Quartalsmitteilungen

BRIEF AN DIE AKTIONÄRE

**LIEBE AKTIONÄRINNEN,
LIEBE AKTIONÄRE,
LIEBE LESERINNEN UND LESER,**

die NFON AG hat sich in vielerlei Hinsicht unter Beweis gestellt: Das starke Wachstum der wiederkehrenden Umsätze – 24,7% – setzt sich weiter fort. Mit 88,4 % liegt der Anteil der wiederkehrenden Umsätze am Gesamtumsatz deutlich über der für das Gesamtjahr ursprünglich prognostizierten Spanne von 80% bis 85%. Einen besonderen Meilenstein haben wir mit den bei Kunden installierten Nebenstellen (Seats) erreicht: Seit Anfang 2018 hat sich die Anzahl der Seats mehr als verdoppelt und hat die Marke von 500.000 überschritten. Das ungebrochene Wachstum in allen wichtigen Kennzahlen unterstreicht die nachhaltige Stärke unseres Geschäftsmodells mit planbaren, wiederkehrenden Umsätzen, die eine solide Basis für weiteres Wachstum bieten – auch in gesamtwirtschaftlich herausfordernden Zeiten.

2020 brachte vielen Unternehmen umfassende Erfahrungen mit Homeoffice-Tätigkeiten. Für uns ergab sich zunächst ein sprunghafter Anstieg der Sprachminuten. Diese Entwicklung wirkte sich positiv auf den durchschnittlich mit unseren Nutzern erzielten Umsatz, den ARPU, aus. Mit jedem der über 500.000 Nutzer erzielten wir 9,77 EUR Umsatz pro Monat. Noch im Vorjahr lagen wir hier bei 9,71 EUR. Der erhöhte ARPU, der sehr hohe Anteil wiederkehrender Umsätze sowie der damit verbundene verbesserte Rohgewinn schlugen deutlich auf die Ergebnisentwicklung durch. Verstärkt wurde dieser Effekt durch im Vergleich zum Vorjahr geringere Aufwendungen für Reisen oder Marketingaktivitäten. Damit liegt das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) mit einem Plus von 7,4 Mio. EUR bei 1,8 Mio. EUR in den ersten neun Monaten 2020, das bereinigte EBITDA sogar bei 2,5 Mio. Euro. Diese erfreulichen Zahlen zeigen: Wir können innerhalb kürzester Zeit profitabel sein.

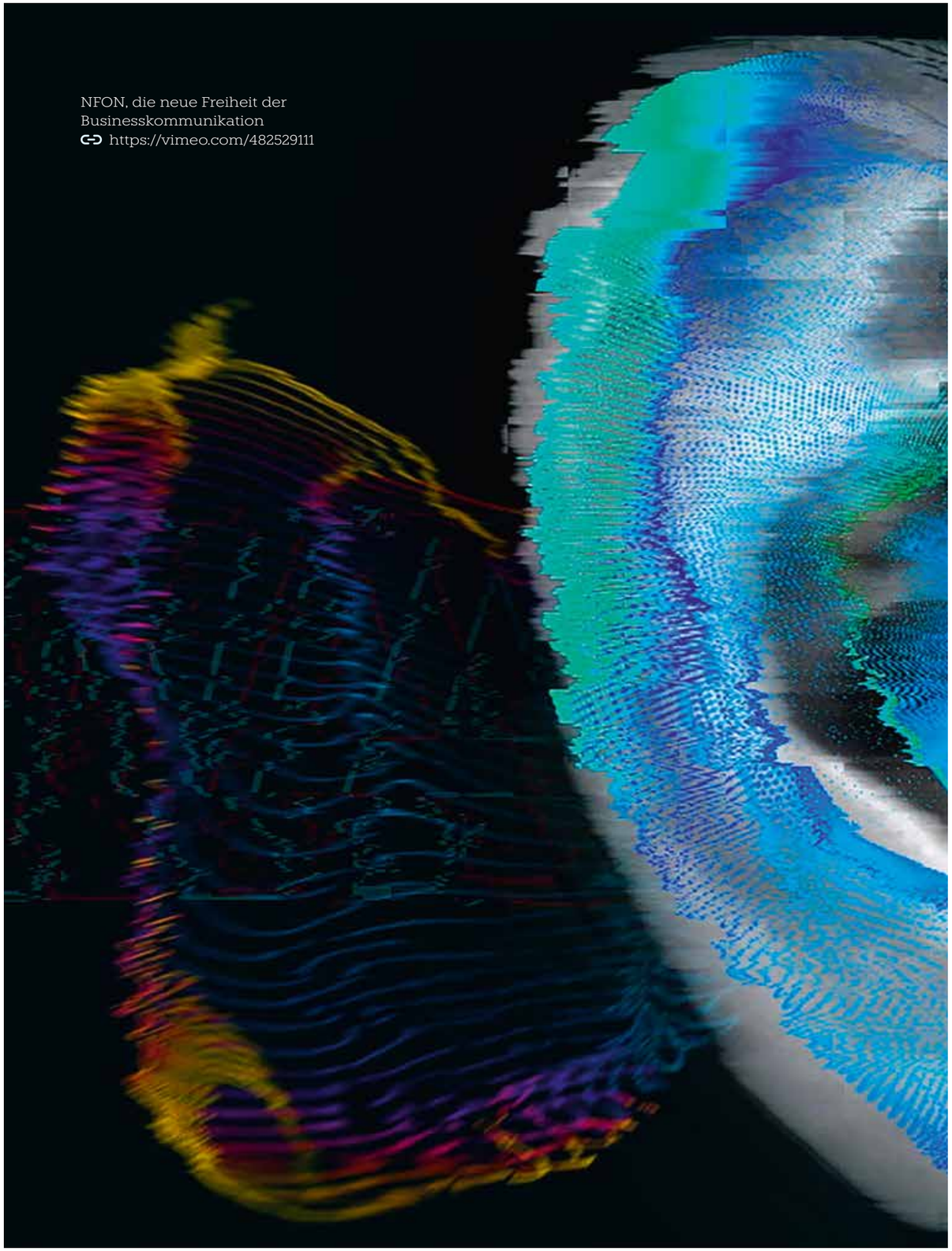
Unser Fokus liegt aber auf Wachstum. Die Pandemie hat ein Umdenken erzwungen. Viele Unternehmen erkennen für sich die Vorteile der cloudbasierten Telefonanlagen und setzten geplante oder zusätzliche Projekte schnell um. Einige, besonders in den südeuropäischen Ländern aber auch Großbritannien, stellen Investitionen und Expansionspläne Corona-bedingt zurück. Auf längere Sicht rechnen wir jedoch vor allem mit einem Effekt: Unternehmen verstehen die Chancen flexibler Kommunikationslösungen und nutzen sie. Sie werden diese in Zukunft nicht mehr missen wollen. Dieser Effekt dürfte die dynamische Marktentwicklung bei der Cloudtelefonie weiter stützen.

