

CLOUDS



*„Anwälte?
Man ruft die
Kriminellen
direkt an.“*

KUNSTDETEKTIV ARTHUR
BRAND IM GESPRÄCH

*“Lawyers? I call
the criminals
directly.”*

IN CONVERSATION
WITH ART DETECTIVE
ARTHUR BRAND

TELEFON, VIDEO-CALL & CO.:

SO KOMMUNIZIERT
MAN WIRKLICH EFFIZIENT

FROM PHONE TO VIDEO CALLS:

HOW TO TRULY COMMUNICATE EFFICIENTLY

FACTS & FIGURES

QUARTALSMITTEILUNG DER NFON AG /
INTERIMS FINANCIAL REPORT FOR NFON AG



Unter uns

VON DETEKTIVEN UND STIMMENSTIMMUNGEN

Unser modernes Arbeitsumfeld ist einer ständigen Erneuerung ausgesetzt. Die Anforderung: maximale Flexibilität. Was gestern noch galt, steht heute vielleicht schon auf dem Prüfstand – die Digitalisierung als Motor des Fortschritts. Daher war es uns auch in diesem Jahr wieder eine Freude, beim digitalen Partnertag 2021 all diejenigen auszuzeichnen und zu ehren, die sich dieser Herausforderung täglich aufs Neue stellen – und sie mit Bravour meistern: unsere NFON-Partner.

Es gibt aber auch Berufsfelder, da reichen ein Telefon, Geduld und ein paar gute Worte. Arthur Brand, unser Gedanken-Gastgeber dieser Ausgabe, ist in einem solchen Umfeld tätig. Brand ist Kunstdetektiv. Und

der erfolgreichste dazu. Der Niederländer hat schon eine Vielzahl von verloren geglaubten Schätzen wiedergefunden und an Museen zurückgegeben. Warum ein Telefon dabei sein wirksamstes Werkzeug ist und wie er mit der Unterwelt kommuniziert, verrät er im Gespräch. Apropos Verrat: Wussten Sie, dass unsere Stimme viel über unsere Gefühlslage sagt? Das hilft nicht nur Callcenter-Mitarbeitern, sondern auch Ärzten, Krankheiten früh zu erkennen.

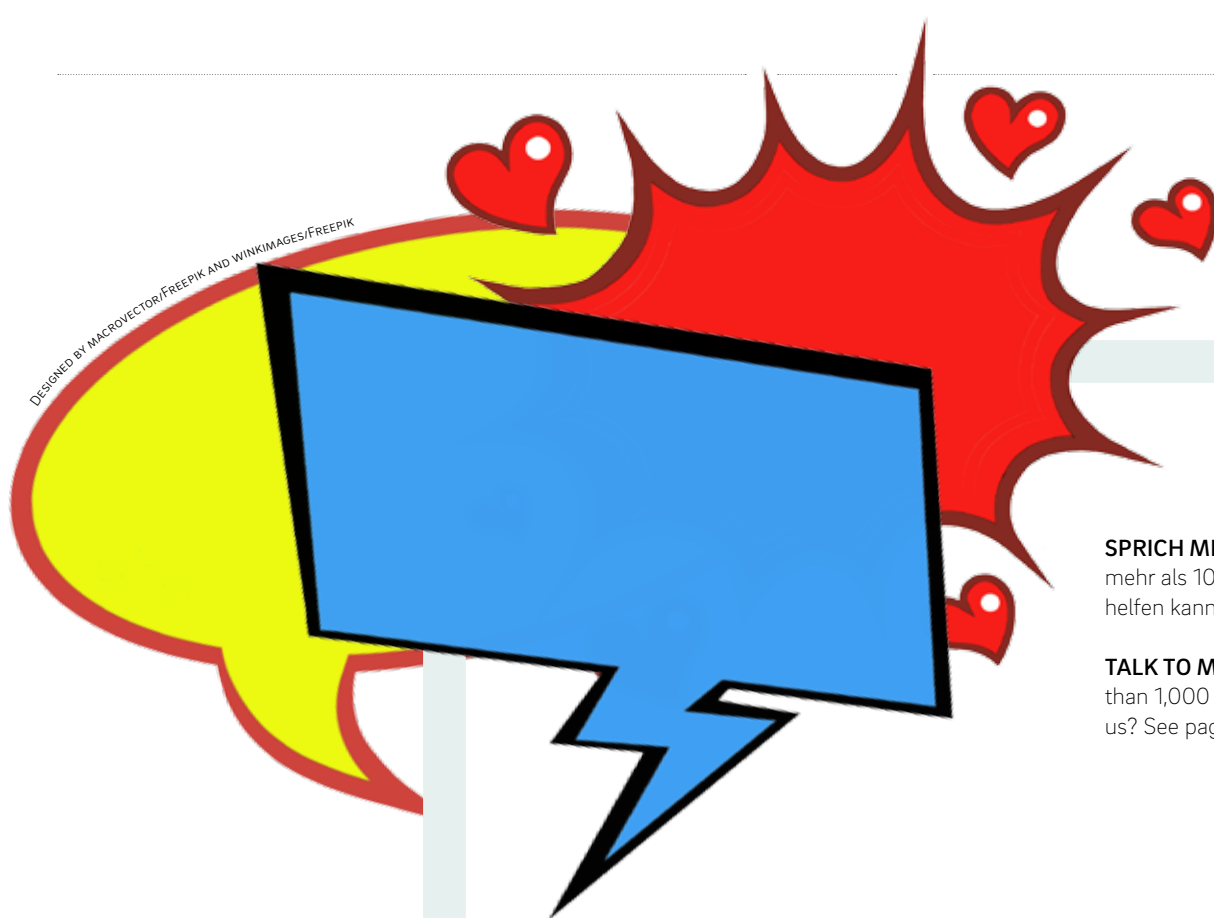
Und weil Erkenntnisgewinn der Schlüssel zum Erfolg ist, finden Sie in unserem Finanzteil (ab Seite 28) alle relevanten Zahlen und Fakten zur NFON AG. Ihre NFON

GEDANKEN-HOST: Kunst-detektiv Arthur Brand ist immer auf der Suche nach verlorenen Schätzen

THOUGHT-HOST: Art detective Arthur Brand is constantly looking for lost treasures.



FOTO: PICTURE ALLIANCE/AND/Rob Voss



DESIGNED BY MACROVECTOR/FREEPIK AND WINKIMAGES/FREEPIK

SPRICH MIT MIR: Die Stimme sagt mehr als 1000 Worte. Wie uns das helfen kann? Ab Seite 14

TALK TO ME: The voice says more than 1,000 words. How can that help us? See page 14 for more.

For Starters

OF DETECTIVES AND VOCAL REVELATIONS

Our modern working environment is subject to constant renewal. The demand: maximum flexibility. What was valid yesterday may be under the microscope today – digitisation is the motor of progress, after all. Which is why, at the 2021 digital Partner Day, it was a pleasure to honour and award those who face – and master – this challenge every day: our NFON partners.

There are, however, lines of work in which a telephone, a little patience and a few good words are all you need. Arthur Brand, our 'thought-host' for this issue, knows this only too well. Brand is the world's most successful art detective. The Dutchman has recovered a variety of lost treasures and returned them to museums. In our interview, he reveals why a telephone is his most important tool and just how he communicates with the criminal underworld. Talking of revelations: Did you know that our voice reveals a great deal about our emotional state? This helps

everyone from call-centre workers to doctors, who can use it to detect early signs of illness.

And because acquiring knowledge is the key to success, you'll find all the relevant facts and figures about NFON AG in our finance section (from page 28 onwards).

Your NFON

„DER PICASSO AN MEINER WAND WAR 70 MILLIONEN WERT“

INTERVIEW: DETLEF DRESSLEIN

Arthur Brand, 51 Jahre, lebt in Amsterdam und gilt als der erfolgreichste Kunstdetektiv der Welt. Für ihn ist die Jagd nach gestohlenen oder verschollenen Werken nur ein Nebenjob, der ihn von seiner Tätigkeit als Kunsthistoriker ablenkt. Denn Nervenkitzel gibt es reichlich, muss Brand doch mit Mafiosi und Verbrechern verhandeln. Das kann lebensgefährlich sein, wenn er nicht den richtigen Ton trifft. Aber wie kommuniziert man mit der Unterwelt?

Es ist eine typische Situation im Jahr 2021. Man sitzt sich zum Gespräch gegenüber, allerdings nur am Bildschirm. Via Zoom, via Skype, via Webex. Für Arthur Brand in Amsterdam ist Skype prima. Sein Arbeitszimmer stellt die notorische Homeoffice-Kulisse, ist grün gestrichen, ein dunkelbraunes Regal steht an der Wand hinter ihm. Das ist etwas spärlich gefüllt, als sei er gerade erst eingezogen. Nur ein paar Bücher liegen und stehen kreuz und quer, eine kleine Statuette und sonstiger Bürokram sind zu sehen. Das also ist der bekannteste und erfolgreichste Kunstdetektiv der Welt. Eigentlich ist er Kunsthistoriker und Berater, das macht auch den Hauptteil seiner täglichen Arbeit aus – aber für das restliche knappe Viertel lebt er. Denn dann sucht er akribisch und mit einer enormen Ausdauer überall auf der Welt verschollene und gestohlene Kunstwerke. Vielleicht frühkindliche Prägung, liebte er doch als Kind die Fernsehserie „Derrick“ mit Horst Tappert. Seine Bilanz: Rund 200 Gemälde, Skulpturen und Artefakte hat er bereits wiederentdeckt. Im Wert von Hunderten Millionen Euro. Zeit für ein Gespräch mit einem, den CBS den „Indiana Jones der Kunstwelt“ nannte.

sechs oder sieben Jahre alt, als mir mein Großvater von Han van Meegeren erzählte, der aus Deventer stammte, meiner Heimatstadt, und der mit ihm zur Schule gegangen war. Er war der wohl berühmteste Kunstfälscher seiner Zeit und verkaufte zum Beispiel im Zweiten Weltkrieg einen gefälschten Vermeer an Hermann Göring. Das hat mich sofort fasziniert.

KINDER LIEBEN RÄUBERPISTOLEN. WARUM DOCH DIE GUTE SEITE?

Mein Vater nahm mich oft in Museen mit. So habe ich unter anderem erfahren, dass mindestens 30 Prozent aller Kunstwerke gefälscht sind. Vor allem im Handel, aber auch die Werke, die in Museen hängen. Das fand ich ungerecht.

IHR ERNST? UND DIE KÄUFER UND BESUCHER HABEN KEINE AHNUNG?

Nein, erschreckenderweise nicht. Oft steht unter einem Gemälde „Rembrandt“, es wurde aber von einem Schüler oder einem ganz anderen Künstler

HERR BRAND, WIE WURDEN SIE ZUM ERFOLGREICHSTEN KUNSTDETEKTIV DER WELT?

Es hat angefangen, als ich ein Kind war. Ich war

KLEIN UND NICHT SEIN:

Einer der spektakulärsten Funde Brands war ein Ring, der einst dem irischen Dichter Oscar Wilde (1854–1900) gehört hatte.

SMALL BUT MIGHTY:

One of Brand's most spectacular discoveries was a ring that had belonged to Irish poet Oscar Wilde (1854–1900).

ON CALL: Whether it's from a police commissioner or a gangster, the first time Arthur Brand hears of a case is often by telephone from his Amsterdam office.

LASS HÖREN: Der erste Kontakt findet meist am Telefon von seinem Amsterdamer Büro aus statt, ganz egal, ob Arthur Brand einen Polizeikommissar oder einen Gangster sprechen will.



Mindset

"THE PICASSO ON MY WALL WAS WORTH 70 MILLION EUROS"

Arthur Brand is one of the world's most successful art detectives. But for the full-time art historian, the hunt for missing artworks is just a side job. As past-times go, it's a thrilling one: Brand must negotiate with dangerous mafiosi and criminals. But how exactly do you communicate with the underworld?

INTERVIEW: DETLEF DRESSLEIN

It's a familiar situation these days: you sit down for a chat with someone, but only get to see their face on a screen. Arthur Brand's Amsterdam home office paints a familiar picture – green walls, a dark-brown book-case behind him. It's sparsely filled, as though he's just moved in. Just a few books lie on the shelves, together with a small statuette and a selection of the usual office materials. So this is the world's best-known, most successful art detective. Brand is actually an art historian and consultant – at least, that's what takes up most of his time. But it's the remaining 25 per cent or so he really lives for, when he meticulously scours the world for stolen or missing artworks. So far he's rediscovered approximately 200 paintings, sculptures and artifacts, worth several hundred million euros. Time for a conversation with the man CBS dubbed "the Indiana Jones of the art world".

ARTHUR BRAND – HOW DID YOU BECOME THE WORLD'S MOST SUCCESSFUL ART DETECTIVE?

It started when I was a child. I was about six or seven years old when my grandfather told

me about Han van Meegeren. He came from Deventer, my hometown, and went to school with my grandfather. Van Meegeren was the most notorious art forger of his time. During the Second World War, he even sold a fake Vermeer to Hermann Göring. I immediately found that fascinating.

KIDS LOVE STORIES LIKE THAT. BUT WHY DID YOU CHOOSE THE 'GOOD' SIDE?

My father often took me to museums. It's how I learned that at least 30 per cent of all artworks are forgeries. That's particularly true of those on the open market, but also applies to the ones in museums. I found that unjust.

IS THAT REALLY TRUE? AND THE BUYERS AND MUSEUM-GOERS HAVE NO IDEA?

No, they don't. You might see what has been labelled a 'Rembrandt' but in reality it was painted by a student or a completely different artist who just happens to come from a similar era or location as Rembrandt. For me, these are



TRAGENDE ROLLE: Wiedergefundene Kunstwerke transportiert er schon mal unkonventionell. Sei es wie hier ein in Packpapier eingeschlagenes Gemälde unter dem Arm – oder auch ein Millionenschatz im Kofferraum des Wagens seines Vaters.

CASH AND CARRY : Brand's methods of transporting artworks can be unconventional, from paper parcels under his arm to the back of his dad's car.





FOTO: PICTURE ALLIANCE/HANS LUCAS/STEVEN WASSENAAR

HOLLYWOODREIF: Die Geschichte hinter den Kunstwerken ist oftmals ein wahrer Krimi. Hier zeigt Brand einen Kasten im Westfries Museum in Hoorn, in dem sich Kunstdiebe versteckt hatten, um nach Schließung des Museums Gemälde zu stehlen (oben). Das „Mosaik von St. Mark“, das türkische Generäle in den 1970er-Jahren in Zypern in Besitz nahmen (rechts), fand er ebenso wieder wie eine äthiopische Krone aus dem 18. Jahrhundert (ganz rechts).

HOLLYWOOD-READY: (top) The story behind each artwork is often a real thriller. Here, Brand points to a box in the Westfries Museum in which thieves hid to steal paintings once the museum closed. The 'Mosaic of St Mark' (right) was found after being taken by Turkish generals in the 1970s; (far right) Brands with a rediscovered Ethiopian crown.



FOTO: ARTHUR BRAND





FOTO: PICTURE ALLIANCE/DPA/LUWE ANSPACH



FOTO: PICTURE ALLIANCE/DPA/LUWE ANSPACH

ERFOLG UND EHRE: Die Bronzepferde von Josef Thorak standen einst vor Hitlers Reichskanzlei in Berlin und waren nach dem Krieg jahrzehntelang im Besitz von Devotionaliensammlern – bis sie Brand ausfindig machte (oben). Immer wieder berichtet Arthur Brand auch auf Pressekonferenzen von den Details der mitunter rasanten Jagd auf gestohlene Kunstwerke (unten).

SUCCESS AND HONOUR: These bronze horses (top) from Josef Thorak once stood in front of Hitler's chancellery building in Berlin. For decades after the war they were in the possession of memorabilia collectors, until Brand found them. Brand often describes his fascinating hunts for stolen artworks to the world's media at press conferences (bottom).



FOTO: ARTHUR BRAND

RUHE UND KRAFT: Arthur Brands größte Tugend neben seiner Hartnäckigkeit ist die Geduld. Denn manchmal wartet er Jahrzehnte auf den entscheidenden Hinweis. Dem niederländischen Westfries Museum in Hoorn brachten diese Eigenschaften diese vier Gemälde zurück – dazu 20 weitere und 70 Teile Silberschmuck. Gefunden hatte Brand den geraubten Schatz bei einer Miliz in der Ukraine (unten).

WAITING GAME: Alongside persistence, Arthur Brand's greatest gift is his patience. Sometimes he can wait decades for a decisive clue. Such characteristics helped return these four paintings to the Westfries Museum, alongside 20 other paintings and 70 pieces of silver jewellery. Brand found them with a militia in the Ukraine.



FOTO: STEVEN WASSENAAR/HOLLANDSE HOOGTE

gemalt und ist lediglich aus der Zeit oder dem Umfeld von Rembrandt. Für mich sind auch das Fälschungen, denn ein solches Gemälde ist vielleicht zweitausend Euro wert – ein Rembrandt zehn Millionen. Und dann sind da natürlich noch die kompletten Fälschungen. Es gibt Maler, von deren dreihundert Gemälden 40 Prozent gefälscht sind – aber wir wissen eben nicht, welche. In Deutschland wurde ja zuletzt der Fall von Wolfgang Beltracchi bekannt – eine tolle Geschichte. Nicht für die Sammler und die Museen, aber ich bewundere, wie er gefälscht hat.

SIE FEIERN EINEN BETRÜGER?

Nun ja, das sind zwar meine Gegenspieler, aber das heißt ja nicht, dass ich nicht Respekt vor ihnen habe. Denn: Wenn man den nicht hat, kann man sie auch nicht schlagen. Und für meinen Job muss ich alle Zeichen lesen können und darf mich keiner Emotion verschließen.

REMBRANDT HIESS MIT VOLLEM NAMEN REMBRANDT VAN RIJN. GENAU SO WIE IHR GROSSER LEHRMEISTER ...

Ja, durch meine Faszination für das Thema kam ich irgendwann zwangsläufig zu Michel van Rijn, den wohl größten Kunstkriminellen der Welt. Er war von den 1970ern bis in die 1990er-Jahre aktiv. Die Namensgleichheit hat er auch mal ausgenutzt, um damit einen Rembrandt zu verkaufen: Er hat sich ein Schloss gemietet, ein paar Japaner eingeladen, seinen Pass gezeigt und erzählt, er sei der Ururenkel von Rembrandt. So hat er das Bild sehr viel teurer verkauft.

IMMERHIN WAR ES EIN ECHTER REMBRANDT ...

Ja, das war okay. Aber diese Geschichte zeigt, wie gerissen Kriminelle sind. Bei aller Bewunderung – am Ende bleiben Verbrecher Verbrecher. Wobei ich

BLABLA

Text: Zola Schumacher

Unsere Stimme kann unsere Identität verraten. Und unsere Gefühle offenbaren. Sie kann uns aber auch vor Krankheiten schützen oder uns einen Job verschaffen. Das sollten wir wissen, denn wenn es etwas Wichtiges zu kommunizieren gibt, formulieren wir es.

Vor 30 Jahren, am 12. Oktober 1991, wählt ein Mann um 2.30 Uhr nachts den Notruf der Polizei.

„Guten Tach, Meier mein Name, ich hab 'n Wildunfall gehabt. Könnten Sie wohl jemand vorbeischicken? Is keiner verletzt, nur 'n bisschen an der Stoßstange“, sagt er. Fünf Minuten später machen sich Polizeiobermeister Jörg Lorkowski und Andreas Wilkending vom Polizeiabschnitt Holzminden in Südniedersachsen auf den Weg in den Wald, um dem Mann zu helfen. Als sie nach ein paar Stunden immer noch nicht zurück sind, fährt eine Streife nach ihnen gucken. Sie findet Blutlachen und Patronenhülsen im Wald. Aber keine Polizisten. Und auch kein Auto.

Die Ermittler sind sich schnell sicher, dass der Anrufer ihnen eine Falle gestellt haben muss. Er ist der Schlüssel. Doch alles, was sie über ihn haben, ist eine Tonaufnahme von ihm. 44 Sekunden lang.

Nicht gerade viel, könnte man meinen. Aber das stimmt nicht. Denn die Stimme eines Menschen ist einmalig, sogar unverkennbar. Es gibt keine zwei Stimmen auf der Welt, die absolut gleich klingen. Und: In jeder Stimme finden sich unzählige Hinweise auf die Identität, den Gesundheitszustand, den Charakter und die Herkunft ihres Besitzers. Man muss sie nur erhören können.

