

Rede anlässlich der ordentlichen Hauptversammlung  
der 11880 Solutions AG

Essen, 13. Juni 2023

Christian Maar, Vorstandsvorsitzender

*(Es gilt das gesprochene Wort.)*

Sehr geehrter Herr Vorsitzender Dr. Wiesbrock,  
sehr geehrte Damen und Herren des Aufsichtsrats,  
liebe Vertreter der Banken und Repräsentanten der  
Aktionärsvereinigungen,  
sehr verehrte Aktionäre,

ich heiÙe Sie herzlich zu unserer diesjährigen ordentlichen  
Hauptversammlung willkommen!

Vorab möchte ich anmerken, dass ich in meinen Ausführungen  
der Einfachheit halber auf die Verwendung einer  
geschlechtsspezifischen Anrede verzichte. Die von mir  
verwendete Anredeform gilt für alle Geschlechter.

Ich möchte mich als erstes für Ihr Vertrauen im abgelaufenen Geschäftsjahr 2022 bedanken. Als Aktionäre unseres Unternehmens war es ebenso wenig ein leichtes Jahr wie für unsere Mitarbeiter. Die hohe Inflation, die weltpolitische Unsicherheit und Rezessionssorgen haben sich negativ auf unser Geschäft ausgewirkt und die Bereitschaft unserer Kunden, in die Online-Vermarktung des eigenen Unternehmens zu investieren, etwas stärker gedämpft als erwartet. Viele hatten vor dem Hintergrund steigender Preise und drohender Insolvenzen andere Prioritäten. Nachdem die Befreiung der Insolvenzantragspflicht nach der Pandemie wieder aufgehoben wurde, stieg die Anzahl der Insolvenzen überdurchschnittlich stark – allein im vergangenen Jahr laut statistischem Bundesamt um 4,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr 2021. Andere haben sich kurz nach Vertragsabschluss als nicht solvente Kunden erwiesen, so dass wir mit vergleichsweise hohen Zahlungsausfallquoten zu kämpfen hatten und teilweise noch haben.

Dennoch haben wir es geschafft, unseren Umsatz im Geschäftsjahr 2022 zu stabilisieren – ein Erfolg, den längst nicht jedes Unternehmen im vergangenen Jahr für sich verbuchen konnte! Auch die Anzahl zahlender Kunden haben wir um 1.578 auf insgesamt 45.474 Kunden ausbauen können.

Doch trotz dieser Stabilisierung sind wir nicht zufrieden. Wir haben entschieden, in allen Unternehmensbereichen kosteneffizienter und produktiver zu arbeiten, um zukünftig nachhaltig zu wachsen.

Eines ist dabei klar: Unser Geschäftsmodell funktioniert, denn die Zukunft der deutschen KMU liegt ganz klar im Internet. Mit unserem breiten Produktportfolio decken wir alle Anforderungen und Wünsche unserer Kunden in Punkto Online-Vermarktung optimal ab.

Nun gilt es, den Fokus nach der erfolgreichen digitalen Transformation unseres Geschäftsmodells in den vergangenen Jahren noch stärker als bisher auf Profitabilität zu legen. Dafür müssen wir unsere Produkte noch zielgerichteter und effizienter vermarkten.

Lassen Sie mich zunächst einen Blick zurück auf das Geschäftsjahr 2022 werfen, bevor ich Ihnen erläutere, was wir uns für 2023 vorgenommen haben.

Im vergangenen Jahr haben wir mit der Einführung einiger neuer Produkte die Basis für weiteres Wachstum gelegt. Gleich zu Beginn des Jahres haben wir das vollständig

überarbeitete Produkt Firmen-Website auf den Markt gebracht, mit dem wir den Kern eines jeden Online-Auftritts – die Homepage – abdecken.

Die neue Firmen-Website ist für Unternehmenskunden günstiger als zuvor, bietet einen hohen Mehrwert durch mehr Funktionalität und ist deutlich flexibler bei der Gestaltung und Produktion.

Das Produkt Firmen-Website wird seit seinem Start sehr gut angenommen und in diesem Jahr noch weiter ausgebaut. So werden wir zukünftig schon vor dem Produktionsstart der Webseite mit einem auf den Unternehmenskunden zugeschnittenen Fragebogen herausfinden, welche Anforderungen an die Website gestellt werden, um den Kunden einerseits noch individueller und zielgerichteter bedienen zu können und andererseits den Erfolg des Produkts weiter zu steigern.

Im Sommer 2022 haben wir das Analyseportal Localytx entwickelt. Hier können Unternehmen ihre Online-Präsenz und das Wettbewerbsumfeld in ihrer Region im Detail analysieren lassen.

Ob 11880-Kunde oder nicht – jeder Nutzer erhält auf Basis der Marktanalyse eine Empfehlung, wie er sein Marketingbudget bestmöglich einsetzen kann, um im Netz sichtbarer zu werden.

Ende November 2022 haben wir mit Addressable TV – kurz ATV – ein weiteres Produkt auf den Markt gebracht, für das wir in den ersten vier Monaten schon knapp 100 Unternehmenskunden gewinnen konnten.

