

Halbjahresfinanzbericht 2009



Sehr geehrte Aktionäre, Mitarbeiter und Freunde von United Internet!



United Internet kann auf ein erfolgreiches 1. Halbjahr 2009 zurückblicken. Wir konnten sowohl im operativen Geschäft wie auch bei der Marktkonsolidierung durch Übernahmen und Beteiligungen in mehreren wichtigen Geschäftsfeldern deutliche Fortschritte erzielen.

Nachdem wir uns bereits im 1. Quartal 2009 mit der Übernahme von united-domains im Webhosting weiter verstärkt haben, konnten wir im 2. Quartal einen Vertrag über den Kauf des freenet DSL-Geschäfts sowie eine Vereinbarung über eine präferierte Zusammenarbeit beim Vertrieb unserer DSL-Produkte über die rund 1.000 mobilcom-debitel-Shops sowie das Internet-Portal freenet.de abschließen. Aus heutiger Sicht rechnen wir damit, dass wir die freenet-DSL-Verträge bis zum Jahresende auf unsere Systeme migrieren können. Darüber hinaus haben wir uns Anfang Juli 2009 mit der Hi-media Group darauf geeinigt, dass wir unser Display-Marketing Geschäft in die börsennotierte Hi-media S.A. einbringen und im Gegenzug 10,7 % der Anteile an Hi-media sowie zusätzlich rund 12,2 Mio. € in bar oder in Aktien erhalten.

In unserem operativen Geschäft konnte – trotz weltweiter Rezession und der damit verbundenen Schwäche des Online-Werbemarktes – der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um 3,7 % von 814,4 Mio. € auf 844,5 Mio. € gesteigert werden. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) lag mit 174,2 Mio. € (Vorjahr: 171,8 Mio. €) ebenso wie das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) mit 148,0 Mio. € (Vorjahr: 146,0 Mio. €) leicht über dem Vorjahresniveau (jeweils 1,4 %). Aufgrund negativer Ergebnisbeiträge aus at-equity bilanzierten Beteiligungen und höherer Zinsaufwendungen betrug das Ergebnis pro Aktie (EPS) 0,36 € (nach 0,39 € im Vorjahr).

Im dominanten Segment „Produkte“ konnten wir die Zahl der kostenpflichtigen Kundenverträge zum 30. Juni 2009 im Vergleich zum 31. Dezember 2008 um 1,1 Mio. (inkl. freenet-DSL) auf 9,05 Mio. steigern. Im „Information Management“ stiegen die Kundenverträge im 1. Halbjahr 2009 um 100.000 auf 1,46 Mio. Das „Webhosting“ wuchs um 340.000 Verträge auf 3,96 Mio. Dabei stiegen die Webhosting-Verträge im Ausland um 140.000 auf 2,07 Mio. Im DSL-Geschäft konnten wir bei DSL-Komplettpaketen stark wachsen und inklusive der

Verträge aus der Übernahme des freenet-DSL-Geschäfts um weitere 800.000 Verträge auf 1,58 Mio. zulegen. Im Bereich Resale- / T-DSL sank hingegen die Kundenzahl trotz der Übernahme der freenet Kunden um 150.000 auf 1,89 Mio – insbesondere durch den hohen Churn bei Resale-Verträgen und der aktiven Migration der Kunden auf Komplettpakete. Der Segment-Umsatz stieg um 6,1 % auf 745,6 Mio. €. EBITDA und EBIT liegen mit 163,5 Mio. € bzw. 138,6 Mio. € ebenfalls leicht über den Vorjahreswerten (jeweils 0,7 %).

Während sich das Produktgeschäft sehr krisenfest zeigte, wurde das Segment „Online-Marketing“ von Wirtschaftskrise und Werbeflaute negativ beeinflusst. So lagen der Segment-Umsatz mit 98,6 Mio. € (-11,5 %) sowie EBITDA mit 5,3 Mio. € (-47,0 %) und EBIT mit 4,2 Mio. € (-52,8 %) wie erwartet deutlich unter dem Vorjahr.

Mit dem Verkauf des Display-Marketing Geschäfts im 3. Quartal 2009 ist dieser Bereich zukünftig nach IFRS 5 rückwirkend zu dekonsolidieren. Mit Blick auf den weiteren Geschäftsverlauf freuen wir uns, unsere Prognose für 2009 anheben zu können. Konkret erwarten wir nunmehr beim Umsatz eine Steigerung um rund 5 % gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreswert von 1,57 Mrd. €. Bei EBITDA und EBIT wollen wir 2009 ebenfalls um ca. 5 % wachsen. Bei unseren Kundenverträgen rechnen wir bis zum Jahresende mit einem Wachstum um ca. 1,25 Mio. auf ca. 9,20 Mio. Verträge, darunter ca. 3,42 Mio. DSL-Verträge (+600.000).

Montabaur, 13. August 2009

Ralph Dommermuth
Vorstandsvorsitzender

Inhaltsverzeichnis

4	Lagebericht zum 1. Halbjahr 2009
15	Konzern-Bilanz
16	Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
18	Konzern-Kapitalflussrechnung
20	Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals
22	Segmentberichterstattung
23	Konzern-Anhang
30	Versicherung der gesetzlichen Vertreter

Ausgewählte Kennzahlen nach IFRS

		Jan.–Juni 2009	Jan.–Juni 2008
Umsatz	Mio.€	844,5	814,4
Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	Mio.€	174,2	171,8
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	Mio.€	148,0	146,0
Konzernergebnis	Mio.€	83,0	90,3
Mitarbeiter	Anzahl	4.606	4.269
Aktienkurs per Ende Juni (Xetra)	€	8,34	12,52
Ergebnis je Aktie	€	0,36	0,39

Quartalsentwicklung*	Q3 2008 Mio.€	Q4 2008 Mio.€	Q1 2009 Mio.€	Q2 2009 Mio.€	Q2 2008 Mio.€
Umsatz	407,4	427,8	423,4	421,1	412,4
EBITDA	77,7	69,3	83,5	90,7	88,6
EBIT	64,2	46,4	70,7	77,3	75,6
Konzernergebnis	-103,8	-108,0	37,9	45,1	45,2

* Im Konzernergebnis 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. Halbjahr 2009

Wirtschaftliches Umfeld

IWF sieht Weltwirtschaft am Ende der rezessiven Phase

Der Internationale Währungsfonds (IWF) hat seine Prognose für die Weltwirtschaft in diesem Jahr noch einmal (moderat) nach unten angepasst und erwartet im Rahmen seines Prognose-Updates vom Juli 2009 zum „World Economic Outlook“ ein Minus von 1,4 % und damit geringfügig mehr als noch im April 2009 (-1,3 %). Nach Einschätzung des IWF befindet sich die Weltwirtschaft damit am Ende der rezessiven Phase, wenngleich die konjunkturelle Stabilisierung noch ungleich über den Globus verteilt ist und der Erholungsprozess erst einmal schwach ausfallen wird. Angesichts der (noch) fragilen Aufschwungbewegung spricht sich der IWF zudem für eine weitere Ausdehnung staatlicher Konjunkturprogramme aus.

Für die US-Wirtschaft rechnet der IWF in diesem Jahr mit einem Minus von 2,6 % (April-Prognose: -2,8 %). Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) der Eurozone wird nach IWF-Einschätzung in diesem Jahr um 4,8 % (April-Prognose: -4,2 %) zurückgehen. Die Rezession in der Eurozone hat nach Einschätzung führender Wirtschaftsinstitute aber bereits deutlich an Tempo verloren. Für das zweite Quartal sagten das Münchner Ifo-Institut, das italienische ISAE und die französische Statistikbehörde INSEE ein Schrumpfen der Wirtschaftsleistung um 0,6 % voraus – nachdem die globale Wirtschaftskrise die Eurozone zu Jahresbeginn noch mit voller Wucht getroffen hat und das BIP von Januar bis März um 2,5 % zurückgehen ließ. Damit fiel das Minus in der Eurozone im 1. Quartal noch höher aus als in den USA, deren Wirtschaft um 1,4 % eingebrochen war.

Für Deutschland erwartet der IWF in 2009 ein Rekordminus von 6,2 % (April-Prognose: -5,6 %). Damit würde Deutschland unter den G-7-Staaten in diesem Jahr den stärksten Wirtschaftseinbruch erleiden.

