

eClouds

11/19

NFON AG
nfon.com

INTEGRATION

effizienz ist, wenn ihr pc
zum telefon wird – und mehr

INTEGRATION efficiency
is using your pc as a
telephone – and more

KUNDENSERVICE

wie cloud-anwendungen
ihren kundenservice
in neue dimensionen
katapultieren

CUSTOMER SERVICE using
cloud applications to
catapult your customer
service to new heights

WO BLEIBT EUROPA?

cso César Flores Rodríguez über die
herausforderungen der digitalisierung

WHAT ABOUT EUROPE?

cso César Flores discusses the
challenges of digitisation



4

KUNDEN-CASE: INFINITY
CUSTOMER-CASE: INFINITY



CLOUDS
INVESTORS

Q3 REPORT → S. 18

Paneuropäischer
PBX-Anbieter NFON AG:
Quartalsmitteilung
Pan-European
PBX provider NFON AG:
Quarterly report

10

EUROPAS DIGITALE AUFHOLJAGDV

Warum eine konsequente digitale Transformation
über den Erfolg des Projekts Europa entscheidet
WHY DIGITAL WILL DECIDE EUROPE'S FUTURE
The success of Project Europe depends on
the digital transformation



8

3 FRAGEN AN
3 QUESTIONS FOR CÉSAR
FLORES RODRÍGUEZ

40

INTEGRATION
INTEGRATION



48

KUNDEN-CASE: STYRIA MARKETING SERVICES
CUSTOMER-CASE: STYRIA MARKETING SERVICES

8

3 FRAGEN AN
3 QUESTIONS FOR CÉSAR
FLORES RODRÍGUEZ

40

INTEGRATION
INTEGRATION

46

EXPANSION: ITALIEN
EXPANSION: ITALY

52

EXPANSION: FRANKREICH
EXPANSION: FRANCE

54

DER GLÜCKLICHE KUNDE
THE SATISFIED CUSTOMER



DIGITAL
EUROPE

BITS & PIECES → S. 12

Erfolge, Herausfor-
derungen und Ziele: Die
digitale Transformation
Europas in Zahlen
Success stories, challenges
and goals: statistical
figures on Europe's digital
transformation

europa ist eine große
chance. und es hat
eine große chance.
nutzen wir sie!
europe is a great
opportunity.
and its potential
is also huge.
let's seize it!

HANS SZYMANSKI

Die Digitalisierung verändert unsere vertraute Welt in rasantem Tempo. Dieser Wandel ist kein kontinuierlicher Prozess. Flexibilität, Agilität und Geschwindigkeit sind gefragt. Was heute noch im Trend liegt, ist morgen schon veraltet. Weite Teile Europas scheinen jedoch auf der Bremse zu stehen.

Kehren sich hier die alten europäischen Tugenden von Beständigkeit und Kontinuität ins Gegenteil um? Wurde die disruptive Power der digitalen Transformation unterschätzt? Immerhin: Die Aufholjagd zu den aktuellen Treibern der Digitalisierung – den USA und China – hat begonnen. Und Cloud-Technologien werden dabei als maßgeblich betrachtet.

Die zweite „clouds“-Ausgabe zeigt, wie sich Europa den digitalen Herausforderungen stellt und was hierbei besonders entscheidend ist. Wie wichtig ist die digitale Transformation für das Freiheits- und Friedensprojekt Europa? Wo stehen Länder wie Italien und Frankreich in puncto Digitalisierung und was tun sie, um dort aufzuholen? Anhand von zwei Case-Studies aus Spanien und Österreich zeigen wir, wie Unternehmen mit dem Thema Digitalisierung und Cloud-Telefonie umgehen. Bei all diesen Veränderungen darf Kundenservice nicht zu kleingeschrieben werden: Wir erklären Ihnen, was bei NFON darunter verstanden wird.

Ganz neu in dieser Ausgabe: Unser „clouds investors“ zum 30. September 2019. Zahlen sind immer im Zusammenhang mit dem operativen Geschäft zu sehen. Hier verbinden wir beides.

Ich wünsche eine anregende Lektüre und freue mich auf Ihr Feedback.



Hans Szymanski
Chief Executive Officer



EUROPAS ZUKUNFT? DIGITAL!

EUROPE'S FUTURE IS DIGITAL

EN Digitisation is changing the world as we know it at a rapid pace. This change is not a continuous process. Flexibility, agility, and speed are demanded. What is trending today may already become outdated tomorrow. However, large parts of Europe are still lagging behind.

Are the old European virtues of permanence and continuity reversing themselves? Has the disruptive power of digital transformation been underestimated? One thing is for sure at least: the race to catch up with the current drivers of digitisation, the US and China, has begun. And cloud technologies are considered decisive in this race.

Our second „clouds“ issue explains what digital challenges Europe is currently facing and what is particularly crucial about this situation. How important is the digital transformation for ensuring Europe's ultimate goals of freedom and peace? Where are countries like Italy and France in terms of digitisation, and what are they doing to catch up? We have included two case studies to show how companies in Spain and Austria are dealing with digitisation and cloud telephony. In view of all of these changes, customer service is particularly important. We explain NFON's understanding of customer service.

Brand new in this issue: our „clouds investors“ as of 30 September 2019. The figures should always be interpreted in relation to the operating business. This magazine shows both.

I hope you have a stimulating read and I look forward to your feedback.

¡VIVA LA LIBERTAD!

SPAIN



VIELFALT

Die Kommunikationsagentur Infinity ist in Europas zweitgrößtem Land Spanien in Madrid und weiteren Metropolen vertreten

DIVERSITY The communication agency Infinity has offices in Madrid and other major cities in Europe's second-largest country, Spain



Die Erleichterung ist im ganzen Unternehmen zu spüren. Vor allem aber Joaquín Moreno freut sich jeden Tag wieder über „seine“ neue Cloud-Telefonie. Der IT-Manager bei Infinity Media erinnert sich nur ungern an die Zeiten vor NFON. „Wir mussten bis zu 24 Stunden nur für die Einrichtung einer Rufumleitung warten“, berichtet er, noch immer ungläubig mit dem Kopf schüttelnd. „Und das bei einer Cloud-Lösung!“

EN

Everyone at the company expressed a collective sigh of relief. Joaquín Moreno more than anyone else comes to work every day happy to use "his" new cloud telephony service. The IT manager at Infinity Media reluctantly remembers what it was like before NFON. He tells us, still shaking his head in disbelief: "We had to wait up to 24 hours just to set up call forwarding. And that was with a cloud solution!"

Infinity Media is the fastest growing independent media agency in Spain. It is a true melting pot of professionals with very diverse backgrounds who advise

Eigentlich ein Unding: Ausgerechnet eine Kommunikationsagentur ist in Sachen Kommunikation so unflexibel wie zu Zeiten der Telefonvermittlung. So erlebte Infinity Media in Spanien jedoch das erste Mal Cloud-Telefonie. Frustration pur – bis das Unternehmen auf NFON umstieg **¡VIVA LA LIBERTAD!** It's almost unbelievable: ironically, the communication means of a communications agency became as inflexible as they were during the telephone switchboard era. This is how Infinity Media in Spain experienced cloud telephony services for the first time. It was pure frustration until the company switched to NFON

Infinity Media ist die am schnellsten wachsende unabhängige Medienagentur in Spanien. Ein wahrer Schmelztiegel von Fachleuten mit sehr unterschiedlichen Hintergründen berät und unterstützt große spanische und internationale Kunden in den Bereichen Kommunikation, Medien und Marketing. Tuenti, Storytel, EDP, Beko und Cabify zählen zu den Klienten der Agentur mit Hauptsitz in Barcelona und Standorten in Madrid und Gijón. Infinity-CEO Alex Lawton beschreibt die Arbeitsweise seines Unternehmens gern so: „Die besten Kenntnisse, Erkenntnisse und Innovationen sammeln und Praktiken verwerfen, die veraltet und ineffizient sind.“ Dies hat sich Joaquín Moreno mit Blick auf die vollkommen unzureichende Cloud-Telefonie im Unternehmen zu Herzen genommen. „Wir sind rund 60 Leute an drei Standorten und durch und

and support major Spanish and international clients in communications, media, and marketing. Tuenti, Storytel, EDP, Beko, and Cabify are among the agency's clients that are headquartered in Barcelona with locations in Madrid and Gijón. This is how Infinity CEO Alex Lawton likes to describe the way his company works: "Gain the best knowledge, insights, and innovative ideas, and discard practices that are outdated and inefficient." Joaquín Moreno has taken this to heart with regard to the company's experience with a totally inadequate cloud telephony ↓

EN

↓
DE

INTUITIV

Kreative sind keine Techniker und möchten die neue Lösung intuitiv nutzen können **INTUITIVE** Creative people do not necessarily have technical minds and wanted an intuitive solution



durch Dienstleister. Da ist Erreichbarkeit, Flexibilität und maximale Verfügbarkeit über alle Kommunikationskanäle ein absolutes Muss – und natürlich eine hohe Wirtschaftlichkeit.“

Der in Madrid ansässige, erfahrene IT-Manager ließ die neue Lösung von NFON erst einmal von einem Team im Pilotversuch testen. „Das Ergebnis war so eindeutig positiv, dass wir im nächsten Schritt gleich das ganze Unternehmen migrierten“, erklärt Moreno. Und er wurde ein weiteres Mal angenehm überrascht. Denn die Installation der neuen Cloud-Telefonanlage ging schnell und komplikationsfrei vonstatten – alles andere als selbstverständlich bei solchen Projekten. So lieferte NFON beispielsweise alle Terminals bereits vorkonfiguriert. Die Mitarbeiter mussten nur noch ihre Telefone ans Netzwerk anschließen und konnten sofort loslegen.

Mit der NFON-Lösung, die bei Infinity Media implementiert wurde, sind nun über einen Multi-Device-Vertrag alle Niederlassungen abgedeckt. Es wurden insgesamt 42 Telefonschlüsse installiert. Modernste Endgeräte wurden angeschlossen und virtuelle Softphone-Erweiterungen eingerichtet, die Anrufe von jedem Computer oder internetfähigen Gerät aus ermöglichen. „Für unser Controlling war auch wichtig, dass wir jetzt jede Niederlassung separat abrechnen können“, ergänzt Moreno.

Die Kolleginnen und Kollegen mit den Rotstiften freuten sich auch über die im Vergleich zur Vorgängergelösung um fast 50 Prozent gesunkenen Servicekosten. „Eigentlich klar, denn wir können das System nun selbst administrieren“, erklärt Moreno. Über den Zugriff auf die Managementkonsole sind Anpassungen einfach vorzunehmen, für die man früher

service. “We consist of around 60 people at three locations. We are quintessential service providers. Ensuring accessibility, flexibility, and maximum availability over all communication channels is crucial and, of course, essential for ensuring a high level of profitability.”

The Madrid-based, experienced IT manager tasked a team with the initial testing of the new NFON solution. Moreno explains: “The result was so clearly positive that we migrated the entire company in the next step.” And he was pleasantly surprised once again. That was because the

man braucht
keine lernkurve
it does not require
a learning curve

installation of the new cloud telephony system was quick and free of complications, which is anything but a matter of course when it comes to such projects. For instance, NFON delivered all of the terminals already preconfigured. Employees only had to connect their phones to the network to start immediately using them.

Thanks to the NFON solution that was implemented at Infinity Media, all branch offices are now covered by a multi-device contract. A total of 42 telephone lines were installed. State-of-the-art terminal devices have been connected, and virtual softphone extensions have been set up that allow users to make calls from any computer or Internet-enabled device. Moreno adds, “It was also

wir mussten nur
die telefone
anschließen und
konnten loslegen.
we only had
to connect the
phones and
were able to
get started
immediately.

erst ein Callcenter kontaktieren und einen Tag auf die Umsetzung warten musste. Die hohe Akzeptanz der Kommunikationslösung durch die Mitarbeiter bei Infinity Media führt der IT-Manager auch darauf zurück, dass der Einsatz und die Nutzung extrem leicht sind. Über ein Selfservice-Portal können sie ihre Rufumleitungen selbst verwalten, sich die Anrufliste ansehen und auch unterwegs oder im Homeoffice Anrufe tätigen und annehmen. „Die Geräte sind einfach zu nutzen, die Anwendung ist intuitiv“, fasst Moreno zusammen, „da braucht man keine Lernkurve.“

Gerade für ein Unternehmen wie Infinity Media mit mehreren Standorten und internationalen Kunden ist eine Cloud-Telefonanlage ideal und wirtschaftlich sinnvoll. „Zumindest, wenn sie von NFON ist“, lacht IT-Mann Joaquín Moreno. Was ihn immer wieder begeistert, ist neben der hohen und einfach zu handhabenden Funktionalität die Leistungsfähigkeit des Systems: Selbst zu Spitzenzeiten oder bei überdurchschnittlicher Netzbelastung ist die Qualität weiterhin hoch; es gibt keine Abbrüche oder Verschlechterungen. „Wir haben uns in jeder Hinsicht verbessert. Die NFON-Anlage ist allem, was wir davor hatten, um Lichtjahre voraus.“

→ www.infinitymedia.es

EN | important for our controlling that we could now bill each branch separately.”

The colleagues in the accounting department were also happy that they were able to reduce the service costs by almost 50 percent compared to the previous solution. Moreno explains, “No surprise at all, because we can now administer the system ourselves.” Access to the management console makes it easy to make adjustments. Previously, you had to first contact a call centre and wait a day for your requested changes to be implemented. The high degree of acceptance of the communication solution by the employees at Infinity Media also reminds the IT manager of the fact that it is extremely easy to deploy and use the solution. Employees can manage call forwarding themselves using a self-service portal, view the call history, and make and receive calls on the go or when working from home. Moreno summarises the situation as follows: “The devices are easy to use, and the application is intuitive – it does not require a learning curve.”

A cloud telephony system is ideal and makes economic sense, especially for a company like Infinity Media with several locations and international customers. IT professional Joaquín Moreno laughs, “At least it does if it’s from NFON.” Moreno is constantly impressed with the performance of the system in addition to its extensive range of functionality and ease of use: Even at peak load times or when there is above-average network load, the quality is still high. There are no crashes or deteriorations in quality. “We have improved our situation in every way. The NFON system is lightyears ahead of anything we used before.”

→ www.infinitymedia.es

QUALITÄT

Joaquín Moreno, der in Madrid ansässige, erfahrene IT-Manager ließ die neue Lösung erst einmal testen **QUALITY** Joaquín Moreno, the Madrid-based experienced IT manager tasked a team with the initial testing



EUROPA MUSS DIGITAL AUFHOLEN

HERR FLORES, SIE VERANTWORTEN NEBEN VERTRIEB UND MARKETING IM NFON-VORSTAND AUCH DIE INTERNATIONALE EXPANSION DES UNTERNEHMENS. IST EUROPA EIGENTLICH SCHON BEREIT FÜR CLOUD-LÖSUNGEN?

Unbedingt. Wir stehen am Anfang eines disruptiven Wandels im Markt. Europa muss da – gerade im Vergleich zu den USA oder zu China – noch sehr aufholen. Aber die Digitalisierungsstrategien der fünf größten Volkswirtschaften Europas zeigen, dass sowohl die Regierungen als auch die führenden Unternehmen den dringenden Handlungsbedarf erkannt haben. Sehen Sie sich beispielsweise den gemeinsamen Aktionsplan von Deutschland und Frankreich an: Da geht es um Technologien, Testinfrastruktur, Standardisierung, Schulungen, Veränderungen bei den Kompetenzanforderungen insbesondere in der Arbeitsorganisation und so weiter. Es bewegt sich also einiges.

WARUM SIND DENN GERADE CLOUD-LÖSUNGEN SO WICHTIG FÜR DEN DIGITALEN WANDEL IN EUROPA?

Die Generation „Hyperconnected“ entwickelt neue Arbeits- und Kommunikationsgewohnheiten. In diesem Umfeld wird Cloud-Communications ein wesentlicher Bestandteil der digitalen Transformation in Europa sein. Dazu passen Lösungen wie unsere Cloudya perfekt. Nur solche Cloud-Technologie erlaubt bei hoher Zuverlässigkeit die geforderte Freiheit in der Kommunikation ohne Einschränkungen, unabhängig vom Endgerät und vom Ort, an dem

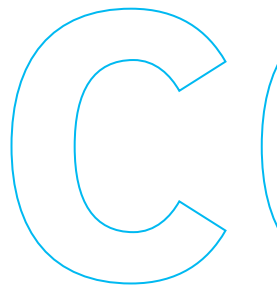
NFON ist der einzige paneuropäische Serviceanbieter von Cloud-Telefonanlagen. Das Unternehmen wächst, und zwar buchstäblich mit den Herausforderungen – denn bei der Digitalisierung besteht in Europa nach wie vor erheblicher Nachholbedarf. Wir sprachen mit César Flores Rodríguez, Chief Sales Officer (CSO) der NFON AG, über die Rolle von Cloud-Communications **EUROPE MUST CATCH UP DIGITALLY**

NFON is the only pan-European cloud telephony service provider. The company is growing, and it is rising to the challenge ahead, because digitisation still has a lot of catching up to do in Europe. We spoke to César Flores Rodríguez, Chief Sales Officer (CSO) at NFON AG, about the role of cloud communications



EN MR. FLORES, IN ADDITION TO HANDLING SALES AND MARKETING ON THE NFON BOARD, YOU ARE ALSO RESPONSIBLE FOR THE COMPANY'S INTERNATIONAL EXPANSION. IS EUROPE CURRENTLY READY FOR CLOUD SOLUTIONS?

Absolutely. We are at the beginning of a disruptive change in the market. Europe still has a lot of catching up to do, especially when compared to the US or China. But the digitisation strategies of Europe's top five economies show that both governments and leading companies have recognised that there is an urgent need to take action. Take, for example, the joint action plan of Germany and France: it touches on technologies, test infrastructure, standardisation, trainings and changes to competence requirements, especially where they relate to the organisation of work, and so on. So there is quite a bit going on.



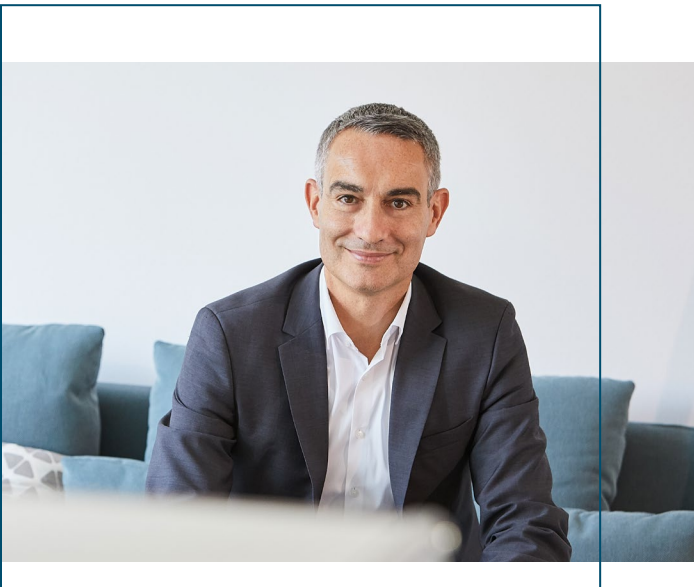
man sich gerade befindet. Die Menschen werden mobiler und möchten unabhängiger sein. Das geht nur mit Cloud-Lösungen.

