



# telegate Gruppe

Analystenpräsentation,  
Ergebnisse 1. Quartal 2016

11.05.2016

telegate

Diese Präsentation beinhaltet “in die Zukunft gerichtete Aussagen” bezüglich der telegate-Gruppe (telegate) einschließlich Stellungnahmen, Schätzungen und Prognosen zur Finanzsituation von telegate, Geschäftsstrategie, Plänen und Zielen des Managements und zukünftiger Entwicklungen. Solche, in die Zukunft gerichtete Aussagen beinhalten bekannte und unbekannte Risiken, Unsicherheiten und weitere wichtige Faktoren, die dazu führen können, dass die tatsächlichen Ergebnisse, Erträge und Leistungen der telegate deutlich von den zukünftigen Ergebnissen, Erträgen und Leistungen abweichen, die mit den in die Zukunft gerichteten Aussagen angedeutet wurden. Diese in die Zukunft gerichtete Aussagen sprechen nur für den Tag dieser Präsentation und basieren auf zahlreichen Annahmen, die sich als wahr oder unwahr herausstellen können.

Obwohl alle erforderliche Sorgfalt darauf verwendet wurde, dass die genannten Informationen und Fakten korrekt und die geäußerten Meinungen und Erwartungen plausibel und angemessen sind, übernimmt telegate keinerlei Zusicherung oder Gewähr (weder ausdrücklich noch implizit), dass die Informationen oder Erwartungen plausibel, vollständig, korrekt, angemessen oder zutreffend sind. Die Informationen in dieser Präsentation sind vorbehaltlich von kurzfristigen Änderungen, sie können unvollständig oder gekürzt sein und können ggf. nicht alle wesentlichen Informationen zu telegate enthalten. telegate übernimmt keinerlei Verpflichtung, die in dieser Präsentation genannten und in die Zukunft gerichteten Aussagen oder andere Informationen öffentlich zu aktualisieren oder zu revidieren, sei es als Ergebnis von neuen Informationen oder zukünftigen Ereignissen oder aus sonstigen Gründen.

# AGENDA

- 1 telegate AG auf einen Blick
- 2 Finanzkennzahlen Q1 2016
- 3 Geschäftsentwicklung
- 4 Ausblick

Seit  
2000

## Telefonauskunft



- ! Umsätze im Bereich Telefonauskunft gehen seit 2007 zurück aufgrund der Marktverlagerung hin zu Online.
- ! Anrufvolumen sinkt um ca. 25 – 30 % pro Jahr, deswegen wird verstärkt Outbound-Geschäft akquiriert.
- ! Da der Geschäftszweig **hoch profitabel** ist, bleibt er weiterhin ein wichtiger Pfeiler im Produktportfolio.

Seit  
2010

## Digital-Geschäft

### Media

- ✓ Branchenbuch
- ✓ Eintragungsservice
- ✓ Google AdWords
- ✓ Social Media
- ✓ Webseiten



### Software – B2B

- ✓ Software
- ✓ Datenvermarktung
- ✓ Datenpflege

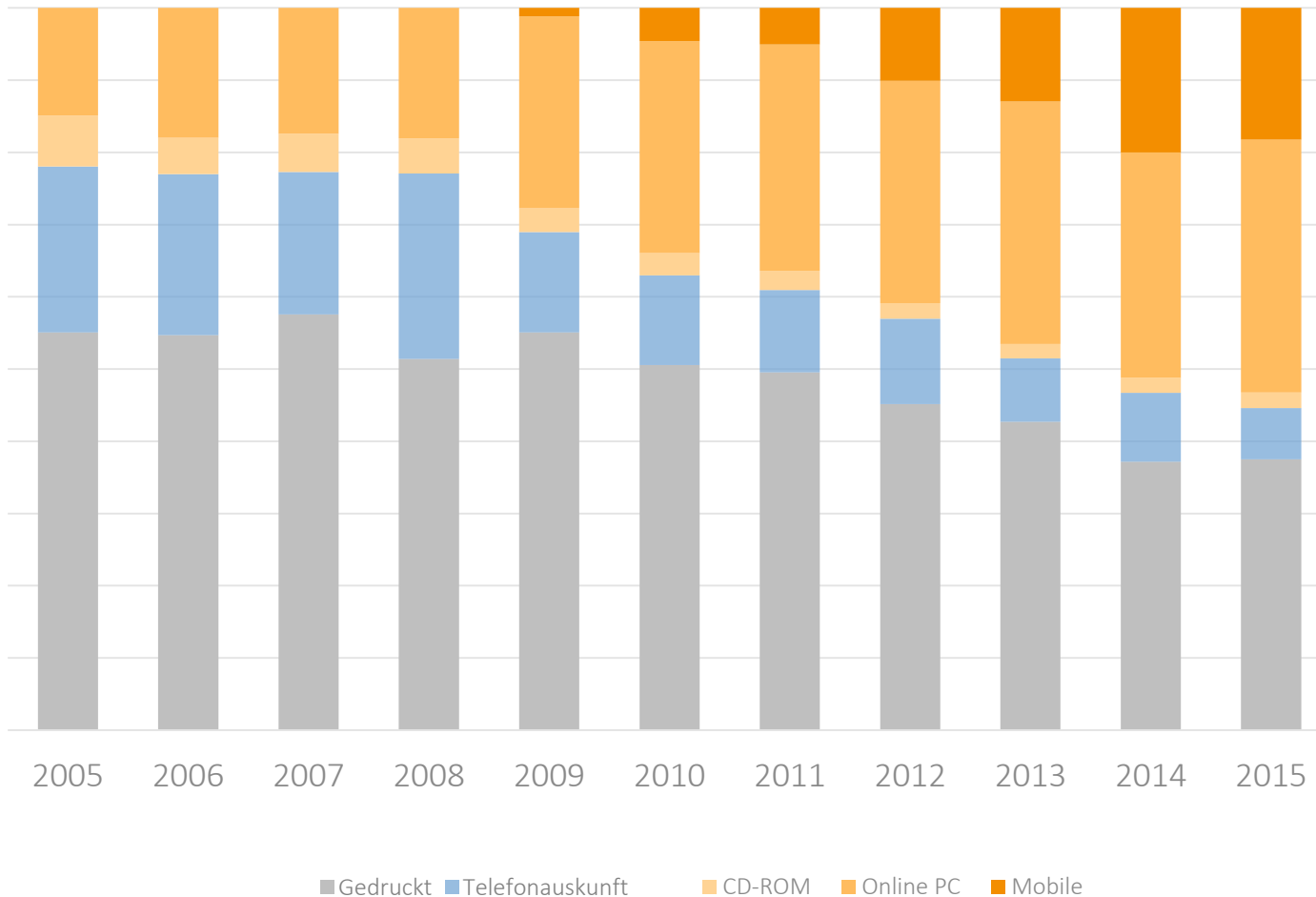


- ! Das Ergebnis im Digital-Geschäft verlief unter den Erwartungen und war im Jahr 2015 sogar rückläufig.
- ! Aufgrund der geringen Profitabilität wurde umgehend eine neue Strategie initiiert.
- ! Mit neuen Produkten (z.B. Vertikalen) wurde in 2015 der Kundenverlust gestoppt und das gesetzte Budget erreicht.

\*1,99 EUR/Min. aus dem Festnetz der Deutschen Telekom. Aus dem Mobilfunknetz können ggf. abweichende Preise gelten.