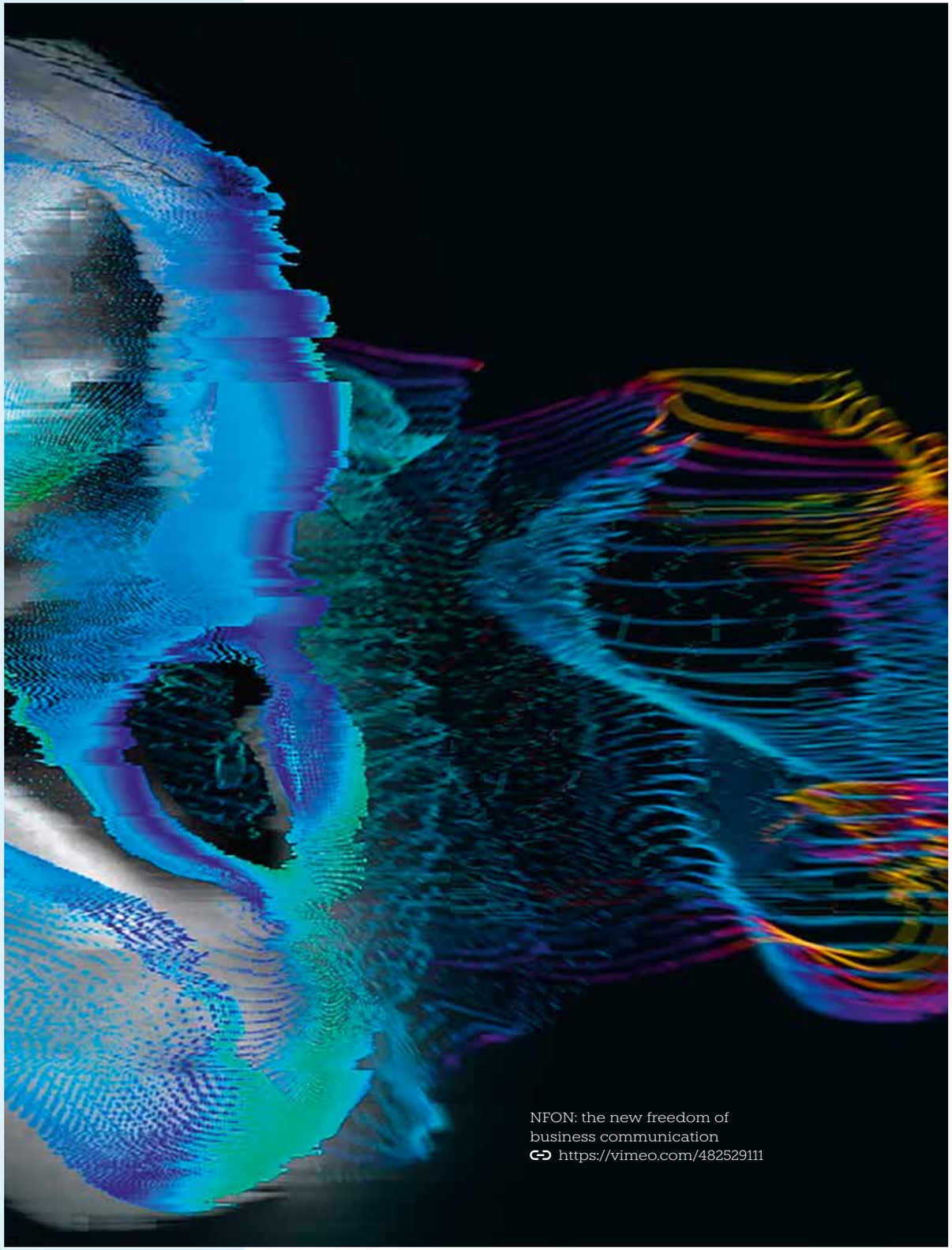
Insgesamt hat die NFON AG viel erreicht und kann mit einem starken Fundament und viel Schwung die weitere Umsetzung der Wachstumsstrategie angehen. Für das Gesamtjahr 2020 erwarten wir eine Wachstumsrate der Seat-Base von 17% bis 19%, bei den wiederkehrenden Umsätzen eine Wachstumsrate zwischen 22% und 26%. Der Anteil der wiederkehrenden Umsätze am Gesamtumsatz wird voraussichtlich zwischen 85% und 90% liegen. Auf das Erreichte sind wir stolz und bedanken uns bei Ihnen für Ihr Vertrauen. Begleiten Sie NFON weiterhin auf dem Weg an die Spitze der Cloudtelefonie in Europa!

Bleiben Sie gesund!

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

>>> Seite 36





NFON: the new freedom of business communication
https://vimeo.com/482529111

Quarterly figures

LETTER TO THE SHAREHOLDERS

DEAR SHAREHOLDERS, DEAR READERS,

NFON AG has proven itself in so many ways: The strong growth of recurring revenues, 24.7%, continues. At 88.4%, the share of recurring revenues in our total revenue is well above the range of between 80% and 85% originally forecast for the year as a whole. We have reached a special milestone with regard to the number of seats installed at customer sites. In fact, the number of seats has more than doubled since the beginning of 2018 to exceed the 500,000 mark. The uninterrupted growth in all key figures underscores the sustained strength of our business model with predictable, recurring revenues that provide a solid basis for further growth – even in challenging economic times like these.

2020 is a year in which many companies were able to gain extensive experience with working from home. For us, this initially resulted in a sharp increase in voice minutes. This development had a positive effect on the average revenue generated with our users, ARPU. We generated EUR 9.77 in revenue per month with each and every one of our more than 500,000 users. Last year, this figure was still only EUR 9.71. The increased ARPU, the extremely high share of recurring revenues and the resulting improvement in gross profit had a significant impact on the earnings trend. This effect was reinforced by lower expenses for travel and marketing activities compared to the previous year. Thus, earnings before interest, taxes, depreciation and amortisation (EBITDA) increased by EUR 7.4 million to EUR 1.8 million in the first nine months of 2020, adjusted EBITDA even reached EUR 2.5 million. These pleasing figures show that we can be profitable within a very short period of time.

Our focus is on growth, however. The pandemic has forced a rethink. Many companies are recognising the advantages of cloud-based telephone systems and are implementing planned or additional projects quickly. Some companies, particularly in Southern European countries, but also in the UK, are postponing investments and expansion plans due to the coronavirus. In the long term, however, we expect one effect above all: companies will understand the opportunities offered by flexible communications solutions and take advantage of them. They will not want to do without them in the future. This effect should further support the dynamic market development in cloud telephony.

All in all, NFON AG has achieved a great deal and can approach the further implementation of its growth strategy with a strong foundation and a lot of momentum. For the full year 2020, we expect to achieve a growth rate of between 17% and 19% for the seat base and a growth rate of between 22% and 26% for recurring revenues. The share of recurring revenues in total revenue is expected to be between 85% and 90%. We are proud of what we have achieved so far and thank you for your confidence. Please continue to accompany NFON on its way to the top of cloud telephony in Europe!

Stay healthy!

Hans Szymanski, Jan-Peter Koopmann and César Flores Rodríguez

>>> page 37

<<< Seite 32

WER WIR SIND

Die NFON AG (kurz: «NFON») mit Hauptsitz in München wurde 2007 gegründet und ist der einzige paneuropäische Cloud-PBX- Anbieter: NFON zählt über 40.000 Unternehmen in 15 europäischen Ländern zu ihren Kunden. Darüber hinaus verfügt die NFON über ein starkes Partnernetzwerk und 2.700 Partnern. NFON bietet mit Cloudya eine einfache, unabhängige und verlässliche Lösung für moderne Cloud-Businesskommunikation. Weitere Premium- und Branchenlösungen ergänzen das Portfolio im Bereich Cloud-Kommunikation. Mit ihren intuitiven Kommunikationslösungen ermöglicht NFON es Europas Unternehmen, jeden Tag ein wenig besser zu werden. NFON ist die neue Freiheit der Businesskommunikation.

UMSATZWACHSTUM

Insgesamt hat sich das Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahr weiterhin positiv entwickelt. Insbesondere die wiederkehrenden Umsätze zeigten eine sehr positive Entwicklung. Mit 24,7 % stiegen diese überproportional zum Gesamtumsatz.
Das Umsatzwachstum in den ersten neun Monaten 2020 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.

