

**München**  
**17. Dezember 2015**

Sehr geehrte Aktionäre, sehr geehrte Mitarbeiter und Geschäftspartner der UMT Gruppe!

Das Jahr 2015 neigt sich dem Ende entgegen – und damit auch das sehr erfolgreiche Geschäftsjahr unserer UMT Gruppe. Wir sind unserem Ziel, der Marktführer im Bereich der Mobile Payment und Loyalty Lösungen zu werden, näher gekommen. Erlauben Sie mir daher, Ihnen im Folgenden die diesjährigen Highlights im Rahmen eines kurzen Rückblicks darzustellen und einen Ausblick auf das kommende Jahr 2016 zu geben.

An dieser Stelle möchte ich mich zunächst sehr herzlich bei allen Mitarbeitern der UMT Gruppe für die geleistete Arbeit und ihren unermüdlichen Einsatz sowie bei allen Geschäftspartnern für ihr Vertrauen bedanken!

## Highlights 2015



Der bisher größte Meilenstein unserer Unternehmenshistorie ist zweifelsohne die Zusammenarbeit mit PAYBACK. Deutschlands führendes Bonusprogramm und gleichzeitig größte Multichannel-Marketingplattform wird bereits ab Frühjahr 2016 seinen 27 Millionen Kunden eine eigene Mobile Payment Lösung anbieten. Diese wurde auf Basis der UMT Technologieplattform entwickelt. Das komfortable System ermöglicht Kunden zukünftig das Punktesammeln und Bezahlen per App in nur einem einzigen Schritt. Schon jetzt nutzen 7 Millionen Kunden die mobilen Services der PAYBACK-App beim Einkaufen. Der Bezahlvorgang kommt nun als weiterer herausragender Pluspunkt hinzu. Diese tiefe technische Durchdringung des deutschen Einzelhandels via PAYBACK macht die UMT zu einem führenden Technologieanbieter im Bereich Mobile Payment in Deutschland und stellt somit eine hervorragende Ausgangslage für die weitere Positionierung der eigenen Technologieplattform dar.

Im Fokus des Geschäftsjahres 2015 stand ebenso die gezielte strategische Erweiterung des internationalen Beteiligungsportfolios. Nach einem erfolgreichen Pre-Launch im ersten Quartal dieses Jahres startete unsere türkische Tochtergesellschaft UMT Turkey Mobil A.S. im vierten Quartal 2015 die mobile Restaurant und Loyalty Plattform Visa Platinum Masa. Damit stärkt die UMT Gruppe ihre internationale Stellung im zukunftssträchtigen Markt für Mobile Payment und Loyalty Plattformen, insbesondere in der Gastronomie.

Die Türkei gilt dabei als Schlüsselmarkt: Mit seinen 80 Millionen Einwohnern und einem Durchschnittsalter von nur 29 Jahren ist das Land einer der dynamischsten Wachstumsmärkte für elektronische Zahlungen und E-Commerce weltweit. Die große Affinität zu Smartphones und Internet der Bevölkerung bildet eine ausgezeichnete Basis. Über unsere Tochter UMT Turkey Mobil A.S. und das Joint Venture mit der führenden Marketingagentur Ketchup werden wir auch künftig stark von dem großen Potenzial dieses Marktes profitieren. Laut einer Ketchup Studie, welche im Auftrag der renommierten Beraterfirma Edgar Dunn (Turkey - Advanced Payment Report) erstellt wurde, spielen Loyalty und Bonusprogramme, insbesondere in der Lebensmittelbranche, eine immer wichtigere Rolle.

