

# Hauptversammlung

## Herzlich willkommen zur Hauptversammlung 2014

Düsseldorf, 25. Juli 2014  
ecotel communication ag

- Top 1:** Vorlage der Abschlüsse 2013
- Top 2:** Entlastung des Vorstands
- Top 3:** Entlastung des Aufsichtsrats
- Top 4:** Wahl des Abschlussprüfers 2014
- Top 5:** Erwerb und Verwendung eigener Aktien
- Top 6:** Ergänzungswahlen zum Aufsichtsrat
- Top 7:** Änderung des bestehenden Ergebnisabführungsvertrages zwischen der ecotel communication ag und der nacamar GmbH

# Agenda

- ▶ Rückblick und neue Ziele
- ▶ Geschäftsbericht 2013
- ▶ Status Geschäftskundenlösungen
- ▶ Ausblick

Peter Zils

Bernhard Seidl

Achim Theis

Johannes Borgmann



| Peter **Zils**

Vorstandsvorsitzender



# Rück- und Ausblick

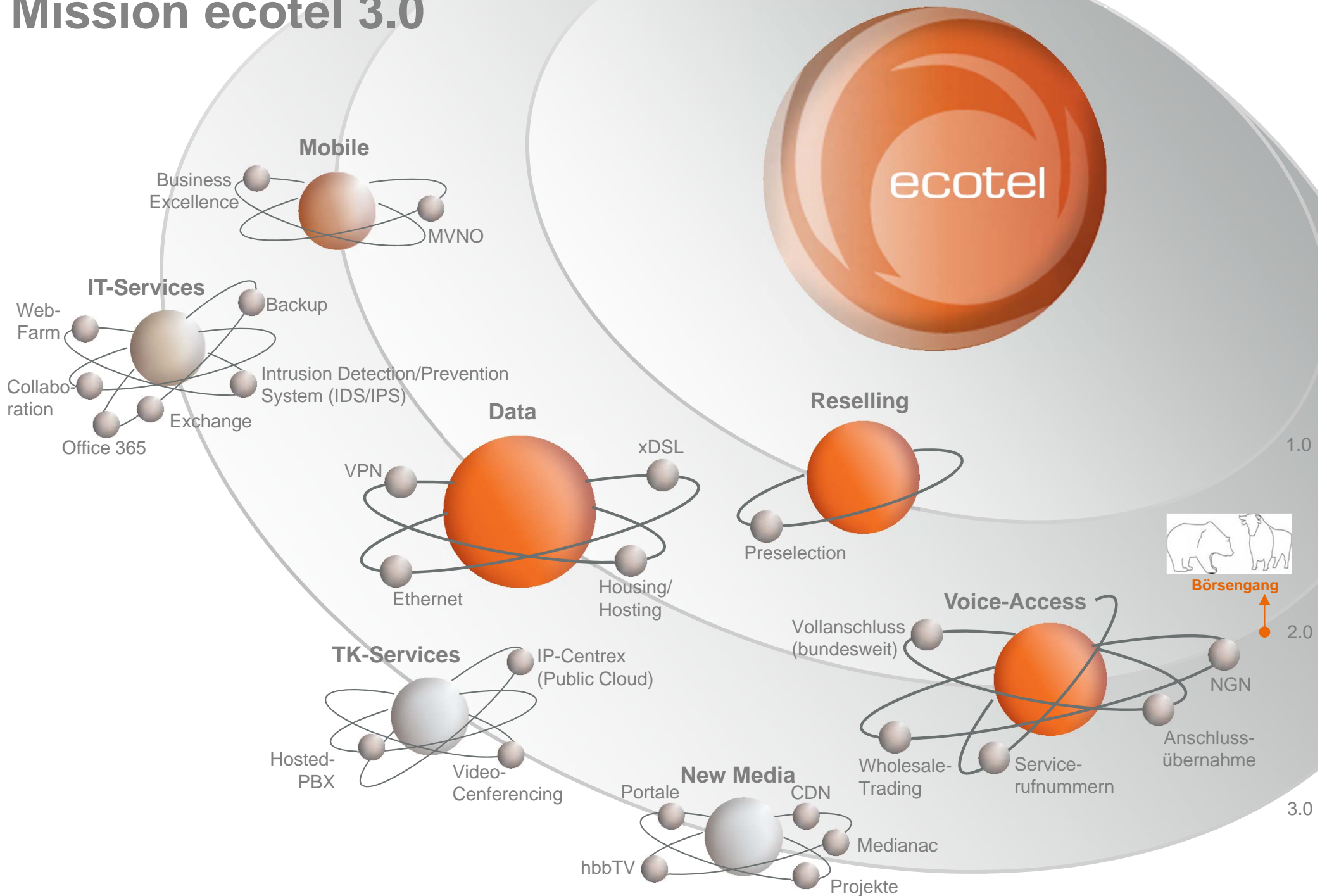
## Allgemeine und finanzielle Ziele

- ▶ Erfolgreiche Umsetzung des Allianz-Projektes (**Router-Rollout abgeschlossen**)
- ▶ Steigende B2B-Umsätze ab 2013
  - 2012: 40,8 Mio. EUR
  - **2013: 42,2 Mio. EUR**
- ▶ Umsatzprognose: 80 - 90 Mio. EUR
  - **Ergebnis: 91,4 Mio. EUR**
- ▶ EBITDA –Prognose: 6 – 7 Mio. EUR
  - **Ergebnis: 6,7 Mio. EUR**

## Aktienkursentwicklung:

- ▶ Kurs am 25.07.2013: 5,19 EUR
- ▶ **Kurs am 24.07.2014: 9,12 EUR**

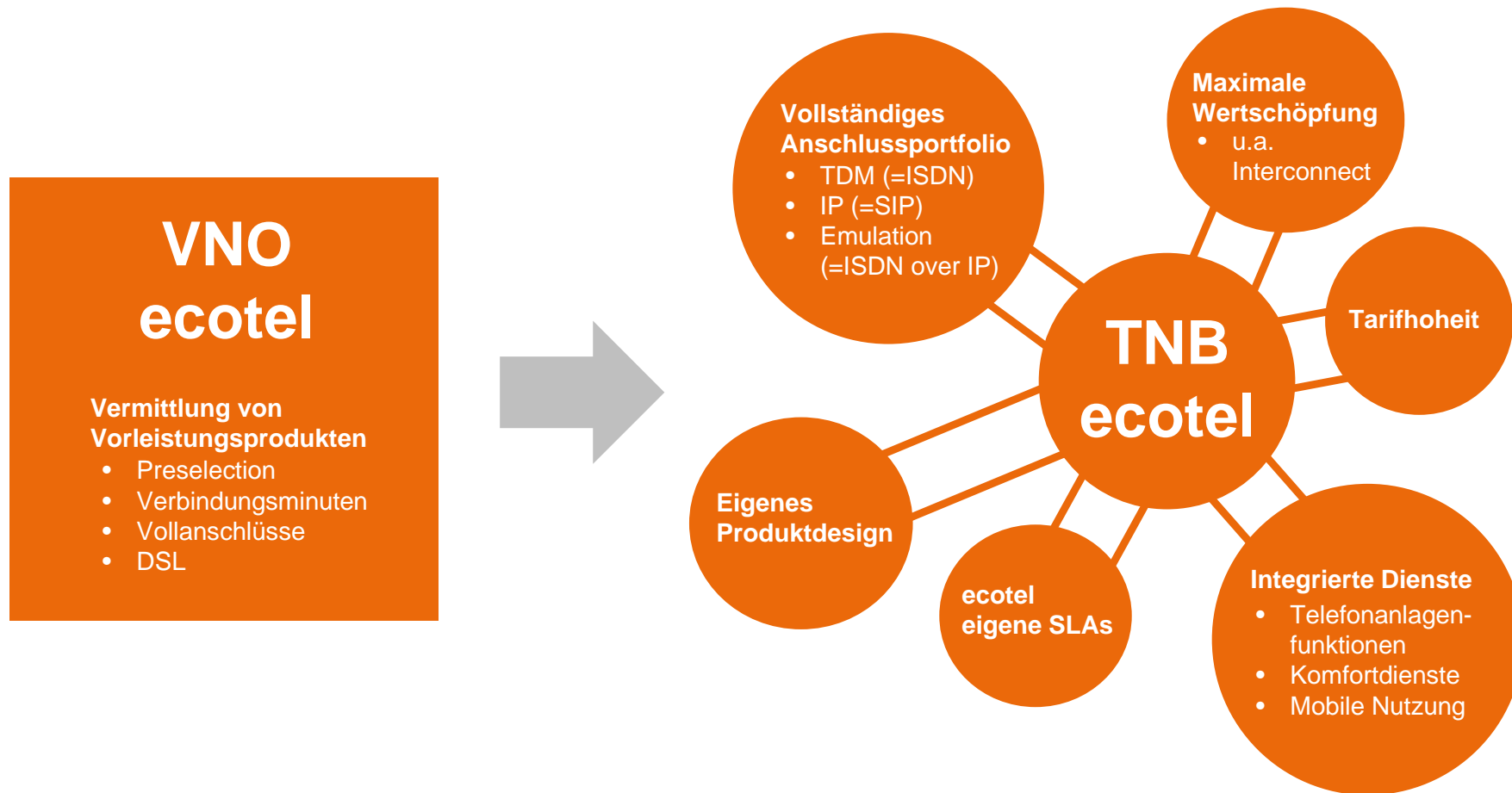
# Mission ecotel 3.0



# Vom virtuellen Netzbetreiber (VNO) zum Teilnehmernetzbetreiber (NGN-TNB)

1998

2015



# Agenda

- ▶ Rückblick und neue Ziele
- ▶ **Geschäftsbericht 2013**
- ▶ Status Geschäftskundenlösungen
- ▶ Ausblick

Peter Zils

**Bernhard Seidl**

Achim Theis

Johannes Borgmann





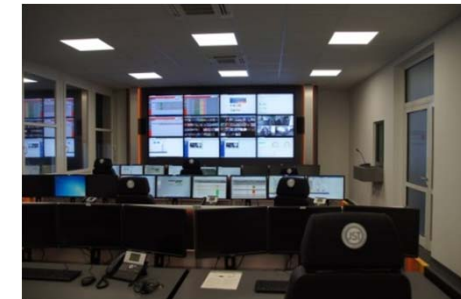
| **Bernhard Seidl** | |

Vorstand Finanzen

Geschäftsbericht 2013

## Highlights

- ▶ **Erfolgreiche** Umsetzung des **AGN Projekts Teil 1** (Remote Router Rollout + Management, sichere Agenturvernetzung über IPsec / MPLS, Web Proxy)
- ▶ **Steigende B2B-Umsätze** und **steigende B2B-Rohherträge**
- ▶ Positive Entwicklung der **Datendienste**
- ▶ **Modernisierung** des Network Operations Center (NOC)
- ▶ Wachstum der **easybell**