Nutzung von lokalen Verzeichnissen in DEUTSCHLAND

Geschäftsfelder telegate



Das Produktportfolio wurde in 2015 massiv umgestellt und zielt darauf ab, kleine und mittlere Unternehmen im Netz sichtbar zu machen. Vielversprechende neue Produkte wurden kürzlich eingeführt.



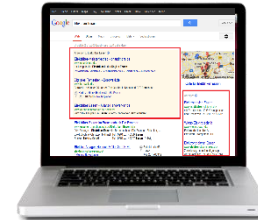
Branchenbuch  
# 18.000



Webseiten  
# 7.400



Facebook, Google  
My Business und  
Business View  
# 1.200



Google AdWords  
# 6.100  
11 m€



Eintragungsservice  
# 4.100



Vertikale  
# 1.100



# AGENDA

1 telegate AG auf einen Blick

● 2 **Finanzkennzahlen Q1 2016**

3 Geschäftsentwicklung

4 Ausblick

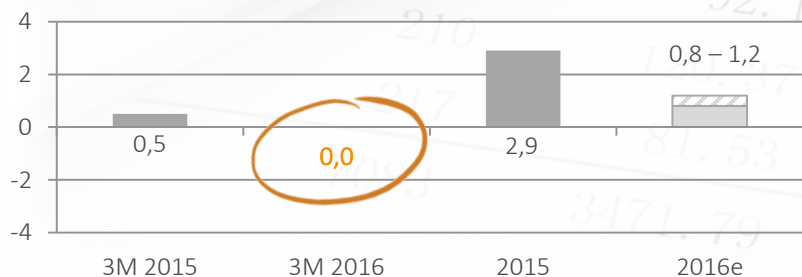
Der geplante Umsatzrückgang (im Vergleich zum Vorjahreszeitraum) in Höhe von 2,2 m€ konnte durch geringere Umsatz- und Vertriebskosten erfolgreich kompensiert werden.

telegate Konzern (m€)	3M 2016	3M 2015
<b>GuV</b>		
Umsatzerlöse	11,8	14,0
Umsatzkosten	6,5	7,1
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>5,3</b>	<b>6,9</b>
Vertriebskosten	4,7	6,4
Allgemeine Verwaltungskosten	3,0	2,7
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen	0,0	0,0
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>-2,3</b>	<b>-2,2</b>
Finanzergebnis	0,0	0,1
<b>Periodenergebnis vor Steuern</b>	<b>-2,3</b>	<b>-2,1</b>
Ertragssteuern	0,0	0,3
<b>Periodenergebnis nach Steuern</b>	<b>-2,3</b>	<b>-1,8</b>

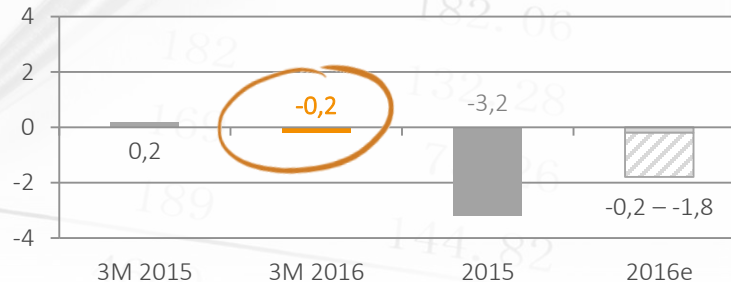
telegate Konzern (m€)	3M 2016	3M 2015
<b>Kapitalflussrechnung</b>		
Aus der betrieblichen Tätigkeit	-0,8	-1,5
Aus Investitionstätigkeit	2,1	1,0
Aus Finanzierungstätigkeit	0,0	0,0
<b>Netto-Cashflow*</b>	<b>-1,8</b>	<b>-2,5</b>
<b>Bilanz</b>		
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>29,1</b>	<b>37,9</b>
Davon Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente sowie zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	16,7	24,4
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>16,7</b>	<b>19,7</b>
<b>Bilanzsumme</b>	<b>45,8</b>	<b>57,6</b>
<b>Eigenkapital</b>	<b>35,9</b>	<b>45,8</b>
%	78,3%	79,5%

Rückläufiger Ergebnisbeitrag (yoy) im Auskunftsgeschäft aber leichte Profitabilitätsverbesserung (yoy) im Digitalgeschäft

EBITDA Directory Assistance



EBITDA Digital Services



\* neue Definition: operativer Cashflow + Cashflow aus Investitionstätigkeit - Zinsausgaben +/- Veränderung von Geldmarkt- bzw. Rentenfonds

### 3 Monate im Detail: Die Umsätze entwickeln sich wie prognostiziert, wobei die frei verfügbare liquide Mittel eine Million Euro höher sind, als geplant!

telegate Konzern(m€)	3M 2016 Ist	3M 2016 Budget	%	
Umsatzerlöse Auskunftsgeschäft	4,1	4,1	2%	▲
Umsatzerlöse Digitalgeschäft	7,6	7,7	0%	▶
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>11,8</b>	<b>11,7</b>	<b>1%</b>	<b>▲</b>
Umsatzkosten	6,4	6,4	0%	▶
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>5,4</b>	<b>5,3</b>	<b>2%</b>	<b>▲</b>
%	45%	45%		▶
Personalkosten, Verwaltung	3,4	3,5	-2%	▲
Abschreibungen	2,1	2,3	-8%	▲
Allgemeine Verwaltungskosten	2,1	2,4	-12%	▲
Sonstige Erträge/Aufwendungen*	0,0	-0,8		▼
<b>Periodenergebnis</b>	<b>-2,3</b>	<b>-2,2</b>	<b>7%</b>	<b>▶</b>
<b>EBITDA</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,1</b>		<b>▶</b>
<b>EBITDA vor Aktivierungen</b>	<b>-1,4</b>	<b>-1,3</b>	<b>8%</b>	<b>▶</b>
<b>Frei verfügbare Liquidität</b>	<b>16,7</b>	<b>15,7</b>	<b>7%</b>	<b>▲</b>

Periodenverschiebung Q4 2015 aus nicht operativer Tätigkeit

# AGENDA

1 telegate AG auf einen Blick

2 Finanzkennzahlen Q1 2016

● 3 **Geschäftsentwicklung**

4 Ausblick

## Die im letzten Jahr initiierten strategischen Maßnahmen zeigen erste positive Auswirkungen – die budgetierten Ziele wurden erreicht.



Die Effizienzoptimierungen werden markant im Telesales-Bereich sichtbar. Trotz signifikanter Reduzierung der Vertriebsmannschaft wurden die ambitionierten Ziele in allen Bereichen übererfüllt.



Die Vertikalen-Fabrik produziert auf Knopfdruck zwei Vertikale pro Monat. Das Ziel von 20 Vertikalen bis Ende des Jahres wird somit erreicht.