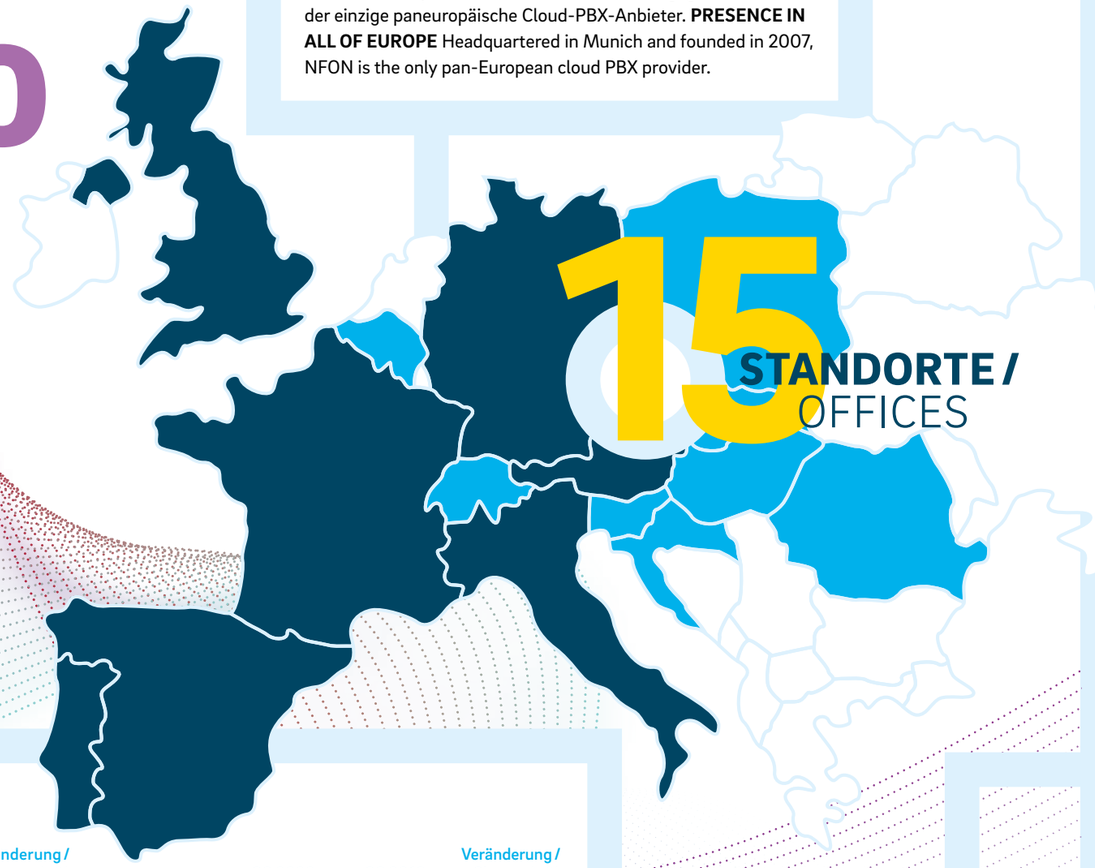
>>> Seite 38

88,4 %

ANTEIL WIEDERKEHRENDE UMSÄTZE / SHARE OF RECURRING REVENUE

In ganz Europa aktiv

NFON mit Hauptsitz in München wurde 2007 gegründet und ist der einzige paneuropäische Cloud-PBX-Anbieter. **PRESENCE IN ALL OF EUROPE** Headquartered in Munich and founded in 2007, NFON is the only pan-European cloud PBX provider.



KENNZAHLEN
KEY PERFORMANCE INDICATORS

in Mio. EUR	in EUR million	9M 2020	9M 2019	Veränderung / Change in %		Q3 2020	Q3 2019	Veränderung / Change in %
Gesamtumsatz	Total revenue	49,4	41,5	19,2		16,7	15,1	10,1
Wiederkehrender Umsatz	Recurring revenue	43,7	35,0	24,7		15,0	12,6	18,9
Anteil wiederkehrender Umsatz am Gesamtumsatz	Recurring revenue as share of total revenue	88,4 %	84,5 %	n/a		90,1 %	83,4 %	n/a
Nicht wiederkehrender Umsatz	Non-recurring revenue	5,7	6,4	–10,8		1,7	2,5	–34,1
Anteil nicht wiederkehrender Umsatz am Gesamtumsatz	Non-recurring revenue as share of total revenue	11,6 %	15,5 %	n/a		10,0 %	16,6 %	n/a
Seats	**Seats**	**508.265**	**431.935**	**17,7**		**508.265**	**431.935**	**17,7**

ZWISCHENABSCHLUSS
INTERIM FINANCIAL STATEMENTS
rb.gy/apysmj

<<< page 35

WHO WE ARE

Headquartered in Munich and founded in 2007, NFON AG is the only pan-European cloud PBX provider – counting more than 40,000 companies in 15 European countries among its customers with more than 2,700 partners across Europe. In Cloudya, NFON offers a simple, independent and reliable solution for modern cloud business communication. Additional premium and sector-specific solutions round out the cloud communication portfolio. With its intuitive communications solutions, NFON enable European companies to get a little better, every single day. NFON is the new freedom of business communication.

REVENUE GROWTH

The trend in revenue growth remained positive overall as against the previous year. In particular, recurring revenue climbed very well, at a faster rate than overall revenue (24.7%).

Revenue growth in the first nine months of 2020 primarily resulted 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, following the acquisition of all shares in Deutsche Telefon Standard GmbH, Mainz (formerly AG; DTS), as at 1 March 2019, that company's figures will be included in

>>> page 39

<<< Seite 36

Darüber hinaus werden nach der Übernahme sämtlicher Anteile an der Deutschen Telefon Standard GmbH, Mainz (vormals AG, kurz „DTS“) zum 1. März 2019 deren Geschäftszahlen im Abschluss des Konzerns 2020 im gesamten Berichtszeitraum erfasst. Die NFON AG hatte im Vergleichszeitraum 2019 die DTS übernommen und sofort begonnen, das Unternehmen zu integrieren. Abzüglich des anorganischen Umsatzbeitrags durch die DTS aus den Monaten Januar und Februar 2019 erhöhte sich der Gesamtumsatz der NFON-Gruppe in den ersten 9 Monaten 2020 um 15,6 %.*

Des Weiteren resultiert ein Teil des Umsatzwachstums aus dem verstärkten Vertrieb des erweiterten Produktportfolios, welches sowohl bei neuen Kunden als auch in der bestehenden Kundenbasis verkauft wird.

Die wiederkehrenden Umsätze setzen sich im Wesentlichen aus der monatlichen Zahlung einer festen Lizenzgebühr pro Seat zuzüglich einer festen oder volumenabhängigen Gebühr für die Nutzung von Sprachtelefonie zusammen. Mit einem Anteil am Gesamtumsatz von 88,4% (Vorjahr: 84,5%) liegt der Anteil wiederkehrender Umsätze über der für das Gesamtjahr 2020 prognostizierten Spanne zwischen 80% und 85%.

Der für die Entwicklung der Umsätze typische kumulative Effekt, bezogen auf die im Jahresverlauf noch zu gewinnenden Nebenstellen (Seats), wird durch die Entwicklung der in den einzelnen

>>> Seite 40

* Die Umsätze der DTS wurden im Januar und Februar 2019 nicht in der NFON-Gruppe konsolidiert. Um das organische Wachstum auf vergleichbarer Basis darzustellen, werden daher die Umsätze der Gruppe in den ersten zwei Monaten 2020 jeweils um den im Vergleichsmonat 2019 bei der DTS angefallenen Wert verringert.

ÜBERSICHT GESCHÄFTSVERLAUF
OVERVIEW OF BUSINESS PERFORMANCE

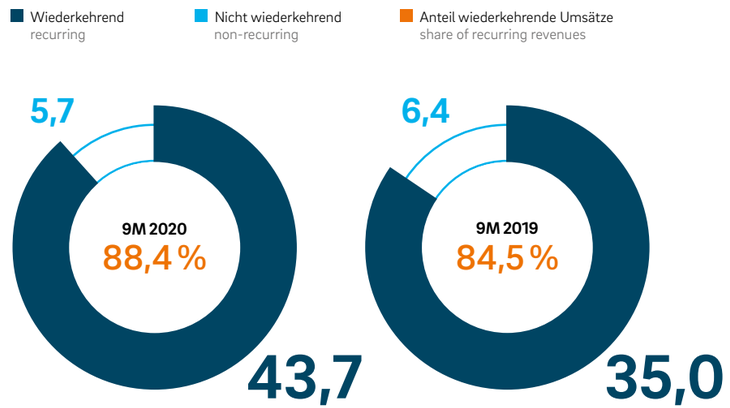
in Mio. EUR	in EUR million		9M 2020	9M 2019	Veränderung / Change in %	Q3 2020	Q3 2019	Veränderung / Change in %
Umsatzerlöse	**Revenue**		**49,4**	**41,5**	**19,2**	**16,7**	**15,1**	**10,1**
Materialkosten	Cost of materials		10,1	9,8	3,1	3,2	3,7	–13,1
Rohertrag	**Gross profit**		**39,4**	**31,7**	**24,2**	**13,4**	**11,4**	**17,7**
Sonstige betriebliche Erträge	Other operating income		0,6	0,3	89,6	0,1	0,2	–48,0
Personalaufwand	Staff costs		20,9	18,3	13,7	6,5	6,4	2,5
Sonstige betriebliche Aufwendungen	Other operating expenses		17,3	19,3	–10,4	6,0	7,0	–14,7
EBITDA	**EBITDA**		**1,8**	**–5,6**	**n / a**	**1,0**	**–1,8**	**n / a**
Adj. EBITDA	**Adjusted EBITDA**		**2,5**	**–4,2**	**n / a**	**1,2**	**–1,5**	**n / a**
Abschreibungen und Wertminderungen	Depreciation and amortisation		2,8	2,2	32,2	1,1	0,8	40,5
EBIT	**EBIT**		**–1,0**	**–7,8**	**n / a**	**–0,1**	**–2,6**	**n / a**
Nettozinsaufwand	Net interest expense		–0,4	–0,5	n / a	–0,1	–0,3	n / a
Steueraufwand	Income tax expense		0,0	–0,1	n / a	0,0	0,0	n / a
Konzernverlust	**Consolidated loss**		–1,5	**–8,4**	**n / a**	–0,3	**–2,9**	**n / a**

