

A low-angle photograph of a ceiling with a grid of metal beams and a single glowing pendant light fixture. The ceiling is made of white, corrugated metal panels. The light fixture is a simple, white, dome-shaped pendant light with a warm glow. The overall color palette is cool, with blues and greys, except for the warm light from the fixture.

# Max 21

**MAX 21 AG**

Quartalsbericht 03/2016

# INHALT

<b>Brief an die Aktionäre</b> .....	3	<b>Binect GmbH</b> .....	8
<b>MAX 21 AG</b> .....	5	<b>Gewinn- und Verlustrechnung der Binect GmbH</b> .....	12
<b>Pro forma Gewinn- und Verlust- rechnung der MAX 21-Gruppe</b> .....	6	<b>KeyIdentity GmbH</b> .....	13
<b>Gewinn- und Verlustrechnung der MAX 21 AG</b> .....	7	<b>Gewinn- und Verlustrechnung der KeyIdentity GmbH</b> .....	17
		<b>Impressum</b> .....	18



## BRIEF AN DIE AKTIONÄRE

---

### SEHR GEEHRTE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE, LIEBE LESERINNEN UND LESER,

seit dem zweiten Halbjahr 2015 haben wir die *MAX 21 AG* und ihre Tochtergesellschaften grundlegend umgekrempelt. Heute sind wir ein anderes Unternehmen als noch vor 12 Monaten – das zeigt sich in der Unternehmensstruktur, im Personal, im Namen, aber vor allem im neuen Spirit, der von unseren Teams gelebt wird.

Unser Fokus mit der neuen *MAX 21 AG* ist ganz klar darauf gerichtet, mit unseren beiden strategischen Tochtergesellschaften und ihren leistungsfähigen, skalierbaren Produkten zu wachsen und dabei profitabel zu sein. Dafür haben wir uns auch von zahlreichen anderen Unternehmensbeteiligungen getrennt. *MAX 21 AG* ist keine Management- und Beteiligungsgesellschaft mehr mit einem Mix aus zahlreichen Portfoliounternehmen wie in der Vergangenheit. Wir firmieren deshalb seit dem 22. September 2016 nun auch offiziell schlicht als *MAX 21 AG*. Auch unsere beiden strategischen Tochtergesellschaften haben wir in diesem Zuge umbenannt: *pawisda* ist heute die *Binect GmbH* und *LSE Experts* die *KeyIdentity GmbH*.

Im dritten Quartal 2016 haben wir auch die Neuaufstellung der Managementteams abgeschlossen. Oliver Michel, bisheriger Vorstand der *MAX 21 AG*, hat mit Wirkung der Hauptversammlung am 30. August 2016 sein Vorstandsmandat niedergelegt und steht der Gesellschaft nun als Mitglied des Aufsichtsrats zur Seite. Das Management der *Binect GmbH* haben wir zudem zum 1. September mit Dr. Frank Wermeyer als neuen CEO komplettiert; das Führungsteam der *KeyIdentity GmbH* wurde zum 1. August mit Dr. Amir Alsbih als neuen COO verstärkt. Darüber hinaus wurde im Rahmen der ordentlichen Hauptversammlung 2016 von den Aktionären ein Aktienoptionsprogramm für ausgewählte Führungskräfte verabschiedet. Ziel dieser Maßnahme ist es, diese langfristig an die *MAX 21 AG* zu binden.

Wir haben unser Unternehmen in allen Bereichen neu aufgestellt und vertrauen zu 100 % auf die Stärken unserer Produkte. Die Umbenennung der Gesellschaften ist für uns die entsprechende Konsequenz und stellt den Startschuss für die „neue“ *MAX 21 AG* dar. Zentrale Herausforderung für uns ist nun, die Produktangebote von *Binect GmbH* und *KeyIdentity GmbH* mit wachsender Dynamik erfolgreich zu vermarkten. Ganz wesentlicher Tätigkeitsschwerpunkt unserer neuen Teams ist daher der Vertrieb. Durch den beständigen Ausbau des Resellernetzwerks, gezielte Marketingaktivitäten und eine aktive Kundenansprache unseres (neu aufgebauten oder im Aufbau befindlichen) Direktvertriebs erwarten wir entsprechende Impulse für unser operatives Geschäft.