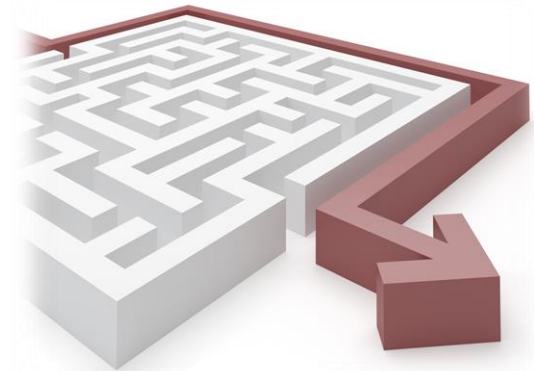
Etwa 30 % der angestrebten Vertical-Kundenbasis und mehr als 40 % des geplanten Lead-Volumens (in den live-gestellten Verticals) wurden bereits in den ersten Monaten erreicht.



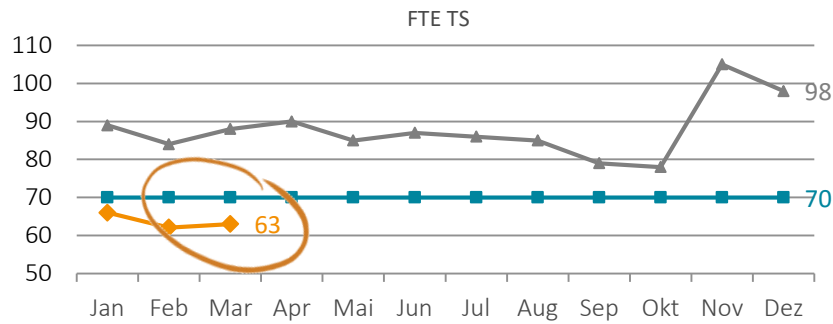
Seit Einführung des Eintragservice im August konnten insgesamt über 4.100 Kunden für das Produkt gewonnen werden.



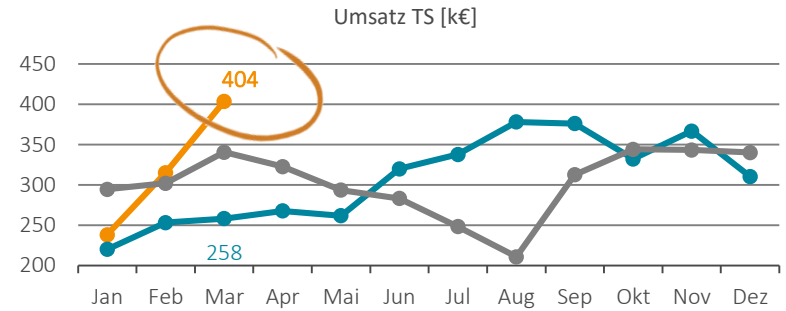
Die Beschwerde der Nichtzulassung der Revision in der Schadenersatzklage gegen die Deutsche Telekom AG wurde vom BGH zurückgewiesen. Damit ist die Schadenersatzklage final rechtskräftig gegen die telegate AG entschieden.



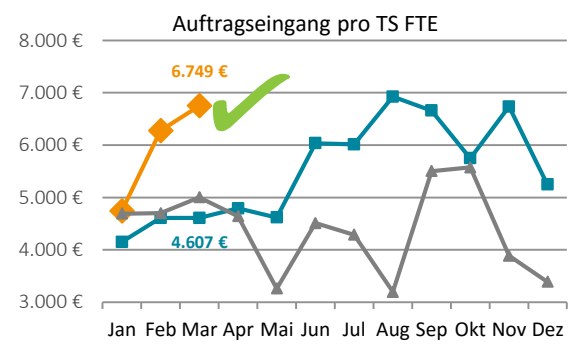
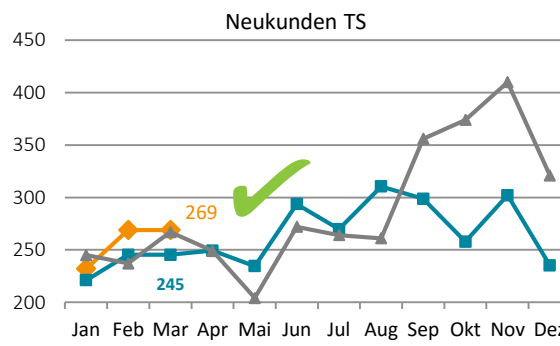
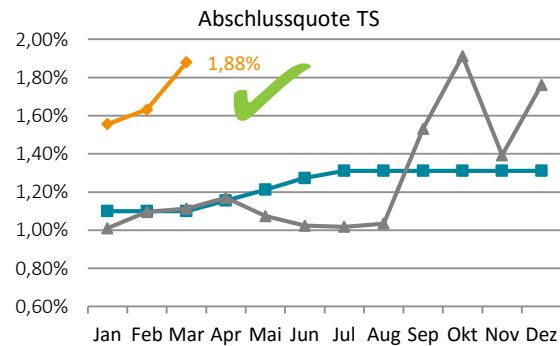
# Die Effizienzoptimierungen werden markant im Telesales-Bereich sichtbar. Trotz signifikanter Reduzierung der Vertriebsmannschaft wurden die ambitionierten Ziele in allen Bereichen übererfüllt.



Die Anzahl der Telesales FTE wurde signifikant reduziert – im März 10% unter Budget.



Dennoch ist der TS Umsatz besser als geplant und Vorjahr.

