



Ordentliche Hauptversammlung der telegate AG

München, 08.06.2016

telegate

Das Programm GENESIS wurde im Herbst 2015 initiiert und hat innerhalb weniger Monate die Basis für eine erfolgreiche Zukunft geschaffen.



Day 0n3 - Watch (PMO)

Etablierung eines professionellen Projekt- und Programmmanagements (PMO).



Day 7two - Vault (Brand)

Aufbau einer starken Dachmarke zur vereinfachten Kundengewinnung.



Day thr33 - Predator (Sales)

Optimierte Vertriebsorganisation.



Day |=our - Supernova (Dashboard)

Aufbau eines zentralen Management-Information-Systems (MIS).



Day |=ive - Octopus (Verticals)

Entwicklung von innovativen Produkten und Dienstleistungen mit einem hohen Mehrwert für unsere Kunden.



Day s!x - Darwin (Orga)

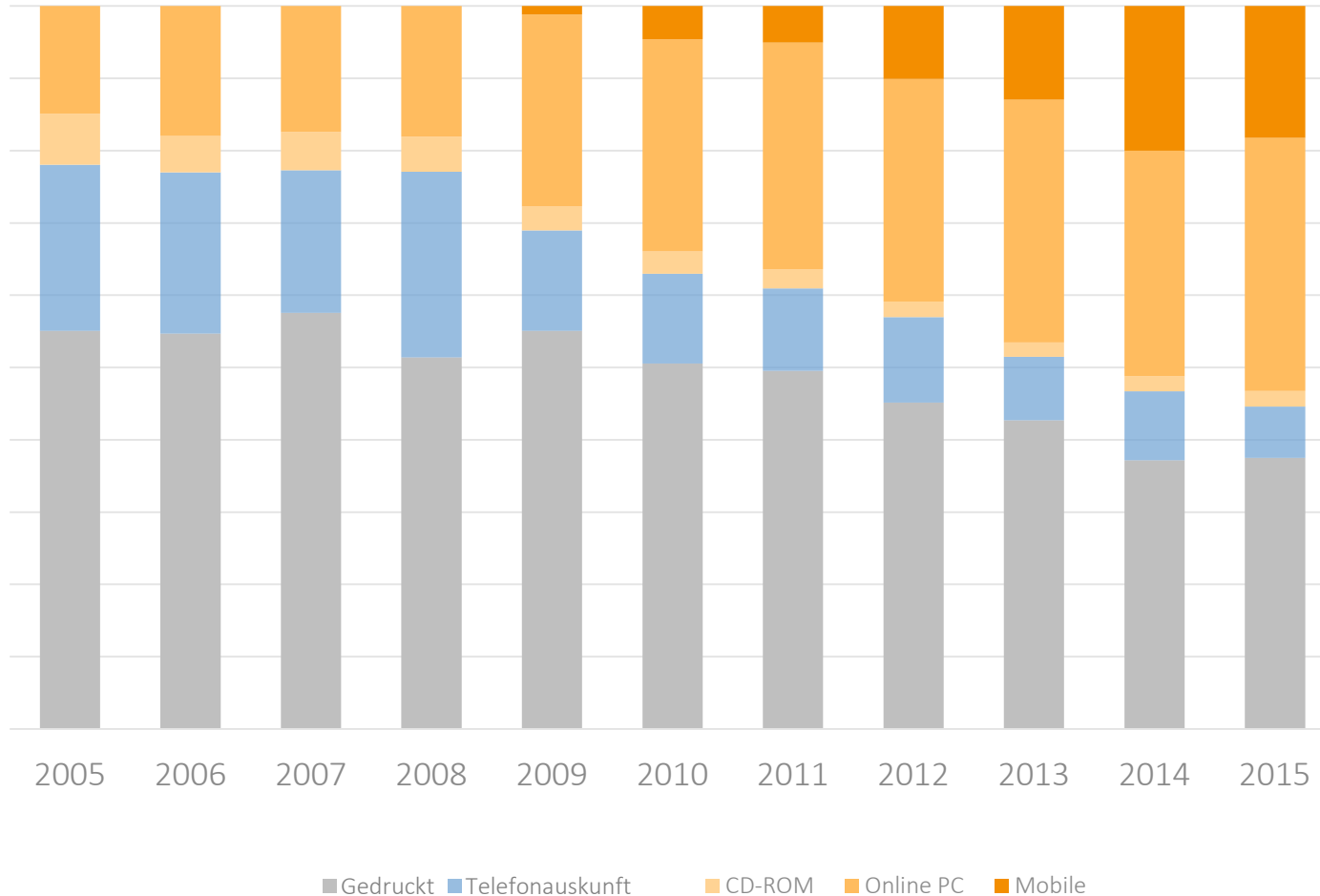
Starke Vereinfachung von Strukturen, Etablierung schneller Entscheidungswege.



Der lokale Auskunftsmarkt in Deutschland entwickelt sich kontinuierlich weiter. Er zeigt einerseits deutlich den wirtschaftlichen Wandel und andererseits die Chancen für unsere Geschäftsfelder.

