

Rede anlässlich der ordentlichen Hauptversammlung der telegate AG

München, 24. Juni 2015

– Franz Peter Weber, Vorstandssprecher –

(Es gilt das gesprochene Wort.)

Sehr geehrte Frau Rosenberg,
sehr geehrter Herr Vorsitzender Dr. Wiesbrock,
sehr geehrte Herren des Aufsichtsrates,
liebe Vertreter der Banken und Repräsentanten der Aktionärsvereinigungen,
sehr verehrte Damen und Herren **Aktionäre**, herzlich willkommen zu
unserer heutigen ordentlichen Hauptversammlung.

Vielen Dank, dass Sie hier heute so zahlreich erschienen sind.

Sehr geehrte Damen und Herren, vor genau einem Jahr habe ich mich
Ihnen an dieser Stelle erstmals als Vorstand vorgestellt. Somit spiegelt all
das, was ich Ihnen heute berichte, mein erstes Jahr als Vorstand wider. Für
mich persönlich war es ein sehr spannendes Jahr, für unser Unternehmen
ein sehr effektives.

Was haben wir in diesem Jahr in unserem Entwicklungsprozess vom Auskunftsanbieter hin zu einem **Digital**unternehmen erreicht?

Wir haben im vergangenen Sommer zunächst unsere internen Prozesse in ihrer Gesamtheit auf den Prüfstand gestellt, denn unser Ziel war es, unsere **Kunden** stärker in den Fokus zu rücken. **Zufriedene Kunden** sind der Schlüssel zum Erfolg! Und wir sind sicher, dass wir über viele zufriedene Kunden auch deutlich mehr Neukunden gewinnen.

Daher galt es vor allem, die Reise des Kunden, die **Customer Journey**, in unserem Digitalgeschäft weiter zu optimieren. – Folie **Customer Journey** - Wir wollen, dass sich unsere Kunden ab dem ersten Anruf oder Besuch in ihrer neuen Partnerschaft mit uns wohlfühlen und sich ernst genommen fühlen. Wir wollen, dass **unsere Kunden ihre Entscheidung** für telegate als Online-Vermarktungspartner **bewusst treffen**. Egal, ob sie gerade ihr Geschäft eröffnet haben oder ob sie schon lange ein etablierter Anbieter im Markt sind. Deshalb haben wir beispielsweise eingeführt, dass jeder Neukunde nach Vertragsabschluss einen Anruf von uns bekommt, mit dem wir herausfinden möchten, ob er mit unserer Beratungsleistung zufrieden ist. Sollte er es im Ausnahmefall einmal nicht sein, so bieten wir dem Kunden eine Alternativlösung an oder entlassen ihn aus seinem Vertrag.

Diese ist nur **eine** Maßnahme von vielen, mit der wir die Kündigungsquote senken und die Kundenzufriedenheit steigern konnten. So haben wir jeden einzelnen Zeitpunkt der Reise unserer Kunden genau unter die Lupe genommen und optimiert. Unser **Antrieb** ist der **perfekte Rund-um-Service**

für unsere Kunden – vom ersten Kontakt an. Wir nehmen ihnen die komplette Arbeit ab und kümmern uns um absolut alles, damit sie im Netz gut aussehen und schnell von Deutschlands Verbrauchern gefunden werden. Deshalb haben wir genau dieses Leistungsversprechen deutlich vereinfacht und uns so aufgestellt, dass unsere Kunden uns besser verstehen.

Gleichzeitig haben wir die aktuellen Bedürfnisse der kleinen und mittleren Unternehmen in Deutschland genauer analysiert – Folie Produktportfolio - und unser Produktportfolio angepasst und erweitert. Aufbauend auf unserer nunmehr siebenjährigen Erfahrung in der Online-Vermarktung kleiner und mittlerer Unternehmen haben wir uns im vergangenen Jahr eine ordentliche Portion Innovationsgeist verliehen und unser Angebot entsprechend bereichert. Gerade in der digitalen Welt unterliegen die Verbrauchergewohnheiten einem ständigen Wandel, auf den Online-Anbieter flexibel reagieren müssen, um erfolgreich zu sein.