DARAUS ERGIBT SICH EIN GROSSES MARKT- POTENZIAL FÜR NFON. WIE ERSCHLIESSEN SIE SICH DIESEN WEITERWACHSENDE MARKT?

Wir profitieren von zwei Alleinstellungsmerkmalen: Erstens können wir auf ein beachtliches europaweites Partnernetzwerk – rund 2.500 Vertriebspartner – zurückgreifen, zweitens verfügen wir über eine einzigartige Positionierung in Europa. Wir sind in 15 europäischen Ländern vertreten – über eine vergleichbare Marktreichweite verfügt kein anderer Anbieter von Cloud-Telefonie. Damit sind wir besonders attraktiv für Kunden, die in verschiedenen Regionen ansässig sind. Wir bieten unsere Lösungen

EN WHY ARE CLOUD SOLUTIONS SO IMPORTANT TO EUROPE'S DIGITAL TRANSFORMATION?

The "hyperconnected" generation is developing new work and communication habits. Cloud communications will form an integral part of Europe's digital transformation within this environment. This is where solutions like our Cloudya fit perfectly. Only such cloud technology can ensure the required level of communications freedom without restrictions and with a high level of reliability, regardless of the end user's device and current location. People are becoming more mobile and want to be more independent. This is only possible with cloud solutions.



WANDEL

Ohne Cloud-Lösungen geht nichts mehr – da ist sich NFON-CSO César Flores Rodríguez sicher
CHANGE NFON's CSO César Flores Rodríguez is convinced that cloud solutions will be essential in the future

grenzübergreifend an und setzen diese mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern vor Ort um. Die kennen die lokalen Märkte wie ihre eigene Westentasche. Auf diese Weise werden wir uns nach und nach weitere spannende Märkte erschließen.

Außerdem investieren wir ganz massiv in unsere Zukunft: So erweitern wir unsere Partnerbasis aus, wachsen aber auch durch strategische Akquisitionen. Und natürlich entwickeln wir kontinuierlich neue Lösungen, bauen Funktionalitäten aus und treiben die Integration mit weiteren Enterprise-Software-Plattformen voran.

europa muss noch sehr
aufholen. wir stehen am
anfang eines disruptiven
wandels im markt.
europe still has a lot of
catching up to do. we
are at the beginning of
a disruptive change in
the market.

THIS CREATES A LARGE POTENTIAL MARKET FOR NFON'S SERVICES. HOW DO YOU OPEN UP THIS GROWING MARKET?

We benefit from two unique selling points: firstly, we have access to a considerable pan-European network of partners of around 2,500 sales partners, and secondly, we have a unique positioning in Europe. We are present in 15 European countries: no other provider of cloud telephony services has comparable market reach. This makes us particularly attractive to customers who are based in more than one region. We offer our solutions across borders, and we implement them in cooperation with local employees. They know the local markets like the back of their hand. This is how we plan to gradually tap into additional exciting markets.

We are also investing heavily in our future: this is one way in which we plan to expand our partner base, but we also plan to grow through strategic acquisitions. And, of course, we are constantly developing new solutions, expanding the feature set, and driving integration with additional enterprise software platforms.

EUROPAS DIGITALE AUFHOLJAGD

Die europäischen Ideale der Freizügigkeit und des freien Handels sowie die Innovationskraft des Kontinents können durch die weltweite digitale Revolution weiter beflügelt werden. Um seinen Prinzipien treu zu bleiben und dabei seine florierende Wirtschaft zu bewahren, muss Europa mit digitalen Vorreitern wie China und den USA mithalten **WHY DIGITAL WILL DECIDE EUROPE'S FUTURE** The European ideals of freedom of movement and free trade as well as the continent's innovative power can be further strengthened by the benefits of a worldwide digital revolution. To stay true to its principles, and maintain a prosperous economy, Europe must compete with digital pacesetters such as China and the US

Schon immer setzten Zivilisationen in der Geschichte die in ihrer Zeit modernsten Technologien ein, um miteinander in den Wettbewerb zu treten. Das Zeitalter der Aufklärung, die industrielle Revolution, das Wettrennen und der Wettlauf ins All – die großen, umwälzenden Veränderungen gab es im Verlauf unserer Geschichte stets infolge wissenschaftlicher und technischer Errungenschaften.

Der Wettbewerb um die besten Ideen und die daraus freiwerdende Kreativität sorgte insbesondere in den vergangenen 200 Jahren für eine klare Ausrichtung der Weltordnung auf den transatlantischen Westen.

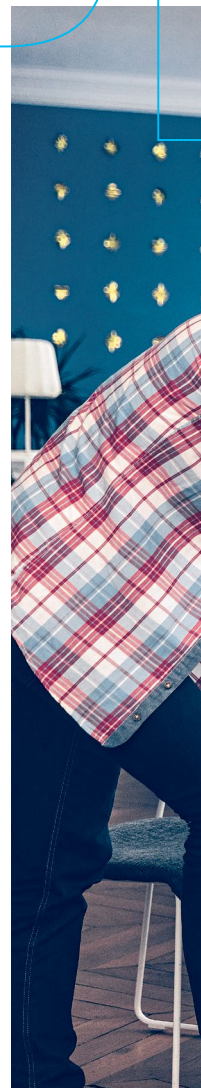
Der europäische Kontinent stand dabei immer im Zentrum globaler Ereignisse – manchmal als Kulisse und manchmal auch als Kriegsschau-

EN

Civilisations have always used the current state-of-the-art technologies to compete. The age of enlightenment, the industrial revolution, the arms race and the space race; history shows that major radical changes have always occurred as a consequence of scientific and technical inventions.

Especially in the last 200 years, the competition for the best ideas and the resulting creativity has tipped the world order in favour of the transatlantic West.

The European continent has always been at the centre of these global events; as either the foreground or the battleground for technological progress. Today, the story is different. EU institutions have defeated conflict on this continent



Der europäische Kontinent stand immer im Zentrum
globaler Ereignisse **GLOBAL** The European continent
has always been at the centre of global events

GLOBAL



Auf der ganzen Welt profitieren Zivil-
gesellschaften und Unternehmen
von neuen Technologien und den Möglich-
keiten der Cloud **DISRUPTIVE** All over
the world, societies and businesses
are being enriched by new technology
and empowered by the cloud

DISRUPTIV



DIGITAL bits & pieces EUROPE

DIGITALISIERUNGS- MOTOR CLOUD

Die weiter stark zunehmende Verbreitung von Cloud-Diensten und -Anwendungen beschleunigt die digitale Transformation in Europa. Wesentliche Treiber sind: Effizienz, Flexibilität, Einfachheit, Schnelligkeit und Kostenersparnisse für die Unternehmen. Der Aufwand des Betriebs und der Installation von Anwendungen und Infrastruktur wird auf den Provider verlagert. Cloud-Computing bietet die Chance, günstige, zuverlässige IT-Ressourcen und -Dienste zu nutzen **CLOUD FUELS DIGITISATION** The continued proliferation of cloud services and applications is accelerating digital transformation in Europe. The essential drivers are: efficiency, flexibility, simplicity, speed and cost savings for businesses. The expenses that are incurred by operating and installing applications and infrastructure are shifted to the provider. Cloud computing offers the opportunity to leverage low-cost and reliable IT resources and services

26,2%

DER EUROPÄISCHEN
UNTERNEHMEN INVES-
TIERTEN 2018 IN
CLOUD-COMPUTING-
DIENSTE.
OF EUROPEAN
COMPANIES INVESTED
IN CLOUD-COMPUTING
SERVICES IN 2018.

DIE KLASSISCHEN TELEFONANSCHLÜSSE
VERLIEREN AN BEDEUTUNG. IN DEUTSCHLAND
GINGEN DIE FESTNETZANSCHLÜSSE IN DEN
LETZTEN VIER JAHREN UM 21,2% ZURÜCK,
WÄHREND IM GLEICHEN ZEITRAUM IP-BASIERTE
TELEFONZUGÄNGE UM 26,5% ANSTIEGEN.

MINUS 21,2%

TRADITIONAL LANDLINE PHONE CONNECTIONS ARE BECOMING
LESS IMPORTANT. IN GERMANY, THE NUMBER OF LANDLINES
HAS DROPPED BY 21.2% OVER THE LAST FOUR YEARS, WHILE
THE NUMBER OF IP-BASED PHONE CONNECTIONS HAS
INCREASED BY 26.5% OVER THE SAME PERIOD.

TOP 5

Virtualisierung der
eigenen IT-Ressource
Virtualisation of an
organisation's own IT
resources

Nutzung von
Software-as-
a-Service (SaaS)
Use of Software-
as-a-Service

Datenspeicherung
und Backups
Data storage and
backups

Internet-
anwendungen
Internet
applications

Mobile Apps
Mobile apps

ANWENDUNGEN IM CLOUD-COMPUTING
APPLICATIONS IN CLOUD COMPUTING

platz für technologischen Fortschritt. Heute sieht die Welt anders aus. Die EU-Institutionen haben die Konflikte auf diesem Kontinent bezwungen und für fast 75 Jahre Frieden gesorgt. Es gibt jedoch neue Herausforderungen und Chancen, die die Vorreiterschaft Europas in Frage stellen.

Der bis 2019 für den digitalen Binnenmarkt zuständige Vizepräsident der Europäischen Kommission, Andris Ansip, appellierte noch 2017: „Viele Länder müssen einen Gang zulegen.“ Immerhin sind die drei europäischen Spitzenreiter in Sachen Digitalisierung – Dänemark, Finnland und Schweden – auch weltweit führend und liegen noch vor Südkorea, Japan und den USA. Ansip mahnte jedoch, Europa müsse insgesamt eine Führungsrolle im digitalen Bereich einnehmen – oder werde in vielerlei Hinsicht das Nachsehen haben.

USA UND CHINA: DIGITALE DOMINANZ

Auf der ganzen Welt profitieren Zivilgesellschaften und Unternehmen von neuen Technologien und den Möglichkeiten der Cloud. Dies hängt mit einer zunehmenden Digitalisierung der menschlichen Intelligenz und der Geschäftsprozesse zusammen. Drastische Veränderungen in Bezug auf die Verarbeitung und Verwendung von Big Data und ganz neue Kommunikationsmedien revolutionieren die Art und Weise, wie wir zusammenarbeiten und uns informieren.

Die Unternehmen, die an der Spitze dieser Veränderungen stehen, sind für die weitere Entwicklung Europas von entscheidender Bedeutung. Die Anbieter und Nutzer von Cloud-Lösungen erfahren die Kraft der Digitalisierung aus erster Hand und nutzen die neuen Technologien, um die Grenzen zu überwinden, die die Altsysteme hinterlassen haben. Dadurch werden neue Arbeitsweisen ermöglicht und operative Abläufe zukunftsfähig gestaltet.

viele länder müssen
einen gang zulegen.
many countries
need to step
up their pace.

RADIKAL

Drastische Veränderungen revolutionieren die Art und Weise, wie wir zusammenarbeiten und uns informieren
RADICAL Drastic changes are revolutionizing the way we work together and inform ourselves



EN and delivered almost 75 years of peace. However, there are new challenges and opportunities ahead that threaten Europe's global preeminence.

Andris Ansip, who until 2019 served as Vice President of the European Commission in charge of the Digital Single Market declared in 2017: "Many countries need to step up their pace". At least the European top three in terms of digitalisation, i.e. Denmark, Finland and Sweden, are taking a global leading role, ahead of South Korea, Japan and the USA. However, Ansip also stated that Europe as a whole needs to take a leading role in the digital revolution – otherwise it would be at a disadvantage in many respects.

USA AND CHINA: DIGITALLY DOMINANT

All over the world, societies and businesses are being enriched by new technology and empowered by the cloud. This is part of a greater digitalisation of human intelligence and business processes. A step-change in the harvesting and application of big data, and a new communications revolution have transformed collaboration and information sharing.

Companies in the vanguard of this change will be essential to the development of Europe. Providers and adopters of cloud solutions experience the power of digitalisation first hand, leveraging new technology to break down the barriers left behind by legacy platforms, thereby embracing new work styles and future-proofing their operations.

Die Digitalisierung bringt Wohlstand und Produktivität. Sie führt zu einer Verbesserung der öffentlichen Dienste und des Gemeinwesens sowie zu einer neuen Art des Arbeitens. Die Transportinfrastruktur wird entlastet, wodurch Digitalisierung auch einen Beitrag zur Verringerung der CO₂-Emissionen leisten kann. Die Digitalisierung steht nicht zuletzt in Einklang mit den Idealen des Projekts Europa und unterstützt die Vision einer gestärkten Gemeinschaft auf unserem Kontinent.

Die Europäer profitieren von der Digitalisierung – doch sind nur sehr wenige der globalen Plattformen, die als Treiber der weltweiten digitalen Revolution fungieren, europäische Unternehmen.

Wie dem Digital Economy Report 2019 der UN-Konferenz für Handel und Entwicklung zu entnehmen ist, sind hier vielmehr die USA und China führend. Zusammen halten sie 75 % der Technologiepatente für Blockchain, sind für 50 % der globalen Ausgaben für das Internet of Things verantwortlich und beherrschen 75 % des Cloud-Computing-Markts. UN-Generalsekretär António Guterres nennt dies eine „digitale Kluft“, die es zu schließen gilt.

Europa hat kein eigenes Google, Amazon, Facebook, Alibaba oder Tencent. Was wir aber haben, sind eine Fülle von fortschrittlichen, global ausgerichteten Unternehmen, die in einem zunehmend schnellen Tempo die Cloud und verwandte Technologien einführen.

ZUNEHMENDE AKZEPTANZ FÜR CLOUD-ANWENDUNGEN IN EUROPA FÜHRT ZU MEHR STÄRKE

Die aktuellen Zahlen von Eurostat zeigen einen Aufschwung bei dem Einsatz von Cloud-Lösungen über die letzten vier Jahre, allen voran in den skandinavischen Ländern, in denen die Penetrationsrate bei über 50 % liegt. Die Definitionen dessen, was man unter Einsatz von Cloud-Lösungen versteht, weichen sehr stark voneinander ab, aber der allgemeine Trend zeigt einen nachhaltigen Anstieg in Europa, auch wenn dieser nicht ganz so schnell vonstattengeht wie in den USA.

die anbieter
und nutzer von
cloud-lösungen
erfahren die
kraft der
digitalisierung
aus erster hand
und nutzen
die neuen tech-
nologien, um
die grenzen
zu überwinden,
die die alt-
systeme hinter-
lassen haben.
dadurch
werden neue
arbeitsweisen
ermöglicht und
operative ab-
läufe zukunfts-
fähig gestaltet.

EN

Digitalisation brings prosperity and productivity. It enhances public services, improves communities and shapes new ways of working. The impact on transport infrastructure is reduced, meaning that digitalisation can also contribute to net carbon reductions. It is perfectly aligned to the ideals of the European project and supports the vision of a stronger community on our European continent.

Europeans are benefitting from digitalisation, but Europe still owns very few of the global platforms driving the worldwide digital revolution.

According to the Digital Economy Report 2019 of the UN Conference on Trade and Development, it is the US and China who are leading the way. Together they

account for 75% of blockchain technology patents, 50% of global Internet of Things spending, and over 75% of the cloud computing market. UN Secretary-General, António Guterres, calls it a “digital divide” that must be closed.

Europe has no indigenous Google, Amazon, Facebook, Alibaba or Tencent. However, what it does have is a wealth of advanced, globally-focused businesses that are rapidly accelerating their adoption of cloud and related technologies.

EUROPEAN CLOUD ADOPTION FUELS THE FIGHTBACK

The latest Eurostat figures show an upswing in cloud adoption over the last 4 years, with Scandinavian countries leading the way with over 50% penetration. Definitions for what constitutes cloud adoption differ greatly, but the overall trend shows a sustained increase, albeit at a slower pace than in the US.

DIC

Gemäß einer Untersuchung von Bain & Company wird den Europäern unterstellt, mehr um Privatsphäre und Sicherheit besorgt zu sein als die Amerikaner. Dies sei ein wichtiger Faktor, da er die Bereitschaft auf dem europäischen Kontinent verringere, Cloud-Lösungen einzusetzen. Das ist aber noch nicht die ganze Geschichte: „Das verfügbare Angebot spielt ebenfalls eine große Rolle beim Wachstum der Cloud. Das Wachstum bei Anbietern von Cloud-Lösungen nimmt normalerweise dann zu, wenn sie große Rechenzentren in den betreffenden Ländern gebaut haben. Dies deutet darauf hin, dass sich die Einstellung der europäischen Unternehmen in Bezug auf den Einsatz von Cloud-Lösungen möglicherweise gar nicht so sehr von der in den USA unterscheidet“, so die These der Analysten Mark Brinda und Kate Woolley in einem Blogbeitrag Anfang des Jahres.

Die beiden zitieren eine IDC-Studie, die ein jährliches Ausgabenwachstum der westeuropäischen Länder für die Cloud von 21 % prognostiziert, und erwarten, dass die Cloud-bezogenen Ausgaben bis 2023 bei über 93 Milliarden US-Dollar liegen könnten. Außerdem weisen sie darauf hin, dass die einzelnen europäischen Länder in unterschiedlichem Maße von den USA abweichen, wenn es um Cloud-Anwendungen geht: „Die Unternehmen in Deutschland und Großbritannien liegen nicht weit hinter den USA zurück, das sind nur ein paar Jahre, wenn man sich den Anteil an den gesamten IT-Ausgaben für Cloud-Anwendungen anschaut. Frankreich und andere Länder liegen da weiter zurück. Spanien etwa dürfte die 5 %-Hürde erst sechs Jahre nach den USA erreichen.“

providers
and adopters of
cloud solutions
experience
the power of
digitisation
first hand,
leveraging new
technology
to break down
the barriers
left behind
by legacy plat-
forms, thereby
embracing new
work styles
and future-
proofing their
operations.

EN

According to Bain & Company, conventional wisdom holds that Europeans are more concerned than Americans about privacy and security and this is a dominant factor in slowing the continent's deployment to the cloud. However, this isn't the whole story: "Supply is also a big factor in cloud growth. Growth for cloud vendors tends to rise after they build big data centres within countries, suggesting that company sentiment about deploying to the cloud may not be so different from that in the US after all," claim analysts Mark Brinda and Kate Woolley in a blog post earlier this year.