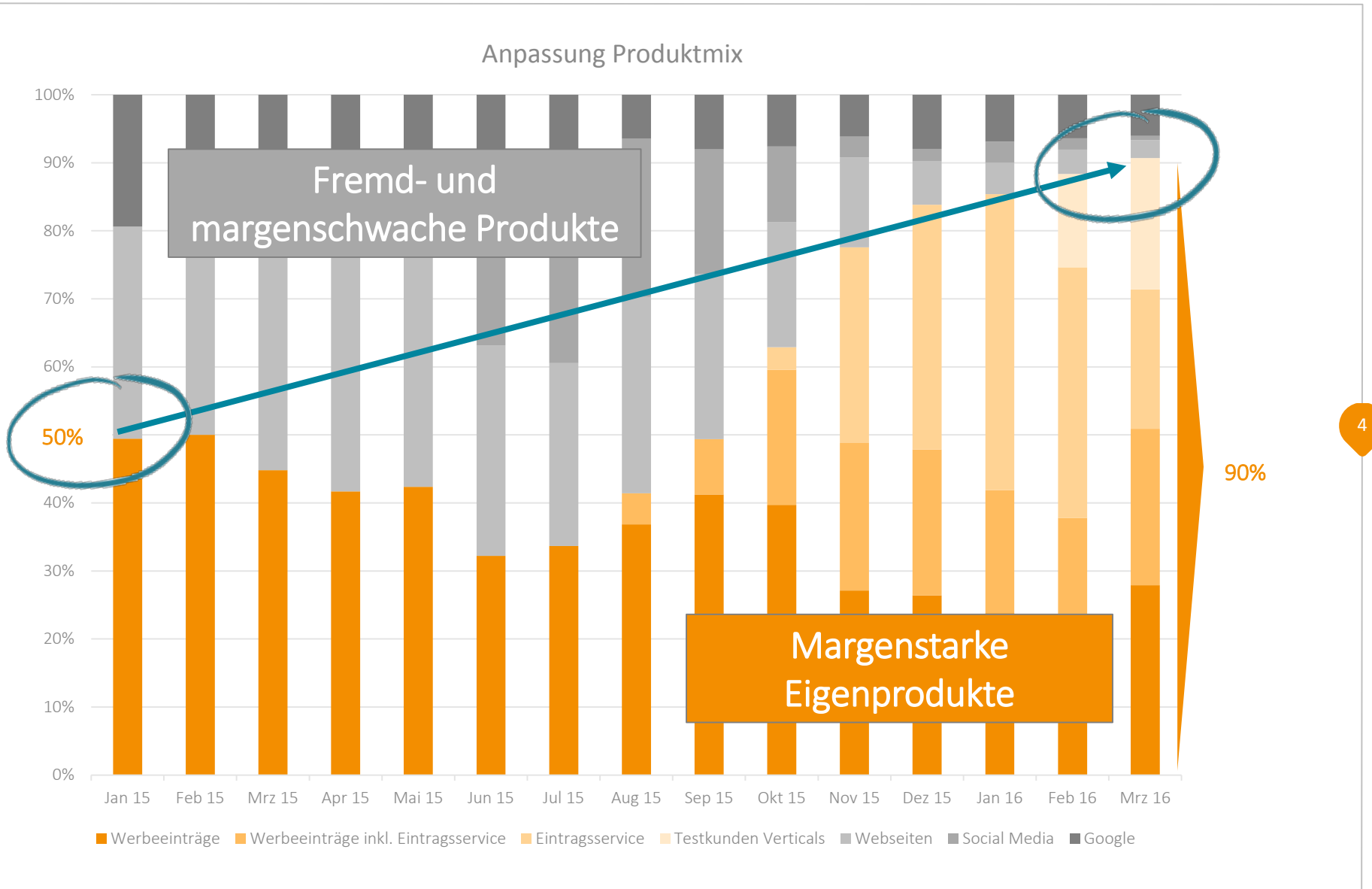
Nutzung von lokalen Verzeichnissen in DEUTSCHLAND

Geschäftsfelder telegate



Quelle: telegate-Studie 2016

Der Produktmix wurde erfolgreich umgestellt, somit stehen Produkte mit hoher eigener Wertschöpfungsquote wieder im Mittelpunkt – Ausgangspunkt für die anvisierte Profitabilität.





Branchenbuch



Webseiten



Social Media
1.200



Google
AdWords



Eintragsservice



Fachportale
(Vertikale)



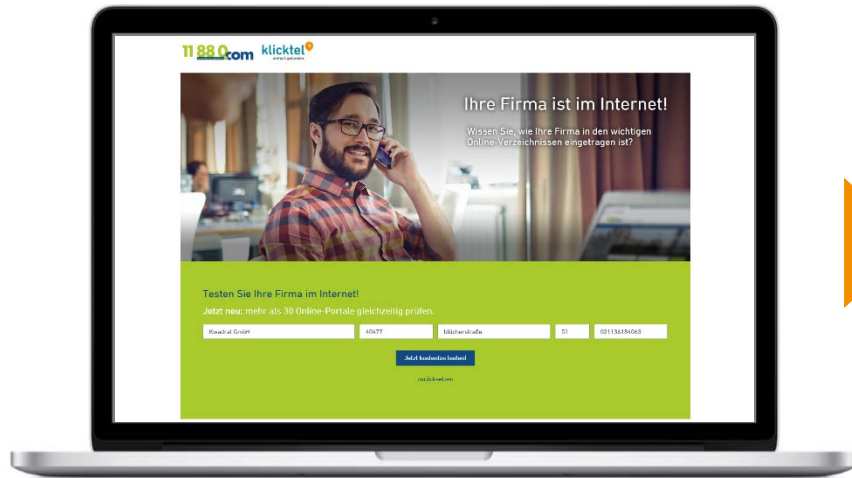
PC-Software, Daten,
Unternehmens-
lösungen