## Lowlights

- ▶ Zwei **verlorene** CDN Ausschreibungen bei nacamar
- ▶ Zeitliche **Verschiebung** des **AGN Projekts Teil 2** auf **Anfang 2014**  
(Connectivity der Agenturen)
- ▶ **Verzögerungen** bei der Bereitstellung von **neuen** Produkten (z.B. NGN voice)

# Ertragslage 2013

## Umsatz- und EBITDA-Ziele wurden erreicht

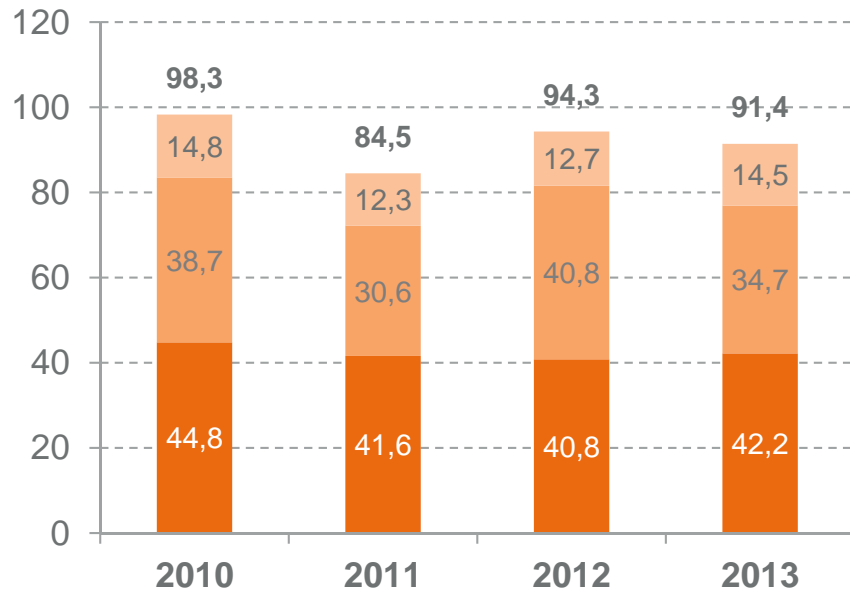
[Mio. Euro]

Wesentliche Kennzahlen [Mio. EUR]	2010	2011	2012	2013
Umsatzerlöse	98,3	84,5	94,3	91,4
davon Geschäftskunden	44,8	41,6	40,8	42,2
davon Wiederverkäufer	38,7	30,6	40,8	34,7
davon New Business	14,8	12,3	12,7	14,5
Rohertrag	22,9	24,6	25,1	26,9
davon Geschäftskunden	17,5	18,7	18,9	21,2
davon Wiederverkäufer	1,3	1,4	1,0	0,7
davon New Business	4,1	4,5	5,2	5,0
EBITDA	4,9	7,1	6,8	6,7
in %	5,0%	8,4%	7,2%	7,3%
EBIT	1,5	3,1	0,4	3,3
Konzernergebnis	0,1	1,1	-2,6	1,5
Ergebnis je Aktie (in EUR)	0,02	0,29	-0,70	0,42

## Umsatz

[Mio. EUR]

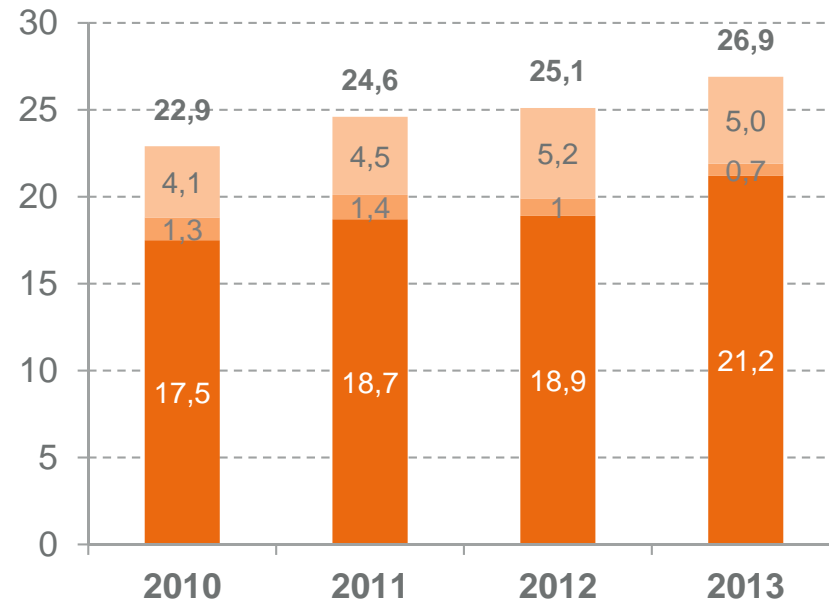
■ B2B ■ Wiederverkäufer ■ New Business



## Rohertrag

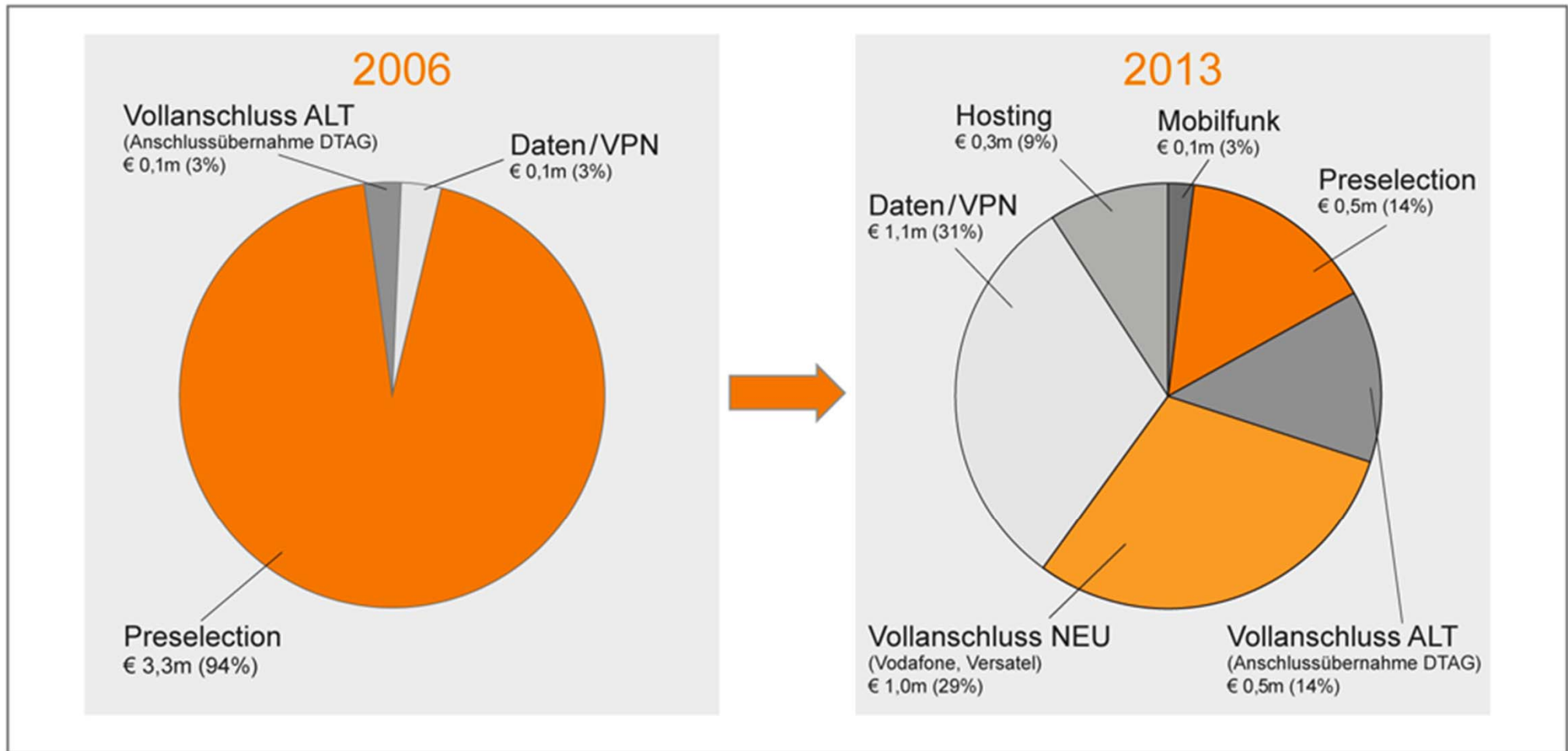
[Mio. EUR]

■ B2B ■ Wiederverkäufer ■ New Business



- ▶ Trend der rückläufigen B2B-Umsätze konnte wieder umgekehrt werden
- ▶ Kontinuierlich steigende Roherträge im B2B-Segment ( > 50 %)
- ▶ Fallende Roherträge im Wiederverkäufersegment

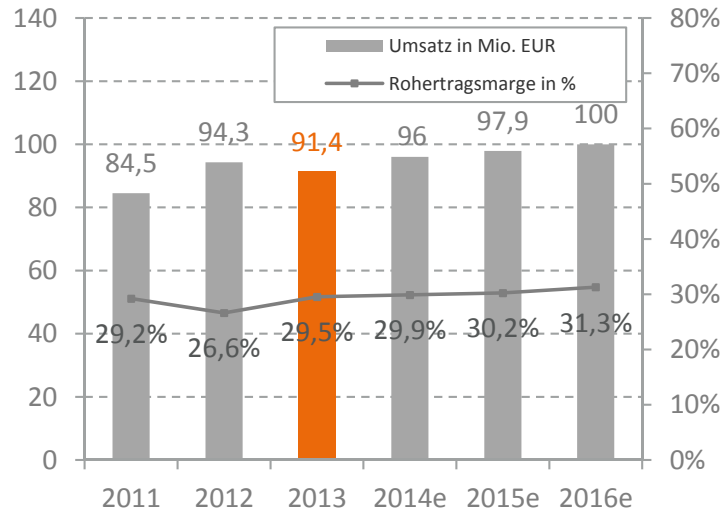
# Mittlerweile werden über 80% der B2B-Umsätze mit nachhaltigen Produkten erwirtschaftet