The pair cites IDC research that forecasts 21% annual growth in Western European public cloud spending that could top USD 93 billion by 2023. They also point to how European countries vary in how far they lag behind the US in deploying



Die aktuellen Zahlen von Eurostat zeigen einen Aufschwung bei dem Einsatz von Cloud-Lösungen über die letzten vier Jahre
UPWARD TREND The latest figures show an upswing in cloud adoption over the last four years

AUFTRIEB

workloads to the cloud: "Companies in Germany and the UK are not far behind, only a couple of years behind in their percentage of total IT spending going to public cloud vendors. France and other countries lag further behind, and Spain isn't expected to reach the 5% mark until about 6 years after the US did."

FREI

Wenn Europa die Chancen der Digitalisierung ergreift, wird es weiterhin frei, offen und grenzenlos sein **FREE** If Europe seizes the opportunities of digitisation it will remain open, free and borderless



eine ankerbe-
lung digitaler
innovation
wird für den
zukünftigen
erfolg europas
ausschlag-
gebend sein.

EIN GRENZENLOSES, DIGITALES EUROPA BRINGT FREIHEIT FÜR ALLE

Natürlich ist Europa nicht einfach nur ein Zusammenschluss verschiedener Länder. Die EU und ihre 28 Mitgliedsstaaten vereinen die Gesellschaften des Kontinents auf der Grundlage der freien Bewegung von Menschen, Gütern, Dienstleistungen und Kapital. Die Fähigkeit, die digitale Strategie Europas zu steuern und zu regulieren, liegt in der Verantwortung der EU-Entscheidungsträger und der nationalen Regierungen, gemeinsam mit dem privaten Sektor.

EN

A BORDERLESS, DIGITAL EUROPE DELIVERING FREEDOM FOR ALL

Of course Europe is not merely a collection of individual countries. The EU, and its 28 Member States, brings societies together across the continent on the basis of freedom of movement for people, goods, services and capital. The ability to steer and regulate European digital strategy is the responsibility of EU policymakers, and national governments, in partnership with the private sector.

REF

Die nächsten Maßnahmen sind von grundlegender Bedeutung. Eine Ankurbelung digitaler Innovation und der Akzeptanz für diese Technologien wird für den zukünftigen Erfolg Europas ausschlaggebend sein – und NFON wird diesen Wandel auf dem Weg zur europäischen Marktführerschaft im Bereich Cloud-Telefonie aktiv unterstützen.

Die politischen Entscheidungen der Europäischen Kommission hinsichtlich des digitalen Binnenmarkts (Digital Single Market, DSM) betreffen sowohl die Angebots- als auch die Nachfrageseite der europäischen Cloud-Economy. Der DSM steht dabei

EN

Their next actions will be pivotal. Stimulating digital innovation and adoption will decide the future success of Europe; something that NFON is committed to support as part of our aspiration to be the no.1 cloud telephony provider in Europe.

Both the supply-side and demand-side of Europe's cloud economy come under the European Commission's Digital Single Market (DSM) strategy. The DSM is built on three pillars: Access (to digital goods



ERFOLG

Immer mehr europäische Staaten verstehen, dass die Cloud der schnellste Weg zum Digitalisierungserfolg ist **SUCCESS** More and more European states have understood that the cloud is the fastest route to successful digitisation

stimulating
digital inno-
vation will
decide
the future
success
of europe.

auf drei Säulen: Zugang (zu digitalen Waren und Dienstleistungen), Umwelt (optimale Rahmenbedingungen für digitale Netze und Dienste) sowie Wirtschaft und Gesellschaft (digitale Wirtschaft als Wachstumsmotor). In welche Richtung sich der digitale Binnenmarkt unter der Ägide von Mariya Gabriel, der EU-Kommissarin für digitale Wirtschaft und Gesellschaft, auch in den nächsten Jahren entwickeln wird, eines ist klar: Europa muss hier einfach erfolgreich sein.

Das Europa, das wir heute kennen, wurde auf den Prinzipien der Offenheit, Freizügigkeit und des Abbaus bestehender Barrieren begründet. Wenn wir die Chancen nutzen, die die Digitalisierung uns bietet, können wir damit die europäische Vision schützen und gleichzeitig die Freiheit und den Wohlstand auch in Zukunft bewahren.

and services), Environment (creating the right conditions for digital networks and services to flourish) and Economy & Society (maximising the growth potential of the digital economy). Whichever way the DSM evolves in the coming years – under the stewardship of new Digital Commissioner, Mariya Gabriel – it is clear that Europe has no choice but to succeed.

The Europe we know today was founded on the principles of openness, freedom of movement and the breaking down of old barriers. If we grasp its opportunities, digitalisation will safeguard Europe's goals while preserving freedom and ensuring future prosperity.

3 CLOUDS INVESTORS

quartalsmitteilung quarterly report

LIEBE AKTIONÄRINNEN, LIEBE AKTIONÄRE, LIEBE LESERINNEN UND LESER, DEAR SHAREHOLDERS, DEAR READERS,

auch in den ersten neun Monaten haben wir unseren Wachstumskurs fortgesetzt und den Umsatz um 33 % auf 41,5 Mio. Euro erhöht. Im dritten Quartal 2019 konnte NFON den Umsatz sogar um starke 42 % auf rund 15 Mio. Euro erhöhen. Die wiederkehrenden Umsätze steigerten sich in den ersten neun Monaten um rund 39 % auf 35,0 Mio. Euro, was einem sehr hohen Anteil von 85 % am Gesamtumsatz entspricht. Mit einem Plus von 41 % wurde auch die Anzahl der bei Kunden betriebenen Nebenstellen (Seats) deutlich auf nunmehr rund 432.000 Seats ausgebaut. Gleichzeitig haben wir die Übernahme und weitere Integration der Deutschen Telefon Standard, die Eröffnung der Standorte in Italien und Frankreich sowie den Ausbau des Partnernetzwerkes auf über 2.500 Partner als strategische Meilensteine erreicht.

Diese sehr dynamische Entwicklung konnte dennoch nicht vollends unsere Erwartungen erfüllen. Zwei wesentliche Faktoren standen dem entgegen: Aufgrund der sich deutlich eintrübenden makro-ökonomischen Entwicklung in ganz Europa stellen Kunden ihre eigenen Expansionspläne zurück und warten mit dem Aufbau neuer Arbeitsplätze. Unabhängig von dieser Entwicklung sind qualifizierte Mitarbeiter im Bereich der Softwareentwicklung nur bedingt am Arbeitsmarkt verfügbar. Um mit den bestehenden Ressourcen dennoch den hohen Qualitätsanspruch der NFON AG an ihr Produkt zu gewährleisten, wurde die Markteinführung einiger zusätzlicher Funktionalitäten für die Cloud-Telefonanlage verzögert. Insgesamt wirken sich diese

EN In the first nine months, we continued our growth course and increased revenues by 33% to EUR 41.5 million. In the third quarter of 2019, NFON even managed to increase its revenues by a strong 42% to around EUR 15 million. Recurring revenues rose by around 39% in the first nine months of the year to EUR 35.0 million, which equates to a very high share of 85% of total revenue. The number of customer-operated extensions (seats) also increased significantly by 41% to around 432,000. At the same time, we have reached important strategic milestones since the beginning of the year, including the acquisition and continuing integration of Deutsche Telefon Standard, the opening of offices in Italy and France and the expansion of the partner network to over 2,500 partners.

This extremely dynamic development did not fully meet our expectations, however. Two major obstacles stood in our way: As a result of the marked slowdown in macroeconomic development throughout Europe, customers are postponing their own expansion plans and waiting to create new jobs. Irrespective of this development, qualified employees in the software development business are only available on the job market to a rather limited extent. In order to guarantee the high quality of NFON AG's products with our current resources, the market launch of a few additional functionalities for the cloud telephone system has been delayed. Overall, these two factors have an impact on the planned number of seats. As a direct consequence of this, the targeted revenue level for non-recurring revenues, which essentially consist of one-time activation fees for the commissioning of the seats and hardware revenues, could not be



Hans Szymanski
CEO & CFO

Jan-Peter Koopmann
CTO

César Flores Rodríguez
CSO

beiden Faktoren auf die geplanten Seats aus. In unmittelbarer Folge kann das ursprünglich angestrebte Umsatzniveau für die nicht wiederkehrenden Umsätze, die sich im Wesentlichen aus den einmaligen Aktivierungsgebühren bei Inbetriebnahme der Seats und den Hardware-Umsätzen zusammensetzen, nicht erreicht werden. Für das Gesamtjahr 2019 haben wir deswegen die Prognose angepasst. Wir erwarten jetzt ein Seat-Wachstum zwischen 39 % und 41 %, was mit einem Umsatzanstieg der wiederkehrenden Umsätze zwischen 38 % und 40 % und einem Anteil der wiederkehrenden Umsätze am Gesamtumsatz zwischen 80 % und 85 % korrespondiert. Damit ergibt sich ein Gesamtumsatzwachstum zwischen 30 % und 33 %.

Ende Oktober haben wir nun die neuen Produkte NCTI Pro und Nvoice for Microsoft Teams eingeführt und rechnen daher mit einigen Aufholeffekten. Gleichzeitig haben wir im Oktober durch das Engagement von AOC unseren Handlungsspielraum für M&A-Aktivitäten deutlich erweitert. Wir werden auch in Zukunft weiter dynamisch wachsen. Die für uns sehr positiven Rahmenbedingungen im Telekommunikationsmarkt – die alte ISDN-Welt wird in absehbarer Zeit der Vergangenheit angehören – sind unverändert. Wir stehen in Europa erst am Beginn der digitalen Disruption und wollen die europäische Nummer eins für Cloud-Telefonie werden.

In diesem Sinne freuen wir uns, wenn Sie uns weiter auf diesem Weg begleiten.

Ihr
Hans Szymanski, Jan-Peter Koopmann und
César Flores Rodríguez

EN achieved. We have therefore adjusted our forecast for 2019 as a whole. We expect to see seat growth of between 39% and 41%, which equates to an increase in recurring sales of between 38% and 40% and a share of recurring sales in total sales of between 80% and 85%. This would result in total revenue growth of between 30% and 33%.

We introduced the new products NCTI Pro and Nvoice for Microsoft Teams at the end of October and therefore expect a few catch-up effects. At the same time, we significantly expanded our scope for M&A activities in October by gaining the support of AOC. We will thus continue to grow dynamically in the future. The general conditions on the telecommunications market, which are very positive for us – the old ISDN world will be a thing of the past in the foreseeable future – remain unchanged. We are only at the beginning of the digital disruption in Europe and want to become the number one for cloud telephony in Europe.

With this in mind, we look forward to continuing on this path together with you.

Sincerely yours,
Hans Szymanski, Jan-Peter Koopmann and
César Flores Rodríguez

QUARTALSMITTEILUNG 9 MONATE UND 3. QUARTAL 2019

QUARTERLY REPORT ON THE FIRST NINE MONTHS AND THE THIRD QUARTER OF 2019

Die wirtschaftliche Entwicklung im Euroraum war zuletzt nur noch verhalten. Der dämpfende Einfluss schwelender Handelskonflikte und der weiterhin ungelöste Brexit belasten die Stimmung in der Wirtschaft insgesamt. Insbesondere in der Industrie blieben die bisher stärkend wirkenden Impulse aus dem Außenhandel aus, entsprechend auch der Einfluss der industriellen Produktion auf die gesamtwirtschaftliche Entwicklung. Die deutsche Wirtschaft ist dieser Entwicklung in besonderem Maße ausgesetzt. Die Prognosen des Wirtschaftswachstums lagen daher im Herbst bei nur noch 0,4 % (Sommer: 0,6 %) für 2019 und 1 % (Sommer: 1,6 %) für 2020.¹

EN

Economic performance in the euro area has been only modest recently. The moderating effect of smouldering trade conflicts and the unresolved Brexit issue are weighing on the sentiment of the economy as a whole. In industry in particular, the earlier foreign trade stimulus failed to materialise, as did the influence of industrial production on overall economic development. The German economy is particularly exposed to this development. The forecasts for economic growth released in autumn were therefore only 0.4% for 2019 (summer: 0.6%) and 1% for 2020 (summer: 1.6%).¹

Entwicklung wesentlicher Positionen der Konzern-Gesamtergebnisrechnung

Development of key items in the consolidated statement of comprehensive income

in Mio. EUR	in EUR million	9M 2019*	9M 2018*	Veränderung Changes in %*	Q3 2019*	Q3 2018*	Veränderung Changes in %*
Umsatzerlöse	Revenue	41,5	31,3	32,7	15,1	10,6	42,4
Materialkosten	Cost of materials	-9,8	-7,9	24,4	-3,7	-2,4	52,6
Rohertrag	Gross profit	31,7	23,4	35,5	11,4	8,2	39,4
Sonstige betriebliche Erträge	Other operating income	0,3	1,0	-69,1	0,2	0,1	n/a
Personalaufwand	Personnel expenses	-18,3	-17,4	5,5	-6,4	-4,3	47,6
Sonstige betriebliche Aufwendungen	Other operating expenses	-19,3	-13,5	42,6	-7,0	-3,9	79,3
EBITDA	EBITDA	-5,6	-6,5	n/a	-1,8	0,0	n/a
Adj. EBITDA	Adj. EBITDA	-4,2	0,0	n/a	-1,5	-0,1	n/a
Abschreibungen und Wertminderungen	Amortisation and depreciation	-2,2	-0,5	n/a	-0,8	-0,2	n/a
EBIT	EBIT	-7,8	-7,0	n/a	-2,6	-0,1	n/a
Nettozinsaufwand	Net interest expense	-0,5	-0,1	n/a	-0,3	0,0	n/a
Ertragsteueraufwand	Income tax expense	-0,1	0,0	n/a	0	0,0	n/a
Konzernverlust	Consolidated loss	-8,4	-7,1	n/a	-2,9	-0,2	n/a

¹ Quellenangabe siehe Impressum / References see imprint

* Alle Zahlen in deutscher Schreibweise / All figures in German notation

Trotz der langsamer wachsenden Konjunktur hat sich der Rückgang der Arbeitslosigkeit im Euroraum nicht verlangsamt. Diese lag im Juli nur noch geringfügig über den historischen Tiefstwerten aus dem Frühjahr 2007. In Deutschland wird zwar für das kommende Jahr erstmals seit der großen Rezession wieder eine Abnahme der Erwerbstätigkeit erwartet, allerdings sind die Anspannungen am Arbeitsmarkt deutlich höher als in vergleichbaren früheren Konjunkturphasen. Offene Stellen blieben laut dem Kieler Institut für Weltwirtschaft so lange unbesetzt wie seit über 20 Jahren nicht mehr und 15 – 20 % der Unternehmen geben Arbeitsengpässe als Produktionshindernis an. Die Nachfrage nach IT-Fachleuten bewegt sich, gemessen am Bestand der 2018 gemeldeten Arbeitsstellen, auf Höchstniveau. Mit 20.000 Jobangeboten überstieg der Stellenbestand den des Vorjahres um 16 %.

ERTRAGSLAGE

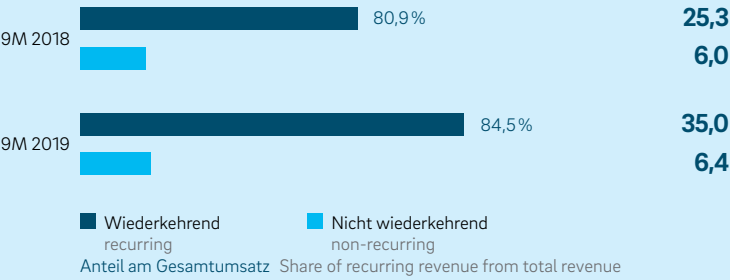
Die NFON AG erzielt Umsatzerlöse mit der Erbringung von Telefonie-Dienstleistungen sowie mit dem Verkauf von Hardware und anderen Dienstleistungen. In den ersten neun Monaten 2019 betrugen die Umsatzerlöse 41,5 Mio. EUR (Q3 2019: 15,1 Mio. EUR). Im Vergleich zu den ersten neun Monaten des Vorjahres sind diese somit um 32,7 % (gegenüber Q3 2018: +42,4 %) gestiegen. Dieses Umsatzwachstum beruhte vorwiegend auf der Akquise neuer Kunden, einem Anstieg der installierten Nebenstellen (Seats) innerhalb des bestehenden Kundenstamms insbesondere in Deutschland, UK und Österreich sowie der Erweiterung des Produktportfolios. Darüber hinaus werden infolge der Übernahme sämtlicher Anteile an der Deutsche Telefon Standard AG (DTS), Mainz, zum 01. März 2019 deren Geschäftszahlen im Abschluss des Konzerns seit diesem Zeitpunkt voll konsolidiert.

Despite the economic slowdown, the fall in unemployment in the euro area has not been impeded, and in July was only just above the historic lows of spring 2007. While Germany is expected to see a drop in employment for the first time since the Great Recession in the coming year, tension on the labour market is significantly higher than in comparable past economic phases. According to the Kiel Institute for the World Economy, vacancies remained open for longer than has been the case for more than 20 years, and between 15% and 20% of companies are claiming labour shortages as an obstacle to production. Demand for IT specialists, measured by the number of jobs registered in 2018, is at its peak. With 20,000 job ads, the number of jobs available was 16% higher than the previous year's level.

RESULTS OF OPERATIONS

NFON AG generates revenue by providing telephony services and selling hardware and other services. Revenue amounted to EUR 41.5 million in the first nine months of 2019 (Q3 2019: EUR 15.1 million), an increase of 32.7% compared to the first nine months of the previous year (42.4% as against Q3 2018). This revenue growth resulted primarily from the acquisition of new customers, a rise in the number of installed seats within the existing customer base, particularly in Germany, the UK and Austria, and the growth of the product portfolio. In addition, the acquisition of all shares in Deutsche Telefon Standard AG (DTS), Mainz, as at 01 March 2019 means that the company's business figures have been included in the Group's consolidated financial statements since this date.

Wiederkehrende / nicht wiederkehrende Umsätze Recurring / non-recurring revenue
in Mio. EUR / in EUR million



Die wiederkehrenden Umsätze setzen sich im Wesentlichen aus der monatlichen Zahlung einer festen Lizenzgebühr pro Nebenstelle (Seat) zuzüglich einer festen oder volumenabhängigen Gebühr für die Nutzung von Sprachtelefonie zusammen. Mit einem Anteil am Gesamtumsatz von 84,5 % (Vorjahr: 80,9 %) liegt der Anteil wiederkehrender Umsätze am oberen Ende der für das Gesamtjahr 2019 prognostizierten Spanne zwischen 80 % und 85 %. Der für die Entwicklung der Umsätze typische kumulative Effekt, bezogen auf die im Jahresverlauf hinzugewonnenen Seats, wird durch die Entwicklung der in den einzelnen Quartalen des Berichtszeitraums erwirtschafteten wiederkehrenden Umsätze deutlich. Zu den nicht wiederkehrenden Umsätzen zählen u. a. Umsätze aus dem Verkauf von Endgeräten (Telefone, Softclients für PCs und Smartphones) und der einmaligen Aktivierungsgebühr pro Nebenstelle bei Erstanschluss.

