgen am gleichen Tag zugestimmt.

Mit Vertrag vom 2. März 2006 wurde zwischen der AdLINK Internet Media AG und der affilinet GmbH ein Gewinnabführungsverträge abgeschlossen. Dieser Vertrag bedarf der Zustimmung der Hauptversammlung der AdLINK Internet Media, die für den 12. Juni 2006 vorgesehen ist.

Ebenfalls am 2. März 2006 wurde ein Gewinnabführungsvertrag zwischen der InterNetX GmbH und der Schlund Technologies GmbH abgeschlossen. Die Gesellschafterversammlungen haben am gleichen Tag dem Vertrag zugestimmt.

32 Honorare des Abschlussprüfers

Im Geschäftsjahr 2005 wurden im Konzernabschluss Honorare des Abschlussprüfers in Höhe von insgesamt 1.325 T€ als Aufwand erfasst. Diese beziehen sich auf die Abschlussprüfungen (812 T€), Steuerberatungsleistungen (417 T€) sowie sonstige Leistungen (96 T€).

Darüber hinaus sind im Geschäftsjahr Honorare des Abschlussprüfers für Steuerberatungsleistungen in Höhe von 120 T€ und für sonstige Leistungen in Höhe von 156 T€ im Konzernabschluss erfolgsneutral erfasst worden, die im Rahmen von Unternehmensakquisitionen als Transaktionskosten aktiviert wurden.

33 Corporate Governance Kodex

Die Erklärung nach § 161 AktG zur Beachtung des Deutschen Corporate Governance Kodex wurde durch den Vorstand und den Aufsichtsrat abgegeben und ist den Aktionären im Internetportal der United Internet AG (www.united-internet.de) bzw. der AdLINK Internet Media AG (www.adlink.net) zugänglich.

Montabaur, den 6. März 2006

Der Vorstand

Ralph
Dommermuth

Norbert
Lang

Wir haben den von der United Internet AG, Montabaur, aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang – sowie den Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2005 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den Konzernlagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315 a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Eschborn/Frankfurt am Main, den 6. März 2006

Ernst & Young AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Bösser
Wirtschaftsprüfer

Martin
Wirtschaftsprüferin

Einzelabschluss nach HGB

88

89 Gewinn- und Verlustrechnung

90 Bilanz

Der vollständige Einzelabschluss kann beim Unternehmen angefordert werden.

Gewinn- und Verlustrechnung nach HGB

vom 1. Januar bis 31. Dezember 2005 in T€

	2005 Januar-Dezember	2004 Januar-Dezember
Umsatzerlöse	12.893	2.489
Sonstige betriebliche Erträge	59.413	5.939
Materialaufwand		
Aufwendungen für bezogene Leistungen	-12.330	-1.972
Personalaufwand		
a. Löhne und Gehälter	-1.598	-1.337
b. Soziale Abgaben	-133	-122
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-55	-87
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-2.784	-3.446
Erträge aus Gewinnabführungsverträgen	85.995	85.290
Erträge aus Beteiligungen	160	260
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	2.061	1.519
Aufwendungen aus Verlustübernahmen	-176	0
Abschreibungen auf Finanzanlagen	0	-5.810
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-1.793	-432
Ergebnis vor Steuern	141.653	82.291
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-35.121	-32.457
Sonstige Steuern	-25	-2
Überschuss	106.507	49.832
Entnahme / Einstellung Rücklage für eigene Anteile	36.529	-36.529
Gewinnvortrag	44.297	42.203
Bilanzgewinn	187.333	55.506

Bilanz nach HGB

zum 31. Dezember 2005 in T€

AKTIVA	31.12.2005	31.12.2004
ANLAGEVERMÖGEN		
Immaterielle Vermögensgegenstände		
Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	1	11
	1	11
Sachanlagen		
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	206	148
	206	148
Finanzanlagen		
Anteile an verbundenen Unternehmen	288.070	108.975
Ausleihungen an verbundene Unternehmen	14.710	0
Beteiligungen	8.432	8.918
	311.212	117.893
	311.419	118.052
UMLAUFVERMÖGEN		
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1	1
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	179.756	16.624
Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	3	3
Sonstige Vermögensgegenstände	505	68
	180.265	16.696
Wertpapiere		
Eigene Anteile	0	36.529
	0	36.529
Schecks, Kassenbestand, Bundesbank- und Postgiroguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten	10.400	41.150
	190.665	94.375
RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	0	25
	502.084	212.452