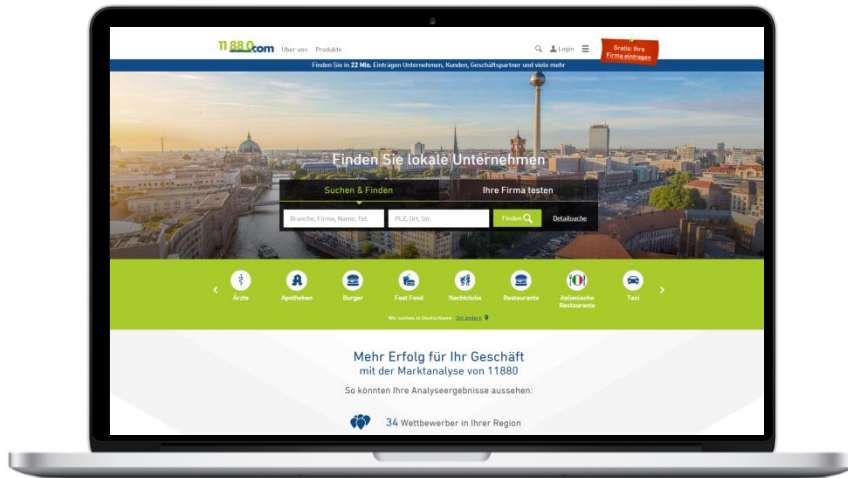


Actual 2016 Budget 2015

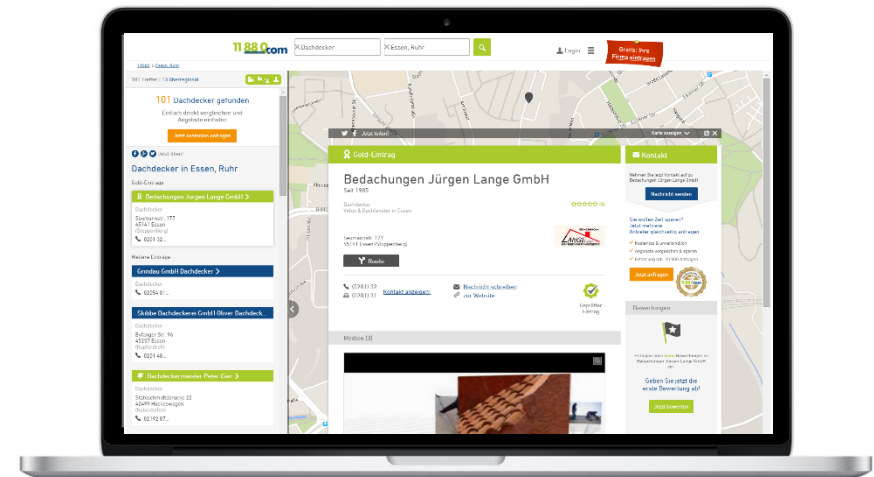
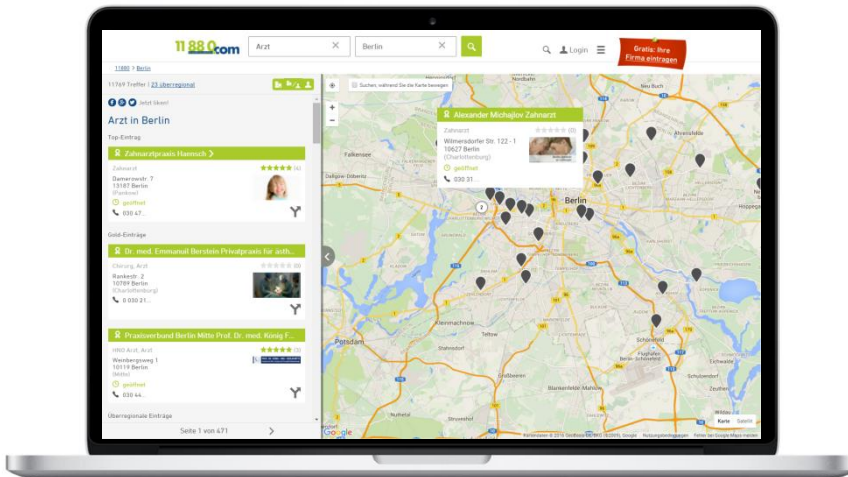
**!** Trotz Unterkapazität werden alle KPIs übererfüllt.

Nach einem 4-jährigen Entwicklungsstopp wurde ein komplett neues Branchenportal in Q1 live gestellt. Das Portal wird sukzessive organische Suchanfragen monetarisieren.

www.11880.com www.klicktel.de



- Modernes One-pager-Design
- Responsive und optimiert für alle Devices (Desktop, Tablet, Phablet, Mobile...)
- Modernes, interaktives Listen- & Karten-Design
- Zahlreiche Verlinkungen zu den Vertikalen
- Alle Seitenkategorien kombiniert auf einer Seite (Branchenbuch, Marktanalyse, Online Produkte, Software, Daten, Karriere, Unternehmen...)
- Geplant: my11880 Userbereich mit Bewertungsmanagement, Bookmarks, etc.
- Spätsommer: Kundenbereich, Eintrags-Claiming, User-Generated-Content und ein geschlossener Bereich mit noch mehr Funktionen



Die Vertikalen-Fabrik produziert auf Knopfdruck zwei Vertikale pro Monat. Das Ziel von 20 Vertikalen bis Ende des Jahres wird somit erreicht.

www.11880-Dachdecker.com  
(Feb)

www.11880-Umzug.com  
(Mrz)

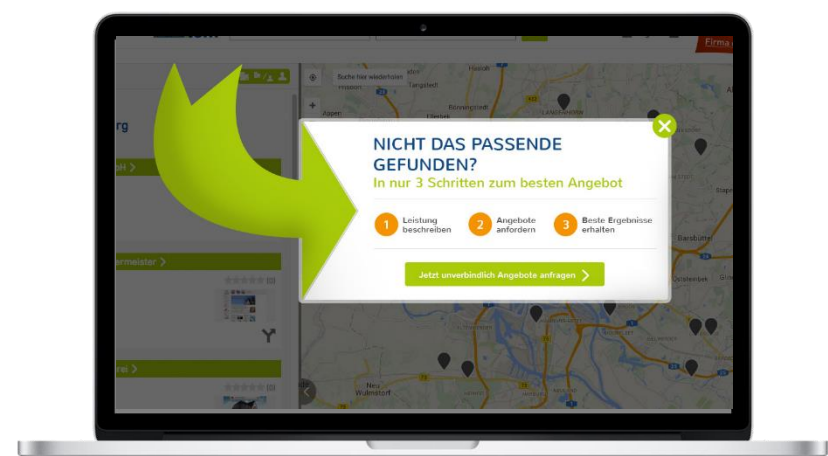
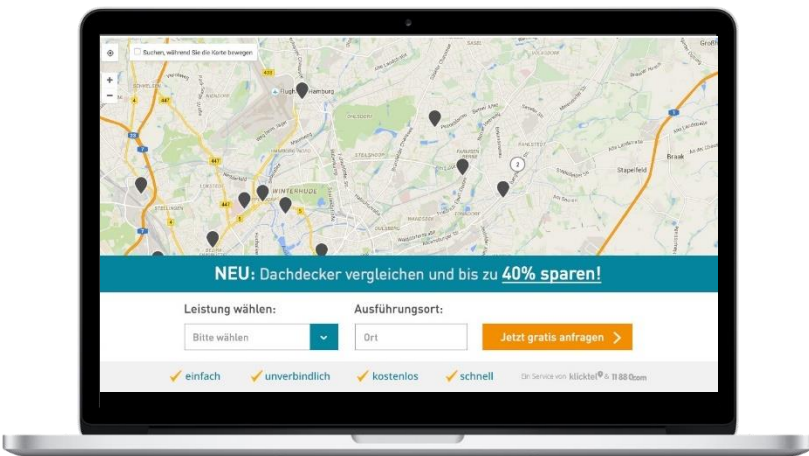
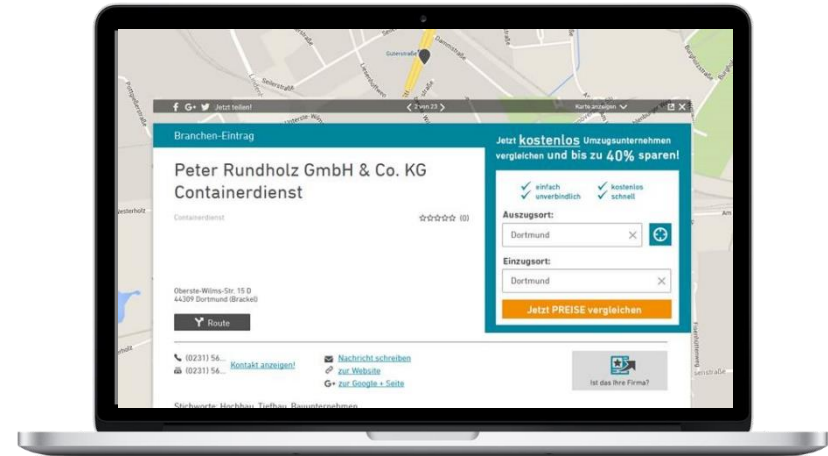
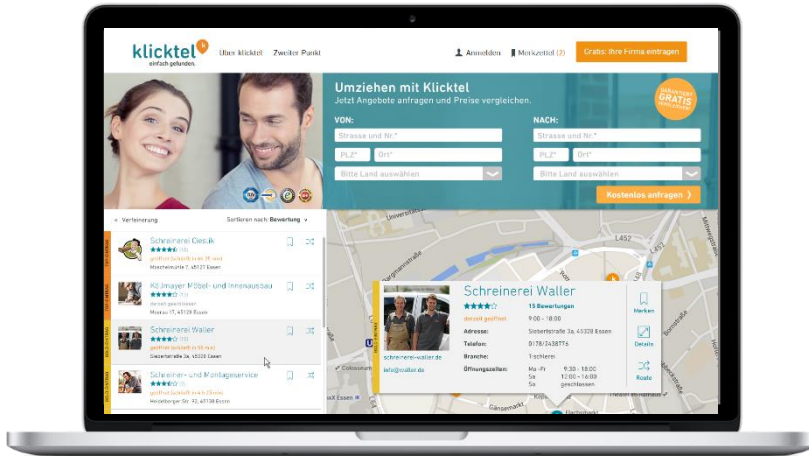
www.11880-Gartenbau.com  
(Mrz)

www.11880-Tischler.com  
(Apr)

www.11880-Maler.com  
(Mai)