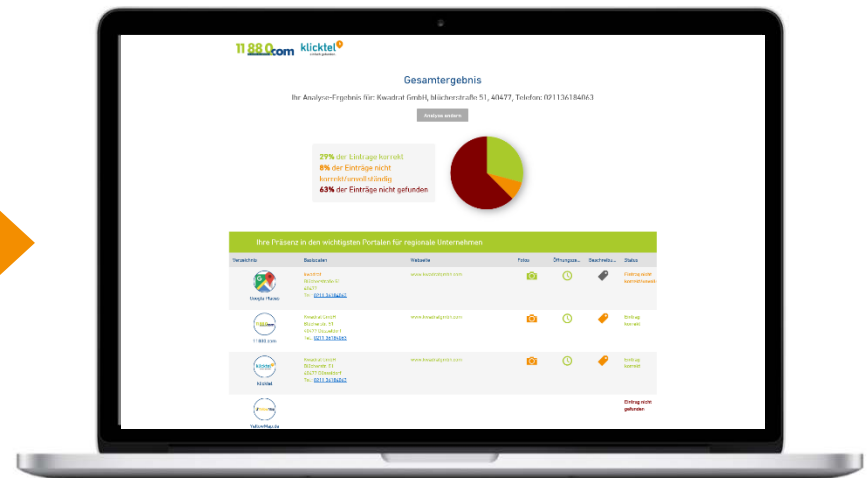
Bewertungen



Der Eintragungsservice ist ein gutes Einstiegspaket für die Online-Präsenz eines Unternehmens und hat bei uns vom ersten Monat an für ein starkes Neukundenwachstum gesorgt.



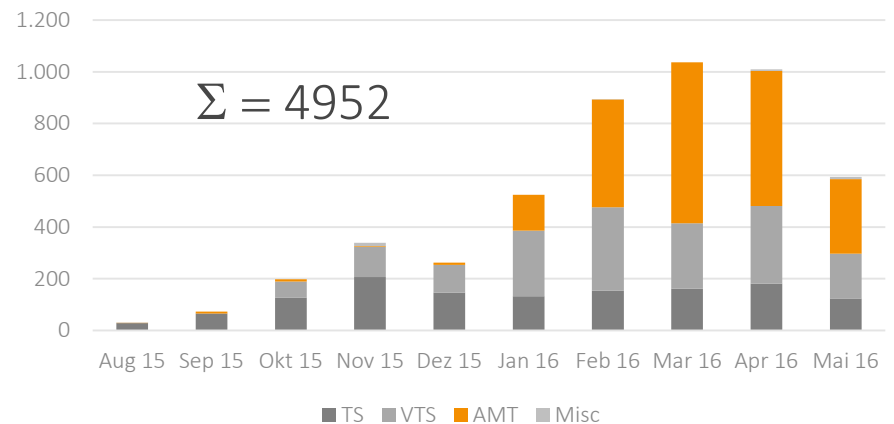
Eingabe Firma



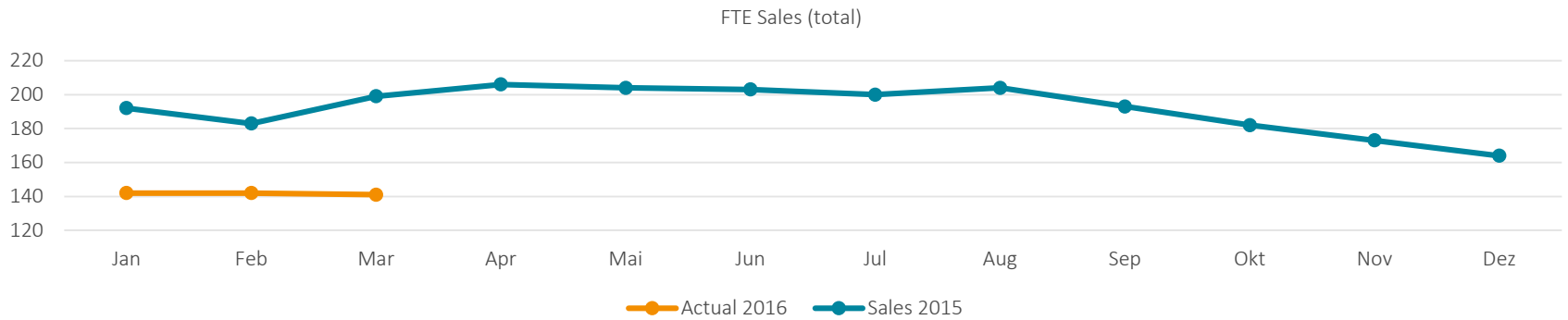
Eintragsanalyse in über 30 Portalen



Verkauf Eintragungsservice nach Channel



Um den Markt vertriebsseitig gezielter und effizienter angehen zu können, wurde der Gesamtvertrieb neu strukturiert. Es gibt nun drei Sales-Einheiten mit dediziertem Fokus.