PASSIVA	31.12.2005	31.12.2004
EIGENKAPITAL		
Gezeichnetes Kapital	62.275	58.043
Kapitalrücklage	141.201	41.257
Gewinnrücklagen		
– Rücklage für eigene Anteile	0	36.529
– Andere Gewinnrücklagen	898	898
Bilanzgewinn	187.333	55.506
	391.707	192.233
RÜCKSTELLUNGEN		
Steuerrückstellungen	1.123	8.899
Sonstige Rückstellungen	5.192	2.181
	6.315	11.080
VERBINDLICHKEITEN		
Anleihen	970	1.329
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	80.000	0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	261	368
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	4.980	1.439
Sonstige Verbindlichkeiten	17.851	6.003
	502.084	212.452

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

Quartalsweise Entwicklung in Mio €*

	2005	2005	2005	2005	2004
	1. Quartal	2. Quartal	3. Quartal	4. Quartal	4. Quartal
Umsatzerlöse	157,9	177,5	207,9	258,2	143,8
Umsatzkosten	-88,6	-104,8	-118,4	-157,2	-80,8
Bruttoergebnis vom Umsatz	69,3	72,7	89,5	101,0	63,0
Vertriebskosten	-33,2	-41,6	-49,9	-51,7	-30,6
Allgemein- und Verwaltungskosten	-11,7	-12,5	-13,0	-20,0	-12,5
Sonstige betriebliche Erträge / Aufwendungen	0,7	0,9	0,3	0,8	0,1
Firmenwertabschreibung	0,0	0,0	0,0	-1,7	-3,2
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	25,1	19,5	26,9	28,4	16,8
Finanzergebnis	0,3	0,4	0,5	-0,7	0,2
Ergebnis aus at-equity bilanzierten Unternehmen	0,1	0,3	0,1	0,1	-1,1
Ergebnis vor Steuern	25,5	20,2	27,5	27,8	15,9
Steueraufwendungen	-10,6	-7,9	-11,4	-11,8	-10,4
Periodenergebnis	14,9	12,3	16,1	16,0	5,5
Ergebnisse, die den Minderheitsanteilen zuzurechnen sind	-0,6	-0,6	-0,4	-0,6	-0,1
Gewinne, die den Anteilseignern der United Internet AG zuzurechnen sind	14,3	11,7	15,7	15,4	5,4

*Diese Aufstellung ist nicht Bestandteil des Jahresabschlusses und insofern nicht testiert.

Glossar

Kaufmännische Fachbegriffe und Abkürzungen

Cash-Flow

Zahlungswirksamer Saldo aus Mittelzufluss und -abfluss

Churn-Rate

Kennzahl für den prozentualen Anteil der Kunden, die innerhalb einer Periode ihren Vertrag kündigen.

Corporate Governance

Bezeichnung für die verantwortliche, auf langfristige Wertschöpfung ausgerichtete Unternehmensleitung und -kontrolle.

EBITDA

= englisch: Earnings before interest, taxes, depreciation and amortization. Ergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen.

EBT

= englisch: Earnings before taxes. Ergebnis vor Steuern.

Eigenkapitalquote

Kennzahl, die aus dem Quotienten Bilanzielles Eigenkapital und Bilanzsumme berechnet wird.

Free Float

Teil des Aktienkapitals, der sich im Streubesitz befindet.

Goodwill

(Firmenwert). Positiver Unterschied zwischen dem Marktwert und dem Reinvermögen eines erworbenen Unternehmens.

IFRS

= International Financial Reporting Standards. Internationale Norm der Bilanzierung.

