

Quartalsbericht

2009



Sehr geehrte Aktionäre, Mitarbeiter und Freunde von United Internet!



Trotz Rezession und der damit verbundenen Schwäche des Online-Werbemarktes ist United Internet erfolgreich ins Geschäftsjahr 2009 gestartet.

Der in der United Internet AG konsolidierte Umsatz konnte im Vergleich zum Vorjahr um 5,3 % von 402,0 Mio. € auf 423,4 Mio. € gesteigert werden. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) lag mit 83,5 Mio. € (Vorjahr: 83,2 Mio. €) ebenso wie das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) mit 70,7 Mio. € (Vorjahr: 70,4 Mio. €) leicht über dem Vorjahresniveau. Aufgrund negativer Ergebnisbeiträge aus at-equity bilanzierten Beteiligungen und höherer Zinsaufwendungen betrug das Ergebnis pro Aktie (EPS) 0,16 € (nach 0,19 € im Vorjahr).

Die im 1. Quartal 2009 erreichten Zahlen zeigen die Stärke unseres Geschäftsmodells, wenngleich die rezessionsbedingten Budgetkürzungen der Werbetreibenden sowie der damit einhergehende Margendruck nicht spurlos an unserem Online-Marketing-Segment vorbeigegangen sind.

Im dominanten Segment „Produkte“ mit den Marken GMX, WEB.DE, 1&1, Fasthosts und InterNetX sowie der zum 1. März 2009 übernommenen united-domains AG konnten wir die Zahl der kostenpflichtigen Kundenverträge zum 31. März 2009 im Vergleich zum 31. Dezember 2008 um 290.000 auf 8,24 Mio. steigern. Dabei konnten insbesondere die Produktlinien „Information Management“ und „Webhosting“ deutlich zulegen. Im „Information Management“ stiegen die Kundenverträge im 1. Quartal 2009 um 50.000 auf 1,41 Mio. Das „Webhosting“ wuchs – auch durch die erstmalige Konsolidierung von united-domains – um 240.000 Verträge auf 3,86 Mio. Dabei stieg die Anzahl der Webhosting-Verträge im Ausland um 50.000 auf 1,98 Mio. Im DSL-Geschäft blieb die Zahl der DSL-Anschlüsse mit insgesamt 2,82 Mio. im Vergleich zum Jahresende unverändert – wobei wir bei DSL-Komplettpaketen im 1. Quartal um weitere 270.000 auf 1,05 Mio. zulegen konnten. Der Umsatz im Produkt-Segment stieg um 7,7 % auf 372,8 Mio. €. EBITDA und EBIT blieben mit 77,9 Mio. € bzw. 65,7 Mio. € ebenfalls jeweils leicht über den Vorjahreswerten.

Während sich das Produktgeschäft sehr krisenfest gezeigt hat, wurden die Finanzkennzahlen im Segment „Online-Marketing“ von der spürbaren Zurückhaltung der Werbetreibenden sowie durch Veränderungen bei Policy und Algorithmen seitens unseres wichtigsten Partners im Suchmaschinen-Bereich negativ beeinflusst. Insgesamt lagen der Segment-Umsatz mit 50,4 Mio. € (-9,7 %) sowie EBITDA bzw. EBIT mit 3,0 Mio. € (-43,4 %) bzw. 2,5 Mio. € (-47,9 %) wie erwartet deutlich unter den Vorjahreswerten.

Vor dem Hintergrund des erfolgreichen Starts in das Geschäftsjahr 2009 bekräftigen wir unsere Prognosen und erwarten auf Konzernebene ein leichtes Umsatzwachstum. Außerdem sollen die im Geschäftsjahr 2008 bei EBITDA und EBIT erreichten Höchststände trotz der weiterhin erwarteten Schwäche im Online-Werbe-geschäft in 2009 gehalten werden.

Montabaur, 13. Mai 2009

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ralph Dommermuth'.

Ralph Dommermuth
Vorstandsvorsitzender

Inhaltsverzeichnis

4	Lagebericht zum 1. Quartal 2009
15	Konzern-Bilanz
16	Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
17	Segmentberichterstattung
18	Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals
20	Konzern-Kapitalflussrechnung
22	Konzern-Anhang
28	Finanzkalender / Impressum

Ausgewählte Kennzahlen nach IFRS

		Jan.–März 2009	Jan.–März 2008
Umsatz	Mio.€	423,4	402,0
Ergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen (EBITDA)	Mio.€	83,5	83,2
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	Mio.€	70,7	70,4
Konzernergebnis	Mio.€	37,9	45,1
Mitarbeiter	Anzahl	4.610	4.097
Aktienkurs per Ende März (Xetra)	€	6,29	13,36
Ergebnis je Aktie	€	0,16	0,19

Quartalsentwicklung	Q2 2008 Mio.€	Q3 2008 Mio.€	Q4 2008 Mio.€	Q1 2009 Mio.€	Q1 2008 Mio.€
Umsatz	412,4	407,4	427,8	423,4	402,0
EBITDA	88,6	77,7	69,3	83,5	83,2
EBIT	75,6	64,2	46,4	70,7	70,4
Konzernergebnis	45,2	-103,8*	-108,0*	37,9	45,1

* In den Konzernergebnis-Zahlen von Q3/2008 und Q4/2008 sind negative, nicht cash-wirksame Einmaleffekte aus Bewertungsmaßnahmen von 145,6 Mio. € bzw. 129,8 Mio. € enthalten.

Lagebericht zum 1. Quartal 2009

Wirtschaftliches Umfeld

Finanzmarktkrise wird zur weltweiten Wirtschaftskrise

Der Internationale Währungsfonds (IWF) sieht die globale Konjunktur in der tiefsten Rezession seit der Weltwirtschaftskrise Anfang der 1930er Jahre und rechnet in seinem Mitte April 2009 veröffentlichten Weltwirtschaftsausblick mit einem Rückgang der weltweiten wirtschaftlichen Gesamtleistung um 1,3 % – und somit dem ersten Minus seit Jahrzehnten. Damit ist der Fonds deutlich pessimistischer als noch in seinem März-Ausblick, als ein Minus von 0,5 bis 1,0 % prognostiziert wurde.

Für die Industrieländer insgesamt rechnet der Fonds im laufenden Jahr jetzt mit einem Rückgang um 3,8 %. Für die Euro-Zone wird ein Minus von 4,2 % erwartet.

Der vom IWF erwartete Rückgang des Welthandels um rund 11 % hat insbesondere Einfluss auf Exportnationen wie Deutschland. Die Bundesregierung rechnet so auch in diesem Jahr mit dem schwersten wirtschaftlichen Einbruch seit Bestehen der Bundesrepublik und erwartet einen Rückgang der Wirtschaftsleistung um voraussichtlich 6 %. Mit dieser Ende April veröffentlichten Prognose schließt sich die Regierung den führenden Wirtschaftsforschungsinstituten an, die wenige Tage zuvor ebenfalls einen Einbruch um rund 6 % vorhergesagt hatten. Bisher hatte die Regierung ein Minus des Bruttoinlandsprodukts von 2,25 % prognostiziert. Die Arbeitslosigkeit wird der Bundesregierung zufolge in 2009 um etwa 450.000 auf durchschnittlich rund 3,7 Mio. zunehmen.

Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf ITK-Märkte halten sich (noch) in Grenzen

Die Auswirkungen der Wirtschaftskrise halten sich für die Hightech-Industrie im Bereich Informationstechnik, Telekommunikation und digitale Consumer Electronics (ITK) bislang (noch) in Grenzen. Das hat eine repräsentative Umfrage in der ITK-Branche ergeben, die der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM) Anfang März 2009 im Rahmen der CeBIT vorgestellt hat. Danach spüren 55 % der befragten Unternehmen bisher keine direkten Auswirkungen der Krise auf ihr Geschäft. Die übrigen verzeichnen weniger Umsatz oder weniger neue Aufträge als vor der Krise erwartet.

Obgleich der Verband davon ausgeht, dass der deutsche ITK-Gesamtmarkt das Vorjahresniveau von rund 144,6 Mrd. € Umsatz voraussichtlich halten kann, kündigte er angesichts der unsicheren Wirtschaftslage allerdings bereits an, die Prognosen nach Abschluss des 1. Quartals erneut zu überprüfen.

Die aus Sicht von United Internet wichtigsten ITK-Märkte DSL, Webhosting und Online-Marketing haben sich in den ersten 3 Monaten 2009 recht unterschiedlich entwickelt.

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

Der internationale Hosting-Markt ist weiterhin auf Wachstumskurs. So legte die Zahl der weltweit registrierten generischen Top-Level-Domains (wie .com, .net, .org) nach Auswertungen von RegistrarSTATS.com in den ersten 3 Monaten 2009 um 2,1 Mio. neue Domains auf insgesamt 109,4 Mio. Domains zu – ein Anstieg um 2 % im Vergleich zum 31. Dezember 2008. Auch die deutsche Top-Level-Domain „.de“ erfreut sich in 2009 – trotz einer im Ländervergleich bereits überdurchschnittlich entwickelten Online-Präsenz von Privatkunden und Firmen – weiterhin einer guten Nachfrage und konnte in den ersten 3 Monaten um über 230.000 und somit um 1,8 % auf 12,68 Mio. Domains zulegen.