Die Stimme des unbekannten Anrufers wird von Sprachanalytikern des Bundeskriminalamts analysiert. Sie befinden: Sie sei sehr hoch für einen Mann. Ein Zeichen, dass er noch jung sein muss. Maximal 30 Jahre alt. Außerdem spricht er in westfälischem Dialekt. Da sich die Stimme eines Menschen in seiner Jugend formt und sich dann auch Dialekte so einprägen, dass man ihnen kaum noch entgegen kommen kann, muss er in Westfalen aufgewachsen sein. Aber wo genau? Als die Ermittler noch genauer hinhören, fällt ihnen auf, dass er ein Wort nicht westfälisch ausspricht. Es ist das Wort „sagen“. Bei ihm klingt es wie:

ABLA

(BLABLABLA)

Our voice is a powerful instrument. Utterly unique, it can reveal our identity and expose our feelings. But it can also protect us from illness or even provide us with valuable employment. If there's something important to communicate, we usually say it.

Just over 30 years ago, on 12 October 1991, a man calls the police at 2:30 am.

"Hello, my name is Meier. I've hit an animal with my car near the forest. Could you send someone? Nobody's been hurt, there's just a bit of damage to the bumper." Five minutes later, Jörg Lorkowski and Andreas Wilkending set off from the police station in Holzminden, in Lower Saxony, northwest Germany. But after a few hours, they still haven't returned. A patrol car cruises by to check on things. They find pools of blood and bullet casings – but no policemen. And no car, either.

Detectives assume the caller must have set a trap. But the only clue they have about his identity is a 44-second recording of his call.

You might think that doesn't seem like much. But that isn't quite true. A person's voice is unique, unmistakable. There are no two voices in the world that sound exactly the same. And each voice reveals countless clues about the identity, health, character and origin of its owner. You just need to know how to identify them.

Back in northern Germany, speech experts analyse the voice of the unknown caller.

<<< page 7

also forgeries. A painting like that is worth maybe €2,000, but a genuine Rembrandt is worth more like €10 million. And then you have the total fakes. There are artists for whom 40 per cent of 'their' 300 or so works of art are forgeries – but we just don't know which ones. In Germany, Wolfgang Beltracchi forged hundreds of paintings that sold for millions of dollars before he was caught and sent to prison. It's a fantastic story. Not for the collectors and museums, of course, but I certainly admire the forgeries he created.

YOU ADMIRE A FRAUDSTER?

They may be my opponents, but that doesn't mean I don't respect them. I wouldn't be able to beat them without it. For my job, I have to be able to read every single sign. I can't suppress any emotions.

REMBRANDT'S FULL NAME WAS REMBRANDT VAN RIJN. JUST LIKE YOUR GREAT TEACHER ...

Yes. Eventually, my fascination for the topic inevitably led me to Michel van Rijn, who is probably the world's most famous art criminal. He was active from the 1970s to the 1990s. He actually once used the similarity in names to sell a genuine Rembrandt. He rented a castle, invited a few wealthy art buyers over from Japan, flashed them his passport and told them he was Rembrandt's great- great- great- great-grandson. And it worked. He was able to sell the painting for a lot of money.

AT LEAST IT WAS A GENUINE REMBRANDT ...

Yes, that was OK. But this story shows how cunning criminals can be. Despite my admiration, criminals are still criminals. Although I actually think most people in the art world deceive others in one way or another.

>>> page 17

<<< Seite 14

ohnehin finde, dass die meisten Leute im Kunstbetrieb irgendwie betrügen. Wenn ein modernes Gemälde zum Beispiel aus einem schwarzen Strich besteht und Händler und Museen dafür zig Millionen Euro zahlen und Otto Normalverbraucher sich denkt: „Was für ein Mist.“ – Dann stimmt etwas nicht. Insofern ist das Geschäft mit der Kunst immer auch ein Grenzgang.

UND DENNOCH LIEBEN SIE DIE KUNST?

Ja, aber eher archäologische Funde und alte Gemälde, wenn also Geschichte und Kunst zusammenkommen.

MAN NENNT SIE JA AUCH „INDIANA JONES DER KUNSTWELT“ ...

... ich sehe mich da eher als Inspektor Clouseau.

MEHR UNGESCHICKTER DETEKTIV ALS ABENTEURER?

Ja, denn ich mache oft Fehler, wie Clouseau. Aber ich bin erfolgreich, wahrscheinlich weil ich niemals aufgebe.

WIE IST ES ZU DER LEHRE BEI MICHEL VAN RIJN GEKOMMEN?

Ich lernte ihn Anfang 2000 kennen, da arbeitete er schon für Scotland Yard. Das war gut, denn ich hätte mich nie einem Kriminellen angeschlossen. Ich war sechs Jahre bei ihm, ich arbeitete in Amsterdam, er in London. Mal kam das FBI, mal die „New York Times“, mal ein gesuchter Fälscher, mal die Mafia. Er kannte ja viele zwielichtige Gestalten und nahm mich mit zu Verhandlungen. Mich allein hätten die nie für voll genommen. Die Gangster und van Rijn saßen in einer Ecke, ich in der anderen und habe alles gehört und natürlich gut aufgepasst. Und irgendwann hatte ich ein ganz gutes Gefühl und wusste, wie man es anstellen sollte, damit man das alles überlebt.

>>> Seite 18

„sahhren“. Sahren sagt man in Ostfalen, nicht in Westfalen. Die Ermittler schließen, er muss im Grenzgebiet der beiden Sprachräume gelebt haben, wo er beide Einflüsse mitbekam, irgendwo in Ostwestfalen also.

Die Ermittler lassen die 44 Sekunden von Radiostationen in Ostwestfalen abspielen. Es dauert nicht lange, da bekommen sie mehrere Hinweise auf einen jungen Mann. Als sie den 29-jährigen Dietmar J. aus Ostwestfalen aufsuchen, gesteht er, die Polizisten erschossen zu haben. Sie nehmen ihn fest.

Wir Menschen haben meist ein zwiespältiges Verhältnis zu unserer Stimme. Eigentlich hätte sie ja ein bisschen Dankbarkeit verdient, schließlich benutzen wir sie jeden Tag. Sie ermöglicht es uns, uns auszudrücken, zu plaudern, zu lachen, zu streiten. Und doch bleiben wir in unserer Auseinandersetzung mit ihr bei Oberflächlichkeiten hängen. Während Kinder mit Sprachschwierigkeiten von Logopäden geholfen wird, besuchen Erwachsene Sprechtrainer, um ihren Rhythmus und Sound aufzupolieren. Doch die meisten wissen gar nicht, wie sie eigentlich klingt – die eigene Stimme. Hören wir sie auf Band, schrecken wir auf. Was? Das soll ich sein? Wir sind kurz bestürzt und versuchen dann, schnell zu vergessen, was wir gehört haben. Dabei lohnt es sich, sich damit auseinanderzusetzen, wie die eigene Stimme klingt. Und vor allem: was sie über uns verrät. Denn die Stimmanalyse wird für Forschung, Wissenschaft und Wirtschaft immer wichtiger.

Als Björn Schuller als Jugendlicher in den 80er-Jahren die Serie „Knight Rider“ guckt, ist er von K.I.T.T. fasziniert, dem schwarzen Sportwagen, der denken und sprechen kann. K.I.T.T. ist mehr als ein einfaches Auto, es ist ein liebevolles Superauto, das schon beim Einsteigen erkennt, wie sein Gast sich gerade fühlt.

„Die Vorstellung, dass eine Maschine Gefühle erkennen kann, fand ich damals unglaublich faszinierend“, sagt Schuller.

Björn Schuller ist 46 Jahre alt und Professor für Embedded Intelligence for Health Care and Wellbeing an der Universität Augsburg. Man könnte auch sagen, er baut heute Maschinen, wie K.I.T.T., das Superauto, eine war. Maschinen, die mithilfe von künstlicher Intelligenz (KI) erkennen, wie ein Mensch sich gerade fühlt – und das allein am Klang seiner Stimme. Unabhängig davon, was der Mensch eigentlich sagt.

„Gefühle spiegeln sich auf unterschiedlichste Weise in der Stimme wider. Bei Wut zum Beispiel steigen meist Sprachtempo und Lautstärke. Die Stimme klingt oft höher und die sogenannte Zentralisierung von Vokalen wird ungenauer. Das heißt: Ich artikuliere nicht mehr sauber“, sagt Schuller. Sind wir fröhlich, variieren wir stärker in der Satzmelodie. Fürchten wir uns, ist die Satzmelodie monoton. Wir sprechen schneller, höher und undeutlicher. Trauern wir, klingen wir tief und gedämpft. Künstliche Intelligenz kann all das in Echtzeit aus Sprachaufnahmen herausfiltern.

Wofür das gut sein soll? Stellen Sie sich kurz vor, Sie rufen bei einem Callcenter an. Schon während Sie dem Sprechcomputer Ihr Anliegen mitteilen, erkennt eine KI, dass Sie innerlich rasen vor Wut. Der Mitarbeiter, der Ihren Anruf annehmen wird, wird vorgewarnt. Er weiß jetzt, worauf es ankommt: zuhören und Verständnis zeigen. Behutsam redet er mit Ihnen. Während des Gesprächs kann er auf einem Bildschirm verfolgen, ob Sie sich beruhigen oder noch wütender werden. Genau so eine Software hat Schuller entwickelt. Sie heißt Callaiser und wird in mehreren deutschen Callcentern benutzt.

Doch nicht nur flüchtige Gefühle, sondern auch Persönlichkeitszüge lassen sich an der Stimme erkennen. Zuletzt wurde das in einer

WIR MENSCHEN HABEN MEIST ...

Designed by www.agesfreepik.com

It's high-pitched – a sign the man must still be young. Thirty years old at the most. And because our voices, and therefore our dialects, are formed mostly when we're young, the experts deduce that he comes from the west German state of Westphalia. But where exactly? As they continue their analysis, they notice a word that's pronounced slightly differently – in the dialect of East- rather than Westphalia. So the analysts figure the man must have lived somewhere near the border area between the two regions.

Next, the police play the 44-second clip on local radio stations. It doesn't take long until they receive several tips leading to one young man. When they find 29-year-old Dietmar J from Eastphalia, he confesses to shooting the two policemen and is arrested.

Humans have a very ambivalent relationship to our voice. Truth is, we should show it a little more gratitude – after all, we use it often enough. It enables us to express ourselves, to chat, laugh and argue. But we often focus too much on superficialities. While children with speech difficulties receive help from speech therapists, adults visit speech trainers to finetune their rhythm and sound. The irony is, most people don't know what their own voice truly sounds like. If we hear a recording of it, we're shocked: 'That's really me?', we wonder, and then quickly try to forget what we've heard. We shouldn't. It's worth listening to your own voice and learning what it reveals about you. In fact, voice analysis is becoming increasingly important for research, science and the economy.

When Björn Schuller watched the '80s TV show 'Knight Rider', he was fascinated by

K.I.T.T, the black sportscar that could think and talk. Such was K.I.T.T.'s ability, it could even tell how its driver was feeling as soon he sat in the car.

"At the time, I found the idea that a machine could recognise feelings absolutely incredible," says Schuller. Now, the 46-year-old is professor for embedded intelligence for health care and wellbeing at the University of Augsburg, in southern Germany. You could say he builds machines like K.I.T.T. Machines that, with the help of artificial intelligence (AI), recognise how a person is feeling, just from the sound of their voice, regardless of what they say.

"Feelings are reflected in many ways in the sound of our voice. When we're angry, for example, the speed and volume tend to increase. The voice often sounds higher and the so-called centralisation of vowels becomes less precise. That means we don't articulate cleanly," says Schuller. When we're happy, our melody changes are more pronounced. If we're afraid, we become more monotone and speak quicker and higher. And when we're sad, our voice is deep and muffled. AI can recognise all this in real time.

But what is this good for? Imagine you ring up a call centre. As soon as you begin to tell the automated system why you're calling, AI recognises that you're extremely angry. The employee taking your call is warned in advance. He knows to show understanding. As he delicately listens to your problem, the screen in front of him lets him know if you're becoming calmer or even more agitated.

<<< page 15

HOW DO YOU MEAN?

If a piece of modern art comprises a simple black stroke across the canvas, but still manages to sell for millions of euros, the average person might think, "What a load of crap". Then, for me, something isn't quite right. I have the feeling that the business of art is constantly treading a fine line.

AND YET YOU STILL LOVE ART?

Yes, but more in terms of archaeological discoveries and old paintings – where art and history come together.

YOU'VE BEEN CALLED "THE INDIANA JONES OF THE ART WORLD" ...

... I see myself more as an Inspector Clouseau.

MORE THE CLUMSY DETECTIVE THAN THE BRAVE ADVENTURER?

I often make mistakes like Clouseau, but I am successful. Probably because I never give up.

HOW DID YOU MANAGE TO LAND THE APPRENTICESHIP WITH VAN RIJN?

I got to know him in 2000, when he was already working for Scotland Yard. That was good, because I would never have associated myself with an active criminal. I worked with him for six years – I was in Amsterdam and he was in London. Sometimes the FBI would come calling, or the New York Times, or a wanted forger or even the mafia. Van Rijn knew a lot of shady characters and took me along to negotiations. If I'd gone by myself, they would never have taken me seriously. Van Rijn and the gangsters sat in one corner, while I sat in the other, listening to everything, taking it all in and learning how it worked. And then at some point I felt I had a good feel for things. By that, I mean I

>>> page 19

**WE HUMANS
OFTEN HAVE
AN AMBIVALENT
RELATIONSHIP ...**

UND? WIE STELLT MAN ES AN?

Drei Dinge sind wichtig. Erstens: Ich kooperiere viel mit der Polizei, man muss sich ans Gesetz halten, sonst arbeiten die nicht mit dir. Und bei den Kriminellen ist es wichtig, immer, wirklich immer sein Wort zu halten. Wenn du das nicht machst, dann rufen sie dich nicht mehr an. Im besten Fall. Im schlimmsten verprügeln sie dich. Mindestens. Und man darf auch nicht zu schnell beeindruckt sein. Wenn ein Krimineller dir droht, musst du zurückdrohen. Man muss die Codes und die Umgangsformen in der Szene kennen. Natürlich habe ich auch manchmal Angst, aber die darf ich nicht zeigen.

WEIL ES TROTZ ALLEM GEFÄHR- LICH IST?

Sicher, denn wenn ich auf der Suche nach geraubter Kunst bin, muss ich rein in diese Welt der Gangster und Verbrecher. Aber das ist natürlich auch spannend. Ich hatte mal mit einer Bande zu tun, die einige Gemälde loswerden wollte. Einer saß auf meinem Sofa und drohte mir: „Arthur, wenn du uns verarschst, dann werden wir dich finden und dann bekommst du echte Probleme.“ Ich darauf: „Du sitzt auf meinem Sofa, du weißt, wo ich wohne. Wo ist dein Problem?“ Ich versuche, den Leuten couragiert zu begegnen, ihnen aber auch sofort klarzumachen, dass ich ihnen keine Probleme machen will. Und in 99 Prozent der Fälle wurde ja niemand ermordet, es wurde „nur“ etwas gestohlen. Und ob du nun einen Fernseher oder einen Picasso klast – vor dem Gesetz ist das gleich. Und so finde ich immer Leute, die mir helfen.

WIRD MAN MIT DER ZEIT ABGE- BRÜHTER?

... EIN ZWIESPÄLTIGES VERHÄLTNIS ZU UNSERER STIMME.

DESIGNED BY WINKIMAGES/FREEPIK

Studie der Universität Göttingen erforscht, die dieses Jahr in der Fachzeitschrift „Journal of Research in Personality“ veröffentlicht wurde.

Die Wissenschaftler analysierten die Stimmen von rund 2.000 Teilnehmern und befragten sie zu ihrer Persönlichkeit. Das zentrale Ergebnis: Menschen mit tieferen Sprechstimmen sind dominanter und extrovertierter. Außerdem gelten sie als soziosexueller, haben also häufiger Gelegenheitssex außerhalb einer Beziehung als Personen mit höheren Sprechstimmen.

Unternehmen wie Precire machen sich diese Erkenntnisse zunutze. Das Aachener Start-up hilft anderen Unternehmen, passende Mitarbeiter zu finden, und zwar durch Stimmanalysen.

Der mögliche Bewerber ruft dafür bei einer Nummer an und beantwortet 15 Minuten banale Fragen à la: Wie war Ihr letzter Urlaub? Eine Software untersucht die Stimme dabei auf bestimmte Kriterien, die Aufschluss über die Persönlichkeit des Kandidaten geben sollen, und vergleicht sie mit Sprechmustern von 5000 Probanden. Dann erstellt Precire ein psychologisches Profil, das der Arbeitgeber erhält.

Und hier wird es schwierig. Denn das Problematische an dieser Art von Bewerbungsgespräch ist, dass der Kandidat keinen wirklichen Einfluss mehr auf seine Zukunft hat. Qualifikationen, Erfahrung, Expertise – all das wäre plötzlich nicht mehr gefragt. Es gäbe keine Chance, sich zu verbessern, wer ändert schon mal auf die Schnelle seine Charakterzüge? Aber als flankierendes Kriterium sicher denkbar.

Zurück zu Björn Schuller: Denn der Professor sieht in der Entwicklung seiner Programme nicht nur neue Möglichkeiten für die Wirtschaft, er sieht vor allem eine Chance für den Menschen selbst.

Er erzählt, er habe neben dem Faible für gefühlsduselige Maschinen auch schon immer eine Faszination für Medizin gehabt. „In einer Forschungsreihe, die ich organisiere, haben wir irgendwann angefangen, uns von Emotionen hin zu Krankheiten zu bewegen und zu untersuchen, inwiefern uns die Stimme Aufschluss über sie geben kann“, sagt Schuller. Sein Gedanke: Wenn sich bei bestimmten Krankheiten stimmliche Veränderungen feststellen lassen, wäre es dann im Umkehrschluss nicht auch möglich, diese Krankheiten allein durch eine Stimmprobe zu diagnostizieren? Sie quasi zu erhören?

Schuller und Kollegen entdecken, dass es bei einer Vielzahl von Krankheiten zu stimmlichen Veränderungen kommt. Darunter: Depressionen, Autismus, ADHS, Demenz, Parkinson. Erkrankten wir, sprechen und klingen wir anders.

Die Idee ist nicht neu. Schon in den 1950er-Jahren gab es Untersuchungen zu stimmlichen Veränderungen bei Depressionspatienten und Suizidgefahr. Depressive haben demnach tiefere, gedämpftere Stimmen. Sie klingen bedrückter als vorher. Doch entsteht durch die moderne Technik heute ein noch viel präzise-

... WITH OUR VOICE.

<<< page 17

knew how to go about it in order to survive.

AND – HOW DO YOU DO IT?

There are three important things. Firstly, I cooperate a lot with the police. You have to abide by the law, otherwise they don't work with you. With criminals, it's absolutely vital to always keep your word. If you don't, then they won't call you anymore. That's a best-case scenario. Worst case, they'll beat you up – at the very least. Nevertheless, you can't be too easily impressed or overawed. If a criminal threatens you, then you have to threaten them back. You have to know the etiquette and the codes. Of course I feel afraid sometimes, but I can't ever show it.

BECAUSE IT'S DANGEROUS?

Absolutely. If I'm searching for stolen art, then I have to enter this world of gangsters and criminals. But it's also exciting. I was once in contact with a gang that wanted to get rid of some paintings. One of them sat next to me on my sofa and said: "Arthur, if you take the piss out of us, then we'll find you and you'll have serious problems." My response was: "You're sitting on my sofa, you know where I live. What's your problem?" I try to act courageously around these people, while also immediately showing them that I don't want to cause any problems. And in 99 per cent of the cases, nobody was murdered – we're 'only' talking about stolen art. And the law doesn't care whether you steal a TV or a Picasso. So I always find people who help me.

DO YOU BECOME MORE HARD-NOSED AFTER A WHILE?

Well, I used to get really nervous. Nowadays I'm certainly cooler. These people are thieves, fraudsters and drug dealers. They often have several hundred million euros hidden away. But they'll only shoot you if you represent a danger to their business. When

expertise – none of that comes up. There's no opportunity to quickly change tack or improve your answer.

Back to Björn Schuller. The professor believes his programmes won't just benefit the economy but humanity as a whole. In addition to his affinity for sentimental machines, Schuller has always been fascinated by medicine. "I organise a series of competitions and, at some point, we moved away from analysing emotions to looking at illnesses and the ways in which the voice can tell us more about them," he explains. His thesis: Would certain illnesses have a specific effect on the voice? And if so, wouldn't it be possible to diagnose these illnesses via voice analysis?

Schuller and his colleagues found that, indeed, many illnesses do affect the voice including depression, autism, ADHD, dementia and Parkinson's. This idea itself isn't new: as far back as the 1950s, researchers were exploring changes in the voices of patients with depression. However, modern technology can now reveal a much more detailed picture. AI can run rapid comparisons with thousands of other voices – something the human brain could never manage. This can produce more precise diagnoses.

Yet the voice can tell us even more. Schuller and his team are currently working on a project with autistic children. "Autistic people

Schuller has developed a system that can do precisely this – Callaiser.

And it isn't just fleeting feelings – the voice also reveals valuable information about our personality traits, as shown by a recent study at the University of Göttingen. Scientists analysed the voices of approximately 2,000 people, finding that those with deeper voices are often more dominant and extrovert. They also tend to be more open to casual sex than people with higher-pitched voices.