ATV gilt als eines der großen Zukunftsthemen in der Medienbranche. Für ein monatliches Budget ab 250 Euro können Unternehmen ohne aufwendige Spot-Produktionen im Massenmedium TV werben. Und sie erreichen ihre Zielgruppe sehr exakt, denn durch intelligentes Targeting werden Streuverluste minimiert. ATV ist vergleichsweise günstig, hocheffizient und daher für KMU sehr interessant!

Sowohl werkenntdenBESTEN, unsere große Suchmaschine für Online-Bewertungen, als auch unser Jobportal wirfindendeinenJOB wurden 2022 so weiterentwickelt, dass sie nun nicht mehr nur als Bundle-Produkt vermarktet werden, sondern dem Unternehmenskunden auch als Einzelprodukte einen hohen Mehrwert liefern.

Bei werkenntdenBESTEN haben wir die Datenstruktur ganz neu entwickelt und sind jetzt in der Lage, in sämtlichen Branchen und Regionen Deutschlands die besten Anbieter auszuloben. Die von Usern am besten bewerteten Unternehmen zeichnen wir ab sofort jährlich mit dem werkenntdenBESTEN-Award aus und können mit dem Vertrauen, dass ihre Kunden ihnen geschenkt haben, on- und offline werben. Hier bieten sich für die 11880 Solutions AG verschiedene Möglichkeiten der Monetarisierung, die wir im Laufe des Jahres ausbauen.

Unser Vertriebsteam vermarktet neben unseren eigenen 11880-Produkten auch sehr erfolgreich Google-Ads und Werbung bei Microsofts Suchmaschine BING. Die 11880 Solutions AG zählt als Elite Channel Partner zu den größten Microsoft Advertising Partnern in Deutschland, und auch bei Google zählt unser Unternehmen zu den größten Partnern unter den Resellern.

Wir versorgen unsere KMU-Kunden mit allem, was sie benötigen, und sind immer bestrebt, auch ihre individuellen Anforderungen abzudecken. Daher ist es nicht erstaunlich, dass die Zufriedenheit unserer Kunden in den vergangenen Monaten noch einmal gestiegen ist. Unser Net Promoter

Score, die wichtigste Kennzahl, die misst, inwiefern Kunden ein Produkt oder eine Dienstleistung weiterempfehlen, liegt aktuell bei einem herausragenden Wert von 44.

Im Vertrieb wollen wir zukünftig neue Wege testen und unseren Kunden die Möglichkeit einräumen, einzelne 11880-Produkte auch direkt online einzukaufen. Damit sprechen wir vor allem die Unternehmer an, die sich nur abends oder an Wochenenden mit der Vermarktung ihres Betriebs beschäftigen wollen und können. Mit diesem zusätzlichen Vertriebskanal werden wir sowohl den Absatz unserer Produkte als auch ihre Bekanntheit stärken.

Vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Unsicherheit und gestiegener Insolvenzen sind die Zahlungsausfälle im vergangenen Jahr auch bei unseren Kunden gestiegen. Zur besseren Bonitätsprüfung setzen wir nun neben einer Reihe von Maßnahmen eine selbstentwickelte KI-Lösung ein, die Zahlungsausfälle definitiv minimieren wird.

In den vergangenen Jahren haben wir unser Produktportfolio so entwickelt, dass es vor dem Hintergrund aktueller Marketingtrends und -entwicklungen allen Bedürfnissen deutscher KMU gerecht wird. Damit das auch in Zukunft

möglich ist, haben wir im ersten Halbjahr 2022 den ersten Schritt einer marktüblichen Preiserhöhung umgesetzt.

In unserem Segment Telefonauskunft ist es uns trotz eines überdurchschnittlich starken Rückgangs des Anrufvolumens im vergangenen Jahr gelungen, den fehlenden Umsatz bei der Service-Auskunft 11880 mit den wachsenden Call Center Services zu kompensieren.

Mittlerweile erwirtschaften wir mit diesem neuen Geschäftszweig mehr Umsatz als mit der klassischen Telefonauskunft. Die Call Center Services, bei denen wir Kundenserviceleistungen für größere Unternehmen übernehmen, haben sich 2022 sehr gut entwickelt: Mit unserem größten Kunden haben wir die Zusammenarbeit langfristig verlängert, bei einem weiteren Kunden haben wir das Auftragsvolumen ausgebaut, und wir haben einige kleinere Unternehmen als Neukunden dazugewonnen. Insbesondere die Erfahrung unserer Mitarbeiter und die hohe Service-Qualität verschaffen uns gegenüber unseren Wettbewerbern einen klaren Vorteil.



Auch in diesem Segment wollen wir zukünftig noch kundenzentrierter arbeiten und zur Unterstützung „state of the art“ KI-Lösungen testen.

Bei der Kölner Fairrank GmbH, die seit 2020 zu unserer Gesellschaft zählt, haben wir eine klare Ausrichtung definiert, neue Strukturen implementiert und einen klugen Produktbaukasten geschaffen.