Zur Stärkung der Wachstumsfinanzierung haben wir Anfang Oktober unser Working-Capital-Management optimiert und mit einer internationalen Großbank eine Factoringvereinbarung mit einem Rahmen von bis zu 2,5 Mio. EUR getroffen. Damit verringern wir das zur Betriebsmittelfinanzierung gebundene Kapital. Die freigewordenen Eigenmittel werden wir wie geplant insbesondere in den Ausbau der Vertriebsaktivitäten investieren. Vor dem Hintergrund des angestrebten Umsatzwachstums ist bei einer deutlich kürzeren Kapitalbindungsdauer auch die notwendige Betriebsmittelfinanzierung für die Zukunft gesichert.

Sehr verehrte Damen und Herren, die Produkte sind da, das Marktpotenzial ist da und wir haben jetzt ein schlagkräftiges Team an Bord. Wir werden alles daran setzen, in den kommenden Monaten aus diesen Stärken Kapital zu schlagen, und würden uns freuen, wenn Sie uns auf diesem Weg begleiten.

Weiterstadt, im November 2016  
*Der Vorstand*

# MAX 21 AG

max 21

## PRO FORMA GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG DER MAX 21-GRUPPE VOM 01. JANUAR - 30. SEPTEMBER 2016

	MAX 21	Binect	KeyIdentity	NECDIS	Σ	davon intern	Pro forma konsolidierte Zahlen
Umsatzerlöse	1.199.805	3.020.177	1.152.040	1.407.554	6.779.576	2.200.273	4.579.303
Best. Verdg. FE / UE		-13.626	-215.840	77.878	-151.588		-151.588
Aktivierte Eigenleistungen		390.645	322.402		713.047		713.047
So. betr. Erlöse	6.880	11.953	29.155	3.251	51.239		51.239
<b>Gesamtleistung</b>	<b>1.206.685</b>	<b>3.409.149</b>	<b>1.287.757</b>	<b>1.488.683</b>	<b>7.392.274</b>	<b>2.200.273</b>	<b>5.192.000</b>
Mat. / Wareneinkauf gesamt	133	-1.269.400	-150.671	-1.129.253	-2.549.190	-795.251	-1.753.939
<b>Rohertrag</b>	<b>1.206.818</b>	<b>2.139.749</b>	<b>1.137.086</b>	<b>359.430</b>	<b>4.843.083</b>	<b>1.405.022</b>	<b>3.438.061</b>
Personalkosten gesamt	-905.126	-2.034.688	-1.909.311	-268.282	-5.117.407		-5.117.407
Sonstige betr. Aufwendungen	-973.567	-1.508.961	-1.107.719	-194.822	-3.785.068	-1.441.702	-2.343.366
<b>EBITDA</b>	<b>-671.875</b>	<b>-1.403.899</b>	<b>-1.879.944</b>	<b>-103.674</b>	<b>-4.059.392</b>	<b>-36.679</b>	<b>-4.022.712</b>

## GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG DER MAX 21 AG VOM 01. JANUAR - 30. SEPTEMBER 2016

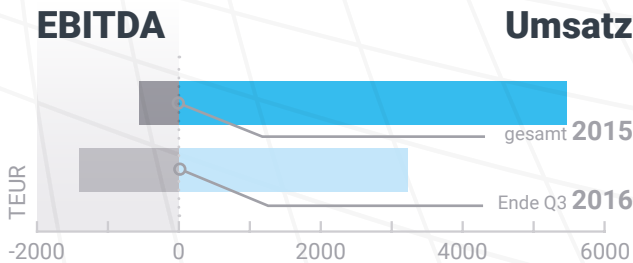
		EUR	EUR
I.	Umsatzerlöse		1.199.805,18
II.	Bestandsveränderungen		
III.	Sonstige betriebliche Erträge		6.880,00
IV.	Materialaufwand		-133,10
V.	Personalaufwand		
1.	Löhne und Gehälter	-843.195,18	
2.	Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung - davon für Altersversorgung EUR 3.680	-61.930,93	-905.126,11
VI.	Abschreibungen		
1.	Auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-13.252,00	
2.	Auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens	-73.995,74	-87.247,74
VII.	Sonstige betriebliche Aufwendungen		-973.566,89
VIII.	Erträge aus anderen Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens - davon aus verbundenen Unternehmen EUR 3.122,61		3.122,61
IX.	Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		63.470,27
X.	Zinsen und ähnliche Aufwendungen		4.833,33
<b>XI.</b>	<b>Ergebnis nach Steuern</b>		<b>-699.693,23</b>
<b>XII.</b>	<b>Jahresfehlbetrag</b>		<b>-699.693,23</b>