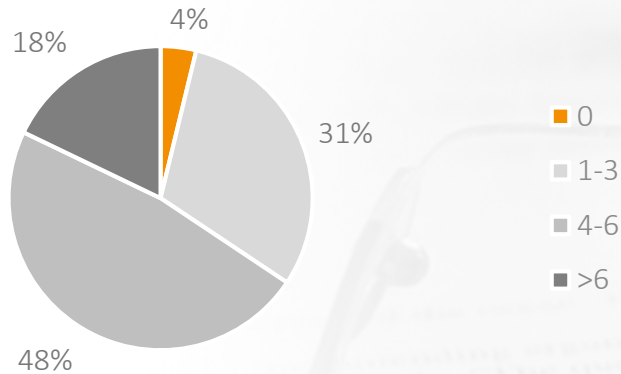
www.11880-Schlussseldienst.com

# Die Konvertierung der organischen Suchanfragen zu monetarisierbaren Leads wird seit November 2015 kontinuierlich optimiert.

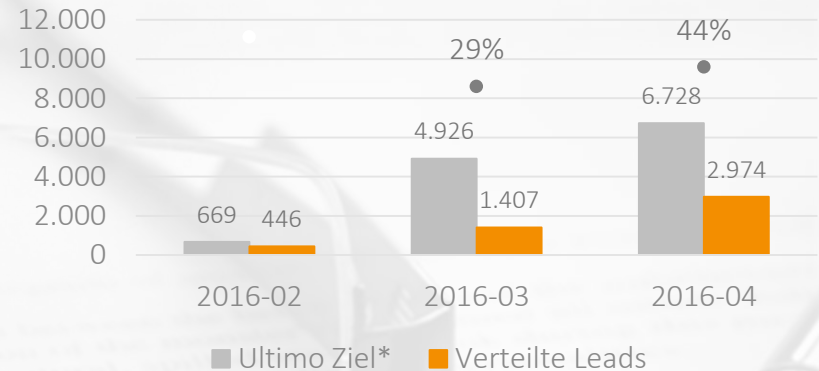


**Etwa 30 % der angestrebten Vertical-Kundenbasis und mehr als 40 % des geplanten Lead-Volumens (in den live-gestellten Verticals) wurden bereits in den ersten Monaten erreicht.**

**Placement Rate:** Nur 4% der eingegangenen Leads konnten nicht bei Leadnehmern platziert werden.



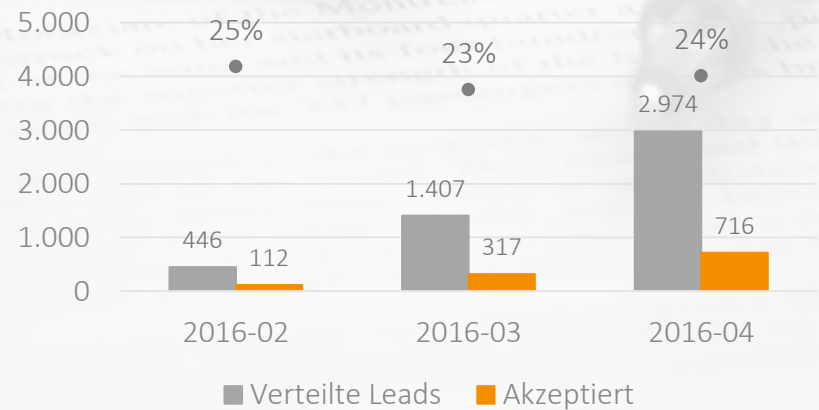
**Lead Volume:** Mehr als 40% des zu erzielenden Lead-Volumens wurde bereits erreicht.



**Vertical Kunden:** Etwa 30 % der angestrebten Kundenbasis ist bereits in den gestarteten Verticals akquiriert.

Vertical	Kunden in Vertical		Zielerreichung
	Ultimo Ziel*	03 2016	
Dachdecker	450	121	27%
Umzug	400	125	31%
Garten- & Landschaftsbau	900	253	28%
Tischler	800	226	28%
Maler	450	246	55%

**Lead Acceptance:** Etwa 25% der verteilten Leads werden bereits von Leadnehmern angenommen.

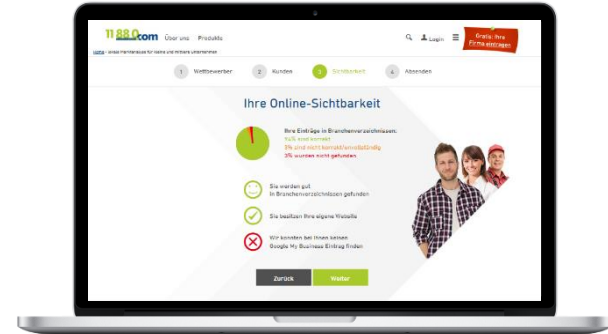


\* Ultimo Ziel ist die erwartete Menge Ende des Jahres (in den jeweiligen Verticals).