Now, companies like Precire are putting these findings to use. The German start-up is helping other companies to find the right employees with a little assistance from voice analysis. Job applicants call a number and for 15 minutes answer banal questions like, 'How was your last holiday?' Software then analyses their voice and creates a psychological profile to send to the employer.

This is where things become tricky. The problem with this kind of job interview is that candidates have very little influence over their future. Qualifications, experience,

>>> page 23

res Bild. Wo früher nur ein paar relevante Faktoren berücksichtigt werden konnten, bringen sich künstliche Intelligenzen heute selbst immer neue relevante Faktoren bei, auf die hin sie die Stimme untersuchen. Sie können sie mit Abertausenden anderen Stimmen vergleichen. Etwas, zu dem ein normales menschliches Hirn gar nicht in der Lage wäre. Somit immer genauere Diagnosen treffen.

Aber die Erkenntnisse, die wir aus der Stimme ziehen können, gehe noch weiter. Sie bieten Chancen, neue Behandlungsmethoden zu entwickeln. Ein Beispiel: Schuller und seine Kollegen arbeiten an einem Projekt mit autistischen Kindern. „Autisten fällt es oft schwer, ihre Gefühle so zu zeigen, dass andere sie verstehen“, sagt Schuller. „Das ist aber wichtig, um sich im sozialen Kontext zu integrieren.“ Schuller und seine Kollegen wollen die emotionale Kommunikation zwischen Autisten und Nichtautisten stärken und den autistischen Kindern eine Art Leitfaden geben, mit dem sie lernen können, Emotionen so zu zeigen, dass andere diese erkennen. Gefühle als Fremdsprache sozusagen.

„Das war Machine-Learning-technisch sehr spannend, weil wir umgekehrte Rückschlüsse ziehen mussten“, sagt Schuller. „In einem ersten Schritt haben wir eine App entwickelt, die per Stimmanalyse die Gefühle erkennen kann, die das autistische Kind zeigen möchte. In einem zweiten Schritt wollten wir dem Kind dann Feedback geben. Ihm zeigen, wie man die Gefühle anders hätte zeigen können. So, dass man sie besser versteht. Dafür vergleicht die KI die Stimmanalysen des Kindes mit denen von Nichtautisten und schaut, wo die Analysen abweichen. Aber wie kommuniziert man das dem Kind? Wir können ja nicht sagen: Erhöht mal die Zentralisierung des A-Vokals!“

Schuller und seine Kollegen entscheiden sich für Visualisierungen, bei denen dem Kind vorgeführt wird, wie es hätte klingen müssen, damit andere es verstehen. Das habe gut funktioniert, sagt er, da die autistischen Kinder oft sehr technikbegeistert seien.

Die Stimme ist also nicht nur eine Verräterin, die unsere Gefühle und unsere Persönlichkeit offenbart, nein, sie bietet auch eine Chance auf neue Behandlungsmethoden und frühere Diagnosen. Und auf ein einfühlsameres Gespräch mit einem Callcenter-Mitarbeiter. ~



**AUCH
PERSÖNLICHKEITS-
ZÜGE LASSEN
SICH AN DER
STIMME ER-
KENNEN.**

THE VOICE ALSO REVEALS VALUABLE INFORMATION ABOUT OUR PERSONALITY TRAITS.

often have difficulty showing their emotions in ways other people understand," Schuller says. "But this is important when it comes to social integration." He wants to strengthen the level of emotional communication between autistic and non-autistic people by giving autistic children a sort of guideline they can adopt that allows them to show their

emotions in a way others understand.

"This is very exciting from a machine learning perspective," says

Schuller. "First we developed an app that used voice identification to recognise which feelings the child wanted to express. Then we wanted to show the child how they could have expressed themselves differently, so people understand them better. We used AI to find the vocal differences between an autistic and non-autistic child." Schuller's team then used visualisations to show the child how to alter their voice accordingly.

So, you see, the voice isn't just some sort of traitor that lays bare our feelings and personality; it offers the opportunity to discover new forms of treatment and make earlier diagnoses. And have more empathetic conversations with call centre workers. ~

Nun, früher war ich sehr nervös. Mittlerweile bin ich cooler. Diese Leute sind Diebe, Betrüger und Drogenhändler, oft haben sie Hunderte Millionen Euro irgendwo versteckt. Aber die erschießen dich nur, wenn du eine Gefahr für ihre Geschäfte bist. Aber in mir sehen sie bloß einen Vollidioten, der Kunst liebt.

SIE SIND IN EINER HALBWELT UNTERWEGS UND KOMMEN INS SPIEL, WENN DIE POLIZEI NICHT MEHR WEITERWEISS. WAS IST IHRE STÄRKE?

Ich bin beweglich. Manchmal kann eben ein einzelner Spieler ein Spiel entscheiden. Die Polizei ist sehr engagiert, aber wenn sie nichts findet, gibt sie nach zwei Jahren auf. Ein Polizist hat mal zu mir gesagt: „Arthur, du hast es viel leichter als wir. Wenn du einen Kriminellen sprechen willst, dann rufst du ihn einfach an. Wir müssen erst Hunderte von Papieren ausfüllen.“ Die Polizei kontaktiert mich, weil sie weiß, ich bin kein Krimineller, und die Kriminellen sprechen mit mir, weil sie wissen, dass ich kein Polizist bin.

WIE KOMMEN SIE ZU IHREN KONTAKTEN?

Die ergeben sich über die Jahre. Ein Beispiel: Einer der berühmtesten Kunstdiebe der Welt ist Octave Durham. Ich war zehn Jahre hinter ihm her, habe ihn nie mit einem Verbrechen zusammenbekommen, dabei lebten wir beide in Amsterdam. Eines Tages haben wir uns zufällig auf der Straße getroffen, uns angeschaut, gelacht und schließlich ein Bier zusammen getrunken. Als Dieb ist er längst nicht mehr aktiv, aber wenn ich jemanden suche, dann hilft er mir.

WOLLEN DIEBE MANCHMAL AUCH, DASS SIE FÜR SIE EIN GESTOHLENES KUNSTWERK VERKAUFEN?

Nein, so eine Anfrage ist noch nicht gekommen. Aber klar, geraubte Kunst ist schwer zu ver-

SPRICH MIT MIR

Videomeetings sind das neue Kommunikations-Non-plusultra – aber längst keine Universallösung. Oder tragen Sie Ihren Lieblingsanzug etwa im Büro genauso wie im Gym und am Beach? Na also! Und wie auch bei der Garderobe gilt: Für die Wahl des passenden Business-Kommunikationskanals braucht es Kompetenz und Bewusstsein. Wir liefern eine Entscheidungshilfe.

Text: Sascha Borrée / Illustration: Sascha Golowin

VOICE- ODER VIDEONACHRICHTEN / VOICE OR VIDEO MESSAGING



► **Intuitiv** und bequem für den Absender, der sich das Komponieren durchdachter Texte sparen kann

► **Intuitive** and convenient for the sender, who doesn't need to compose well-thought-out texts



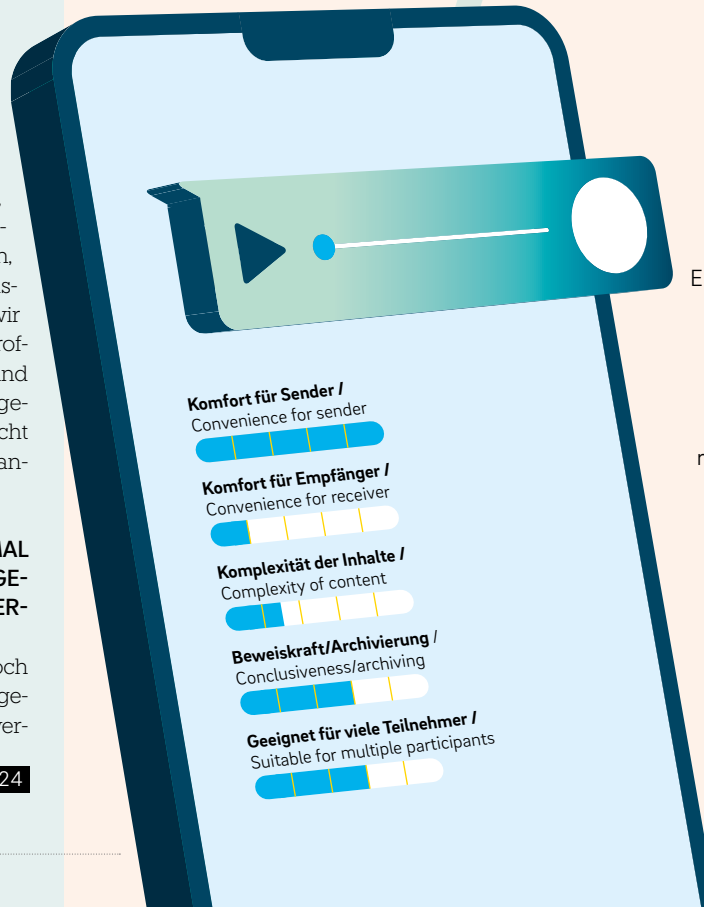
► **Zeitintensiver** für den Empfänger, der die gleichen Inhalte schriftlich viel schneller erfassen könnte ► Bleibt auch mal länger ungehört, etwa wenn der Empfänger im Meeting sitzt – und eigentlich dringend auf die entsprechende Info angewiesen wäre

► **More time-intensive** for the receiver, who could digest written content more quickly ► May go unheard longer - if the recipient is in a meeting, for example, and can't listen to the message



► **Komplett ungeeignet** für professionelle Business-Kommunikation

► **Totally unsuited** to professional business communication



<<< page 19

they look at me, they just see an idiot who loves art.

YOU OPERATE IN A NEBULOUS WORLD. USUALLY YOU'RE CALLED UPON WHEN THE POLICE NO LONGER KNOW WHAT TO DO. WHAT WOULD YOU SAY YOUR STRENGTH IS?

I think it's because I'm flexible. Sometimes a single player can decide a game. The police are very engaged, very thorough, but if they don't find anything after a couple of year, then they often give up. A policeman once said to me, "Arthur, it's much easier for you than it is for us. If you need to speak to a criminal, you can just call him. We first have to fill out hundreds of forms." The police contact me because they know I'm not a criminal; and criminals talk to me because they know I'm not a policeman.

HOW DO YOU MAKE CONTACTS?

That happens over the years. I'll give you an example: One of the most famous art thieves in the world is Octave Durham. I was after him for ten years, but I never managed to connect him to a particular crime. The funny thing is that we both lived in Amsterdam. Anyway, one day we happened to be walking down the same street. We looked at each other, laughed, and then drank a beer together. He's not stolen anything for a long time, but when I'm looking for someone, then he's happy to help me.

DO THIEVES EVER ASK YOU TO SELL STOLEN ART FOR THEM?

No, that's never happened. But stolen art is hard to sell. Which is why it's used as payment or a deposit in the underworld. You buy drugs – and pay with a Picasso. This way, a painting can change owner up to ten times in just a few years. And when I call the tenth owner and say, "You've got a stolen Picasso," then he denies it. But he also starts to think. And I remain persistent.

>>> page 27

TEXTCHATS / TEXT CHATS



➤ **Intuitiv benutzbar**, da aus dem Privatleben bekannt ➤ **Kürzeste Antwortzeit** ➤ **Multimediale Inhalte** einfach einbindbar

➤ **Intuitive** due to familiarity ➤ **Shortest response time** ➤ **Easy to integrate multimedia content**



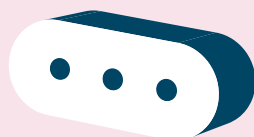
➤ **Hat klare Grenzen** in puncto Komplexität ➤ Mehr mit dem schnellen Telefongespräch als mit der E-Mail verwandt

➤ **Clear limitations** in terms of complexity ➤ More similar to quick phone calls than e-mails

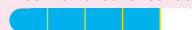


➤ **Für schnelle Abstimmung** ideal, wenn Chats in Business-Plattformen integriert sind ➤ Nutzung privater Messenger wie WhatsApp eher problematisch

➤ **Ideal for quick coordination** if chats are integrated with business platforms ➤ Use of private platforms like WhatsApp can be problematic



Komfort für Sender /
Convenience for sender



Komfort für Empfänger /
Convenience for receiver



Komplexität der Inhalte /
Complexity of content



Beweiskraft/Archivierung /
Conclusiveness/archiving



Geeignet für viele Teilnehmer /
Suitable for multiple participants



Communication Tools

TALK TO ME!

Video meetings may be the hottest new means of communication, but they aren't a universal solution. After all, you don't wear your favourite suit to the beach or the office! Just like with wardrobe choices, choosing the right business communication channel requires skill and awareness. Allow us to help you decide.

kaufen. Also benutzt man sie in der Unterwelt als Zahlungsmittel oder als Pfand. Man kauft Drogen – und bezahlt mit einem Picasso. In wenigen Jahren wechselt ein Gemälde so bis zu zehnmal den Besitzer. Wenn ich dann den zehnten Besitzer anrufe und sage: „Du hast einen gestohlenen Picasso“, dann streitet der das ab. Aber er fängt an nachzudenken. Und ich bleibe beharrlich, zeige die Optionen auf. Er kann das Gemälde der Polizei geben, die aber Fragen stellt. Oder er gibt es mir und ich bringe es zur Polizei. Viele sind wirklich froh, das Ding endlich loszuwerden. Denn vernichten ist auch keine Option, darauf stehen hohe Strafen. Alle diese Drogendealer und Mafiabosse haben eine ganz große Angst, wegen einer nebensächlichen Angelegenheit verhaftet zu werden, mit der sie gar nichts zu tun haben. So wie Al Capone, den man ja wegen Steuerhinterziehung eingesperrt hat.

OFT KOMMEN ABER NICHT DIE KUNSTWERKE ZU IHNEN, SONDERN SIE SUCHEN AKTIV DACH.

Ja, richtig. Der berühmte Ring des Dichters Oscar Wilde zum Beispiel wurde 2002 gestohlen, der Täter kurze Zeit später erwischt und er behauptete, er habe ihn einschmelzen lassen. So etwas sagen Diebe oft, denn sie wollen ja keine Probleme mit den Leuten kriegen, an die sie verkauft haben. Aber mir war klar, dass das nicht stimmt. Er hätte vielleicht 150 Euro Materialwert für etwas bekommen, das mehrere Hunderttausend wert ist. Also habe ich mich auf die Suche gemacht.

WIE LANGE?

Zehn Jahre etwa. 2015 hörte ich, dass in London ein Ring aus der viktorianischen Zeit mit einem eingravierten Satz aufgetaucht war. Da war mir klar: Das muss er sein. Die Geschichte war kurios: Der Dieb hatte ihn natürlich ver-

E-MAIL / E-MAIL



➤ **Der Klassiker** unter den Kommunikationskanälen, kennt und kann jeder
 ➤ Absolute Zeitautonomie beim Empfänger
 ➤ Auch komplexere Themen gut darstellbar
 ➤ Wird von den wenigsten Mitarbeitern (14 Prozent) als belastend empfunden

➤ **The classic choice** for communication channels
 ➤ Freedom for the reader
 ➤ Can handle complex topics
 ➤ Only seen as onerous by 14 per cent of workers



➤ **Erzeugt Stress** und Frust, wenn zu oft oder unklar (überkomplexe Inhalte, mangelhafte Strukturierung, zu große Verteiler) genutzt

➤ **Creates stress** and frustration if they are too regular or unclearly used (overly complex, lack of structure, too many recipients)

➤ **Bei entsprechender Kompetenz sehr gut** zur Abstimmung und Diskussion komplexerer Themen geeignet

➤ **With the right expertise**, well suited to coordination and discussion of complex topics

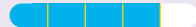
Komfort für Sender /
Convenience for sender



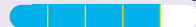
Komfort für Empfänger /
Convenience for receiver



Komplexität der Inhalte /
Complexity of content



Beweiskraft/Archivierung /
Conclusiveness/archiving



Geeignet für viele Teilnehmer /
Suitable for multiple participants



TELEFON / TELEPHONE



➤ **Sofortige Antwort** (und sofortige Klärungsmöglichkeit bei Unklarheiten)
 ➤ Zweier-austausch für viele Zwecke effektiver als Meetings mit mehreren Teilnehmern
 ➤ Paraverbale Informationen (Lachen, Räuspern, Schweigen) werden mitübertragen
 ➤ Deshalb die wohl intuitivste Art der digitalen Kommunikation

➤ **Immediate answer** (and ability to explain uncertainties)
 ➤ 1:1 conversation often more effective than larger meetings
 ➤ Communicates paraverbal information (laughing, silence etc.)
 ➤ Most intuitive type of digital communication

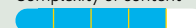
Komfort für Sender /
Convenience for sender



Komfort für Empfänger /
Convenience for receiver



Komplexität der Inhalte /
Complexity of content



Beweiskraft/Archivierung /
Conclusiveness/archiving



VIDEOKONFERENZ / VIDEO CONFERENCE

- › **Für große Runden** geeignet › Schnelle Stimmungsbilder oder Brainstormings möglich
- › Multimediale Inhalte parallel teilbar › Non-verbale Infos wie Mimik und Gestik werden teilweise übertragen

- › **Good for larger groups** › Quickly captures ideas or moods › Share multimedia content in parallel
- › Some transmission of gestures and expressions

- › **Wird von vielen Mitarbeitern** als anstrengend empfunden (46 Prozent) › Bei unklarer Intention des Einladenden und zu vielen eingeladenen Teilnehmern oft ineffektiv und zeitintensiv › Aufmerksamkeit lässt schneller nach als bei persönlichen Meetings › Videokonferenz-Kompetenz ist auch im zweiten Jahr der Pandemie noch längst nicht bei allen Mitarbeitern ausgeprägt › Erzeugt deshalb Irritation und Unklarheit, etwa wenn viele Mitarbeiter ihre Kamera ausgeschaltet lassen

- › **Tiring** for many workers (46 per cent) › Ineffective and time-intensive if too many attendees or unclear agenda › Easier to lose concentration › Video conference skills still lacking in some workers › This can lead to irritation and uncertainty - if too many attendees turn their camera off, for example

- › **Höchst effektiver Kommunikationskanal** – wenn er bewusst, angemessen und wohldosiert genutzt wird

- › **Highly effective communication channel** when used sensibly, appropriately and with the right frequency



- › **Keine automatische** Dokumentation/Archivierung von Inhalten › Schriftliche Grundlagen sind zur Besprechung komplexer Themen oft wichtig – und können dann parallel per E-Mail geliefert werden

- › **No automatic** documentation/archiving of content › Written notes are often important for complex topics - and can be sent in parallel by mail

Geeignet für viele Teilnehmer /
Suitable for multiple participants



- › **Effektive**, intuitive Kommunikation mit persönlicher Note
- › **Effective**, intuitive communication with a personal touch

Komfort für Sender /
Convenience for sender



Komfort für Empfänger /
Convenience for receiver



Komplexität der Inhalte /
Complexity of content



Beweiskraft/Archivierung /
Conclusiveness/archiving



Geeignet für viele Teilnehmer /
Suitable for multiple participants



<<< Seite 24

kauft. Und dieser Käufer bewahrte den Ring in einem Safe auf, wurde aber 2015 selbst bestohlen. Er konnte natürlich nicht zur Polizei, der Ring war raus aus dem Safe und das war meine Chance. Ich habe recherchiert und telefoniert, bis ich den neuen Besitzer gefunden hatte.

EIN SPEKTAKULÄRER FALL WAR DER RAUB VON 13 KUNSTWERKEN AUS DEM „ISABELLA STEWART GARDNER MUSEUM“ IN BOSTON, DARUNTER EIN VERMEER, EIN MANET UND EIN REMBRANDT. DAS WAR 1990 UND SEITHER SIND SIE SPURLOS VERSCHWUNDEN.

Sie wurden vermutlich von zwei Bostoner Mafiosi gestohlen, die später erschossen wurden. Die Kunstwerke fielen dann wohl in die Hände der IRA, denn Boston hat ja auch eine große irische Gemeinde. Die IRA gibt es so nicht mehr, aber viele alte IRA-Leute sind noch immer sehr aktiv, mit Drogengeschäften, Zigaretten, Schmuck, Gold und so weiter. Ich glaube, dass die Gemälde jetzt in Irland sind – in irgendeiner Scheune.

HABEN SIE EINEN TIPP, IN WELCHER SCHEUNE?

Leider nein. Es gibt eine Belohnung von zehn Millionen Dollar. Deshalb sind viele hinter den Gemälden her.

BEI EINEM IHRER SPEKTAKULÄRSTEN FÄLLE WAREN DIE KUNSTWERKE IN EINEM ABGELEGENEN KELLER VERSTECKT. ES GEHT UM „HITLERS PFERDE“, ZWEI SKULPTUREN VON JOSEF THORAK, DIE WÄHREND DER NAZIZEIT VOR DER BERLINER REICHSKANZLEI STANDEN. WIE HABEN SIE DIE GEFUNDEN?