Im Gegensatz zu den konjunkturunabhängigeren Bereichen DSL und Webhosting trifft die Weltwirtschaftskrise den Werbemarkt noch stärker als im Dezember erwartet. Daher hat die Agenturgruppe Zenith Optimedia ihre Prognose zur Entwicklung der Werbeinvestitionen deutlich nach unten korrigiert. Laut der aktuellen Studie „Advertising Expenditure Forecast“ rechnet das Unternehmen mit einem Rückgang der weltweiten Gesamt-Werbeausgaben um 6,9 % in 2009 – im Dezember 2008 wurde nur ein Minus von 0,2 % prognostiziert. Die Krise zeichnet sich auch auf dem deutschen Werbemarkt ab, allerdings mit einem prognostizierten Minus von 5,5 % nicht ganz so heftig wie in einigen Nachbarländern. Besonders hart trifft es Zentral- und Osteuropa mit einem Einbruch von 13,9 % gegenüber dem Vorjahr. Rapide Rückgänge beobachtet Zenith Optimedia auch in Nordamerika (-8,3 %) und Westeuropa (-6,7 %). Nach Einschätzung von Zenith

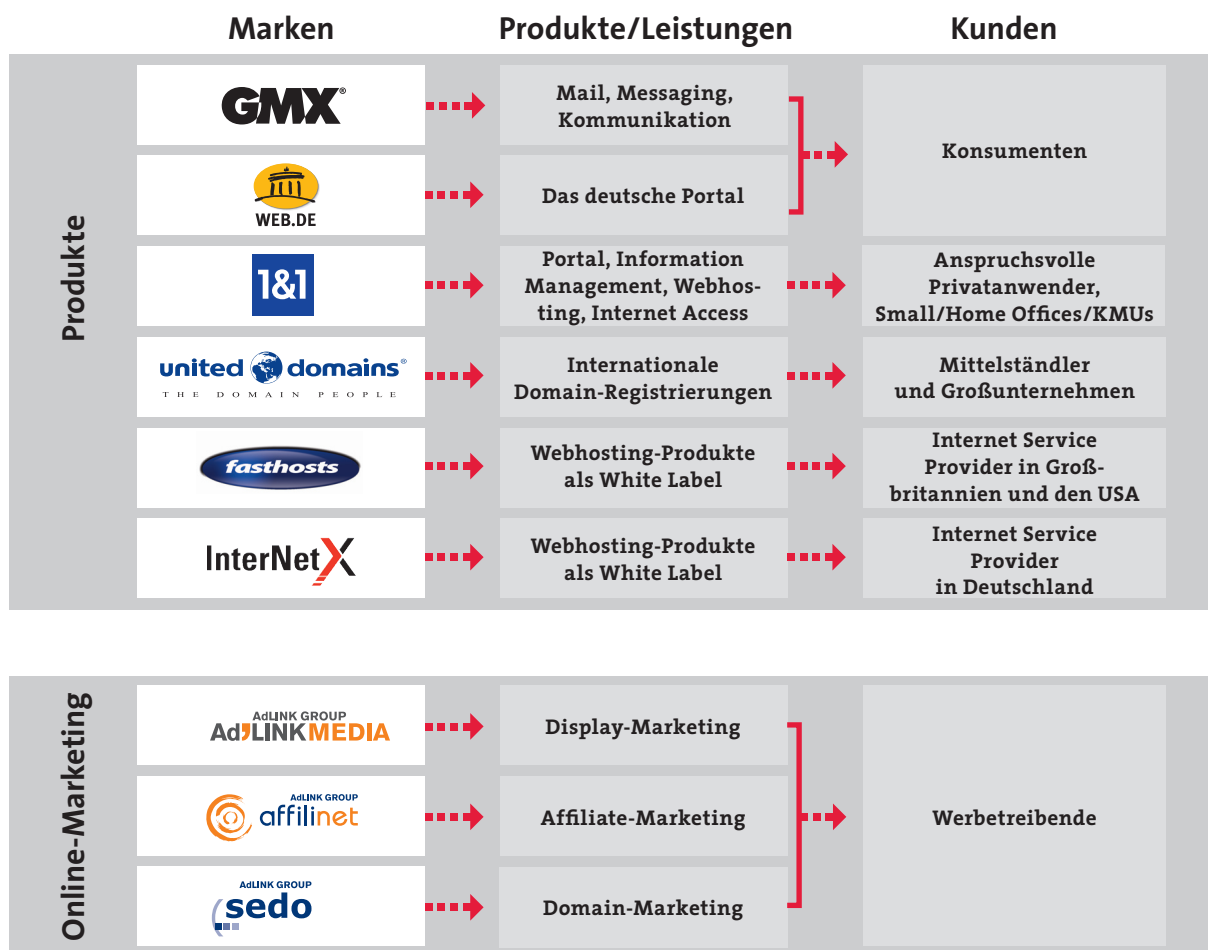
wird das Internet in 2009 das einzige Werbemedium sein, in das mehr Gelder investiert werden als in 2008. Die zweistelligen Zuwachsraten der vergangenen Jahre sind jedoch erst einmal Vergangenheit: Weltweit wird ein Plus von „nur“ noch 8,6 %, in Deutschland von 1,1 % erwartet. Da sich laut Zenith zudem die Zahl der Websites ungefähr doppelt so schnell vergrößert hat wie die Online-Werbeausgaben, ist ein großes Überangebot an Werbefläche entstanden. Die Folge: Preise und Margen sind im Online-Werbemarkt stark unter Druck.

Geschäftsentwicklung im Konzern

Die United Internet AG ist mit über 8,2 Mio. Kundenverträgen ein führender internationaler Internet Service Provider. Nach der Anfang März 2009 vollzogenen Übernahme der united-domains AG ist United Internet heute insbesondere mit 9 Marken in zwei Geschäftsfeldern aktiv:

Im Geschäftsfeld „Produkte“ richten wir uns mit Internet-Mehrwertdiensten und schnellen DSL-Anschlüssen an Privatanwender, Small Offices / Home Offices sowie an Unternehmen. Diese Zielgruppen werden direkt über die Marken GMX, WEB.DE, 1&1 und united-domains adressiert. Zudem bieten wir über InterNetX und Fasthosts unsere Hosting-Produkte auch als White-

Segmente und Marken



Label-Lösungen – indirekt – über Reseller an. Neben diesem Abonnement-Geschäft vermarkten wir über United Internet Media die Reichweite unserer Portale an E-Commerce-Anbieter und Werbetreibende.

Im Geschäftsfeld „Online-Marketing“ sind wir vor allem mit den Marken AdLINK Media, affilinet und Sedo tätig. In diesem Geschäftsfeld bieten wir Werbetreibenden verschiedene Marketing- und Vertriebs-Lösungen an: Display-Marketing über AdLINK Media, Affiliate-Marketing über affilinet und Domain-Marketing über Sedo.

Qualitatives Wachstum bei DSL

Im DSL-Geschäft blieb die Zahl der Kundenverträge mit insgesamt 2,82 Mio. im Vergleich zum Jahresende 2008 erwartungsgemäß unverändert. Bei der für die Kundenbindung sehr wichtigen Umstellung unserer DSL-Kunden auf Komplettpakete waren wir im 1. Quartal 2009 sehr erfolgreich und konnten um weitere 270.000 Verträge auf 1,05 Mio. zulegen.

Erfolgreiche Internationalisierung

Im Produktgeschäft sind wir mit unserer Produktlinie „Webhosting“ in Deutschland, Großbritannien, Frankreich, den USA, Österreich und Spanien aktiv. Darüber hinaus bedienen wir über unsere internationale Bestellseite Kunden aus zahlreichen weiteren Ländern. In unseren ausländischen Märkten konnten wir in den ersten 3 Monaten 2009 um 50.000 neue Kundenverträge wachsen und hielten zum 31. März 2009 insgesamt 1,98 Mio. Verträge.

Im Online-Marketing-Segment ist die Internationalisierung ein wichtiger Baustein der Gesamtkonzeption. In diesem Geschäftsfeld sind unsere Marken in 13 europäischen Ländern sowie den USA tätig.

Insgesamt stieg der Auslandsumsatz auf Konzernebene im Berichtszeitraum um 0,8 Mio. € und trug 52,7 Mio. € zum Konzernumsatz bei (Vorjahr 51,9 Mio. €).

Übernahme von united-domains

Die United Internet AG hat sich am 12. Dezember 2008 mit dem früheren Anteilseigner der united-domains AG, der LYCOS Europe N.V., über den Erwerb der united-domains AG geeinigt. Der Unternehmenswert von

united-domains wurde im Rahmen der Transaktion mit rund 34 Mio. € beziffert. Der endgültige Kaufpreis wird nach Vorliegen des Jahresabschlusses 2008 der Gesellschaft und einer auf den Vollzugstag zu erstellenden Abgrenzungsrechnung ermittelt. Der vorläufige Kaufpreis wurde vollständig in bar beglichen – wobei 7 Mio. € als Sicherheitsgarantie für United Internet hinterlegt wurden.

Nach Zustimmung der zuständigen Kartellbehörden wurde die united-domains AG erstmals im März 2009 im Rahmen des Quartalsabschlusses der United Internet AG konsolidiert.

united-domains ist Spezialist für das schnelle und einfache Registrieren von Domain-Namen unter mehr als 150 weltweiten Domain-Endungen. Das profitabel arbeitende Unternehmen wurde im August 2000 gegründet und ist mittlerweile einer der führenden Domain-Registrare in Europa. Die Gesellschaft wird weiterhin von den Gründern Florian Huber, Alexander Helm und Markus Eggensperger geleitet, die sich im Rahmen einer zweiten Transaktion mit insgesamt rund 15 % an der Gesellschaft beteiligt haben.