- Bei den Umsatzerlösen der MAX 21 AG handelt es sich um die Weiterbelastung der Kosten für die erbrachten Dienstleistungen und Raumkosten an die jeweiligen Tochtergesellschaften
- Löhne und Gehälter beinhalten Abfindungskosten in Höhe von 250 TEUR
- Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen bestehen im Wesentlichen aus Raumkosten in Höhe von 177 TEUR (als Hauptmieter für die Tochtergesellschaften) und Kosten im Zusammenhang mit Kapitalmarktaktivitäten in Höhe von 391 TEUR

# **Binect GmbH**

**BINECT**

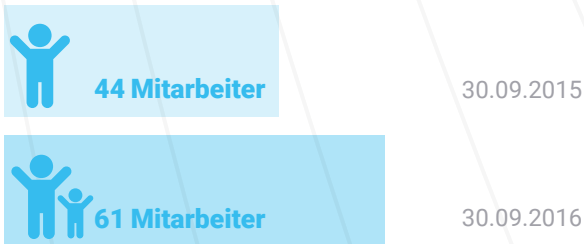




- Umsatz mit 3.020 TEUR bis Ende des dritten Quartals 2016 liegt unter den Erwartungen
- EBITDA von -1.404 TEUR bis Ende des dritten Quartals 2016 ist immer noch maßgeblich durch Zukunftsinvestitionen in Führungs-, Vertriebs- und Marketingpersonal in Q2 und Q3 beeinflusst

Unser erklärtes Ziel ist es, mit unserer Tochtergesellschaft *Binect GmbH* (bis 22. September 2016 *pawisda systems GmbH*) im Markt für digitale und hybride Postkommunikation zu wachsen. Dies wollen wir erreichen, indem wir das Unternehmen mit dem leistungsstarken Produktangebot *Binect GmbH* als Service-provider im Markt etablieren. Mit *Binect Online*, *Binect Cube* und *Binect Enterprise* verfügen wir über Produktvarianten, mit denen wir vom kleinen Handwerkerbetrieb bis zum Großkonzern alle Kundengruppen passgenau bedienen können. Auf diesem Weg wird die *Binect GmbH* seit dem 1. September 2016 von Dr. Frank Wermeyer als neuem CEO geleitet. Er verantwortet die strategische und operative Weiterentwicklung des Gesamtgeschäfts, wobei er insbesondere seinen Fokus auf das Produkt- und Partnermanagement richtet.

### Anzahl Mitarbeiter Binect GmbH



- Im Jahresvergleich erhöhte sich die durchschnittliche Anzahl der FTE von 38,325 in Q3 2015 auf 55,65 in Q3 2016 (+32,6 %)
- Anstieg im Vergleich zum zweiten Quartal 2016 um 4,8 FTE ist durch personelle Stärkung der Bereiche Vertrieb und Marketing entsprechend der Wachstumsstrategie bedingt

Um die Neukundengewinnung zu forcieren, haben wir im dritten Quartal 2016 erfolgreich einen Direktvertrieb aufgebaut. Personell haben wir uns in Berlin, Hannover, Köln, München und Hamburg verstärkt und sind damit heute in allen Ballungszentren Deutschlands aktiv. Neben dem Eigenvertrieb werden unsere Vertriebskollegen auch unsere im bisherigen Jahresverlauf gewonnenen Vertriebspartner unterstützen. Unsere Partner sollen entscheidend zum zukünftigen Vertriebs Erfolg beitragen. Im dritten Quartal haben wir hier erste Fortschritte erzielt und erwarten im laufenden vierten Quartal erste positive Effekte für die Neukundengewinnung. Wir kennen unsere Kundengruppen, wissen, wer potenzielle Neukunden in den jeweiligen Regionen sind und wie wir diese gezielt und effizient ansprechen können. Wir sind davon überzeugt, dass sich die angelaufenen direkten und indirekten Marketing- und Vertriebsmaßnahmen bei allen *Binect GmbH* Produkten sukzessive in messbaren Erfolgen niederschlagen werden.