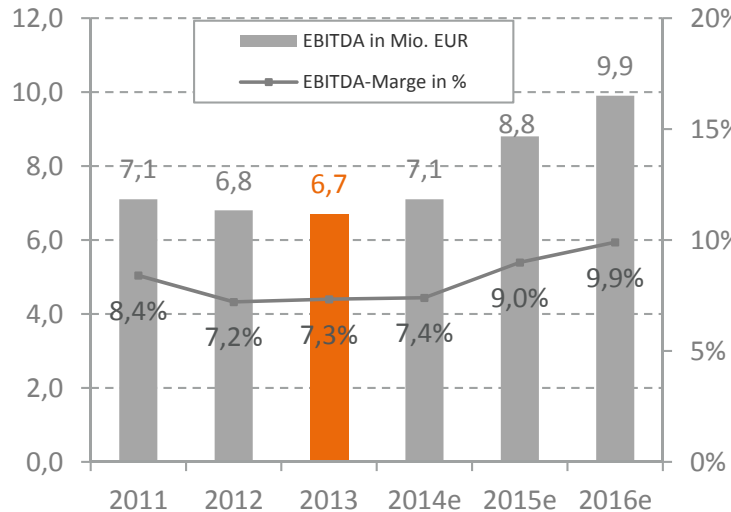
100% = € 3,5m pro Monat (2006)

100% = € 3,5m pro Monat (2013)

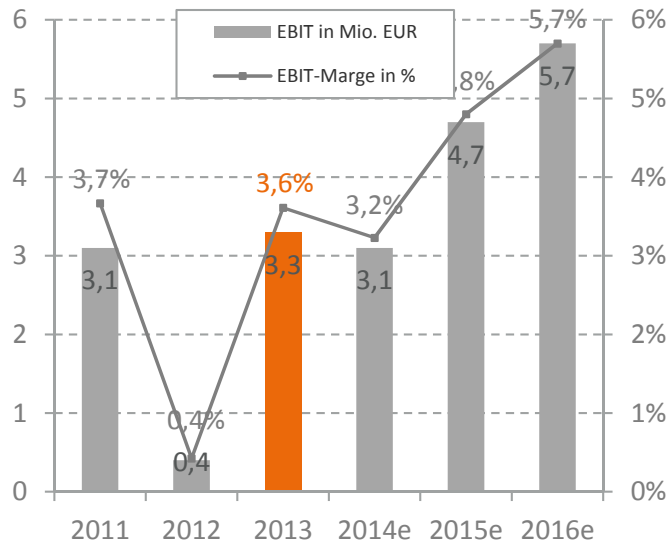
## Umsatz



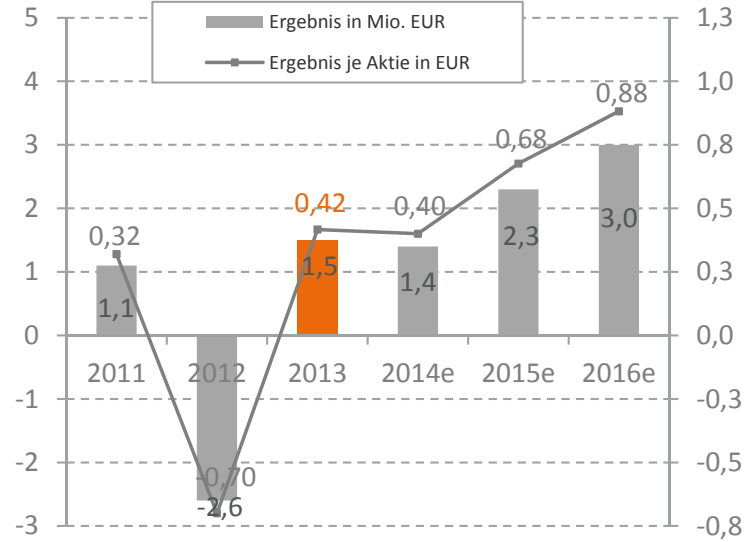
## EBITDA



## EBIT



## Konzernergebnis



▶ Zahlen von 2014 bis 2016 basierend auf DZ Bank Research Studie (vom 15.05.2014)

▶ Weitere Steigerung der B2B-Umsätze und B2B Roherträge bis 2016

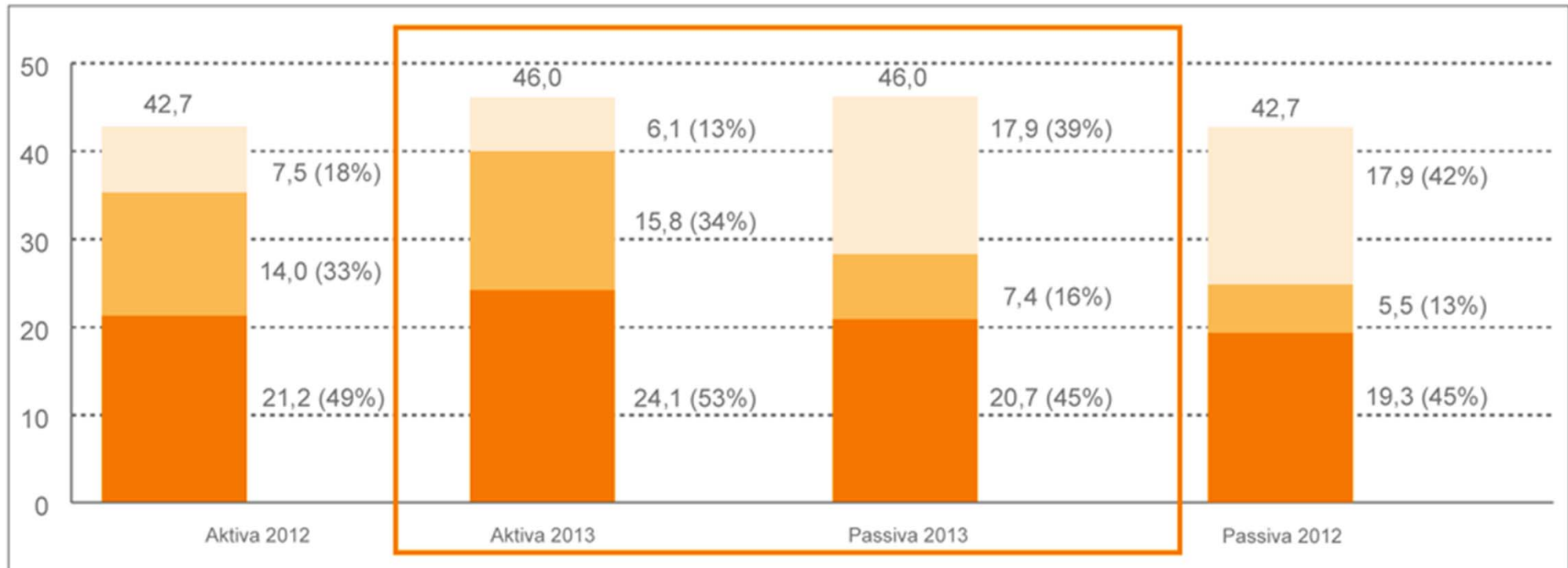
▶ Umsatz- und Ertragssteigerung durch  
- Anhaltend starkes Wachstum im B2B Datensegment  
- Allianz Projekt

▶ EBIT und Ergebnis in 2012 durch Sonderabschreibungen negativ beeinflusst

# Vermögenslage 2013

## Eigenkapitalquote von 45%

Aktiva und Passiva in Mio. EUR



- ▶ Anstieg der Bilanzsumme um 8% durch Investitionen
- ▶ Eigenkapitalquote von 45%
- ▶ Goodwill beträgt € 8,9m (Geschäftskundensegment)
- ▶ Nettoverschuldung von € 1,3m
- ▶ Abschreibung des Kundenstamms auf € 2,0m

\* Kurzfristige Vermögenswerte ohne Finanzmittel



# Finanzlage 2013

## Hohe Vorlaufinvestitionen für ein Großprojekt

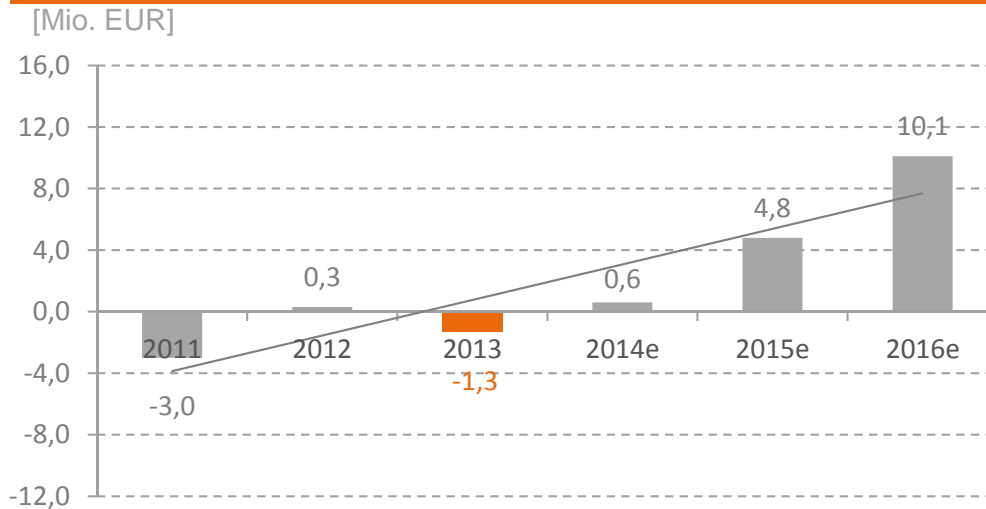
[Mio. Euro]

Wesentliche Daten zum Cash Flow	2011	2012	2013
Finanzmittelfonds zum 01.01	6,1	6,2	7,5
Cash Flow aus laufender Geschäftstätigkeit	6,3	6,8	6,9
Cash Flow aus der Investitionstätigkeit	-1,6	-2,7	-7,7
Cash Flow aus der Finanzierungstätigkeit	-4,5	-2,8	-0,6
Finanzmittelfonds zum 31.12.	6,2	7,5	6,1
Erzeugter Free Cash Flow *	4,7	4,1	-0,8

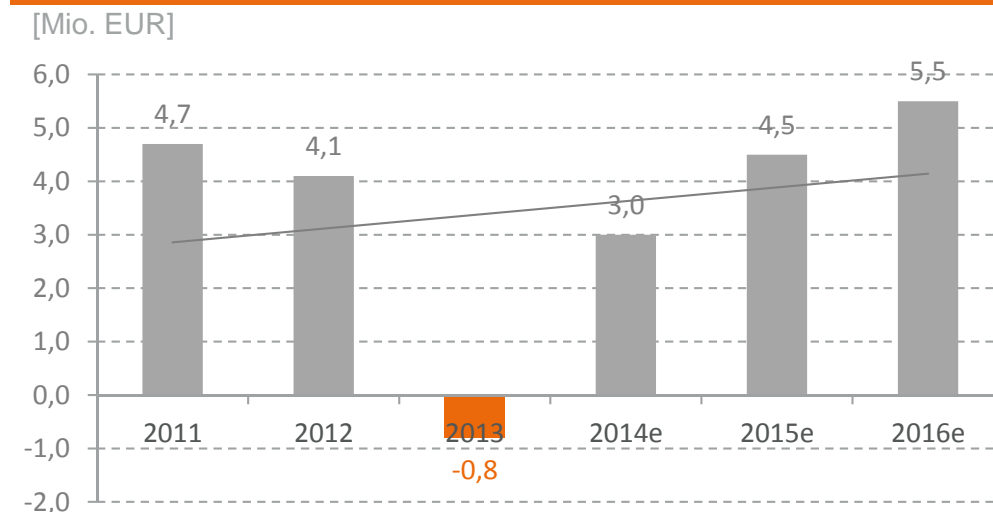
- ▶ Cash Flow aus laufender Geschäftstätigkeit 2013 bei € 6,9m
- ▶ Cash Flow in Investitionen von - € 7,7m
- ▶ Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit betrug € -0,6m