Mitarbeiter

United Internet beschäftigte Ende März 2009 insgesamt 4.610 Mitarbeiter (31. Dezember 2008: 4.565), davon 945 (31. Dezember 2008: 947) im Ausland.

Aktie und Dividende

Die Aktie der United Internet AG lag mit einem Kurs von 6,29 € zum 31. März 2009 exakt auf dem Stand zum 31. Dezember 2008 – und konnte damit besser abschneiden als der Vergleichsindex TecDAX, der im 1. Quartal 2009 um 5,6 % nachgab.

Für das Geschäftsjahr 2008 wird keine Dividende ausgeschüttet. Der Bilanzverlust wird auf neue Rechnung vorgetragen.

Entwicklung der Segmente

Produkt-Segment

Dominierender Geschäftsbereich der United Internet Gruppe war mit einem Anteil von 88,0 % am Gesamtumsatz auch im 1. Quartal 2009 das Produktgeschäft mit den Hauptmarken GMX, WEB.DE, 1&1, InterNetX und Fasthosts sowie der seit März 2009 konsolidierten united-domains AG.

Das Segment konnte dank des überwiegend auf elektronischen Abonnements basierenden Geschäftsmodells weiter zulegen – wengleich sich auch im Wachstum der Portalvermarktung die Zurückhaltung der Werbekunden bemerkbar machte. Die für die Kundenbindung wichtige Konvertierung von DSL-Kunden auf Komplettpakete wirkt sich zunächst erst einmal belastend auf unser Ergebnis aus. Trotz dieser Belastungen konnten wir im Berichtszeitraum den Segmentumsatz um 7,7 % auf 372,8 Mio. € steigern. EBITDA und EBIT blieben mit 77,9 Mio. € bzw. 65,7 Mio. € ebenfalls jeweils leicht über den Vorjahreswerten. Die Kundengewinnungskosten wurden unverändert direkt als Aufwand verbucht. Die sehr guten Finanz-Kennzahlen sind eng an unser dynamisches Kundenwachstum gekoppelt. Zum 31. März 2009 hatten wir 8,24 Mio. kostenpflichtige Kundenverträge (31. Dezember 2008: 7,95 Mio.).

Diese verteilen sich auf drei Produktlinien:

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

Unsere Marken generieren nicht nur Umsätze aus Abonnement-Verträgen, sondern 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 Shopping-Portals SmartShopping.de, liefert Werbetreibenden und Agenturen in Deutschland eine Reichweite von rund 50 % aller deutschen Internet-Nutzer, qualitativ hochwertige Zielgruppenansprachen und innovative Werbeinstrumente.

Über unsere Markenfamilie sorgen wir in Deutschland für eine einzigartige Markt-Abdeckung.

GMX

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

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

WEB.DE

WEB.DE ist mit 12,9 Mio. Unique Visitors eine der am häufigsten besuchten Websites in Deutschland und steht bei vielen Nutzern für das deutsche Internet-Portal. Auch WEB.DE bietet neben kostenfreien Basis-Diensten kostenpflichtige Produkte an, unter anderem den WEB.DE Club.

WEB.DE hat im 1. Quartal den sogenannten „WEB.DE Navigator“ gelauncht. Damit lässt sich komfortabel und sicher die gesamte Internet-Kommunikation an einer Stelle bündeln. Direkt aus dem persönlichen FreeMail-Postfach heraus werden unterschiedliche Web-Services

Entwicklung der Kundenverträge im Quartalsvergleich in Mio.

Kundenverträge	31.12.2008	31.03.2009	Differenz
Information Management	1,36	1,41	+ 0,05
Webhosting	3,62	3,86	+ 0,24
- davon Ausland	1,93	1,98	+ 0,05
Internet Access	2,97	2,97	+ 0,00
- davon DSL	2,82	2,82	+ 0,00
- DSL-Komplett	0,78	1,05	+ 0,27
- Resale-/T-DSL	2,04	1,77	- 0,27
Gesamt	7,95	8,24	+ 0,29

Entwicklung der Kundenverträge im Jahresvergleich in Mio.

Kundenverträge	31.03.2008	31.03.2009	Differenz
Information Management	1,24	1,41	+ 0,17
Webhosting	3,31	3,86	+ 0,55
- davon Ausland	1,63	1,98	+ 0,35
Internet Access	2,83	2,97	+ 0,14
- davon DSL	2,70	2,82	+ 0,12
- DSL-Komplett	0,20	1,05	+ 0,85
- Resale-/T-DSL	2,50	1,77	- 0,73
Gesamt	7,38	8,24	+ 0,86

für Kommunikation und Shopping angesteuert und die dazugehörigen Logins (z. B. für Foren, Blogs oder unterschiedliche Communities) zentral verwaltet.

1&1

1&1 ist die Marke für anspruchsvolle Privatanwender, Freiberufler sowie kleine und mittlere Unternehmen, die Information Management, Webhosting oder Internet Access benötigen. 1&1 ist die Nummer 3 im deutschen DSL-Geschäft und als weltweit führendes Hosting-Unternehmen derzeit in 6 Ländern aktiv.

Zentrale Themen bei 1&1 waren im 1. Quartal die Einführung der 1&1 Branchen-Homepage sowie von 1&1 DSL-HomeNet. Mit der 1&1 Branchen-Homepage können kleine Unternehmen ohne Vorkenntnisse in wenigen Minuten einen professionellen Internet-Auftritt erstellen. 1&1 DSL-HomeNet ist eine Lösung zur kabellosen Heimvernetzung, mittels derer sich Internet, Telefon und Entertainment-Angebote sowie im Web oder auf Festplatte gespeicherte eigene Fotos, Filme oder Songs auf verschiedenen Endgeräten nutzen lassen.

Quartalsentwicklung im Produkt-Segment in Mio. €

	Q2 2008	Q3 2008	Q4 2008	Q1 2009	Q1 2008
Umsatz	356,6	359,1	371,1	372,8	346,0
EBITDA	85,1	73,5	62,8	77,9	77,2
EBIT	72,7	60,5	50,0	65,7	64,9

united-domains

Die Marke united-domains ist Spezialist für die internationale Domain-Registrierung von mehr als 150 Domain-Endungen. Das Angebot reicht von .ar (für Argentinien) bis .za (für Südafrika). Das Unternehmen adressiert Großunternehmen und Mittelständler, aber auch Privatanwender.

Bei united-domains stand im 1. Quartal insbesondere der Start der neuen Domain „.tel“ im Mittelpunkt. Mit einer .tel-Domain können Firmen ihre Kontaktdaten direkt unter einer prägnanten URL veröffentlichen.

InterNetX

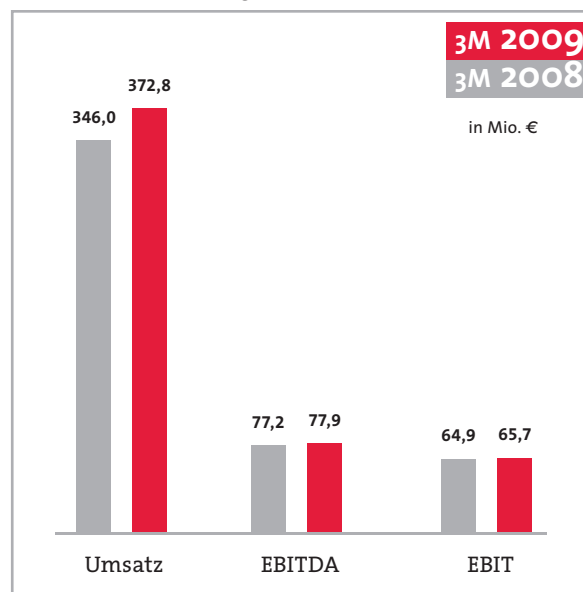
Unter InterNetX ist das deutsche Reselling-Geschäft von United Internet zusammengefasst. InterNetX vertreibt Hosting-Produkte an ISPs und Multimedia-Agenturen (Reseller), die diese wiederum – unter eigenem Namen und auf eigene Rechnung – weiter vermarkten.

Im Berichtszeitraum hat InterNetX vor allem das Reseller-Netzwerk weiter ausgebaut. InterNetX betreut inzwischen über 19.000 Reseller, für die über 2,4 Mio. Domains und über 1.200 Server gehostet werden.

Fasthosts

Fasthosts ist unsere Reseller-Marke in Großbritannien und den USA. Fasthosts vertreibt Hosting-Produkte an über 5.000 ISPs und Multimedia-Agenturen (Reseller),

Finanzzahlen Produkt-Segment



die diese an Endkunden weiter vermarkten. Daneben ist Fasthosts auch im Direktgeschäft mit Konsumenten und Unternehmen aktiv.

Bei Fasthosts standen im 1. Quartal der weitere Ausbau der Kundenbasis sowie die Etablierung des in den USA gestarteten Reselling-Geschäfts im Vordergrund.