+25 %

IN DEN WIEDERKEHRENDEN UMSÄTZEN / IN RECURRING REVENUES

WIEDERKEHRENDE / NICHT WIEDERKEHRENDE UMSÄTZE
RECURRING / NON-RECURRING REVENUE

in Mio. EUR / in EUR million



<<< page 37

* The NFON Group did not include the revenue generated by DTS in consolidation for January or February 2019. To show the organic growth on a comparable basis, the Group's revenue figures for the first two months of 2020 have therefore been reduced by the amount generated by DTS in the same months of 2019.

the Group's consolidated financial statements for the whole of 2020. NFON AG had acquired DTS in the same period in 2019 and began integrating the company immediately. Deducting the revenue contribution arising from the acquisition of DTS for January and February 2019, the total revenue of the NFON Group rose by 15.6% in the first nine months of 2020.*

In addition, some of the revenue growth resulted from the intensified sales of the expanded product portfolio among both new customers and the existing customer base.

Recurring revenue essentially comprises monthly payments of a fixed license fee per seat plus a fixed or volume-based fee for voice telephony usage. At 88.4% of total revenue (previous year: 84.5%), the share of recurring revenue is higher than the range anticipated for 2020 as a whole of between 80% and 85%.

The cumulative effect typical for revenue performance, in relation to seats yet to be gained over the year, is evident from the trend in the recurring revenue generated in the individual quarters. 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 development attests to the growing demand for cloud telephone systems among business customers. At the same time, it underlines the high level of satisfaction felt by NFON's very loyal customers as

>>> page 41

<<< Seite 38

Quartalen 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.

Die Seat-Entwicklung belegt den zunehmenden Bedarf an Cloud-Telefonanlagen im Geschäftskundenbereich. Zugleich unterstreicht sie den hohen Zufriedenheitsgrad der sehr loyalen NFON-Kunden, da den neu hinzugewonnenen Nebenstellen Kündigungen nur im geringen Umfang gegenüberstehen.

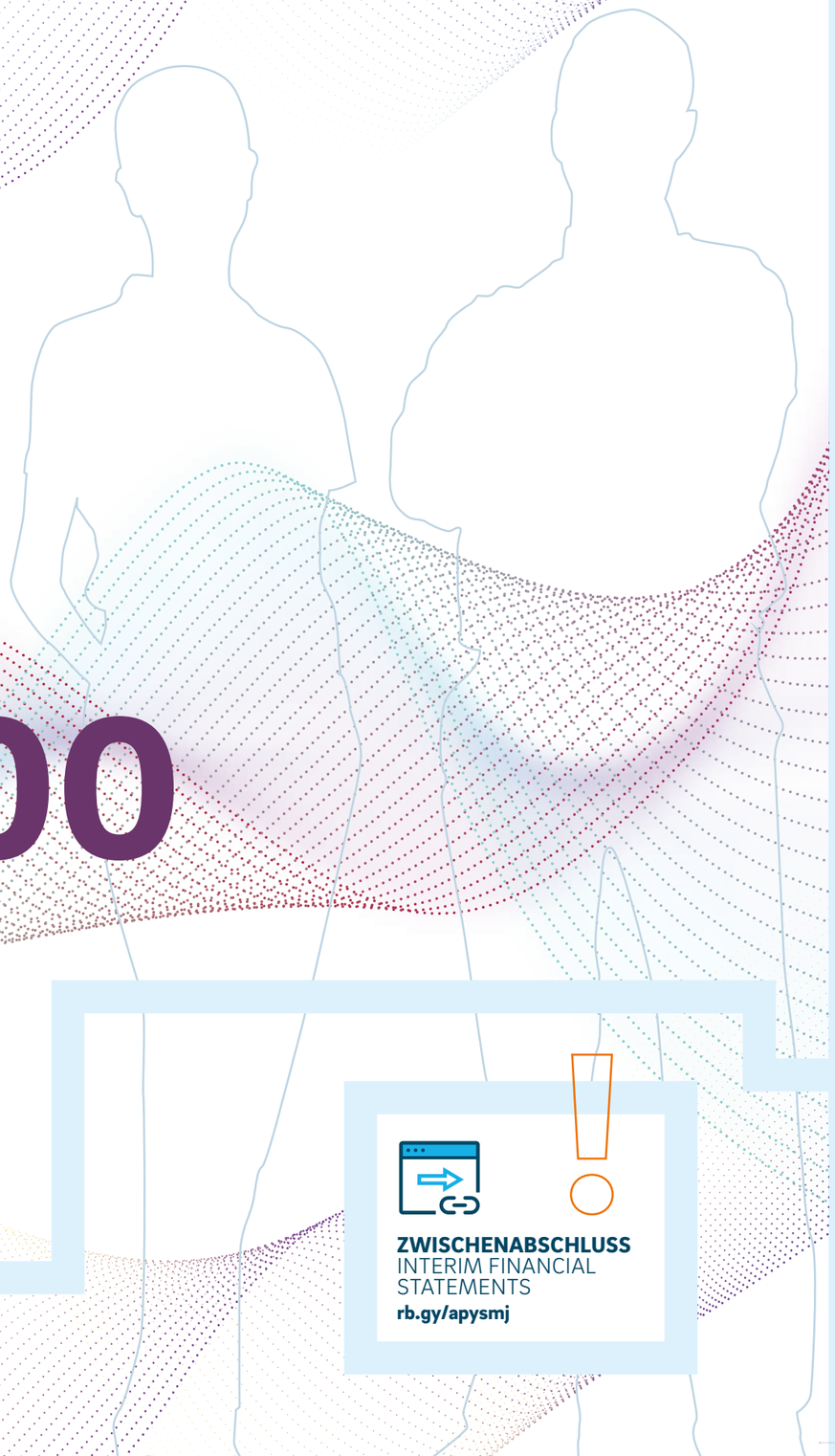
Die Corona-bedingten Auswirkungen auf das Wirtschaftsleben in Europa stützten in den ersten neun Monaten 2020 durch die zunehmende Home-Office-Tätigkeiten das Wachstum der NFON. Gleichzeitig führten allgemeine Verunsicherungen in der Wirtschaft zu einer Zurückhaltung bei Unternehmen, in deren Folge ursprünglich geplante Investitionen kundenseitig verschoben wurden. Dies betraf insbesondere die Märkte Frankreich, Italien und Spanien – mit entsprechend regionalem Effekt auf den Seat-Zuwachs. Auch der englische Markt zeigte in Folge der Pandemie und durch die aus dem Brexit resultierenden Unsicherheiten eine schwache Entwicklung mit einem entsprechend geringeren Seat-Zuwachs.

Vor dem Hintergrund, dass insbesondere in diesen Märkten

>>> Seite 42

SEAT-ENTWICKLUNG
DEVELOPMENT IN SEATS
zum 30.09.2020 / as of 30.09.2020

>500.000 SEATS



WANDEL ALS KONSTANTE
RELYING ON CHANGE
Siehe S. 2 / see page 2

ZWISCHENABSCHLUSS
INTERIM FINANCIAL STATEMENTS
rb.gy/apysmj

<<< page 39

the new seats are offset by only a low number of terminations.

In the first nine months of 2020, the impact of coronavirus on business life in Europe supported NFON's growth as a result of the increase in working from home. Concurrently, general economic uncertainty caused restraint at companies, prompting customers to delay originally planned investments. This affected the markets of France, Italy and Spain in particular – with an accordingly regional effect on seat growth. The UK market likewise underperformed as a result of the pandemic and the uncertainty stemming from Brexit, with correspondingly lower growth in seats. Against the background that the seat growth planned for 2020 could not be fully realised in these markets in particular, we expect a slightly weaker growth rate for the seat base of 17% to 19% for 2020 as a whole compared with the 20% to 24% originally expected.

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 operating performance per seat.