Damit ist die Agentur, die für größere Mittelstandskunden in erster Linie SEO-, SEA- und Social Media-Maßnahmen entwickelt und umsetzt, sehr gut für die Zukunft gerüstet. Ab dem kommenden Jahr wird das Team wie geplant profitabel arbeiten und zum nachhaltigen Wachstum unserer Gesellschaft beitragen.

Verehrte Damen und Herren, liebe Aktionäre, Sie werden sich nach meinen Schilderungen zur Geschäftsentwicklung 2022 vielleicht fragen, warum ich eingangs sagte, dass das vergangene Geschäftsjahr für uns ein schwieriges Jahr war und warum wir nicht zufrieden sind. Die Antwort ist: Unsere Arbeit muss sich stärker lohnen. Wir müssen profitabler arbeiten – ein Ziel, das sicherlich auch in Ihrem Sinne ist. Genau das zu erreichen, ist in diesem Jahr unsere wichtigste

Aufgabe. Dafür haben wir bereits in allen Bereichen Maßnahmen definiert und zum Teil schon initiiert. Im ersten Quartal 2023 haben wir erste Effekte gesehen.

Ein Geschäftsfeld, von dem wir uns sehr viel versprechen und das wir in diesem Jahr stärker besetzen möchten, ist Pay-per-Lead. Sie wissen, dass wir bereits seit zwei Jahren in diesem wachsenden Geschäft Fuß fassen wollen, denn mit unserer riesigen Kundenbasis von rund 45.000 Kunden haben wir die besten Voraussetzungen, um die erfolgreiche Vermarktung beratungsintensiver Produkte in unserer Zielgruppe zu vermitteln. Ob Softwarelösungen für die Administration, Bürobedarf oder Kaffeefullautomaten, wir sind sicher, dass wir unseren Kunden damit einen weiteren Mehrwert verschaffen und zugleich mehr Umsatz generieren können.

Ich werde Ihnen im Anschluss noch unser Zahlenwerk des vergangenen Geschäftsjahres 2022 und des ersten Quartals 2023 präsentieren, möchte aber zuvor noch ein paar Worte darüber verlieren, dass wir uns auch beim Thema Nachhaltigkeit zunehmend stärker engagieren. Als modernes digitales Unternehmen muss ein starkes Umweltbewusstsein in der täglichen Arbeit verankert sein – da ist sich das gesamte Team einig. Daher verzichten alle – inklusive mir –

auf Inlandsflüge und nutzen nahezu ausschließlich die Bahn.

Schon bevor die Diskussion rund um angemessene Raumtemperaturen in Bürogebäuden in Deutschland startete, hatte unser Team im Herbst mehrheitlich für eine Absenkung der Raumtemperatur an unserem Standort in Essen votiert, um so einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten.

Eine weitere Maßnahme war die nahezu vollständige Digitalisierung der Rechnungsstellung, die wir 2022 umgesetzt haben und die nennenswerte Druck- und Versandressourcen einspart. Auch 2023 wollen wir mit Nachdruck daran arbeiten, unsere CO<sub>2</sub>-Emissionen weiter zu reduzieren.

Nun komme ich zu den wichtigsten Finanzkennzahlen des Geschäftsjahres 2022 und des ersten Quartals 2023.

Wie zuvor erwähnt, lag der Umsatz im Geschäftsjahr 2022 bei 56,0 Millionen Euro, 2021 haben wir 56,1 Millionen Euro erwirtschaftet. Das EBITDA belief sich auf 2,4 Millionen Euro, im Vorjahr lag es aufgrund einiger Sondereffekte bei 5,4 Millionen Euro. Damit lagen sowohl Umsatz als auch EBITDA am oberen Ende der Anfang November ausgegebenen Prognose von einem

Umsatz zwischen 54,0 und 56,5 Millionen Euro und einem EBITDA von 1,5 bis 2,5 Millionen Euro.

Sie sehen, 2023 hat gut für uns begonnen, denn die Ergebnisse des ersten Quartals liegen über dem Vergleichszeitraum des Vorjahres. Auch im weiteren Verlauf des Geschäftsjahres wollen wir unsere Kosten senken und effizienter arbeiten.

Nichtsdestotrotz halten wir an unserem langfristigen Wachstumsziel fest: Wir wollen die Nummer 1 im deutschen Markt werden und einen Umsatz von 100 Millionen Euro pro Jahr erwirtschaften. Ich danke Ihnen für Ihr Vertrauen und Ihre Unterstützung auf dem Weg dahin.

Auch bei den Damen und Herren des Aufsichtsrats möchte ich mich für Ihre Unterstützung bedanken. Danke, dass Sie uns immer beratend zur Seite stehen!

Eine große Anerkennung auch für alle Mitarbeiter unseres Unternehmens, die viel Verständnis dafür gezeigt haben, dass für das vergangene Jahr keine Prämien auf Unternehmensziele ausgezahlt wurden und die trotzdem mit einer großen Motivation und einem ungebremsten Einsatz an unseren Jahreszielen 2023 arbeiten! Das ist bewundernswert und sicher nicht

selbstverständlich. Herzlichen Dank an das gesamte 11880-Team!

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit. Ich übergebe nun das Wort an unseren Aufsichtsratsvorsitzenden Herrn Dr. Wiesbrock.