Konsolidierung

Konzernabschluss, der so aufgestellt ist, als ob alle Konzernunternehmen unselbstständige Teilbetriebe einer unternehmerischen Einheit wären. Alle sich zahlenmäßig niederschlagenden Beziehun-

gen zwischen den Konzernunternehmen sind daher eliminiert.

Marktkapitalisierung

Marktpreis eines börsennotierten Unternehmens. Er errechnet sich aus dem Kurswert der Aktie multipliziert mit der Aktiensumme.

Risikomanagement

Systematische Vorgehensweise, um potenzielle Risiken zu identifizieren, zu bewerten und Maßnahmen zur Risikohandhabung auszuwählen und umzusetzen.

TecDAX

Börsenindex, der an der Frankfurter Aktienbörse ermittelt wird. Der TecDAX wird aus den Kursen der 30 wichtigsten deutschen Technologie-Aktien ermittelt.

Verwässert

Das Ergebnis je Aktie wird als „verwässert“ bezeichnet, wenn bei seiner Ermittlung nicht nur alle ausgegebenen Aktien, sondern auch die aufgrund von Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen theoretisch wandelbaren Aktien berücksichtigt wurden.

XETRA

Elektronisches Handelssystem der Deutsche Börse AG. Über 90 % des gesamten Aktienhandels an deutschen Börsen werden über das XETRA-Handelssystem abgewickelt.

Technische Fachbegriffe und Abkürzungen

Account

Individuelle Zugangsberechtigung eines Nutzers zum Internet. Bezeichnet auch den Zugang zu einem persönlichen Postfach, z. B. bei GMX oder WEB.DE.

Browser

Computerprogramm zur Darstellung von Websites. Ein Browser dient zur Navigation im Internet.

Bundesnetzagentur

(= Bundesnetzagentur für Elektrizität, Gas, Telekommunikation, Post und Eisenbahnen) Obere deutsche Bundesbehörde (früher Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post, Reg TP). Ihre Aufgaben bestehen in der Aufrechterhaltung und der Förderung des Wettbewerbs in so genannten Netzmärkten, insbesondere in der Telekommunikation.

Content

Inhaltlicher Aspekt einer Online-Präsenz, zum Beispiel Text, Grafik oder Multimedia.

Customer Care

Sammelbegriff für alle Leistungen, mit denen sich ein Unternehmen um seine Kunden kümmert.

Domain

Bestimmter Bereich im hierarchischen Namensraum des Internets, der von einem Domain-Name-Server betreut wird. Man unterscheidet zwischen generischen Top-Level-Domains, kurz gTLD (wie etwa .com, .net, .org oder .info) und country-code Top-Level-Domains, kurz ccTLD (wie .de oder .uk).

Downstream

Datenübertragung vom Internet-Server zum PC des Nutzers. Gegenteil Upstream. Die Datenübertragungsraten werden bei DSL-Anschlüssen in Mbit/s angegeben und ist

ein Maß für die Leistungsfähigkeit der Leitung.

DSL

= Digital Subscriber Line. Technik zur Übertragung von hohen Datenraten auf der üblichen Kupferdoppelader im Anschlussbereich bis etwa drei Kilometer.

DSL-Telefonie

(auch als VoIP = „Voice over Internet Protocol“ bezeichnet) Technik, mit der über die DSL-Datenleitung Telefonverbindungen hergestellt werden.

E-Commerce

= Electronic Commerce. Sammelbezeichnung für geschäftliche Transaktionen über elektronische Medien wie das Internet.

E-Mail

= Electronic mail. Schnelles und kostengünstiges Senden und Empfangen von elektronischer Post zwischen Computer-Anwendern über Datennetze.

Flatrate

Zeitunabhängiger Pauschaltarif, der über eine monatliche Pauschale abgerechnet wird.

Hosting

(auch Webhosting) Bereitstellen von Speicherplatz übers Internet. Hosting umfasst neben der Registrierung und dem Betrieb von Domains und der Vermietung von Web-Servern vor allem die Bereitstellung von Internet-Mehrwerten, mit denen effizienter im Internet gearbeitet werden kann. Man unterscheidet Shared Hosting (mehrere Kunden teilen sich einen physikalischen Rechner) von Dedicated Hosting (ein Rechner wird einem Kunden exklusiv zur Verfügung gestellt).