\* Free Cash Flow = Operating Cash Flow + Invest Cash Flow

## Nettofinanzvermögen



## Free Cash Flow \*

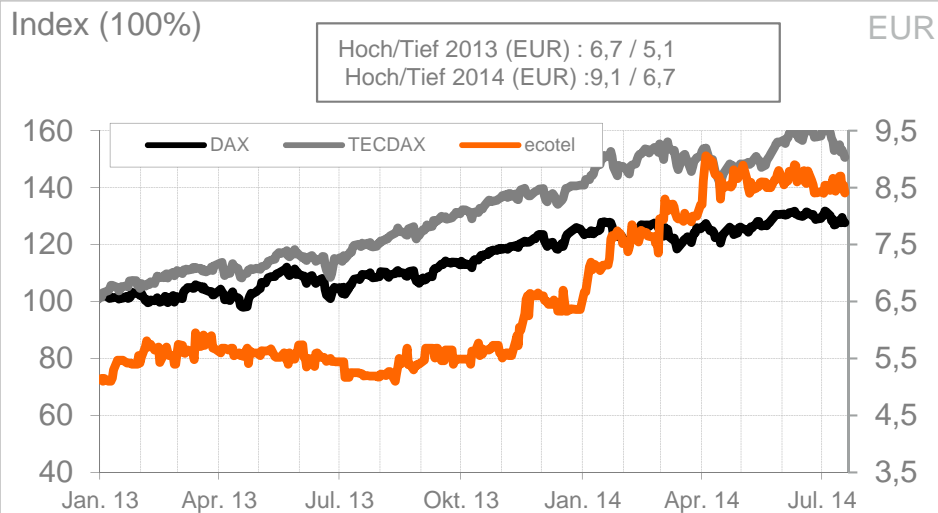


- ▶ Zahlen von 2014 bis 2016 basierend auf DZ Bank Research Studie (vom 15.05.2014)
- ▶ Aufbau von Nettofinanzvermögen
- ▶ Stabiler Free Cash Flow von ca. 4 Mio. EUR
- ▶ Free Cash Flow Rückgang in 2013 bedingt durch die Vorfinanzierung des Allianz Projekts i.H.v. 5 Mio. EUR

\* Free Cash Flow = Operating Cash Flow + Invest Cash Flow

# Die ecotel Aktie – positive Entwicklung

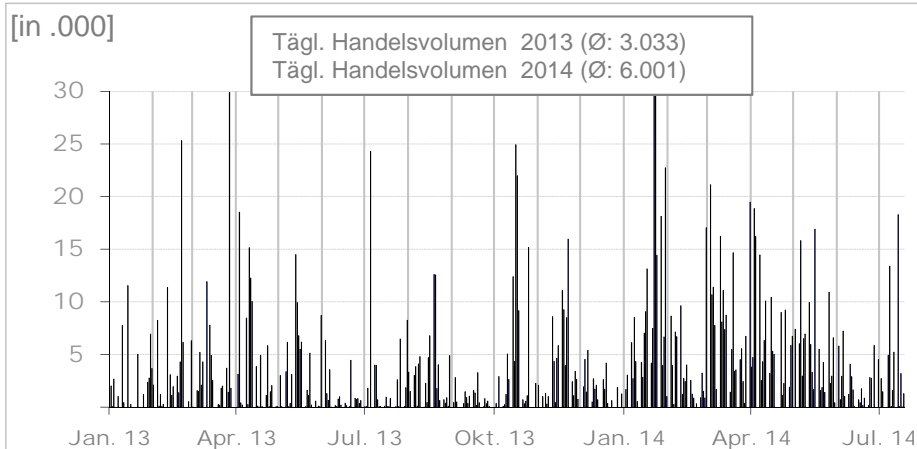
## Kursentwicklung der ecotel Aktie



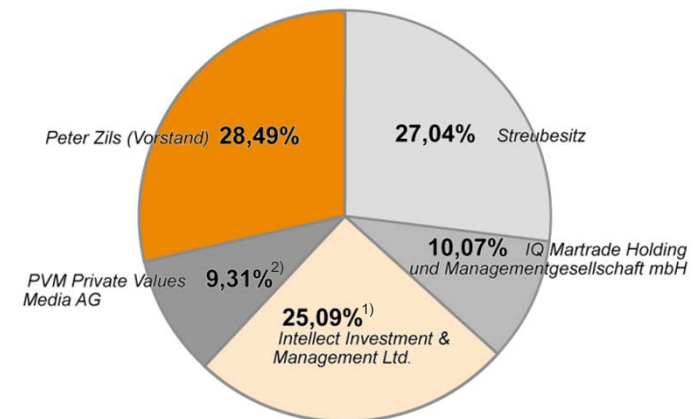
## Die ecotel Aktie

- ▶ Aktueller Aktienkurs (18.07.): 8,41 EUR
- ▶ Marktsegment: Prime Standard
- ▶ Ausstehende Aktien: 3,51 Mio.
- ▶ Marktkapitalisierung (18.07.): 29,5 Mio. EUR
- ▶ Designated Sponsor: Close Brothers Seydler

## Handelsvolumen



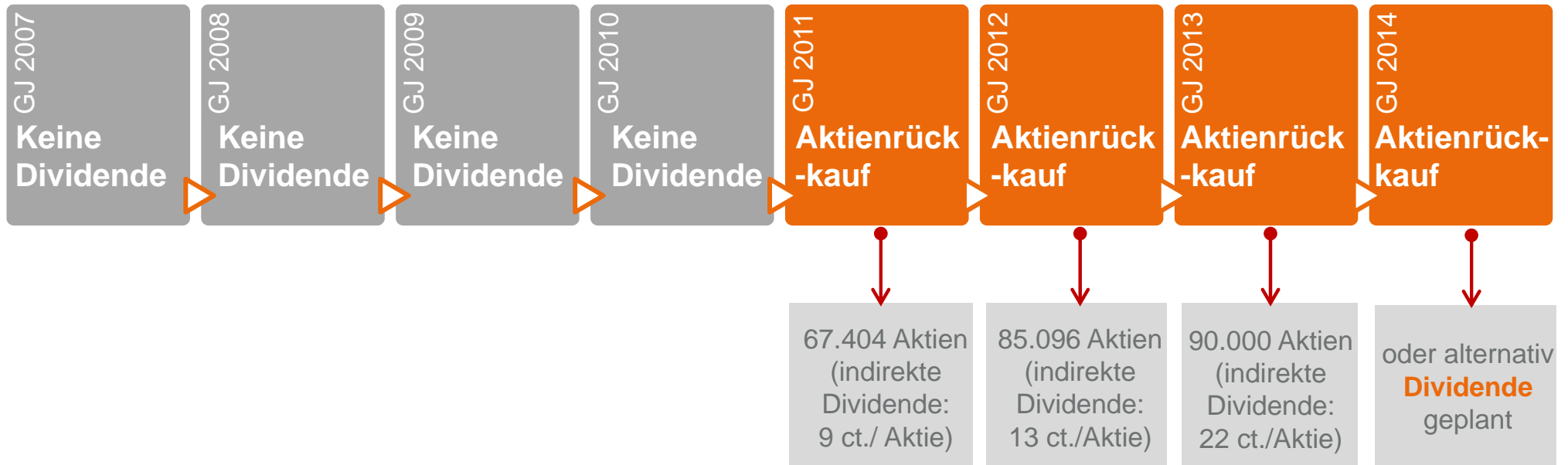
## Aktionärsstruktur



1) gemäß letzter Mitteilung vom 09.07.2009 vor Einziehung der eigenen Aktien (Grundkapital in Stück: 3.9000.000)  
2) gemäß letzter Mitteilung vom 07.04.2011 vor Einziehung der eigenen Aktien (Grundkapital in Stück: 3.9000.000)

# Dividendenpolitik ecotel

## - bisher Aktienrückkauf und indirekte Dividende



# TOP 7: Änderung Ergebnisabführungsvertrag nacamar

- ▶ Ergebnisabführungsvertrag (EAV) zwischen ecotel und nacamar seit Mai 2007
- ▶ Gesetz zur Änderung und Vereinfachung der Unternehmensbesteuerung und des steuerlichen Reisekostenrechts (vom 20. Februar 2013):
  - Regelung des EAV zur Verlustübernahme muss einen Verweis auf § 302 AktG in **seiner jeweils gültigen Fassung** enthalten
  - Wesentlich für die zukünftige **steuerliche Anerkennung** der **Organschaft**
- ▶ §2 Verlustübernahme (1) (Text Alt):

*Die ecotel communication ag ist gegenüber der nacamar GmbH in entsprechender Anwendung der auf Gewinnabführungsverträge anzuwendenden Bestimmungen des § 302 AktG zum Verlustausgleich verpflichtet.*
- ▶ §2 Verlustübernahme (1) (Text Neu):

*Die ecotel communication ag ist während der Vertragsdauer zur Übernahme der Verluste der nacamar GmbH entsprechend den Vorschriften des § 302 AktG **in seiner jeweils gültigen Fassung** verpflichtet.*

# Neuerfindung der ecotel



1998



2006



2013



# Agenda

- ▶ Rückblick und neue Ziele
- ▶ Geschäftsbericht 2013
- ▶ **Status Geschäftskundenlösungen**
- ▶ Ausblick