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

Nach Einschätzung des Branchenverbandes BITKOM anlässlich der Vorstellung der aktuellen Marktprognose im Juli 2009 geht die Wirtschaftskrise auch an der deutschen Hightech-Industrie nicht spurlos vorbei, trifft sie aber nicht so stark wie einige andere Branchen.

Nach der Juli-Prognose des BITKOM wird der Umsatz mit Produkten und Diensten der Informationstechnik und Telekommunikation (ITK) in Deutschland im Jahr 2009 um 2,5 % auf insgesamt 141 Mrd. € zurückgehen – nachdem der Verband in seiner März-Prognose noch von einem Umsatz auf Vorjahresniveau (144,6 Mrd. €) ausging. Für den Bereich Informationstechnik erwartet der Verband nun im Jahr 2009 ein Minus von 2,2 % auf 64,7 Mrd. € und für den Bereich Telekommunikation ein Minus um 2,0 % auf 64,5 Mrd. €. Am stärksten betroffen wird der Bereich der digitalen Unterhaltungselektronik, der 2009 voraussichtlich um 6,5 % schrumpfen und lediglich ein Volumen von 11,9 Mrd. € erreichen wird.

Die aus Sicht von United Internet wichtigsten ITK-Märkte DSL, Webhosting und Online-Marketing haben sich im 1. Halbjahr 2009 recht unterschiedlich entwickelt.

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

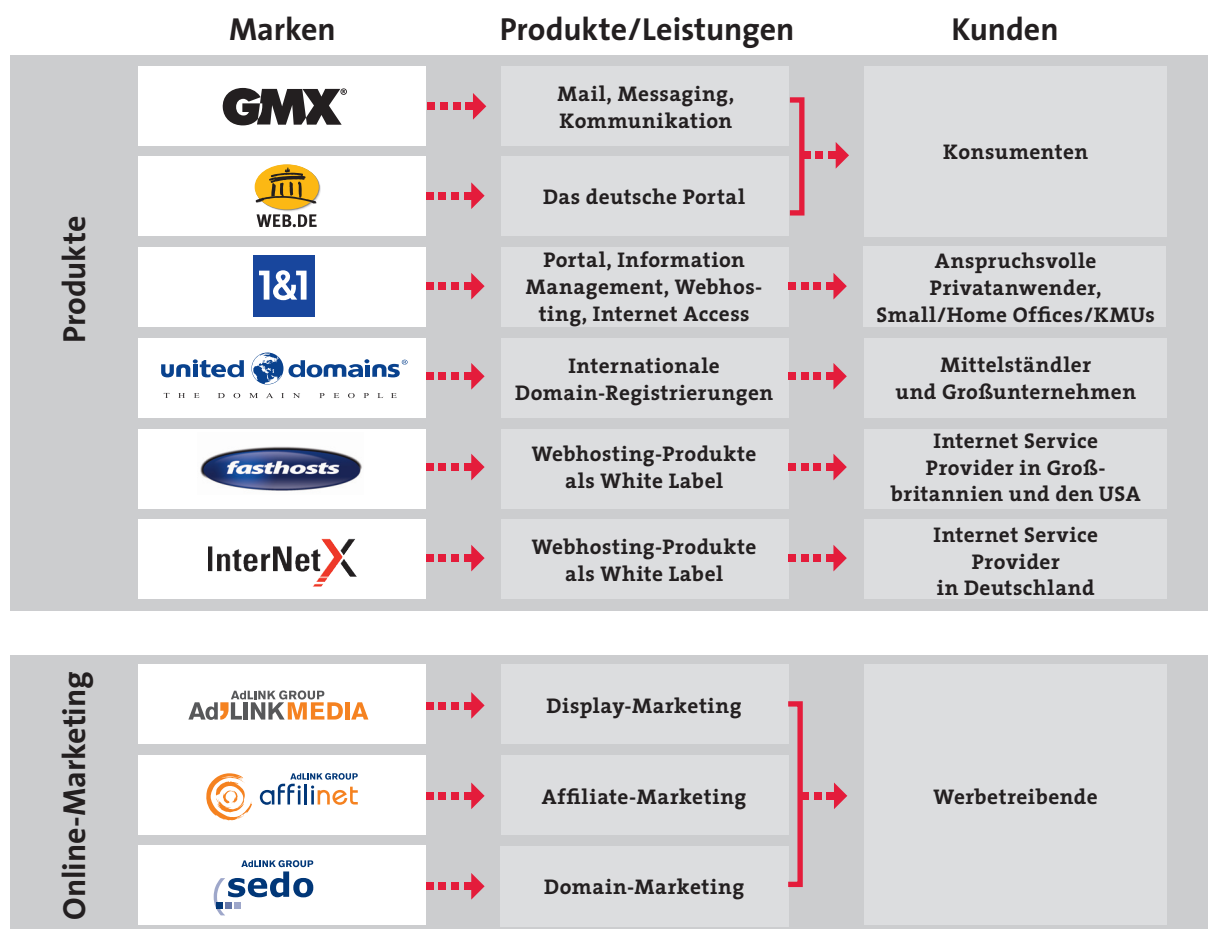
Der internationale Hosting-Markt ist weiterhin auf Wachstumskurs. So legte die Zahl der weltweit registrierten generischen Top-Level-Domains (wie .com, .net, .org) nach Auswertungen von RegistrarSTATS.com im 1. Halbjahr 2009 um 3,2 Mio. neue Domains auf insgesamt 110,5 Mio. Domains zu – ein Anstieg um 3,0 % 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 6 Monaten um 410.000 und somit um 3,3 % auf 12,86 Mio. Domains zulegen. Ein prozentual noch stärkeres Wachstum konnten die zuständigen Registrierungsstellen in unseren ausländischen Märkten Großbritannien (+5,3 % auf 7,70 Mio.), Frankreich (+11,5 % auf 1,46 Mio.), Spanien (+6,5 % auf 1,15 Mio.) und Österreich / Schweiz (+8,8 % auf 0,87 Mio. / +5,6 % auf 1,31 Mio.) für ihre jeweilige Länderdomain verzeichnen.

Im Gegensatz zu den konjunkturunabhängigeren Bereichen DSL und Webhosting trifft die Weltwirtschaftskrise den Werbemarkt noch stärker als erwartet.

Daher hat die Agenturgruppe Zenith Optimedia ihre Prognose zur Entwicklung der Werbeinvestitionen weiter nach unten korrigiert. Laut der Juliausgabe der Studie „Advertising Expenditure Forecast“ rechnet das Unternehmen aktuell mit einem Rückgang der weltweiten Brutto-Werbeausgaben um 8,5 % in 2009 – nachdem noch im April 2009 „lediglich“ ein Minus von 6,9 % und im Dezember 2008 ein Minus von 0,2 % prognostiziert wurde. Die Krise zeigt sich auch auf dem deutschen Werbemarkt, allerdings mit einem prognostizierten Minus von 6,2 % nicht ganz so heftig wie in einigen Nachbarländern. Rapide Rückgänge werden auch für Nordamerika (-10,3 %) und Westeuropa (-9,2 %) erwartet. Trotz der düsteren Aussichten sieht Zenith Optimedia – angesichts des bereits wieder besser verlaufenen 2. Quartals – die Talsohle bald erreicht. Nach Einschätzung von Zenith Optimedia wird das Internet

– dank der Vorteile bei Transparenz, Messbarkeit und Flexibilität – mit einem Plus von 10,1 % bei den Brutto-Werbeausgaben in 2009 das einzige Werbemedium sein, in das mehr Geld investiert wird als in 2008. Allerdings dürften die real bei den Online-Marketing-Firmen ankommenden Umsätze deutlich geringer ausfallen, da bei Zenith Optimedia nur die Brutto-Aufwendungen und somit die offiziellen Preislisten erfasst werden. Abschläge / Rabatte auf den Listenpreis, die aufgrund des harten Wettbewerbs und des Überangebots an Werbefläche in 2009 nochmals deutlich zugenommen haben, blieben in den Auswertungen und Prognosen unberücksichtigt.

Segmente und Marken



Geschäftsentwicklung im Konzern

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

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

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

Erfolgreiche Internationalisierung

Im Produktgeschäft sind wir mit unserer Produktlinie „Webhosting“ in Deutschland, Großbritannien, Frankreich, den USA, Österreich / Schweiz und Spanien aktiv. Darüber hinaus bedienen wir über unsere internationale Bestellseite Kunden aus zahlreichen weiteren Ländern. In unseren ausländischen Märkten konnten wir im 1. Halbjahr 2009 um 140.000 neue Kundenverträge wachsen und hielten zum 30. Juni 2009 insgesamt 2,07 Mio. Verträge.