Auch wenn es noch viele kleine Unternehmen in Deutschland gibt, die nicht in dem weltweit größten sozialen Netzwerk Facebook vertreten sind, - Folie Facebook - wissen trotzdem fast alle von ihnen, dass sie es müssten. Denn immer mehr Verbraucher suchen hier nach Produkten und Dienstleistungen. Meistens fehlen jedoch die Zeit oder das Know-how für eine professionelle und attraktive Social Media-Präsenz. Deshalb haben wir im letzten halben Jahr ein spezielles Social Media-Team aufgebaut, das unsere Kunden in diesem Bereich optimal betreut. Wir legen für unsere Kunden Profile bei Facebook und – Folie Google MyBusiness - Google+

an, die ihre Leistungen auf attraktive Weise präsentieren. Ab Herbst werden wir für unsere Kunden zusätzlich **Zielgruppen-fokussierte Werbekampagnen** bei Facebook schalten, damit sie von den 28 Millionen Nutzern in Deutschland noch schneller gefunden werden. Wir sind sicher, dass wir unseren Kunden mit diesem neuen Social Media-Angebot einen **echten Mehrwert** bieten können. Das Interesse, das wir bereits in den ersten Wochen verzeichnen, ist ein Beleg dafür.

Mit – Folie Google Business View - **Google** haben wir unsere Partnerschaft weiter **intensiviert**: Wir haben unseren Vertrag zu Beginn des Jahres verlängert und bieten jetzt als erster großer Vermarktungspartner das neue Produkt **Google Business View** an. Hierbei handelt es sich um eine 360-Grad-Tour durch die Ladengeschäfte **unserer Kunden**. Mit diesem virtuellen Spaziergang können Verbraucher sich schon bei der Suche nach dem passenden Anbieter einen authentischen Eindruck verschaffen. Auch dieses neue Produkt ist eine **erfolgversprechende** Erweiterung unseres Angebots. Wir sind **absolut** überzeugt, dass unsere Kunden sich mit Google Business View nicht nur **attraktiver**, sondern auch noch deutlich **effektiver** im Netz präsentieren können.

Um das Profil in unserem Digitalgeschäft auch im Außenauftritt weiter zu schärfen, haben wir in den vergangenen Monaten alle Digitalaktivitäten, Produkte und Mitarbeiter in unserer hundertprozentigen Tochtergesellschaft telegate Media zusammengefasst. Diese Tochtergesellschaft wird künftig **klicktel AG** heißen. – Folie Logo klicktel - Für die Marke klicktel haben wir einen ganz neuen Auftritt konzipiert. Mit unserem Marken-Relaunch zum

1. Juli 2015 unterstreichen wir sichtbar unsere Kernkompetenzen und ihren Nutzen für kleine und mittlere Unternehmen in Deutschland. Ich lade Sie gerne ein, sich ab 1. Juli den neuen Auftritt unter www.klicktel.com anzusehen, - Folie klicktel.com - dann werden Sie unsere neue Ausrichtung noch besser verstehen.

Unser Geschäftsbereich **Telefon Auskunft** hat sich in den vergangenen Quartalen **sehr gut** gegen den fortwährenden Rückgang des gesamten Auskunftsmarktes stemmen können. Das liegt vor allem an den tollen **Mitarbeiterinnen** und **Mitarbeitern**, die seit vielen Jahren einen **hervorragenden Service** leisten. – Folie 11880 und beste Auskunft - Wir können uns mit der **11 88 0** noch vergleichsweise gut in einem stetig schrumpfenden Markt behaupten, weil wir in den Köpfen vieler Verbraucher nach wie vor die **beliebteste Auskunft** sind, wenn **schnelle** und **zuverlässige Hilfe** gewünscht ist. Nichtsdestotrotz beobachten wir die Entwicklung auch weiterhin sehr genau und passen unsere Kapazitäten der Nachfrage kontinuierlich an.