Peter Zils

Bernhard Seidl

**Achim Theis**

Johannes Borgmann



| Achim

**Theis**

Vorstand Vertrieb

Status Geschäftskundenlösungen



1

Erfolgreiche Einführung neuer Produkte

2

Neue Kundenprojekte & Partnerschaften

3

Optimierung der Kundenbindung

1

Erfolgreiche Einführung neuer Produkte

2

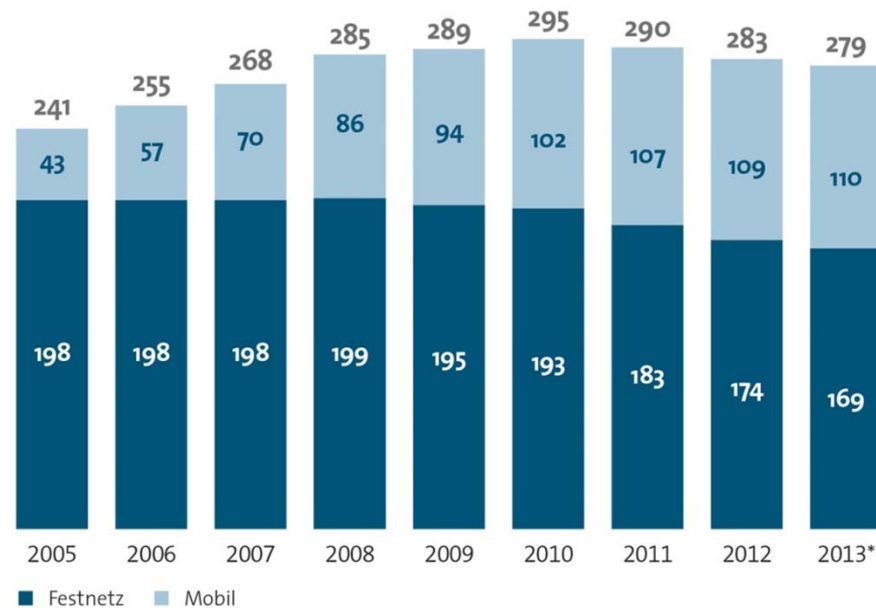
Neue Kundenprojekte & Partnerschaften

3

Optimierung der Kundenbindung

## Sprachtelefonie unter Druck

Zahl der abgehenden Telefonminuten in Deutschland in Milliarden



\*Schätzung  
Quelle: Bundesnetzagentur

- ▶ Sprachtelefonie:  
Insgesamt rückläufig - Festnetz verliert, mobile Nutzung nimmt zu
- ▶ Transformation – ISDN zu IP:  
2010 wurde jede fünfte Gesprächsminute (21 Prozent) über IP-basierte Telefondienste abgewickelt, 2013 fast jede dritte (30 Prozent)

Presseinformation BITKOM 2014 <sup>1</sup>

<sup>1</sup>[http://www.bitkom.org/de/presse/8477\\_79823.aspx](http://www.bitkom.org/de/presse/8477_79823.aspx), Stand: 24.07.2014

## Das Aus für ISDN

Bis Ende 2018 stellt die Telekom ihr Netz auf All-IP um – So bereiten sich die Hersteller auf den Übergang vor

### RÜCKBLICK

#### Auf der CeBIT 1989 ...

... startete die Deutsche Bundespost, die damals noch als Monopolist für die Telekommunikation zuständig war, mit ISDN.

**Nicht mit ecotel!**  
Wir gehen in die Verlängerung.

18 Telecom Handel 8/14 22. April 2014

Die Netzoffensive der Telekom läuft auf Hochtouren: Im B2B-Bereich müssen viele Anlagen für den Einsatz in All-IP-Netzen erst noch aufgerüstet werden

ethernetVoice Option



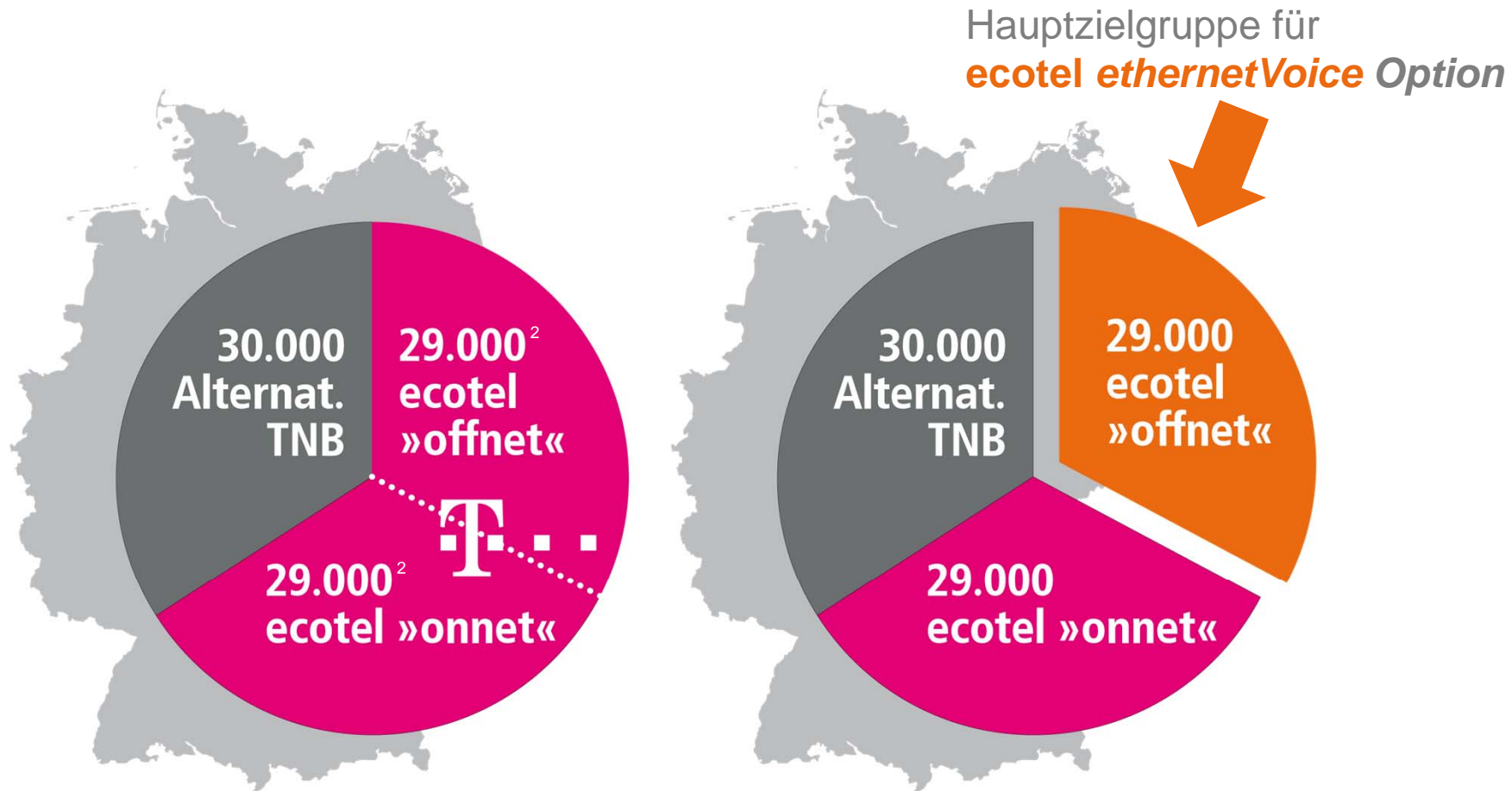
# ecotel NGN Portfolio

*ethernetVoice Option*

*sipTrunk*

*pbxHosting*

# Markt: ca. 88.000<sup>1</sup> PMX-Anschlüsse

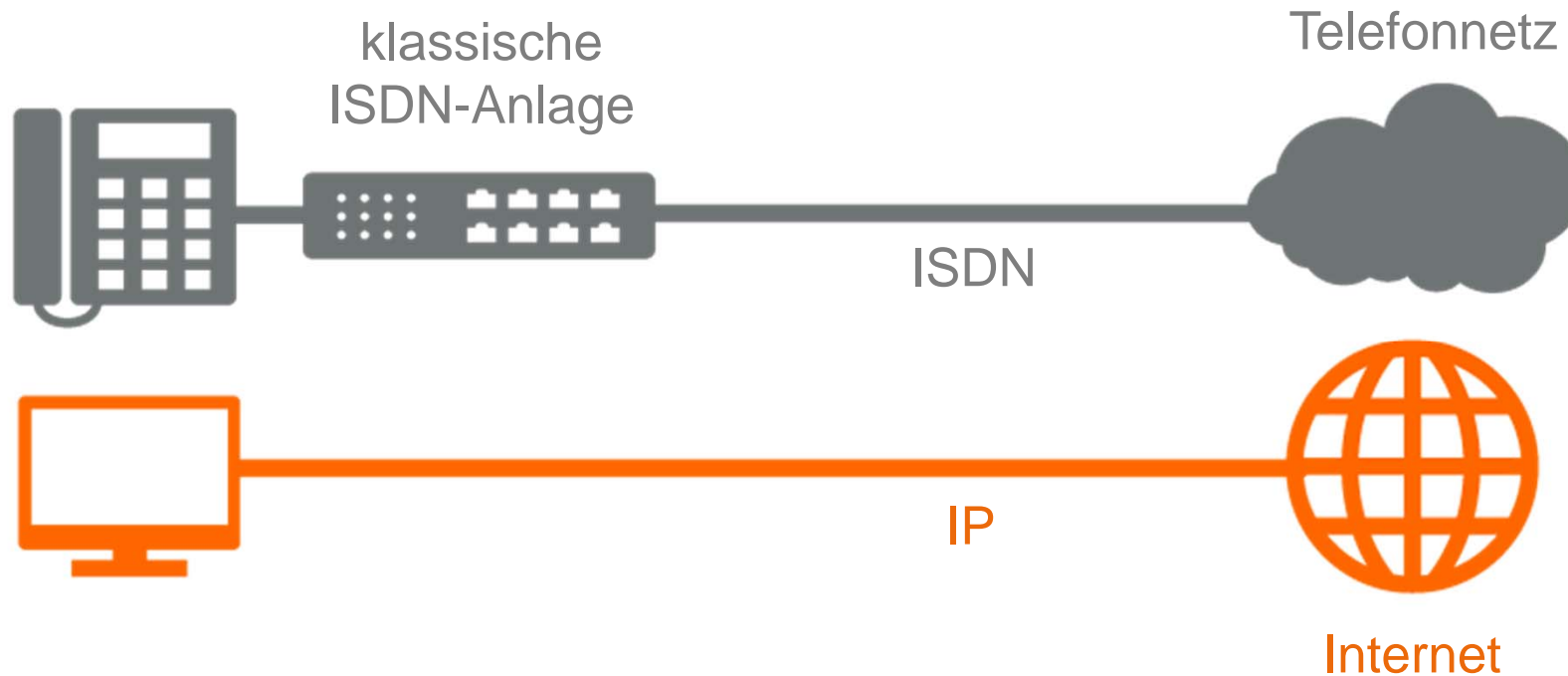


ethernetVoice Option

<sup>1</sup>Gesamtanzahl und Mitbewerberanteil: Bundesnetzagentur, Jahresbericht 2013, S.71