EN

Recurring revenue comprises essentially monthly payments of a fixed license fee per seat plus a fixed or volume-based fee for voice telephony usage. At 84.5% of total revenue (previous year: 80.9%), the share of recurring revenue is currently significantly higher than the range anticipated for 2019 as a whole of between 80% and 85%. The cumulative effect typical for revenue performance, in relation to seats gained over the year, is evident from the trend in the recurring revenue generated in the individual quarters of the reporting period. Non-recurring revenue includes revenue from sales of devices (telephones, soft clients for PCs and smartphones) and the one-time activation fee per seat when it is first connected.

Seat-Entwicklung zum 30.09.2019 Development in seats as of 30.09.2019



Die Seat-Entwicklung belegt den zunehmenden Bedarf an Cloud-Telefonanlagen in dem für NFON relevanten Markt mit Geschäftskunden. Zugleich unterstreicht sie den hohen Zufriedenheitsgrad der sehr loyalen NFON-Kunden. Anders als im Vorjahr wurden im Berichtsjahr die Seats der Deutschen Telefon Standard integriert.

Trotz der positiven Entwicklung im Berichtszeitraum bleiben die Zuwächse bei den Seats und damit verbunden die Entwicklung der nicht wiederkehrenden Umsätze hinter der ehrgeizigen Planung der NFON AG zurück, weshalb am 24. Oktober 2019 eine Anpassung des für das Gesamtjahr 2019 prognostizierten Wachstums der Seats, der wiederkehrenden Umsatzerlöse sowie der Gesamtumsatzerlöse erfolgte. Das gegenüber der ursprünglichen Planung geringere Seat-Wachstum im 9-Monatszeitraum 2019 ist zum einen dem sich seit Jahresbeginn negativ entwickelnden konjunkturellen Umfeld in den

The development in seats testifies to the growing demand for cloud telephone systems among business customers, NFON's relevant market segment. At the same time, it underlines the high level of satisfaction felt by NFON's very loyal customers. Unlike in the previous year, Deutsche Telefon Standard seats were integrated in the year under review.

Despite positive development in the reporting period, growth in seats and associated development of non-recurring revenue fell short of NFON AG's ambitious planning. For this reason, the forecast for growth in seats, recurring revenue and total revenue for 2019 as a whole was adjusted on 24 October 2019. The fact that growth in seats in the first nine months of 2019 was lower than originally planned is due firstly to the negative economic development in NFON's relevant markets since the beginning of

für NFON relevanten Märkten, zum anderen der eingeschränkten Verfügbarkeit qualifizierter Mitarbeiter im Bereich der Softwareentwicklung und damit verbunden der verzögerten Markteinführung einiger zusätzlicher Funktionalitäten für die Cloud-Telefonanlage geschuldet.

the year, and secondly to the limited availability of qualified employees in the field of software development and the delay this entailed in launching some additional functions for the cloud telephony system.

ARPU-Entwicklung ARPU development
in EUR



Die NFON nutzt den durchschnittlichen wiederkehrenden Umsatz über alle Leistungen, Vertriebskanäle und Länder pro Nutzer (Seat), den sogenannten „ARPU“ (Average Revenue Per User), um die operative Leistung des laufenden Geschäfts aus dem Kerngeschäft der NFON AG, der Cloud-Telefonie, zu messen. Aufgrund der im Berichtszeitraum erfolgten erstmaligen Konsolidierung der Deutschen Telefon Standard (DTS) sieht die NFON AG die Notwendigkeit, den bisher genutzten Leistungsindikator ARPU näher zu spezifizieren. Mit der Akquisition der DTS hat die NFON AG zusätzliches Potenzial zur Erhöhung der Seat-Basis erworben. Diese Seat-Basis ergibt sich nicht nur aus der Gewinnung neuer Cloud-Telefonie-Nutzer, sondern auch aus der potenziellen Umwandlung der bestehenden SIP-Trunk-Channels in Seats, die bis zur Umwandlung nicht zu den Seats gerechnet werden. Für den Fall der Umwandlung ändert sich die Lizenzgebühr, nicht aber die Nutzung der Sprachminuten.

Der ARPU berechnet sich aus dem Quotienten des durchschnittlichen wiederkehrenden Umsatzes von Seats und SIP-Trunks pro Monat abzüglich der wiederkehrenden Umsätze aus den SIP-Trunk-Lizenzgebühren in Relation zu der durchschnittlichen Anzahl an Seats pro Monat einschließlich der Umsätze und Seats von Kunden, die in Vertragsbeziehungen mit den Wholesale-Partnern der NFON stehen.

NFON uses the average recurring revenue across all services, sales channels and countries per user (seat), referred to as average revenue per user (ARPU), to measure current operating performance in NFON AG's core business – cloud telephony. As a result of the first-time consolidation of Deutsche Telefon Standard in the reporting period, NFON AG considers it necessary to provide more specific information on the ARPU performance indicator used to date. The acquisition of DTS has unlocked additional potential for NFON AG, allowing the company to bolster its seat base. This seat basis is not only as a result of attracting new cloud telephony users, but also reflects the potential transformation of existing SIP trunk channels into seats, which will not be counted as seats until transformed. If transformed, the licence fee will change but the use of voice minutes will not.

ARPU is calculated as the average recurring revenue from seats and SIP trunks per month less recurring revenue from SIP trunk licence fees in relation to the average number of seats per month, including revenue and seats from customers who maintain contractual relations with NFON's wholesale partners.

1 Angepasste Definition ARPU / Adjusted definition of ARPU

Die sich sehr erfolgreich entwickelnde Partnerschaft mit den Wholesale-Partnern nimmt zugleich einen maßgeblichen Einfluss auf die ARPU-Entwicklung. Zum einen werden hier aufgrund der hohen Anzahl an verkauften Nebenstellen rabattierte Preise vereinbart, zum anderen beziehen diese Partner teilweise die Sprachminuten nicht über NFON. In Summe werden mit dem wachsenden Anteil an Nebenstellen, die über Wholesale-Partner abgerechnet werden, im Durchschnitt geringere ARPUs generiert. Auch die erstmalige Konsolidierung der DTS zeigt sich in einem leichten Abschlag auf den Blended ARPU, da die DTS ihre Seats im mittleren Preissegment und damit etwas günstiger als die NFON anbietet. Seit Akquisition der DTS ist eine Stabilisierung des ARPU (zwischen 9,71 Euro und 9,76 Euro), nicht zuletzt durch den zunehmenden Verkauf von Premium-Lösungen, mit denen NFON wiederum einen überdurchschnittlichen ARPU erzielt und deren Volumen weiter ansteigen soll, zu verzeichnen.

EN

This partnership with wholesale partners, which is developing very successfully, also has a considerable impact on ARPU performance. Firstly, discounted prices are being agreed based on the high number of seats sold and, secondly, some of these partners do not purchase voice minutes through NFON. On average, lower ARPU is generated as the share of seats billed through wholesale partners increases. Given that DTS offers its seats in the middle price segment, i.e. at a lower price than NFON, the first-time consolidation of DTS is also reflected in a slight reduction in blended ARPU. Since the acquisition of DTS, the ARPU has stabilised, not least due to the increasing sale of premium solutions with which NFON again achieves an above-average ARPU and whose volume is expected to increase in the future.

Materialkosten Cost of materials

in Mio. EUR / in EUR million

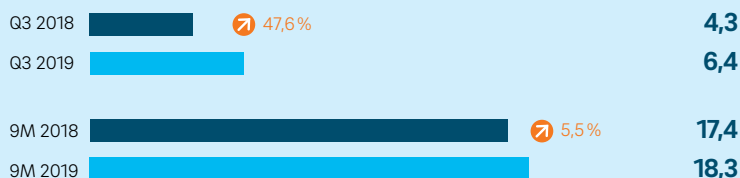


Der Anstieg der Materialkosten im Berichtszeitraum im Vergleich zur Vorperiode reflektiert das Umsatzwachstum und steht im Einklang mit der Planung.

The rise in the cost of materials in the reporting period compared to corresponding prior periods reflects the growth in revenue and is in line with planning.

Personalaufwand Personnel expenses

in Mio. EUR / in EUR million



Im 9-Monatszeitraum 2019 betrug die durchschnittliche Mitarbeiterzahl 358 nach 252 im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Gründe für den deutlichen Anstieg sind zum einen der kontinuierliche, strategische Personalausbau sowie die Integration der DTS im März des Berichtszeitraums. Der Personalaufwand der ersten neun Monate 2019 enthält Aufwendungen in Höhe von 0,5 Mio. EUR im Zusammenhang mit dem Anfang 2019 implementierten Mitarbeiter-Aktienoptionsprogramm. Im Vorjahreszeitraum betrugen die Aufwendungen im Zusammenhang mit anteilsbasierter Vergütung 3,6 Mio. EUR². Des Weiteren enthalten die Personalaufwendungen im 9-Monats-Berichtszeitraum 0,4 Mio. EUR Boni im Zusammenhang mit einem Retention-Programm für Führungskräfte (9M 2018: 0,6 Mio. EUR).

Bereinigt um diese Einmaleffekte (Adjustments), erhöhten sich die Personalkosten im Vorjahresvergleich um 40 % auf 17,5 Mio. EUR. Dies entspricht einer bereinigten Personalaufwandsquote gemessen am Umsatz von 42,2 % nach 40,0 % im Vorjahreszeitraum.

Aufgrund der wachsenden Nachfrage sind qualifizierte Mitarbeiter im Bereich der Softwareentwicklung nur bedingt am Arbeitsmarkt verfügbar, weshalb NFON Einstellungen solcher Mitarbeiter in der Vergangenheit nicht im geplanten Umfang vornehmen konnte. Dies hat dazu geführt, dass – um mit den in diesem Bereich vorhandenen Mitarbeitern den hohen Qualitätsanspruch der NFON AG an ihre Produkte vollumfänglich sicherzustellen – die Markteinführung einiger zusätzlicher Funktionalitäten für die Cloud-Telefonanlage verzögert wurde. Unter anderem deshalb fiel der Seat-Zuwachs in den ersten neun Monaten 2019 geringer aus als ursprünglich geplant. Wir verweisen hierzu auch auf unsere obigen Ausführungen zur Anpassung der ursprünglich prognostizierten KPIs (Seat-Wachstum, wiederkehrende Umsatzerlöse und Gesamtumsatzerlöse) im Abschnitt „Seat-Wachstum“. Auch der Personalaufwand blieb demzufolge hinter der ursprünglichen Planung zurück.

EN

The average headcount was 358 in the first nine months of 2019 compared to 252 in the same period of the previous year. This sharp increase was prompted by the steady, strategic growth in headcount and the integration of DTS in March of the reporting period. Personell costs for the first nine months of 2019 include expenses of EUR 0.5 million in connection with the employee stock option programme implemented at the beginning of 2019. Expenses in connection with share-based payments amounted to EUR 3.6 million² in the same period of the previous year. In addition, staff costs in the first nine months also included payments of EUR 0.4 million in connection with an executive retention programme (9M 2018: EUR 0.6 million).

Adjusted for these one-time effects, staff costs rose by 40% year-on-year to EUR 17.5 million. This represents an adjusted personell costs ratio in relation to revenue of 42.2%, up from 40.0% in the previous year.

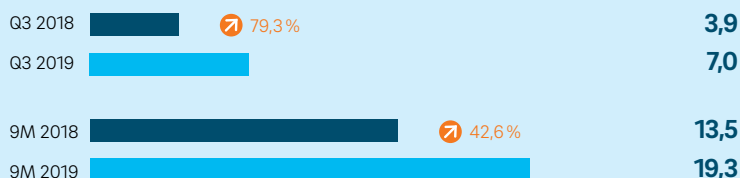
On account of growing demand, the availability of qualified software development employees on the labour market is limited, and NFON was unable to hire such employees to the planned extent in the past. In order to fully ensure NFON AG's high standards of quality for its products with the existing employees in this area, this resulted in the delayed launch of some additional functions for the cloud telephony system. This was also a factor in seat growth falling short of original planning in the first nine months of 2019. Please refer to the comments above on the adjustment of the original forecasts for KPIs (seat growth, recurring revenue and total revenue) under "Seat growth". Personell costs were also lower than originally planned as a result.

2 Diese anteilsbasierte Vergütung beruhte auf in Vorjahren mit den Vorständen getroffenen Vereinbarungen, für die mit den Altaktionären eine Schuldübernahme abgeschlossen wurde und welche aufgrund einer im Zusammenhang mit dem Börsengang abgeschlossenen Bonusvereinbarung verfallen sind. Infolgedessen wurde und wird der Betrag zu keinem Zeitpunkt auszahlungswirksam, musste aber entsprechend den Regelungen des IFRS 2 in den ersten drei Quartalen 2018 in voller Höhe aufwandswirksam in der Kapitalrücklage erfasst werden.

This share-based payment was based on agreements on the assumption of debt entered into between the members of the Management Board and the existing shareholders in previous years. These agreements expired as the result of a bonus agreement entered into in connection with the IPO. As a result, the amount was not paid out and will not be paid out at any time, but had to be recognised in full as an expense in capital reserves in accordance with IFRS 2 in the first three quarters of 2018.

Sonstiger betrieblicher Aufwand Other operating expenses

in Mio. EUR / in EUR million



Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen erhöhten sich in den ersten neun Monaten 2019 gegenüber dem Vorjahreszeitraum auf 19,3 Mio. EUR (Vorjahr: 13,5 Mio. EUR). Das liegt im Wesentlichen an den erhöhten Aufwendungen für Marketing und den gestiegenen Aufwendungen für den Vertrieb.

Darüber hinaus enthalten die sonstigen betrieblichen Aufwendungen der ersten drei Quartale 2019 Kosten in Höhe von 0,6 Mio. EUR, die im Zuge der Akquisition der DTS zum 1. März 2019 zu tragen waren. Im Vorjahr waren Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Börsengang in Höhe von 2,4 Mio. EUR enthalten.

Bereinigt um diese Einmaleffekte (Adjustments), erhöhten sich die sonstigen betrieblichen Aufwendungen im 9-Monats-Berichtszeitraum 2019 um 68,0 % auf 18,7 Mio. EUR. Dies entspricht einer bereinigten Quote gemessen am Umsatz von 45,0 % nach 35,5 % im Vorjahreszeitraum.

Im Hinblick auf die Entlastung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen aufgrund der im Berichtszeitraum erstmaligen Anwendung des IFRS 16 wird auf die Ausführungen im Abschnitt „Auswirkungen IFRS 16“ verwiesen.

EN

Other operating expenses increased to EUR 19.3 million in the first nine months of 2019 (previous year: EUR 13.5 million), essentially as a result of higher marketing expenses and a rise in selling costs on account of increased revenue.

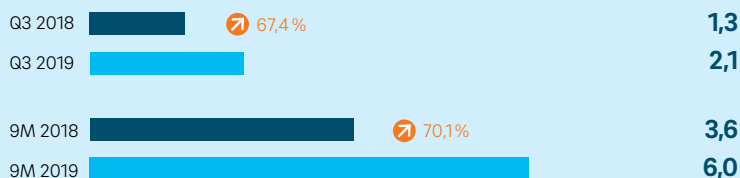
Furthermore, other operating expenses for the first three quarters of 2019 include costs of EUR 0.6 million incurred as part of the acquisition of DTS as at 1 March 2019. The figure for the previous year had included expenses in connection with the IPO of EUR 2.4 million.

Adjusted for these non-recurring effects, other operating expenses rose by 68.0% to EUR 18.7 million in the first nine months of 2019. This represents an adjusted ratio in relation to revenue of 45.0%, up from 35.5% in the previous year.

Please refer to the comments under "Impact of IFRS 16" for information on the reduction in other operating expenses as a result of the adoption of IFRS 16 in the reporting period.

Marketingaufwand Marketing expenses

in Mio. EUR / in EUR million



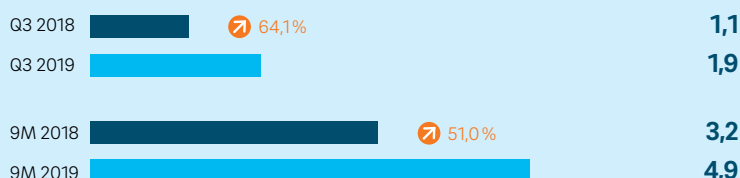
Der Marketingaufwand des Berichtszeitraums liegt im Rahmen der 2019er Planung.

EN

Marketing expenses for the reporting period are in line with planning for 2019.

Vertriebsaufwand Selling expenses

in Mio. EUR / in EUR million



Der Vertriebsaufwand erhöhte sich im Berichtszeitraum 2019 auf 4,9 Mio. EUR (Vorjahr: 3,2 Mio. EUR). Gemessen am Umsatz entspricht dies einer gegenüber dem Vorjahreszeitraum relativ stabilen Quote zwischen 10 % und 12 %. Im Vertriebsaufwand enthalten sind dabei vor allem Provisionsausschüttungen an die Vertriebspartner der NFON AG, welche prozentual an den Umsätzen beteiligt werden.

Selling expenses rose to EUR 4.9 million in the 2019 reporting period (previous year: EUR 3.2 million), proving relatively stable as against the same period of the previous year at between 10% and 12% of revenue. Selling expenses mainly include commission paid to NFON AG's sales partners, which account for a percentage of revenue.

EBITDA, EBIT, Konzerngewinn / -verlust

EBITDA, EBIT, consolidated profit / loss

in Mio. EUR	in EUR million	9M 2019*	9M 2018*	Q3 2019*	Q3 2018*
EBITDA	EBITDA	-5,6	-6,5	-1,8	0
Adjustments	Adjustments				
IPO-Kosten (sbA)	IPO expenses (other operating expenses)	0,0	2,4	0,0	0,0
Retention-Bonus	Retention bonus	0,4	0,6	0,1	0,0
Stock Options / ESOPS	Share options / ESOPS	0,5	3,6	0,2	-0,1
Aufwendungen für Erwerb DTS	Expenses for acquisition of DTS	0,6	0,0	0,0	0,0
Summe Adjustments	Total adjustments	1,4	6,5	0,3	-0,1
EBITDA adjusted	EBITDA adjusted	-4,2	0	-1,5	-0,1
EBIT	EBIT	-7,8	-7,0	-2,6	-0,2
Nettoverlust	Net profit / loss	-8,4	-7,1	-2,9	-0,2
Nettoverlust adjusted	Adjusted net profit / loss	-7,0	-1,0	-2,7	-0,3

* Alle Zahlen in deutscher Schreibweise / All figures in German notation

FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

Im Berichtszeitraum gab es keine Liquiditätsengpässe. Die Gesellschaft ist im Berichtszeitraum ihren Zahlungsverpflichtungen fristgerecht nachgekommen. Zum Bilanzstichtag bestanden liquide Mittel in Höhe von 29,1 Mio. EUR.