Meine Damen und Herren, soviel zur operativen Entwicklung in den vergangenen **zwölf Monaten**, mit der wir sehr zufrieden sind und deren Früchte wir im kommenden Jahr ernten werden. Sie als Aktionärinnen und Aktionäre unseres Unternehmens haben jedoch nicht immer die operative Entwicklung im Fokus sondern vor allem den **Aktienkurs**. Der Kurs der telegate-Aktie hat sich weniger gut entwickelt als **unser Geschäft**. Diese Situation haben wir von dem Zeitpunkt an gefürchtet, als klar wurde, dass unser **ehemaliger Großaktionär SEAT Pagine Gialle** den Großteil seiner

Aktien zu einem bestimmten Stichtag an seine **Gläubiger** abtreten musste. Im Rahmen des mehrjährigen Entschuldungsverfahrens hatte SEAT sich verpflichten müssen, sich von allen Beteiligungen **zu trennen**. So auch von der Mehrheitsbeteiligung an unserem Unternehmen. SEAT hält gemäß unseren Informationen noch **16 Prozent**, zuvor waren es 77,4 Prozent. Es sind also **rund 61 Prozent** der telegate-Aktien an viele verschiedene Adressen gegangen. Wir freuen uns, dass zwei Gesellschaften mehr als drei Prozent der Aktien übernommen haben. Die **Golden Tree Asset Management** hält aktuell **rund 16 Prozent**, die **GL Europe** **rund 14 Prozent**. Beide Gesellschaften haben uns signalisiert, dass sie dieses Investment interessiert verfolgen.

Rund **32 Prozent** sind jedoch an **viele verschiedene** Investoren gegangen, die sie nur aus dem Grund bekommen haben, weil sie zu den **Gläubigern** der SEAT Pagine Gialle gehörten. Dies war für die Entwicklung des Aktienkurses sicherlich nicht hilfreich. Nichtsdestotrotz werden wir unseren Weg mit **neuen innovativen Produkten** konsequent weitergehen und sind sicher, dass der Aktienkurs **dieser Entwicklung folgen wird**.

Bevor ich Ihnen im Anschluss die Finanzergebnisse des Geschäftsjahres 2014 präsentieren werde, möchte ich noch einen Ausblick auf die nächsten zwölf Monate geben. Diesen Punkt kann ich kurz halten, denn ich habe Ihnen zuvor bereits aufgezeigt, in welche **Richtung** wir unser Geschäft entwickeln wollen.

Unterstützt werden wir dabei ab heute von Christian Maar. Er tritt mit diesem Tag seine Position als dritter Vorstand und Vorstandsvorsitzender in unserem Unternehmen an. Bevor er sich im Anschluss an meine Ausführungen persönlich bei Ihnen vorstellen wird, kann ich schon vorwegnehmen, dass Christian Maar als ausgewiesener Experte für digitale Transformation gilt und somit unser Geschäft weiter vorantreiben wird.

Wir werden den aufgezeigten **Weg konsequent** weitergehen, bis wir im kommenden Juni hier wieder erneut zusammenkommen. Und ich bin sicher, dass wir Ihnen bis dahin bereits einige Erfolge präsentieren können.

- **Folie Datenkosten** - Erfolglos waren wir hingegen leider bisher in unserer Schadensersatzklage gegen die Deutsche Telekom. Nachdem der Bundesgerichtshof vor drei Jahren endgültig festgestellt hat, dass telegate über Jahre viel zu hohe Datenkosten an die Deutsche Telekom zahlen musste, läge es auf der Hand, auch für den dadurch entstandenen Schaden entschädigt zu werden. Leider haben das Landgericht Köln und das Oberlandesgericht Düsseldorf in dieser Sache gegen uns entschieden. Eine Revision wurde nicht zugelassen. Nach eingehender Prüfung der Urteilsbegründung haben wir jedoch Ende Mai eine **Nichtzulassungsbeschwerde** beim Bundesgerichtshof eingereicht. Im Sinne unseres Unternehmens und seiner Aktionärinnen und **Aktionäre** wollen wir **alle** Möglichkeiten nutzen, um die aus unserer Sicht absolut gerechtfertigten Ansprüche geltend zu machen.

Mein Damen und Herren, kommen wir nun zum Finanzergebnis des vergangenen Geschäftsjahres 2014. – Folie GuV vor Sondereffekten - Auf Konzernebene hat unsere Gesellschaft 2014 ein EBITDA vor Sondereffekten von 9,4 Millionen Euro erwirtschaftet und damit die zu Jahresbeginn ausgegebene Prognose von 7 bis 9 Millionen voll erfüllt. In diesem Ergebnis ist jedoch ein Betrag von 1,1 Millionen Euro enthalten, der in einer geänderten bilanziellen Behandlung der Website-Produktion im Digitalgeschäft begründet ist.