### Eingabe Firma



### Check der Online Sichtbarkeit



### Statistiken über Markt- und Wettbewerbssituation

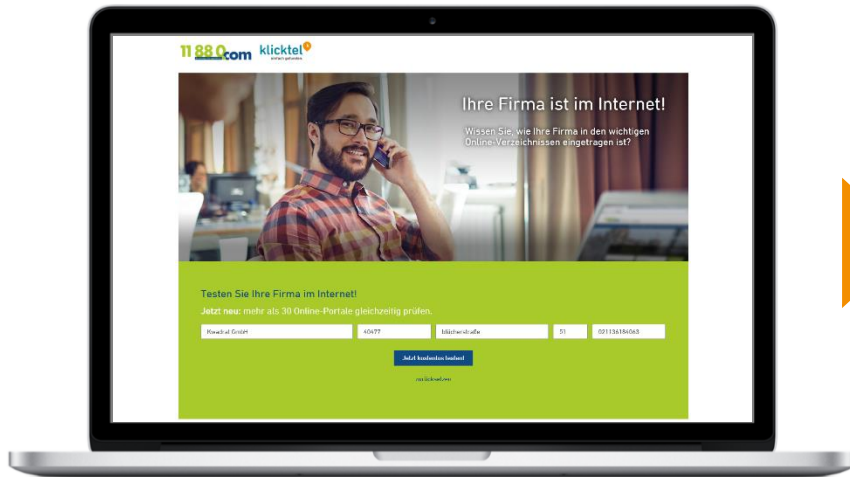


### Produktempfehlungen und telefonische Beratung

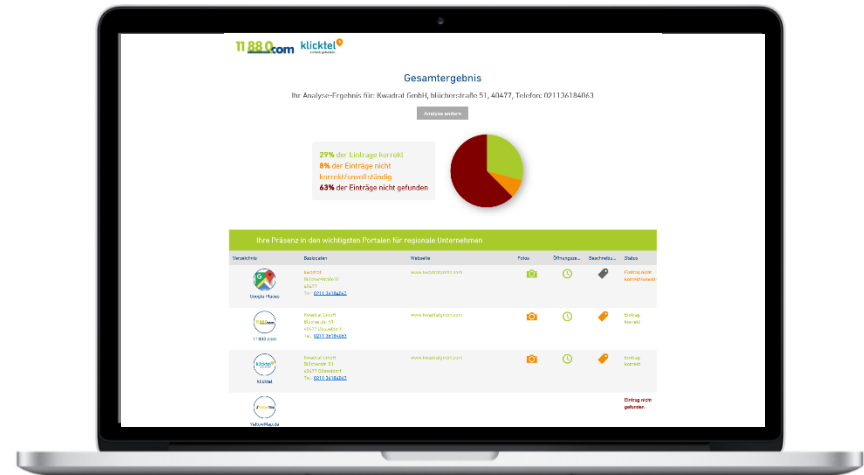
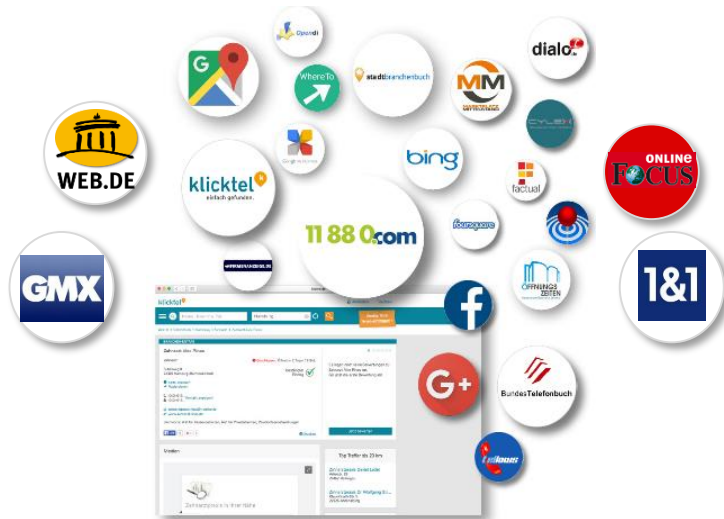
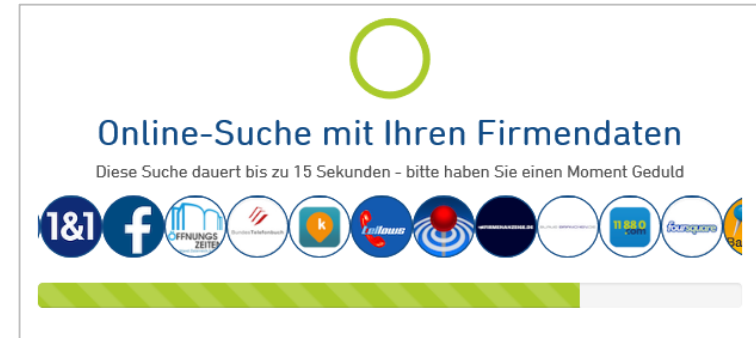


- Wettbewerb
- Suchanfrage
- Kaufkraft
- Online Präsenz
- Sozial Media Nutzung

Mit dem Eintragungsservice konnte die Abschlussquote im Telesales und die Kundenbindung nachhaltig signifikant erhöht werden.



Eingabe Firma



Eintragsanalyse in über 30 Portalen

- Seit Einführung des Eintragungsservice im August konnten insgesamt **über 4.100 Kunden** für das Produkt gewonnen werden.
- Die Abschlussquoten für das Produkt liegen bei **über 2%**.
- Aufgrund des Eintragungsservices konnten im Bestandskundenteam (**AMT**) **mehr als 600 Kunden** verlängert bzw. zurückgewonnen werden.
- Seit Februar verkaufen wir nicht mehr die White-Label-Lösung von OMNEA sondern unser Eigenprodukt (für mind. 29 € pro Monat).  
→ **Dadurch sparen wir im Vergleich ca. 75 % Betriebskosten (Einsparung: ca. 100 € pro Jahr und Kunde; bei 10.000 Kunden => 1 Mio. €)**



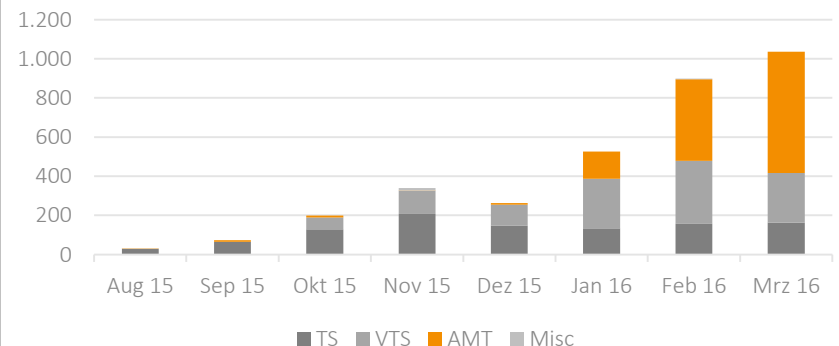
**OMNEA**  **klicktel** 

**klicktel Brancheneintragsservice**

- ✓ **Sichtbarkeit:** Einheitliche Firmendaten auf über 30 wichtigen Portalen
- ✓ **Wettbewerbsvorteil:** Optimale Online-Präsenz in Suchmaschinen wie Google (mobile und online)!
- ✓ **Aktualität:** Tägliche Kontrolle Ihrer Firmeninformationen im gesamten Netzwerk!
- ✓ **Zeitersparnis:** Über 30 Portale aktualisiert mit nur einem Anruf oder Klick!
- ✓ **Kurze Laufzeit:** Monatlich kündbare Verträge ohne Risiko!



Verkauf Eintragungsservice nach Channel



**Die Beschwerde der Nichtzulassung der Revision in der Schadenersatzklage gegen die Deutsche Telekom AG wurde vom BGH zurückgewiesen. Damit ist die Schadenersatzklage final rechtskräftig gegen die telegate AG entschieden.**



**Schadenersatzklage  
telegate ./ Deutsche Telekom AG  
am OLG Düsseldorf  
über 86 Mio. €**

Die von telegate angestrebte Schadenersatzklage gegen die Deutsche Telekom AG wurde in 2015 vom OLG Düsseldorf zurückgewiesen. Daraufhin hatte telegate beim BGH eine Beschwerde der Nichtzulassung der Revision dieses Urteils eingelegt. Diese Beschwerde wurde nun vom BGH zurückgewiesen. Damit ist die Schadenersatzklage rechtskräftig gegen die telegate AG entschieden.