The partnership with wholesale partners, which is developing very successfully, also has a relevant impact on ARPU performance. Firstly, discounted prices are being agreed thanks to the high number of seats sold and, secondly, some of these partners do not purchase voice minutes through NFON. On average, lower ARPU is

>>> page 43

<<< Seite 40

die für 2020 geplanten Seat-Zuwächse nicht in vollem Umfang realisiert werden konnten, erwarten wir für das Gesamtjahr 2020 gegenüber den ursprünglich erwarteten 20% bis 24% eine leicht schwächere Wachstumsrate der Seat-Base von 17% bis 19%.

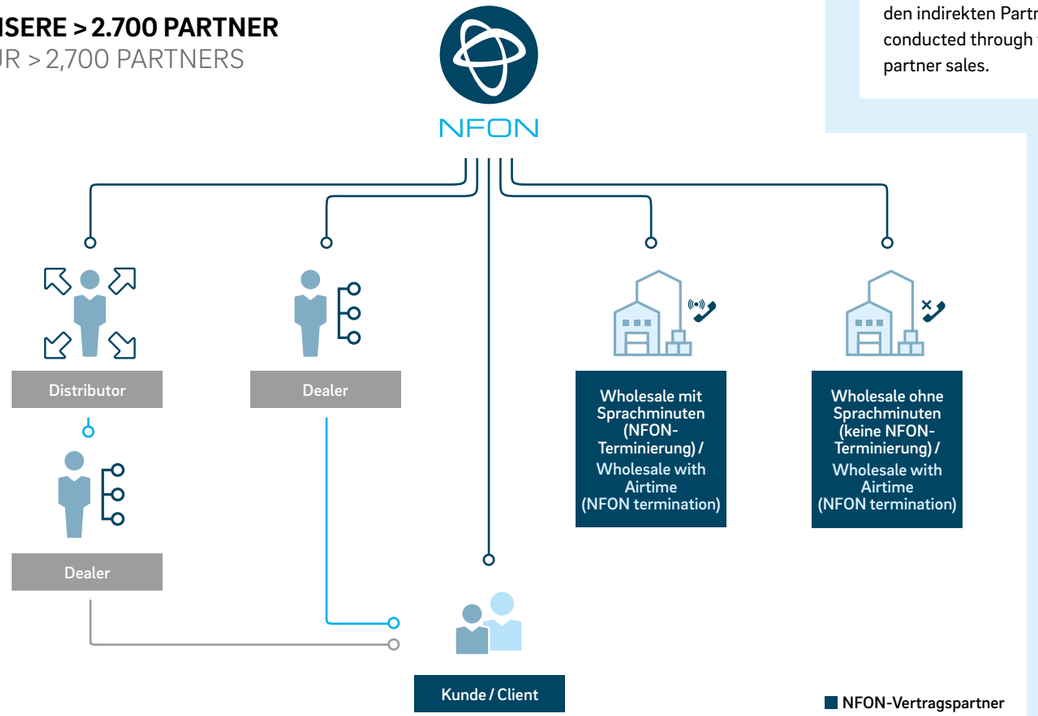
Die NFON nutzt den durchschnittlichen wiederkehrenden Umsatz über alle Leistungen, Vertriebskanäle und Länder pro Nutzer (Seat), den sogenannten „ARPU" (Average Revenue Per User), um die operative Leistung pro Nebenstelle zu messen.

Die sich sehr erfolgreich entwickelnde Partnerschaft mit den Wholesale-Partnern nimmt zugleich einen relevanten Einfluss auf die ARPU-Entwicklung. Zum einen werden hier auf Grund 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 ARPU generiert. Diesem Trend wirkt die NFON durch den zunehmenden Verkauf von Premium-Lösungen entgegen, mit denen das Unternehmen wiederum einen überdurchschnittlichen ARPU erzielt.

Die leichte Verbesserung des ARPU im Berichtszeitraum im Vergleich zu den ersten 9 Monaten 2019 resultiert vor allem aus dem höheren Umsatz mit Sprachminuten, wobei insbesondere im März ein

>>> Seite 44

UNSERE > 2.700 PARTNER
OUR > 2,700 PARTNERS



Wie funktioniert's?

Der Vertrieb erfolgt über fünf Kanäle mit einem klaren Fokus auf den indirekten Partnervertrieb. **HOW DOES IT WORK?** Sales are conducted through five channels with a clear focus on indirect partner sales.

ARPU-ENTWICKLUNG
ARPU DEVELOPMENT in EUR

<<< page 41

generated as the share of seats billed through wholesale partners increases. NFON is countering this trend by increasing sales of premium solutions which, in turn, allows the company to achieve a strong ARPU.

The slight improvement in ARPU in the reporting period as against the first nine months of 2019 is mainly as a result of higher airtime revenue, with very strong ARPU generated in March in particular. This is a positive, non-recurring effect of the coronavirus crisis and the

> 2.700 PARTNER/S

increased level of working from home, especially at the beginning of the year.

COST OF MATERIAL

The cost of materials rose at a slower rate than revenue at around just 3% in the reporting period. The cost of materials was even down by approximately 13% year-on-year at EUR 3.2 million in the three-month period of the third quarter of 2020. This resulted in a lower cost of materials ratio for the first nine months than in the previous year of 20.4% (9M 2019: 23.6%). This falls within regular fluctuations, in line with planning. The positive development reflects firstly the economies of scale achieved, and secondly the high share of recurring revenue, which has a much higher margin than non-recurring revenue.

>>> page 45

<<< Seite 42

überdurchschnittlicher ARPU erzielt wurde. Hierbei handelt es sich um einen positiven Sondereffekt der Corona-Krise und der v.a. zu Jahresbeginn verbreiteten Homeoffice-Tätigkeit.

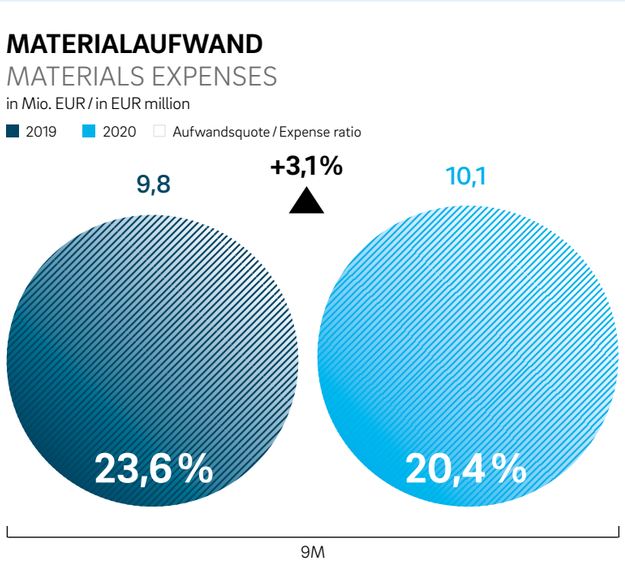
MATERIALAUFWAND

In der Berichtsperiode stieg der Materialaufwand unterproportional zum Umsatz um nur rund 3%. Im 3-Monatszeitraum des 3. Quartals 2020 sank der Materialaufwand gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres sogar um knapp 13% auf 3,2 Mio. EUR. Hieraus resultiert im 9-Monats Berichtszeitraum eine gegenüber dem Vergleichszeitraum geringere Materialaufwandsquote von 20,4% (9M 2019: 23,6%). Sie verhält sich planungskonform innerhalb der regulären Schwankungsbreite. Die positive Entwicklung resultiert zum einen aus realisierten Skaleneffekten, zum anderen aus dem hohen Anteil wiederkehrender Umsätze, welche gegenüber den nicht-wiederkehrenden Umsätzen eine deutlich höhere Marge haben.