Ein Hauptkommissar aus Berlin suchte danach, ich auch – und so haben wir uns zusammengetan. Eine Partnerschaft kann da viel bewirken. Es gab Spuren in Richtung alter Nazis, neuer Na-

>>> Seite 46

Business-Partner

MIT NACHHALTIGKEIT IN DIE ZUKUNFT

Text: Florian Fratzscher

Neben einer Landwirtschaft, die Natur- und Tierwohl im Fokus hat, geht es Demeter, genauso wie NFON, vor allem darum, Menschen zu verbinden.

Bio ist nicht nur Trend; es ist notwendig. Das Umdenken vieler Lebensmittelkonsumenten treibt auch das Wachstum des ältesten Bio-Verbands Deutschlands an. Neue Standorte kommen hinzu und hybride Arbeitsmodelle treten bei Demeter immer mehr in den Vordergrund. „Wir geben unseren Mitarbeitern die Verantwortung, sich selbst zu organisieren. Ob man im Büro oder zu Hause besser arbeiten kann, soll jeder selbst entscheiden können“, sagt Tobias Armleder, der IT-Leiter von Demeter.

Wo vorher mit der alten Telefonanlage viele Anrufe auf der Mailbox landeten oder abgewiesen wurden, hat NFONs cloudbasierte Kommunikationslösung Cloudya ein modernes, kundenorientierteres Arbeiten ermöglicht. „Wir legen jetzt den Fokus auf dezentrales Arbeiten mit Laptops und Diensthandys, das sorgt für mehr Mobilität und eine bessere Verbindung unserer Mitarbeiter. Einfach per E-Mail anmelden und sie sind direkt auf den Geräten ihrer Wahl erreichbar!“

Die Umstellung auf Cloudya vor 2 Jahren war nahtlos möglich und schafft durch eine einfach skalierbare Cloud-Umgebung die Grundlage für nachhaltiges Wachstum – also ganz im Sinne von Demeter. ~

Business Partner

FOR A MORE SUSTAINABLE FUTURE

Text: Florian Fratzscher

In addition to agriculture that focuses on nature and animal welfare, Demeter, like NFON, is primarily concerned with connecting people.

Organic is not only a trend; it's an essential movement. The shift in the thinking of many food consumers is also a significant growth factor for Germany's oldest organic association. That's why new locations are being added, and hybrid work models are gaining popularity at Demeter. "We empower our employees to organise themselves. Everyone should be able to choose if they prefer to work in the office or from home," explains Tobias Armleder, Demeter's IT manager.

Previously, with the old PBX system, many calls ended up in voicemail or were rejected, but NFON's cloud-based communications solution Cloudya has enabled modern, more customer-focused workflows. "Now, we can focus more on decentralised work setups with laptops and smartphones. This provides our employees with more mobility and enhances collaborations. They can log in with their email and are instantly connected through the devices of their choice!"

The transition to Cloudya's cloud-based communication environment was seamless and built the foundation for more sustainable scaling and growth, thereby aligning with Demeter's general mission. ~

<<< page 23

spell out the options. He can give the painting to the police, but they will ask questions. Or he can give it to me and I can take it to the police. Often, they're happy to get rid of it. Destroying it isn't an option because that comes with severe penalties. All these drug dealers and mafia bosses are terrified of being arrested for a relatively minor offence that could get them into serious trouble. Like Al Capone, who eventually went to jail for tax evasion.

SO, THE ARTWORKS DON'T TEND TO COME TO YOU – YOU HAVE TO ACTIVELY FIND THEM?

That's right. In 2002, a ring belonging to Oscar Wilde was stolen. The culprit was caught not long after and claimed he had melted it down. That's the kind of things thieves often say because they don't want any trouble with the people they've sold the piece to. But I knew he was lying. He would have got about €150 for something worth several hundred thousand. So I started to look for it.

HOW LONG?

About ten years. In 2015, I heard that an engraved ring from the Victorian era had turned up in London. I knew it had to be the one I was looking for. It was a strange story: The thief had sold the ring and the buyer had kept it in a safe. Then, in 2015, it was stolen again. He couldn't go to the police but the ring was out of the safe and that was my chance. So I researched and phoned around until I eventually found the new owner.

ONE OF YOUR MOST FAMOUS CASES INVOLVED 'HITLER'S HORSES': TWO SCULPTURES FROM THE THIRD REICH THAT HAD BEEN MISSING FOR DECADES. HOW DID YOU FIND THEM?

A police inspector from Berlin was looking for them, as was I, so we decided to work together. A partnership can be very effective. There were clues pointing in

>>> page 47

DIE DRITTE WELLE DER DISRUPTION ROLLT

TEXT: DR. KLAUS VON ROTTKAY (CEO), JAN-PETER KOOPMANN (CTO)

• In den ersten neun Monaten des Jahres 2021 konnte die NFON AG trotz volkswirtschaftlich angespannter Lage weiter wachsen. Insbesondere seit dem zweiten Quartal getroffene strategische Weichenstellungen sorgen dafür, dass die Märkte von morgen heute ins Visier genommen werden.

Der fundamentale Trend der Digitalisierung von Geschäftskommunikation bleibt unverändert, auch wenn die europäische Wirtschaft nach wie vor von konjunktureller Unsicherheit geprägt ist. Insgesamt hat sich die NFON Gruppe in diesem Umfeld positiv entwickelt. So lag der Gesamtumsatz mit 56,5 Mio. Euro in den ersten neun Monaten um 14,3 % über dem des Vorjahreszeitraums. Noch deutlicher fiel der Anstieg bei den wiederkehrenden Umsätzen aus: Diese erhöhten sich um 15,7 % auf 50,6 Mio. Euro, was einem Anteil von 89,5 % am Gesamtumsatz entspricht (9M 2020: 88,4 %). Insbesondere aufgrund des weiterhin hohen Volumens an Sprachminuten und der positiven Entwicklung der NFON-Tochter Deutsche Telefon Standard GmbH verzeichnete der durchschnittliche Umsatz über alle Leistungen, Vertriebskanäle und Länder pro Nutzer (blended ARPU) gegenüber den ersten neun Monaten 2020 einen Anstieg um 0,14 Euro auf 9,91 Euro (9M 2020: 9,77 Euro). Die zu Beginn des Jahres geschärfte "Wachs-

tumsstrategie 2024" setzt NFON konsequent um und investiert weiterhin in Marketing und Personal. Klar ist: Die Zukunft liegt in den Märkten für Unified-Communications- und Contact-Center-Produkte. Ein wichtiger Schritt auf diesem Wachstumspfad ist gerade erfolgt: Durch die Partnerschaft mit dem tschechischen Unternehmen Daktela sichert sich NFON den Zugang zum stark wachsenden europäischen Markt für Contact Center as a Service (CCaaS). Mit der neuen Omni-Channel-Lösung Contact Center Hub wird NFON in den Kernmärkten ab dem zweiten Quartal 2022 exklusiv ein Produkt vermarkten können, das zielgruppengerecht Contact-Center-Funktionen für kleine und mittlere Unternehmen und Enterprises bietet. Auch vor diesem Hintergrund muss die leicht unter Plan liegende Seat-Entwicklung mehr als pandemiebedingter, konjunktureller Dämpfer, nicht aber als fundamentales Problem interpretiert werden.

Jede Sprache folgt ihrer
eigenen Melodie, jede Note
hat ihren eigenen Wert. In der
Sprache der Börse ließe sich
mit Blick auf die Zukunft sagen:
NFON – da ist Musik drin.

Every language follows its own melody, each note has its own value. In the language of the stock exchange with a view to the future: NFON – there is music in it.

Interim Financial Report as at 30 September 2021

THE THIRD WAVE OF DISRUPTION IS ROLLING

TEXT: DR. KLAUS VON ROTTKAY (CEO), JAN-PETER KOOPMANN (CTO)

NFON AG continued to grow in the first nine months of 2021 despite the challenging economic situation. Strategic measures implemented since the second quarter in particular have ensured that tomorrow's markets are being targeted today.

The fundamental trend towards digitalisation of business communications remains unchanged, even though the European economy continues to be dominated by economic uncertainty. All in all, the NFON Group developed positively in this environment. At EUR 56.5 million, total revenue in the first nine months was 14.3% higher than in the same period of the previous year.

The increase in recurring revenues was even more significant. They increased by 15.7% to EUR 50.6 million, which equates to an 89.5% share of total revenue (9M 2020: 88.4%). Driven in particular by the continued high volume of voice minutes and the positive development of the NFON subsidiary Deutsche Telefon Standard GmbH, average revenue per user across all services, sales channels and countries (blended ARPU) recorded an increase of EUR 0.14 to EUR 9.91 compared to the first nine months of 2020 (9M 2020: EUR 9.77). NFON is consistently implementing the "Growth

Strategy 2024" it sharpened at the beginning of the year and continues to invest in marketing and personnel. One thing is clear: the future lies in the markets for unified communications and contact center products. An important step on this growth path has just been taken: NFON has secured access to the rapidly growing European market for Contact Center as a Service (CCaaS) through its partnership with the Czech company Daktele. As of the second quarter of 2022, NFON will be able to exclusively market a product in its core markets with its new omni-channel solution Contact Center Hub that offers group-specific contact center functions for small and medium-sized companies and enterprises. Against this backdrop, the development of seats that was slightly below the target must be interpreted more as a pandemic-related economic dampener than a fundamental problem.

>>> Seite 33

<<< Seite 28

Insgesamt hat sich das Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahr weiterhin positiv entwickelt. Insbesondere die wiederkehrenden Umsätze zeigten eine positive Entwicklung. Mit 15,7 % stiegen diese überproportional zum Gesamtumsatz.

Das Umsatzwachstum in den ersten neun Monaten 2021 beruhte vorwiegend auf der Akquise neuer Kunden, einem Anstieg der installierten Nebenstellen (Seats) innerhalb des bestehenden Kundenstamms, insbesondere in Deutschland, UK und Österreich, sowie höheren Umsätzen mit Sprachtelefonie.

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

Die wiederkehrenden Umsätze setzen sich im Wesentlichen aus der monatlichen Zahlung einer festen Lizenzgebühr pro Seat zusätzlich einer festen oder volumenabhängigen Gebühr für die Nutzung von Sprachtelefonie zusammen.

Die Seat-Entwicklung belegt den weiterhin hohen 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.

WER WIR SIND

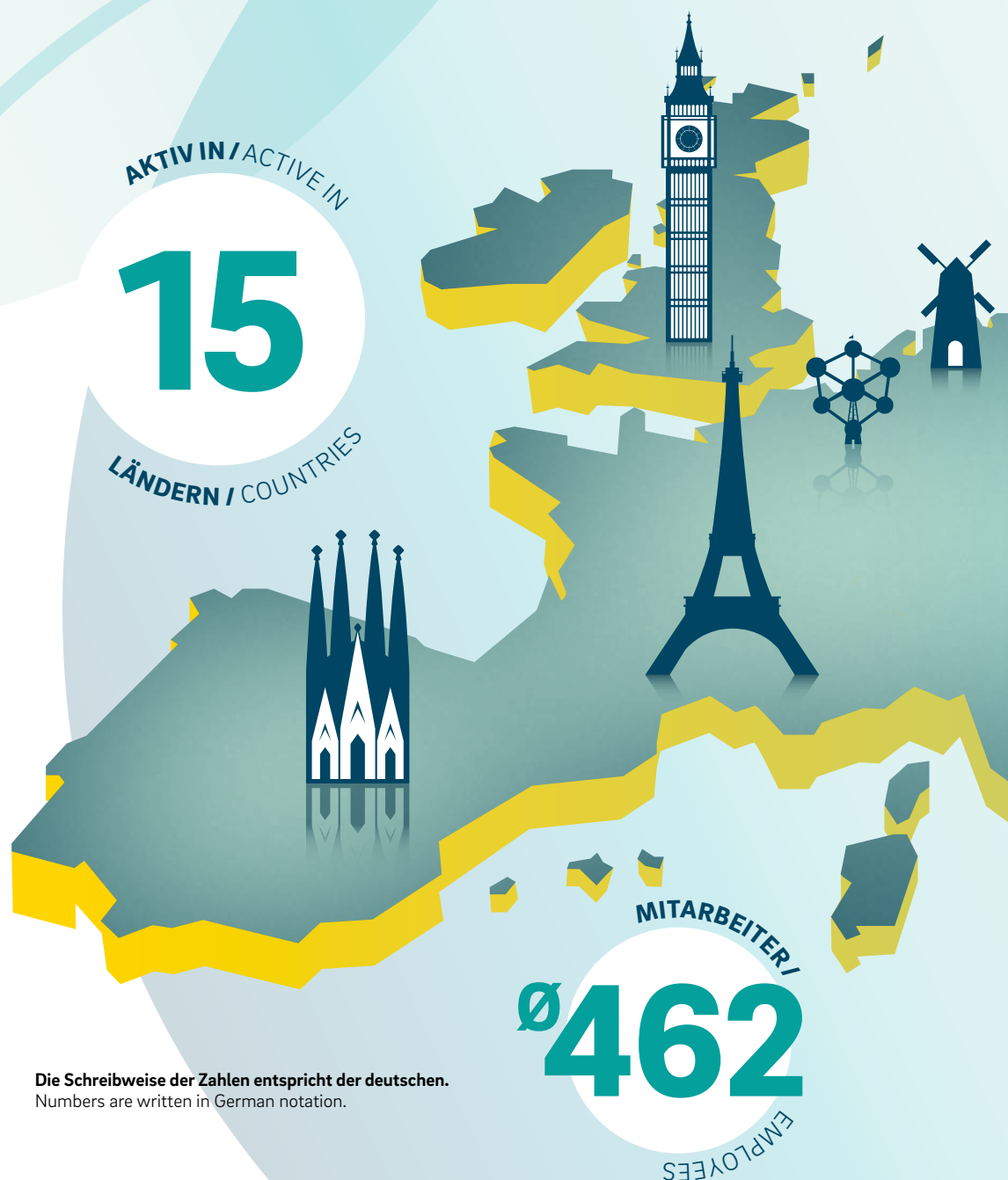
Die NFON AG mit Headquarter in München ist der europäische Anbieter für sprachzentrierte Business-Kommunikation aus der Cloud und zählt über 50.000 Unternehmen in 15 europäischen Ländern zu ihren Kunden. NFON bietet mit Cloudya eine einfache, unabhängige und verlässliche Lösung für moderne Cloud-Business-Kommunikation. Weitere Premium- und Branchenlösungen ergänzen das Portfolio im Bereich Cloud-Kommunikation. Mit unseren intuitiven Kommunikationslösungen ermöglichen wir es Europas Unternehmen, jeden Tag ein wenig besser zu werden. NFON ist die neue Freiheit der Business-Kommunikation.

<https://corporate.nfon.com/de/>

WHO WE ARE

NFON AG («NFON»), headquartered in Munich, is a European provider of voice-centric business communications from the cloud. Its customer base comprises over 50,000 companies in 15 European countries. With Cloudya, NFON offers an easy-to-use, independent and reliable solution for advanced cloud business communications. Additional premium and sector-specific solutions round out the cloud communication portfolio. With our intuitive communications solutions, we enable European companies to get a little better, every single day. NFON is the new freedom of business communication.

<https://corporate.nfon.com/en/>



Die Schreibweise der Zahlen entspricht der deutschen.
Numbers are written in German notation.

>>> Seite 34

SEATS / SEATS

573.069

UMSATZ / REVENUE

56,5

MIO. EUR /
MILLION EUR

ARPU / ARPU

9,91 €

PARTNER / PARTNER

>3.000

NFON AG looks back on a positive 9-months-period 2021 so far and remains optimistic for the future despite the ongoing pandemic. In any case, a few setbacks cannot change the fundamental trend of digitalization in business communication. The trend in revenue growth remained positive overall as against the previous year. In particular, recurring revenue climbed well, at a faster rate than overall revenue (15.7%).

Revenue growth in the first nine months of 2021 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 higher revenue from voice telephony. 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.

Seat development attests to the consistently strong 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 the new seats are offset by only a low number of terminations.

Dennoch zeigt sich in der Seat-Entwicklung die europaweit nach wie vor angespannte wirtschaftliche Situation: Lieferengpässe und die anhaltende Corona-Pandemie erweisen sich als immer größere Belastung, was unter anderem in Deutschland zu einer Korrektur der erwarteten volkswirtschaftlichen Wachstumsrate von 3,5 % auf 2,6 % geführt hat. Insofern wird der Konzern aus heutiger Sicht das ambitionierte Wachstumsziel bei den Seats nicht ganz realisieren. Diese schon seit letztem Jahr anhaltende Situation bleibt nicht ohne Auswirkungen auf die wiederkehrenden Umsätze. Wenn gleich in den ersten neun Monaten die Wachstumsrate der wiederkehrenden Umsätze bei erfreulichen 15,7 % liegt – und damit am oberen Ende der Prognose –, erwartet der Konzern aufgrund der Seat-Entwicklung für das Gesamtjahr ein Abflachen der Wachstumsrate. Als positiv gegenläufiger Effekt ist der nach wie vor hohe Bedarf an margenstarken Sprachminuten zu verstehen. Dieser Umsatz führt zu einem positiven Effekt auf die Ertragslage und einer Stabilisierung des ARPU. Die NFON erfasst 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 Nebestelle zu messen.

Mit einem Anteil am Gesamtumsatz von 89,5 % (Vorjahr: 88,4 %) liegen die wiederkehrenden Umsätze in den ersten 9 Monaten 2021 deutlich über den prognostizierten 85 % für das Gesamtjahr 2021.

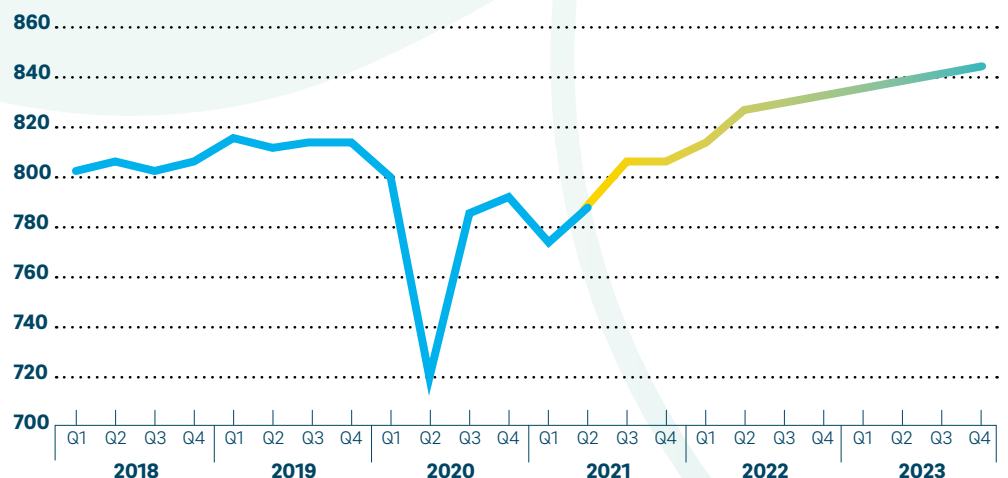
KENNZAHLEN / KEY PERFORMANCE INDICATORS

in Mio. EUR	in EUR million	9M 2021	9M 2020	Veränderung / Change %
Gesamtumsatz	Total revenue	56,5	49,4	14,3
Wiederkehrender Umsatz	Recurring revenue	50,6	43,7	15,7
Anteil wiederkehrender Umsatz am Gesamtumsatz (%)	Recurring revenue as share of total revenue (%)	89,5	88,4	n/a
Nicht wiederkehrender Umsatz	Non-recurring revenue	5,9	5,7	3,7
Anteil nicht wiederkehrender Umsatz am Gesamtumsatz (%)	Non-recurring revenue as share of total revenue (%)	10,5	11,6	n/a
Seats	Seats	573.069	508.265	12,8

VIERTELJÄHRLICHE BIP-ENTWICKLUNG / QUARTERLY GDP DEVELOPMENT

preis- und saisonbereinigt in Mrd. Euro / price- and seasonally adjusted in Bn. Euros

Quelle / source: BMWi



— BIP-Entwicklung / GDP development — Herbstprojektion 2021 / Fall projection 2021

BIP = Bruttoinlandsprodukt / GDP = Gross Domestic Product

ARPU-ENTWICKLUNG IN EUR / ARPU-ENTWICKLUNG IN EUR



7.139

gesprochene Sprachen gibt es auf der Welt / spoken languages exist in the world

	Q3 2021	Q3 2020	Veränderung / Change %
	18,7	16,7	11,9
	16,9	15,0	12,7
	90,7	90,1	n/a
	1,7	1,7	4,1
	9,3	10,0	n/a
	573.069	508.265	12,8