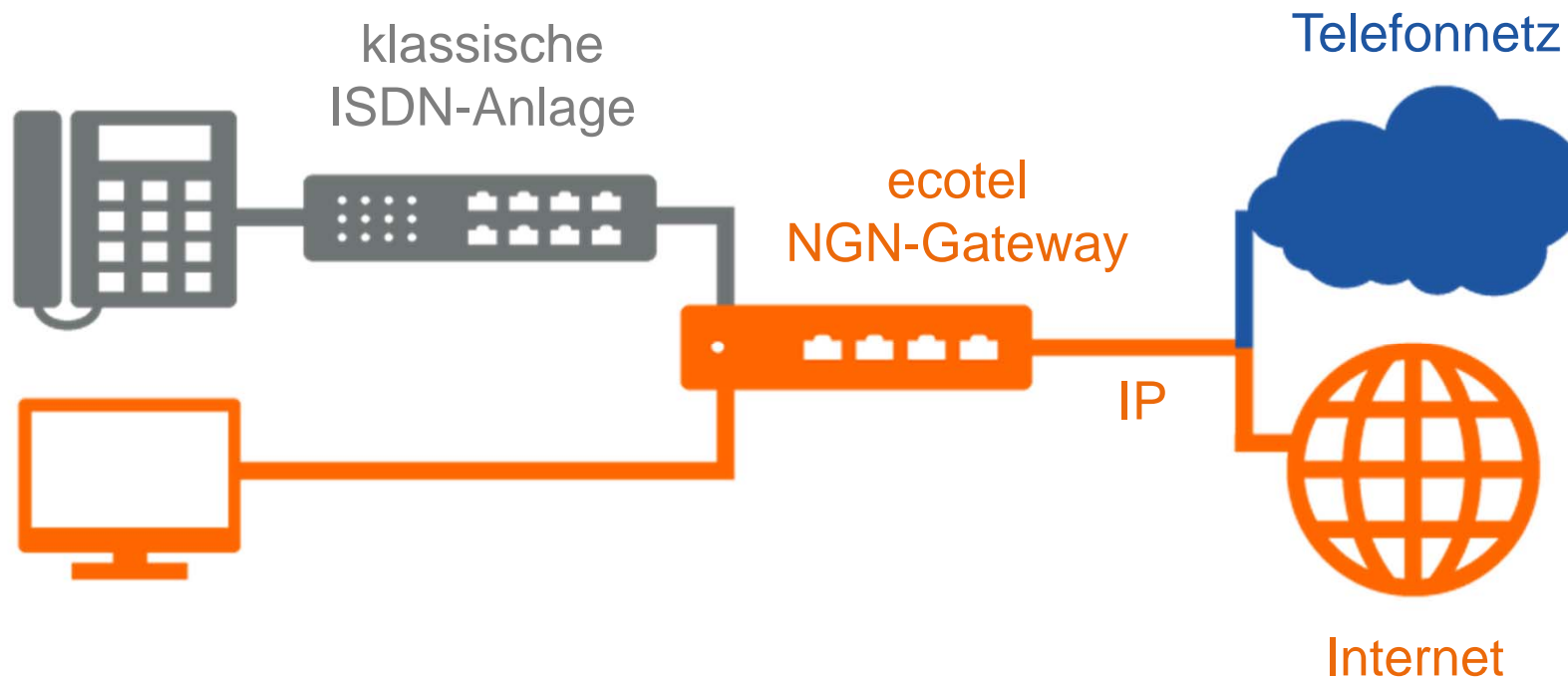
<sup>2</sup>ecotel »offnet«/»onnet« - Anteil: Schätzung von ecotel, Mai 2014

### ISDN »offnet«



*ethernetVoice Option*

## ethernetVoice Option



ethernetVoice Option



### Szenario: Größere Mittelstandskunden



ca. 5.000 €/ Jahr  
günstiger Telefonieren



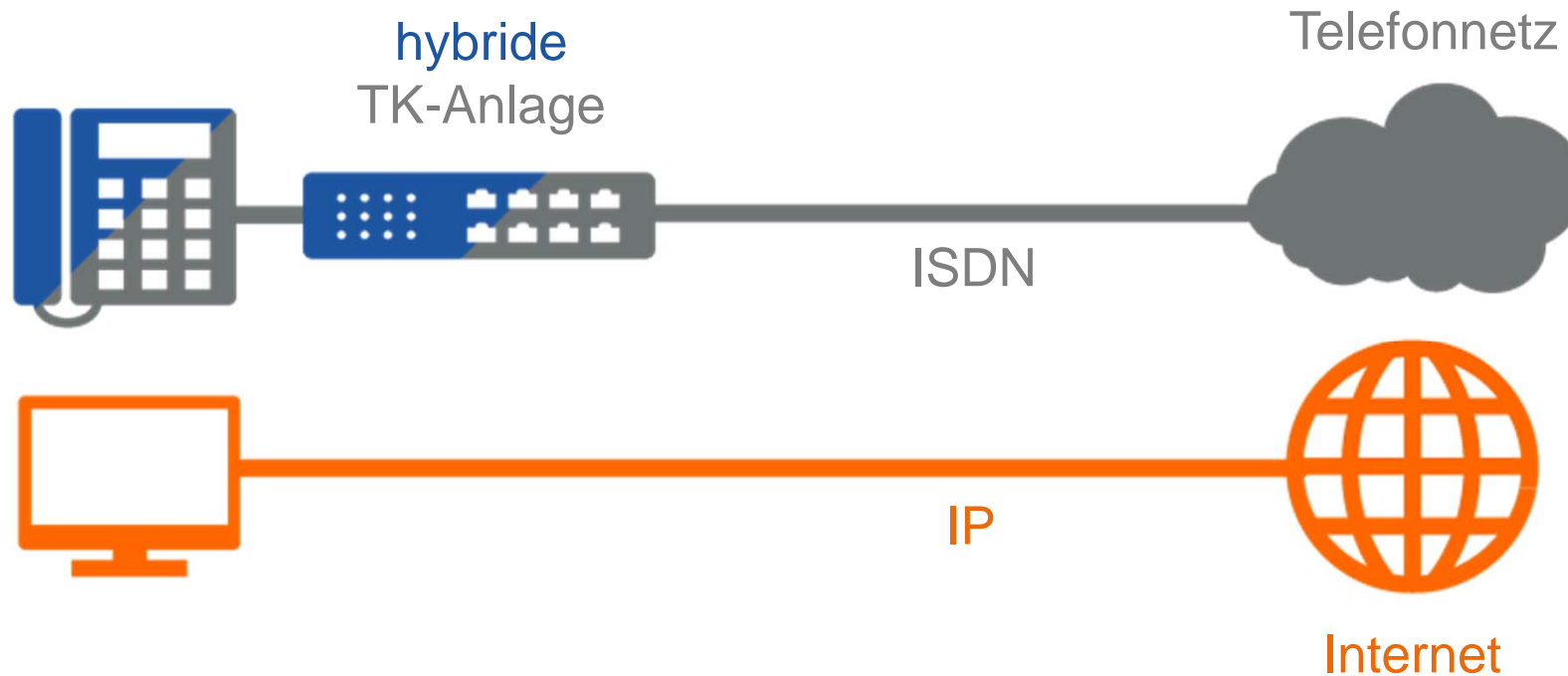
Investitionsschutz durch  
Weiternutzung der bestehenden  
ISDN-Anlage



Deutschlandweit  
verfügbar

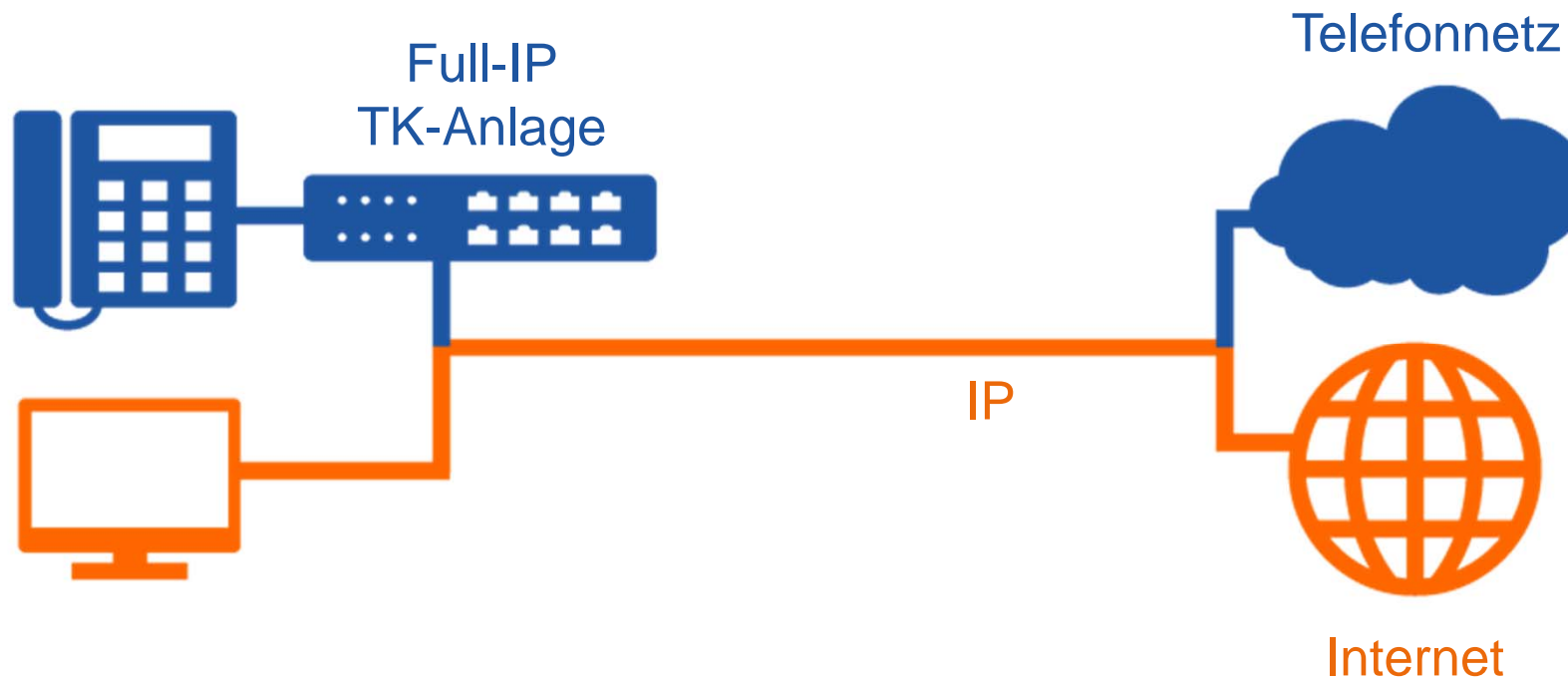
Alle Berechnungen sind beispielhaft und nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Daraus ergibt sich kein Anspruch auf bestimmte Konditionen oder Einspar-Effekte. **Alle Preisangaben zzgl. der gesetzl. MwSt.**