Outsourcing

Auslagerung von Unternehmensbereichen oder Funktionen an externe Dienstleister. So erbringt twenty4help z. B. im Namen des Kunden den kompletten IT-Support, von Telemarketing und Produktberatung bis hin zur technischen Unterstützung des Anwenders.

PageImpressions

Messgröße für die Anzahl der Abrufe einer potenziell werbeführenden Internet-Seite. PageImpressions sind ein wichtiges Kriterium zur Bewertung der Reichweite eines Angebots.

Portal

Zentrale Internet-Zugangs- oder Startseite, die in der Regel ein umfassendes Angebot von Navigationsfunktionen, Inhalten und zusätzlichen Diensten wie E-Mail enthält.

Router

Ein Vermittlungsrechner, der in einem Netzwerk dafür sorgt, dass bei ihm eintreffende Daten eines Protokolls zum vorgesehenen Ziel weitergeleitet werden.

Server

Computer, auf den andere Computer zugreifen können, um Daten abzufragen.

Technische Mehrwerte

(auch Value-added services) Alle Leistungen, die über einen Basis-Dienst hinausgehen, werden als Mehrwerte bezeichnet. Technische Mehrwerte sind (im Gegensatz zu Content-Mehrwerten) Lösungen, die dem Anwender einen funktionalen Zusatznutzen bieten.

VDSL

= Very High Speed Digital Subscriber Line. Schnellste der derzeit verfügbaren DSL-Technologien, die eine hohe Datenübertragung über

die Telefonleitung erlaubt. Allerdings sinkt die nutzbare Übertragungsbandbreite mit der Länge der Leitung. In Deutschland ist der Ausbau von V-DSL mit Geschwindigkeiten bis 50 Mbit/s auf Basis des Deutschen Telekom-Netzes bis Mitte 2007 geplant.

Video on Demand (VoD)

Service des Internet-Providers, der es Teilnehmern ermöglicht, gegen Entgelt zu jeder beliebigen Zeit aus einer Auswahl von Videos einen Film abzurufen und abzuspielen.

Visit

Ein Visit bezeichnet einen zusammenhängenden Nutzungsvorgang (Besuch) eines Internet-Angebots durch einen Nutzer.

White-Label-Produkte

Produkte oder Services werden einer Drittfirma zur Vermarktung unter ihrer eigenen Marke angeboten.

W-LAN

(Wireless Local Area Network = Kabelloses Lokales Netzwerk) Bezeichnet ein drahtloses lokales Funknetz mit einer zumeist großen Sendeleistung und hohen Datenübertragungsraten. Es können auch mehrere Rechner ohne Kabel untereinander und mit einem zentralen Informationssystem, einem Drucker oder einem Scanner verbunden werden.

United Internet Tochtergesellschaften und Beteiligungen



Produkte

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)
1&1 Internet Services Inc	(RP)
Alturo GmbH	(D)
GMX GmbH	(D)
GMX Internet Services GmbH	(D)
Schlund + Partner AG	(D)
United Internet Media AG	(D)
WEB.DE GmbH	(D)
1&1 WEB.DE Schlund + Partner Support GmbH	(D)

Outsourcing

InterNetX GmbH	(80 %, D)
MIP Multimedia Internet Park GmbH	(D)
twenty4help Knowledge Service AB	(S)
twenty4help Knowledge Service AG	(D)
twenty4help Knowledge Service B.V.	(NL)
twenty4help Knowledge Service Ltd.	(UK)
twenty4help Knowledge Service S.L.	(E)
twenty4help Knowledge Service S.r.L.	(I)
twenty4help Knowledge Service s. r. o.	(CZ)
twenty4help Knowledge Service Sp.zo.o.	(PL)