WIEDERKEHRENDE / NICHT WIEDERKEHRENDE UMSÄTZE / RECURRING / NON-RECURRING REVENUE

in Mio. EUR / in EUR million

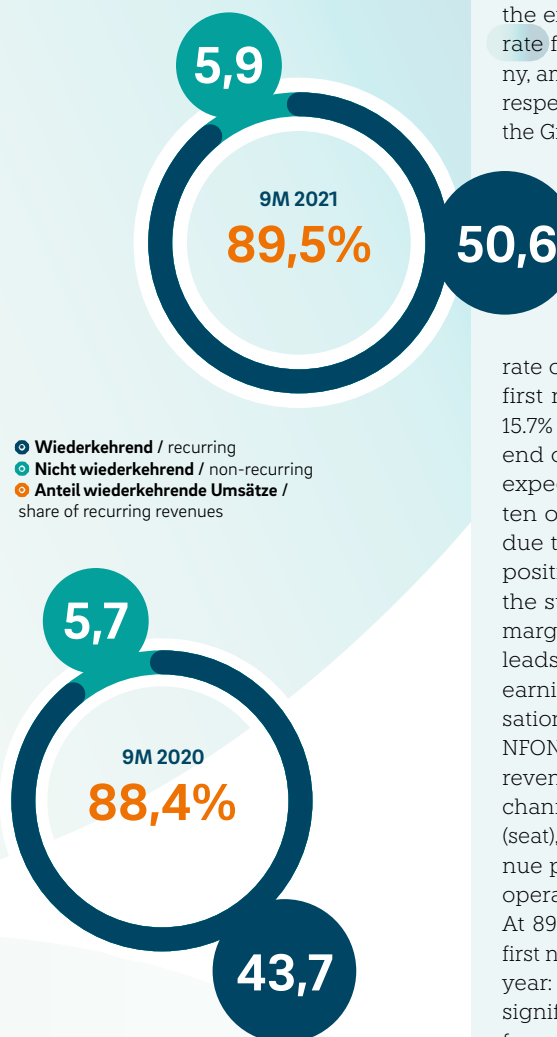
**+
15,7 %**

**IN DEN WIEDERKEHRENDEN
UMSÄTZEN / IN RECURRING
REVENUES**

**ZWISCHENABSCHLUSS /
INTERIM FINANCIAL STATEMENTS**

bit.ly/nfon_ir_reports

● Wiederkehrend / recurring
● Nicht wiederkehrend / non-recurring
● Anteil wiederkehrende Umsätze /
share of recurring revenues

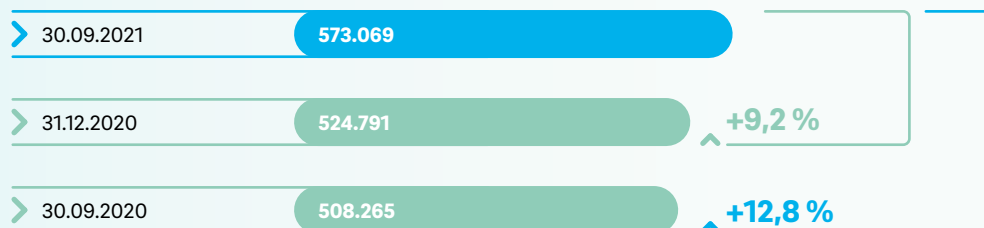


Nevertheless, the seat development reflects the still tense economic situation throughout Europe. Delivery bottlenecks and the ongoing Corona pandemic are proving to be an ever greater burden, which has led to a correction of the expected economic growth rate from 3.5% to 2.6% in Germany, among other countries. In this respect, from today's perspective, the Group will not fully realise the ambitious growth target for seats.

This situation, which has been ongoing since last year, will have an impact on recurring revenues. Although the growth rate of recurring revenues in the first nine months is a pleasing 15.7% – and thus at the upper end of the forecast – the Group expects the growth rate to flatten out for the year as a whole due to the seat development. A positive counteracting effect is the still high demand for high-margin voice minutes. This sales leads to a positive effect on the earnings situation and a stabilisation of ARPU.

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. At 89.5% of total revenue in the first nine months of 2021 (previous year: 88.4%), recurring revenue is significantly higher than the 85% forecast for 2021 as a whole.

SEAT-ENTWICKLUNG / DEVELOPMENT IN SEATS



Materialaufwand

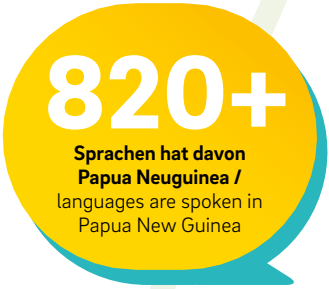
In der Berichtsperiode stieg der Materialaufwand unterproportional zum Umsatz um nur rund 7 %. Hieraus resultiert im 9-Monats-Berichtszeitraum eine gegenüber dem Vergleichszeitraum geringere Materialaufwandsquote von 19,0 % (9M 2020: 20,4 %). Sie verhält sich planungskonform innerhalb der regulären Schwankungsbreite. 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. Der Personalaufwand wird um Einmaleffekte bereinigt. Die Adjustments im Berichtszeitraum betreffen mit 0,1 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 0,2 Mio. EUR und Aufwendungen aus dem Aktienoptionsprogramm von 0,5 Mio. EUR erfasst.

Sonstiger betrieblicher Aufwand

Der sonstige betriebliche Aufwand erhöhte sich vor allem aufgrund gestiegener Verkäuferprovisionen und Marketingaufwendungen. Der Anstieg der Vertriebsaufwendungen steht mit dem erhöhten Umsatzvolumen in den ersten drei Quartalen 2021 in Verbindung, wobei sich – gemessen am Umsatz – die Vertriebsaufwandsquote im Berichtszeitraum leicht auf 12,8 % (9M 2020: 12,2 %) erhöht hat. Dies

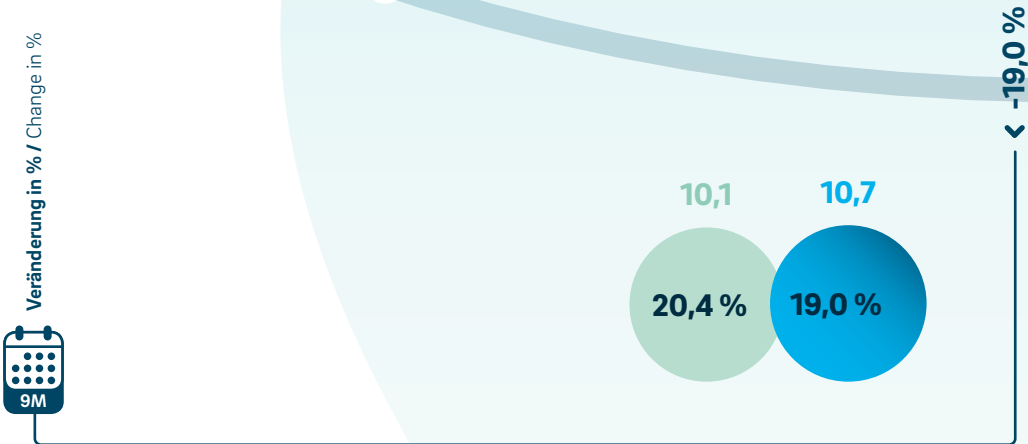


ÜBERSICHT GESCHÄFTSVERLAUF /

in Mio. EUR	in EUR million
Umsatzerlöse	Revenue
Materialkosten	Cost of materials
Rohertrag	Gross profit
Sonstige betriebliche Erträge	Other operating income
Personalaufwand	Staff costs
Sonstige betriebliche Aufwendungen	Other operating expenses
EBITDA	EBITDA
Adj. EBITDA	Adj. EBITDA
Abschreibungen und Wertminderungen	Depreciation and amortisation
EBIT	EBIT
Nettozinsaufwand	Net interest expense
Steueraufwand	Income tax expense
Konzernverlust	Consolidated loss



MATERIALAUFWAND / MATERIALS EXPENSES



OVERVIEW OF BUSINESS PERFORMANCE

	9M 2021	9M 2020	Veränderung / Change %	Q3 2021	Q3 2020	Veränderung / Change %
	56,5	49,4	14,3	18,7	16,7	11,9
	10,7	10,1	6,6	3,4	3,2	4,1
	45,8	39,4	16,3	15,3	13,4	13,8
	0,4	0,6	-26,8	0,1	0,1	33,2
	23,3	20,9	11,9	7,4	6,5	12,7
	21,0	17,3	21,6	7,8	6,0	30,0
	2,0	1,8	11,2	0,2	1,0	-76,8
	2,8	2,5	10,5	0,5	1,2	-58,0
	5,6	2,8	96,4	1,8	1,1	54,9
	-3,6	-1,0	n/a	-1,5	-0,1	n/a
	-0,4	-0,4	17,4	-0,2	-0,1	14,4
	-0,2	0,0	n/a	-0,1	0,0	n/a
	-4,3	-1,5	n/a	-1,8	-0,3	n/a

<<< page 35

Cost of materials

The cost of materials rose at a slower rate than revenue at around just 7% in the reporting period. This resulted in a lower cost of materials ratio for the first nine months than in the previous year of 19.0% (9M 2020: 20.4%), which 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.

Staff costs

Staff costs have also risen in line with the increase in average headcount. This increase was brought about by ongoing strategic recruitment.

Staff costs are adjusted for non-recurring effects. The adjustments in the reporting period include EUR 0.1 million in retention bonuses recognised for management and EUR 0.5 million in stock option programme expenses. Retention bonuses of EUR 0.2 million and stock option programme expenses of EUR 0.5 million had been recognised in the same period of the previous year.

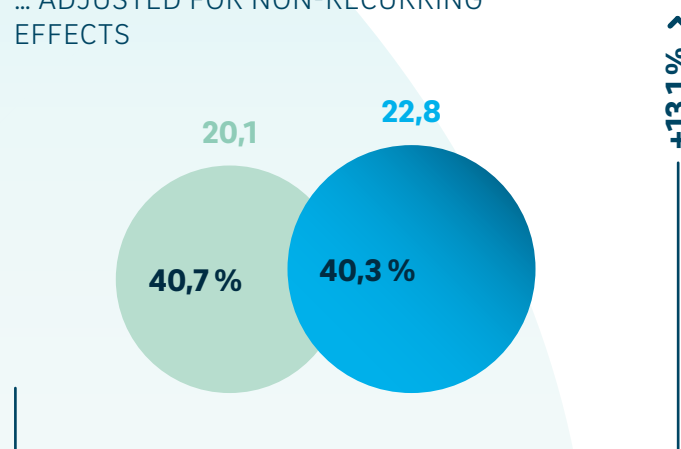
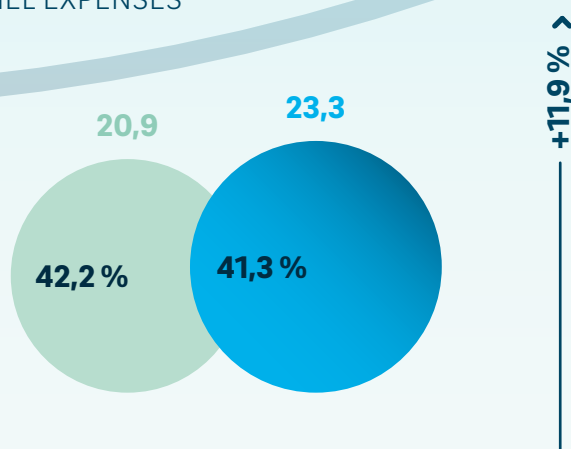
>>> page 39

2021

462

MITARBEITER / EMPLOYEES

+10,5%

**PERSONALAUFWAND /
PERSONNEL EXPENSES****... BEREINIGT UM EINMALEFFEKTE /
... ADJUSTED FOR NON-RECURRING
EFFECTS**

● 9M 2020 ● 9M 2021 in Mio. EUR / in EUR million ● Aufwandsquote / Expense ratio

in Mio. EUR / in EUR million

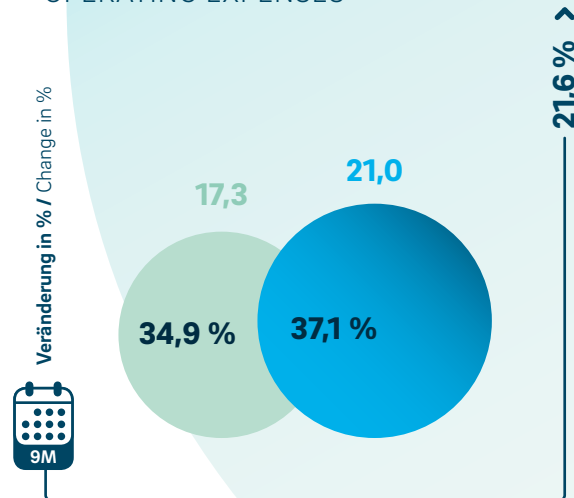
resultiert aus der strategischen Ausweitung des Partnervertriebs. Der Partner steht für NFON im Mittelpunkt der vertrieblichen Aktivitäten. Über das Partnernetzwerk von inzwischen über 3.000 Partnern erfolgt europaweit der Vertrieb des Konzerns.

Entsprechend der im April 2021 verabschiedeten Wachstumsstrategie 2024 haben die Marketingaufwendungen im dritten Quartal weiter zugelegt und sind im Vergleich zum Vorjahreszeitraum von 5,0 Mio. EUR auf 5,8 Mio. EUR um 16,1 % gestiegen. Für das vierte Quartal wird ein weiterer, deutlicher Anstieg erwartet. Die Bereinigungen im Berichtszeitraum (0,2 Mio. EUR) betreffen Aufwendungen im Zusammenhang mit M&A-Tätigkeiten.

Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen

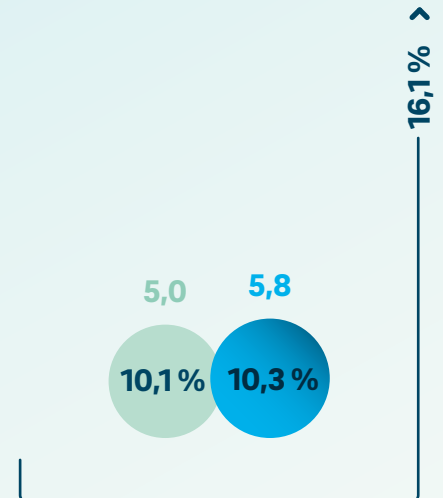
Der deutliche Anstieg der Abschreibungen steht mit der Fertigstellung verschiedener Entwicklungsprojekte im Vorjahr – insbesondere in der zweiten Jahreshälfte – und dem daraus resultierenden Beginn der planmäßigen Abschreibung im Zusammenhang. Aufgrund extern ausgelöster technischer Gegebenheiten wurde die ursprünglich mit 24 Monaten geplante Nutzungsdauer eines dieser Ende 2020 aktivierten Entwicklungsprojekte auf 8 Monate korrigiert. Die gesamten, zum 31. Dezember 2020 aktivierten Entwicklungskosten für dieses Projekt beliefen sich auf 1,6 Mio. EUR und sind im Berichtszeitraum vollständig in den Abschreibungen enthalten.

SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN / OTHER OPERATING EXPENSES



9M 2020 9M 2021 in Mio. EUR / in EUR million Aufwandsquote / Expense ratio

MARKETINGAUFWAND / MARKETING EXPENSES

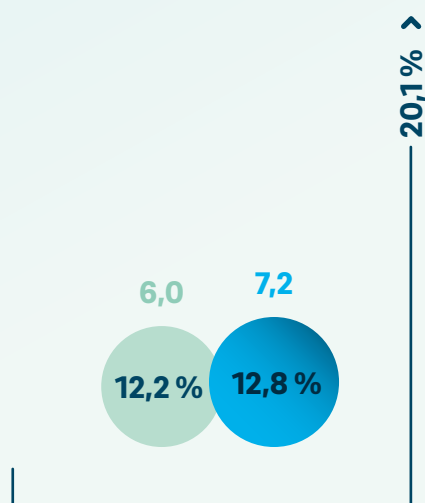


in Mio. EUR / in EUR million

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

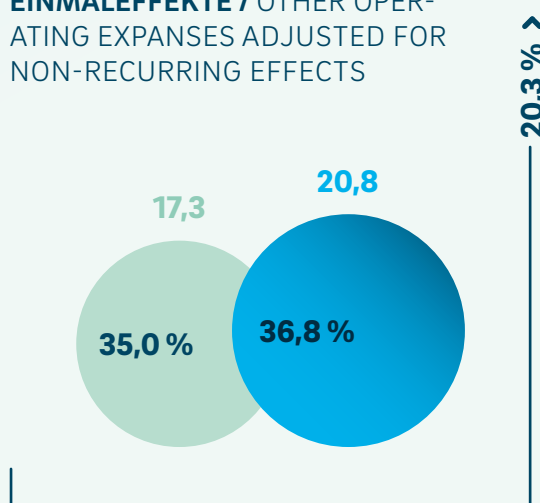
in Mio. EUR	in EUR million	9M 2021	9M 2020	Q3 2021	Q3 2020
EBITDA	EBITDA	2,0	1,8	0,2	1,0
Adjustments Personalaufwand:	Adjustments in staff costs:				
Retention Bonus	Retention bonus	0,1	0,2	0	0
Stock Options/ESOPS	Share options/ESOPS	0,5	0,5	0,2	0,2
Adjustments sonstiger betrieblicher Aufwand:	Adjustments in other operating expenses:				
Sozialversicherung Vorjahre	Social security contributions for previous years	0	-0,1	0	0
Aufwand für M&A-Tätigkeiten	Expenses for M&A activities	0,2	0	0	0
Summe Adjustments	Total adjustments	0,8	0,7	0,2	0,2
EBITDA adjusted	Adjusted EBITDA	2,8	2,5	0,5	1,2
EBIT	EBIT	-3,6	-1,0	-1,5	-0,1
Konzernverlust	Consolidated loss	-4,3	-1,5	-1,8	-0,3
Konzernverlust adjusted	Adjusted consolidated loss	-3,5	-0,7	-1,5	-0,1

VERTRIEBSAUFWENDUNGEN / SELLING EXPENSES



9M 2020 9M 2021 in Mio. EUR / in EUR million Aufwandsquote / Expense ratio

SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN BEREINIGT UM EINMALEFFEKTE / OTHER OPERATING EXPENSES ADJUSTED FOR NON-RECURRING EFFECTS



in Mio. EUR / in EUR million

<<< page 37

Other operating expenses

Other operating expenses increased mainly as a result of higher sales commission and marketing expenses.

The increase in sales expenses relates to the higher revenue volume in the first three quarters of 2021. As a percentage of revenue, selling expenses rose slightly to 12.8% in the reporting period (9M 2020: 12.2%) as a result of the expansion in partner sales. With that expansion the partner is at the centre of NFON's sales activities. The group's sales are carried out throughout Europe via the partner network, which now has more than 3,000 partners. In line with the 2024 growth strategy brought to life by the Management Board in April 2021, marketing expenses rose significantly in the third quarter by 16.1% year-on-year from EUR 5.0 million to EUR 5.8 million. A further, significant increase in marketing expenses is expected for the fourth quarter.

The adjustments in the reporting period (EUR 0.2 million) relate to expenses in connection with M&A activities.

Amortisation of intangible assets and depreciation of property, plant and equipment

The significant increase in depreciation and amortisation relates to the completion of various development projects – in the second half of the year in particular – in the previous year and the resulting start of depreciation and amortisation. Due to externally triggered technical circumstances, the originally planned economic lifetime of a development project capitalised at the end of 2020 of 24 months was corrected to eight months. The total deve-

50%

der Menschheit sind mindestens bilingual / of humanity are at least bilingual

Weltrekord
World record

Bolivien hat
Bolivia has

37

Amtssprachen /
official languages

Und in Italien ist es Italienisch
erst seit / And in Italy it's
Italian only since

1999

ZWISCHENABSCHLUSS / INTERIM FINANCIAL STATEMENTS

bit.ly/nfon_ir_reports



>>> page 43

NFON – DAS BIG PICTURE

NFON – THE BIG PICTURE

Vom Arbeitsmarkt bis hin zur Kundenbindung durch digitale Entwicklungen: Die Aussichten für das NFON-Kerngeschäft bleiben positiv / From the labor market to customer loyalty through digital developments: The prospects for NFON's core business remain positive

In Europa gibt es / There are

230
MIO. / MILLION

Arbeitnehmer / employees in Europe

&

131
MIO. / MILLION

Festnetzanschlüsse / Landlines

&

25
MIO. / MILLION

Unternehmen / companies



2/3

NFON

dieses Potentials liegt in KMU
– der NFON-Kernzielgruppe /
of this potential lies in SMEs –
NFON's core target audience

Dazu kommt: Durch die Pandemie hat sich viel geändert / In addition: a lot has changed due to the coronavirus



Die meisten Unternehmen bieten inzwischen Möglichkeiten, flexibel zu arbeiten / Most companies in Germany now offer opportunities to work away from the office

54%

wollen das auch nach der
Pandemie so halten / want
to keep it that way even
after the pandemic

Homeoffice wurde bereits vor
der Krise angeboten / Work-
ing from home was already
offered before the crisis

19%

Homeoffice wurde im
Rahmen der Krise einge-
führt bzw. ausgeweitet /
Working from home was
introduced or expanded due
to the crisis

55%

26%

Es gab und gibt keine Möglichkeit,
Homeoffice anzubieten / There
was and is no way to offer the
possibility of working from home



Nur / Only

4%

der Arbeitnehmer wollen zurück
ins Büro / of employees want to
return to the office

Das beschleunigt die Digitali-
sierung der Arbeitswelt / This
accelerates the digitalization of
the working world



32%

der Unternehmen in Deutschland haben
ihre Investitionen in Kollaborationstools
beschleunigt / of companies in Germany
have accelerated their investments in
collaboration tools

Heißt: Der Aufbruch in eine
neue digitale Welt ist endlich
geschafft! / Meaning: the
dawn of a new digital world
has finally arrived!!