Der Beschluss des BGH enthält keine nähere Begründung. In einer kurzen Stellungnahme verweist der BGH Senat darauf, dass

- die Rechtssache keine grundsätzliche Bedeutung habe,
- die auf die Verletzung von Verfahrensgrundsätzen gestützten Rügen nicht durchgriffen und
- die Fortbildung des Rechts eine Entscheidung des Revisionsgerichts im Übrigen nicht erforderten.

# AGENDA

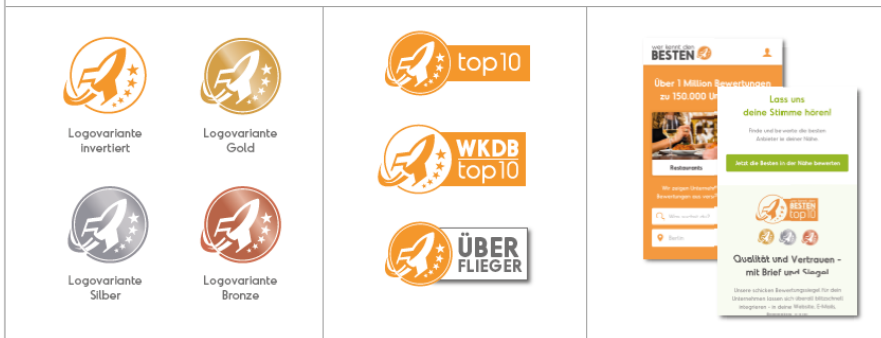
1 telegate AG auf einen Blick

2 Finanzkennzahlen Q1 2016

3 Geschäftsentwicklung

4 **Ausblick**

Das neue Portal „Wer kennt den Besten?“ – ein Portal zur Bewertungsaggregation – wird wie geplant in den nächsten Wochen gestartet. Ein Produkt mit **GAME CHANGER POTENTIAL**.



### Wer kennt den Besten (WkdB)

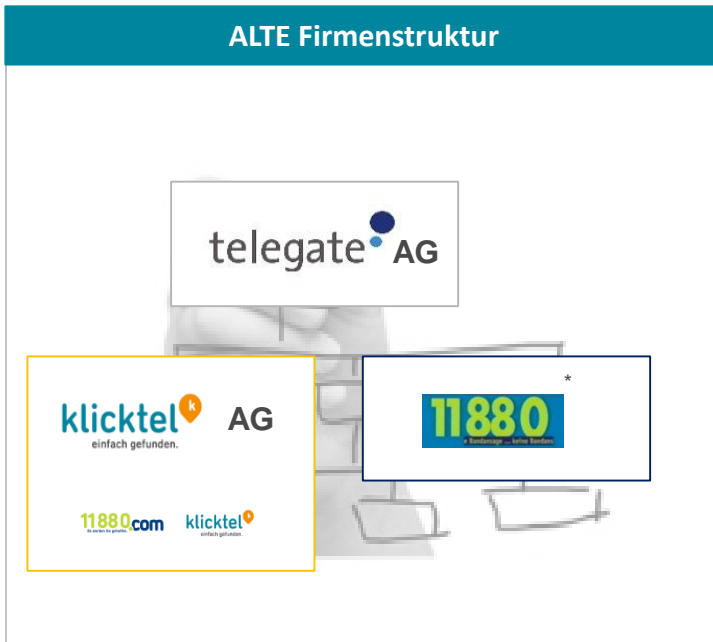
- WkdB aggregiert Bewertungen und Empfehlungen der führenden Bewertungsportale und errechnet einen Gesamtscore

### Features

- Claiming
- Kommentieren
- Bewertungsalarm
- Bewertungssiegel
- Bewertungswidget (zur Einbindung in eigene Webseiten)
- Bewertungsmanagement
- Transaktionsbewertungen
- Analytische Reports

Alle Portale und Designs sind nur indikativ. The finalen designs und die konkrete Portalauswahl wird demnächst präsentiert.

### ALTE Firmenstruktur



- Unterschiedliche Namen (telegate, klicktel, 11 88 0) verwirren unsere Kunden, kein klares Markenbild.
- Erfolftes Rebranding in 2015 war nicht konsequent auf eine Marke ausgerichtet.
- Reiner Fokus auf B2B aufgrund anderer Unternehmensstrategie

### NEUE Firmenstruktur



- Die telegate AG soll zukünftig als **11 88 0 Solutions AG** firmieren (Entscheidung in Hauptversammlung am 08.06.2016)
- Das Digitalgeschäft wird unter **11 88 0 Internet Services AG** zusammengefasst, Produkte unter der Dachmarke **11880.com** vermarktet.
- Der Geschäftsbereich Auskunft (Sprachauskunft, CD-ROM) wird unter 11 88 0 vermarktet.

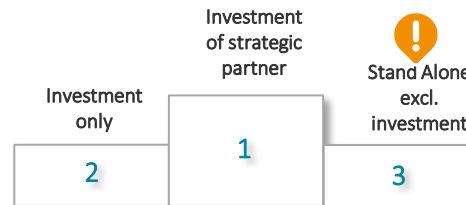
### Ausgangslage

- Budget 2016f sieht hohe Einsparungen im Personalbereich vor.
- Cash Bestand reicht für maximal 3 Jahre.
- Marketing Budget = 0



### Aktueller Stand

Stand Alone Case ohne strategischen Partner ist der anspruchsvollste Case. Allerdings ist Umsetzung mit erheblich größerem Zeitaufwand möglich!



### Ziel

Zur Erhöhung der Umsetzungsgeschwindigkeit und Vermeidung kurzfristiger Liquiditätsprobleme plant der Vorstand vorausschauend geeignete Kapitalmaßnahmen umzusetzen.



### Erarbeitete Kapitalmaßnahmen (Entscheidung in Hauptversammlung am 08.06.2016)

1. Schaffung eines **Genehmigten Kapitals I** für einen Zeitraum von 3 Jahren (maximal 5 Jahre) bis zu einem Volumen von maximal 10 % des bei Beschlussfassung vorhandenen Grundkapitals mit der Ermächtigung zum Bezugsrechtsausschluss (**EUR 1,9 Mio.**)
2. Schaffung eines **Genehmigten Kapitals II** für einen Zeitraum von 3 Jahren (maximal 5 Jahre) bis zu einem Volumen von maximal 40 % des bei Beschlussfassung vorhandenen Grundkapitals ohne Bezugsrechtsausschluss (**EUR 7,6 Mio.**)



## Q & A

### Fragen & Antworten:

*Wer fragt, ist ein Narr für eine Minute. Wer  
nicht fragt, ist ein Narr sein Leben lang.*