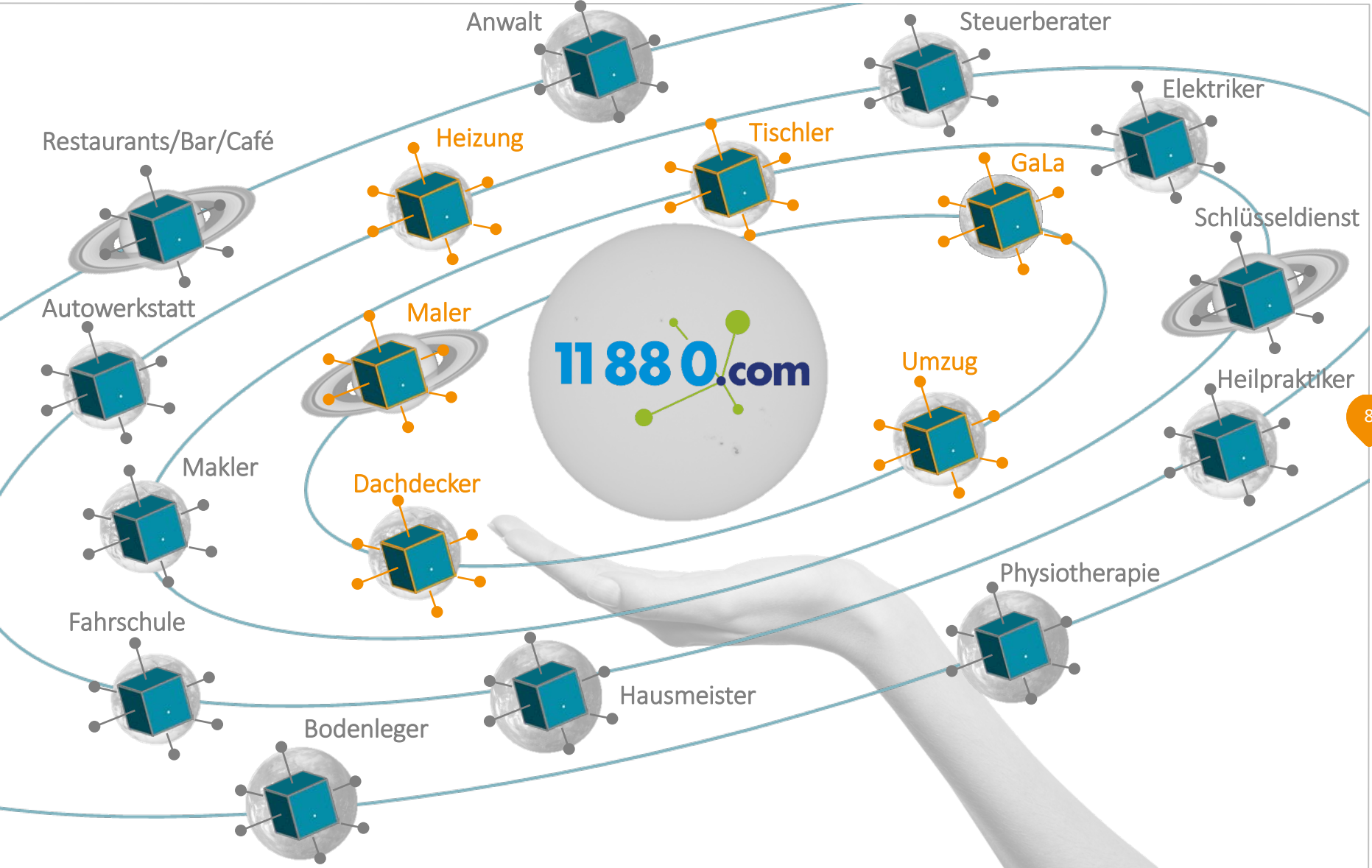


	Telesales (TS)	Vertical Telesales (VTS)	Account Mgmt. (AMT)	Außendienst
Produkte	Lösungsverkauf	Einstiegsprodukte (Eintragsservice, Verticals)	Upgrade / Upselling (Alle Produkte)	Lösungsverkauf
Zielgruppe	Warme Leads	Ausgewählte Branchen	Bestandskunden	Kaltakquise
FTE	62	40	40	50
Umsatzziel p.a. €*	4 Mio. €	3 Mio. €	21 Mio. € **	
Zielabschlussquote*	1,3 %	3,5 – 4,0 %		
Neukunden p.m.*	300	900		
ARPA €*	1.500	500		

7

* Alle Zahlen gerundet ** Upgrade, Win-Back, Upselling, Vertragsverlängerungen

Zentraler Bestandteil der Strategie bleibt weiterhin, den Kunden maximal lange innerhalb des 11880 Universums zu halten und ihn dazu zu bewegen, eine Anfrage (Lead) einzuleiten.

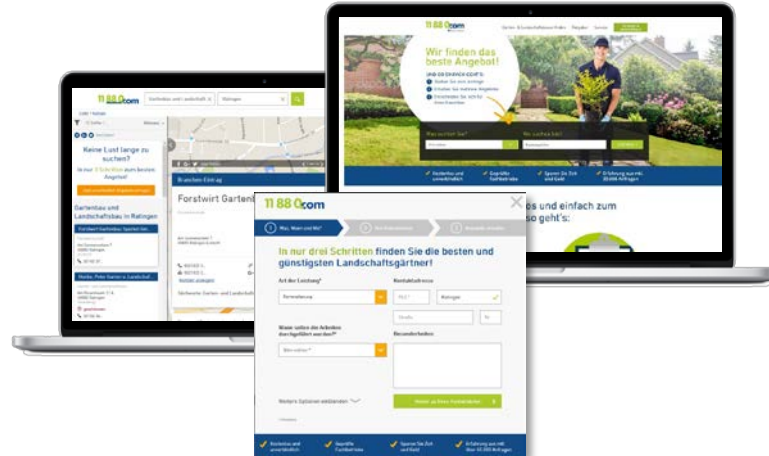


Der Kunde findet über unsere Fachportale viele nützliche Informationen zum Thema Gartengestaltung und vergleicht einfach Angebote von mehreren regionalen Anbietern.



www.11880.com

www.11880-Gartenbau.com



9



Im Juni sind bereits 6 Fachportale erfolgreich gestartet. Bis Ende 2016 werden es 20 Portale sein. Mit jedem weiteren Portal können Synergien und Skaleneffekte genutzt werden.