AUSWIRKUNGEN IFRS 16

NFON wendet seit dem 01. Januar 2019 die neuen Regelungen zur Bilanzierung von Leasingverhältnissen gemäß IFRS 16 (Leasingverhältnisse) an. Leasingnehmer müssen nach diesen Regelungen für grundsätzlich alle Leasingverhältnisse ein Nutzungsrecht und eine Leasingverbindlichkeit erfassen. Hieraus resultieren seit dem 01. Januar 2019 zu bilanzierende Nutzungsrechte im Sachanlagevermögen sowie als Finanzverbindlichkeiten zu bilanzierende Leasingverbindlichkeiten.

Im Zusammenhang mit der erstmaligen Anwendung des IFRS 16 werden zum 30. September 2019 im Sachanlagevermögen Nutzungsrechte für Gebäude von 4,7 Mio. EUR sowie für Fahrzeuge von 0,5 Mio. EUR ausgewiesen. Auf der Passivseite wurden entsprechend langfristige Finanzverbindlichkeiten von 3,7 Mio. EUR sowie kurzfristige Finanzverbindlichkeiten von 1,5 Mio. EUR erfasst.

Die planmäßigen Abschreibungen enthalten im Zusammenhang mit der Anwendung des IFRS 16 Aufwendungen von 1,0 Mio. EUR. In den Zinsaufwendungen sind aufgrund der Diskontierung der entsprechenden Finanzverbindlichkeiten 0,1 Mio. EUR erfasst.

ERWERB DTS (VORLÄUFIGE KAUFPREISALLOKATION)

Die aus dem Erwerb der DTS resultierenden stillen Reserven wurden zum 30. September 2019 mit 12,1 Mio. EUR als Geschäfts- oder Firmenwert sowie mit 4,9 Mio. EUR als Kundenstamm erfasst. Daneben sind in den sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten stille Lasten in Höhe von 0,3 Mio. EUR bilanziert.

Die planmäßigen Abschreibungen des Berichtszeitraums von neun Monaten enthalten im Zusammenhang mit dem aktivierten Kundenstamm Aufwendungen in Höhe von 0,1 Mio. EUR.

EN

FINANCIAL POSITION

There were no liquidity bottlenecks in the reporting period and the company met its payment obligations on time. Cash funds amounted to EUR 29.1 million as at the end of the reporting period.

IMPACT OF IFRS 16

NFON has applied the new regulations on accounting for leases in accordance with IFRS 16 (Leases) since 01 January 2019. IFRS 16 stipulates that lessees must recognise a right-of-use asset and a lease liability for all leases in general. Since 01 January 2019, this has resulted in right-of-use assets recognised in property, plant and equipment and lease liabilities recognised as financial liabilities.

As at 30 September 2019, right-of-use assets of EUR 4.7 million for buildings and EUR 0.5 million for vehicles were reported in property, plant and equipment in connection with the adoption of IFRS 16. Non-current financial liabilities of EUR 3.7 million and current financial liabilities of EUR 1.5 million were recognised accordingly in equity and liabilities.

Depreciation includes expenses of EUR 1.0 million in connection with the adoption of IFRS 16. Interest expenses include EUR 0.1 million for the discounting of the corresponding financial liabilities.

ACQUISITION OF DTS (PRELIMINARY PURCHASE PRICE ALLOCATION)

Fair value adjustments resulting from the acquisition of DTS of EUR 12.1 million were recognised as goodwill and EUR 4.9 million was recognised for the customer base as at 30 September 2019. Unrealised fair value losses of EUR 0.3 million are also recognised in other current liabilities.

Amortisation for the first nine months includes expenses of EUR 0.1 million in connection with the capitalised customer base.

EIGENKAPITAL

Zum 30. September 2019 betrug das Grundkapital der NFON AG 14,1 Mio. EUR, eingeteilt in 14.091.554 auf den Inhaber lautende Stückaktien ohne Nennbetrag. Das Eigenkapital ist zum 30. September 2019 im Vergleich zum 31. Dezember 2018 um 5,2 Mio. EUR auf 38,4 Mio. EUR gesunken. Der Rückgang resultiert im Wesentlichen aus dem Konzernfehlbetrag des Berichtszeitraums. Gegenläufig wirkt sich die im Zusammenhang mit dem DTS-Erwerb erfolgte Kapitalerhöhung aus.

PROGNOSEBERICHT

Trotz der positiven Entwicklung im Berichtszeitraum bleiben die Zuwächse bei den Seats und damit verbunden die Entwicklung der nicht wiederkehrenden Umsätze hinter der ehrgeizigen Planung der NFON AG zurück, weshalb am 24. Oktober 2019 eine Anpassung des für das Gesamtjahr 2019 prognostizierten Wachstums der Seats, der wiederkehrenden Umsatzerlöse sowie der Gesamtumsatzerlöse erfolgte. Das gegenüber der ursprünglichen Planung geringere Seat-Wachstum im 9-Monatszeitraum 2019 ist zum einen dem sich seit Jahresbeginn negativ entwickelnden konjunkturellen Umfeld in den für NFON relevanten Märkten, zum anderen der eingeschränkten Verfügbarkeit qualifizierter Mitarbeiter im Bereich der Softwareentwicklung und damit verbunden der verzögerten Markteinführung einiger zusätzlicher Funktionalitäten für die Cloud-Telefonanlage geschuldet.

Für das Gesamtjahr 2019 plant die NFON AG deswegen nun mit einem Seat-Wachstum zwischen 39 % und 41 %. Daraus ergibt sich ein voraussichtliches Wachstum des Gesamtumsatzes zwischen 30 % und 33 % gegenüber dem Vorjahr bei einem Anteil der wiederkehrenden Umsätze zwischen 80 % und 85 % (bisherige Prognose: Umsatzsteigerung von 40 % bis 45 % gegenüber dem Vorjahr, wenn auch eher am unteren Ende der Spanne, und ein Seat-Wachstum von mindestens 45 %).

NACHTRAGSBERICHT

Mit Datum vom 18. Oktober 2019 hat die Active Ownership Fund SICAV-FIS SCS, Luxemburg, die in der am 02. Juli 2019 begebenen Optionsanleihe enthaltene Option ausgeübt, wodurch sich das Grundkapital um 964.015 EUR und die Kapitalrücklage um 9.640.150 EUR erhöht haben.

EN EQUITY

As at 30 September 2019, NFON AG had share capital of EUR 14.1 million, divided into 14,091,554 no-par value bearer shares. Equity decreased by EUR 5.2 million as against 31 December 2018 to EUR 38.4 million as at 30 September 2019. The decline was essentially caused by the consolidated net loss for the reporting period. This was offset by the capital increase in connection with the acquisition of DTS.

FORECAST

Despite the positive development in the reporting period, the growth in seats and the associated development of non-recurring revenue fell short of NFON AG's ambitious planning. For this reason, the forecast for growth in seats, recurring revenue and total revenue for 2019 as a whole was adjusted on 24 October 2019. The fact that growth in seats in the first nine months of 2019 was lower than originally planned is due firstly to the negative economic development in NFON's relevant markets since the beginning of the year, and secondly to the limited availability of qualified employees in the field of software development and the delay this entailed in launching some additional functions for the cloud telephony system.

NFON AG is therefore now planning seat growth of between 39% and 41% for 2019 as a whole. This translates into projected growth in total revenue of between 30% and 33% as against the previous year, with recurring revenue accounting for between 80% and 85% (previous forecast: year-on-year revenue increase between 40% and 45%, albeit at the lower end of the range, and seat growth of at least 45%).

SUPPLEMENTARY REPORT

On 18 October 2019, Active Ownership Fund SICAV-FIS SCS, Luxembourg, exercised its option under the warrant bond issued on 02 July 2019, as a result of which share capital was increased by EUR 964,015 and capital reserves by EUR 9,640,150.

KONZERNZWISCHEN- ABSCHLUSS

CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENT



31

KONZERN-GESAMT- ERGEBNISRECHNUNG

CONSOLIDATED INCOME STATEMENT
AND CONSOLIDATED STATEMENT OF
COMPREHENSIVE INCOME

32

KONZERNBILANZ

CONSOLIDATED STATEMENT
OF FINANCIAL POSITION

34

KONZERN-KAPITAL- FLUSSRECHNUNG

CONSOLIDATED STATEMENT
OF CASH FLOWS

36

KONZERN-EIGENKAPITAL- VERÄNDERUNGSRECHNUNG 2019

CONSOLIDATED STATEMENT OF
CHANGE IN EQUITY 2019

38

KONZERN-EIGENKAPITAL- VERÄNDERUNGSRECHNUNG 2018

CONSOLIDATED STATEMENT OF
CHANGE IN EQUITY 2018

KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG

CONSOLIDATED INCOME STATEMENT AND CONSOLIDATED STATEMENT OF COMPREHENSIVE INCOME

für den Zeitraum vom 01.01. bis 30.09.2019 / for the period 01.01. to 30.09.2019

in TEUR		9M 2019*	9M 2018*	Q3 2019*	Q3 2018*
Umsatzerlöse	Revenue	41.467	31.247	15.139	10.630
Bestandsveränderung	Changes in inventories of finished goods and work in progress	-9	0	0	0
Sonstige betriebliche Erträge	Other operating income	298	965	186	67
Materialaufwand	Cost of materials	-9.775	-7.859	-3.729	-2.444
Personalaufwand	Personnel costs	-18.341	-17.382	-6.375	-4.318
Abschreibungen	Depreciation and amortisation	-2.155	-466	-804	-158
Sonstige betriebliche Aufwendungen	Other operating expenses	-19.253	-13.504	-7.037	-3.924
Wertberichtigungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	Impairment loss on trade and other receivables	0	-5	0	0
Sonstiger Steueraufwand	Other tax expense	-6	-4	-2	-2
Ergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen vor Zins-ergebnis und Ertragsteuern	Income from continuing operations before net interest income and income taxes	-7.772	-7.008	-2.621	-149
Zinsen und ähnliche Erträge	Interest and similar income	27	9	11	3
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	Interest and similar expense	-566	-122	-300	-15
Nettozinsaufwand	Net interest expense	-539	-113	-289	-12
Ergebnis vor Ertragsteuern	Earnings before income taxes	-8.311	-7.121	-2.911	-161
Ertragsteueraufwand	Income tax expense	-3	0	-3	0
Latenter Steueraufwand	Deferred tax expense	-88	0	-15	0
Nettoverlust	Net profit loss	-8.403	-7.121	-2.929	-161
Zurechenbar:	Attributable to:				
den Anteilseignern des Mutterunternehmens	Shareholders of the parent company		-7.121	0	-161
Sonstiges Ergebnis	Other comprehensive income	152	37	7	43
Sonstiges Ergebnis nach Steuern	Other comprehensive income after taxes	152	37	7	43
Gesamtergebnis	Total comprehensive income	-8.251	-7.084	-2.923	-118
Nettoverlust je Aktie (EUR) unverwässert	Earnings per share (EUR), basic	-0,60	-0,74	-0,21	-0,01
Nettoverlust je Aktie (EUR) verwässert	Earnings per share (EUR), diluted	-0,60	-0,74	-0,21	-0,01

* Alle Zahlen in deutscher Schreibweise / All figures in German notation

KONZERNBILANZ

CONSOLIDATED STATEMENT OF FINANCIAL POSITION

zum 30.09.2019 / as at 30.09.2019

in TEUR

		30.09.2019*	31.12.2018*
Langfristige Vermögenswerte	Non-current assets		
Sachanlagen	Property, plant and equipment	7.841	1.352
Immaterielle Vermögenswerte	Intangible assets	20.534	233
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	Other financial assets	0	0
Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte	Other non-financial assets	248	99
Aktive latente Steuern	Deferred tax asset	149	203
Summe langfristige Vermögenswerte	Total non-current assets	28.772	1.886
Kurzfristige Vermögenswerte	Current assets		
Vorräte	Inventories	261	92
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	Trade accounts receivable	7.318	5.859
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	Other financial assets	538	390
Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte	Other non-financial assets	2.046	1.605
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	Cash and cash equivalents	29.131	41.436
Summe kurzfristige Vermögenswerte	Total current assets	39.293	49.382
Summe Aktiva	Total assets	68.066	51.268

* Alle Zahlen in deutscher Schreibweise / All figures in German notation

in TEUR

		30.09.2019*	31.12.2018*
Eigenkapital	Equity		
Gezeichnetes Kapital	Subscribed capital	14.092	13.807
Kapitalrücklage	Capital reserves	72.855	70.131
Gewinnrücklage	Retained earnings	-49.152	-40.749
Rücklage für Währungsumrechnung	Currency translation reserve	596	445
Summe Eigenkapital	Total equity	38.390	43.633
Langfristige Verbindlichkeiten	Long-term financial liabilities	3.654	0
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	Other long-term liabilities	183	172
Passive latente Steuern	Long-term financial liabilities	98	63
Summe langfristige Verbindlichkeiten	Deferred tax liabilities	3.936	236
Kurzfristige Verbindlichkeiten	Current liabilities		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	Trade accounts payable	4.597	3.237
Kurzfristige Rückstellungen	Short-term provisions	2.062	1.392
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	Short-term financial liabilities	15.498	128
Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten	Other non-financial liabilities	3.582	2.643
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten	Total current liabilities	25.739	7.399
Summe Eigenkapital und Verbindlichkeiten	Total equity and liabilities	68.066	51.268

* Alle Zahlen in deutscher Schreibweise / All figures in German notation

KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

CONSOLIDATED STATEMENT OF CASH FLOWS

für die Zeit vom 01.01. bis 30.09.2019 / for the period from 01.01. to 30.09.2019

in TEUR

9M 2019*

9M 2018*

1. Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	Cash flow from operating activities		
Ergebnis nach Steuern	Profit / Loss after taxes	-8.403	-7.121
Anpassungen zur Überleitung des Ergebnisses zum Mittelzufluss	Adjustments to reconcile profit (loss) to cash provided		
Ertragsteuern	Income taxes	88	0
Zinserträge (/ -aufwendungen), netto	Interest income (expense), net	566	113
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	Amortisation of intangible assets	380	64
Abschreibungen auf Sachanlagen	Depreciation on tangible assets	1.775	402
Anteilsbasierte Vergütungstransaktionen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente	Equity-settled share-based payment transactions	465	3.551
Sonstige zahlungsunwirksame Erträge (Aufwendungen)	Other non-cash income (expense)	-94	265
Veränderungen bei:	Changes in:		
Vorräte, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	Inventories, trade and other receivables	-1.777	-1.442
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	Trade and other payables	-226	514
Rückstellungen und Leistungen an Arbeitnehmer	Provisions and employee benefits	664	-262
Sonstige Abgrenzung	Other deferred items	0	549
Änderungen in den Bilanzposten, die aufgrund von Währungseffekten nicht zahlungswirksam und ergebnisneutral sind	Changes in balance sheet items not affecting payments and earnings due to foreign currency effects	152	37
Gezahlte Zinsen	Interest paid	-261	-77
Ertragsteuer-Erstattungen / -Zahlungen	Income taxes paid, net	391	0
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	Cash flows from operating activities	-6.281	-3.407

* Alle Zahlen in deutscher Schreibweise / All figures in German notation

in TEUR

		9M 2019*	9M 2018*
2. Cashflow aus der Investitionstätigkeit	Cash flows from investing activities		
Einzahlungen aus dem Abgang von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	Proceeds on disposal of property, plant and equipment and intangible assets	0	1
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen	Payments on investments in property, plant and equipment	-1.468	-484
Auszahlungen für den Erwerb der DTS	Payments on purchase DTS	-17.760	0
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	Payments on investments in intangible assets	-1.732	-115
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	Cash flows from investing activities	-20.961	-598
3. Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	Cash flows from financing activities		
IFRS 16 – Effekt	IFRS 16 – effect	-919	0
Einzahlungen aus der Kapitalerhöhung	Proceeds from the capital increase	2.500	0
Einzahlungen aus der Kapitalerhöhung durch die Anteilseigner des Mutterunternehmens (IPO)	Proceeds from the IPO	0	47.439
Einzahlungen aus Krediten und Kreditaufnahmen	Proceeds from loan and borrowing	13.958	800
Rückzahlungen von Bankdarlehen und ähnlichen Verbindlichkeiten	Repayments of bank loans and liabilities similar to bank loans	-608	-2.420
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	Cash flows from financing activities	14.931	45.819
Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	Changes in cash and cash equivalents	-12.311	41.814
Auswirkung von Wechselkursveränderungen auf die Liquidität	Effect of movements in exchange rates on cash held	6	-1
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn der Periode	Cash and cash equivalents at the beginning of the period	41.436	2.176
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Periode	Cash and cash equivalents at the end of the period	29.131	43.989

Die Auszahlungen für den Erwerb der DTS berücksichtigen bei der DTS zum Erwerbszeitpunkt vorliegende negative Cash-Bestände von TEUR 565. Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente enthalten zum 30. September 2019 Bankguthaben in Höhe von TEUR 339 (31. Dezember 2018: TEUR 339) über die NFON nicht frei verfügen kann da es sich um zu hinterlegende Sicherheitsleistungen von Kunden mit schlechter Bonität handelt. Sämtliche Einschränkungen sind im Hinblick auf die zeitliche Komponente als kurzfristig einzustufen.

EN

The payments for the acquisition of DTS take into account negative cash reserves of EUR 565 thousand held by DTS at the time of acquisition. Cash and cash equivalents at the end of the period include deposits with banks of EUR 339 thousand as at 30 September 2019 (31 December 2018: EUR 339 thousand), which are not freely remissible to the Group because of security deposits from customers with bad credit ratings. All restrictions on such deposits are short term in nature.

KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG

CONSOLIDATED STATEMENT OF CHANGE IN EQUITY

zum 30.09.2019 / as at 30.09.2019

in TEUR		Den Eigentümern zugehöriges Eigenkapital		
		Gezeichnetes Kapital* Share capital*	Kapitalrücklage* Capital reserves*	Rücklagen* Reserves*
Stand zum 01.01.2019	Balance as at 01.01.2019	13.807	70.132	
Summe Gesamtergebnis in der Periode	Total comprehensive income for the period			
Verlust (Gewinn) in der Periode	Loss (income) for the period	0	0	
Sonstiges Ergebnis in der Periode	Other comprehensive income for the period		0	
Summe Gesamtergebnis in der Periode	Total comprehensive income for the period	0	0	
Geschäftsvorfälle mit Eigentümern des Unternehmens und Eigenkapitaltransaktionen	Transactions with the shareholders of the company and equity transactions			
Anteilsbasierte Vergütungstransaktionen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente	Equity-settled share-based payments	0	465	
Erhöhung des Eigenkapitals aus genehmigtem Kapital zur teilweisen Zahlung des Kaufpreises aus dem DTS-Erwerb	Increase in equity from authorised capital for partial payment of the purchase price for the DTS acquisition	285	2.215	
Eigenkapitalkomponente der im Berichtszeitraum begebenen Optionsanleihe	Expenses and income related to the IPO recognised in equity	0	43	
Summe Geschäftsvorfälle mit den Eigentümern des Unternehmens und Eigenkapitaltransaktionen	Total transactions with the shareholders of the company and equity transaction	285	2.723	
Stand zum 30.09.2019	Balance as at 30.09.2019	14.092	72.855	

* Alle Zahlen in deutscher Schreibweise / All figures in German notation

imern des Unternehmens zurechenbar*
utable to owners of the company*

age für Währungsumrechnung* Currency translation reserve*	Bilanzverlust* Retained earnings*	Summe Eigenkapital* Total equity*	Nicht beherrschende Anteile* Non-controlling interests*	Summe* Total*
444	-40.750	43.634	0	43.634
0	-8.403	-8.403	0	-8.403
152	0	152	0	152
152	-8.403	-8.251	0	-8.251
0	0	465	0	465
0	0	2.500		2.500
0	0	43		43
0	0	3.008	0	3.008
596	-49.152	38.391	0	38.391

KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG

CONSOLIDATED STATEMENT OF CHANGE IN EQUITY

zum 30.09.2018 / as at 30.09.2018

		Den Eigentümern zugehörig Attributable to equity holders		
in TEUR		Gezeichnetes Kapital* Share capital*	Kapitalrücklage* Capital reserves*	Rücklagen* Reserves*
Stand zum 01.01.2018	Balance as at 01.01.2018	371	32.052	
Summe Gesamtergebnis in der Periode	Total comprehensive income for the period			
Verlust (Gewinn) in der Periode	Loss (income) for the period	0	0	
Sonstiges Ergebnis in der Periode	Other comprehensive income for the period		0	
Summe Gesamtergebnis in der Periode	Total comprehensive income for the period	0	0	
Geschäftsvorfälle mit Eigentümern des Unternehmens und Eigenkapitaltransaktionen	Transactions with the shareholders of the company and equity transactions			
Anteilsbasierte Vergütungstransaktionen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente	Equity-settled share-based payments	0	3.551	
Erhöhung des Grundkapitals durch Beschluss der Hauptversammlung vom 22.02.2018	Increasing share capital by decision of the Annual General Meeting on 22.02.2018	9.269	-9.269	
Einzahlungen in das Eigenkapital durch den im Berichtszeitraum erfolgten Börsengang	Payments into equity due to the IPO	4.167	45.833	
Mit dem Börsengang im Zusammenhang stehende Aufwendungen und Erträge die im Eigenkapital erfasst wurden	Expenses and income related to the IPO recognised in equity	0	-2.012	
Summe Geschäftsvorfälle mit den Eigentümern des Unternehmens und Eigenkapitaltransaktionen	Total transactions with the shareholders of the company and equity transactions	13.436	38.103	
Stand zum 30.09.2018	Balance as at 30.09.2018	13.807	70.155	

* Alle Zahlen in deutscher Schreibweise / All figures in German notation

Anteilen des Unternehmens zurechenbar*
attributable to owners of the company*

Reserve für Währungsumrechnung* Currency translation reserve*	Bilanzverlust* Retained earnings*	Summe Eigenkapital* Total equity*	Nicht beherrschende Anteile* Non-controlling interests*	Summe* Total*
557	-32.637	343	0	343
0	-7.121	-7.121	0	-7.121
37	0	37	0	37
37	-7.121	-7.084	0	-7.084
0	0	3.551	0	3.551
0	0	50.000		50.000
0	0	-2.012	0	-2.012
0	0	51.539	0	51.539
594	-39.758	44.798	0	44.798

SIMPLIC

unschlagbar
ist integration
dort, wo es
um mehr als
das telefon-
nummer-
wählen geht

integration
is truly
unbeatable
when it
comes to
more than
dialling
phone num-
bers.

CLICK

Telefon und Computer bilden
eine effiziente Kommunika-
tionseinheit **CLICK** Together,
telephone and computer are an
efficient communication unit



CTI AUF GUTE ZUSAMMEN ARBEIT!

Raten Sie mal, was schneller und gleichzeitig weniger fehleranfällig ist: auf dem Telefon die Rufnummer eintippen, die auf dem Bildschirm der Adressverwaltung steht, oder einfach mit dem Mauszeiger auf den entsprechenden Eintrag klicken und per Rechtsklick „Anrufen“ wählen? Welche Vorgehensweise Sie auch bevorzugen: Der effizientere Mausklick beschreibt einen Teil dessen, was sich hinter „Computer Telephony Integration“ (CTI) verbirgt.

Gerade, wer Tag für Tag den Kontakt zu Ansprechpartnern halten möchte, deren Daten in PC-Anwendungen gespeichert sind, wird die Mausklick-Variante schnell schätzen lernen. Noch komfortabler wird das Ganze, wenn sich die benötigten Rufnummern aus Termineinträgen oder Konferenzanmeldungen ohne den Umweg über Kontakteinträge direkt anwählen lassen.

Unschlagbar ist Computer-Telefonie-Integration vor allem dort, wo es um weitaus mehr geht als um das vereinfachte Wählen einer Telefonnummer. Man stelle sich beispielsweise vor, alle relevanten Daten stünden bereits mit dem Anruf eines Kunden

Dass die Digitalisierung sinnvoll ist und wirtschaftlichen Nutzen stiftet, lässt sich an einem Beispiel besonders schön zeigen: an der Integration von Computeranwendungen in die Kommunikation. Diese so zu gestalten, dass sie den Arbeitsalltag spürbar erleichtern kann, stellt die Entwickler von Cloud-Lösungen allerdings vor wirklich spannende Herausforderungen **IT ALL BOILS DOWN TO INTERCONNECTIVITY**

The fact that digitisation makes sense and generates economic benefits can be illustrated by a single example: the integration of computer applications into communications. However, the task of designing these in such a way that they can noticeably simplify the daily work routine of employees presents the developers of cloud solutions with really exciting challenges

EN

Guess what is faster and at the same time less error-prone: manually entering a phone number on your phone from what you see on the address management screen, or simply clicking on the corresponding entry using the mouse and right-clicking "Call". Which approach would you prefer? The greater efficiency of the mouse click describes one part of what's behind "computer telephony integration" (CTI).

Especially those who want to keep in touch with contacts on a daily basis and have stored their details in computer applications will quickly come to appreciate the mouse-click method. The whole procedure is even more convenient when the numbers can be dialled directly from appointment entries or conference invitations without having to make a detour by looking up contacts in an address book.

auf dem Bildschirm bereit: welche Produkte der Anrufer nutzt, wann er sich zuletzt gemeldet hat, ob es offene Support-Anfragen gibt, in welchen Stadium sich laufende Verkaufsgespräche befinden, welches Angebot unterbreitet wurde und ob der Kunde schon darauf reagiert hat. Es liegt auf der Hand, dass ein solches Support- oder Sales-Telefonat nicht nur sehr viel kundenorientierter ablaufen wird, sondern auch effizienter ist, weil man alle wichtigen Informationen buchstäblich auf dem Schirm hat.

Bis es so weit ist, ist noch einiges an Entwicklungsarbeit zu leisten. Es klingt zunächst einmal simpel: Weil moderne Cloud-Telefonanlagen ohnehin als Software laufen, muss die zu wählende Rufnummer nur im richtigen Format zwischen den entsprechenden Programmen übertragen werden. Dafür müssen die Programmierer jedoch die Verbindung zwischen Telefonanlage und unterstütztem Softwarepaket individuell anpassen. Schließlich sollen die

Telefonieren und Datenaustausch sind mit CTI keine getrennten Prozesse mehr **SEND** Thanks to CTI, phone calls and data exchange are no longer separate processes

SEND



ENTER

Zusammenarbeit, Kommunikation, Kundenservice – mit CTI macht all dies einen signifikanten Effizienzsprung **ENTER** CTI – a great leap forward for cooperation, communication, customer service

VISION

EN

Computer telephony integration is an unbeatable combination, especially when the process involves much more than the simplified dialling of a telephone number. Imagine, for example, that all the relevant data is already available on the screen when a customer calls, including information about what are the products that the caller uses, when was the last time that the caller made contact, are there any open support queries, what is the current stage of any ongoing sales negotiations, what offer has been made and has the customer already responded to such an offer. It is obvious that such a support or sales call will not only be much more customer-focused, but also more efficient, since you will literally have all of the important information on the screen.

We still have a lot of development work to do before we can make this vision a reality. It sounds simple at first: because modern cloud telephony systems are a type of software, the number to be dialled must only be transmitted between the corresponding programs in the correct format. In order to do this, however,

DIGITAL EUROPE

bits & pieces

DIGITALISIERUNGSMOTOR UNTERNEHMENSKULTUR

Eine Untersuchung der Unternehmensberatung Cap Gemini aus dem Jahre 2017 ergab, dass Unternehmen mit einer stärker ausgeprägten digitalen Kultur nachweislich finanziell erfolgreicher sind und deutlich zufriedeneren Mitarbeitenden haben. Die Technik liefert dafür nur die Basis. Eine erfolgreiche Digitalisierung erfordert auch ein Umdenken. Einstellung und Verhalten der Führung wie der Belegschaft sollten im Einklang mit dem digitalen Kontext stehen **CORPORATE CULTURE DRIVES DIGITISATION**. An analysis by the consulting firm Cap Gemini in 2017 showed that companies with a stronger digital culture are demonstrably financially more successful and have significantly more satisfied employees. The technology provides just the basis for this. Successful digitisation also requires a rethinking of traditional ways of doing things. For this, the attitude and behaviour of the managers and the workforce needs to be in line with the digital context

„DIE LAGE LÄSST SICH NICHT MEHR DADURCH VERBESSERN, DASS WIR DIE GEWOHNTE METHODEN LEICHT ANPASSEN (...). DAS WÄRE IN ETWA SO AUSSICHTSLOS WIE DER VERSUCH, EINE RAKETE AN EINEM ELEFANTEN ZU BEFESTIGEN, DAMIT ER SICH SCHNELLER BEWEGEN KANN.“

JOHN PAUL
KOTTER

"THE SITUATION WILL NO LONGER BE IMPROVED BY TWEAKING THE USUAL METHODOLOGY (...). THAT'S LIKE TRYING TO STRAP A ROCKET ENGINE ONTO AN ELEPHANT SO THAT IT CAN MOVE FASTER."

50%

50% DER DEUTSCHEN FÜHRUNGSKRÄFTE IN UNTERNEHMEN MIT 1.000 BIS 10.000 BESCHÄFTIGTEN SEHEN SICH TECHNISCH FÜR DIE DIGITALE WELT AUFGESTELLT
50% OF GERMAN EXECUTIVES AT COMPANIES WITH 1,000 TO 10,000 EMPLOYEES BELIEVE THEY ARE TECHNICALLY PREPARED FOR THE DIGITAL WORLD

39%

39% DER DEUTSCHEN FÜHRUNGSKRÄFTE SIND ÜBERZEUGT DAVON, DASS IHR UNTERNEHMEN AUF DIE ANFORDERUNGEN DER DIGITALISIERUNG GUT VORBEREITET IST
39% OF GERMAN EXECUTIVES ARE CONVINCED THAT THEIR COMPANY IS WELL PREPARED FOR THE DEMANDS OF DIGITISATION

DIE BRANCHEN
TELEKOMMU-
NIKATION, MEDI-
EN, BERATUNG
UND ELEKTRO-
NIK/HIGHTECH
SOWIE IT/SOFT-
WARE HABEN
BEIM DIGITALEN
WANDEL DIE
NASE VORN
THE TELECOM-
MUNICATIONS,
MEDIA, CONSUL-
TING AND ELEC-
TRONICS/HIGH-
TECH AND IT/
SOFTWARE SEC-
TORS ARE HEA-
DING THE DIGITAL
TRANSFORMATI-
ON PROCESS.

mensch

ERFOLGSFAKTOR „MENSCH“

FRONTRUNNER FOKUSSIEREN DEN ERFOLGSFAKTOR „MENSCH“, WÄHREND DIE LATE ADOPTER HAUPTSÄCHLICH AUF DEN EINSATZ NEUER TECHNOLOGIEN SETZEN **THE "HUMAN" SUCCESS FACTOR**. THE FRONT-RUNNERS FOCUS ON THE "HUMAN" SUCCESS FACTOR, WHILE THE LATE ADOPTERS MAINLY RELY ON THE USE OF NEW TECHNOLOGIES

Anwenderinnen und Anwender die Integration so natürlich und nahtlos wie möglich nutzen können.

Die Komplexität des Ganzen liegt in der Vielzahl der Anwendersoftwares begründet. Wird Microsoft Outlook verwendet oder ist Microsoft Exchange in Einsatz? Oder soll die Anlage mit Lotus Notes kommunizieren können? Kommen dann noch spezialisierte Lösungen wie zum Beispiel Salesforce, IBM Connections, Act! und andere CRM-Anwendungen hinzu, ist es mit dem einfachen Austausch digitaler Daten vorbei. Integration bedeutet letztendlich, dass die Telefonie-Funktionen direkt innerhalb dieser Programme und die Informationen aus den Programmen direkt in der CTI-Lösung zur Verfügung stehen. Denn ein umständliches Umschalten zwischen CRM-Tool und Telefon-Client-Software käme wieder dem Abtippen der Rufnummer vom Bildschirm gleich.

Komplexität stachelt den Ehrgeiz vieler Entwickler an, ist aber bei den Anwendern von Cloud-Telefonie eher unerwünscht. Bei NFON hat man sich daher genau angeschaut, welche Bedarfe an Integration es eigentlich gibt. Dabei stellte sich heraus, dass man die vielen individuellen Anforderungen in bestimmten Ausbaustufen bündeln kann. Diese Vorgehensweise erlaubt es den Kunden, genau die Variante zu buchen, die auf einem bestimmten Arbeitsplatz auch wirklich benötigt wird. Wie bei allen NFON-Leistungen werden diese CTI-Pakete pro Monat und Nutzer abgerechnet – und sind laufend erweiter- oder reduzierbar. NFON unterstützt über 30 Drittanbieter-Programme. Sollte dennoch eines der Pakete nicht genau passen, werden maßgeschneiderte Lösungen auf Projektbasis entwickelt.



CONTROL

Die CTI-Lösungen von NFON sind einfach an die Bedürfnisse der Anwender anzupassen **CONTROL** NFON's CTI solutions are easy to adapt to the needs of each user

the programmers must individually adjust the connection between the telephony system and the supported software package. The aim is that users are able to use the integration as naturally and seamlessly as possible.

The complexity of the whole project is owed to the huge variety of software applications. Does the user use Microsoft Outlook or Microsoft Exchange? Or should the system be able to communicate with Lotus Notes? Then there are such specialized solutions as Salesforce, IBM Connections, Act!

komplexität
stachelt
den ehrgeiz
vieler ent-
wickler an,
ist aber bei
anwendern
eher uner-
wünscht.

and other CRM applications. The era where digital data could be exchanged in simple formats is over. Integration ultimately means that the telephony features that can be used within these programs and the information from the programs are directly available in the CTI solution. After all, the process of having to switch between CRM tool and telephony client software would be nearly as cumbersome as manually entering the phone number from the screen.

Complexity incites the ambitions of many developers, but is rather undesirable in the view of the users of cloud telephony services. At NFON, the team has looked closely at the actual needs for integration. It turned out that you can bundle the many individual requirements at certain stages of development. This approach allows customers to indicate the exact stage that is actually needed on a particular workstation. As is true of all NFON services, these CTI packages are billed per month and user and they are constantly expandable or

A complexity incites the ambitions of many developers, but is rather undesirable in the view of the users.



Computer-Telefonie-Integration ist besonders erfolgreich, wenn sie geradezu selbstverständlich wird **ESCAPE** Computer telephony integration is particularly successful when it becomes a matter of course

ESCAPE

Dieses Konzept nennt sich NCTI und ist „CTI made by NFON“. Die Leistungspakete ergänzen den Funktionsumfang von NFONs Cloudya um eine tiefergehende Geschäftsprozessintegration. NCTI Standard unterstützt alle Einzelplatzversionen von Microsoft Office und macht es möglich, die unterstützten Telefone direkt aus dieser Anwendung heraus zu steuern. Außerdem arbeitet die Lösung mit einer Vielzahl verbreiteter CRM-Anwendungen zusammen. NCTI Premium bietet zusätzlich ein gemeinsames Telefonbuch für alle NCTI-Nutzer, eine Chat-Funktion, Präsenzmanagement und erweiterte TAPI-Funktionen für beide Kommunikationsrichtungen. Die maximale Ausbaustufe NCTI Pro stellt zudem Unified-Communications-Funktionen zur Peer-to-Peer-Kommunikation wie IP-basierte Video- und Audiokonferenzen und Desktop-Sharing, den Zugriff auf zentrale Kontaktdatenbanken per LDAP, Active Directory oder MetaDirectory sowie das Präsenzmanagement mit Microsoft Office 365 bereit.

→ www.nfon.com/de/telefonie/integrationen

reducible. NFON supports more than 30 third-party programs. However, if one of the packages does not exactly satisfy the requirements, tailor-made solutions can be developed on a project basis.

This concept is called "NCTI" and it is "CTI made by NFON". The service packages complement the functionality of NFON's Cloudya by offering deeper business process integration. NCTI Standard supports all single-user license versions of Microsoft Office and it allows users to control the supported phones directly from within this application. The solution also works with a variety of popular CRM applications. NCTI Premium also offers a shared phone book for all NCTI users, a chat function, presence management and advanced TAPI functions for both communication directions. The maximum expansion level, NCTI Pro, additionally offers unified communications features for peer-to-peer communications, such as IP-based video and audio conferencing and desktop sharing, access to central contact databases via LDAP, Active Directory or MetaDirectory and presence management with Microsoft Office 365.

→ www.nfon.com/de/telefonie/integrationen

MILANO

PRONTO!

Auf der Apenninhalbinsel entfaltet sich gerade ein riesiges Potenzial für digitale Kommunikation. Laut dem Istituto Nazionale di Statistica (Istat) nutzen 94 Prozent der 15- bis 24-Jährigen in Italien das Internet. Unter den Personen über 14 Jahren wird dafür meist das Smartphone genutzt, an dem man sich in Italien beim Telefonieren lässig mit „Pronto“ meldet.