### ISDN



sipTrunk

# sipTrunk



sipTrunk

### Szenario: Kleinere Mittelstandskunden



ca. 1.200 €/ Jahr  
günstiger Telefonieren:  
SIP ersetzt  
ISDN-Anschlüsse



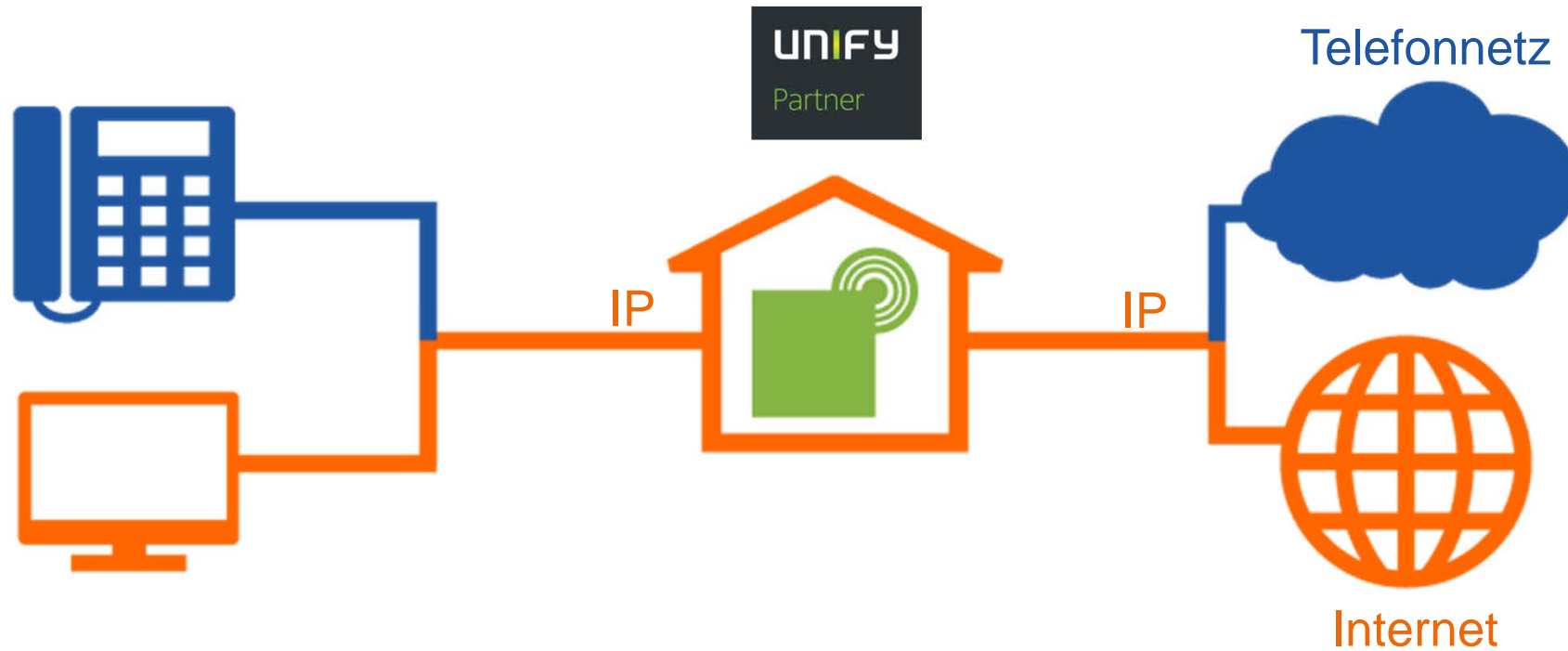
Flexible Buchung von  
Sprachkanälen



Priorisierung des  
Sprachverkehrs auf  
ecotel Datenleitungen

# ecotel *pbx*Hosting

Die kundeneigene Telefonanlage auf virtualisiertem Server  
im ecotel Rechenzentrum



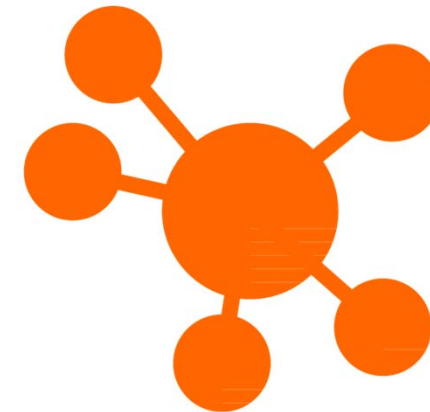
pbxHosting



Maximale Betriebssicherheit mit allen Vorteilen eines Rechenzentrums



Nahtlose Erreichbarkeit auch bei Ausfall eines Kundenstandortes



Nur eine TK-Anlage für alle Standorte

- ✓ Beste Sprachqualität via **ecotel sipTrunk** mit Quality of Service (QoS)
- ✓ Sichere Anbindung der Kundenstandorte via **ethernet.VPN** mit MPLS-Technologie

1

Erfolgreiche Einführung neuer Produkte

2

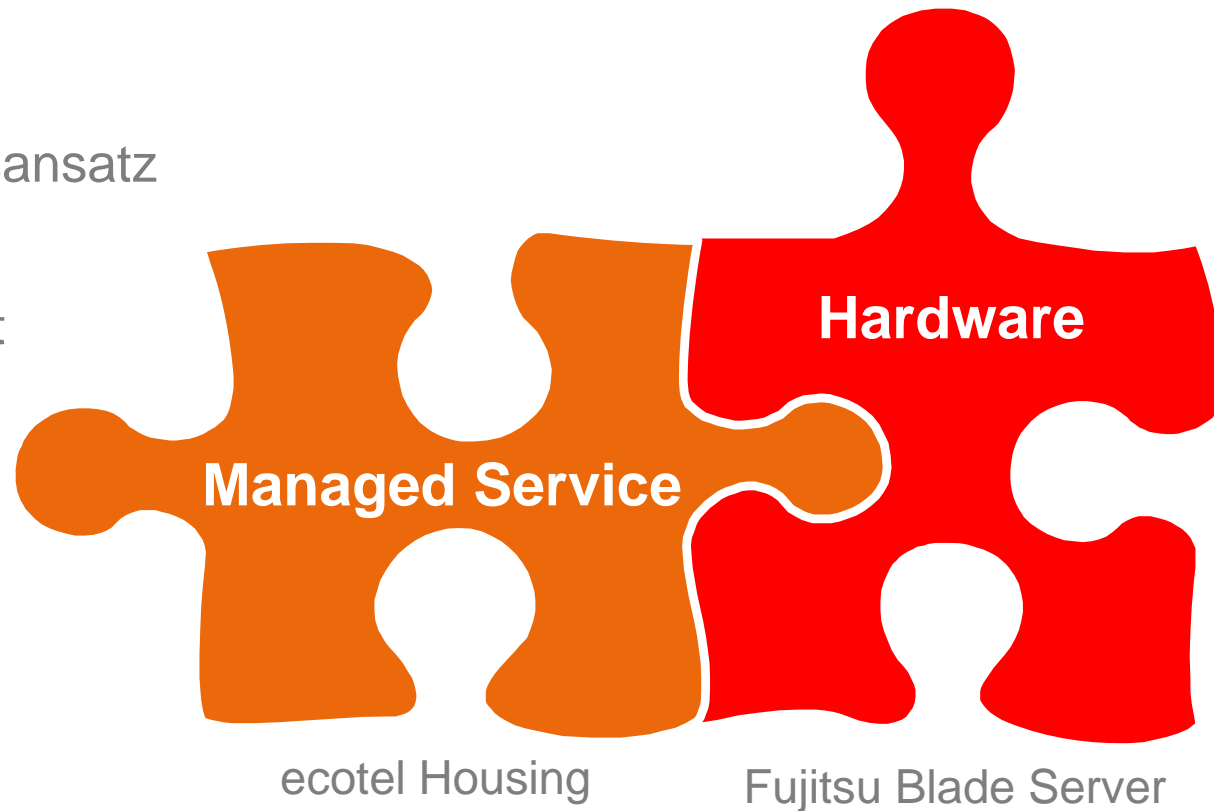
Neue Kundenprojekte & Partnerschaften

3

Optimierung der Kundenbindung

# Individuell

- ✓ Ganzheitlicher Betreuungsansatz
- ✓ Gebündeltes Know-How
- ✓ Hohe Kundenzufriedenheit





# Einzigartig

- ✓ Kooperation mit dem Partnervertrieb des Marktführers
- ✓ Berücksichtigung des Geschäftsmodells der TK-Systemhäuser
- ✓ Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit für beide Seiten



# Flexibel

- ✓ ITK-Betreuung über den Partner StarTech
- ✓ Individuelle Kundenlösung
- ✓ Partnerschaftliche Zusammenarbeit zwischen RITTER SPORT, StarTech und ecotel



Rollout-Umfang: 10.000 Standorte mit bis zu 2.500 Standorten / Monat

# Professionell

- ✓ Präzision
- ✓ Schnelligkeit
- ✓ Leistungsfähigkeit



## Liebe Allianz-Agenturen,

mehr als 1.500 Ihrer Agentur-Kollegen profitieren bereits von den AGN konformen Anschlüssen von ecotel.

### Ein Angebot das überzeugt:

„Meine Internet-Geschwindigkeit hat sich von bisher 2 Mbit/s tatsächlich auf 16 Mbit/s erhöht, alle Verträge lassen sich so deutlich zügiger öffnen. Gerade bei den Handy-Gesprächen ist eine enorme Kostenersparnis bemerkbar, da auf Allianz-Handys kostenlos angerufen werden kann. Wie versprochen gab es bei der Umstellung auf ecotel keinerlei technische Probleme.“ (Andreas Böhmisch, Allianz Generalvertretung, Deggendorf)



„Der Wechsel war trotz laufendem Betrieb völlig problemlos und verlief ohne Komplikationen. Bis zur Umstellung auf das AGN-Leitungsprodukt wurden wir während der gesamten Umstellungsphase pro-aktiv von den ecotel-Mitarbeitern im AGN-Auftragsmanagement begleitet.“ (Johannes Schenk, Allianz Agentur, Crailsheim)



„Das Angebot von ecotel überzeugt mich einfach und dabei ist nicht nur der Preis entscheidend. Was wir an ecotel in der bisherigen Zusammenarbeit besonders schätzen, ist das hohe Maß an Betreuungskompetenz und Serviceorientierung, vor allem wenn es darum geht, auf unsere individuellen Agenturanforderungen einzugehen.“ (Stefan Sander, Allianz Generalvertretung, Sottrum)



### Ihre TOP-Vorteile auf einen Blick

- ✓ Hohes Einsparpotenzial von bis zu 50% durch Flatrates, verbesserte Tarife und sekundengenaue Taktung
- ✓ Maximale an Ihrem Standort verfügbare DSL-Geschwindigkeit (bis 16.000 kbit/s)
- ✓ ZVISS ist Ihr zentraler Ansprechpartner für den AGN Router und den ecotel AGN Leitungsservice

**Wichtiger Hinweis:** Auch Agenturen mit einer bestehenden ecotel-Leitung müssen für die Nutzung der neuen Vorteile die Umstellung auf ein AGN konformes Produkt beauftragen!