*(Konfuzius)*

## telegate AG

### Vorstandsvorsitzender |

Christian Maar

### Vorstandsmitglied |

Michael Geiger

### Investor Relations |

Thomas Kley

## telegate AG

Fraunhoferstraße 12a

82152 Martinsried

Deutschland

**Tel.** | +49 (0) 89-8954-1755

**Fax** | +49 (0) 89-8954-1020

**Email** | [Investor.relations@telegate.com](mailto:Investor.relations@telegate.com)

**Homepage** | [www.telegate.com](http://www.telegate.com)

## Finanzkalender

11. Mai 2016 | 3-Monatsergebnisse 2016

8. Juni 2016 | Hauptversammlung

4. August 2016 | Halbjahresergebnisse 2016

10. November 2016 | 9-Monatsergebnisse 2016



**Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!**

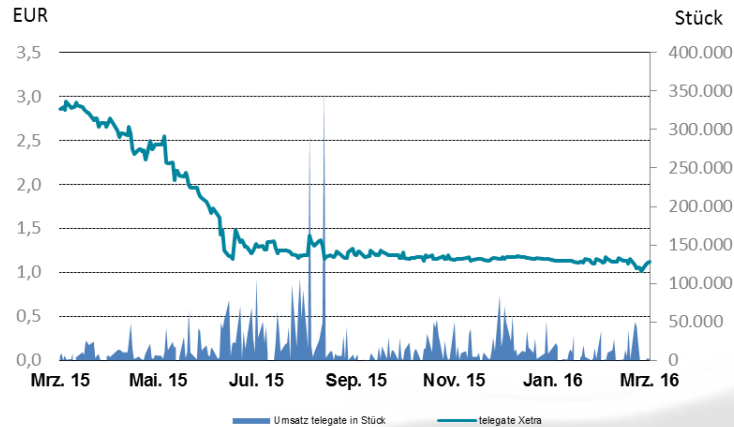
telegate AG  
Fraunhoferstr. 12 a  
82152 Martinsried bei München

Tel +49 (0)89/8954-0  
Fax +49 (0)89/8954-1010

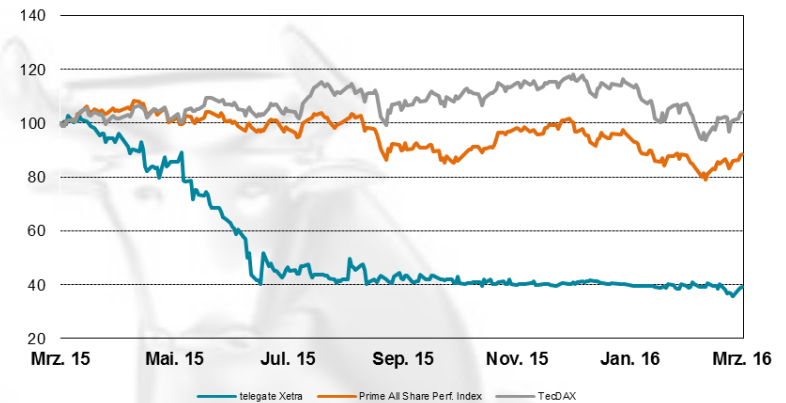


# Backup

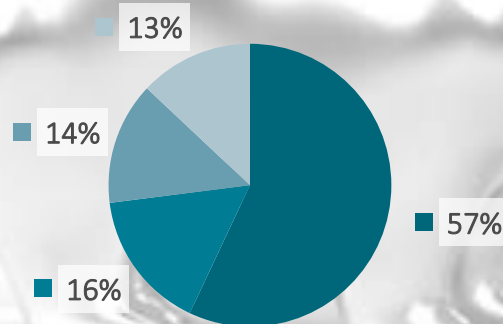
### Aktienentwicklung telegate



### telegate vs. Markt



### Aktionärsstruktur



- Freefloat (57%)
- SEAT Pagine Gialle (16%)
- GL Europe Luxembourg S.à.r.l. (14%)
- GoldenTree Asset Management Lux. S.à.r.l. (inkl. Steven A. Tananbaum) (13%)

telegate Konzern (T€)	3M 2016	3M 2015
<b>Fortzuführende Geschäftsbereiche</b>		
Umsatzerlöse	11.792	13.959
Umsatzkosten	-6.473	-7.095
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>5.319</b>	<b>6.864</b>
Vertriebskosten	-4.666	-6.361
Allgemeine Verwaltungskosten	-2.973	-2.723
Sonstige betriebliche Erträge	1	2
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-12	-6
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>-2.331</b>	<b>-2.224</b>
<b>Finanzergebnis, gesamt</b>	<b>28</b>	<b>104</b>
<b>Periodenergebnis vor Steuern</b>	<b>-2.303</b>	<b>-2.120</b>
<b>Ertragsteuern, gesamt</b>	<b>0</b>	<b>277</b>
<b>Periodenergebnis nach Steuern aus fortzuführenden Geschäftsbereichen</b>	<b>-2.303</b>	<b>-1.843</b>
<b>Aufgegebene Geschäftsbereiche</b>		
Periodenergebnis nach Steuern aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	-26	-5
<b>Periodenergebnis</b>	<b>-2.329</b>	<b>-1.848</b>



telegate Konzern (T€)	3M 2016	3M 2015	12M 2015
<b>Aktiva</b>			
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	2.226	3.726	940
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	10.023	11.217	11.092
Ertragsteuerforderungen	226	165	203
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	14.481	20.669	17.530
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	131	220	690
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	1.981	1.919	1.734
<b>Kurzfristige Vermögenswerte, gesamt</b>	<b>29.068</b>	<b>37.916</b>	<b>32.189</b>
Geschäfts- oder Firmenwert	6.789	6.789	6.789
Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	9.928	12.851	10.653
Sonstige langfristige Vermögenswerte	18	18	13
<b>Langfristige Vermögenswerte, gesamt</b>	<b>16.735</b>	<b>19.658</b>	<b>17.455</b>
<b>Aktiva, gesamt</b>	<b>45.803</b>	<b>57.574</b>	<b>49.644</b>
<b>Passiva</b>			
Kurzfristige Verbindlichkeiten, gesamt	8.393	9.571	9.794
Langfristige Verbindlichkeiten, gesamt	1.544	2.238	1.646
<b>Verbindlichkeiten, gesamt</b>	<b>9.937</b>	<b>11.809</b>	<b>11.440</b>
Eigenkapital, gesamt	35.866	45.765	38.204
<b>Passiva, gesamt</b>	<b>45.803</b>	<b>57.574</b>	<b>49.644</b>

telegate Konzern (T€)	3M 2016	3M 2015
Periodenergebnis vor Steuern aus fortzuführenden Geschäftsbereichen	-2.303	-2.120
Periodenergebnis vor Steuern aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	-26	-5
<b>Periodenergebnis vor Steuern</b>	<b>-2.329</b>	<b>-2.125</b>
Anpassung für Abschreibungen und Wertminderungen	2.138	2.871
Anpassung für Zinserträge und Zinsaufwendungen	-65	-123
Sonstige Anpassungen	79	-4
Veränderungen des Nettoumlaufvermögens	-601	-2.125
Gezahlte Ertragssteuern	-23	-15
<b>Zahlungsmittelabfluss aus der betrieblichen Tätigkeit</b>	<b>-801</b>	<b>-1.521</b>
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und in das Sachanlagevermögen	-837	-1.098
Veräußerung / Erwerb von zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten	3.001	1.964
Sonstige Investitionstätigkeiten	-140	-11
Erhaltene Zinsen	67	130
<b>Zahlungsmittelzufluss aus Investitionstätigkeit</b>	<b>2.091</b>	<b>985</b>
Gezahlte Zinsen	-3	-4
<b>Zahlungsmittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-3</b>	<b>-4</b>
Wechselkursbedingte Änd. der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-1	4
<b>Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</b>	<b>1.286</b>	<b>-536</b>
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Anfang der Periode	940	4.262
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode</b>	<b>2.226</b>	<b>3.726</b>
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente sowie kurzfristige zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte am Ende der Periode</b>	<b>16.707</b>	<b>24.395</b>