Das ganze Land scheint überaus bereit und willig für eine ehrgeizige digitale Aufholjagd zu sein. Weil Italien im Hinblick auf die Digitalisierung im europäischen Vergleich bisher keinen Spitzenplatz einnimmt, gibt man in der viertgrößten Volkswirtschaft Europas nun auch auf politischer Ebene Gas.

Italien ist das erste europäische Land, in dem Unternehmen ihre Rechnungen elektronisch ausstellen müssen. Neben dem sicher auch beabsichtigten Effekt einer höheren Transparenz steuerlich relevanter Geschäfte wird hier noch etwas anderes die Digitalisierung der italienischen Wirtschaft erheblich beschleunigen: Denn mit dem Einstieg in die digitale Rechnungsstellung dürften viele italienische Unternehmen auch digitale Geschäftsnetzwerke und cloudbasierte Anwendungen einführen. Eine zunehmende Vernetzung von Geschäftspartnern könnte für mehr Austausch und Kooperation sorgen und damit die gesamte Volkswirtschaft vorantreiben.

Das ist aber noch nicht alles: Im April 2019 stellte die italienische Digitalisierungsbehörde AgID einen neuen E-Procurement-Dreijahresplan für die öffentliche Hand vor. Dieser sieht eine komplette Erneuerung der öffentlichen Verwaltung mit Augenmerk auf neue Technologien wie Künstliche Intelligenz (KI) und Blockchain vor. Die rasante Dynamik

Italien ist das 14. Land, in dem die NFON-Gruppe vertreten ist. Im März dieses Jahres startete NFON in Mailand mit einer eigenen Tochtergesellschaft für „la bellissima“ **PRONTO!** Italy is the 14th country that the NFON Group has expanded into. In March of this year, NFON founded its own subsidiary in Milan to capitalize on the country's market

EN

The Apennine Peninsula is currently developing a huge potential for digital communication. According to the Istituto Nazionale di Statistica (Istat), 94% of 15- to 24-year-olds use the Internet in Italy. Among those over the age of 14, the Internet is usually accessed via smartphone – “Pronto”.

The whole country seems to be very well prepared and willing to catch up digitally, and there are great ambitions to achieve this end. Because Italy has not yet emerged as one of Europe's leaders in terms of digitisation, Europe's fourth-largest economy is now also prepared to accelerate its transformation at the political policy level.

Italy is the first European country where companies are required to issue their invoices electronically. In addition to achieving the intended effect of increasing the transparency of tax-relevant transactions, this regulation offers something else that will considerably accelerate the digitisation of the Italian economy: many Italian companies are also likely to implement digital business networks and cloud-based applications at the same time that they introduce digital invoicing. The establishment of more extensive networks between business partners could facilitate more exchange and cooperation and thus promote the entire national economy.

des digitalen Marktes in Italien zeigt sich auch im wachstumsstarken Onlinehandel, wo neue Zahlungsformen und -arten immer populärer werden.

Für NFON ist das „Land, wo die Zitronen blühen“ (Goethe) wegen der klassischen Unternehmensstruktur interessant. „Gerade die Tourismusbranche verlangt nach modernen, flexiblen Kommunikationsmöglichkeiten, mit denen sich Prozesse optimieren und Kosten minimieren lassen“, erklärt Marco Pasculli, Managing Director bei NFON Italien. „Italien positioniert sich als sehr Cloud-affines Land, das im Digitalisierungsprozess ganz vorn dabei sein will.“ NFON wird hier mit hoher Innovationskraft und Erfahrung ein maßgeblicher Player sein.

italien positioniert
sich als sehr cloud-
affines land.

Italy proves to
be highly recep-
tive to cloud
solutions.

EN

But that is not all: in April 2019, the Italian digitalisation agency AgID presented a new e-procurement three-year plan for the public sector. It envisages a complete renewal of public administration based on the use of such new technologies as artificial intelligence (AI) and blockchain. The rapid pace of development of the Italian digital market is also evident in the rapidly expanding e-commerce segment, where new forms and types of payment are becoming increasingly popular.

The country's traditional business structure is what NFON finds interesting. Marco Pasculli, Managing Director at NFON Italy, explains: "The tourism industry in particular is calling for modern and flexible communication options that can be used to optimize processes and minimize costs. Italy is positioning itself as a country that very much wants to spur cloud development and be at the forefront of the digitisation process." NFON stands to become a major player here thanks to its great innovative strength and experience.

DIGITAL EUROPE bits & pieces

ALLE WEGE FÜHREN ZUR DIGITALI- SIERUNG

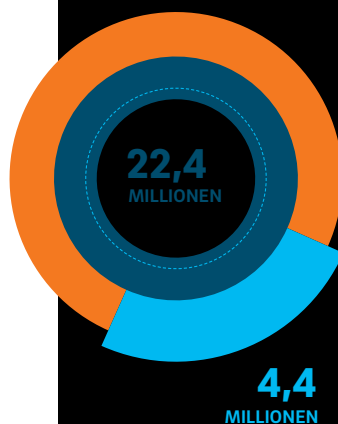
Es wird zunehmend wolkiger in Italien – die Rede ist natürlich nicht vom Klimawandel, sondern von den „Clouds“ als Basis für eine rasant fortschreitende Digitalisierung im Land an der Adria. NFON ist mit dem neuen Standort in Mailand bereit für einen Markt mit gewaltigem Wachstumspotenzial **ALL ROADS LEAD TO DIGITISATION**

It is becoming increasingly cloudy in Italy. Of course, we are not talking about climate change, but rather about "clouds" in the sense of the infrastructure that forms the basis for the rapid development of the digitisation efforts of the country on the Adriatic. With its new location in Milan, NFON is ready to enter a market with huge growth potential

35%

BIS 2023 SOLL DER MARKT FÜR
CLOUD-KOMMUNIKATION UM
35 % (5 JAHRES CAGR) WACHSEN
BY 2023, THE MARKET FOR CLOUD
COMMUNICATIONS IS EXPECTED
TO GROW BY 35% (5 YEARS CAGR)

18
MILLIONEN



VON INSGESAMT
22,4 MIO. ARBEITNEH-
MERINNEN UND
ARBEITNEHMERN SIND
18 MIO. IN KLEINEN
UND MITTELSTÄNDI-
SCHEN UNTERNEH-
MEN BESCHÄFTIGT
UND NUR 4,4 MIO.
IN GROSSUNTER-
NEHMEN. OUT OF A
TOTAL OF 22.4 MIO.
EMPLOYEES, 18 MIO.
ARE EMPLOYED IN
SMALL AND MEDIUM-
SIZED BUSINESSES
AND ONLY 4.4 MIO.
WORK IN LARGE
ENTERPRISES

AUF DIE ZUKUNFT UMGESTELLT



Die Callcenter-Telefonie auf State-of-the-Art-Niveau bringen und zukunftssicher gestalten: Das und ein sportliches Timing für die Systemumstellung waren die Herausforderungen der Styria Marketing Services **FUTURE-PROOFED** Upgrade the call centre telephony system to the state-of-the-art and make it future-proof: Not only did Styria Marketing Services have to overcome the challenge of carrying out this task, but it had to do so on a tight deadline

das hat für
uns schon
die welt
verändert.
that has
already
changed
the world
for us.

Zeit ist heute ein besonders knappes Gut für Dienstleister im Bereich Kundenservice. Kunden erwarten sofortige Reaktionen, Service findet auf immer mehr parallel vorhandenen Kanälen statt. Das österreichische Unternehmen kümmert sich um die Leser und Abonnenten zahlreicher Marken der Styria Media Group AG wie der „Kleinen Zeitung“ und der „Presse“. Im Customer Service werden unter anderem Reklamationen und Aufträge entgegengenommen.

Da ohnehin gerade der Austausch der gesamten Serverstruktur anstand, wurde die Chance zu einem durchgreifenden Wandel ergriffen. „Wir haben uns insgesamt sechs Lösungen angeschaut“, berichtet Robert Gspandl, Geschäftsführer der Styria Marketing Services Group. Im Rahmen der Ausschreibung beeindruckte das Ncontactcenter von NFON sowohl in der Funktionalität als auch im Preis-Leistungs-Verhältnis. „Wir wollten eine Lösung, die wir selbst als Nicht-Programmierer einfach und schnell konfigurieren können“, ergänzt Angelika Kuchling, bei Styria Marketing Services verantwortlich für die Standortleitung Leserservice Graz.

EN

Time is currently a particularly scarce commodity for providers in the customer service field. Customers expect instant responses and services are provided across an increasing number of parallel channels. The Austrian company looks after the readers and subscribers of the numerous brands of Styria Media Group AG, such as "Kleine Zeitung" and "Presse". The customer service department handles complaints and orders, among other things.

The opportunity to implement a radical change was seized upon since the replacement of the entire server infrastructure was called for in any case. Robert Gspandl, Managing Director of the Styria Marketing Services Group, notes: "We looked at a total of six solutions." As a result of the tender process, it was discovered that NFON's Ncontact-center provided an impressive range of features and excellent value for money. Angelika Kuchling, Reader Services Manager of Styria Marketing Services at the Graz location, notes: "We wanted a solution that we, as non-programmers, could quickly and easily configure. We

EINFACH

Styria-Geschäftsführer Robert Gspandl freut sich über ein Projekt mit Happy-End **SIMPLE** Robert Gspandl, the managing director of Styria, is happy about the successful conclusion of the project





ECHTZEIT

Im Leserservice entscheiden Sekunden über den Erfolg **REAL-TIME** In Reader Service, every second counts

wir wollten
mehr selbst
machen
können, mit
einer
intuitiven
steuerung
und jederzeit
wissen,
was los ist.

„Außerdem wollten wir uns hinsichtlich der Messung von Kundenzufriedenheit durch aussagekräftige Kennzahlen sowie ein effizientes, einfach handzuhabendes Monitoring verbessern.“

Bei der Styria Marketing Services ging man also gleich mehrere Optimierungen an. „Einfach kann jeder“, lacht Geschäftsführer Gspandl. „Ich selbst bin erst zum Projektstart in die Verantwortung für diese Themen gekommen.“ Die Herausforderung für ihn sei dann gewesen, ein Stück weit loszulassen und sich auf sein internes Projektteam sowie die beteiligten Projektpartner zu verlassen. Heute schaut er in zufriedene, entspannte Gesichter und es gibt keinen Zweifel: Das Abenteuer ist gut ausgefallen. „Sehr gut würde ich sogar sagen“, betont Angelika Kuchling. „In der Konfigurationsphase ist alles wirklich wundervoll gelaufen. Die Umsetzung erfolgte innerhalb kürzester Zeit. Obwohl alles extrem knapp war, hat das neue System vom Start weg einwandfrei funktioniert.“

Heute freut man sich bei Styria Marketing Services an den umfangreichen Freiheitsgraden und dem Zugewinn an Professionalität. „Wir wollten mehr selbst machen können, mit einer

also wanted to improve how well we could measure customer satisfaction through meaningful metrics and efficient, easy-to-use monitoring.”

So Styria Marketing Services implemented several optimisations at the same time. CEO Gspandl laughs, “Anyone can do a simple project. Also, I only came to take over the responsibility for these topics when the project started.” The challenge for him then was to partly let go of the reins and rely on his internal project team and the involved project partners.

Today he looks into happy and relaxed faces, and there is no doubt about it: the experiment succeeded. Angelika Kuchling adds, “I would even say that it was very successful. Everything went really smoothly during the configuration phase. The implementation was completed within a very short period of time. Although the schedule was extremely tight, the new system worked perfectly right from the start.”

Today, Styria Marketing Services is pleased with the extensive amount of freedom and the gain in the level of professionalism. Kuchling describes the central requirements for the project: “We wanted an intuitive control system, enabling us to do more ourselves. We also wanted to be able to intervene fast and to do our own configuration and we wanted to know what is going on at any time.”

She describes an example from the everyday life of Styria Marketing Services: the company works for “Kleine Zeitung”, Austria’s largest regional newspaper, among other clients. When the newspapers are not delivered in the morning, then we start receiving customer complaints at 6 o’clock. Then, ideally a recorded message should provide the first caller with the most important information about the situation. “In those cases, we used to rely on someone from the IT department to come and

P

intuitiven Steuerung. Schnelles Eingreifen, einfaches Konfigurieren – und jederzeit wissen, was los ist“, schildert Kuchling die zentralen Anforderungen.

Sie beschreibt ein Beispiel aus dem Alltag der Styria Marketing Services: Das Unternehmen arbeitet unter anderem für die „Kleine Zeitung“, Österreichs größtes Bundesländerblatt. Wenn Zeitungen morgens nicht zugestellt werden, kommen oft schon um 6 Uhr die Kundenbeschwerden. Dann muss idealerweise eine Bandansage die ersten Anrufer mit den wichtigsten Infos dazu versorgen. „In solchen Fällen waren wir in der Vergangenheit darauf angewiesen, dass dann jemand von der IT da ist und alles einrichtet. Heute können wir auf Knopfdruck ein Band aktivieren und ganz einfach auch neue Bänder einrichten, jederzeit und von jedem PC aus über die Browserlösung des Ncontactcenters.“ Erstmals lässt sich jetzt zudem eine Interactive Voice Response (IVR) vorschalten, also eine Vorauswahl für Anrufe, die dann gezielter auf entsprechend geschulte Teams verteilt werden können. „Das hat für uns schon die Welt verändert.“

Unternehmens- und standortübergreifend profitiert die Styria Marketing Services von der Möglichkeit einer Supervisor-Funktion. In Echtzeit liegen alle wichtigen Status-Informationen vor und können gleich zur Steuerung genutzt werden. „Wir hingen davor immer 15 Sekunden hinterher“, schildert Kuchling. „Und wer jemals ein Callcenter gesteuert hat, weiß, dass 15 Sekunden eine Ewigkeit sind. Ich brauche maximal zwei, drei Sekunden, um reagieren zu können. Das geht jetzt – und vieles mehr, was wir heute schon schätzen und morgen brauchen werden.“

→ www.styriamarketing.at

Das neue System funktionierte vom Start weg einwandfrei
BETTER The new system worked flawlessly right from the start

BESSER

we wanted an intuitive system, enabling us to do more ourselves and be in control at all times.

EN configure everything. Today, we can activate a recording at the push of a button and easily set up new recordings at any time from any PC via the browser solution for Ncontactcenter.“ For the first time, the calls can be first directed to an Interactive Voice Response (IVR) from where they can then be directed to the corresponding appropriately trained team. “That has already changed the world for us.”

Styria Marketing Services benefits from the supervisor function feature that can be used across companies and locations. All of the important status information is available in real time and it can be used immediately for control purposes. Kuchling adds, “In the past we were always 15 seconds behind.



And anyone who has ever managed a call centre knows that 15 seconds is an eternity. I need a maximum of two or three seconds to react. This is now possible, and we also have many more features that we have already come to appreciate and will need in the future.”

→ www.styriamarketing.at

VIVE LA COMMUNICATION!

Das politische Motto des französischen Präsidenten Emmanuel Macron – La République en Marche! – beschreibt gut, was sich in Sachen Digitalisierung in Frankreich gerade tut: Das Land ist gewaltig in Bewegung. Und die NFON AG trägt seit Juni ihren Teil dazu mit der 15. Auslandsniederlassung bei **VIVE LA COMMUNICATION!** The political motto of French President Emmanuel Macron – La République en Marche! – is a good description of what is happening in France when it comes to digitisation: the country is clearly on the move. And NFON AG has been doing its part since June when it opened its 15th foreign branch office there

Frankreich möchte Vorreiter bei der Digitalisierung in Europa sein. Aktuell liegt das Land dabei noch im europäischen Mittel, weil vor allem der öffentliche Sektor wegen mangelnder Zentralisierung und zu geringen Budgets die Entwicklung bremst. Etliche Datenzentren wurden mit einer geringen Stromsteuer angelockt. Sie sollen das Rückgrat einer cloudorientierten Digitalisierungsstrategie bilden. Eine entsprechende Konvention lieferte 2018 den Plan, die IT-Systeme der gesamten französischen Verwaltung in die Cloud zu übertragen und damit die Bremsen zu lösen.

Ähnlich wie in Deutschland und Italien ist auch in Frankreich beim Thema Cloud-Computing noch viel Luft nach oben: Die Nutzungsrate von cloudbasierten Services liegt gerade einmal bei vier Prozent. Doch Experten prognostizieren einen signifikanten Anstieg. Denn seit einigen Jahren werden die politischen wie wirtschaftlichen Weichen für einen schnellen Ausbau digitaler Systeme und Prozesse gestellt. Frankreich propagiert die Netzneutralität und will einen kostengünstigen und offenen Zugang zum Internet für alle Bürger.

EN

France wants to be a digitisation trailblazer in Europe. However, the country has not yet broken out of the average level of European development, and this is especially true in the public sector. The reasons for this are various: there is a lack of centralisation and overly small budgets place the brakes on development. The country has managed to attract several data centres with a low electricity tax. They are intended to form the backbone of a cloud-based digitisation strategy. A corresponding convention from 2018 provided a plan to transfer the IT systems of the entire French administration into the cloud and thus to spur development.

There is still a lot of room to develop the cloud-computing infrastructure of France, which is in a similar position to Germany and Italy: the usage rate of cloud-based services is just four percent. But experts predict a significant increase. For several years, the political and economic course has been set for a rapid expansion of digital systems and processes. France is instituting net neutrality, and it wants low-cost and open access to the Internet for all of its citizens.

In addition to adopting a policy program, numerous support programs have been set up. For example, since the beginning of the year, the manufacturing sector has been granted an additional 40% in special write-downs for the purchase of robotics, 3D printers and control software. Founded in 2015, the Alliance industrie du futur, a network of companies, associations and government players, supports companies in implementing Industry 4.0 projects and employee training, including even across borders. It is anticipated that small and medium-sized companies in particular will drive development. In 2018, the Alliance industrie du futur set up the French Num portal to promote digitisation.

Neben einem Grundsatzprogramm wurden zahlreiche Förderprogramme aufgelegt. So kann das produzierende Gewerbe seit Anfang des Jahres Sonderabschreibungen von zusätzlichen 40 Prozent für die Anschaffung von Robotik, 3D-Druckern und Steuerungssoftware nutzen. Der 2015 gegründete Verein Alliance industrie du futur, ein Netzwerk aus Unternehmen, Verbänden und staatlichen Akteuren, unterstützt die Wirtschaft bei „Industrie 4.0“-Projekten und bei der Ausbildung von Mitarbeitenden, und das sogar über Grenzen hinweg. Zu erwarten ist, dass vor allem die kleinen und mittelständischen Unternehmen die Entwicklung antreiben werden. Die Alliance industrie du futur richtete dafür 2018 das Portal French Num zur Förderung der Digitalisierung ein.