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-Heizung.com (Juni)

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



Wer kennt den Besten (WkdB)

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

Merkmale

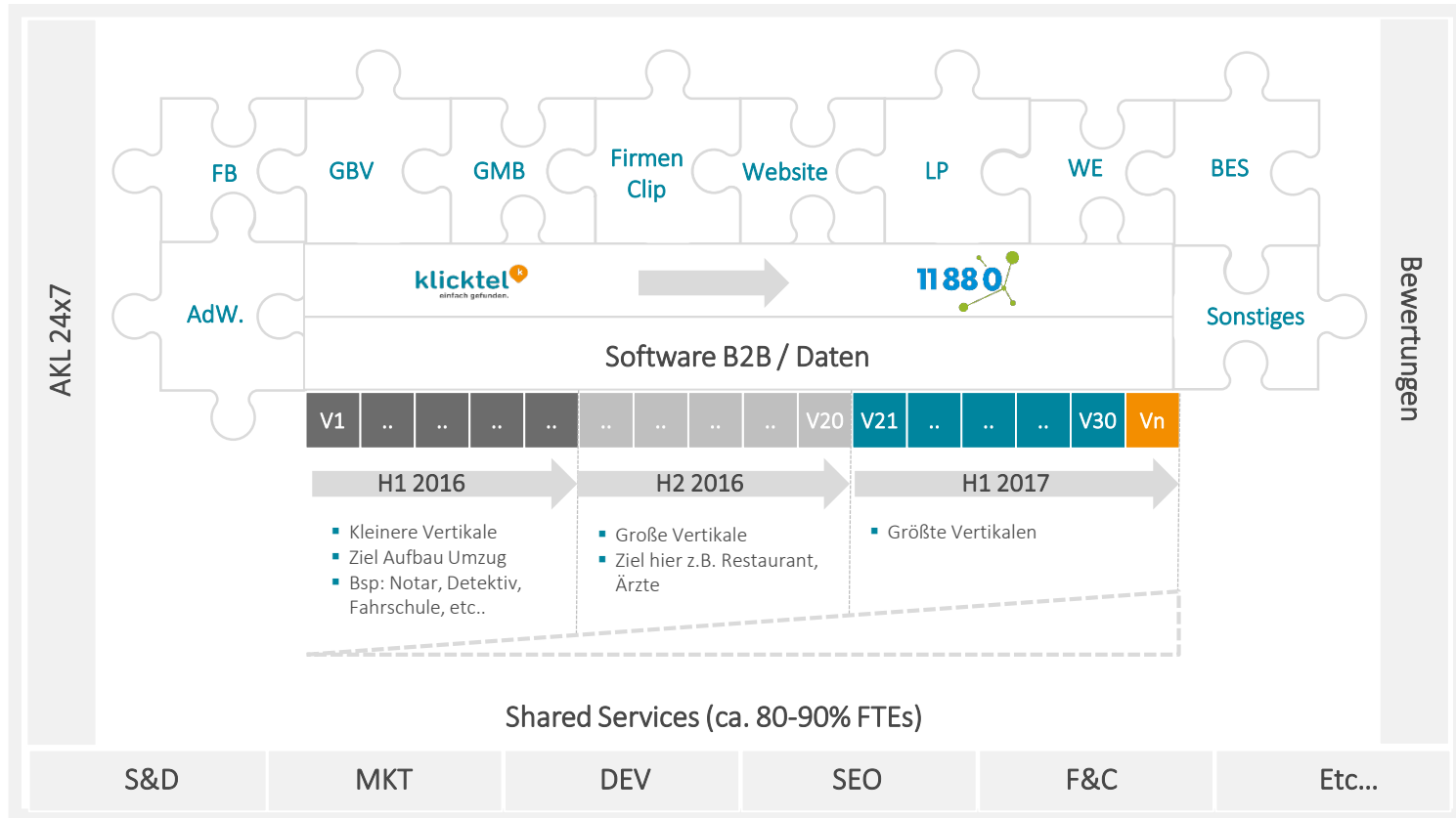
- Registrierung
- Kommentieren
- Bewertungsalarm
- Bewertungssiegel
- Bewertungswidget (zur Einbindung in eigene Webseiten)
- Bewertungsmanagement
- Transaktionsbewertungen
- Analytische Reports