Online-Marketing

AdLINK Internet Media AG	(82,30 %, D)
AdLINK Internet Media AB	(82,30 %, S)
AdLINK Internet Media APS	(82,30 %, DK)
AdLINK Internet Media B.V.	(82,30 %, NL)
AdLINK Internet Media Ltd.	(82,30 %, UK)
AdLINK Internet Media N.V.	(82,30 %, B)
AdLINK Internet Media S.A.	(82,30 %, F)
AdLINK Internet Media S.L.	(82,30 %, E)
AdLINK Internet Media Srl	(82,30 %, I)
affilinet GmbH	(AdLINK-Anteil: 100 %, D)
affilinet Ltd.	(affilinet-Anteil: 100 %, UK)
CibleClick Performances S.A.	(affilinet-Anteil: 75 %, F)
Sedo GmbH	(AdLINK-Anteil: 52,14 %, D)
Sedo LLC	(Sedo-Anteil: 100 %, USA)

Beteiligungen:

fun communications GmbH 33,33 %
NT plus AG 40,23 %

Vorstand:

Ralph Dommermuth (42, Vorsitz), Bankkaufmann
Norbert Lang (44, Finanzvorstand), Bankkaufmann

Aufsichtsrat:

Kurt Dobitsch (51, Vorsitz),
selbstständiger Unternehmer
Bernhard Dorn (65),
selbstständiger Unternehmerberater
Michael Scheeren (48), Bankkaufmann

Finanzkalender 2006*

24. März 2006	Bilanzpressekonferenz für das Geschäftsjahr 2005
24. März 2006	Analystenkonferenz
12. Mai 2006	Quartalsbericht
13. Juni 2006	Ordentliche Hauptversammlung in Frankfurt am Main, Alte Oper
14. Juni 2006	Zahlung der Dividende für das Geschäftsjahr 2005/Kurs ex Dividende
11. August 2006	Halbjahresbericht
11. August 2006	Pressekonferenz
11. August 2006	Analystenkonferenz
10. November 2006	9-Monats-Bericht

* Vorläufige Termine. Eine Aktualisierung finden Sie unter www.united-internet.de im Bereich Investor Relations, Termine.

Impressum

Herausgeber und Copyright © 2006

United Internet AG
Elgendorfer Straße 57
D-56410 Montabaur
www.united-internet.de

Kontakt

Investor Relations
Telefon: 0 26 02/96-16 31
Telefax: 0 26 02/96-10 13
E-Mail: investor-relations@united-internet.de

April 2006

Registergericht: Montabaur HRB 5762

Dieser Geschäftsbericht liegt in deutscher und englischer Sprache vor. Beide Fassungen stehen auch im Internet unter www.united-internet.de zum Download bereit. Im Zweifelsfall ist die deutsche Version maßgeblich.

Haftungsausschluss

Dieser Bericht enthält zukunftsbezogene Aussagen, welche die gegenwärtigen Ansichten des Vorstands der United Internet AG hinsichtlich zukünftiger Ereignisse widerspiegeln. Diese zukunftsbezogenen Aussagen basieren auf unseren derzeit gültigen Plänen, Einschätzungen und Erwartungen. Zukunftsbezogene Aussagen entsprechen nur dem Sachstand zu dem Zeitpunkt, zu dem sie getroffen werden. Diese Aussagen sind abhängig von Risiken und Unsicherheiten sowie sonstigen Faktoren, auf die United Internet vielfach keinen Einfluss hat und die zu erheblichen Abweichungen der tatsächlichen Ergebnisse von diesen Aussagen führen können. Diese Risiken und Unsicherheiten sowie sonstigen Faktoren werden im Rahmen unserer Risiko-Bericht-erstattung in den Geschäftsberichten der United Internet AG ausführlich beschrieben. Die United Internet hat nicht die Absicht, solche vorausschauenden Aussagen zu aktualisieren.

United Internet AG

Elgendorfer Straße 57

56410 Montabaur

Tel. 02602/96 - 1100

Fax 02602/96 - 1013

E-Mail investor-relations@united-internet.de

 www.united-internet.de