Inklusive der Auslandsumsätze im Online-Marketing-Segment stieg der Konzernumsatz im Ausland im Berichtszeitraum auf 106,8 Mio. €.

Übernahme von united-domains

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

34,1 Mio. € wurde vollständig in bar beglichen. Nach Freigabe durch die Kartellbehörden wird die united-domains AG seit März 2009 in den Abschlüssen 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-Registrierer in Europa. Die Gesellschaft wird weiterhin von den Gründern geleitet, die sich im Rahmen einer zweiten Transaktion mit insgesamt rund 15 % an der Gesellschaft beteiligt haben.

Übernahme des freenet-DSL-Geschäfts

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

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

Mitarbeiter

United Internet beschäftigte Ende Juni 2009 insgesamt 4.606 Mitarbeiter (31. Dezember 2008: 4.565), davon 979 (31. Dezember 2008: 947) im Ausland.

Aktie und Dividende

Die Aktie der United Internet AG lag mit einem Kurs von 8,34 € zum 30. Juni 2009 um 32,6 % über dem Kursniveau vom 31. Dezember 2008 (6,29 €). Damit konnte unsere Aktie deutlich besser abschneiden als der Vergleichsindex TecDAX, der im 1. Halbjahr 2009 um 23,3 % zulegen konnte.

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

Entwicklung der Segmente

Produkt-Segment

Dominierender Geschäftsbereich der United Internet Gruppe war – mit einem Anteil von 88,3 % am Gesamtumsatz – auch im 1. Halbjahr 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 bei 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 Segment-Umsatz um 6,1 % auf 745,6 Mio. € steigern. EBITDA und EBIT blieben mit 163,5 Mio. € bzw. 138,6 Mio. € ebenfalls leicht (um jeweils 0,7 %) über den Vorjahreswerten. Die Kundengewinnungskosten wurden unverändert direkt als Aufwand verbucht. Die guten Finanz-Kennzahlen sind eng an unser quantitatives und qualitatives Kundenwachstum gekoppelt.

Zum 30. Juni 2009 hatten wir 9,05 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.

Im 1. Halbjahr 2009 konnten wir insbesondere in allen Produktlinien deutlich zulegen. Im „Information Management“ stiegen die Kundenverträge um 100.000 auf 1,46 Mio. Das „Webhosting“ wuchs – auch durch die erstmalige Konsolidierung von united-domains (180.000 Kundenverträge, davon 20.000 in Österreich und der Schweiz) – um 340.000 Verträge auf 3,96 Mio. Dabei stieg die Anzahl der Webhosting-Verträge im Ausland um 140.000 auf 2,07 Mio.

Im DSL-Geschäft konnten wir bei Komplettpaketen stark wachsen und inklusive der Verträge aus der Übernahme des freenet-DSL-Geschäfts um weitere 800.000 Verträge auf 1,58 Mio.* zulegen. Im Bereich Resale- / T-DSL sank hingegen die Kundenzahl trotz der Übernahme der freenet-Verträge – insbesondere durch den hohen Churn bei Resale-Verträgen und der aktiven Migration der Kunden auf Komplettpakete – um 150.000 auf 1,89 Mio.* Durch den gestiegenen Anteil der „Komplettverträge“ (inzwischen 45,5 % aller DSL-Verträge; 31. Dezember 2008: 27,7 %) haben sich die Qualität der Kundenbindung sowie die durchschnittlichen Erlöse pro DSL-Kunde (ARPU) weiter verbessert.

Entwicklung der Kundenverträge im Quartalsvergleich

Verträge in Mio.; Differenz in Tsd.

Kundenverträge	31.03.2009	30.06.2009	Differenz
Information Management	1,41	1,46	+ 50.000
Webhosting	3,86	3,96	+ 100.000
- davon Ausland	1,98	2,07	+ 90.000
Internet Access*	2,97	3,63	+ 660.000
- davon DSL*	2,82	3,47	+ 650.000
- DSL-Komplett	1,05	1,58	+ 530.000
- Resale-/T-DSL	1,77	1,89	+ 120.000
Gesamt*	8,24	9,05	+ 810.000

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

Entwicklung der Kundenverträge im Jahresvergleich

Verträge in Mio.; Differenz in Tsd.

Kundenverträge	30.06.2008	30.06.2009	Differenz
Information Management	1,30	1,46	+ 160.000
Webhosting	3,51	3,96	+ 450.000
- davon Ausland	1,82	2,07	+ 250.000
Internet Access*	2,89	3,63	+ 740.000
- davon DSL*	2,76	3,47	+ 710.000
- DSL-Komplett	0,37	1,58	+ 1.210.000
- Resale-/T-DSL	2,39	1,89	- 500.000
Gesamt*	7,70	9,05	+ 1.350.000

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

Unsere Marken generieren nicht nur Umsätze aus Abonnement-Verträgen, sondern es fließen auch Einnahmen aus Online-Werbung und E-Commerce. United Internet Media, die Vermarktungsgesellschaft unserer Portale GMX, WEB.DE, 1&1 sowie unseres Shopping-Portals SmartShopping.de, liefert Werbetreibenden und Agenturen in Deutschland eine Reichweite von rund 48 % aller deutschen Internet-Nutzer, qualitativ hochwertige Zielgruppenansprachen und innovative Werbemittel.

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

GMX

GMX adressiert Privatanwender mit Information Management Produkten. 9,1 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.

Quartalsentwicklung im Produkt-Segment in Mio. €

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

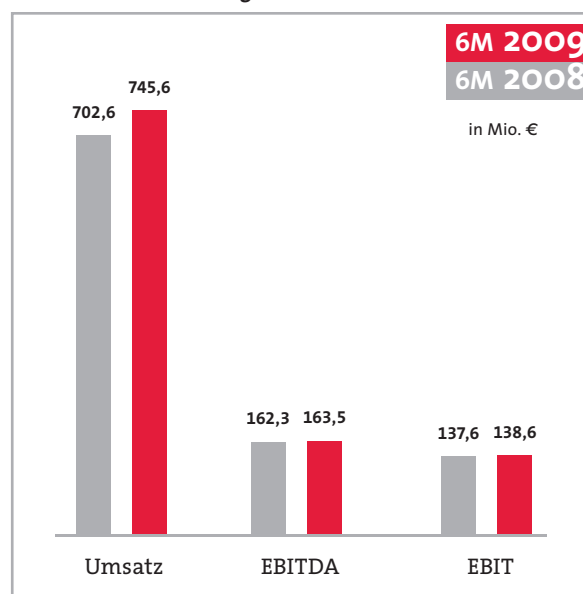
Im Berichtszeitraum stand bei GMX die Verbesserung der internationalen Reichweite in den heutigen Zielmärkten Österreich, Schweiz, USA, Großbritannien, Frankreich und Spanien im Vordergrund. Zudem wurde eine „Download-Area“ mit rund 10.000 kostenlosen und 800 kostenpflichtigen Programmen gelauncht und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

WEB.DE

WEB.DE ist mit 13,0 Mio. Unique 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. Halbjahr den sogenannten „WEB.DE Navigator“ gelauncht. Damit lässt sich komfortabel und sicher die gesamte Internet-Kommunikation an einer Stelle bündeln. Direkt aus dem persönlichen FreeMail-Postfach heraus werden unterschiedliche Web-Services für Kommunikation und Shopping angesteuert und die dazugehörigen Logins (z. B. für Foren, Blogs oder unterschiedliche Communities) zentral verwaltet.

Finanzzahlen Produkt-Segment



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 Berichtszeitraum die Einführung der 1&1 Branchen-Homepage sowie 1&1 DSL-HomeNet. Mit der 1&1 Branchen-Homepage können Unternehmen ohne Vorkenntnisse in wenigen Minuten einen professionellen Internet-Auftritt erstellen. Die im März gestartete Lösung wurde im Verlauf des 2. Quartals auch in unseren Auslandsmärkten freigeschaltet.