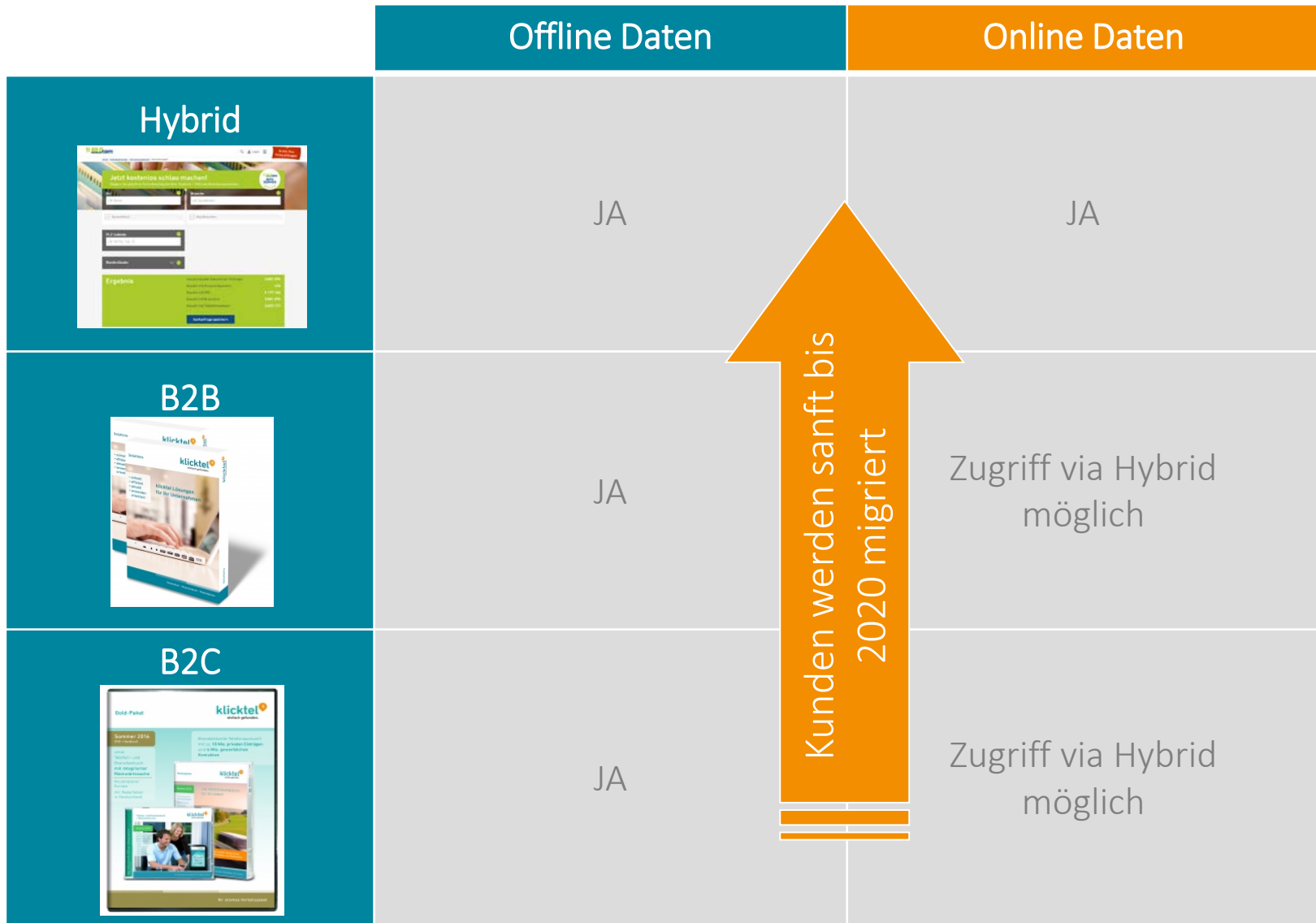
Alle Portale und Designs sind nur indikativ. Die finalen Designs und die konkrete Portalauswahl wird demnächst präsentiert.

Die übergreifende Produktstrategie wird konsequent verfolgt. Medieneintrag, Eintragservice, WKDB und Vertikale werden nahtlos mit Offline-Diensten verzahnt, um dem Kunden optimalen Mehrwert zu liefern.

Die Schönheit des Ganzen offenbart sich in der Perfektion des Details



Zukünftig werden Daten auf allen Kanälen vermarktet – damit Kunden auch die Möglichkeit haben hybrid zu arbeiten und maximalen Nutzen zu generieren!



Der im Auskunftsbereich angebotene Sekretariatsservice ist ein erster Schritt, die dort vorhandenen Kapazitäten zukünftig variabler einzusetzen.



Im ersten Schritt werden einfache Dienstleistungen wie Empfangstelefon angeboten



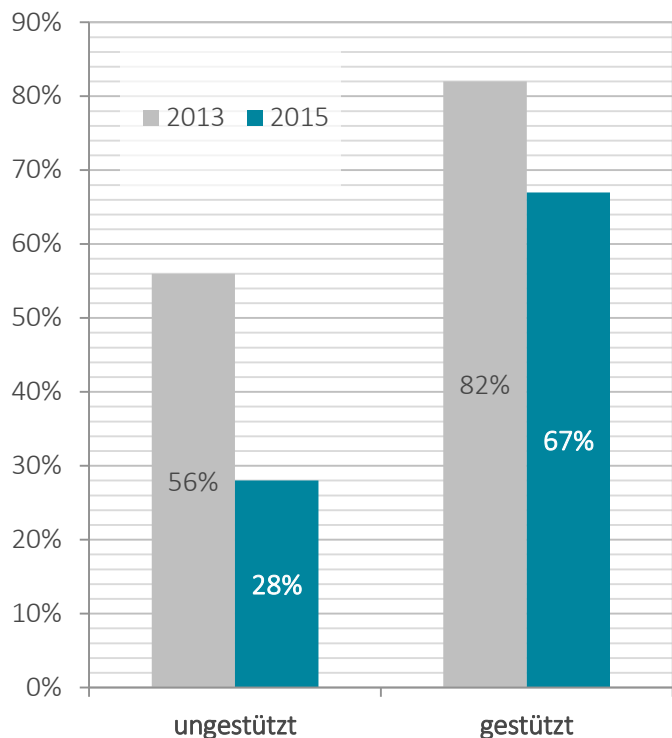
Im zweiten Schritt werden komplexere On- und Offline Abläufe angeboten



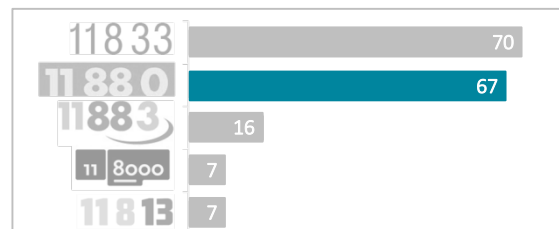
Im weiteren Verlauf wird die Übernahme von Geschäftsvorfällen angeboten



Die rückläufige Markenbekanntheit der 11 88 0 ist dem fehlenden Werbedruck geschuldet.



Dennoch ist 11 88 0 einer der bekanntesten Anbieter von Telefonauskunft am Markt ...



Gestützte Markenbekanntheit Telefonauskunft

... und hat weiterhin eine vergleichsweise hohe Markenbekanntheit in Deutschland.