Ausblick

Für unser Produktgeschäft sind wir zuversichtlich, dass unsere Internationalisierungsstrategie im Webhosting-Geschäft auch weiterhin aufgeht und wir auch Dank weiterer Produktinnovationen wie der 1&1 Branchen-Homepage unser Wachstum fortsetzen können. Gleiches gilt für die Vermarktung unserer Information Management Lösungen, für die wir weiter steigende Vertragszahlen erwarten. Im DSL-Geschäft sehen wir angesichts innovativer Produkte wie 1&1 DSL-HomeNet sowie unseres guten Preis-Leistungs-Verhältnisses ebenfalls gute Chancen und erwarten, dass wir insbesondere bei der für die Kundenbindung sehr wichtigen Migration unserer Kunden auf Komplettpakete weiter erfolgreich zulegen können. Auch bei der Vermarktung unserer Portale GMX, WEB.DE und 1&1 erwarten wir weiteres Wachstum – wenngleich angesichts der konjunkturell bedingten Marktschwäche auf niedrigerem Niveau als in der Vergangenheit.

Online-Marketing

Im Geschäftsfeld Online-Marketing bieten wir Werbetreibenden vielfältige Marketing- und Vertriebslösungen an: Display-Marketing über AdLINK Media, Affiliate-Marketing über affilinet und Domain-Marketing über Sedo. Dabei werden in diesem Geschäftsfeld – anders als bei der Eigenvermarktung unserer Portale im Geschäftsfeld Produkte – überwiegend die Domains und Websites von Dritten vermarktet. Und dies in 13 europäischen Ländern und den USA.

Quartalsentwicklung im Online-Marketing-Segment in Mio. €

	Q2 2008	Q3 2008	Q4 2008	Q1 2009	Q1 2008
Umsatz	55,6	48,1	56,6	50,4	55,8
EBITDA	4,7	1,2	1,7	3,0	5,3
EBIT	4,1	0,7	-8,1	2,5	4,8

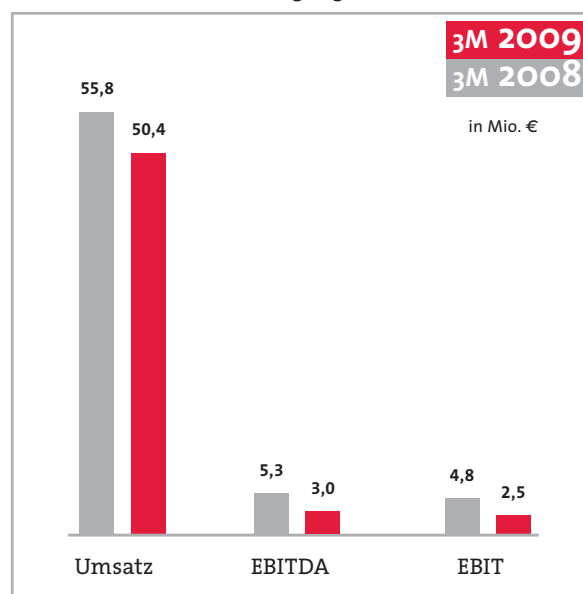
Während sich das Produktgeschäft sehr krisenfest gezeigt hat, wurden die Finanzkennzahlen im Segment „Online-Marketing“ von der spürbaren Zurückhaltung der Werbetreibenden sowie durch Veränderungen bei Policy und Algorithmen (seit dem 2. Quartal 2008) seitens unseres wichtigsten Partners im Suchmaschinen-Bereich negativ beeinflusst. Insgesamt lagen der Segment-Umsatz mit 50,4 Mio. € (-9,7 %) sowie EBITDA bzw. EBIT mit 3,0 Mio. € (-43,4 %) bzw. 2,5 Mio. € (-47,9 %) wie erwartet jeweils unter den Vorjahreswerten. Gleichwohl konnte auch dieses Segment – trotz der im Vergleich zum Vorjahr deutlich schwierigeren Rahmenbedingungen – einen sichtbaren, positiven Ergebnisbeitrag leisten. Mit den im 1. Quartal 2009 erzielten Umsatzzahlen trug das Segment einen Anteil von 11,9 % zum Gesamtumsatz des United Internet Konzerns bei.

AdLINK Media

AdLINK Media ist einer der größten unabhängigen Online-Vermarkter in Europa. Basis des Geschäftsmodells ist ein Online-Werbenetzwerk mit reichweitenstarken Websites, das an Werbetreibende vermarktet wird.

Im Berichtszeitraum stand die Erweiterung des Werbenetzwerkes im Vordergrund. Dabei konnte die Zahl der über das Netzwerk generierten AdImpressions im

Finanzzahlen Online-Marketing-Segment



Berichtszeitraum von 10,3 Mrd. (31. Dezember 2008) auf durchschnittlich 10,6 Mrd. gesteigert werden.

affilinet

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

Im Berichtszeitraum stand bei affilinet die Gewinnung neuer Programmanbieter und der Ausbau des Netzwerkes im Vordergrund: Die angebotenen Partnerprogramme konnten im Berichtszeitraum auf rund 1.600 gesteigert werden. Gleichzeitig konnte das Netzwerk auf 480.000 aktive Websites erweitert werden.

Sedo

Sedo betreibt die globale Domain-Handelsplattform sedo.com, auf der derzeit – nach einer Bereinigung im Zuge einer von Sedo im 1. Quartal 2009 durchgeführten Qualitäts- und Effizienzinitiative – 13,7 Mio. Domains gehandelt werden.

Im Geschäftsbereich Domain-Parking vermarktet Sedo einen Teil dieser Domains (6,6 Mio.) im Auftrag der Domain-Besitzer an Werbetreibende.

Ausblick

In unserem Online-Marketing-Geschäft, in dem wir Websites und Domains von Dritten vermarkten, erwarten wir angesichts der anhaltenden Zurückhaltung der Werbetreibenden, des damit verbundenen Drucks auf Preise und Margen sowie der deutlich gesunkenen Prognosen der Marktforscher ein weiterhin schwieriges Geschäftsjahr 2009.

Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Erfolgreicher Start trotz schwieriger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen

Trotz Rezession und damit verbundener Schwäche des Online-Werbemarktes ist United Internet gut ins Geschäftsjahr 2009 gestartet. Der in der United Internet AG konsolidierte Umsatz konnte im Vergleich zum Vorjahr um 5,3 % von 402,0 Mio. € auf 423,4 Mio. € gesteigert werden.

Im Produkt-Segment konnten wir deutlich um 7,7 % von 346,0 Mio. € Umsatz im Vorjahr auf 372,8 Mio. € zulegen. Das Kundenwachstum fand insbesondere in den Produktlinien „Information Management“ und „Webhosting“ (hier auch durch die erstmalige Konsolidierung der united-domains AG) statt. Im DSL-Geschäft blieb die Zahl der DSL-Anschlüsse mit insgesamt 2,82 Mio. im Vergleich zum Jahresende erwartungsgemäß unverändert – wobei wir bei der Migration unserer Kunden auf die für die Kundenbindung sehr wichtigen DSL-Komplettpakete – mit einem Plus um 270.000 im 1. Quartal 2009 – weiterhin sehr erfolgreich sind.

Im Segment „Online-Marketing“ wurden die Finanzkennzahlen von der spürbaren Zurückhaltung der Werbetreibenden sowie durch Veränderungen bei Policy und Algorithmen seitens des wichtigsten Partners im Suchmaschinen-Bereich negativ beeinflusst. Dadurch ging der von diesen Faktoren noch unbelastete Segment-Umsatz des Vorjahresquartals um 9,7 % auf 50,4 Mio. € zurück.

Die Bruttomarge im Konzern sank von 39,7 % im Vorjahreszeitraum auf 36,9 %. Ursächlich hierfür sind die hohen und zunächst erst einmal ergebnisbelastenden Aufwendungen für die Konvertierung unserer Kunden auf Komplettpakete sowie der derzeit existierende hohe Margendruck im Bereich der Online-Werbung.

Die Vertriebskosten sanken im Vergleich zum Vorjahresquartal infolge reduzierter Werbeausgaben und geringerer Brutto-Neukundenzahlen im DSL-Geschäft von 66,8 Mio. € (16,6 % vom Umsatz) auf 62,6 Mio. € (14,8 %). Die Verwaltungskosten haben sich im Berichtszeitraum durch Skaleneffekte unterproportional von 19,7 Mio. € (4,9 % vom Umsatz) auf 20,2 Mio. € (4,8 %) erhöht.

Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) lag mit 83,5 Mio. € (Vorjahr 83,2 Mio. €) ebenso wie das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) mit 70,7 Mio. € (Vorjahr 70,4 Mio. €) leicht über dem Vorjahresniveau.

Das Ergebnis vor Steuern (EBT), das Konzernergebnis sowie das Ergebnis pro Aktie (EPS) wurden durch negative Ergebnisbeiträge aus den at-equity bilanzierten Beteiligungen (-5,1 Mio. € im Vergleich zu -0,2 Mio. € im 1. Quartal 2008) sowie höhere Zinsaufwendungen (-8,9 Mio. € im Vergleich zu -5,5 Mio. €) belastet. Durch diese Ergebnisbelastungen reduzierte sich das EBT von 64,8 Mio. € auf 56,7, das Konzernergebnis von 45,1 Mio. € auf 37,9 Mio. € und das EPS von 0,19 € auf 0,16 €.

Operativer Cash Flow in Höhe von 57,9 Mio. €

Der Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit reduzierte sich – ausgehend von dem niedrigeren Konzernergebnis – von 62,9 Mio. € auf 57,9 Mio. €.

Die Nettoeinnahmen der betrieblichen Tätigkeit gingen vor allem aufgrund der zum Stichtag reduzierten Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen von 42,3 Mio. € auf 24,4 Mio. € zurück.