Gleichzeitig bleibt das Telefon für 84% aller Mit-
telständler das Kommunikationstool Nummer 1 /
At the same time, the telephone remains commu-
nication tool number 1 for 84% of all SMEs

Was zusätzlich integrierte Business-Kommuni-
kation treiben wird: Sie verbessert auch die User
Experience nach außen / What will additionally drive
integrated business communication: It also improves
the user experience externally



Entsprechend optimistisch ist der Marktforscher Cavell Group:
Der Markt in Deutschland für cloudbasierte Kommunikation soll
sich bis 2025 beinahe verdoppeln auf / The research group Cavell
is correspondingly optimistic: the market in Germany for cloud-
based communication is expected to nearly double by 2025 to

89%

aller Unternehmen sehen darin einen
Schlüsselfaktor der Kundenbindung /
of all companies see this as a key
factor in customer loyalty

873
MIO. EUR / EUR MILLION

Finanz- und Vermögenslage

Im Berichtszeitraum wurde eine Kapitalerhöhung unter Ausschluss von Bezugsrechten durchgeführt. In deren Rahmen ist das Grundkapital um 1,5 Mio. EUR durch Ausgabe von 1.505.555 neuen Aktien erhöht worden. Der Platzierungspreis betrug 17,50 EUR je Aktie, wodurch dem Konzern liquide Mittel von insgesamt 26,3 Mio. EUR zugeflossen sind. Die Differenz zwischen dem Platzierungspreis und dem Nennwert je neue Aktie wurde nach Abzug von Transaktionskosten mit einem Betrag von insgesamt 24,3 Mio. EUR in der Kapitalrücklage erfasst. Die Kapitalerhöhung wurde mit Datum vom 29. März 2021 in das Handelsregister eingetragen. Durch die so zugeflossenen liquiden Mittel ist die Basis für das weitere Wachstum gelegt.

Die zum 31. Dezember 2020 mit 9,0 Mio. EUR beanspruchte Akquisitionskreditlinie wurde vollständig zurückgezahlt.

In den ersten 9 Monaten 2021 wurde insbesondere in aktivierte Entwicklungskosten investiert sowie in die Implementierung und das Customizing des neuen Business Support Systems. Die aktivierten Entwicklungskosten stehen mit neuen Produkten und neuen Features für bestehende Produkte im Zusammenhang.

Nachtragsbericht

Nach dem 30. September 2021 ergaben sich keine Sachverhalte, die wesentliche Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage haben könnten.

Prognosebericht

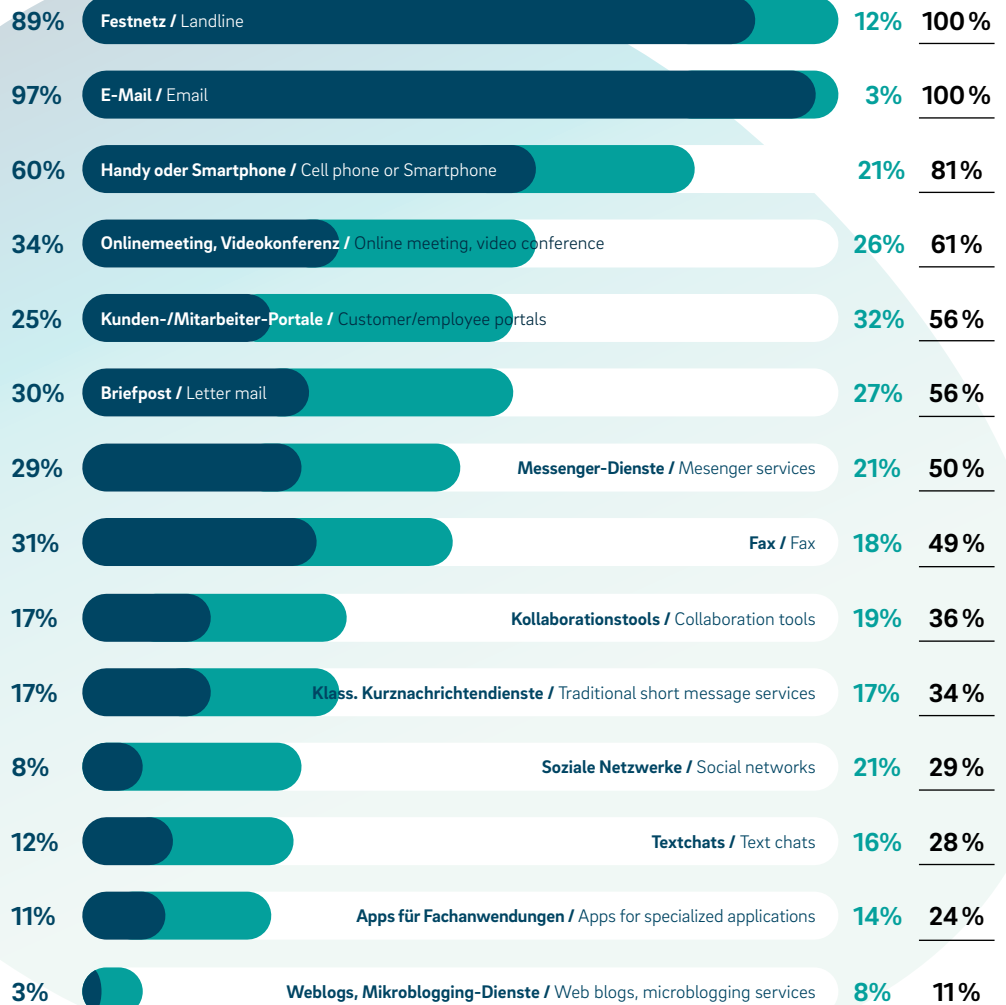
Die Planung basiert auf dem Kenntnisstand bis zum 17. November 2021 unter Berücksichtigung der für die NFON Gruppe dargestellten Chancen und Risiken. Damit kann es zu einer Abweichung zwischen den mit dem Geschäftsbericht zum 31. Dezem-

ES WIRD VIELFÄLTIGER / IT IS BECOMING MORE DIVERSE

Wie häufig die folgenden Kanäle zum Einsatz kommen für interne und externe Kommunikation / How often the following channels are used for internal and external communication

2020

Quelle / source: Bitkom Digital Office Index 2020; enthält Rundungseffekte



WO DIE PRODUKTIVITÄT GESTIEGEN IST / WHERE PRODUCTIVITY HAS INCREASED

Die Pandemie hat binnen kurzer Zeit Arbeitsabläufe zwangsdigitalisiert. Das hat im Endeffekt zu einem Anstieg der Leistung geführt. / The pandemic has forcibly digitalized workflows within only a short period of time. The net result has been an increase in output.

86%

arbeiten in räumlich voneinander getrennten Teams weiterhin effizient und produktiv / continue to work efficiently and productively in geographically separated teams.e

DAMIT KÄMPFEN UNTERNEHMEN / COMPANIES ARE STRUGGLING WITH

Sehr häufig / Very frequently
Häufig / Frequently

2018	2016
100 %	100 %
100 %	100 %
51 %	51 %
48 %	40 %
38 %	28 %
71 %	**
**	**
62 %	79 %
**	**
**	**
25 %	15 %
**	**
11 %	3 %
5 %	0 %



Der Siegeszug kollaborativer Business-Kommunikation hat begonnen, aber bis zum Ziel sind noch ein paar Hürden zu nehmen: Auch wenn Unternehmen der Nutzen klar ist (73 %), die Umsetzung wird oftmals erschwert durch technische Vorbedingungen, rechtliche Vorgaben und fehlenden internen Veränderungswillen. Anbieter können diesen Schwierigkeiten zumindest teilweise mit Produkten begegnen, die geringe technische Mindestanforderungen besitzen (etwa browserbasierte Lösungen, Apps), DSGVO-konform sind und die schnell zu Leistungssteigerungen führen. Wie zum Beispiel CLOUDYA. **The triumph** of collaborative business communications has begun, but there are still a few hurdles to clear before it reaches its goal: Even if companies are aware of the benefits (73%), implementation is often hampered by technical preconditions, legal requirements and a lack of internal will to change. Providers can counter these difficulties, at least in part, with products that have low minimum technical requirements (such as browser-based solutions, apps), are GDPR-compliant, and quickly lead to performance improvements. Like CLOUDYA, for example.

Quelle / source: Bitkom Digital Office Index 2020

82%

sparten auf diese Weise Zeit / saved time in this way

81%

konnten die Arbeit flexibler gestalten / were able to organize work more flexibly

Quelle / source: Telekom

<<< page 39

lopment costs capitalised for this project amounted to EUR 1,645 thousand as at 31 December 2020 and are reported entirely under depreciation and amortisation.

Financial position

A capital increase was implemented with pre-emption rights dis-applied in the reporting period, whereby the share capital of the company was increased by EUR 1.5 million by the issue of 1,505,555 new shares. The placement price was EUR 17.50 per share, with the result that the Group received cash funds of EUR 26.3 million in total. The difference between the placement price and the par value per new share was recognised after deduction of transaction costs at an amount totalling EUR 24.3 million in capital reserves. The capital increase was entered in the commercial register on 29 March 2021. The cash funds received in conjunction with the capital increase have provided NFON AG with a basis for further growth.

The acquisition credit facility utilised in the amount of EUR 9.0 million as at 31 December 2020 has been repaid in full.

In particular, there was investment in capitalised development costs and the implementation and customisation of the new business support system in the first nine months of 2021. The capitalised development costs relate to 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 17 November 2021, taking the risks and opportunities of the NFON Group as

>>> page 45

ber 2020 veröffentlichten Planda-
ten und den Werten, die am Jah-
resende 2021 tatsächlich erreicht
werden, kommen. Das gilt auch in
Bezug auf die für die gesamtwirt-
schaftlichen Rahmenbedingun-
gen vorgenommenen Annahmen.
Wenngleich sich die NFON Grup-
pe insgesamt positiv entwickelt
hat, konnte sich das Unterneh-
men im Berichtszeitraum dennoch
nicht vollständig den Corona-be-
dingten negativen Auswirkungen
auf Europas Wirtschaft entziehen.
Auf der einen Seite gab es – wie
bereits im Vorjahr – durch die ver-
mehrte Homeoffice-Tätigkeit und
das damit einhergehende höhe-
re Volumen an margenstarken
Sprachminuten durchaus posi-
tive Effekte auf die Ertragslage
von NFON. Auf der anderen Sei-
te wurden in den ersten 9 Mona-
ten 2021 infolge der nach wie vor
herrschenden allgemeinen Ver-
unsicherung in der Wirtschaft
kundenseitig projektierte Aufträ-
ge nicht wie geplant umgesetzt.
Vor diesem Hintergrund erwartet
der Vorstand für das Gesamtjahr
2021 gegenüber den ursprünglich
prognostizierten 15 % bis 17 % eine
leicht schwächere Wachstumsra-
te der Seat-Base von 12 % bis 14 %.
Aufgrund der Seat-Entwicklung
sieht der Konzern für das Ge-
samtjahr auch ein Abflachen der
Wachstumsrate der wiederkeh-
renden Umsätze für den 12-Mo-
nats-Zeitraum voraus, sodass die
Wachstumsrate der wiederkeh-
renden Umsätze eher am unteren
Ende der ursprünglich prognosti-
zierten Bandbreite zwischen 14 %
und 16 % liegen wird.
Unverändert stark bleiben dabei
die Anteile der wiederkehrenden
Umsätze am Gesamtumsatz.
Es wird auch auf die Ausführun-
gen im Risiko- und Chancenbe-
richt und im Prognosebericht im
Finanzbericht zum 31. Dezember
2020 verwiesen. Diese haben zum
30. September 2021 unveränderte
Gültigkeit. ~

BERND KEITER
Geschäftsführer
SalesManufaktur Hamburg /
Executive Director
SalesManufaktur Hamburg



DOPPELT ABGERÄUMT DOUBLE WINNER

Gut zuhören, so einfach
ist das / Listen well, it is
as simple as that



Gewinner / Winner



Top Partner
SalesManufaktur
Hamburg GmbH



Best Distribution
Tarox Aktiengesellschaft



Premium Solutions Award
Lara Office Center
GmbH & Co. KG



**Powermachine
New Customer**
SalesManufaktur
Hamburg GmbH



Newcomer of the year
Eniyan GmbH

GRATULIERE! WIE HABEN SIE DAS GESCHAFFT? / CONGRATULATIONS! HOW DID YOU DO IT?

Bernd Keiter Wir haben über 20 Jahre Expertise in der TK-Branche, unter anderem bei Arcor und Vodafone, daher haben wir viel Erfahrung im Vertrieb erklärungsbedürftiger Produkte. Und als Beratungsunternehmen projektieren und monitoren wir viele ITK-Projekte unserer Mandanten, was uns natürlich auch im NFON-Geschäft hilft. Dabei gewinnen wir unsere Mandanten über Akquise in den meisten Fällen selbst, setzen aber auch auf Empfehlungen und Referenzen. ▶ We have over 20 years of expertise in the telecommunications industry, including at Arcor and Vodafone, so we have a lot of experience in selling products that require explanation. And as a consulting firm, we manage and monitor many of our clients' ICT projects, which of course also helps us in the NFON business. In most cases, we acquire our clients ourselves through acquisition, but we also rely on recommendations and references.

WAS FÜR EINEN TIPP KÖNNEN SIE DEN ANDEREN PARTNERN GEBEN? / WHAT ADVICE CAN YOU GIVE TO OTHER PARTNERS?

Bernd Keiter Use what you sell, Live-Demos vor Ort oder per Microsoft Teams, Zoom und Ähnlichem, Live-Tests mit NFON anbieten, gut zuhören, die Anforderungen des Kunden erkennen und ihm die passende Lösung von NFON erklären. So einfach ist das. (lacht) ▶ Use what you sell, live demos on site or via Microsoft Teams, Zoom and the like, offer live tests with NFON, listen well, identify the customer's needs and explain the appropriate NFON solution to them. It's as simple as that. (laughs)

WAS NEHMEN SIE SICH FÜRS NÄCHSTE JAHR VOR? / WHAT ARE YOUR PLANS FOR NEXT YEAR?

Bernd Keiter Den aktuellen Erfolg mindestens erneut einstellen, aber auch weiter mit NFON wachsen. Situativ auch über Personalwachstum auf unserer Seite. ▶ To at least repeat the current success, but also to continue to grow with NFON. Situationally, also through personnel growth on our side.

DENNIS STAPEL
Inhaber Basis Gruppe /
Owner Basis Gruppe

» **Erfolg ist das positive Ergebnis einer Bemühung / Success is the positive result of effort**

SIEG MIT TRADITION / VICTORY WITH TRADITION

GRATULIERE! WIE HABEN SIE DAS GESCHAFFT? / CONGRATULATIONS! HOW DID YOU DO IT?

Dennis Stapel Über den Award zum Best Performer 2021 freue ich mich sehr und bin stolz darauf, dieses Ergebnis durch effektives Zusammenarbeiten in einem motivierten Team sowie durch die stetige Weiterentwicklung unserer Kompetenz erreicht zu haben.

► I am very happy to receive the award for Best Performer 2021 and proud to have achieved this result through effective cooperation in a motivated team as well as through the continuous development of our expertise.

WAS FÜR EINEN TIPP KÖNNEN SIE DEN ANDEREN PARTNERN GEBEN? / WHAT ADVICE CAN YOU GIVE TO OTHER PARTNERS?

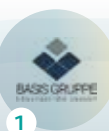
Dennis Stapel Die positiven Veränderungen des Marktes sollten erkannt und genutzt werden, um strategische Ziele zu definieren, die konsequent sowie fokussiert umgesetzt werden. ► The positive changes in the market need to be recognized and used to define strategic goals, which are implemented consistently as well as in a focused manner.

WAS NEHMEN SIE SICH FÜRS NÄCHSTE JAHR VOR? / WHAT ARE YOUR PLANS FOR NEXT YEAR?

Dennis Stapel Durch Engagement und Ehrgeiz wird die Basis Gruppe auch im nächsten Jahr wieder den Titel des erfolgreichsten Partners anpeilen. Seit 2017 wurde uns diese Auszeichnung durchgehend verliehen und bestätigt dadurch die im Duden stehende Definition von Erfolg: positives Ergebnis einer Bemühung. ► Through commitment and ambition, Basis Group will again aim for the title of the most successful partner next year. Since 2017, we have been consistently awarded this distinction, thus confirming the Duden's definition of success: positive result of an effort.



Gewinner / Winner



**Centrexx Nebenstellen /
Centrexx Nebenstellen
Basis Gruppe Inh.
Dennis Stapel**



**SIP Trunk Lines
Schollmeier Autofunk e. K.**



**Hardware
Computer Rheinland Gerth**



**Business Internet DSL
Voicom Kurt Voigt /
FS Fernsprech-Systeme
Nürnberg GmbH**



**Newcomer
PCSE IT GmbH**

BEST OF 2021

Einmal im Jahr kürt der Konzern seine erfolgreichsten Partner. Auf dem Partner Day werden die Partner Awards sowohl der NFON als auch der Deutschen Telefon Standard verliehen.

► Once a year, the Group honors its most successful partners. The Partner Awards of both NFON and Deutsche Telefon Standard are presented at Partner Day.

presented into account. Thus, deviations can occur between the planning data published in the annual report as at 31 December 2020 and the figures actually achieved at the end of 2021. This also applies to the assumptions regarding general economic conditions.

Although the NFON Group developed positively overall, the company was not able to completely escape the Corona-related negative effects on Europe's economy in the reporting period. On the one hand, as in the previous year, there were definitely positive effects on NFON's earnings situation due to the increased remote working activity and the associated higher volume of high-margin voice minutes. On the other hand, in the first nine months of 2021, planned orders from customers were not implemented as expected due to the continuing general uncertainty in the economy.

Against this backdrop, the Management Board expects a slightly weaker growth rate of 12% to 14% for the seat base for 2021 as a whole, compared to the 15% to 17% originally forecast.

Due to the seat development, the Group also foresees a flattening of the growth rate of recurring revenue for the full year for the 12-month period, so that the growth rate of recurring revenue will rather be at the lower end of the originally forecast range between 14% and 16%.

The share of recurring revenue in total revenue will remain strong. Please also refer to the comments in the report on risks and opportunities in the financial report as at 31 December 2020. These apply unchanged as at 30 September 2021. ~

<<< Seite 26

zis, des KGB, russischer Generäle. Gemeinsam sind wir in der Nähe von Frankfurt und in der Nähe von Kiel fündig geworden. Mein Buch „Hitlers Pferde“ ist in zehn Sprachen übersetzt worden. Das „Wall Street Journal“ schrieb: „Der größte Fund seit Jahrzehnten.“ Das war das tollste Ding meines Lebens.

WIE BEGANN DIESER RITT?

Es fing damit an, dass mir Michel van Rijn ein Foto mit den zwei Pferdeskulpturen zeigte. Jemand hatte ihm die Dinger angeboten und versucht, sie zu verkaufen. Also suchte man einen, der die nötigen Millionen hat, die Skulpturen dann aber im Keller versteckt und niemals der Welt zeigt. Wir dachten zuerst, das seien Fälschungen, weil man seit Kriegsende vermutete, dass sie bei der Schlacht um Berlin verloren gegangen waren. Später fanden wir heraus, dass sie von den Russen auf ein geheimes Gelände in Norddeutschland gebracht worden waren. Kurz vor dem Fall der Mauer haben sie sie für sehr viel Geld an reiche Deutsche verkauft. Ich habe dann den Mittelsmann angerufen, der die Skulpturen Michel van Rijn angeboten hat. Ich sagte, ich hätte in den USA einen Interessenten. Wir trafen uns, ich zeigte ihm den falschen Pass eines „Dr. Moss“ und die Erklärung eines Notars, dass dieser Mann sehr reich ist. Das hat ihn überzeugt und wir haben verhandelt.

UND DANN?