Machen Sie mit, profitieren auch Sie von diesen Vorteilen, wie zuvor schon viele Ihrer Kollegen! Das ecotel AGN-Berater-Team erreichen Sie unter: **Tel.: 0800-664 72 66 oder per E-Mail: [allianz@ecotel.de](mailto:allianz@ecotel.de)**

Die Details zu den ecotel AGN-Tarifen und Produkten erhalten Sie direkt unter [www.allianz.ecotel.de](http://www.allianz.ecotel.de)

Mit besten Grüßen

Bernd Böttcher

Allianz Beratungs- und Vertriebs-AG  
Referatsleiter Vertrieb/ Prozessanalyse und -design

Andreas Stamm

ecotel communication ag  
Sales Director Großkunden

ecotel communication ag  
Prinzengark  
Prinzessallee 11  
40549 Düsseldorf

Tel.: 49 (0)800-66 472 66  
Fax: 49 (0)800-375 26 68  
E-Mail: [allianz@ecotel.de](mailto:allianz@ecotel.de)  
[www.allianz.ecotel.de](http://www.allianz.ecotel.de)

Vorstand: Peter Zils (Vors.)  
Johannes Bergmann  
Bernhard Seidl  
Achim Theis

Aufsichtsrat: Dr. Norbert Bensele (Vors.)

# Erfolgsfaktor Partnervertrieb



1

Erfolgreiche Einführung neuer Produkte

2

Neue Kundenprojekte & Partnerschaften

3

Optimierung der Kundenbindung

# Optimierung der Kundenbindung

## Farmingkonzept

### Kunden gewinnen

- ▶ Zielgruppen identifizieren (z.B. Verbundgruppen)
- ▶ Über 90% des Neugeschäftes über Partner



### Kunden begeistern

- ▶ Besondere Service-Qualität
- ▶ Regelmäßiger aktiver Kontakt



### Kunden stärker binden

- ▶ Reduzierung der Churn Rate <10%
- ▶ Up- und Cross-Selling



### Kunden zu Empfehlungen motivieren

- ▶ NPS-Quote erhöhen
- ▶ eSV implementieren



Sowohl unsere Endkunden als auch unsere Vertriebspartner betrachten wir als **unsere Kunden**.

## Kompetenz

- ✓ Wir überzeugen unsere Kunden mit hoher Fachkompetenz, Entscheidungsfreude und Lösungsorientierung
- ✓ Wir bearbeiten die Anliegen unserer Kunden vollständig und korrekt

- ✓ Wir suchen aktiv nach Möglichkeiten, Probleme zu lösen und vermeiden deren Entstehung in der Zukunft



## Fairness

- ✓ Wir achten auf die Bedürfnisse und Empfindungen unserer Kunden und reagieren darauf einfühlsam und hilfsbereit
- ✓ Unsere Produkte und Lösungen sind durchgehend auf die Anforderungen unserer Kunden ausgerichtet

- ✓ Wir vermarkten ausschließlich Produkte und Lösungen, die halten, was sie versprechen
- ✓ Wir bieten unseren Kunden stets ein faires Preis-Leistungsverhältnis



## Zuverlässigkeit

- ✓ Wir informieren unsere Kunden durch qualifizierte Zwischenbescheide
- ✓ Wir holen uns von unseren Kunden regelmäßig Feedback ein und verbessern auf dieser Grundlage unseren Service fortlaufend

- ✓ Getroffene Absprachen und Zusagen halten wir stets ein
- ✓ Wir sind erst zufrieden, wenn die Anliegen unserer Kunden vollständig geklärt sind



## Schnelligkeit

- ✓ Wir sind für unsere Kunden von Mo.- Fr. von 8-18 Uhr per Telefon, Brief und E-Mail erreichbar – und im Störfall täglich rund um die Uhr
- ✓ Wir begleiten unsere Kunden proaktiv bei der Anschaltung unserer Produkte – bis alles zur Zufriedenheit funktioniert

- ✓ Wir erkennen die Dringlichkeit der Kundenanliegen und richten unsere Bearbeitung danach aus



## Wertschätzung

- ✓ Wir vermitteln unseren Kunden, dass sie bei ecotel willkommen sind
- ✓ Wir sind freundlich und höflich, auch in kritischen Gesprächssituationen
- ✓ Wir hören aktiv zu und nehmen die Anliegen unserer Kunden ernst

- ✓ Wir sprechen unsere Kunden stets persönlich an
- ✓ Wir pflegen zu jedem Zeitpunkt eine partnerschaftliche und wertschätzende Zusammenarbeit mit unseren Kunden



# Agenda

- ▶ Rückblick und neue Ziele
- ▶ Geschäftsbericht 2013
- ▶ Status Geschäftskundenlösungen
- ▶ **Ausblick**

Peter Zils

Bernhard Seidl

Achim Theis

**Johannes Borgmann**





| Johannes

**Borgmann** |

stellv. Vorstandsvorsitzender

Ausblick

# Q1 2014 Zahlen

## Weiteres Wachstum

[Mio. Euro]

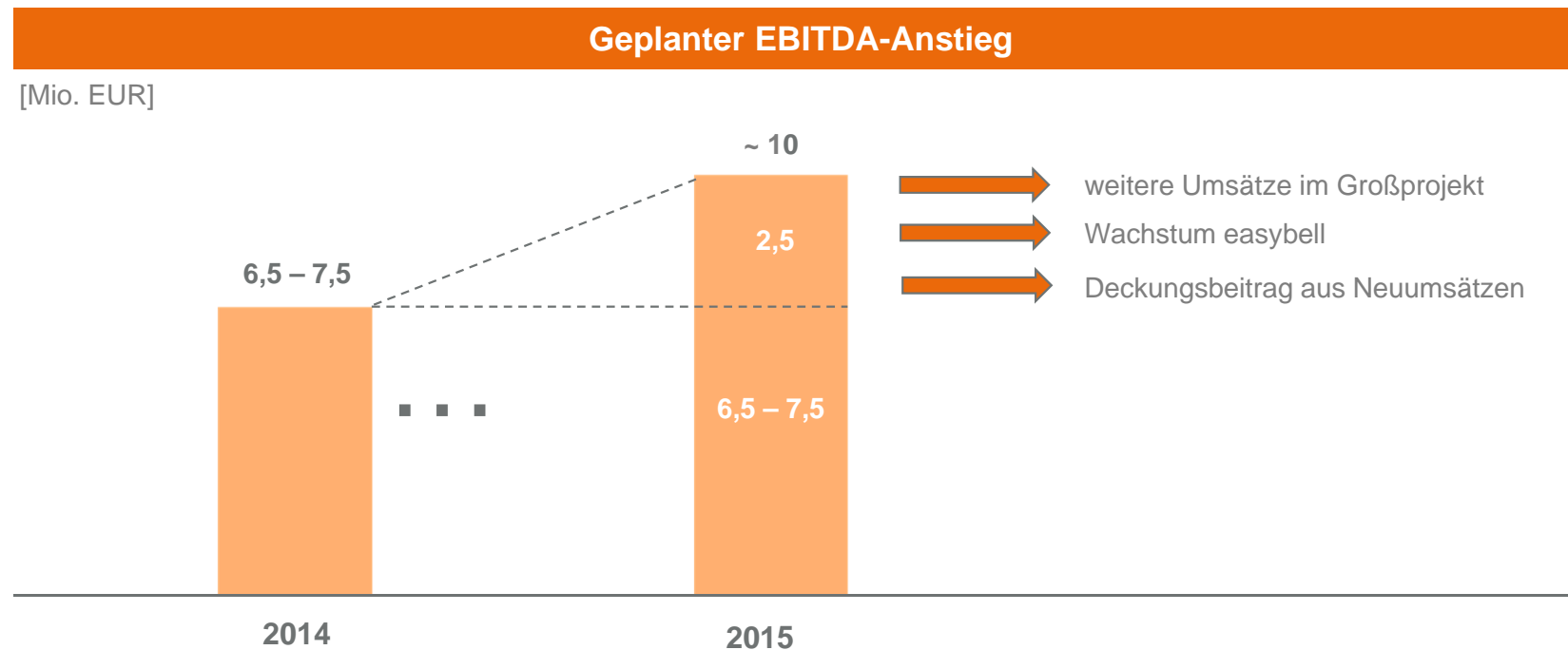
Wesentliche Kennzahlen	Q1 2011	Q1 2012	Q1 2013	Q1 2014
Umsatzerlöse	20,8	23,7	21,5	26,2
davon Geschäftskunden	10,8	10,4	10,5	10,7
davon Wiederverkäufer	7,0	10,2	7,8	11,5
davon New Business	3,0	3,1	3,2	3,9
Rohertrag	6,3	6,3	6,5	6,6
EBITDA	1,7	1,8	1,7	1,7
In %	8,0%	7,6%	7,8%	6,5%
EBIT	0,9	1,0	0,9	0,7
Konzernergebnis	0,5	0,8	0,6	0,4
Ergebnis je Aktie	0,11	0,14	0,13	0,07
Bilanzsumme	46,9	44,5	44,5	47,1
Eigenkapital	20,5	22,2	19,9	21,2
in % der Bilanzsumme	43,6%	49,9%	44,5%	45,0%
Nettofinanzverbindlichkeiten	5,7	3,0	1,5	1,4

## 2014

- ▶ Umsatz von 85 – 95 Mio. EUR mit EBITDA von 6,5 – 7,5 Mio. EUR
- ▶ B2B-Umsatz bei ~ 43 Mio. EUR

## 2015

- ▶ Umsatz von 100 Mio. EUR mit EBITDA ~ 10 Mio. EUR



# Bleiben Sie mit uns auf Kurs!



- Top 1:** Vorlage der Abschlüsse 2013
- Top 2:** Entlastung des Vorstands
- Top 3:** Entlastung des Aufsichtsrats
- Top 4:** Wahl des Abschlussprüfers 2014
- Top 5:** Erwerb und Verwendung eigener Aktien
- Top 6:** Ergänzungswahlen zum Aufsichtsrat
- Top 7:** Änderung des bestehenden Ergebnisabführungsvertrages zwischen der ecotel communication ag und der nacamar GmbH