Mit *Binect Enterprise* als vollständig integrierter Lösung für große Briefvolumina und Tagespost richten wir uns an Großkonzerne. Zum Einsatz kommt unsere Enterprise-Lösung beispielsweise bei der AOK Niedersachsen. Da sich dieses Geschäft durch eine sehr ausgeprägte Kundenbindung auszeichnet, zeigte sich der Geschäftsverlauf im dritten Quartal 2016 entsprechend stabil. Für zusätzliche Impulse im Enterprise-Geschäft für Großkunden mit 100.000 und mehr Sendungen pro Monat und entsprechendem Umsatzhebel soll ab dem vierten Quartal die direkte Ansprache durch unser zusätzliches Vertriebspersonal sorgen. Für die nähere Zukunft arbeiten wir zudem daran, unser Enterprise-Angebot weiter zu standardisieren. Ziel ist die Einführung einer optimierten modularen Software Suite für *Binect Enterprise* zum Ende des ersten Quartals 2017.

Wir wollen mit *Binect* den Einstieg in den hybriden und digitalen Briefversand so einfach wie möglich gestalten. Daher haben wir auch im dritten Quartal die Nutzerfreundlichkeit von *Binect Online* mit zwei neuen Releases weiter verbessert. Erfreuliche Trends auf allerdings noch niedrigem Niveau sahen wir im dritten Quartal bei einer steigenden Anzahl aktiver Kunden sowie überdurchschnittlich hohen Sendungsmengen einzelner Kunden. Insbesondere über die API-Schnittstelle (API – Application Programming Interface) verzeichneten wir deutliche Volumenanstiege. Wenngleich wir mit *Binect Online* bis jetzt noch einen vergleichsweise geringen Umsatzanteil erwirtschaften, bestätigen uns Entwicklungen wie diese darin, dass wir ein gutes Produkt im Markt haben, das von den Kunden angenommen wird. Hier wollen wir anknüpfen und werden unser Angebot z. B. in der Preispolitik fortlaufend verbessern.

## Sendungen über Binect Systeme

Ende Q3 / 2015

insgesamt

43,4 Mio.



Ende Q3 / 2016

insgesamt

57,2 Mio.



- Im Vorjahresvergleich erhöhte sich die Anzahl der Sendungen über die *Binect* Systeme um 31,8 % auf 57,2 Mio. bis Ende des dritten Quartals 2016 (Q3 2015: 43,4 Mio.)
- Kontinuierlicher Anstieg des Sendungsvolumens im weiteren Jahresverlauf erwartet

Im Mai 2016 haben wir als Hardware-Ergänzung den *Binect Cube* im Markt eingeführt und bedienen damit die Nachfrage nach einem geschlossenen Inhouse-System. Mit dem *Binect Cube* können Kunden intern eine eigene digitale Poststelle aufbauen, die in ihr Intranet integriert ist. Als standardisierter und damit kostengünstiger Service, lassen sich mit *Binect Cube* zusätzliche Anforderungen wie beispielsweise Userverwaltung, Freigabeprozesse oder Hotfolders realisieren. Die Kaufentscheidungsprozesse für den *Binect Cube* sind mehrheitlich zeitintensiver und langwieriger als anfänglich von uns erwartet. Der Schritt vom traditionellen Briefversand zur effizienten und kostengünstigen digitalen Briefkommunikation ist für viele Kunden ein Lernprozess. Um bei der Umstellung der Gewohnheiten zu unterstützen und sie so einfach wie möglich zu gestalten, haben wir auch im dritten Quartal intensiv an der Verbesserung der Usability gearbeitet. Sehr positiv ist, dass wir bei den Kunden, die sich bereits für den *Binect Cube* entschieden haben, hohe Sendungsmengen verzeichnen können, die unsere Erwartungen bisher übertreffen.