Der auf Konzernebene erwirtschaftete Umsatz belief sich auf 62,3 Millionen Euro und lag damit ebenfalls absolut im Rahmen der Planung. 34,6 Millionen Euro entfielen auf das Digitalgeschäft, 27,7 Millionen Euro auf den Bereich der Telefonauskunft 11880.

Die Umsatzkosten inklusive Sondereffekten beliefen sich zum 31. Dezember 2014 auf 31,3 Millionen Euro. Die um Sondereffekte bereinigten Umsatzkosten des Konzerns betragen 29,2 Millionen Euro und lagen um neun Prozent niedriger als 2013. Dieser Rückgang ist ein erster Effekt aus den durch Kapazitätsanpassungen gesunkenen Personalkosten.

Es ist uns gelungen, 2014 auch die Vertriebskosten zu senken. Inklusive Sondereffekten lagen sie im vergangenen Jahr bei 27,3 Millionen Euro gegenüber 30 Millionen Euro im Vorjahr 2013. Die um Sondereffekte bereinigten Vertriebskosten lagen 2014 bei 25,9 Millionen Euro und damit um 2,9 Millionen unter Vorjahr. Dieser Rückgang um zehn Prozent ist sehr erfreulich und veranschaulicht die deutlich höhere Effektivität unseres

Digitalgeschäfts, die wir durch verschiedene Maßnahmen realisieren konnten.

Die allgemeinen Verwaltungskosten inklusive Sondereffekten in Höhe von 13,2 Millionen Euro beinhalten im Wesentlichen Kosten für unternehmensübergreifende Funktionen in den Bereichen Finanzen, Recht, Personal, IT sowie der Geschäftsleitung. In dieser Position sind darüber hinaus auch Beratungskosten enthalten, die im Zuge unserer **Schadensersatzklagen** gegen die Deutsche Telekom angefallen sind. Die allgemeinen Verwaltungskosten inklusive Sondereffekten lagen 2014 leicht höher als 2013, was insbesondere auf juristische Kosten und Abfindungszahlungen im Rahmen der Kapazitätsanpassungen zurückzuführen ist. Die um Sondereffekte bereinigten Verwaltungskosten betragen 2014 jedoch 9,5 Millionen Euro und **reduzierten** sich damit gegenüber dem Vorjahr **um 13 Prozent**.

- Folie Sondereffekte - Das Konzernergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) betrug zum 31. Dezember 2014 2,3 Millionen Euro. In diesem Betrag sind Sondereffekte in Höhe von 7,1 Millionen Euro enthalten. Diese Sondereffekte setzen sich aus Aufwendungen zur Anpassung von strukturellen Kosten - vor allem **Personalkosten** - in Höhe von 6,8 Millionen Euro und Kosten im Rahmen der **Schadensersatzklagen** in Höhe von 0,3 Millionen zusammen. **Im laufenden Jahr 2015** werden wir die Kosten um **sechs Millionen Euro** senken können - ein Effekt, der sich bereits im ersten Quartalsergebnis ablesen lässt.

Das Konzernperiodenergebnis nach Steuern belief sich 2014 vor allem auf Grund der hohen Sondereffekte auf minus 6,4 Millionen Euro.

Analog dazu verzeichnete die Telegate AG im Einzelabschluss nach HGB einen Jahresfehlbetrag in Höhe von 5,0 Millionen Euro, was 2014 zu einem **Bilanzverlust** in Höhe von 1,1 Millionen Euro führte. Eine Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2014 war somit nicht möglich.