1&1 DSL-HomeNet ist eine Lösung zur kabellosen Heimvernetzung, mittels derer sich Internet, Telefon und Entertainment-Angebote sowie im Web oder auf der Festplatte gespeicherte eigene Fotos, Filme oder Songs auf verschiedenen Endgeräten nutzen lassen.

united-domains

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

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

InterNetX

Unter InterNetX ist das 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 ihr Reseller-Netzwerk weiter ausgebaut. InterNetX betreut inzwischen über 19.000 Reseller, für die rund 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), die diese an Endkunden weiter vermarkten. Daneben ist Fasthosts auch im Direktgeschäft mit Konsumenten und Unternehmen aktiv.

Bei Fasthosts standen im bisherigen Geschäftsjahr der weitere Ausbau der Kundenbasis sowie die Etablierung des Ende 2008 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 steht – neben der zum Jahresende anstehenden technischen Migration der freenet-DSL-Kunden auf unsere Systeme sowie dem Start von VDSL im September 2009 – weiterhin die für die Kundenbindung sehr wichtige Migration unserer Kunden auf Komplettpakete im Mittelpunkt. Dabei erwarten wir, dass die Zahl der Komplettpakete in 2009 insgesamt um ca. 1,1 Mio. Verträge (inkl. freenet-DSL-Komplettpakete) deutlich zulegen wird. Infolge des andauernd hohen Churns bei Resale-Verträgen erwarten wir 2009 insgesamt aber nur ein Wachstum um ca. 600.000 neue DSL-Verträge.

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

Online-Marketing

Im Geschäftsfeld Online-Marketing haben wir Werbetreibenden im 1. Halbjahr 2009 verschiedene Marketing- und Vertriebslösungen angeboten: Affiliate-Marketing über affilinet, Domain-Marketing über Sedo sowie Display-Marketing über die zwischenzeitlich verkaufte AdLINK Media. Dabei wurden in diesem

Geschäftsfeld – anders als bei der Eigenvermarktung unserer Portale im Geschäftsfeld Produkte – überwiegend die Domains und Websites von Dritten vermarktet.

Während sich das Produktgeschäft sehr krisenfest gezeigt hat, wurden die Finanzkennzahlen im Segment „Online-Marketing“ von der Wirtschaftskrise und der damit verbunden, spürbaren Zurückhaltung der Werbetreibenden negativ beeinflusst. Insgesamt lagen der Segment-Umsatz mit 98,6 Mio. € (-11,5 %) sowie EBITDA bzw. EBIT mit 5,3 Mio. € (-47,0 %) bzw. 4,2 Mio. € (-52,8 %) wie erwartet jeweils unter den Vorjahreswerten. Gleichwohl konnte auch dieses Segment – trotz der im Vergleich zum Vorjahr deutlich schwierigeren Rahmenbedingungen – einen positiven Ergebnisbeitrag leisten. Mit den im 1. Halbjahr erzielten Umsatzzahlen trug das Segment einen Anteil von 11,7 % zum Gesamtumsatz des United Internet Konzerns bei.

affilinet

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

Im 1. Halbjahr 2009 standen bei affilinet die Gewinnung neuer Programmanbieter und der Ausbau des Netzwerkes im Vordergrund. Die angebotenen Partnerprogramme konnten dabei auf rund 1.700 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. Halbjahr 2009 durchgeführten Qualitäts- und Effizienzinitiative 13,2 Mio. Domains gehandelt werden – von denen 6,2 Mio. im Auftrag der Domain-Besitzer an Werbetreibende vermarktet werden.

Quartalsentwicklung im Online-Marketing-Segment in Mio. €

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

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

AdLINK Media

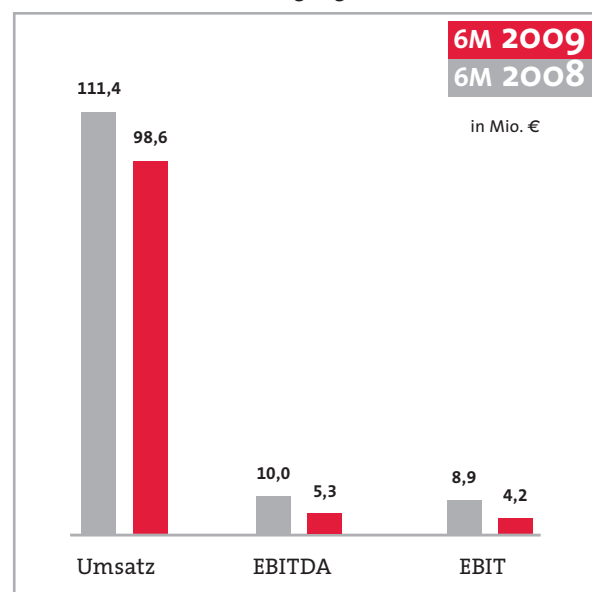
AdLINK Media ist einer der größten unabhängigen Online-Vermarkter in Europa. Basis des Geschäftsmodells ist ein Online-Werbenetzwerk mit reichweitenstarken Websites, das an Werbetreibende vermarktet wird.

Im Berichtszeitraum stand die Erweiterung des Werbenetzwerkes im Vordergrund. Dabei konnte die Zahl der über das Netzwerk generierten AdImpressions im Berichtszeitraum von 10,3 Mrd. (31. Dezember 2008) auf durchschnittlich 10,6 Mrd. gesteigert werden.

Ausblick

Nach der Einbringung unseres Display-Marketing Geschäfts in die Hi-media Group konzentrieren wir uns bei der Fremdvermarktung künftig ganz auf die performance-basierten Geschäftsbereiche Affiliate- und Domain-Marketing. Im Display-Marketing werden wir zukünftig ausschließlich über unsere Beteiligung am neu geschaffenen unabhängigen Marktführer für Display-Marketing in Europa, der Hi-media Group (Anteil über AdLINK: 10,7 %), sowie über unsere Beteiligung an der Goldbach Group (Anteil über AdLINK: 14,99 %) partizipieren.

Finanzzahlen Online-Marketing-Segment



Trotz dieser Weichenstellung 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 in diesem Marktsegment.

Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Erfolgreicher Geschäftsverlauf trotz schwieriger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen

Trotz Rezession und damit verbundener Schwäche des Online-Werbemarktes kann United Internet auf ein erfolgreiches 1. Halbjahr zurückblicken. Der in der United Internet AG konsolidierte Umsatz konnte im Vergleich zum Vorjahr um 3,7 % von 814,4 Mio. € auf 844,5 Mio. € gesteigert werden.

Das Produkt-Segment konnte dank des überwiegend auf elektronischen Abonnements basierenden Geschäftsmodells weiter zulegen – wenngleich sich auch bei der Portalvermarktung die Zurückhaltung der Werbekunden bemerkbar machte. Insgesamt stieg der Segment-Umsatz um 6,1 % von 702,6 Mio. € im Vorjahr auf 745,6 Mio. €.

Im Segment „Online-Marketing“ wurden die Finanzkennzahlen von der Wirtschaftskrise und der damit verbunden Werbeflaute stark belastet. Entsprechend ging auch der Segment-Umsatz gegenüber dem im Vorjahr noch relativ unbelasteten Umsatz um 11,5 % auf 98,6 Mio. € zurück.

Die Bruttomarge im Konzern sank von 40,1 % im Vorjahreszeitraum auf 37,1 %. 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 1. Halbjahr des Vorjahres infolge reduzierter Werbeausgaben von 132,7 Mio. € (16,3 % vom Umsatz) auf 116,4 Mio. € (13,8 % vom Umsatz). Die Verwaltungskosten haben sich im Berichtszeitraum leicht von 40,3 Mio. € (4,9 % vom Umsatz) auf 42,5 Mio. € (5,0 % vom Umsatz) erhöht.

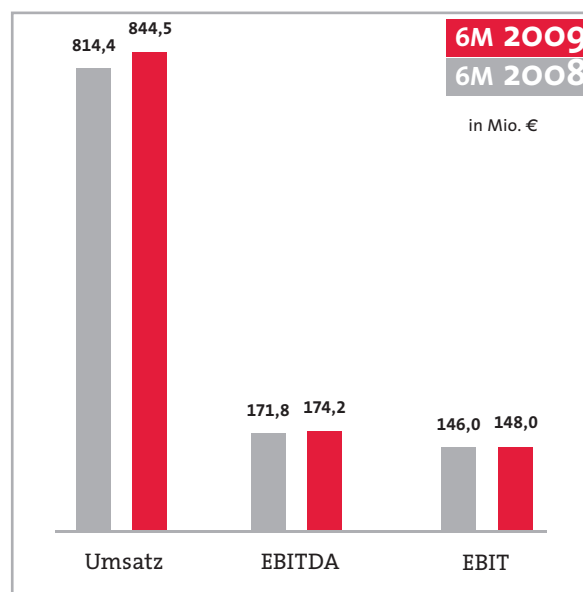
Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) lag mit 174,2 Mio. € (Vorjahr 171,8 Mio. €) ebenso wie das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) mit 148,0 Mio. € (Vorjahr 146,0 Mio. €) leicht über dem Vorjahresniveau.