Die Transformation zum Serviceprovider über unser *Binect GmbH* Produktangebot ist der Schlüssel zu einer profitablen Unternehmensentwicklung. Dies umso mehr, als dass unsere Umsätze als Technologielieferant für die E-POSTBUSINESS BOX der Deutschen Post AG sich zwar stabil entwickeln, aber weiterhin nicht das Potenzial widerspiegeln, das wir im Markt sehen. In Summe liegt die Geschäftsentwicklung in diesem Bereich auch nach den ersten neun Monaten 2016 weiterhin hinter unseren ursprünglichen Erwartungen zurück. Um die Umsatzbeiträge in diesem Bereich zu stärken, hatten wir im zweiten Quartal ein kostenpflichtiges Webinarangebot für Nutzer der E-POSTBUSINESS BOX konzipiert, das nun im dritten Quartal am Markt platziert wurde. Gleichzeitig erwarten wir, dass dieses Schulungsangebot helfen wird, die Akzeptanz der hybriden und digitalen Briefkommunikation in Deutschland insgesamt weiter zu stärken.

In den ersten neun Monaten 2016 erzielte die *Binect GmbH* vor diesem Hintergrund Umsatzerlöse in Höhe von 3,0 Mio. EUR. Der abgegrenzte Umsatz im dritten Quartal belief sich auf 0,9 Mio. EUR und fiel damit im Vergleich zum Vorquartal niedriger aus (Q2: 1,0 Mio. EUR). Ursächlich für diesen Umsatzrückgang im Vergleich zum zweiten Quartal waren sowohl das Hardware-Geschäft mit der E-POSTBUSINESS BOX sowie ein Rückgang bei *Binect Enterprise*, wo ein Großkunde weniger Sendungen verschickt hat. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) belief sich auf -1,4 Mio. EUR, das Periodenergebnis für die ersten neun Monate 2016 betrug -1,8 Mio. EUR. Im dritten Quartal lag das Ergebnis bei -0,6 Mio. EUR nach -1,1 Mio. EUR im Vorquartal. Das Ergebnis wird maßgeblich durch den laufenden Umstrukturierungsprozess in Form von Abfindungskosten und Investitionen in die Zukunft erklärt. Hierzu gehören Investitionen in die Produktentwicklung beziehungsweise -weiterentwicklung, das Marketing und den Ausbau der eigenen und Partnervertriebswege. Aufgrund der von uns getroffenen Schritte erwarten wir im laufenden vierten Quartal erste positive Effekte auf die Umsatzentwicklung. Grundsätzlich erwarten wir bei sich normalisierenden Kosten einen stetigen Umsatzanstieg.

## GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG DER BINECT GMBH VOM 01. JANUAR - 30. SEPTEMBER 2016

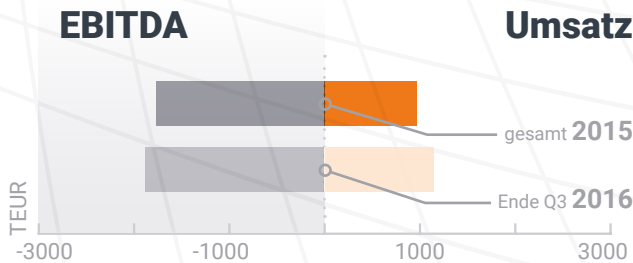
		EUR	EUR
I.	Umsatzerlöse		3.020.177,06
II.	Bestandsveränderungen		-13.626,17
III.	Sonstige betriebliche Erträge		402.597,76
IV.	Materialaufwand		
1.	Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	-1.183.070,86	
2.	Aufwendungen für bezogene Leistungen	-86.328,80	-1.269.399,66
V.	Personalaufwand		
1.	Löhne und Gehälter	-1.711.756,08	
2.	Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung - davon für Altersversorgung EUR 17.632,00	-322.931,5	-2.034.687,58
VI.	Abschreibungen		-463.466,00
VII.	Sonstige betriebliche Aufwendungen		-1.508.960,83
VIII.	Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		87.691,74
IX.	Zinsen und ähnliche Aufwendungen		-50.760,91
<b>X.</b>	<b>Ergebnis nach Steuern</b>		<b>-1.830.434,59</b>
<b>XI.</b>	<b>Jahresfehlbetrag</b>		<b>-1.830.434,59</b>