Unternehmen mit vergleichbarer ungestützter Markenbekanntheit (25-35%)

Die eindeutige Markenstruktur und klare Ausrichtung auf die 11 88 0, sowohl als Unternehmens- als auch Produktmarke, werden zukünftig die Kraft auf eine starke Dachmarke fokussieren.

2014



telegate

telegate MEDIA

klickTel.de

11 88 0.com
Da werden Sie geholfen.

11 88 0
Da werden Sie geholfen.

Fokussierung auf die B2B-Marke **klicktel**

2015



telegate

klicktel ^k

11 88 0.com

11 88 0
Da werden Sie geholfen.

Konsequenter Fokus auf die bekanntere B2C-Marke **11 88 0**

2016



11 88 0 Solutions AG
Da werden Sie geholfen.

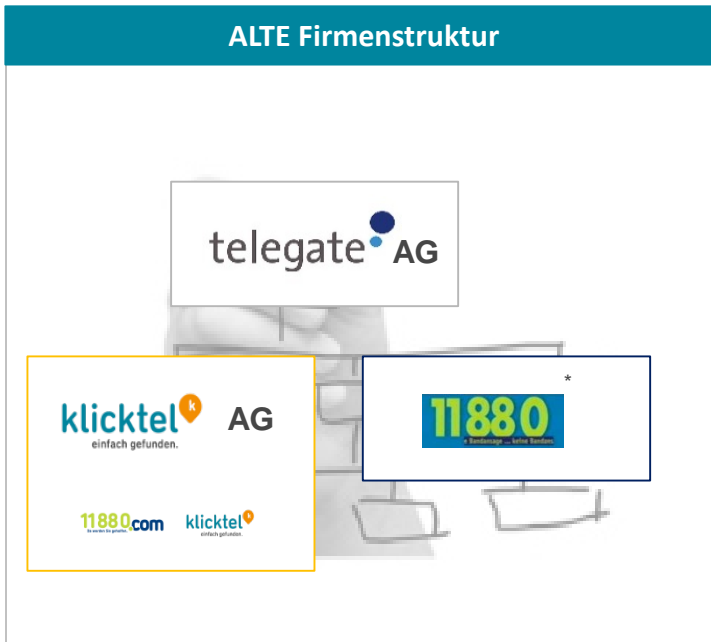
11 88 0 Internet Services AG
Da werden Sie geholfen.

11 88 0
Da werden Sie geholfen.

11 88 0.com
Da werden Sie geholfen.

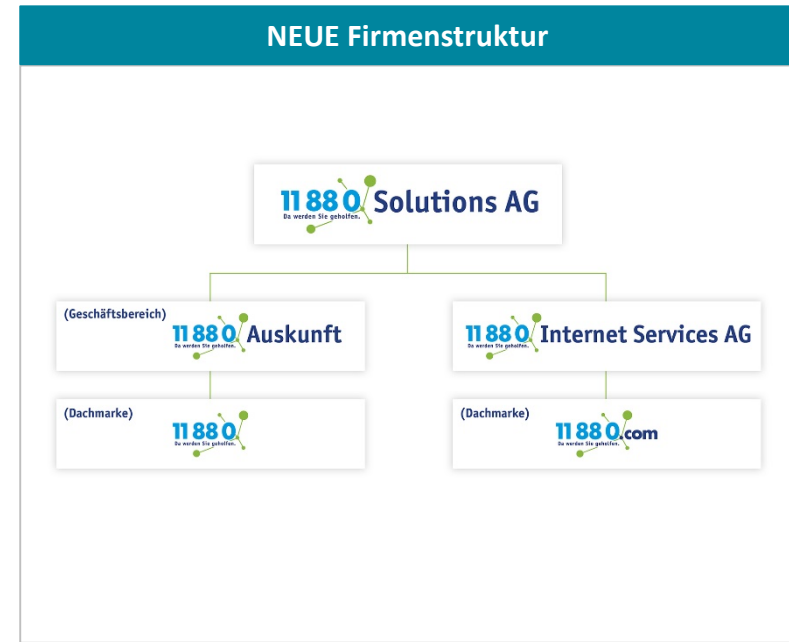
11 88 0.com
Dachdecker

ALTE Firmenstruktur



- Unterschiedliche Namen (telegate, klicktel, 11 88 0) verwirren unsere Kunden, kein klares Markenbild.
- Erfolgtes 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.

In 2015 wurde die gesetzte Guidance auf Gruppenebene in den drei relevanten Bereichen erreicht bzw. im EBITDA* sogar übererfüllt.

	Ziel 2015	Zielerreichung	
Umsatz	52,0 – 56,0 m€	53,5 m€	✓
Profitabilität (EBITDA*)	2 – 3 m€	4,3 m€	✓
Netto Cash Flow**	-6 – -7 m€	-6,9 m€	✓

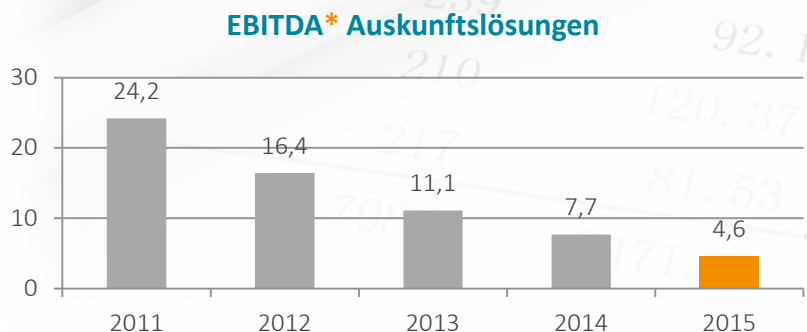
* exkl. Einmalkosten** exkl. Datenkosten (-1,5m€) & Wertpapiere (+5m€)

Trotzdem war bereits im Jahr 2015 ersichtlich, dass sich insbesondere der Digital Bereich nicht wie erwartet entwickelt hat. Im Gegenteil, man hatte das Umsatzniveau des Vorjahres nicht erreicht.