Das Ergebnis vor Steuern (EBT), das Konzernergebnis sowie das Ergebnis pro Aktie (EPS) wurden durch negative Ergebnisbeiträge aus den at-equity bilanzierten Beteiligungen (-12,7 Mio. € im Vergleich zu -5,0 Mio. € im 1. Halbjahr 2008) sowie höhere Zinsaufwendungen (-12,0 Mio. € im Vergleich zu -10,6 Mio. €) belastet. Durch diese Ergebnisbelastungen reduzierte sich das EBT von 130,3 Mio. € auf 123,3 Mio. €, das Konzernergebnis von 90,3 Mio. € auf 83,0 Mio. € und das EPS von 0,39 € auf 0,36 €.

Quartalsentwicklung im Konzern in Mio. €

	Q3 2008	Q4 2008	Q1 2009	Q2 2009	Q2 2008
Umsatz	407,4	427,8	423,4	421,1	412,4
EBITDA	77,7	69,3	83,5	90,7	88,6
EBIT	64,2	46,4	70,7	77,3	75,6

Finanzzahlen Konzern



Operativer Cash Flow in Höhe von 126,2 Mio. €

Trotz des im Vergleich zum Vorjahr geringeren Konzernergebnisses stieg der Cash Flow aus der betrieblichen Tätigkeit von 124,1 Mio. € im Vorjahr auf 126,2 Mio. €.

Die Nettoeinnahmen der betrieblichen Tätigkeit stiegen im Vergleich zum Vorjahr von 40,7 Mio. € auf 90,6 Mio. €, was primär durch stichtagsbedingte Veränderungen bei den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in 2008 resultiert.

Die Nettoausgaben im Investitionsbereich betragen im Berichtszeitraum 48,3 Mio. €. Dabei betraf der überwiegende Teil in Höhe von 32,8 Mio. € den Erwerb der united-domains AG. Im Vorjahreszeitraum betragen die Nettoausgaben im Investitionsbereich 137,3 Mio. €, wobei 101,9 Mio. € den Erwerb von Anteilen an assoziierten Unternehmen (im Wesentlichen Versatel und virtual minds) betraf. Die Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen lagen mit 18,0 Mio. € auf Vorjahresniveau.

Bestimmend im Cash Flow aus dem Finanzierungsbereich war im 1. Halbjahr 2009 die Rückzahlung von Krediten in Höhe von 49,8 Mio. €, während im 1. Halbjahr 2008 die Mittelaufnahme über Kredite (176,9 Mio. €) sowie der Mittelabfluss für den Erwerb eigener Aktien (-51,6 Mio. €) und die Dividendenzahlung (-45,9 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 1.137,8 Mio. € zum 30. Juni 2009, wovon Ende 2008 378,9 Mio. € und Ende Juni 2009 414,0 Mio. € Firmenwerte darstellten. Die Firmenwerte resultieren mit rund 325 Mio. € aus dem ertragsstarken Produkt-Segment. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sanken stichtagsbedingt von 170,7 Mio. € auf 132,7 Mio. €. Die Netto-Bankverbindlichkeiten sanken trotz des Erwerbs der united-domains AG von 489,0 Mio. € auf 443,8 Mio. €. Der Bestand an eigenen Aktien der United Internet AG belief sich zum 30. Juni 2009 auf 22 Mio. Stück. Zu diesem Zeitpunkt betrug die Eigenkapitalquote im Konzern nach Abzug der eigenen Aktien 21,9 % (nach 13,2 % zum 31. Dezember 2008).

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 Wert schaffende Aufgabe. Mit der eingeführten Risikomanagementkultur begegnen wir Risiken proaktiv.

Die Gesamtrisikosituation blieb im 1. Halbjahr 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. 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

Die United Internet Tochter AdLINK Internet Media AG (AdLINK Group) hat sich am 6. Juli 2009 mit der Hi-media S.A., Paris, darauf geeinigt, das Display-Marketing Geschäft der AdLINK Group in die Hi-media Group einzubringen. Im Gegenzug wird die AdLINK Group 10,7 % der Aktien der Hi-media S.A. (4.735.000 Aktien) sowie zusätzlich rund 12,2 Mio. € in bar oder in Aktien (im Falle einer Kapitalerhöhung von Hi-media zu einem Bezugspreis von unter 3,63 €) erhalten. Für die Barkomponente gewährt die AdLINK Group Hi-media ein Verkäuferdarlehen (Vendor Loan), das mit einem marktüblichen Darlehenszins ausgestattet ist. Das Verkäuferdarlehen ist spätestens zum 30. Juni 2011 fällig.

Das Closing der Transaktion ist für Ende August 2009 vorgesehen.

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

Chancen und Ausblick

Globale Konjunkturerholung für 2010 erwartet

Nachdem der Internationale Währungsfonds (IWF) seine Prognose für die Weltwirtschaft in diesem Jahr – im Rahmen seines Prognose-Updates zum „World Economic Outlook“ im Juli 2009 – nochmals moderat auf minus 1,4 % (April-Prognose: -1,3 %) gesenkt hat, ist er für 2010 inzwischen deutlich zuversichtlicher als noch im April. Nach IWF-Einschätzung befindet sich die Weltwirtschaft am Ende der rezessiven Phase, wenngleich die konjunkturelle Stabilisierung noch ungleich über den Globus verteilt und der Erholungsprozess zunächst schwach ausfallen dürfte, da die Finanzsysteme weiterhin beeinträchtigt sind, die öffentlichen Stützungsmaßnahmen zurückgefahren werden und die privaten Haushalte, die starke Vermögensverluste erlitten haben, ihre Ersparnis wiederaufbauen müssen. Ungeachtet der positiven Signale sieht der IWF die globale Rezession deshalb auch noch nicht vorüber und erwartet die Wiederkehr eines nachhaltigen Wachstums in den Industrieländern nicht vor der zweiten Hälfte 2010. Weltweit erwartet der IWF jetzt für 2010 ein Wachstum von 2,5 % (April-Prognose: +1,9 %).

Während der IWF für die US-Wirtschaft für 2010 nunmehr ein Wachstum des Bruttoinlandsprodukts (BIP) um 0,8 % (April-Prognose: 0,0 %) erwartet, rechnet er für das BIP der Eurozone auch in 2010 mit einem Minus von 0,3 % (April-Prognose: -0,4 %). Für Deutschland sagt der IWF – nach einem BIP-Rekordminus von 6,2 % (April-Prognose: -5,6 %) in 2009 – für 2010 einen weiteren Rückgang um 0,6 % (April-Prognose: -1,0 %) voraus.

Auch deutscher Hightech-Markt soll 2010 wieder wachsen

Nach der Juli-Prognose des Branchenverbands BITKOM wird der Umsatz mit Produkten und Diensten der Infor-

mationstechnik und Telekommunikation (ITK) in Deutschland im Jahr 2009 um 2,5 % auf insgesamt 141 Mrd. € zurückgehen – nachdem der Verband in seiner März-Prognose noch von einem Umsatz auf Vorjahresniveau (144,6 Mrd. €) ausging. Der Verband erwartet, dass sich der deutsche Hightech-Markt nach der Wachstumspause 2009 wieder zügig erholen wird und in 2010 wieder um 0,3 % auf 141,4 Mrd. € wachsen wird.

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 2009 erschienenen Studie „LIFE – Digitales Leben“ wird sich dabei insbesondere der Trend zum Breitbandanschluss – trotz des Abflachens der bisherigen Wachstumskurven – weiter fortsetzen. Die Experten prognostizieren in Deutschland ein Wachstum bei Breitbandanschlüssen auf 36 Mio. bis 2015 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 Wachstum steht vor allem die Zunahme bei Bandbreiten, die gleichbedeutend ist mit der Leistungsfähigkeit der Netze. Ohne diese Entwicklung wären attraktive Anwendungen wie Internet-Telefonie, Internet-TV oder Video-on-Demand nicht möglich. Hohe Bandbreiten werden auch künftig bei webbasierten Anwendungen eine zentrale Rolle spielen. Schon heute wächst das weltweite Datenvolumen im Internet nach BITKOM-Berechnungen jährlich um 50 – 60 %.