Die Nettoausgaben im Investitionsbereich betrugen im Berichtszeitraum 41,2 Mio. €. Dabei betraf der überwiegende Teil in Höhe von 32,8 Mio. € den Erwerb der united-domains AG. Im Vorjahreszeitraum betrugen die Nettoausgaben im Investitionsbereich 89,8 Mio. €, wobei 82,2 Mio. € den Erwerb von Anteilen an assoziierten Unternehmen (im Wesentlichen Versatel, virtual minds und BW2) betraf. In immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen wurden 6,5 Mio. € investiert (Vorjahr 5,6 Mio. €).

Bestimmend im Cash Flow aus dem Finanzierungsbereich war im 1. Quartal 2009 die Rückzahlung von Krediten in Höhe von 8,6 Mio. €, während im 1. Quartal 2008 die Mittelaufnahme über Kredite (100,2 Mio. €) sowie der Mittelabfluss für den Erwerb eigener Aktien (-51,6 Mio. €) im Vordergrund standen.

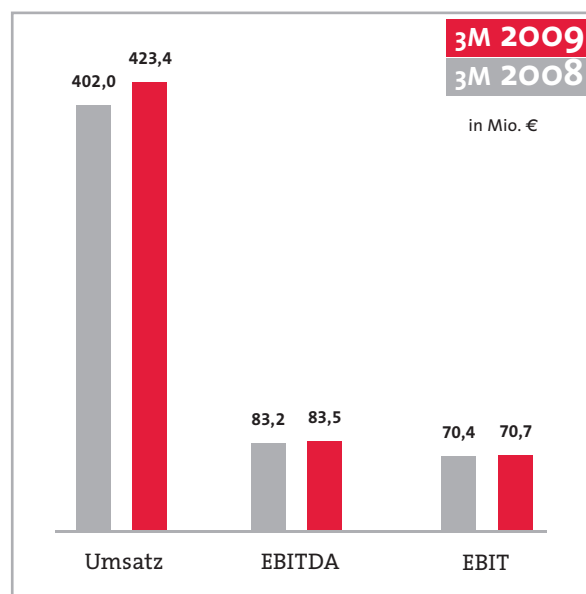
Reduzierung der Bankverbindlichkeiten

Die Bilanzsumme im Konzern stieg – insbesondere durch den Erwerb der united-domains AG – von 1.102,0 Mio. € zum 31. Dezember 2008 auf 1.125,5 Mio. € zum 31. März 2009, wovon Ende 2008 378,9 Mio. € und Ende März 2009 408,5 Mio. € Firmenwerte darstellten. Die Firmenwerte resultieren mit rund 319 Mio. € aus dem ertragsstarken Produkt-Segment. Der Bestand an liquiden Mitteln reduzierte sich infolge der united-domains-Übernahme von 55,4 Mio. € auf 30,7 Mio. €. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sanken stichtagsbedingt von 170,7 Mio. € auf 138,2 Mio. € und die Bankverbindlichkeiten von 544,4 Mio. € auf 535,0 Mio. €. Der Bestand an eigenen Aktien der United Internet AG belief sich zum 31. März 2009 auf 22 Mio. Stück. Die Eigenkapitalquote im Konzern betrug nach Abzug der eigenen Aktien 16,4 % zum 31. März 2009 (nach 13,2 % zum 31. Dezember 2008).

Quartalsentwicklung im Konzern
 in Mio. €

	Q2 2008	Q3 2008	Q4 2008	Q1 2009	Q1 2008
Umsatz	412,4	407,4	427,8	423,4	402,0
EBITDA	88,6	77,7	69,3	83,5	83,2
EBIT	75,6	64,2	46,5	70,7	70,4

Finanzzahlen Konzern



Risikobericht

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

Die Gesamtrisikosituation blieb in den ersten 3 Monaten 2009 im Vergleich zur Risikoberichterstattung im Rahmen des Jahresabschlusses 2008 weitgehend stabil. Aufgrund der weiter fortschreitenden konsequenten Ausrichtung von United Internet als Internet Service Provider konzentrieren sich im operativen Geschäft die wesentlichen Risiken der aktuellen und zukünftigen Finanz-, Vermögens- und Ertragslage weiterhin auf die Bereiche Abhängigkeit von Lieferanten, Technik und Softwaresysteme sowie auf den Wettbewerb. Die Eintrittswahrscheinlichkeiten dieser identifizierten Risiken werden von uns als gering bis begrenzt eingeschätzt.

Abhängig von der künftigen Kursentwicklung unserer börsennotierten Beteiligungen können – wie im 3. und 4. Quartal 2008 geschehen – im nicht-operativen Geschäft (nicht-cashwirksame) Belastungen aus Sonderabschreibungen / Wertminderungen entstehen.

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

Nachtragsbericht

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

Chancen und Ausblick

Trendwende für die Weltwirtschaft frühestens 2010

Für 2009 rechnet der Internationale Währungsfonds (IWF) damit, dass die weltweite wirtschaftliche Gesamtleistung um 1,3 % nachgeben wird – das wäre das erste Minus seit Jahrzehnten, wie der Fonds in seinem Mitte April 2009 veröffentlichten Wirtschaftsausblick voraussagt. Damit ist der Fonds deutlich pessimistischer als noch im März, als er ein Minus von lediglich 0,5 bis 1,0 % vorhergesagt hatte.

2010 wird es dem Fonds zufolge für die Weltwirtschaft mit einem Plus von 1,9 % schon wieder etwas besser aussehen. Wichtig für die Trendwende sei aber, dass die zuständigen Behörden entschiedene Schritte unternehmen, um das Vertrauen an den Finanzmärkten wiederherzustellen. Für die Industrieländer insgesamt wie auch die USA rechnet der Fonds in 2010 mit einer schwarzen Null. Für die Euro-Zone wird ein Minus von 0,4 % erwartet.

Infolge des für 2010 erwarteten leichten Plus des Welt-handels (0,6 %) könnte sich auch die deutsche Wirtschaft leicht erholen. Entsprechend erwartet die Bundesregierung für 2010 ein Wirtschaftswachstum von 0,5 % – wie Bundeswirtschaftsminister Karl-Theodor zu Guttenberg Ende April 2009 bekannt gab. Damit liegt die Prognose der Bundesregierung über den Vorhersagen der Wirtschaftsforschungsinstitute, die mit einem Minus von 0,5 % rechnen. Bei der Arbeitslosigkeit rechnet die Bundesregierung 2010 mit einem weiteren Anstieg um 900.000 auf dann durchschnittlich 4,6 Mio. Erwerbslose.

IT-Unternehmen vor unsicherer Geschäftsentwicklung

Die Auswirkungen der Wirtschaftskrise halten sich für die Hightech-Industrie bislang (noch) in Grenzen. Das hat eine repräsentative Umfrage in der ITK-Branche ergeben, die der Branchenverband BITKOM am Vortag der CeBIT im März 2009 vorgestellt hat. Danach spüren 55 % der befragten Unternehmen bisher keine direkten Auswirkungen der Krise auf ihr Geschäft. Hinsichtlich des weiteren Geschäftsverlaufs rechnen 46 % der Unternehmen noch in 2009 mit einer Trendwende in ihrem Sektor. 42 % erwarten im Jahr 2010 eine deutliche Besserung und nur 5 % erst im Jahr 2011. Vor diesem Hintergrund hat der Verband seine Umsatzprognose für

das Jahr 2009 bestätigt. Danach soll der deutsche Gesamtmarkt für Informationstechnik, Telekommunikation und digitale Unterhaltungselektronik das Vorjahresniveau von rund 144,6 Mrd. € voraussichtlich halten können. Angesichts der unsicheren Wirtschaftslage kündigte der Verband allerdings bereits an, seine Prognosen nach Abschluss des 1. Quartals erneut zu überprüfen.

Wachstum bei Breitband-Anschlüssen soll anhalten

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

Gemäß der Ende Februar erschienenen Studie „LIFE – Digitales Leben“ wird sich dabei insbesondere der Trend zum Breitbandanschluss – trotz des Abflachens der bisherigen Wachstumskurven – weiter fortsetzen. Die Experten prognostizieren in Deutschland ein Wachstum bei Breitbandanschlüssen auf 36 Mio. bis 2015 und Datenübertragungsgeschwindigkeiten von teilweise mehr als 100 MBit/s. Bei der Anzahl der Breitbandverbindungen (UMTS) im Mobilfunk wird von den Experten eine Vervierfachung auf 41 Mio. bis 2015 erwartet.

Hinter dem rasanten Wachstum steckt vor allem eines: die zunehmende Höhe der Bandbreiten, die gleichbedeutend ist mit der Leistungsfähigkeit des Breitbandnetzes. Ohne diese Entwicklung wären attraktive Anwendungen wie Internet-Telefonie, Internet-TV oder Video-on-Demand nicht möglich. Der Nutzer nimmt Geschwindigkeit wahr durch mehr Komfort und durch weitere Anwendungsmöglichkeiten. Dieser „Markttreiber“ wird auch künftig bei webbasierten Anwendungen – Stichwort „Software-as-a-Service“ und „Cloud Computing“ – eine zentrale Rolle spielen und die Bandbreiten müssen und werden weiter zunehmen. Schon heute wächst das weltweite Datenvolumen im Internet nach BITKOM-Berechnungen jährlich um 50 – 60 %.

Die anhaltende Verbreitung der Breitband-Anschlüsse hat positive Einflüsse auf viele andere Märkte, in denen wir aktiv sind. Denn: Die zunehmende Haushaltsdurchdringung mit Breitband-Internetzugängen

erlaubt es uns, neue innovative Produkte und Services anzubieten, die der Nutzer ohne Leistungseinbußen nutzen kann. Und unsere Online-Portale GMX, WEB.DE und 1&1 sowie unsere Marketing-Marken AdLINK Media, Sedo und affilinet können dank steigender Breitband-Verbreitung zunehmend datenintensivere Werbeformate einsetzen.