- Die Umsatzerlöse ergeben sich bisher im Wesentlichen durch die Umsätze, die im Geschäft mit der Deutsche Post AG und im Enterprise-Geschäft erzielt wurden. Da die Produktivphase von *Binect Online* erst zum 1. März 2016 und *Binect Cube* zum 01. Mai 2016 gestartet ist, fallen die mit *Binect Systemen* erzielten Umsätze in Höhe von 64 TEUR noch vergleichsweise gering aus
- Bei den sonstigen betrieblichen Erlösen handelt es sich größtenteils um aktivierte Eigenleistungen im Rahmen der Entwicklung von *Binect GmbH* in Höhe von 391 TEUR
- Der Materialaufwand ergibt sich im Wesentlichen durch den Einkauf von Druckdienstleistungen und produktionsnahen Dienstleistungen
- In den Löhnen und Gehältern befinden sich Rückstellungen für Abfindungen in Höhe von 55 TEUR und ca. 54 TEUR Aufbaukosten für die neuen Mitarbeiter im Marketing und Vertrieb
- Bei den Abschreibungen handelt es sich größtenteils um Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände in Höhe von 346 TEUR und Abschreibungen auf Finanzanlagen in Höhe von 118 TEUR
- Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind im dritten Quartal 2016 immer noch beeinflusst durch den Aufbau von Marketingstrukturen für *Binect* im Online- sowie im Offline-Bereich



# KeyIdentity GmbH

KEYIDENTITY



- Nachdem der Umsatz im ersten Halbjahr 2016 im Rahmen der angepassten Erwartungen lag, wurde bis zum dritten Quartal ein Gesamtumsatz in Höhe von 1.152 TEUR erzielt
- Die Support-Verträge für *LinOTP* werden abgegrenzt über ihre Laufzeit verbucht; die Recurring Revenues haben sich zum Ende des dritten Quartals auf 38 TEUR monatlich im Vergleich zu 33 TEUR zum Ende des ersten Halbjahres erhöht
- Das EBITDA von -1.880 TEUR zum Ende des dritten Quartals wird weiterhin durch die Investitionen in Vertrieb und Marketing belastet

## Umsatz

Bei *KeyIdentity GmbH* (bis 22. September 2016 *LSE Leading Security Experts GmbH*) haben wir im zweiten Quartal 2016 unter der Führung des neuen CEOs Arved Graf von Stackelberg eine Überprüfung der bisherigen Strategie angestoßen. Seit dem 1. August 2016 wird von Stackelberg in der Geschäftsleitung dabei von COO Dr. Amir Alsbihi unterstützt. Wir wollen *KeyIdentity GmbH* ganz klar vertriebs- und ergebnisorientiert ausrichten und unsere monatlich wiederkehrenden Umsätze kontinuierlich erhöhen.

Im Bereich Multi-Faktor-Authentifizierung haben wir mit der Etablierung eines neuen Preismodells für unser hochskalierbares Produkt *LinOTP* bereits im dritten Quartal eine wesentliche, aus der Strategieüberprüfung resultierende Maßnahme umgesetzt. Die Kundenresonanz auf die neue Preisstruktur ist positiv, dies gilt für Neu- wie auch Bestandskunden. Wir sind heute daher in der Lage, höhere Umsätze je Kunde zu erzielen als in der Vergangenheit. Zentraler Bestandteil der neuen Strategie ist der Aufbau eines Open Core-Geschäftsmodells. Als Open Source Software wird *LinOTP* den Kunden auch weiterhin frei zugänglich sein. Wir werden diese kostenfreie Basisvariante jedoch sukzessive um kostenpflichtige Software-Erweiterungen sowie zusätzliche Dienstleistungen der *KeyIdentity GmbH* ergänzen. An der Ausarbeitung einer detaillierten Roadmap arbeiten wir intensiv und planen diese bis Jahresende zu verabschieden.