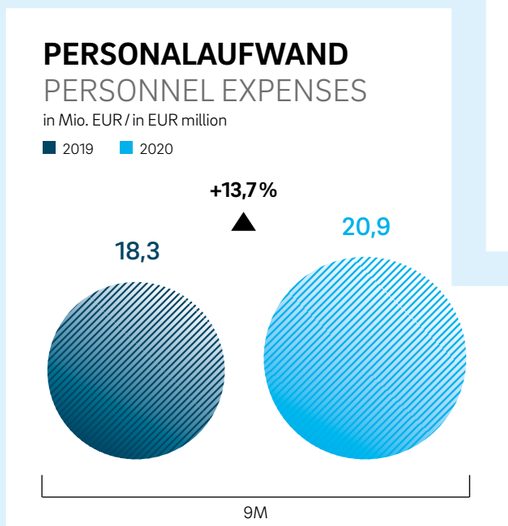
PERSONALAUFWAND

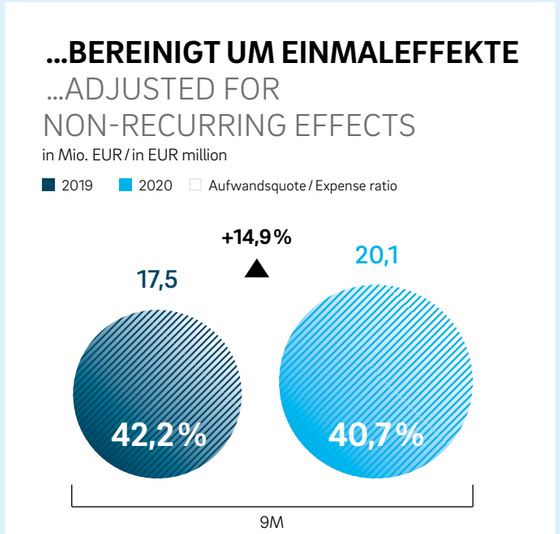
Entsprechend der Zunahme der durchschnittlichen Anzahl an Mitarbeitern ist auch der Personalaufwand gestiegen. Hintergrund für den Anstieg ist der kontinuierliche strategische Personalausbau, unter anderem durch die im Berichtszeitraum erfolgte Akquisition der Onwerk GmbH für Zwecke der Übernahme der dort beschäftigten R&D-Mitarbeiter.

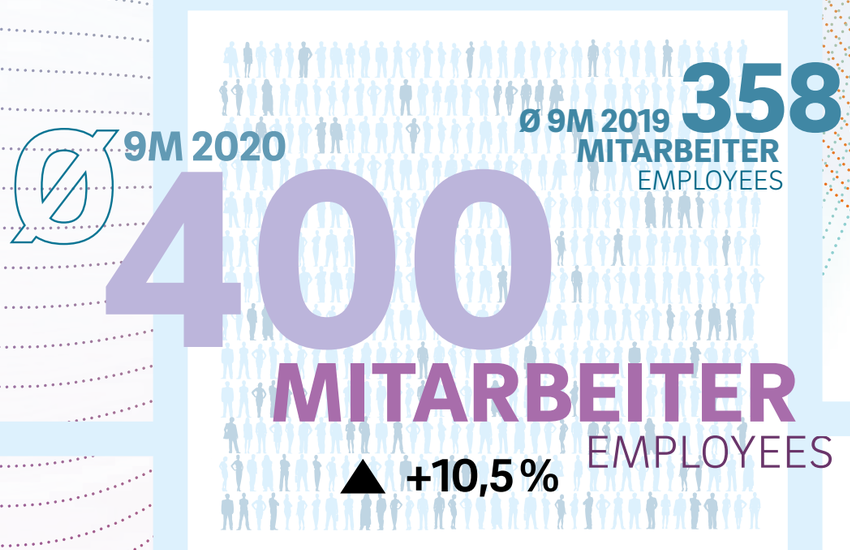
>>> Seite 46

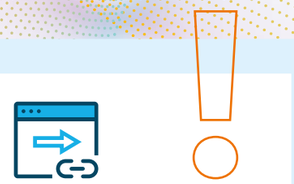


HIER ENTSTEHT ETWAS GROSSES
GREAT THINGS WILL HAPPEN
Siehe Seite 22 ff. /
see page 22 et seq.









ZWISCHENABSCHLUSS
INTERIM FINANCIAL STATEMENTS
https://corporate.nfon.com/

<<< page 43

STAFF COSTS

Staff costs have also risen in line with the increase in average headcount. This increase is due to ongoing strategic recruitment, including the acquisition of Onwerk GmbH in the reporting period in order to take on its R&D staff.

Staff costs are adjusted for non-recurring effects. The adjustments in the reporting period include EUR 0.2 million in retention bonuses recognised for management and EUR 0.5 million in stock option programme expenses. Retention bonuses of EUR 0.4 million and stock option programme expenses of EUR 0.5 million had been recognised in the same period of the previous year.

>>> page 47

<<< Seite 44

Der Personalaufwand wird um Einmaleffekte bereinigt. Die Adjustments im Berichtszeitraum betreffen mit 0,2 Mio. EUR für das Management erfasste Retention Boni sowie mit 0,5 Mio. EUR Aufwendungen aus dem Aktienoptionsprogramm. Im Vergleichszeitraum des Vorjahres waren Retention Boni von 0,4 Mio. EUR und Aufwendungen aus dem Aktienoptionsprogramm von 0,5 Mio. EUR erfasst

SONSTIGER BETRIEBLICHER AUFWAND

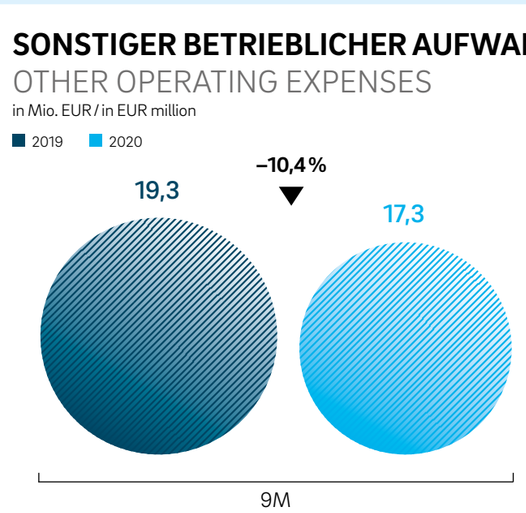
Der sonstige betriebliche Aufwand sank im Wesentlichen aufgrund der um 1,0 Mio. EUR niedrigeren Marketingaufwendungen (9M 2020: 5,0 Mio. EUR). Diese Reduzierung resultiert vor allem aus den erzwungenen Einschränkungen bei der Durchführung von Werbemaßnahmen aufgrund der aktuell allgemeinen wirtschaftlichen Unsicherheit infolge der COVID-19-Pandemie.

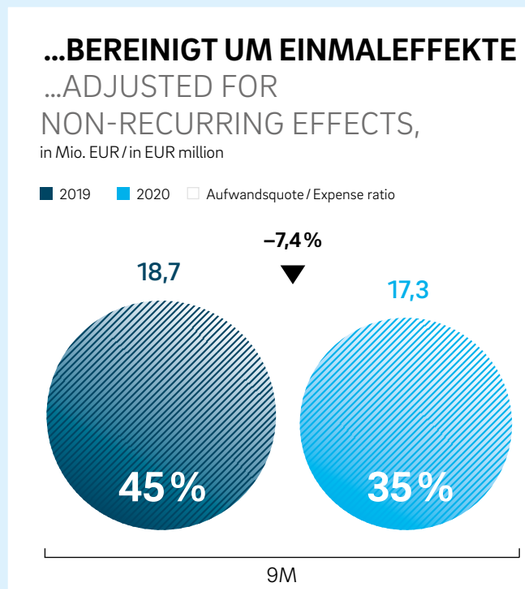
VERTRIEBSAUFWENDUNGEN

Der Anstieg der Vertriebsaufwendungen steht mit dem erhöhten Umsatzvolumen in den ersten drei Quartalen 2020 in Verbindung, wobei sich – gemessen am Umsatz – die Vertriebsaufwandsquote im Berichtszeitraum leicht auf 12,2% (9M 2019: 11,7%) erhöht hat. Diese Erhöhung resultiert aus der strategischen Ausweitung des Partnervertriebs.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen der ersten 9 Monate 2019 enthielten Kosten i.H.v. 0,6 Mio. EUR, die im Zuge der Akquisition der DTS zum 01. März 2019 zu tragen waren.

>>> Seite 48





<<< page 45

OTHER OPERATING EXPENSES

Other operating expenses decreased essentially as a result of the reduction in marketing expenses of EUR 1.0 million (9M 2020: EUR 5.0 million). This was mainly due to the externaly triggered restriction on marketing activities as a result of the current general economic uncertainty stemming from the COVID-19 pandemic.

SALES EXPENSES

The increase in sales expenses relates to the higher revenue volume in the first three quarters of 2020. As a percentage of revenue, selling expenses rose slightly to 12.2% in the reporting period (9M 2019: 11.7%) as a result of the expansion in partner sales.