Weiteres Wachstum auch für Webhosting und Online-Werbung erwartet

Auch der Webhosting-Industrie sagen die Marktforscher anhaltendes Wachstum voraus. So rechnen Gartner und IDC mit jährlichen Zuwachsraten von 15 bzw. 16 % bis 2010. Für Westeuropa rechnen die Marktforscher von IDC in ihrem European Managed Webhosting Forecast im Oktober 2007 – allein im Bereich des Hostings für Firmenkunden (B-to-B) – mit einem Plus von 10,4 % auf 4,6 Mrd. USD in 2009. Dabei werden allen europäischen Märkten, in denen wir aktiv sind, gute Wachstumsschancen attestiert: Deutschland (+8,4 %), Großbritannien (+10,4 %), Frankreich (+9,9 %), Österreich (+11,3 %) und Spanien (+12,4 %). Neue – unter den Stichworten „Software-as-a-Service“ oder „Cloud Computing“ subsumierte – webbasierte Services werden diesen „Outsourcing“-Trend (hin zu Internet-basierten, weg von PC-basierten Anwendungen) weiter verstärken.

Auch der Online-Werbemarkt soll weiterhin wachsen – wenngleich in 2009 ein wohl temporärer, jedoch deutlicher Abschwung des Wachstumstempos infolge der weltweiten Wirtschaftsprobleme erwartet wird. Insgesamt wird die Bedeutung der Online Werbung im Gesamt-Werbemix nach Meinung der meisten Experten weiter zunehmen. Die Studie „Marketers' Internet Ad Barometer 2008“ zeigt, dass acht von zehn europäischen Werbetreibenden in den kommenden Jahren stärker in Online-Werbung investieren wollen. Im Rahmen der von der European Interactive Advertising Association, dem Branchenverband der pan-europäischen Online-Vermarkter und Technologiedienstleister, in Auftrag gegebene Studie wurden leitende Marketing-Entscheider aus führenden Unternehmen in ganz Europa befragt. Knapp drei Viertel aller befragten Werbetreibenden in Europa (73 %; 2006: 52 %) nutzen demnach verstärkt das Internet als Werbemedium. Über ein Drittel der befragten Entscheider sehen das Internet dabei als unverzichtbaren Kanal für ihr Marketing an. 2006 lag dieser Anteil noch bei 17 %. 82 % der Unternehmen, die ihr Online-Werbebudget in 2008 steigern, verlagern Teile ihrer Media-Etats aus Print, TV und Direktmarketing ins Internet.

Chancen für United Internet

Wir sehen Dank unserer erfolgreichen und stabilen Positionierung in den Wachstumsmärkten DSL, Webhosting, Portalgeschäft und Online-Marketing auch für den weiteren Geschäftsverlauf 2009 gute Chancen. Gleichwohl sind alle Prognosen durch die schwierige Einschätzung der weiteren konjunkturellen Entwicklung mit Unsicherheiten behaftet.

Insgesamt erwarten wir auf Konzernebene für 2009 ein leichtes Umsatzwachstum. Nachdem wir im Geschäftsjahr 2008 bei EBITDA und EBIT neue Höchststände erreicht haben, wollen wir im Geschäftsjahr 2009 – trotz der Schwäche im Online-Werbe­geschäft – EBITDA und EBIT auf Vorjahresniveau halten.

Konzern-Zwischenabschluss zum 31. März 2009

Bilanz in T€

Vorwort
Lagebericht
Zwischenabschluss
Anhang

15

	31. März 2009	31. Dezember 2008*
VERMÖGENSWERTE		
Kurzfristige Vermögenswerte		
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	30.679	55.372
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	115.815	119.066
Vorräte	18.292	19.048
Rechnungsabgrenzungsposten	33.017	28.791
Ausleihungen an Gemeinschaftsunternehmen	1.700	0
Sonstige Vermögenswerte	19.058	12.737
	218.561	235.014
Langfristige Vermögenswerte		
Anteile an assoziierten Unternehmen / Gemeinschaftsunternehmen	217.812	221.684
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	75.283	72.785
Sachanlagen	86.828	86.494
Immaterielle Vermögenswerte	110.119	97.512
Firmenwerte	408.502	378.876
Latente Steueransprüche	8.344	9.632
	906.888	866.983
Summe Vermögenswerte	1.125.449	1.101.997
SCHULDEN UND EIGENKAPITAL		
Schulden		
Kurzfristige Schulden		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	138.204	170.743
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	66.539	16.069
Erhaltene Anzahlungen	6.579	6.453
Steuerrückstellungen	35.631	33.855
Rechnungsabgrenzungsposten	120.554	106.401
Sonstige Rückstellungen	5.446	4.513
Sonstige Verbindlichkeiten	52.959	57.065
	425.912	395.099
Langfristige Schulden		
Wandelschuldverschreibungen	74	74
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	468.417	528.301
Latente Steuerschulden	22.482	17.351
Sonstige Verbindlichkeiten	23.501	15.592
	514.474	561.318
Summe Schulden	940.386	956.417
Eigenkapital		
Grundkapital	251.469	251.469
Kapitalrücklage	164.718	163.896
Kumuliertes Konzernergebnis	43.405	5.619
Eigene Anteile	-264.987	-264.987
Neubewertungsrücklage	7.225	10.002
Währungsumrechnungsdifferenz	-25.050	-28.692
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital	176.780	137.307
Minderheitsanteile	8.283	8.273
Summe Eigenkapital	185.063	145.580
Summe Schulden und Eigenkapital	1.125.449	1.101.997

* Angepasst - Vergleiche Anmerkung 2 des Quartalsberichts 2009

Konzern-Zwischenabschluss zum 31. März 2009

Gewinn- und Verlustrechnung in T€

	2009 Januar–März	2008 Januar–März
Umsatzerlöse	423.352	401.969
Umsatzkosten	-267.130	-242.468
Bruttoergebnis vom Umsatz	156.222	159.501
Vertriebskosten	-62.627	-66.786
Verwaltungskosten	-20.164	-19.734
Sonstige betriebliche Erträge / Aufwendungen	1.607	2.977
Abschreibungen auf im Rahmen von Unternehmenserwerben aktivierte immaterielle Vermögenswerte	-4.365	-5.539
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	70.673	70.419
Finanzergebnis	-8.939	-5.452
Ergebnis aus at-equity bilanzierten Unternehmen	-5.078	-180
Ergebnis vor Steuern	56.656	64.787
Steueraufwendungen	-18.752	-19.669
Konzernergebnis	37.904	45.118
Davon entfallen auf		
- Minderheitsanteile	118	362
- Anteilseigner der United Internet AG	37.786	44.756
Ergebnis je Aktie der Anteilseigner der United Internet AG (in €)		
- unverwässert	0,16	0,19
- verwässert	0,16	0,19
Gewichteter Durchschnitt der im Umlauf befindlichen Aktien (in Mio. Stück)		
- unverwässert	229,47	230,85
- verwässert	229,50	231,61
Überleitung zum gesamten Konzernergebnis		
Konzernergebnis	37.904	45.118
Im Eigenkapital erfasste Ergebnisse		
- Veränderung der Währungsdifferenzen	3.642	-8.008
- Marktwertveränderung von als zur Veräußerung verfügbaren Finanzinstrumenten nach Steuern	-2.739	-7.936
	903	-15.944
Gesamtes Konzernergebnis	38.807	29.174
Davon entfallen auf		
- Minderheitsanteile	156	66
- Anteilseigner der United Internet AG	38.651	29.108

Konzern-Zwischenabschluss zum 31. März 2009

Segmentberichterstattung in T€

1. Quartal 2009	Produkt-Segment T€	Online-Marketing-Segment T€	Zentrale / Beteiligungen T€	Überleitung T€	United Internet-Gruppe T€
Gesamtumsatz	375.156	52.000	1.274	-	-
- davon konzernintern	2.387	1.594	1.097	-	-
Außenumsatz	372.769	50.406	177	-	423.352
EBITDA	77.946	3.044	2.534	-	83.524
EBIT	65.690	2.495	2.488	-	70.673
Finanzergebnis				-8.939	-8.939
Ergebnis aus at-equity bilanzierten Unternehmen				-5.078	-5.078
EBT					56.656
Steueraufwendungen				-18.752	-18.752
Net Income					37.904
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	6.376	83	6		6.465
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	12.256	549	46		12.851
Anzahl der Mitarbeiter	4.088	494	28		4.610
- davon Inland	3.361	276	28		3.665
- davon Ausland	727	218	0		945

1. Quartal 2008	Produkt-Segment T€	Online-Marketing-Segment T€	Zentrale / Beteiligungen T€	Überleitung T€	United Internet-Gruppe T€
Gesamtumsatz	348.445	57.097	1.395	-	-
- davon konzernintern	2.483	1.262	1.223	-	-
Außenumsatz	345.962	55.835	172	-	401.969
EBITDA	77.165	5.343	705	-	83.213
EBIT	64.942	4.829	648	-	70.419
Finanzergebnis				-5.452	-5.452
Ergebnis aus at-equity bilanzierten Unternehmen				-180	-180
EBT					64.787
Steueraufwendungen				-19.669	-19.669
Net Income					45.118
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	5.369	249	3		5.621
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	12.223	514	57		12.794
Anzahl der Mitarbeiter	3.572	493	32		4.097
- davon Inland	2.936	262	32		3.230
- davon Ausland	636	231	0		867