Auch in Spanien konnte die UMT Gruppe ihre Marktpräsenz im Bereich Mobile Payment mit einer weiteren strategischen Partnerschaft, unserer spanischen Tochtergesellschaft Mobile Payment System España S.L. mit der Banco de Sabadell, S.A., einer der größten Bankengruppen Spaniens, ausbauen. Dieser Kooperationsvertrag markiert ebenfalls einen Meilenstein für die gezielte europäische Markteinführung unserer Mobile Payment Plattform. Im Juni dieses Jahres sind wir über unsere spanische Tochtergesellschaft zudem eine weitere strategische Beteiligung mit dem spanischen Big Data Analyst SEKS - Serial Entrepreneurship Knowledge Society S.L. eingegangen. Das Ziel der Zusammenarbeit ist die für Endkunden vorteilhafte, gemeinsame Analyse und gezielte Nutzung von Big Data. Diese Datenanalyse ermöglicht der UMT Gruppe zusätzlichen Umsatzwachstum und ihren Kunden einen weiteren innovativen Produktbaustein entlang des Verkaufsprozesses anzubieten. Dem Thema Data Analytics und den damit einhergehenden Vorteilen für Händler und Unternehmen wird inzwischen größte Bedeutung zugesprochen.

Ein weiteres Highlight zum Beginn des Münchner Oktoberfestes markierte die Zusammenarbeit mit der Gastronomiefirma Kuffler. UMT und Kufflers Weinzelt führten erstmals gemeinsam mobiles Bezahlen in Kufflers Weinzelt auf dem Oktoberfest ein. Nach dem Motto „Ohne Geld ins Zelt“ wurde den rund 80.000 Gästen des Weinzelts ein ganz besonderer Service auf der „Wiesn“ geboten. Mit insgesamt mehreren tausend App-Downloads und einem Gesamtumsatz von fast 50.000,- Euro konnte dieses gemeinsame Projekt erfolgreich abgeschlossen werden.

Die erfolgreiche Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr, mit Umsatzerlösen in Höhe von TEUR 1.050 und einem Jahresüberschuss von über TEUR 605, gibt den positiven Trend bezüglich des Gesamtergebnisses für 2015 vor. Innerhalb der letzten Wochen wurden bereits weitere konkrete Leads auf der Vertriebssebene vorangetrieben, welche im nächsten Jahr das operative Ergebnis der UMT entsprechend positiv beeinflussen werden.



Der Mobile Payment Markt ist weiterhin auf dem Vormarsch. Dies testieren auch die Branchenexperten der Beratungsgesellschaft PwC (PricewaterhouseCoopers) in einer aktuellen Branchenanalyse. Bis zum Jahr 2020 wird das Marktvolumen nach ihrer Prognose die Milliarden-Euro-Grenze geknackt haben. Der Trend zu mobilen Bezahlsystemen ist global einheitlich.

Die jährlichen Wachstumsraten für den Markt mit mobilen Bezahlsystemen liegen bei 100 Prozent im Endkunden-Bereich (B2C) und bei jährlichen 150 Prozent im B2B-Umfeld. Schon 2017 soll das weltweite Transaktionsvolumen durch Mobile Payment den Betrag von 721 Milliarden US-Dollar übersteigen. Aktuell steckt der Markt für Mobile Payment vor allem in Deutschland noch in den Kinderschuhen. Laut einer Studie der Beratungsgesellschaft KPMG werden bisher entsprechende Dienste nur von rund 15 Prozent der Verbraucher wahrgenommen. Doch auch hier zeigt sich immenses Potenzial: Immerhin 58 Prozent der Nichtnutzer – und damit eine deutliche Mehrheit – kann sich schon heute vorstellen, künftig mit dem Handy zu bezahlen. Hinzu kommt: Vier von zehn der aktuellen Nutzer würden in Zukunft gern häufiger mit dem Handy bezahlen – diese Zahl ist nicht verwunderlich, wenn man bedenkt, dass sich das Smartphone immer mehr zur allumfassenden Kommunikationszentrale der Menschen entwickelt. Waren 2014 noch die reinen Zahlungs-Apps deutlich in der Überzahl, so hat sich das Bild binnen eines Jahres umgekehrt. Anbieter, die in ihre App eine Zahlungsfunktion integrieren, werden immer beliebter und erfreuen sich stark wachsender Akzeptanz der User. Eines der Schlüsselemente für den Erfolg der digitalen Brieftaschen heißt „Convenience“. Konkret: Bezahlen mit dem Handy muss dem Kunden so viele Vorteile bieten, dass sich die Frage nach Alternativen erübrigt. Und genau hier liegt unsere Stärke.