Other operating expenses for the first nine months of 2019 included costs of EUR 0.6 million incurred in conjunction with the acquisition of DTS as at 01 March 2019. Compared to the previous year's other operating expenses adjusted for this non-recurring effect, other operating expenses declined by 7.4% year-on-year in the first nine months of 2020.

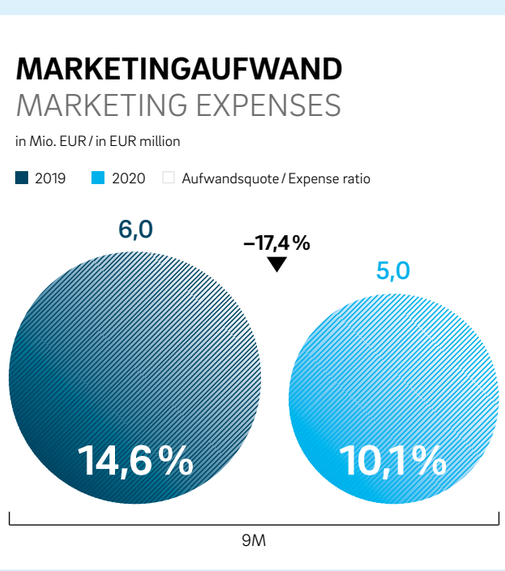
In addition to the effects described above, the positive development in other operating expenses is also based on economies of scale and lower travel expenses.

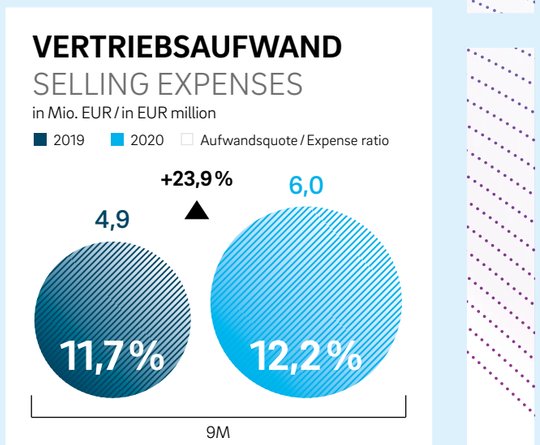
FINANCIAL POSITION

There were no liquidity shortfalls in the reporting period and the company satisfied all its payment obligations on time.

>>> page 49

ZWISCHENABSCHLUSS
INTERIM FINANCIAL STATEMENTS
rb.gy/apysmj





<<< Seite 46

Im Vergleich zu den um diesen Einmaleffekt (Adjustment) im Vorjahr bereinigten sonstigen betrieblichen Aufwendungen, sanken die sonstigen betrieblichen Aufwendungen in den ersten 9 Monaten 2020 im Vergleich zum Vorjahr um 7,4%.

Neben den oben beschriebenen Effekten, liegt die positive Entwicklung bei den sonstigen betrieblichen Aufwendungen auch an realisierten Skaleneffekten sowie den aufgrund reduzierter Reisetätigkeit geringeren Reisekosten.

FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

Im Berichtszeitraum gab es keine Liquiditätsengpässe. Die Gesellschaft ist im Berichtszeitraum ihren Zahlungsverpflichtungen jederzeit fristgerecht nachgekommen. Zum Bilanzstichtag bestanden liquide Mittel in Höhevon 25,7 Mio. EUR.

Zur Finanzierung nutzte die NFON AG in den ersten neun Monaten 2020 in erster Linie die Einnahmen aus dem in 2018 durchgeführten Börsengang sowie Kreditvereinbarungen mit Kreditinstituten. Anfang 2020 wurde die im Vorjahr begebene Optionsanleihe in Höhe 5,0 Mio. EUR vollständig getilgt. Zum Bilanzstichtag verfügt die Gesellschaft über eine Akquisitionskreditlinie in Höhe von 10,0 Mio. EUR die zum 30. September 2020 mit 9,0 Mio. EUR valutiert.

Hinsichtlich der Liquiditätslage von NFON wird auf die Ausführungen im Halbjahresfinanzbericht 2020 verwiesen. Diese gelten entsprechend auch für den vorliegenden Abschluss.

>>> Seite 50

ZWISCHENABSCHLUSS
INTERIM FINANCIAL STATEMENTS
rb.gy/apysmj

EBITDA, EBIT, KONZERNGEWINN / -VERLUST
EBITDA, EBIT, CONSOLIDATED PROFIT/LOSS

in Mio. EUR	in EUR million	9M 2020	9M 2019		Q3 2020	Q3 2019
EBITDA	**EBITDA**	**1.807**	**–5.611**		**985**	**–1.811**
Adjustments Personalaufwand:	**Adjustments in staff costs:**					
Retention Bonus	Retention bonus	0,2	0,4		0,0	0,1
Stock Options / ESOPS	Share options/ESOPS	0,5	0,5		0,2	0,2
Adjustments sonstiger betrieblicher Aufwand:	**Adjustments in other operating expenses:**					
Sozialversicherung Vorjahre	Social security contributions for previous years	–0,1	0,0		0,0	0,0
Aufwand für DTS Akquisition	Expenses for DTS acquisition	0,0	**0,6**		0,0	**0,0**
Summe Adjustments	**Total adjustments**	0,7	**1,4**		0,2	**0,3**
EBITDA adjusted	**Adjusted EBITDA**	**2,5**	**–4,2**		**1,2**	**–1,5**
EBIT	**EBIT**	–1,0	**–7,8**		–0,1	**–2,6**
Konzernverlust	**Consolidated loss**	**–1,5**	**–8,4**		**–0,3**	**–2,9**
Konzernverlust adjusted	**Adjusted consolidated loss**	–0,7	**–7,0**		–0,1	**–2,7**

<<< page 47

Cash funds amounted to EUR 25.7 million as at the end of the reporting period.

NFON AG's main source of financing in the first nine months of 2020 was proceeds from the 2018 IPO and lending agreements with banks.

The warrant bond of EUR 5.0 million issued in the previous year was repaid in full in early 2020. As at the end of the reporting period, the company has an acquisition credit facility of EUR 10.0 million, utilised in the amount of EUR 9.0 million as at 30 September 2020.

>>> page 51

VERKÜRZTE KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG
CONDENSED CONSOLIDATED STATEMENT OF CASH FLOWS

in TEUR	in EUR thousand	9M 2020	9M 2019
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	Cash flow from operating activities	1.011	–6.281
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	Cash flow from investing activities	–5.475	–18.460
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	Cash flow from financing activities	–6.258	12.431
Veränderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	Change in cash and cash equivalents	–10.722	–12.311
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu Beginn der Periode	**Cash and cash equivalents at the beginning of the period**	**36.419**	**41.436**
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Ende der Periode	**Cash and cash equivalents at the end of the period**	**25.666**	**29.131**

VERKÜRZTE KONZERNBILANZ
CONDENSED CONSOLIDATED STATEMENT OF FINANCIAL POSITION

Aktiva / Assets

in TEUR	in EUR thousand	30.09.2020	31.12.2019
Langfristige Vermögenswerte	Non-current assets	35.241	30.467
Kurzfristige Vermögenswerte	Current assets	36.482	46.740
Summe Aktiva	**Total assets**	**71.723**	**77.206**

Passiva / equity and liabilities

in TEUR	in EUR thousand	30.09.2020	31.12.2019
Eigenkapital	Equity	45.949	47.146
Langfristige Verbindlichkeiten	Non-current liabilities	4.572	3.685
Kurzfristige Verbindlichkeiten	Current liabilities	21.202	26.374
Summe Eigenkapital und Verbindlichkeiten	**Total equity and liabilities**	**71.723**	**77.206**

<<< Seite 48

Die im Berichtszeitraum getätigten Investitionen in das Anlagevermögen von insgesamt 5,5 Mio. EUR betreffen vor allem aktivierte Entwicklungskosten und stehen mit neuen Produkten und neuen Features für bestehende Produkte im Zusammenhang.