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

Weiteres Wachstum auch für Webhosting und Online-Werbung erwartet

Auch der Webhosting-Industrie sagen die Marktforscher anhaltendes Wachstum voraus. So rechnen Gartner und IDC mit jährlichen Zuwachsraten von 15 bzw. 16 % bis 2010. Für Westeuropa rechnen die Marktforscher von IDC in ihrer letzten Auflage des European Managed Webhosting Forecast – 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 Wachstumschancen 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 2009“ zeigt, dass sich Europas Werbetreibende in der Wirtschaftskrise noch stärker auf das Werbemedium Internet konzentrieren: 70 % der Werbetreibenden steigern ihre Online-Werbeausgaben in 2009 und werden auch zukünftig verstärkt auf Online-Werbung setzen (2010: +21 %; 2011: +15 %). Auch der Stellenwert der Online-Werbung im Media-Mix wächst kontinuierlich weiter. So sieht mittlerweile knapp die Hälfte der europäischen Werbetreibenden (47 %) das Internet als unverzichtbaren Kanal für ihr Marketing an – nach 38 % in 2008 und 17 % in 2006. Dabei werden vor allem Media-Etats aus TV und Print ins Internet verlagert. Der Zuwachs im digitalen Sektor spiegelt nicht nur die zunehmende Bedeutung des Mediums wider, sondern auch die gestiegene Wertschätzung und Nutzungsdauer des Internets auf Seiten der Verbraucher (wöchentliche Internetnutzung: +28 % in 2008 im Vergleich zu 2004).

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.

Mit dem Verkauf des Display-Marketing Geschäfts im 3. Quartal 2009 ist dieser Bereich nach IFRS 5 rückwirkend zu dekonsolidieren. Mit Blick auf den weiteren Geschäftsverlauf heben wir unsere Prognose für 2009 an: Beim Umsatz erwarten wir eine Steigerung um rund 5 % gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreswert von 1,57 Mrd. €. Bei EBITDA und EBIT wollen wir 2009 ebenfalls um ca. 5 % wachsen.

Bei unseren Kundenverträgen rechnen wir bis zum Jahresende mit einem Wachstum um ca. 1,25 Mio. auf ca. 9,20 Mio. Verträge, darunter ca. 3,42 Mio. DSL-Verträge (+600.000).

Konzern-Zwischenabschluss zum 30. Juni 2009

Bilanz in T€

Vorwort
Lagebericht
Zwischenabschluss
Anhang

15

	30. Juni 2009	31. Dezember 2008*
VERMÖGENSWERTE		
Kurzfristige Vermögenswerte		
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	49.850	55.372
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	115.089	119.066
Vorräte	11.968	19.048
Rechnungsabgrenzungsposten	33.181	28.791
Sonstige Vermögenswerte	13.954	12.737
	224.042	235.014
Langfristige Vermögenswerte		
Anteile an assoziierten Unternehmen / Gemeinschaftsunternehmen	209.216	221.684
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	87.161	72.785
Sachanlagen	87.133	86.494
Immaterielle Vermögenswerte	108.239	97.512
Firmenwerte	414.027	378.876
Latente Steueransprüche	7.992	9.632
	913.768	866.983
Summe Vermögenswerte	1.137.810	1.101.997
SCHULDEN UND EIGENKAPITAL		
Schulden		
Kurzfristige Schulden		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	132.707	170.743
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	95.149	16.069
Erhaltene Anzahlungen	6.710	6.453
Steuerrückstellungen	29.318	33.855
Rechnungsabgrenzungsposten	120.521	106.401
Sonstige Rückstellungen	6.019	4.513
Sonstige Verbindlichkeiten	53.243	57.065
	443.667	395.099
Langfristige Schulden		
Wandelschuldverschreibungen	35	74
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	398.534	528.301
Latente Steuerschulden	23.098	17.351
Sonstige Verbindlichkeiten	22.811	15.592
	444.478	561.318
Summe Schulden	888.145	956.417
Eigenkapital		
Grundkapital	251.626	251.469
Kapitalrücklage	166.456	163.896
Kumuliertes Konzernergebnis	88.365	5.619
Eigene Anteile	-264.987	-264.987
Neubewertungsrücklage	19.003	10.002
Währungsumrechnungsdifferenz	-19.895	-28.692
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital	240.568	137.307
Minderheitsanteile	9.097	8.273
Summe Eigenkapital	249.665	145.580
Summe Schulden und Eigenkapital	1.137.810	1.101.997

* Angepasst - Vergleiche Anmerkung 2 des Halbjahresfinanzberichts 2009

Konzern-Zwischenabschluss zum 30. Juni 2009

Gewinn- und Verlustrechnung in T€

	2009 Januar–Juni	2008 Januar–Juni
Umsatzerlöse	844.503	814.345
Umsatzkosten	-530.820	-487.855
Bruttoergebnis vom Umsatz	313.683	326.490
Vertriebskosten	-116.395	-132.680
Verwaltungskosten	-42.496	-40.284
Sonstige betriebliche Erträge / Aufwendungen	2.330	3.479
Abschreibungen auf im Rahmen von Unternehmenserwerben aktivierte immaterielle Vermögenswerte	-9.144	-11.048
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	147.978	145.957
Finanzergebnis	-11.987	-10.642
Ergebnis aus at-equity bilanzierten Unternehmen	-12.660	-4.985
Ergebnis vor Steuern	123.331	130.330
Steueraufwendungen	-40.362	-40.052
Konzernergebnis	82.969	90.278
Davon entfallen auf		
- Minderheitsanteile	223	576
- Anteilseigner der United Internet AG	82.746	89.702
Ergebnis je Aktie der Anteilseigner der United Internet AG (in €)		
- unverwässert	0,36	0,39
- verwässert	0,36	0,39
Gewichteter Durchschnitt der im Umlauf befindlichen Aktien (in Mio. Stück)		
- unverwässert	229,48	230,14
- verwässert	229,81	230,89
Überleitung zum gesamten Konzernergebnis		
Konzernergebnis	82.969	90.278
Im Eigenkapital erfasste Ergebnisse		
- Veränderung der Währungsdifferenzen	8.797	-9.292
- Marktwertveränderung von als zur Veräußerung verfügbaren Finanzinstrumenten nach Steuern	9.731	-12.133
	18.528	-21.425
Gesamtes Konzernergebnis	101.497	68.853
Davon entfallen auf		
- Minderheitsanteile	953	118
- Anteilseigner der United Internet AG	100.544	68.735

Konzern-Zwischenabschluss zum 30. Juni 2009

Gewinn- und Verlustrechnung in Mio. €

	Q1 2009 Jan-März	Q2 2009 April-Juni	Q2 2008 April-Juni
Umsatzerlöse	423,4	421,1	412,4
Umsatzkosten	-267,1	-263,7	-245,4
Bruttoergebnis vom Umsatz	156,3	157,4	167,0
Vertriebskosten	-62,6	-53,8	-65,8
Verwaltungskosten	-20,2	-22,3	-20,6
Sonstige betriebliche Erträge / Aufwendungen	1,6	0,7	0,5
Abschreibungen auf im Rahmen von Unternehmens- erwerben aktivierte immaterielle Vermögenswerte	-4,4	-4,7	-5,5
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit	70,7	77,3	75,6
Finanzergebnis	-8,9	-3,1	-5,3
Ergebnis aus at-equity bilanzierten Unternehmen	-5,1	-7,6	-4,8
Ergebnis vor Steuern	56,7	66,6	65,5
Steueraufwendungen	-18,8	-21,5	-20,3
Konzernergebnis	37,9	45,1	45,2
Davon entfallen auf			
- Minderheitsanteile	0,1	0,1	0,2
- Anteilseigner der United Internet AG	37,8	45,0	45,0
Ergebnis je Aktie der Anteilseigner der United Internet AG (in €)			
- unverwässert	0,16	0,20	0,20
- verwässert	0,16	0,20	0,20