Der Weg ist vorgezeichnet: Mittel- und langfristig soll das Handy nicht nur Bargeld und die EC- und Kreditkarte ersetzen, sondern gleichzeitig die heute fast unüberschaubare Zahl von Bonuskarten, Gutscheinen und Rabatt-Coupons entbehrlich machen bzw. in möglichst einheitliche mobile Lösungen integrieren. Ein entscheidender Wettbewerbsvorteil, um sich in diesem jungen und umkämpften Markt zu behaupten, besteht darin, sichere und vertrauenswürdige Serviceangebote zu entwickeln, die in einem virtuellen Geldbeutel zusammengefasst werden (Mobile Wallet), so dass Bonus- und Treuekarten, Coupons und weitere mobile Services integriert werden können.

Die UMT Plattform ermöglicht aufgrund ihrer sehr ausgereiften Technologie nicht nur im stationären Handel, sondern auch im E-Commerce neben dem reinen mobilen Bezahlen, eine sehr flexible und schnelle Integration von Zusatzdiensten mit entsprechend attraktiven Betreiber-Margen. Die hohe technische Durchdringung im Einzelhandel sowie die sehr effizienten Entwicklungs- und Implementierungsprozesse schaffen zudem klare Wettbewerbsvorteile. Ziel ist dabei den Geschäftskunden aufgrund der Erweiterung ihrer Vertriebskanäle langfristige und nachhaltige Vorteile und vor allem entsprechend höhere Umsatzerlöse zu ermöglichen.



Die nahtlose und auf die jeweiligen Anforderungen des Geschäftskunden angepasste Integration unserer Technologieplattform in bereits bestehende Applikationen bildet weiterhin den Schwerpunkt unseres Geschäftsmodells. Im Rahmen des Lizenzierungsmodells wird die UMT Gruppe auch zukünftig Umsätze aus der Implementierung sowie damit einhergehende wiederkehrende Umsätze aus Lizenz- und Transaktionsgebühren generieren.

Die erste Hälfte des Geschäftsjahres 2016 wird von der Umsetzung bereits akquirierter Aufträge im In- und Ausland und durch weitere strategische Partnerschaften geprägt sein. Die gezielte Ansprache von Multiplikatoren zur Schaffung einer möglichst großen Akzeptanzfläche spielt dabei eine wichtige Rolle. Derzeit führen wir darüber hinaus konkrete und fortgeschrittene Gespräche mit potenziellen Kooperationspartnern aus dem Bereich E-Commerce sowie mit großen Einzelhandelsketten im Fashionbereich und den großen Dachorganisationen. Deshalb gehen wir im Geschäftsjahr 2016 von einer signifikanten Umsatzsteigerung sowie einem deutlich positiven operativen Ergebnis aus!

Als ergänzenden Baustein zur Umsatzgenerierung für weitere Geschäftszweige bieten wir weiterhin Beratungsleistungen im Bereich Mobile Payment und Loyalty an. Der Schwerpunkt wird hierbei auf dem Bereich Projektmanagement mit konzeptionellem Support liegen. Ziel ist dabei die Abdeckung größerer Teilbereiche innerhalb der Wertschöpfungskette im mobilen Umfeld.

Die UMT Gruppe möchte zudem ihr Investment-Portfolio entlang des Vertriebsprozesses konsequent erweitern. Weitere gezielte Investitionen in Unternehmen entlang der Wertschöpfungskette, welche die UMT-Technologie nutzen können und dadurch einen Mehrwert für unsere Kunden bieten, bilden hierbei den Schwerpunkt.

Die UMT Aktie sehen wir zum aktuellen Kurs deutlich unter Wert gehandelt. Leider konnte der Aktienkurs im Jahresverlauf noch nicht nachhaltig von dem positiven Geschäftsverlauf der UMT Gruppe profitieren. Wir gehen jedoch davon aus, dass sich unsere geplanten operativen Fortschritte im nächsten Jahr auch deutlich positiv auf den Aktienkurs niederschlagen werden.

In diesem Sinne freuen mein Team und ich uns auf ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr 2016 und wünschen Ihnen ein frohes Weihnachtsfest sowie einen guten Rutsch ins neue Jahr!

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Albert Wahl (CEO)