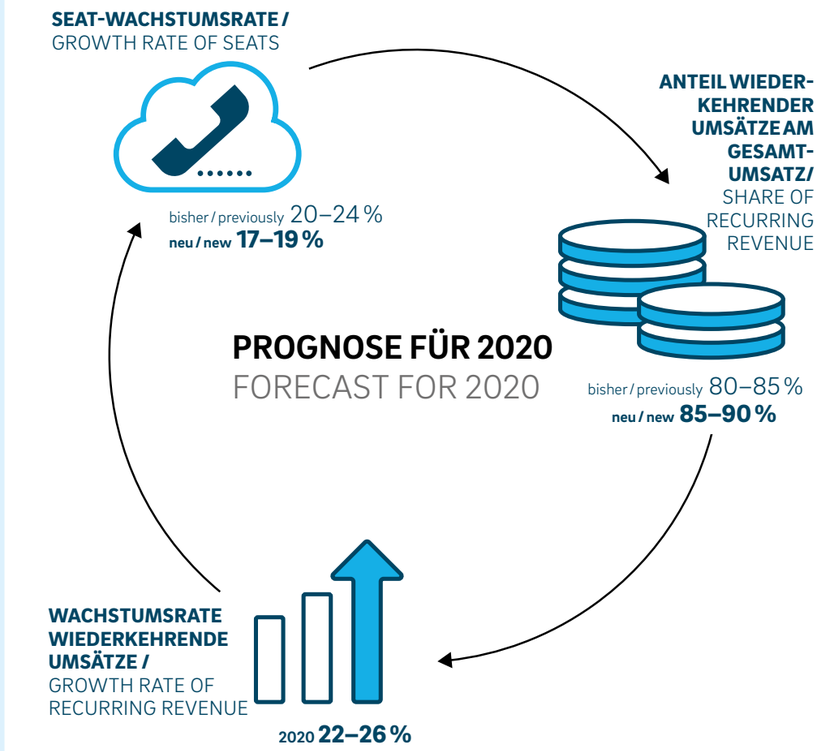
NACHTRAGSBERICHT

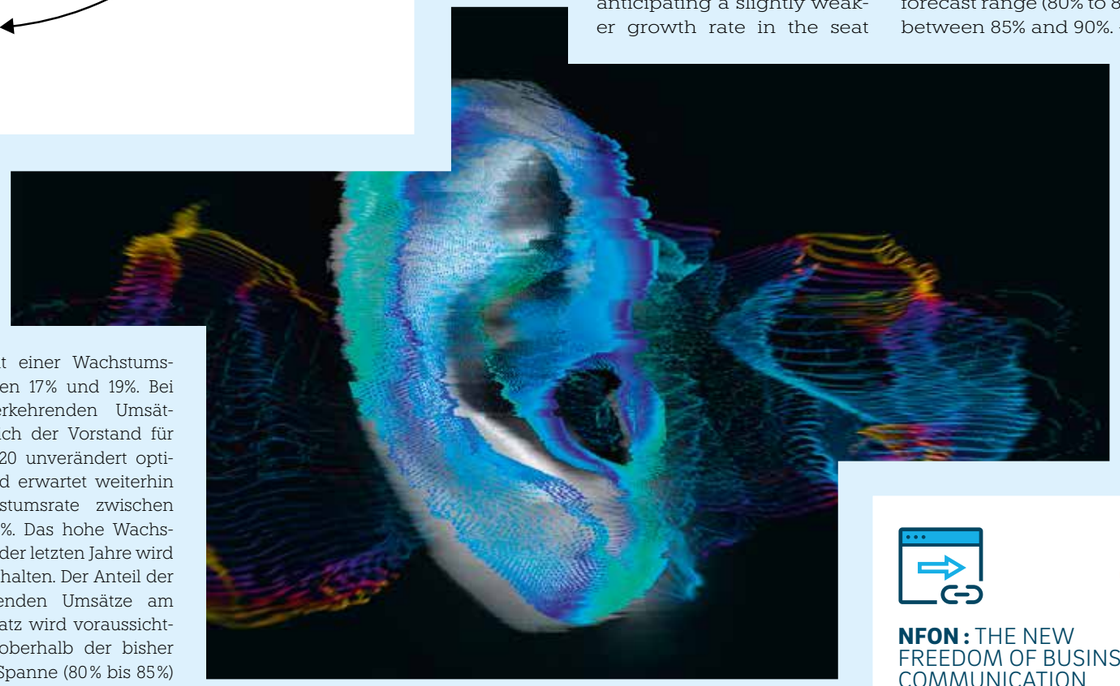
Nach dem 30. September 2020 ergaben sich keine Sachverhalte, die wesentliche Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage haben könnten.

PROGNOSEBERICHT

Die Planung basiert auf dem Kenntnisstand bis zum 30. September 2020 unter Berücksichtigung der für die NFON-Gruppe dargestellten Chancen und Risiken. Damit kann es zu einer Abweichung zwischen den mit dem Geschäftsbericht zum 31. Dezember 2019 veröffentlichten Plandaten und den Werten, die am Jahresende 2020 tatsächlich erreicht werden, kommen. Das gilt auch in Bezug auf die für die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen vorgenommen Annahmen.

Zu beachten ist, dass die von NFON bestätigte Prognose für das Geschäftsjahr 2020 noch nicht abschließend die Auswirkungen der Ausbreitung von COVID-19, insbesondere auch die Folgen des zweiten, seit Anfang November von der Bundesregierung verfügten (teilweisen) Lockdowns, berücksichtigt. Für NFON sind aufgrund des Produktportfolios sowohl negative als auch positive Effekte möglich. Nach wie vor gilt, dass das Geschäftsmodell aufgrund des hohen Anteils an wiederkehrenden Umsätzen eine gewisse Robustheit gegenüber Marktschwankungen aufweist. Festzustellen ist, dass NFON in





den ersten 9 Monaten 2020 durchaus von den Auswirkungen der Corona-Krise profitieren konnte. Dennoch erwartet NFON vor dem Hintergrund, dass insbesondere in den Märkten Frankreich, Italien und Spanien, aber auch in Großbritannien die für 2020 geplanten Seat-Zuwächse nicht in vollem Umfang realisiert werden konnten, eine leicht schwächere Wachstumsrate der Seat-Base. Für das Gesamtjahr 2020 rechnet NFON nunmehr gegenüber den ursprünglich erwarteten 20% bis 24% mit einer Wachstumsrate zwischen 17% und 19%. Bei den wiederkehrenden Umsätzen zeigt sich der Vorstand für das Jahr 2020 unverändert optimistisch und erwartet weiterhin eine Wachstumsrate zwischen 22% und 26%. Das hohe Wachstumstempo der letzten Jahre wird damit beibehalten. Der Anteil der wiederkehrenden Umsätze am Gesamtumsatz wird voraussichtlich sogar oberhalb der bisher erwarteten Spanne (80% bis 85%) zwischen 85% und 90% liegen. ~

<<< page 49

With regard to the financial position of NFON's liquidity position for the coming months, please refer to the comments in the 2020 half-yearly financial statements. These also apply accordingly to these financial statements.

Investments in non-current assets of EUR 5.5 million in total in the reporting period mainly relate to capitalised development costs in connection with new products and new features for existing products.

SUPPLEMENTARY REPORT

There were no events after 30 September 2020 that could have a significant impact on the company's financial position or financial performance.

FORECAST

Planning is based on the information available as at 30 September 2020, taking the risks and opportunities of the NFON Group as presented into account. Thus, deviations can occur between the planning data published in the annual report as at 31 December 2019 and the figures actually achieved at the end of 2020. This also applies to the assumptions regarding general economic conditions.

It should be noted that NFON's published forecast for fiscal 2020 does not yet fully take into account the effects of COVID-19, in particular also the consequences of the second (partial) lockdown imposed by the German Government since the beginning of November. Both negative and positive effects are possible for NFON due to its product portfolio. It is still true that the business model has a certain robustness to market fluctuations thanks to the high share of recurring revenue. It should be noted that NFON was able to benefit from the effects of the coronavirus crisis in the first nine months of 2020. Nonetheless, as the markets of France, Italy and Spain in particular, and also the UK, have not entirely achieved the seat growth planned for 2020, NFON is anticipating a slightly weaker growth rate in the seat base. For 2020 as a whole, NFON is now forecasting a growth rate of between 17% and 19% rather than the 20% to 24% originally expected. The Management Board is still optimistic for 2020's recurring revenue, and continues to expect a growth rate of between 22% and 26%. The high organic growth rate of recent years is thus being maintained. The share of total revenue accounted for by recurring revenue is even set to exceed the previously forecast range (80% to 85%) at between 85% and 90%. –

NFON : THE NEW FREEDOM OF BUSINSS COMMUNICATION
https://vimeo.com/482529111