

Presseinformation

digital advertising AG beschließt Wechsel vom Neuen Markt in den Geregelten Markt

Segmentwechsel soll zum 17. Juni 2002 erfolgen

Unterhaching, 22. Mai 2002 – Die Unternehmensleitung der digital advertising AG hat heute in Abstimmung mit dem Aufsichtsrat beschlossen, den Neuen Markt zu verlassen und die Notierungsaufnahme der Aktien am Geregelten Markt der Frankfurter Wertpapierbörse zu beantragen. Der Segmentwechsel soll zum 17. Juni 2002 erfolgen.

Die Geschäftsführung ist davon überzeugt, dass der Geregelte Markt dem Unternehmen derzeit ein angemesseneres Umfeld für die weitere Unternehmensentwicklung bietet. Der Segmentwechsel ist Teil eines mehrere Punkte umfassenden Programms, das die d|a AG für die Zukunft auf ein finanziell stabiles und vorrangig ertragsorientiertes Fundament stellen soll. Alleine der Segmentwechsel führt zu einer jährlichen Kostenersparnis von etwa 250.000 Euro.

Die Handelbarkeit der digital advertising-Aktien bleibt von dem Segmentwechsel unberührt, ebenso wie die Wertpapierkennnummer 513 820.

„Nach dem Imageverlust des Neuen Marktes, insbesondere innerhalb unserer Branche, stellt der Geregelte Markt derzeit das solidere Börsenumfeld für uns dar,“ so Vorstandsvorsitzender Raimund Alt. „Unser Ziel ist die Erreichung der Profitabilität und die Erhaltung der Liquidität. An diesem Ziel orientieren sich unsere strategischen Entscheidungen.“ Der Segmentwechsel führt zu erhebli-

chen Kosteneinsparungen. „Bei einem Unternehmen unserer derzeitigen Größe ist das Kosten-Nutzen-Verhältnis, das eine Notierung am Neuen Marktes mit sich bringen, nicht tragbar,“ konstatiert Raimund Alt.

Zudem kennzeichnen den Geregelten Markt im Gegensatz zum Neuen Markt eher mittel- bis langfristig orientierte Anleger. Das Management der digital advertising AG rechnet damit, dass sich in dem geänderten Umfeld mittelfristig eine faire und stabile Bewertung der Aktie einstellen und somit die derzeit hohe Differenz zwischen dem Aktienkurs und dem bei Weitem höheren Cash-Bestand der digital advertising AG bereinigt wird.

Unternehmenshintergrund d|a AG

Die digital advertising AG zählt bundesweit zu den führenden Anbietern von digitalen Komplettlösungen. Drei Kern-Geschäftsfelder decken die gesamte E-Marketing Wertschöpfungskette ab: Individuelle und strategische Beratung gewährleistet der Bereich Consulting. Die Geschäftsbereiche Agency und Integration bieten dem Kunden richtungsweisende ganzheitliche Leistungen – von der Entwicklung kreativer, inhaltlicher und technologischer Konzepte bis hin zu deren Realisierung sowie der Koordination weiterer Fullservice-Maßnahmen. Der Bereich Agency bietet dabei Services rund um die Themen Content-Architektur, interaktives Design und Front-End-Programmierung. Integration verfügt über eine breitgefächerte Produktpalette mit Content- sowie CRM-Lösungen und setzt maßgeschneiderte Application- und Server-Hosting-Lösungen um.

Seit dem 29. Oktober 1999 ist digital advertising am Neuen Markt notiert. Damit schuf das Unternehmen die Voraussetzung, um die Wachstumschancen des Marktes in vollem Umfang nutzen zu können. Kunden des d|a Konzerns sind u.a. die Deutsche Post AG, Allianz Versicherungs-AG, Dr. Oetker und Microsoft. Im Geschäftsjahr 2000/01 erzielte das Unternehmen Umsatzerlöse in Höhe von 11,6 Mio. Euro.

Ansprechpartner

digital advertising AG
Elisabeth Gröschel

Biberger Straße 93
D- 82008 Unterhaching

Tel.: +49 (89) 615 34-161
Fax: +49 (89) 615 34-101
E-mail: presse@da-ag.com