Bei so viel Bewegung wächst auch die Nachfrage nach einer Businesskommunikation, die einfach, unabhängig und zuverlässig ist. Frankreichs beeindruckende Digitalisierungsoffensive könnte zur Grundlage eines enormen Wachstums für Telefonielösungen aus der Cloud werden: So sagen Marktexperten für Cloud-Communications eine Marktanteilsteigerung von derzeit acht auf zwölf Prozent im kommenden Jahr voraus. „Frankreich ist ein Land mit ausgeprägter Cloud-Affinität“, betont auch Laurent Lhermitte, Geschäftsführer der in Paris beheimateten NFON France. „Wir betreten diesen Schlüsselmarkt in Europa zum richtigen Zeitpunkt. Der Markt vergrößert sich von aktuell 178 Millionen Euro auf rund 480 Millionen Euro im Jahr 2023 – da ist auch für uns viel Raum für Wachstum.“

in frankreich wächst die
nachfrage nach einfacher,
zuverlässiger business-
kommunikation.
in france, demand for
simple, reliable business
communication is on
the rise.

EN With so much movement, there is also a growing demand for business communication that is simple, independent and reliable. France's impressive digitisation campaign could provide a basis to spur the tremendous growth of cloud-based telephony solutions: for example, market experts in cloud communications predict that the market share will grow from the current eight percent to twelve percent next year. Laurent Lhermitte, managing director of the Paris-based NFON France, notes: "France is a country with a strong affinity for the cloud. We are entering this key European market at the right time. The market will expand from its current volume of EUR 178 million to around EUR 480 million in 2023. This means that there is plenty of room for us to grow as well."

DIGITAL
bits & pieces
EUROPE

13%

BIS 2023 WIRD DIE MARKTDURCH-
DRINGUNG VON CLOUD-KOMMUNIKATION
UM 13% AUF 3,6 MILLIONEN SEATS STEIGEN
BY 2023, THE MARKET PENETRATION OF
CLOUD COMMUNICATIONS WILL INCREASE
FROM 13% TO 3.6 MILLION SEATS

FRANKREICH LIEBT DIE CLOUD

Kaum ein europäisches Land ist – abgesehen von den skandinavischen Ländern – so Cloud-affin wie Frankreich. Eine ambitionierte Digitalisierungsstrategie soll in den nächsten Jahren für erhebliches Wachstum bei Cloud-Lösungen sorgen. Ein guter Zeitpunkt zum Start der 15. Auslandsdependance der NFON AG – seit Juni 2019 mit Hauptsitz in Paris **FRANCE LOVES THE CLOUD** Hardly any other European country loves the cloud as much as France, apart from the Scandinavian countries. An ambitious digitisation strategy is expected to generate significant growth in cloud solutions over the next few years. There couldn't be a better time for NFON AG to enter the French market: in June 2019 it opened its 15th foreign representation headquartered in Paris

86,9

MILLIONEN MENSCHEN REISTEN
2017 NACH FRANKREICH. DAMIT
KAMEN MEHR TOURISTEN INS
LAND, ALS ES EINWOHNER GIBT
MILLION PEOPLE TRAVELLED TO
FRANCE IN 2017. MORE TOURISTS
VISITED THE COUNTRY THAN
THERE ARE INHABITANTS

SUPPORT

MELANIE

Head of Consulting & Services, über eine neu definierte Serviceoffensive innerhalb der NFON Gruppe. Drei Abteilungen unter einem Dach und einem Motto: Service³. Ziel: Der endlich wirklich glückliche Kunde. Läuft! **MELANIE** Head of Consulting & Services about a newly defined service offensive within the NFON Group. Three departments under one umbrella and one theme: Service³. Goal: the really happy customer at last. Works!

DER GLÜCKLICHE KUNDE



Jeder hat irgendeine Geschichte parat zum Thema Service, irgendeine Erfahrung. Auffällig ist: Die wenigsten sind positiv. Warum eigentlich? Und: Bekommt man das nicht besser hin? Fragen, die man sich auch bei NFON gestellt hat – und auf die spannende Antworten gefunden wurden **THE SATISFIED CUSTOMER** Everyone has some story related to dealing with a service centre or some experience in this area. One thing is striking: only a few of these stories are positive. Why is that, you may ask? And: can't organisations do better than that? We will cover the questions that NFON has also fielded as well as some exciting solutions that it has found

Die meisten Menschen wollen eigentlich keinen Service, sondern suchen nach Lösungen. Diesen Satz wird jeder unterschreiben, der schon einmal auf der verzweifelten Suche nach Hilfe in einem anonymen Call-center gelandet ist. Dabei wünschen sich Kunden im Grunde Leistungen, die so gut sind, dass gar kein Service erforderlich ist. Und falls doch, dann sollte dieser so überragend sein, dass er für Begeisterung sorgt. Fest steht: Je komplexer jedoch ein Produkt ist – und sei es auch nur gefühlt –, desto eher kommen Kunden an den Punkt, wo sie Hilfe benötigen. Dann muss der Service schnell zu funktionierenden Lösungen führen.

Oder ist das schon Support? Eine weitere Frage, die man sich bei NFON stellte. „Selbst wenn das Produkt störungsfrei ist und vom Kunden leicht selbst administriert werden kann, wenden sich Kunden mit zahlreichen Fragen an den Service. Das fällt dann meist eher in den Bereich der technischen Beratung und des Supports“, weiß Melanie Sollinger, Head of Consulting & Services bei NFON. Es ist eine der Erkenntnisse, die bei NFON zu einem kompletten Umbau der Serviceorganisation führte. „Wir unterscheiden mittlerweile ganz klar nach Support und Service“, beschreibt sie den zentralen Gedanken der neuen Struktur. „Auf jeder Ebene ist dabei das Ziel: Wir begeistern die Kunden mit den besten Lösungen.“

Bei Produkten wie einer NFON-Telefonanlage, die von Anfang an konzipiert wurde, um einfach, flexibel und sicher zu sein, kommt man auch mit weniger Service aus. Für die optimale Nutzung zusätzlicher Features wie beispielsweise einer Call-center- oder Hotel-Lösung brauchen die Anwenderinnen und Anwender jedoch häufiger Unter-

wir begeistern
die kunden
mit den besten
lösungen.
we aim to con-
vince our
customers by
providing the
best solutions.



Die NFON-Serviceorganisation wurde konsequent auf die Kunden ausgerichtet
SERVICE The NFON service organisation was rigorously adapted to meet the customers' needs

SERVICE

EN

Most people do not really want customer service, they want solutions. Anyone who has ever ended up having to desperately seek help from an anonymous call centre will second this statement. Customers basically want to use solutions that are so good they do not have to submit support tickets to the service centre. And when customers do have to reach out for help, then the service that they receive should be so outstanding that it fills them with enthusiasm. One thing is certain: the more complex a product is (even if this is only a perception), the quicker customers will reach the point where they need help. At that point the service centre must quickly point the user to functioning solutions.

Or does that actually fall with the realm of support services? That's another question that people ask NFON. Melanie Sollinger, head of Consulting & Services at NFON, notes: "Even if the product is trouble-free and can easily be administered by the customer, customers turn to the service centre for answers to a variety of questions. Usually these queries fall more in the area of technical consulting and support." This is one of the findings that led to a complete reorganisation of the service organisation at NFON. She describes the central idea of the new structure: "We now clearly distinguish between support and service. We aim to convince our customers by providing the best solutions at every level."

With products like a NFON telephony system that is designed from the ground up to be simple, flexible and secure, you can also get by with less

PASSEND

Den Kunden stehen genau die Profis zur Verfügung, die sie in ihrer konkreten Situation brauchen
TAILOR-MADE Customers are put through to the specialists they need in their specific situation

S M



stützung von Spezialisten. „In jedem Fall muss das Produkt so einfach und selbsterklärend sein, dass es nicht als komplex und problembehaftet wahrgenommen wird“, betont Melanie Sollinger. „Wir haben den Service bei NFON deshalb entlang der Customer-Journey aufgebaut. Denn während der Kaufentscheidung sind andere Aspekte wichtig als beim Installationsprozess oder später im Betrieb der Anlage. Mit einer entsprechenden Struktur können wir unsere Ressourcen viel besser einsetzen und den Kunden genau jene Profis verfügbar machen, die sie für ihre aktuelle Situation brauchen.“ So gibt es nun bei NFON drei spezialisierte Kernteams in den Abteilungen „Presales Consulting“, „Professional Services“ und „Service Delivery“. Sie sorgen für reibungslose und schnelle Abläufe.

Die „Presales Consulting“ kommt in der Anbahnung der Kundenbeziehung zum Einsatz; beispielsweise für Präsentationen, Workshops in Angebotsphasen und für die Bearbeitung von Aus-

EN

service. In order to ensure the optimal use of such additional features as a call centre or a hotel solution, however, users will need more frequent help from specialists. Melanie Sollinger underlines, “In any case, the product must be so simple to use and self-explanatory that it is not perceived as complex and problematic. That’s why we built the service organisation at NFON alongside the customer journey. After all, certain aspects are more important at the time of the purchase decision than ones that might be of foremost concern during the installation process or later during the system operation phase. If we have an appropriate structure, we can make much better use of our resources and provide customers with exactly the professionals they need for their current situation.” Therefore, NFON now has three specialized core teams dedicated to “Presales Consulting”, “Professional Services” and “Service Delivery”. They ensure the smooth and rapid performance of processes.

ART

schreibungen oder die Unterstützung bei Alpha-tests. Die Kolleginnen und Kollegen im „Professional Service“ begleiten die Kunden bei der Migration und im Projektmanagement zur Einführung von Cloud-Telefonie. „Der Schlüssel zum Kundenglück ist oft die Detailkonfiguration“, weiß Melanie Sollinger. „Hier wollen wir begeistern, indem wir unsere Kunden vergessen lassen, wie komplex ihre leistungsfähigen Systeme tatsächlich sind.“ Das dritte Team „Service Delivery“ schließlich bündelt unter anderem das Eskalationsmanagement, die Service-Level-Agreement-Definition und -Überwachung sowie EN die Betreuung von Großkunden.

„Diese präzise Klassifikation der Servicestruktur ermöglicht uns innerhalb der NFON-Gruppe einen noch besseren Kommunikationsfluss, intensivere Absprachen, eine effektivere Beratung sowie eine fokussierte Unterstützung und Lösung von komplexen Aufgabenstellungen. Wir gewinnen an Geschwindigkeit – und unsere Kunden werden in allen

wir haben den
service entlang
der customer-
journey auf-ge-
baut.

We built the
service
organisation
alongside
the customer
journey.

Bereichen und zu jedem Zeitpunkt verstanden und perfekt beraten“, so Melanie Sollinger. Durch die neue Service-Organisation bleibt den Spezialisten mehr Zeit, sich persönlich sogar um ungewöhnliche Anliegen zu kümmern. Während sie individuell beraten, greifen sie bei Standardfragen zunächst automatisierte Lösungen. So können viele Anliegen ohne Wartezeit direkt vom Kunden selbst erledigt werden. „Der persönliche Kontakt jedoch bleibt ein unerlässlicher Servicebestandteil“, betont Melanie Sollinger. „Oberstes

Credo für einen guten Service ist das Zuhören. Wirklich glücklich wird der Kunde, der sich wahrhaftig verstanden und ebenso respektvoll wie ehrlich behandelt fühlt.“

Mit dem Ausbau der Serviceleistungen bei NFON stellt sich das Unternehmen bereits für weiteres Wachstum auf. Dazu Jan-Peter Koopmann, Chief Technology Officer von NFON: „Expansion und Wachstum erfordern stetige Anpassungen zum Wohle der Anwender. Dies gilt selbstverständlich auch für unsere Serviceleistungen, egal ob diese vor Inbetriebnahme oder beim produktiven Einsatz des NFON-Portfolios erfolgen. Kundenzufriedenheit hat bei uns jederzeit oberste Priorität.“

der persönliche
kontakt bleibt ein
unerlässlicher
servicebestandteil.
personal contact
will remain an
indispensable part
of the service.

The Presales Consulting team is in charge while the customer relationship is being established. For example, they lead presentations and workshops during tender processes, handle tenders and provide support for alpha testing. Colleagues in Professional Services accompany the customers during migration and project management for the purposes of implementing cloud telephony. Melanie Sollinger notes, “The key to customer satisfaction often lies in the configuration details. We want to satisfy our customers by making them forget how complex their powerful systems really are.” Finally, the third team, Service Delivery, provides escalation management, defines and monitors the service level agreement and looks after major customers among other tasks.

Melanie Sollinger continues, “This precise classification of the service structure allows us to ensure an even better flow of communication within the NFON Group, coordinate more closely and offer more effective advice and focused support and solutions to complex tasks. We are picking up momentum, and we are able to understand our customers’ concerns and give them the perfect advice in all areas and at all times.” Thanks to the new service organisation, specialists have more time to personally attend to unusual matters of concern. While these specialists are able to provide individual advice, automated solutions are usually used to cover standard problems. This way, many concerns can be addressed without requiring the customer to wait for a response from a person. Melanie Sollinger emphasizes, “However, personal contact will remain an indispensable part of the service. Our most important credo when it comes to providing good customer service is listening. A really happy customer is one who feels understood and that he is treated respectfully and honestly.”

As NFON expands its service offerings, the company is preparing itself for additional growth. Jan-Peter Koopmann, Chief Technology Officer at NFON, adds: “Expansion and growth require constant adjustments for the benefit of users. Of course, this also applies to our customer service, regardless of whether it is provided prior to the commissioning of a system or when the NFON portfolio of products is being productively used. Customer satisfaction is our top priority at all times.”

IMPRESSUM

IMPRESSUM

Herausgeber: NFON AG, Machtfinger Str. 7, 81379 München, www.nfon.com **Verantwortlich:** Jan Forster, Vice President Marketing + Sabina Prüser, Head of Investor Relations **Konzept & Produktion:** IR-ONE AG & Co. KG, Hamburg **Projektmanagement:** Jana Eckel **Redaktion:** Fabian Baumheuer **Art Direktion:** Svetlana Hagen **Litho:** MWWW Medien GmbH, Hamburg **Druck:** EBERL PRINT GmbH, Immenstadt

Fotos: **TITEL** Nikolaus Schäffler **s.2/3** Jose Mª Jiménez Parra, Michael Heinsen, Nikolaus Schäffler **s.4** GettyImages **s.6/7** Jose Mª Jiménez Parra **s.8/9** Nikolaus Schäffler **s.10–13** GettyImages **s.15–17** Michael Heinsen **s.19** Nikolaus Schäffler **s.40** GettyImages **s.42** Michael Heinsen, GettyImages **s.44/45** GettyImages **s.48/49** Nikolaus Schäffler, Adobe Stock **s.50–56** Nikolaus Schäffler **s. u3/ u4** Shutterstock **Grafiken:** IR-ONE AG & Co. KG

Quellen: **s.20** Daten zu Deutschland: www.ifw-kiel.de/fileadmin/Dateiverwaltung/IfW-Publications/-ifw/Konjunktur/Prognosetexte/deutsch/2019/KKB_59_2019-Q3_Deutschland_DE.pdf, Daten Euroland/Europa: www.ifw-kiel.de/fileadmin/Dateiverwaltung/IfW-Publications/-ifw/Konjunktur/Prognosetexte/deutsch/2019/KKB_58_2019-Q3_Euroraum_DE.pdf, www.statistik.arbeitsagentur.de/Statischer-Content/Arbeitsmarktberichte/Berufe/generische-Publikationen/Broschuere-Informatik.pdf

Publisher: NFON AG, Machtfinger Str. 7, 81379 Munich, www.nfon.com **Responsible Manager:** Jan Forster, Vice President of Marketing + Sabina Prüser, Head of Investor Relations **Concept & Production:** IR-ONE AG & Co. KG, Hamburg **Project Management:** Jana Eckel **Editor:** Fabian Baumheuer **Art Director:** Svetlana Hagen **Litho:** MWWW Medien GmbH, Hamburg **Print:** EBERL PRINT GmbH, Immenstadt

Photos: **COVER** Nikolaus Schäffler **p.2/3** Jose Mª Jiménez Parra, Michael Heinsen, Nikolaus Schäffler **p.4** GettyImages **p.6/7** Jose Mª Jiménez Parra **p.8/9** Nikolaus Schäffler **p.10–13** GettyImages **p.15–17** Michael Heinsen **p.19** Nikolaus Schäffler **p.40** GettyImages **p.42** Michael Heinsen, GettyImages **p.44/45** GettyImages **p.48/49** Nikolaus Schäffler, Adobe Stock **p.50–56** Nikolaus Schäffler **BACK** Shutterstock **Graphics:** IR-ONE AG & Co. KG

Sources: **p.20** Data on Germany: www.ifw-kiel.de/fileadmin/Dateiverwaltung/IfW-Publications/-ifw/Konjunktur/Prognosetexte/deutsch/2019/KKB_59_2019-Q3_Deutschland_DE.pdf, Data on euro area/Europe: www.ifw-kiel.de/fileadmin/Dateiverwaltung/IfW-Publications/-ifw/Konjunktur/Prognosetexte/deutsch/2019/KKB_58_2019-Q3_Euroraum_DE.pdf, www.statistik.arbeitsagentur.de/Statischer-Content/Arbeitsmarktberichte/Berufe/generische-Publikationen/Broschuere-Informatik.pdf

Ist bei Begriffen, die sich auf Personengruppen beziehen, nur die männliche Form gewählt, so ist dies nicht geschlechtsspezifisch gemeint, sondern geschieht ausschließlich aus Gründen der besseren Lesbarkeit.

In this document, the male form may be used to refer to groups of persons. This is done for reasons of readability and expressly includes both genders.

cloudya



'The new telephone system? It'll be up and running tomorrow. That's a promise.'

cloudya

The cloud-based telephone system with plug-and-play installation. Whenever and wherever.

The new freedom in business communications.

Wave goodbye to complexity. With Cloudya, the intuitive and fail-safe cloud-based telephone system from NFON. Communicate using the same number across all devices and benefit from great prices, as you are only charged for the extensions you actually use. More than 30,000 companies across Europe are already on board. So, what are you waiting for? nfon.com



NFON
Cloud Telephone System



„Die neue Telefonanlage? Ist morgen startklar, versprochen.“

cloudya

Die Cloud-Telefonanlage mit schneller
Plug & Play Installation. Immer und überall.

Die neue Freiheit der Businesskommunikation.

Befreien Sie sich von kompliziert. Mit Cloudya, der einfach zu bedienenden und ausfallsicheren Cloud-Telefonanlage von NFON. Kommunizieren Sie mit nur einer Nummer über alle Geräte hinweg und das zu kostengünstigen Preisen, da nur exakt die Nebenstellen abgerechnet werden, die Sie tatsächlich nutzen. Darauf verlassen sich schon mehr als 30.000 Unternehmen europaweit. Hört sich doch gut an, oder? nfon.com



NFON
Die Cloud-Telefonanlage