Konzern-Zwischenabschluss zum 30. Juni 2009

Kapitalflussrechnung in T€

	2009 Januar–Juni	2008 Januar–Juni
Ergebnis der betrieblichen Geschäftstätigkeit		
Konzernergebnis	82.969	90.278
Berichtigungen zur Überleitung des Konzernergebnisses zu den Einnahmen und Ausgaben		
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	17.079	14.769
Abschreibungen auf im Rahmen von Unternehmenserwerben aktivierte immaterielle Vermögenswerte	9.144	11.048
Personalaufwand aus Mitarbeiterbeteiligungen	2.056	1.872
Ergebnis aus at-equity bilanzierten Unternehmen	12.660	4.985
Ausgeschüttete Gewinne assoziierter Unternehmen	0	250
Veränderungen der Ausgleichsposten für latente Steueransprüche	4.690	894
Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen / Erträge	-2.382	0
Cash Flow der betrieblichen Tätigkeit	126.216	124.096
Veränderungen der Vermögenswerte und Schulden		
Veränderung der Forderungen und sonstiger Vermögenswerte	4.517	6.040
Veränderung der Vorräte	7.080	1.102
Veränderung des aktiven Rechnungsabgrenzungspostens	-1.390	693
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-38.493	-92.306
Veränderung der erhaltenen Anzahlungen	257	435
Veränderung der sonstigen Rückstellungen	-281	-498
Veränderung der Steuerrückstellungen	-4.806	6.881
Veränderung der sonstigen Verbindlichkeiten	-3.702	-8.715
Veränderung des passiven Rechnungsabgrenzungspostens	1.247	3.006
Veränderungen der Vermögenswerte und Schulden, gesamt	-35.571	-83.362
Nettoeinnahmen der betrieblichen Tätigkeit	90.645	40.734

	2009 Januar–Juni	2008 Januar–Juni
Cash Flow aus dem Investitionsbereich		
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	-17.996	-17.990
Erwerb weiterer Anteile an verbundenen Unternehmen	0	-7.332
Erwerb von Anteilen an verbundenen Unternehmen	-32.817	-10.369
Erwerb von Anteilen an assoziierten Unternehmen / Gemeinschaftsunternehmen	-2.770	-101.860
Einzahlungen aus der Veräußerung von finanziellen Vermögenswerten	727	0
Investitionen in sonstige finanzielle Vermögenswerte	-121	-19.314
Einzahlungen von Darlehen an Gemeinschaftsunternehmen	0	4.000
Auszahlungen aus der Ausgabe von Darlehen	0	-1.682
Anlagenabgänge	276	36
Rückzahlungen von Anteilen an assoziierten Unternehmen	4.365	17.213
Nettoausgaben im Investitionsbereich	-48.336	-137.298
Cash Flow aus dem Finanzierungsbereich		
Kapitalerhöhung	644	0
Erwerb eigener Aktien	0	-51.649
Rückzahlung / Aufnahme von Krediten	-49.837	176.925
Rückzahlungen von Darlehen von assoziierten Unternehmen	0	-2.800
Dividendenzahlungen	0	-45.886
Einzahlungen von Minderheitsgesellschaftern	0	5.970
Ausschüttungen an Minderheitsgesellschafter	-151	0
Rückzahlungen von Wandelschuldverschreibungen	-2	-6
Nettoausgaben/-einnahmen im Finanzierungsbereich	-49.346	82.554
Nettorückgang der Zahlungsmittel und der Zahlungsmitteläquivalente	-7.037	-14.010
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn des Geschäftsjahres	55.372	59.770
Wechselkursbedingte Änderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.515	-3.555
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Berichtsperiode	49.850	42.205

Konzern-Zwischenabschluss zum 30. Juni 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			638	
Mitarbeiterbeteiligungsprogramm United Internet			1.234	
Marktwertveränderung von als zur Veräußerung verfügbaren Finanz- instrumenten nach Steuern				
Zuführung eigener Anteile				
Dividendenzahlungen				-45.886
Veränderung der Währungsdifferenzen				
Konzernergebnis 2008				89.702
Veränderung Beteiligungsquoten				
Stand am 30. Juni 2008	251.433.972	251.434	161.967	215.504
Stand am 1. Januar 2009	251.433.972	251.469	163.896	5.619
Ausübung von Wandlungsrechten	156.472	157	526	
Mitarbeiterbeteiligungsprogramm AdLINK Internet Media			210	
Mitarbeiterbeteiligungsprogramm United Internet			1.824	
Marktwertveränderung von als zur Veräußerung verfügbaren Finanz- instrumenten nach Steuern				
Veränderung der Währungsdifferenzen				
Konzernergebnis 2009				82.746
Gewinnausschüttungen				
Stand am 30. Juni 2009	251.590.444	251.626	166.456	88.365

	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
					638		638
					1.234		1.234
			-11.675		-11.675	-458	-12.133
	4.000.000	-51.649			-51.649		-51.649
					-45.886		-45.886
				-9.292	-9.292		-9.292
					89.702	576	90.278
					0	-708	-708
	22.000.000	-264.987	-2.264	-17.018	344.636	11.787	356.423
	22.000.000	-264.987	10.002	-28.692	137.307	8.273	145.580
					683		683
					210	22	232
					1.824		1.824
			9.001		9.001	730	9.731
				8.797	8.797		8.797
					82.746	223	82.969
					0	-151	-151
	22.000.000	-264.987	19.003	-19.895	176.780	9.097	249.665

Konzern-Zwischenabschluss zum 30. Juni 2009

Segmentberichterstattung in T€

1. Halbjahr 2009	Produkt-Segment T€	Online-Marketing-Segment T€	Zentrale / Beteiligungen T€	Überleitung T€	United Internet-Gruppe T€
Gesamtumsatz	750.617	102.058	2.072	-	-
- davon konzernintern	5.064	3.443	1.737	-	-
Außenumsatz	745.553	98.615	335	-	844.503
EBITDA	163.519	5.313	5.369	-	174.201
EBIT	138.527	4.176	5.275	-	147.978
Finanzergebnis				-11.987	-11.987
Ergebnis aus at-equity bilanzierten Unternehmen				-12.660	-12.660
EBT					123.331
Steueraufwendungen				-40.362	-40.362
Net Income					82.969
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	17.715	245	36		17.996
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	24.992	1.137	94		26.223
Anzahl der Mitarbeiter	4.096	486	24		4.606
- davon Inland	3.342	261	24		3.627
- davon Ausland	754	225	0		979

1. Halbjahr 2008	Produkt-Segment T€	Online-Marketing-Segment T€	Zentrale / Beteiligungen T€	Überleitung T€	United Internet-Gruppe T€
Gesamtumsatz	707.558	113.759	2.378	-	-
- davon konzernintern	4.984	2.327	2.039	-	-
Außenumsatz	702.574	111.432	339	-	814.345
EBITDA	162.257	10.003	-486	-	171.774
EBIT	137.592	8.964	-599	-	145.957
Finanzergebnis				-10.642	-10.642
Ergebnis aus at-equity bilanzierten Unternehmen				-4.985	-4.985
EBT					130.330
Steueraufwendungen				-40.052	-40.052
Net Income					90.278
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	17.372	601	17		17.990
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	24.665	1.039	113		25.817
Anzahl der Mitarbeiter	3.747	490	32		4.269
- davon Inland	3.057	265	32		3.354
- davon Ausland	690	225	0		915

1 Informationen zum Unternehmen

Die United Internet AG ist ein Dienstleistungsunternehmen der Telekommunikations- und Informationstechnologiebranche 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 30. Juni 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 Zinsicherungsgeschäft, 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 umgliedert.

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 in Höhe von 33.817 T€ wurde im Berichtszeitraum vollständig in bar beglichen, wobei 7.000 T€ als Sicherheitsgarantie für United Internet hinterlegt waren. Der inzwischen endgültige Kaufpreis wurde nach Vorliegen des Jahresabschlusses für das Geschäftsjahr 2008 der united-domains AG ermittelt und beläuft sich auf 34.070 T€. Die vorläufigen Anschaffungskosten belaufen sich auf 34.204 T€ und umfassen neben dem Kaufpreis auch direkt zurechenbare Kosten in Höhe von 134 T€. Die united-domains AG wird auch weiterhin von den Gründern geleitet, die sich nach Abschluss der Übernahme mit insgesamt 15 % an der united-domains AG beteiligt haben. Der Kaufpreis für diese Anteile wurde gestundet. Gleichzeitig wurde im Rahmen des Erwerbs dieser Anteile den Gründern eine Put-Option auf ihre Anteile eingeräumt, die erstmals in 2014 ausübbar ist. Die Höhe 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
Verbindlichkeit aus Kaufpreis	253
Kaufpreis	34.070
Anschaffungsnebenkosten	134
Vorläufige Anschaffungskosten	34.204

	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	27.099	
Vorläufige Anschaffungskosten	34.204	

Der Firmenwert in Höhe von 27.099 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 die zugehörige 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 85 T€.