Daneben machen wir auch bei der Optimierung interner Prozesse sowie dem Aufbau eines effizienten, ressourcenschonenden Vertriebs für kleine und mittlere Zielkunden planmäßig Fortschritte. Diese Kundengruppe soll zukünftig primär mithilfe eines standardisierten Online-Angebots ergänzt um Inside Sales adressiert werden.

## Anzahl Mitarbeiter KeyIdentity GmbH



22 Mitarbeiter 30.09.2015



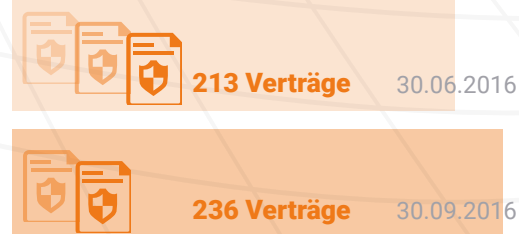
34 Mitarbeiter 30.09.2016

- Innerhalb der letzten 12 Monate erhöhte sich die Anzahl der Vollzeit-Mitarbeiter (FTE) von 19,75 FTE zum Stichtag 30. September 2015 auf 33 FTE am Ende des dritten Quartals 2016 (+67%)
- Im dritten Quartal ergab sich durch Personalwechsel lediglich ein Anstieg von 0,2 FTE

Für Großkunden haben wir im dritten Quartal 2016 unseren Direktvertrieb intensiviert. Um wie geplant unsere monatlich wiederkehrenden Umsätze deutlich zu steigern, konzentriert sich das Team um CEO von Stackelberg bei der Neukundengewinnung insbesondere auf diese Kundengruppe. Die bisherigen Verkaufserfolge zeigen, dass wir den richtigen Weg eingeschlagen haben: Im Ergebnis konnten wir im dritten Quartal, neben mehreren kleineren Aufträgen, zwei Verträge mit zwei Großkunden abschließen. Sehr erfreulich ist dabei zudem, dass sich unter anderem eine große nationale Sicherheitsbehörde für die Verwendung von *LinOTP* entschied. Den indirekten Vertriebsansatz über unser globales Netzwerk bestehend aus 100 Partnern werden wir durch die geplante Neueinstellung eines Vertriebskanalmanagers im vierten Quartal ebenfalls intensivieren.

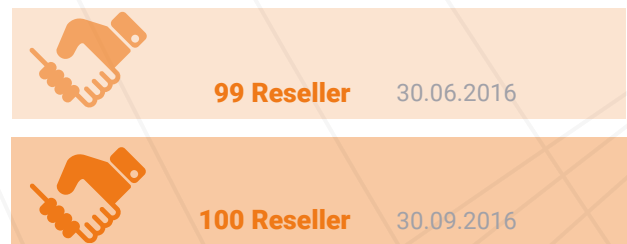
Insgesamt konnten wir im dritten Quartal 2016 18 Neuaufträge für uns gewinnen, sodass sich die in 2016 erteilten Neuaufträge auf 67 summierten. Die Anzahl verlängerter Altverträge belief sich im dritten Quartal 2016 auf 18, sodass sich die Anzahl der in 2016 verlängerten Altverträge auf 48 summierte. Die Anzahl der Vertragserweiterungen belief sich im dritten Quartal auf 12, sodass sich die Anzahl der Vertragserweiterungen in 2016 auf 37 summierte. Zum 30. September 2016 bestehen somit 236 Serviceverträge (30. Juni 2016: 213). Entsprechend verlief das dritte Quartal gemäß unseren Erwartungen. Trotz aller Fortschritte sehen wir uns jedoch längst nicht am Ziel. Wir stehen weiterhin vor der Herausforderung, die Neukundengewinnung für *LinOTP* zu intensivieren, unsere monatlich wiederkehrenden Umsätze zu erhöhen und so mit *KeyIdentity GmbH* mittelfristig profitabel zu wachsen.