Etwas später hieß es, es gebe Probleme mit den Pferden. Die Besitzer, darunter ein Unternehmer aus Bad Dürkheim, akzeptierten zwar die acht Millionen Euro Kaufpreis, aber es gab wohl mehrere Eigentümer. Um mich und „Dr. Moss“ nicht als Käufer zu verlieren, haben sie uns ständig andere Dinge angeboten.

BEI DEN FOLGENDEN RAZZIEN AN MEHREREN ORTEN IN DEUTSCH-

>>> Seite 50

PARTNER DAY 2021

Digitaler Partnertag 2021

EIN FEST MIT DER FAMILIE

Text: Tim Gutke / Fotos: Nikolaus Schäffler

Zum zweiten Mal fand der Partnertag der NFON mit ihrer Tochtergesellschaft Deutsche Telefon Standard (DTS) rein digital statt. Für die Teilnehmer und Keynote-Speaker bereits gelernte Kommunikation – bis tief in die Nacht.

435 Partner und 60 Sales-Mitarbeiter der NFON AG und ihrer Tochtergesellschaft DTS fanden sich im Münchner Literaturhaus ein – nicht physisch, sondern digital. Denn aus dem obersten Stockwerk des ehrwürdigen Gebäudes wurde am 21. Oktober um 14 Uhr gesendet. Und es gab viel zu berichten und zu diskutieren.

Insbesondere die Entwicklung der integrierten Business-Kommunikation und die großen Marktchancen der NFON standen im Mittelpunkt. Und so berichteten CEO Dr. Klaus von Rottkay, Thomas Muschalla, Vice President Sales Deutschland, und Stefan Walcz, Vice President Products,

<<< page 27

Digital Partner Day 2021

A FAMILY CELEBRATION

Text: Tim Gutke / Photos: Nikolaus Schäffler

For the second time, the Partner Day for NFON and its subsidiary DTS was a purely digital affair. No problem for the participants and keynote speakers, who celebrated long into the night.

On 21 October, 435 partners and 60 sales colleagues from NFON and its subsidiary DTS (Deutsche Telefon Standard) came together in Munich's Literature House – not physically, but digitally. At 2pm, the cameras began rolling, and there was plenty to report and discuss.

A strong focus lay on the development of integrated business communication and the

major market opportunities for NFON. CEO Dr Klaus von Rottkay, Thomas Muschalla, Vice President Sales Germany, and Stefan Walcz, Vice President Products, all reported on their respective areas, before answering questions from the virtual audience. No fewer than 14 technicians ensured a steady connection between Munich and the rest of the world. And three cameras kept viewers engaged with a constantly changing selection of images,

all sorts of directions – old Nazis, new Nazis, the KGB, Russian generals ... We eventually found them near Frankfurt and near Kiel. My book 'Hitler's Horses' has been translated into ten languages. The Wall Street Journal said it was the "greatest discovery for decades". It was the best moment of my life.

HOW DID IT ALL BEGIN?

It started when Michel van Rijn showed me a photo of the two sculptures. Someone was trying to sell them and had offered them to him. At first we thought they were fakes because the actual sculptures were believed to have gone missing at the end of the war. We later found out that the Russians had taken them to a secret location in northern Germany. Just before the Berlin Wall came down, they sold them to some rich Germans for a lot of money. So I called the middleman who had offered the sculptures to van Rijn and said I had a potential buyer in the United States. We met and I showed him a fake passport belonging to 'Dr Moss' as well as confirmation from a notary that he was a very rich man. He was convinced, so we started to negotiate.

AND THEN?

After a while, he started to say there were problems with the horses. The owners were OK with the €8-million price, but there were multiple owners. To keep 'Dr Moss' and I interested, they offered us other things instead.

DURING THE RAIDS, ACROSS NUMEROUS LOCATIONS, YOU AND THE POLICE FOUND A FEW STRANGE THINGS...

Oh, yes. One seller, near Kiel, in northern Germany, had turned his entire basement into a mini Third Reich chancellery, including red marble, an eagle, a tank, a V1 rocket and a torpedo. All in his basement. Absolutely crazy. I'm

>>> page 51

aus ihren Fachbereichen. Nicht ohne sich im Anschluss den Fragen der Teilnehmer zu widmen. Damit die Verbindung zwischen München und dem Rest der Welt reibungslos stand, waren 14 externe Techniker im Einsatz. Allein drei Kameras versorgten die Regie mit ständig neuen Bildern – auch vom Unternehmer, Digitalpionier und Buchautor Philipp Depiereux, der anschaulich über Mut und Mindset sprach, mit denen wir alle in die Zukunft gehen sollten.

Eine große Familie sollte sich aber auch selbst feiern können und so wurden um 17 Uhr die erfolgreichsten Partner mit einem Award ausgezeichnet: fünf Kategorien bei der NFON und fünf bei der Deutschen Telefon Standard. Im Anschluss stand Netzwerken auf der Agenda. In vier Gruppen konnten sich die Teilnehmer und Mitarbeiter austauschen. Zur Wahl standen: Referenzen, Produkt, Vertrieb und Stammtisch. Und weil ein Familienfest eben auch immer eine gesellige Komponente braucht, bekamen alle Teilnehmer im Vorfeld eine Tüte Popcorn und zwei Flaschen Bier zugesendet. Giesinger Bräu – aus der Nachbarschaft, versteht sich.

„Am Ende hat mir eigentlich nur die Tanzfläche gefehlt“, beschreibt Thomas Muschalla das Ausklingen des Abends. „Jedes Fest braucht einen Ort zum Tanzen.“ Doch trotz fehlenden Bewegungsraums löste sich die letzte Gruppe erst um 2 Uhr morgens auf. Damit fand der digitale Partnertag 2021 ein gebührendes Ende. Und vielleicht wird das kommende Jahr wieder ein analoges Fest, bei dem alle zusammenkommen, sich austauschen, Kontakte knüpfen und richtig ausgiebig gemeinsam feiern und tanzen. ~

Der Mensch steht
Vordergrund, nicht
die Technologie

including digital pioneer Philipp Depiereux, who spoke about the bravery and mindset with which we should approach the future.

Of course, a large family should also be able to celebrate its own achievements. At 5pm, it was time for the year's most successful partners to receive their awards: five categories for NFON and five for DTS. This was followed on the agenda by networking. Participants and employees were divided into four groups – references, products, sales and 'watercooler chat'. And because a family celebration always requires a sociable element, every participant was sent a bag of popcorn and two beers in advance – from Munich, of course.

"At the end, the only thing that was missing was the dancefloor," said Thomas Muschalla. "Every party needs somewhere you can let your hair down." While that may have been missing, the party still continued until 2am. Who knows, maybe next year, the celebration will be an analogue one? Then everyone can come together, swap stories, make new contacts and truly celebrate together. ~

PARTNERTAG IN EUROPA

Der 21. Oktober in München war nur der Startschuss für drei weitere Digital-Events. So fanden im Anschluss noch folgende Partnertage statt:

21. Oktober in Italien | 28. Oktober in Polen | 04. November in Österreich

PARTNER DAY IN EUROPE

21 October in Munich was merely the kick off for three further Digital Partner Days that followed:

21 October in Italy | 28 October in Poland
4 November in Austria

<<< Seite 46

LAND STIESSEN SIE UND DIE POLIZEI AUF SELTSAME DINGE ...

Ja, allerdings. Ein Verkäufer aus der Nähe von Kiel hatte seinen Keller wie eine kleine Reichskanzlei umgebaut. Mit rotem Marmor, einem Reichsadler, er hatte einen Wehrmachtspanzer, eine V1, einen Torpedo. Alles im Keller. Völlig verrückt. Und ich sehe so etwas immer sportlich. Ich mache meine Sache und diese Leute machen ihre. Und dann schauen wir, wer besser ist.

IST DAS DIE BASIS IHRES JOBS? VERTRAUEN?

So ist es. Am Anfang war das schwierig, weil die Polizei gedacht hat, ich sei auf der Seite der Kriminellen. Und umgekehrt. Aber jetzt wissen beide Seiten Bescheid, spätestens seit in Holland eine Fernsehserie über meine Arbeit lief. Es ist wie in einer Beziehung. Man muss einander verstehen, einander vertrauen und einander Respekt zollen.

WIE IST DER WEG GERAUBTER KUNST?

Es gibt einerseits die Leute, die sich solche Dinge leisten können, Könige und Popstars, Millionäre und Milliardäre. Wenn denen ein Picasso geraubt wird, geht er erst nach unten in die kriminelle Unterwelt. Und dann wieder nach oben – in die kriminelle Oberwelt. Das sind die Mobster, die Gangster, die Mafia. Die mit der weißen Weste. Solche Leute haben Kunst ja nicht, um sie zu haben. Die haben sie, weil sie, falls sie eines Tages verhaftet werden, die Strafe herunterhandeln können, wenn sie Kunstwerke zurückgeben. Im Jahr 2002 wurden in Amsterdam zwei van Goghs geraubt, die sind 2016 in Italien wieder aufgetaucht. Der Mafiaboss Raffaele Imperiale hatte sie und nutzte sie genau dafür. Auch die IRA, die Irish Republican Army, hat in ihrer aktiven Zeit sehr viel Kunst geraubt – als potenzielle Verhandlungsmasse.

>>> Seite 52

HEIMAT FINDEN

Partner sein ist nicht schwer, Partner bleiben auch nicht mehr. Die NFON-Familie ist groß, und so sind bereits 3000 Mitglieder in der Partner-Community aktiv. Die Gründe sind einfach: innovative Produkte in einem Wachstumsmarkt, garantiert wiederkehrende Umsätze, maximaler Service und ein Partnermodell, das auf die jeweiligen Anforderungen des Partners zugeschnitten wird. Diese vier Eigenschaften sind die Eintrittskarte in den Kreis der Familie – und versprechen, Umsatztreiber zu sein:



Brücken bauen

Wer es versteht, sich als Unternehmensberater zu positionieren, kann Kunden über Jahre halten. Kunden suchen einen kompetenten Berater an ihrer Seite, der Bedürfnisse erkennt und Lösungen anbieten kann. Das wird goutiert: denn rein rechnerisch kündigt nur alle 19 Jahre ein Kunde bei der NFON Gruppe.



Bestand pflegen

Es gilt: Pflegen, was man hat und Partnerschaften noch stärker binden. Daher gibt es in der Partnerlandschaft der NFON Gruppe ab Januar 2022 keine Mindestanforderung mehr für Neugeschäft. Das schafft Flexibilität und Planungssicherheit.



Lernen wollen

Hilfe zur Selbsthilfe: Um auch der Unternehmensberater zu sein, den Kunden schätzen, setzen die NFON AG und die Tochtergesellschaft DTS ein Mindestmaß an technischer Qualifizierung voraus – das hilft allen Seiten. Technische Trainings und Pflichtschulungen machen aus einem Partner einen kompetenten ‚Berater in Crime‘.



Annehmen können

Partnerschaften sind nie Einbahnstraßen. Daher unterstützt die NFON AG und Deutsche Telefon Standard – wie es sich für eine Familie gehört – ihre Partner. Je nach Stufe im Bereich Marketing, Vertrieb und technischer Support.

Alles zum Partnerprogramm unter nfon.de
oder deutsche-telefon.de

FINDING HOME

It's not hard to be a partner; and now it isn't hard to remain one, either. The NFON family is large, with 3,000 active members already in its partner community. The reasons are simple: innovative products in a growth market; guaranteed recurring revenues; maximum service; and a partner model tailored to the requirements of each individual partner. The four characteristics below are the entry ticket to the heart of the NFON family – and a sure-fire way to drive sales.



Build bridges

Those who know how to position themselves as a management consultant can retain clients for years. Customers want a competent partner who recognises what they need and offers the right solutions. And the proof is there for all to see: an NFON client only leaves once every 19 years!



Maintain portfolio

It's important to care for what you have and make partnerships even stronger. Which is why, from 2022, there will no longer be a minimum new business requirement for NFON partners. This will create more flexibility and security for long-term planning.



Want to learn

Helping you to help yourself: In order to be the consultant that customers want, NFON and its subsidiary DTS have a minimum requirement for technical qualifications – a win for all parties. Technical training and compulsory courses turn a business associate into an expert partner in crime.



Be accepting

Partnerships are never a one-way street. So, depending on their level, NFON and DTS offer their partners full support – in marketing, sales and technical matters.

Find out more about the partner programme at nfon.de
or deutsche-telefon.de

<<< page 47

quite relaxed about things like that, though: I'm doing my thing and other people theirs. Then we see who's better.

WOULD YOU SAY TRUST IS THE BASIS OF YOUR WORK?

Definitely. It was hard at first because the police thought I was on the criminals' side. And vice versa. But now everyone knows what the situation is – there's even been a Dutch TV show about my work. It's like any relationship: you have to understand, trust and respect each other.

WHAT'S THE TYPICAL JOURNEY OF STOLEN ART?

On the one hand, there are people who can afford these things – royalty, popstars, millionaires and billionaires. If one of them has a Picasso stolen, then it first goes downwards, into the criminal underworld. Then it goes back up again, into the criminal overworld of gangsters and mafiosi: the criminals who like to keep their hands clean. People like that don't have art to enjoy it, they have it so that if they're ever arrested, they can ask for a reduced sentence when they give the artworks back. In 2002, in Amsterdam, two van Goghs were stolen. They reappeared in 2016, in Italy. Mafia boss Raffaele Imperiale had them and used them for exactly this purpose. The IRA also stole a lot of art during their active years – as potential bargaining chips.

THEY WERE CONNECTED TO ONE OF THE MOST SPECTACULAR ART ROBBERIES, FROM THE ISABELLA STEWART GARDNER MUSEUM IN BOSTON. THE PAINTINGS INCLUDED A VERMEER, A MANET AND A REMBRANDT. THAT WAS IN 1990. SINCE THEN, THEY'VE ALL DISAPPEARED ...

It's suspected they were stolen by two members of the Boston mafia, who were later shot dead. The artworks then fell into the hands of

>>> page 53

<<< Seite 50

SIND KUNSTDIEBE CLEVERER ODER GEWITZTER ALS ANDERE DIEBE?

Es gibt nicht viele, die sich auf Kunst konzentrieren. Die wenigen würde ich wahrscheinlich allein an der Stimme durchs Telefon erkennen. Am Ende muss man aber feststellen, das es viel einfacher ist, ein Gemälde aus einem Museum zu klauen, als eine Bank auszurauben.

WARUM IST ES SO EINFACH?

Kunst ist für die Menschen da, sie muss nahbar und öffentlich sein. Man kann sie nicht absichern wie Fort Knox. Außerdem haben gerade kleinere Museen nicht so viel Geld. Und selbst wenn etwas sehr gut gesichert ist – wenn professionelle Diebe etwas haben wollen, dann kriegen sie es. Es kommt ja auch vor, das sie mit einer Pistole reingehen, dann brauchen sie zwei Minuten. Beim „Schrei“ von Edvard Munch war das so.

EINES DER BEKANNTESTEN UND WERTVOLLSTEN GEMÄLDE, DAS SIE WIEDERFANDEN, IST „BUSTE DE FEMME“ VON PABLO PICASSO. WAR DAS FÜR SIE EINE BESONDERE GESCHICHTE?

Auf jeden Fall. Es gibt Hunderte geklaute Picassos, aber das ist der wichtigste. Denn es war eines seiner Lieblingsbilder, das er nie verkauft hatte. Es wurde 1999 von einer 70 Meter langen Jacht eines Scheichs gestohlen. 20 Jahre später habe ich es gefunden. An diesem Abend saß ich dann allein zu Hause. Der Polizei sagte ich, sie könne das Bild am nächsten Tag abholen. Ich habe es dann bei mir an die Wand gehängt, einen 70 Millionen Euro teuren Picasso. Für eine Nacht. Und ich habe Octave Durham angerufen, denn ich musste mein Gefühl dabei mit jemandem teilen, der das verstehen konnte. Er hat erst mal zehn Sekunden lang geschwiegen und dann gesagt: „Gehst du vielleicht heute Abend noch raus?“ Das ist seine Art von

>>> Seite 54

ICH HÖRE WAS, WAS DU NICHT SIEHST

Text: Sascha Borrée

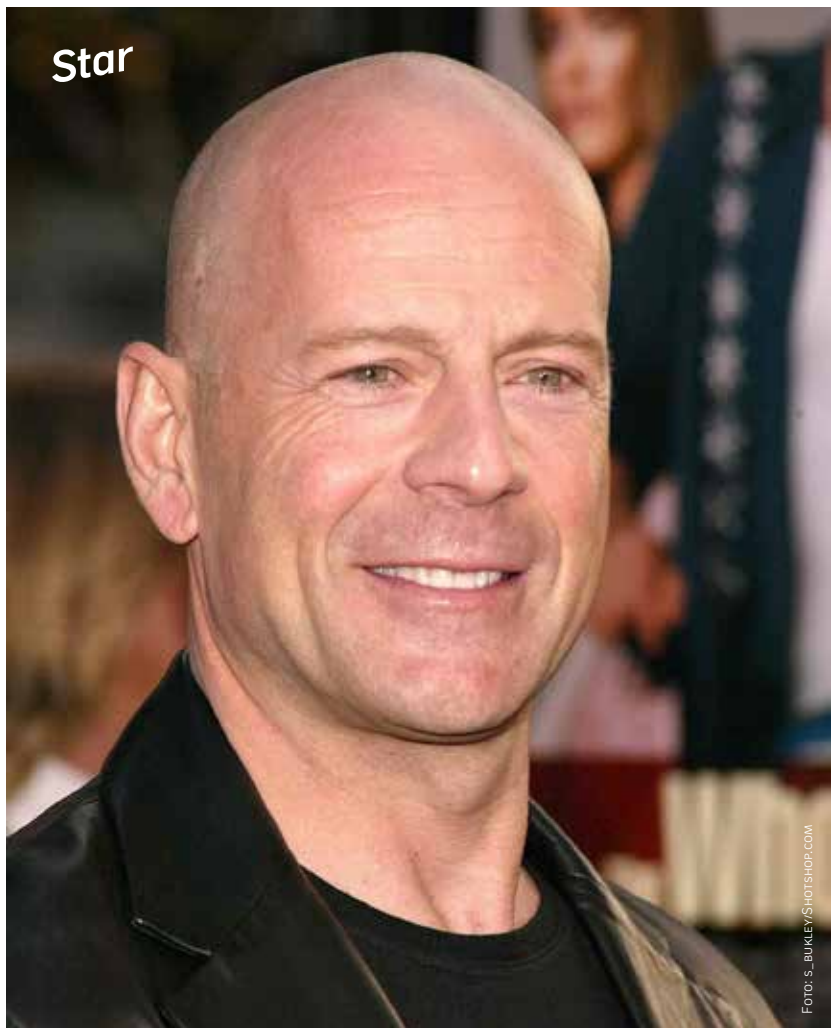
Jeder kennt sie, aber auf der Straße erkennt sie keiner: Diese Synchronsprecher leihen den ganz großen Hollywood-Schauspielern ihre Stimme – und sind dabei die heimlichen Stars der deutschen Film- und Fernsehlandschaft.

Unsere Stimmen sagen meist mehr als viele Worte. Sie sind Ausdruck unserer Persönlichkeit, dabei so charakteristisch wie ein Fingerabdruck. Aber ausgerechnet die Stimmen, die wir mit unseren Lieblingsstars assoziieren, gehören in Wirklichkeit ganz anderen: Synchronsprecher sind echte Vokalvirtuosen, zelebrieren ein riesiges Repertoire diverser Charaktere und Stimmen –

und zwar mit größerer Vielfalt, als wir Zuhörer und -schauer uns das in der Regel vorstellen können. Oder war Ihnen etwa klar, dass die deutsche Stimme von Chuck Norris der gleichen Person gehört wie die des Hörspiel-Elefanten Benjamin Blümchen?

Der Macho-Spezialist

Bruce Willis, Kurt Russell, Gérard Depardieu: Der mittlerweile 76-jährige Synchronsprecher Manfred Lehmann ist auf die Raubeine unter den US-Stars abonniert – und auch selbst als Schauspieler, etwa in mehreren „Tatort“-Folgen, bekannt geworden. Seinen wohl legendärsten Satz hat Lehmann aber für die Werbung einer Baumarktkette aufgesprochen: „20 Prozent auf alles – außer Tiernahrung“.



I HEAR SOMETHING YOU CAN'T SEE

Text: Sascha Borrée

In Germany, everyone knows them. But nobody would ever recognise them on the street. These dubbing actors lend their vocal talents to some of Hollywood's greatest actors, making them the secret stars of German film and TV.

Our voices often say more than 1,000 words. They vividly express our personalities and can reveal as much about a person as a fingerprint. But, for some, the voices they associate with their favourite stars actually belong to other people. Dubbing actors

– voice actors who record dubbed versions of films and TV shows – are true vocal virtuosos, able to dip into a repertoire of characters and voices that is more diverse than viewers probably imagine. Or did you already know that the German voices of

Chuck Norris, Brian Cox and Morgan Freeman belong to the same person?