– **Folie Cash** - Der Cashflow im Konzern, bereinigt um Datenkosteneffekte, kurzfristige Geldanlagen und diverse Sachverhalte im Zusammenhang mit der Seat-Dividende 2014, belief sich im vergangenen Jahr auf minus 3,3 Millionen Euro. Der **Bestand an Zahlungsmitteln** und Zahlungsmitteläquivalenten sowie der zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerte im Konzern ist im abgelaufenen Geschäftsjahr um 13,2 Millionen Euro gesunken und betrug zum 31. Dezember 2014 **26,9 Millionen Euro**. Ursache hierfür ist hauptsächlich die 2014 umgesetzte **Dividendenausschüttung** sowie der negative Cashflow aufgrund von Kosten für strukturelle Anpassungen.

- **Folie Drei-Jahres-Entwicklung** - 2014 lag der Schwerpunkt auf der **Profitabilitätssteigerung im Digitalgeschäft**. Dabei haben wir alle internen Prozesse überprüft und insbesondere das Qualitätsmanagement **deutlich verbessert**. Es ist uns gelungen, die **Effizienz** im Vertrieb zu steigern und gleichzeitig die Kündigungsquote durch erfolgreiche Kundenbindungsmaßnahmen **zu senken**. Wenn Sie sich ansehen, **wo wir vor drei Jahren standen**, wird diese erfreuliche Entwicklung besonders

deutlich. Wir haben in den vergangenen drei Jahren das Digitalgeschäft gut aufgestellt und sind nun für die **Zukunft** gerüstet.

- **Folie Guidance** – Meine Damen und Herren, wir sind jedoch noch **längst** nicht am Ziel angekommen. Daher haben wir gemeinsam mit unserem Aufsichtsrat beschlossen, in diesem Jahr weiter in unser Digitalgeschäft **zu investieren**. Wir haben in den Marken-Relaunch der Marke klicktel und in neue Produkte **investiert** und werden auch im Laufe des Jahres weitere Optimierungsmaßnahmen umsetzen. Diese Maßnahmen führen dazu, dass wir in diesem Jahr einen negativen Cashflow in Höhe von sechs bis sieben Millionen Euro verbuchen werden. Da die beschriebenen Investitionen zum Großteil nicht kapitalisiert werden können, erwarten wir für dieses laufende Geschäftsjahr 2015 ein EBITDA vor Sondereffekten von zwei bis drei Millionen Euro. Im ersten Quartal 2015 haben wir mit einem **EBITDA** vor Sondereffekten von **1,7 Millionen Euro** gezeigt, dass wir wieder voll im Plan liegen.

Alle Maßnahmen, die wir auch in diesem Jahr umsetzen, dienen unserem Ziel für das kommende Geschäftsjahr: eine **zweistellige Wachstumsrate** in unserem Digitalgeschäft. Wir wollen **Deutschlands beliebtester** Online-Vermarktungspartner für kleine und mittlere Unternehmen sein. Mit unserer breiten **Erfahrung** und **all dem**, was wir in den vergangenen Jahren dafür getan haben, sind wir dem **Ziel** schon deutlich näher gekommen.

Sehr geehrte Damen und Herren Aktionäre, zum Ende meiner Rede, möchte ich noch kurz erläutern, dass heute auch über die Erhöhung der

Bezüge für unseren Damen und Herren Aufsichtsräte entschieden wird. Sie haben diesen Punkt bereits der Einladung entnehmen können. Nach der **Verkleinerung des Gremiums** im vergangenen Jahr sind sowohl die zeitlichen und inhaltlichen Anforderungen als auch die **Haftungsrisiken für** alle Aufsichtsratsmitglieder deutlich gestiegen. Daher wurde **erstmals** nach zwölf Jahren eine entsprechende Erhöhung der Bezüge erforderlich. Wir haben die vorgeschlagene Vergütung zuvor einem **strengen Marktvergleich** unterzogen, und ich kann Ihnen versichern, dass sie absolut angemessen ist. Daher möchte ich Sie bitten, im Sinne unserer Gesellschaft in diesem Punkt **positiv** abzustimmen. Vielen Dank.

Nun bin ich auch am Ende angekommen und hoffe, dass ich Ihnen einen guten Überblick über die aktuelle Situation **unseres Unternehmens** geben konnte. Bevor sich nun unser neuer Kollege Christian Maar persönlich vorstellt, möchte ich Ihnen **ganz herzlich** für Ihre Aufmerksamkeit danken und Ihnen noch einen schönen Tag **hier in München wünschen**. **Vielen Dank.**