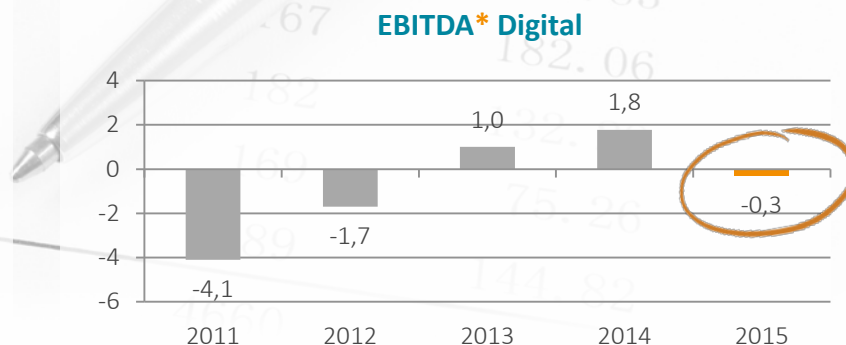
telegate Konzern (m€)	2015	2014	2013
GuV			
Umsatzerlöse	53,5	62,3	72,3
Umsatzkosten	-27,4	-31,3	-32,8
Bruttoergebnis vom Umsatz	26,1	31,0	39,5
Vertriebskosten	-25,2	-27,3	-30,0
Allgemeine Verwaltungskosten	-11,9	-13,2	-12,3
Sonst. betriebl. Erträge/Aufwend.	0,4	0,0	0,3
Finanzergebnis, gesamt	0,2	0,4	0,0
Ertragssteuern, gesamt	1,2	2,3	0,8
EBITDA (exklusive Einmalkosten)	4,3	9,4	12,0
EBITDA (inklusive Einmalkosten)	-0,3	2,3	9,1
Betriebsergebnis	-10,6	-9,5	-2,4
Periodenergebnis	-9,3	-6,4	-1,8

telegate Konzern (m€)	2015	2014	2013
Kapitalflussrechnung			
Betriebliche Tätigkeit	-3,7	-0,1	-4,6
Investitionstätigkeit	0,4	26,3	-63,8
Finanzierungstätigkeit	0,0	-31,9	-14,9
Netto Cash Flow	-6,9	-3,3	-2,8
Bilanz			
Kurzfristige Vermögenswerte, gesamt	32,2	41,0	80,6
Davon Zahlungsmittel, Zahlungsmitteläquivalente u. Wertpapiere	18,5	26,9	40,1
Langfristige Vermögenswerte, gesamt	17,5	20,9	25,8
Bilanzsumme	49,6	62,0	106,4
Eigenkapital, gesamt	38,2	47,6	61,7
%	77,0%	76,8%	58,0%

Rückläufiger Ergebnisbeitrag (YOY) im Auskunftsgeschäft und Unterbrechung der Profitabilitätsentwicklung (YOY) im Digitalgeschäft



* EBITDA vor Einmalkosten, inklusive Plattformkosten und inklusive Aktivierung von Webseiten



Erhöhte Kosten im Rahmen der Datenkostenklagen sowie die Kosten für den Markenrelaunch sorgten v.a. für einen Anstieg der Einmalkosten im Vergleich zum Vorjahr. Strukturelle Kosten blieben trotz deutlichem Rückgang auf einem wesentlichen Niveau.

Einmalkosten – nach Themen (m€)	2015	2014	Delta
Konzern gesamt	4,6	7,1	-2,5
Datenkosten	1,0	0,3	0,7
Markenrelaunch	0,7	0,0	0,7
Strukturelle Kosten	2,9	6,8	-3,9

Einmalkosten – nach Kostenarten (m€)	2015	2014	Delta
Konzern gesamt	4,6	7,1	-2,5
Umsatzkosten	0,8	2,1	-1,3
Vertriebskosten	2,2	1,4	0,8
Allgemeine Verwaltungskosten	2,0	3,7	-1,7
Sonstige betriebl. Erträge/Aufwend.	-0,4	-0,1	-0,3

3 Monate im Detail: Die Umsätze entwickeln sich wie prognostiziert, wobei die frei verfügbaren liquiden 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%	▶
Umsatzerlöse	11,8	11,7	1%	▲
Herstellungskosten (COGS)	6,4	6,4	0%	▶
Bruttoergebnis vom Umsatz*	5,4	5,3	2%	▲
%	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		▼
Periodenergebnis	-2,3	-2,2	7%	▶
EBITDA	-0,2	-0,1		▶
EBITDA vor Aktivierungen	-1,4	-1,3	8%	▶
Frei verfügbare Liquidität	16,7	15,7	7%	▲

← Periodenverschiebung Q4 2015 aus nicht operativer Tätigkeit



In 2015 wurde die gesetzte Guidance in den drei relevanten Bereichen erreicht bzw. übererfüllt



In 2016 entwickeln sich die Umsätze wie prognostiziert, wobei die frei verfügbaren liquiden Mittel eine Million Euro höher sind als geplant



Die Geschäftsbereiche AKL und Digital wurden wieder zu einer operativen Einheit verschmolzen, damit Synergien genutzt werden



Es wurde eine neue Produktwelt geschaffen, die sowohl Verbrauchern als auch Unternehmenskunden nachhaltigen Mehrwert liefert



Die neue Firmenstruktur und Markenarchitektur stellen klar die 11 88 0 als Dachmarke in den Vordergrund. Das vereinfacht die Kundengewinnung und stärkt jedes neue Vertical



**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