Konzern-Zwischenabschluss zum 31. März 2009

Entwicklung des Eigenkapitals in T€

	Grundkapital		Kapitalrücklage T€	Kumuliertes Konzernergebnis T€
	Stückelung	T€		
Stand am 1. Januar 2008	251.433.972	251.434	160.095	171.688
Mitarbeiterbeteiligungsprogramm AdLINK Internet Media			183	
Mitarbeiterbeteiligungsprogramm United Internet			557	
Marktwertveränderung von als zur Veräußerung verfügbaren Finanzinstru- menten nach Steuern				
Zuführung eigener Anteile				
Veränderung der Währungsdifferenzen				
Konzernergebnis 2008				44.756
Veränderung Beteiligungsquoten				
Stand am 31. März 2008	251.433.972	251.434	160.835	216.444
Stand am 1. Januar 2009	251.433.972	251.469	163.896	5.619
Mitarbeiterbeteiligungsprogramm AdLINK Internet Media			54	
Mitarbeiterbeteiligungsprogramm United Internet			768	
Marktwertveränderung von als zur Veräußerung verfügbaren Finanzinstru- menten nach Steuern				
Veränderung der Währungsdifferenzen				
Konzernergebnis 2009				37.786
Gewinnausschüttungen				
Veränderung Beteiligungsquoten				
Stand am 31. März 2009	251.433.972	251.469	164.718	43.405

	Eigene Anteile		Neube- wertungs- rücklage	Währungs- umrechnungs- differenz	Auf die Anteilseigner des Mutter- unternehmens entfallendes Eigenkapital	Minderheits- anteile	Summe Eigenkapital
	Stückelung	T€					
	18.000.000	-213.338	9.411	-7.726	371.564	12.377	383.941
					183		183
					557		557
			-7.640		-7.640	-296	-7.936
	4.000.000	-51.649			-51.649		-51.649
				-8.008	-8.008		-8.008
					44.756	362	45.118
					0	21	21
	22.000.000	-264.987	1.771	-15.734	349.763	12.464	362.227
	22.000.000	-264.987	10.002	-28.692	137.307	8.273	145.580
					54	5	59
					768		768
			-2.777		-2.777	38	-2.739
				3.642	3.642		3.642
					37.786	118	37.904
					0	-151	-151
					0		0
	22.000.000	-264.987	7.225	-25.050	176.780	8.283	185.063

Konzern-Zwischenabschluss zum 31. März 2009

Kapitalflussrechnung in T€

	2009 Januar–März	2008 Januar–März
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit		
Konzernergebnis	37.904	45.118
Berichtigungen zur Überleitung des Konzernergebnisses zu den Einnahmen und Ausgaben		
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	8.486	7.255
Abschreibungen auf im Rahmen von Unternehmenserwerben aktivierte immaterielle Vermögenswerte	4.365	5.539
Personalaufwand aus Mitarbeiterbeteiligungen	827	740
Ergebnis aus at-equity bilanzierten Unternehmen	5.078	180
Veränderungen der Ausgleichsposten für latente Steueransprüche	3.609	465
Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen / Erträge	-2.364	3.622
Cash Flow der betrieblichen Tätigkeit	57.905	62.919
Veränderungen der Vermögenswerte und Schulden		
Veränderung der Forderungen und sonstiger Vermögenswerte	-1.313	29.444
Veränderung der Vorräte	756	2.328
Veränderung des aktiven Rechnungsabgrenzungspostens	-1.226	589
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-32.998	-54.081
Veränderung der erhaltenen Anzahlungen	126	541
Veränderung der sonstigen Rückstellungen	0	486
Veränderung der Steuerrückstellungen	1.507	3.851
Veränderung der sonstigen Verbindlichkeiten	-3.057	-3.235
Veränderung des passiven Rechnungsabgrenzungspostens	2.729	-528
Veränderungen der Vermögenswerte und Schulden, gesamt	-33.476	-20.605
Nettoeinnahmen der betrieblichen Tätigkeit	24.429	42.314

	2009 Januar–März	2008 Januar–März
Cash Flow aus dem Investitionsbereich		
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	-6.465	-5.621
Erwerb weiterer Anteile an verbundenen Unternehmen	0	-1.822
Erwerb von Anteilen an verbundenen Unternehmen	-32.817	0
Erwerb von Anteilen an assoziierten Unternehmen/Gemeinschaftsunternehmen	-1.000	-82.206
Investitionen in sonstige finanzielle Vermögenswerte	0	-12.750
Aus-/Einzahlungen von Darlehen an Gemeinschaftsunternehmen	-1.700	4.000
Auszahlungen aus der Ausgabe von Darlehen	0	-76
Anlagenabgänge	65	34
Rückzahlungen von Anteilen an assoziierten Unternehmen	727	8.612
Nettoausgaben im Investitionsbereich	-41.190	-89.829
Cash Flow aus dem Finanzierungsbereich		
Erwerb eigener Aktien	0	-51.649
Rückzahlung/Aufnahme von Krediten	-8.613	100.192
Rückzahlungen von Darlehen von assoziierten Unternehmen	0	-2.800
Einzahlungen von Minderheitsgesellschaftern	0	3.548
Ausschüttungen an Minderheiten	-151	0
Rückzahlungen von Wandelschuldverschreibungen	-1	0
Nettoausgaben/-einnahmen im Finanzierungsbereich	-8.765	49.291
Nettorückgang/-anstieg der Zahlungsmittel und der Zahlungsmitteläquivalente	-25.526	1.776
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres	55.372	59.770
Wechselkursbedingte Änderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	833	-1.593
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode	30.679	59.953

Konzern-Zwischenabschluss

Anhang

1 Informationen zum Unternehmen

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

2 Wesentliche Bilanzierungs-, Bewertungs- und Konsolidierungsgrundsätze

Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss für den Zeitraum vom 1. Januar 2009 bis zum 31. März 2009 wurde gemäß *IAS 34 Zwischenberichterstattung* aufgestellt.

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

IFRS 8 – Geschäftssegmente

IFRS 8 wurde im November 2006 veröffentlicht und ist erstmals in der Berichtsperiode anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2009 beginnt. IFRS 8 verlangt die Angabe von Informationen über die Geschäftssegmente eines Unternehmens und ersetzt den bisherigen *IAS 14 Segmentberichterstattung*. IFRS 8 folgt dem so genannten Management-Ansatz, wonach sich die Berichterstattung nach Finanzinformationen richtet, die von den Entscheidungsträgern des Unternehmens zur internen Steuerung des Unternehmens verwendet werden. Bestimmend dabei sind die interne Berichts- und Organisationsstruktur sowie solche Finanzgrößen, die zur Entscheidungsfindung über die Allokation von Ressourcen und die Bewertung der Ertragskraft herangezogen werden.

IAS 1 – Darstellung des Abschlusses

Der überarbeitete Standard IAS 1 wurde im September 2007 veröffentlicht und ist erstmals in der Berichtsperiode anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2009 beginnt. Die Neufassung des Standards beinhaltet wesentliche Änderungen in Darstellung und Ausweis

von Finanzinformationen im Abschluss. In der Eigenkapitalveränderungsrechnung beispielsweise dürfen künftig nur Geschäftsvorfälle mit den Anteilseignern in ihrer Eigenschaft als Anteilseigner ausgewiesen werden. Die anderen Änderungen des Eigenkapitals sind in der Darstellung des Gesamtperiodenerfolgs auszuweisen, die entweder in Form einer einzelnen Aufstellung oder in Form von zwei Aufstellungen (einer Gewinn- und Verlustrechnung und einer Darstellung des Gesamtperiodenerfolgs) aufgestellt werden kann.

Rückwirkende Anpassung

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

Der United Internet Konzern verfügt über ein Zins-sicherungsgeschäft, welches nicht die Voraussetzungen des IAS 39 zum *Hedge Accounting* erfüllt und erfolgswirksam zum beizulegenden Wert erfasst wird. Der negative beizulegende Zeitwert betrug zum 31. Dezember 2008 6.671 T€ und wurde unter den kurzfristigen sonstigen Verbindlichkeiten ausgewiesen. Der Vorjahresausweis wurde angepasst und es wurde ein Betrag in Höhe von 4.700 T€ von den kurzfristigen in die langfristigen sonstigen Verbindlichkeiten umgegliedert.

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

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

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

3 Unternehmensbeteiligungen und -zusammenschlüsse

Die United Internet Beteiligungen GmbH hat mit Vertrag vom 12. Dezember 2008 – vorbehaltlich der Freigabe durch die zuständigen Kartellbehörden – die Anteile an der united-domains AG erworben. Nach der Freigabe der Kartellbehörden am 30. Januar 2009 wurde die Übernahme am 27. Februar 2009 vollzogen. Der vorläufige Kaufpreis wurde vollständig in bar beglichen, die vorläufigen Anschaffungskosten belaufen sich auf 33.951 T€ und umfassen neben dem Kaufpreis auch direkt zurechenbare Kosten in Höhe von 134 T€. Von dem vorläufigen Kaufpreis wurden 7.000 T€ als Sicherheitsgarantie für United Internet hinterlegt. Der endgültige Kaufpreis wird nach Vorliegen des Jahresabschlusses für das Geschäftsjahr 2008 der united-domains AG ermittelt. Die united-domains AG wird auch weiterhin von den Gründern geleitet, die sich nach Abschluss der Übernahme mit insgesamt 15 % an der united-domains AG beteiligt haben. Der Kaufpreis für diese Anteile wurde gestundet. Gleichzeitig wurde im Rahmen des Erwerbs dieser Anteile den Gründern eine Put-Option auf ihre Anteile eingeräumt, die erstmals in 2014 ausübbar ist. Die Höhe der Kaufpreise hängen im Wesentlichen von der Ergebnisentwicklung der Gesellschaft ab.