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

4 Übernahme des freenet DSL-Geschäfts

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

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

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

5 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 Führungs-

gremium („Chief Operating Decision Maker“). In der United Internet Gruppe ist der Vorstand der United Internet AG verantwortlich für die Bewertung und Steuerung des Geschäftserfolgs der Segmente.

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

Transaktionen zwischen den Segmenten werden zu Marktpreisen berechnet.

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

6 Personalaufwand

Der Personalaufwand für den Berichtszeitraum 2009 beträgt 93.323 T€ (Vorjahr 83.653 T€). United Internet beschäftigte Ende Juni 2009 insgesamt 4.606 Mitarbeiter, davon 979 im Ausland. Die Anzahl der Mitarbeiter Ende Juni 2008 belief sich auf 4.269, davon 915 im Ausland.

7 Abschreibungen

Die Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen belaufen sich auf 17.079 T€ (Vorjahr 14.769 T€).

Die Abschreibungen auf im Rahmen von Unternehmen-serwerben aktivierte immaterielle Vermögenswerte belaufen sich auf 9.144 T€ (Vorjahr 11.048 T€).

Die gesamten Abschreibungen des Berichtszeitraumes 2009 belaufen sich somit auf 26.223 T€ (Vorjahr 25.817 T€).

8 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.

9 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	2.770
Korrekturen	
- Ergebnisanteile	-12.660
- Sonstiges	1.787
Abgänge	-4.365
	209.216

Der Zugang resultiert im Wesentlichen aus weiteren Investitionen in den European Founders Fund Nr. 1. Bei den Ergebnisanteilen handelt es sich um den entsprechenden Anteil am Periodenergebnis der at-equity bilanzierten Unternehmen. Die sonstigen Korrekturen in Höhe von 1.787 T€ betreffen negative Ergebnisanteile von assoziierten Unternehmen mit einem Beteiligungsbuchwert von 0 T€. Die negativen Erfolgsbeiträge von assoziierten Unternehmen mit einem Beteiligungs-

buchwert 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.

10 Sonstige finanzielle Vermögenswerte

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

Die Zuführung bei den Anteilen an Goldbach und Drillisch resultiert aus der Folgebewertung dieser börsennotierten Anteile zum Zeitwert am Abschlussstichtag.

Der Zugang bei den übrigen sonstigen finanziellen Vermögenswerten ist im Wesentlichen auf die Kaufpreisstundung im Zusammenhang mit dem Erwerb der united-domains AG zurückzuführen. Wir verweisen auf Anmerkung 3.

11 Sachanlagen, immaterielle Vermögenswerte und Firmenwerte

Im Zwischenberichtszeitraum wurden insgesamt 17.996 T€ (Vorjahr 17.990 T€) in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte investiert. Der Schwerpunkt lag dabei in der Erweiterung der Infrastruktur sowie der Rechenzentren.

	01.01.2009 T€	Zugang T€	erfolgsneutrale Fortschreibung der Neubewertungsrücklage		Abgang T€	30.06.2009 T€
			Recycling T€	Zuführung T€		
Anteile Goldbach	12.047			7.976		20.023
Anteile Drillisch	8.909			1.906		10.815
Anteile Afiliat	7.726					7.726
Portfolio-Unternehmen der EFF Nr. 3	41.816				-727	41.089
Übrige	2.287	5.287			-66	7.508
	72.785	5.287	0	9.882	-793	87.161

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

Der Anstieg der Firmenwerte resultiert mit 27.099 T€ aus dem Erwerb der united-domains AG. Aus Effekten der Fremdwährungsumrechnung resultiert im Produkt-Segment ein Anstieg der Firmenwerte in Höhe von 8.120 T€.

	2009 T€	2008 T€
Produkt-Segment	324.636	289.570
Online-Marketing-Segment	89.391	89.306
	414.027	378.876

12 Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten

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

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

Die Betriebsmittelkreditlinien der United Internet AG von insgesamt 55,0 Mio. € haben Laufzeiten bis September 2009 und Juni 2010 bzw. stehen bis auf weiteres zur Verfügung.

Darüber hinaus stehen aus dem noch nicht abgerufenen Teil des syndizierten Konsortialkredits zum

Abschlussstichtag Mittel in Höhe von 200,0 Mio. € bis zum 13. September 2012 zur Verfügung.

13 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.

14 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.

15 Mitarbeiterbeteiligungsmodelle

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

16 Grundkapital

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

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

	United Internet AG		AdLINK Internet Media AG	
	SAR	Durchschnittl. Ausübungspreis (€)	SAR	Durchschnittl. Ausübungspreis (€)
Ausstehend zum 31. Dezember 2008	4.495.000	10,56	627.200	17,26
ausgegeben	2.483.000	5,52	30.000	3,72
ausgegeben	---	---	100.000	3,72
ausgegeben	---	---	70.000	4,32
verfallen / verwirkt	---	---	-20.000	15,51
Ausstehend zum 30. Juni 2009	6.978.000	8,77	807.200	14,00

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

17 Neubewertungsrücklage

Der Anstieg 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

18 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)	30. Juni 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

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

Die Geschäftsräume von United Internet in Montabaur sind von Herrn Ralph Dommermuth gemietet. Die daraus entstehenden Mietaufwendungen liegen auf ortsüblichem Niveau und belaufen sich im Berichtszeitraum 2009 auf 901 T€ (Vorjahr 790 T€).

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

Es haben keine wesentlichen Transaktionen stattgefunden.

19 Ereignisse nach dem Stichtag

Die United Internet Tochter AdLINK Internet Media AG (AdLINK Group) hat sich am 6. Juli 2009 mit der Hi-media S.A., Paris, darauf geeinigt, das Display-Marketing Geschäft der AdLINK Group in die Hi-media Group

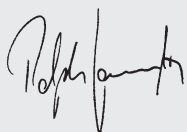
einzubringen. Im Gegenzug wird die AdLINK Group 10,7 % der Aktien der Hi-media S.A. (4.735.000 Aktien) sowie zusätzlich rund 12,2 Mio. € in bar oder in Aktien (im Falle einer Kapitalerhöhung von Hi-media zu einem Bezugspreis von unter 3,63 €) erhalten. Für die Barkomponente gewährt die AdLINK Group Hi-media ein Verkäuferdarlehen (Vendor Loan), das mit einem marktüblichen Darlehenszins ausgestattet ist. Das Verkäuferdarlehen ist spätestens zum 30. Juni 2011 fällig. Das Closing der Transaktion ist für Ende August 2009 vorgesehen.

Dieser aufgegeben Bereich im Online-Marketing-Segment der United Internet AG wird künftig nach IFRS 5 mit seinem Periodenergebnis separat dargestellt. Die Umsatzerlöse und Aufwendungen des aufgegebenen Geschäftsbereichs werden in den jeweiligen Positionen nicht mehr enthalten sein. Die Zahlen der Gewinn- und Verlustrechnung des Berichtszeitraums 2009 sowie die Vorjahreszahlen werden entsprechend angepasst. Die Vergleichszahlen der Bilanz zum 31. Dezember 2008 und die Kapitalflussrechnung sind unverändert darzustellen. Die finanziellen Auswirkungen werden nach dem Closing ermittelt.

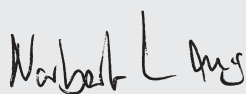
Darüber hinaus sind nach dem Stichtag keine Vorgänge von wesentlicher Bedeutung eingetreten, die zu einer anderen Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage geführt hätten.

Montabaur, 13. August 2009

United Internet AG



Ralph Dommermuth

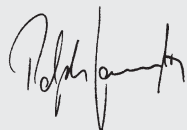


Norbert Lang

Versicherung der gesetzlichen Vertreter


Nach bestem Wissen versichern wir, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Konzern-Zwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzern-Zwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzern im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

Montabaur, 13. August 2009



Der Vorstand

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

* Aktualisierungen werden gemäß den Vorgaben des Gesetzgebers sowie unter www.united-internet.de, Bereich Investor Relations, Termine veröffentlicht.

Impressum

Herausgeber und Copyright © 2009

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

Kontakt

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

August 2009
Registergericht: Montabaur HRB 5762



 www.united-internet.de