Stimme
Voice

The macho man

Bruce Willis, Kurt Russell, Gerard Depardieu: 76-year-old Manfred Lehmann is the voice of many a Hollywood tough guy for German viewers. He's even stepped in front of the camera on numerous occasions for German TV.

the IRA due to Boston's strong Irish connections. There are plenty of old IRA members who are very active with drug dealing, smuggling and so on. I believe the paintings are now in a barn somewhere in Ireland.

ANY IDEA WHICH ONE?

I'm afraid not. There's a USD10-million reward, so there are plenty of people looking for them.

ARE ART THIEVES CLEVERER THAN OTHER THIEVES?

There aren't many who concentrate on art. For the few that do, I would probably recognise their voice on the phone. But, at the end of the day, it's actually easier to steal a painting from a museum than to rob a bank.

WHY IS IT SO EASY?

Art is there for the people. It has to be accessible. You can't shut it away like Fort Knox. Also, some small museums don't have much money for security. But even if the art is well secured – if professional thieves want something, they'll get it. If they go in with a gun, it might take two minutes. That's what happened with 'The Scream' by Edvard Munch.

ONE OF THE MOST FAMOUS AND VALUABLE PAINTINGS YOU FOUND WAS PICASSO'S 'BUSTE DE FEMME'. WAS THAT A SPECIAL CASE FOR YOU?

Definitely. There are hundreds of stolen Picassos but this is the most important. It was one of his favourite paintings that he never sold. It was stolen in 1999 from a mega-yacht belonging to the son of a sheikh. I found it 20 years later. On that evening, I was sitting alone at home. I'd told the police they could pick up the painting the next day. I decided to hang it on my wall, just for a night – a €70-million Picasso. I called Octave Durham because I had to share the moment with someone who would understand. He was

<<< Seite 52

Humor – und er sah es als größten Vertrauensbeweis, dass ich ihn, den größten Kunstdieb der Welt, anrufe, um ihm zu erzählen, dass in meinem Haus ein echter Picasso hängt.

WIE HABEN SIE DAS BILD GEFUNDEN? WIEDER DURCH EIN PAAR ANRUFEN?

Ich hab 2015 erfahren, dass offenbar ein Picasso in der holländischen Szene rumgeht. Nach und nach habe ich mehr herausgefunden, bis ich schließlich wusste, wer ihn hatte. Aber das alles erstreckte sich über drei, vier Jahre. Weil man immer viel warten muss, man ruft viele Leute an und irgendwann, nach Wochen, bekommt man einen kleinen Hinweis, dass jemand vielleicht was weiß oder gehört hat. Es kommt auch vor, dass ich Aufzeichnungen gemacht habe, die ich nach drei Jahren wieder lese und erst dann verstehe, wo die Verbindung ist. Dann lege ich die Puzzleteile zusammen und weiß, wo ich suchen muss.

SIE ARBEITEN ALSO IMMER AN MEHREREN FÄLLEN?

Ja, momentan an etwa zehn gleichzeitig.

WIE WERDEN SIE BEZAHLT? MIT ERFOLGSHONORAR ODER NACH STUNDENSATZ?

Zu 70 Prozent arbeite ich als Kunsthistoriker, das ist sehr langweilig. Ich berate zum Beispiel Kunstsammler. Will einer ein Werk kaufen, dann fragt er mich, ob der Preis okay ist, ob es vielleicht gestohlen ist. In den restlichen 30 Prozent bin ich hinter diesen Großschätzen her. Das sind die tollen Sachen, die weltweit Schlagzeilen machen. Aber dafür werde ich kaum bezahlt, es kostet mich eher Geld. Nach „Hitlers Pferden“ habe ich anderthalb Jahre gesucht, es hat mich rund 15.000 Euro gekostet. Aber wem soll ich dafür eine Rechnung stellen? Angela Merkel?

>>> Seite 56



Foto: ddp
Foto: ddp © 1990 TOUCHSTONE PICTURES PHOTO BY RON BATZDORFF

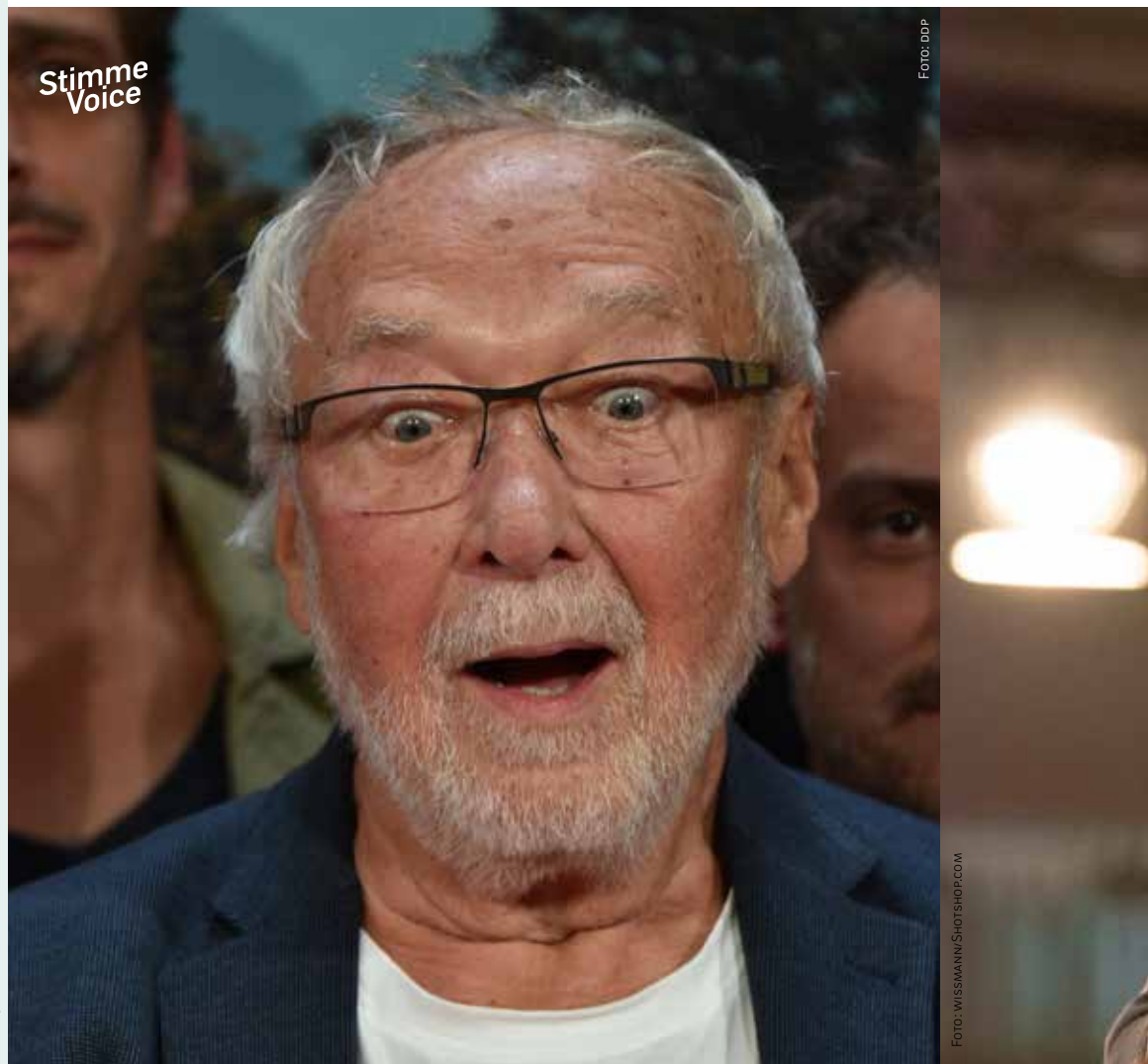


Foto: ddp

Foto: WISSMANN/SHOTSHOP.COM



Hübsche Frauen, erleuchtete Einsichten

Für Julia Roberts wurde „Pretty Woman“ 1990 zum Durchbruch. Für die bis dahin vollkommen unbekannte, aus Ostberlin stammende Synchronsprecherin Daniela Hoffmann auch. Hoffmann sprach seitdem immer wieder Roberts, daneben Ally McBeal in der gleichnamigen Anwaltsserie und das Mammut Ellie in den „Ice Age“-Filmen. Satz für die Ewigkeit (aus „Eat Pray Love“): „Wir nehmen es hin, unglücklich zu sein, aus Angst vor Veränderung.“

Pretty women, illuminating insights

For Julia Roberts, her role in the 1990 hit 'Pretty Woman' represented a real breakthrough. The same can be said for dubbing actor Daniela Hoffmann. More than 30 years later, Hoffmann is still the voice of Roberts on German screens, as well as Ally McBeal and Ellie the mammoth in the 'Ice Age' films. Her most famous line (from 'Eat, pray, love'): "We settle for misery because we're afraid of change."



Star

Stimmstarke Kerle

Was sagt Chuck Norris, wenn er im Zoo zum Elefantengelände kommt? Töröö! Richtig gehört: Jürgen Kluckert, mit 78 Jahren ein Synchronsprecher-Urgestein, spricht sowohl den knallharten Kampfsport-Star – als auch den Elefanten Benjamin Blümchen aus der gleichnamigen Hörspielserie. Ebenfalls als Synchronsprecher arbeiten seine Söhne Tobias (50 Cent, Joaquin Phoenix), Sebastian („Teenage Mutant Ninja Turtles“) und Fabian („Fear the Walking Dead“).

Imposing voices

At 78, Jürgen Kluckert is a bedrock of the dubbing world. Over the years, he's voiced some of Hollywood's most respected actors, including Brian Cox, Donald Sutherland and Morgan Freeman. He's also the German voice of cult martial arts star Chuck Norris. And he's made sure that his craft stays in the family: Kluckert's sons Tobias (50 Cent, Joaquin Phoenix), Sebastian ('Teenage Mutant Ninja Turtles') and Fabian ('Fear the Walking Dead') have also all worked as dubbing actors.

DENNOCH: GIBT ES NIE EINE BELOHNUNG?

Nur in etwa zehn Prozent der Fälle. Mal von der Polizei, mal von einer Versicherung. Falls das Bild überhaupt versichert ist, denn meistens haben die Museen auch dafür kaum Geld. Im Jahr 2020 habe ich ein handgeschriebenes und goldverziertes Buch, den „Diwan“ des persischen Dichters Hafis, im Wert von knapp einer Million Euro wiedergefunden. Da waren der iranische Geheimdienst und der Bundesverfassungsschutz involviert. Dafür gab es eine Belohnung von immerhin 50.000 Euro. Aber davon geht dann die Hälfte an die Steuer, und ich muss ja auch die Leute bezahlen, die mir geholfen haben, und bin viel ge- reist. In den meisten Fällen kann ich nicht mal die Spesen abdecken. Für das „Mosaik des heiligen Markus“ etwa habe ich 3000 Euro bekommen, aber allein für die Reisen schon 7000 Euro aus- gegeben.

SIE REISEN ENORM VIEL, HABEN ABER KEIN AUTO ...

Ich habe nicht mal einen Führer- schein. Ich reise mit dem Zug und dem Flugzeug. Manchmal nimmt mich auch jemand mit. Mit dem „Mosaik“ übrigens hat mich mein Vater zur zyprischen Botschaft gefahren ... zehn Millionen Euro hinten im Kofferraum.

Man könnte ihnen noch ewig lau- schen, diesen Geschichten aus der Halbwelt, der Unterwelt und der Welt der Superreichen. Wer ganz tief ein- tauchen will, für den hat Brand Bü- cher geschrieben. Zum Beispiel das über die abenteuerliche Suche nach den besagten „Pferden Hitlers“, er- schienen ist es bislang auf Niederlän- disch („De paarden von Hitler“), Eng- lisch („Hitler's Horses“), Französisch („Les chevaux d'Hitler“) und in vielen anderen Sprachen, aber nicht auf Deutsch. „Vielleicht wollen die Deut- schen nicht, dass ihnen ein Holländer etwas über ihre Geschichte erzählt“, sagt er und lächelt dazu. ~

Stimme
Voice

FOTO: PICTURE ALLIANCE/GEISLER-FOTOPRESS

FOTO: DDP

Skurri- le Charaktere

Er ist der Experte für schräge Stimmen:

Ab 1995 sprach Santiago Ziesmer – damals selbst schon 32 Jahre alt – den ultranervigen Teenie Steve Urkel in der US-Sitcom „Alle unter einem Dach“.

Auch Spongebob Schwammkopf und vielen anderen Zeichentrickfiguren (etwa in „Ducktales“, „Winnie Puuh“ oder japanischen Animes) lieh er seine Stimme, genauso wie US-Star Steve Buscemi in vielen seiner abseitigen Rollen.

Crazy characters

Santiago Ziesmer is the man for many voices. Starting in 1995 (already aged 32), he was the German voice of the nerdy teen Steve Urkel in US sitcom 'Family Matters'. He's also lent his tones to 'Spongebob Squarepants' and many other cartoon series, including 'Ducktales' and 'Winnie the Pooh', as well as some of Steve Buscemi's off-the-wall roles.





Von Bart bis Björk

Was verbindet Helena Bonham Carter (in „Fight Club“), Hilary Swank (in „Million Dollar Baby“) und Bart Simpson? Ja doch: Alle drei werden stimmlich von der Synchronsprecherin Sandra Schwittau inszeniert. Daneben spricht Schwittau auch schon mal für Eva Mendes, Renée Zellweger, Björk – und in den Jugend-Gruselhörspielen der „John Sinclair“-Reihe.

From Bart to Björk

What connects Helena Bonham Carter (in 'Fight Club'), Hilary Swank (in 'Million Dollar Baby') and Bart Simpson? For German audiences, all three are voiced by Sandra Schwittau. She has also played Eva Mendes, Renée Zellweger and Björk.

<<< page 53

totally silent at first, before he said: "Are you going out tonight, by any chance?" That's his kind of humour. He saw it as a huge sign of trust that I'd called him, the world's greatest art thief, to say I had a Picasso on my wall.

HOW DID YOU FIND THE PICTURE?

In 2015, I heard there was a Picasso doing the rounds in the Netherlands. I gradually found out more and more until I knew who had it. It can take years. It's like slowly putting together a puzzle, piece by piece.

HOW DO YOU GET PAID?

I don't really earn much for finding these pieces. If anything, it costs me money. Hitler's Horses cost me €15,000.

THERE'S NEVER A REWARD?

Maybe in 10 per cent of cases, from the police or an insurer. That's if it's insured at all – most museums can't afford even that. In 2020, I found a special Iranian book, the 'Diwan of Hafez', which was worth €1 million. The reward for that was actually €50,000, but half of that went on taxes and then I had to pay people who helped me. I also had to travel a lot. Usually, I don't even get my expenses back. For the 'Mosaic of St Mark', I received €3,000 but the travel costs alone were €7,000.

YOU TRAVEL A LOT BUT DON'T HAVE A CAR ...

I don't even have a licence. I take the train or fly. Or someone might give me a lift. For the Mosaic, my dad took me to the Cypriot embassy. Ten million euros just sat in the back of the car ...

Anyone who wants to hear more about Brand's fascinating tales about the criminal underworld and the super-rich can do so in his books, including 'Hitler's Horses'. ~

Stimme
Voice





FOTO: ARTHUR BRAND

FOTO: JAN BUL



BROTLOSE KUNST: Mittlerweile hat Arthur Brand das Rauchen aufgegeben. Als er aber Anfang 2020 das goldverzierte Buch „Diwan“ des persischen Dichters Hafiz entdeckte, gönnte er sich die letzte Zigarette. Denn große Belohnungen kann er nicht erwarten, selbst wenn ein Kunstgegenstand wie der „Diwan“ rund eine Million Euro wert ist, reicht das, was er bekommt, oft nicht mal für seine Spesen.

UP IN SMOKE: Arthur Brand no longer smokes: his last cigarette was to celebrate the discovery of the 'Diwan of Hafez' book at the beginning of 2020. The financial reward for his work is rarely significant, even for artworks worth millions.

IMPRESSUM

/ IMPRINT

CLOUDS # 3/2021

ISBN: 978-3-98225-383-1

REDAKTION + KONTAKT / EDITORIAL OFFICE + CONTACT: V.I.S.D.P. / EDITOR IN CHIEF: Sabina Prüser, NFON AG, Investor Relations, Machtlinger Straße 7, 81379 München, Telefon: +49 (0)89 453 00 134, Telefax: +49 (0)89 453 00 33 134, E-Mail: sabina.prueser@nfon.com, Internet: corporate.nfon.com/de /// Redaktionsschluss / Copy deadline: 17.08.2021 | **REALISATION: Konzept, Text und Gestaltung des Imageteils / Image section concept, text and design:** Johannes Beck (Konzept & Artdirektion), Tim Gutke (Konzept & Text), Text und Gestaltung des Finanzteils / Financial section text and design: NFON AG (Text), Black Frog Consulting, Sascha Golowin (Gestaltung / design) Redaktion / Editorial staff: Sascha Borrée (Text, fr), Detlef Dreßlein (Text, fr), Florian Fratzscher (Text, fr), Zola Schumacher (Text, fr), Thomas Balke (Bildredaktion, fr / Picture desk), Geoff Poulton (Übersetzung / Translation, fr) | **TITEL / COVER:** Arthur Brand, fotografiert von / photographed by Jan Bijl | **BILD- UND RECHTENACHWEISE:** Die Verwertung der Texte oder Bilder, auch auszugsweise, ist ohne die Zustimmung des Verlages (NFON AG) und der Autoren urheberrechtswidrig und strafbar. Die Inhalte des Magazins sind von Autoren und Verlag sorgfältig erwogen und geprüft, dennoch kann eine Garantie nicht übernommen werden. Eine Haftung von Autoren und Verlag für Personen-, Sach- und Vermögensschäden ist ausgeschlossen. | **COPYRIGHT:** The use of texts, pictures and extracts thereof without the consent of the publisher (NFON AG) and the authors is in breach of copyright laws and liable to prosecution. Although the magazine content was carefully assessed and reviewed by the authors and publisher, no guarantee can be given. Authors and publisher are excluded from liability for personal injury, property damage and financial loss. | **LITHO:** twentyfour seven Creative Media Services GmbH, Am Zirkus 6, 10117 Berlin **DRUCK / PRINT:** H. Heenemann Druck GmbH & Co. KG, Bessemerstraße 83, 12103 Berlin /// Dieser Bericht wurde in Deutschland auf zertifiziertem Papier gedruckt, das aus nachhaltiger Forstwirtschaft stammt. Die Treibhausgasemissionen, die bei der Herstellung entstanden, wurden durch Klimaschutzprojekte kompensiert. /// This report was printed in Germany on certified paper from sustainable forestry. Production related greenhouse gas emissions were compensated via climate protection projects. | **ZUKUNFTSBEZOGENE AUSSAGEN:** Dieses Magazin enthält in die Zukunft gerichtete Aussagen, die auf Annahmen und Schätzungen der Unternehmensleitung der NFON AG beruhen. Auch wenn die Unternehmensleitung der Ansicht ist, dass diese Annahmen und Schätzungen zutreffend sind, können die künftige tatsächliche Entwicklung und die künftigen tatsächlichen Ergebnisse von diesen Annahmen und Schätzungen aufgrund vielfältiger Faktoren erheblich abweichen. Zu diesen Faktoren können beispielsweise die Veränderung der gesamtwirtschaftlichen Lage, der gesetzlichen und regulatorischen Rahmenbedingungen in Deutschland und der EU sowie Veränderungen in der Branche gehören. Die NFON AG übernimmt keine Gewährleistung und keine Haftung dafür, dass die künftige Entwicklung und die künftig erzielten tatsächlichen Ergebnisse mit den in diesem Geschäftsbericht geäußerten Annahmen und Schätzungen übereinstimmen werden. Es ist von der NFON AG weder beabsichtigt, noch übernimmt die NFON AG eine gesonderte Verpflichtung, zukunftsbezogene Aussagen zu aktualisieren, um sie an Ereignisse oder Entwicklungen nach dem Datum dieses Berichts anzupassen. / **FORWARD-LOOKING STATEMENTS:** This magazine contains forward-looking statements that are based on assumptions and estimates made by the management of NFON AG. Even if the management is of the opinion that these assumptions and estimates are correct, future actual developments and future actual results may differ considerably from these assumptions and estimates due to a wide range of factors. These factors may include, for example, changes in the overall economic situation, the legal and regulatory framework in Germany and the EU as well as changes in the industry. NFON AG gives no guarantee and accepts no liability if future developments and the actual results achieved in the future do not correspond with the assumptions and estimates expressed in this annual report. NFON AG neither intends nor assumes any obligation to update forward-looking statements to reflect events or developments after the date of this report.



NOW!

SIMPLE IS JUST A CLICK AWAY.
NFON. SIMPLIFY COMMUNICATION.



[NFON.COM](https://nfon.com)