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

	T€
Barleistung	33.817
Forderung aus Kaufpreisstundung	-5.100
Verbindlichkeit aus Optionsvereinbarung	5.100
Kaufpreis	33.817
Anschaffungsnebenkosten	134
Vorläufige Anschaffungskosten	33.951

	Zeitwerte T€	Buchwerte T€
Marke	2.000	0
Kundenstamm / Auftragsbestand	13.400	0
Sachanlagen	345	345
Liquide Mittel	1.762	1.762
Sonstige Vermögenswerte	1.439	1.439
Kundenforderungen	318	318
Aktive Rechnungsabgrenzungsposten	3.000	3.000
Aktive latente Steuern	2.100	2.100
Latente Steuerschulden	-4.620	0
Passive Rechnungsabgrenzungsposten	-10.417	-10.417
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-457	-457
Sonstige Verbindlichkeiten	-1.496	-1.496
Steuerrückstellungen	-269	-269
	7.105	-3.675
Firmenwert	26.846	
Vorläufige Anschaffungskosten	33.951	

Der Firmenwert in Höhe von 26.846 T€ resultiert aus erwarteten Synergien aus dem Unternehmenserwerb.

Der Zahlungsmittelabfluss aufgrund des Unternehmenserwerbs stellt sich wie folgt dar:

	T€
Abfluss von Zahlungsmitteln	33.951
Übernommene Zahlungsmittel	1.762
Tatsächlicher Zahlungsmittelabfluss	32.189

Am 25. Februar 2009 wurde von der Sedo USA ein Kaufvertrag über den Erwerb eines Domain Parking Geschäftes abgeschlossen. Im Rahmen des Kaufvertrages wurde der Kundenstamm, die Marke und alle zugehörigen Software des Domain-Parking Service Anbieters erworben. Die vorläufigen Anschaffungskosten belaufen sich auf 628 T€ und umfassen neben dem Kaufpreis auch direkt zurechenbare Kosten in Höhe von 10 T€. Aus dieser Transaktion resultiert ein Firmenwert in Höhe von 101 T€.

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

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

4 Segmentberichterstattung

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

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

Transaktionen zwischen den Segmenten werden zu Marktpreisen berechnet.

Die Segmentberichterstattung der United Internet AG stellt sich für den Berichtszeitraum 2009 wie in der Tabelle auf Seite 17 dar.

5 Personalaufwand

Der Personalaufwand für den Berichtszeitraum 2009 beträgt 45.727 T€ (Vorjahr 40.948 T€). United Internet beschäftigte Ende März 2009 insgesamt 4.610 Mitarbeiter, davon 945 im Ausland. Die Anzahl der Mitarbeiter Ende März 2008 belief sich auf 4.097, davon 867 im Ausland.

6 Abschreibungen

Die Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen belaufen sich auf 8.486 T€ (Vorjahr 7.255 T€). Die Abschreibungen auf im Rahmen von Unternehmenserwerben aktivierte immaterielle Vermögenswerte belaufen sich auf 4.365 T€ (Vorjahr 5.539 T€).

Die gesamten Abschreibungen des Berichtszeitraumes 2009 belaufen sich somit auf 12.851 T€ (Vorjahr 12.794 T€).

7 Finanzergebnis

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

Erläuterungen zur Bilanz

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

8 Anteile an assoziierten Unternehmen / Gemeinschaftsunternehmen

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

	2009 T€
Buchwert zum Beginn des Geschäftsjahres	221.684
Zugänge	1.000
Korrekturen	
- Ergebnisanteile	-5.078
- Sonstiges	933
Abgänge	-727
	217.812

Der Zugang resultiert aus weiteren Investitionen in den European Founders Fund Nr. 1. Die sonstigen Korrekturen in Höhe von 933 T€ betreffen negative Ergebnisanteile von assoziierten Unternehmen mit einem Beteiligungsbuchwert von 0 T€. Die negativen Erfolgsbeiträge von assoziierten Unternehmen mit einem Beteiligungsbuchwert von 0 T€ wurden nur dann berücksichtigt, sofern den assoziierten Unternehmen langfristige Darlehen zur Verfügung gestellt wurden oder Kredit- / Haftungszusagen bestehen. Der Abgang resultiert aus Kapitalrückzahlungen des European Founders Fund Nr. 1.

	01.01.2009 T€	Zugang T€	erfolgsneutrale Fortschreibung der Neube- wertungsrücklage		Währungs- effekte T€	Abgang T€	31.03.2009 T€
			Recycling T€	Zuführung T€			
Anteile Goldbach	12.047			413			12.460
Anteile Drillisch	8.909			-3.193			5.716
Anteile Afilias	7.726						7.726
Portfolio-Unter- nehmen der EFF Nr. 3	41.816						41.816
Übrige	2.287	5.168			120	-10	7.565
	72.785	5.168	0	-2.780	120	-10	75.283

9 Sonstige finanzielle Vermögenswerte

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

Zu dem Zugang der übrigen sonstigen finanziellen Vermögenswerte verweisen wir auf Anmerkung 3.

Die Firmenwerte belaufen sich auf 408.502 T€ und werden für jedes Geschäftssegment von United Internet dargestellt:

	2009 T€	2008 T€
Produkt-Segment	319.095	289.570
Online-Marketing-Segment	89.407	89.306
	408.502	378.876

10 Sachanlagen, immaterielle Vermögenswerte und Firmenwerte

Im Zwischenberichtszeitraum wurden insgesamt 6.465 T€ (Vorjahr 5.621 T€) in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte investiert. Der Schwerpunkt lag dabei in der Erweiterung der Infrastruktur sowie der Rechenzentren.

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

Der Anstieg der Firmenwerte in Höhe von 29.626 T€ resultiert mit 26.846 T€ aus dem Erwerb der united-domains AG. Aus Effekten der Fremdwährungsumrechnung resultiert im Produkt-Segment ein Anstieg der Firmenwerte in Höhe von 2.679 T€.

11 Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten

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

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

Die Betriebsmittelkreditlinien der United Internet AG von insgesamt 55,0 Mio. € haben Laufzeiten bis Juni 2009 und September 2009 bzw. stehen bis auf Weiteres zur Verfügung.

Darüber hinaus stehen aus dem noch nicht abgerufenen Teil des syndizierten Konsortialkredits Mittel in Höhe von 130 Mio. € bis zum 13. September 2012 zur Verfügung.

12 Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten

Bei den sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten handelt es sich im Wesentlichen um Verbindlichkeiten gegenüber dem Finanzamt und um Verbindlichkeiten aus Gehalt und Sozialabgaben.

13 Sonstige langfristige Verbindlichkeiten

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

14 Grundkapital

Das voll eingezahlte Grundkapital beträgt zum 31. März 2009 251.469.184 €, eingeteilt in 251.469.184 auf den Namen lautende Stückaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 1 €.

Zum 31. März 2009 hielt die Gesellschaft insgesamt 22,0 Mio. Stück eigene Aktien bzw. 8,75 % des aktuellen Grundkapitals. Eigene Anteile kürzen das Eigenkapital und sind nicht dividendenberechtigt.

15 Neubewertungsrücklage

Der Rückgang der Neubewertungsrücklage ist auf die Folgebewertung der Anteile an Goldbach und Drillisch zurückzuführen. Gewinne und Verluste aus der Folgebewertung auf den beizulegenden Zeitwert werden direkt im Eigenkapital netto – d. h. abzüglich von latenten Steuern – erfasst. Wir verweisen auf Anmerkung 9.

Sonstiges

16 Geschäftsbeziehungen zu nahe stehenden Personen

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

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

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

Aktienbesitz (Stück)	31. März 2009
Vorstand	
Ralph Dommermuth	92.000.000
Norbert Lang	576.128
	92.576.128
Aufsichtsrat	
Kurt Dobitsch (Vors.)	-
Kai-Uwe Ricke	-
Michael Scheeren	700.000
	700.000

Die Geschäftsräume von United Internet in Montabaur sind von Herrn Ralph Dommermuth gemietet. Die daraus entstehenden Mietaufwendungen liegen auf ortsüblichem Niveau und belaufen sich im Berichtszeitraum 2009 auf 436 T€ (Vorjahr 394 T€).

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


Es haben keine wesentlichen Transaktionen stattgefunden.

17 Ereignisse nach dem Stichtag

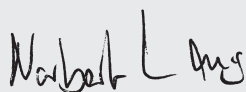
Nach dem Stichtag sind keine Vorgänge von wesentlicher Bedeutung eingetreten, die zu einer anderen Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage geführt hätten.

Montabaur, 13. Mai 2009

United Internet AG



Ralph Dommermuth



Norbert Lang

Finanzkalender 2009

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

Impressum

Herausgeber und Copyright © 2009

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

Kontakt

Investor Relations
Telefon: 02602 96-1631
Telefax: 02602 96-1013
E-Mail: investor-relations@united-internet.de

Mai 2009
Registergericht: Montabaur HRB 5762