## Anzahl Serviceverträge



- Die Anzahl der Serviceverträge ergibt sich durch Summierung der Anzahl der Neuaufträge plus Erweiterungen abzüglich Kündigungen
- Die im H1 2016 Bericht ausgewiesenen 259 Serviceverträgen enthielten 46 kurzfristig kündbare Test-Serviceverträge

## Anzahl Reseller



Neben dem Vertriebskanalmanager planen wir deshalb zusätzlich die Einstellung eines neuen Vertriebsleiters. Und um die weitere Unternehmensentwicklung der *KeyIdentity GmbH* mit zusätzlicher Expertise zu unterstützen, haben wir im dritten Quartal 2016 einen Beirat aus anerkannten Branchengrößen gegründet. John Jack, ehemals CEO der Security-Sparte von Hewlett Packard und Partner bei Andreesen Horowitz, John True, ehemals COO von Fortify und Guidewire, und Roger Thornton, CTO von Alienvault, werden uns zukünftig im Rahmen regelmäßiger Meetings zur Seite stehen und ihre umfassende Erfahrung beim Aufbau wachstumsstarker IT-Unternehmen gewinnbringend einbringen.

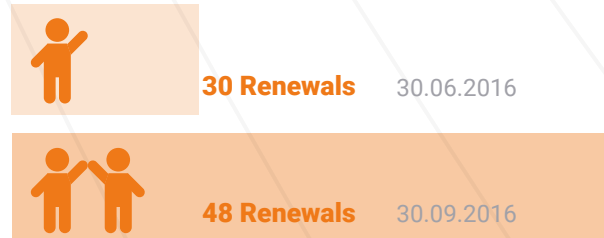
Im Bereich IT-Security Consulting ist es uns im dritten Quartal 2016 gelungen, die Auftragslage im Vergleich zu den Vorquartalen wieder zu stabilisieren. Wir arbeiten derzeit unter Volllast und verfügen über eine nachhaltige Auftragspipeline für die kommenden Monate. Durch strategische Abschlüsse mit Großkunden haben wir unsere Planungssicherheit wieder erhöht. Dies ist das Resultat wieder intensiver Vertriebsbemühungen.

Die Umsatzerlöse der KeyIdentity GmbH beliefen sich auf 1,2 Mio. EUR und liegen damit bereits rund 0,3 Mio. EUR über dem Niveau des Gesamtjahres 2015. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) betrug in den ersten neun Monaten 2016 rund -1,9 Mio. EUR, das Periodenergebnis rund -2,0 Mio. EUR. Das Ergebnis im dritten Quartal bezifferte sich auf ca. -0,7 Mio. EUR nach -0,6 Mio. EUR im zweiten Quartal. Wesentlichen Einfluss auf das Ergebnis hatten hohe einmalige Aufwendungen für Recruiting-Aktivitäten. Dies war notwendig, um insbesondere den personellen Vertriebsausbau der KeyIdentity GmbH zu forcieren. Von Bedeutung waren auch einmalige Marketingkosten, die unter anderem für die Programmierung und Gestaltung einer neuen Webseite im Zuge der Umfirmierung anfielen.

### Anzahl Neukunden-Aufträge



### Anzahl Altkunden Renewals



- Innerhalb der letzten drei Monate ist die Anzahl der Neuverträge von 49 (30.06.2016) auf 67 (30.09.2016) gestiegen (+37 %)
- Auch die Anzahl der Altkunden Renewals von 30 auf 48 gestiegen (+60 %)

Um unsere Ziele zu erreichen, sind weitere Investitionen in die Produktentwicklung beziehungsweise -weiterentwicklung, das Marketing und den Ausbau der eigenen und Partnervertriebswege notwendig. Auf dieser Basis wollen wir unsere Umsätze kontinuierlich steigern. Wir erwarten, dass dies insbesondere ab dem Jahr 2017 erfolgen wird, denn unsere Maßnahmen greifen nach und nach. Zudem führt die Abgrenzung der Umsätze auf Monats-ebene dazu, dass gegen Jahresende 2016 abgeschlossene Vertragsabschlüsse ihre Wirkung im Umsatz erst im Zeitverlauf voll zeigen, wobei wir eine Normalisierung der Kosten im Geschäftsjahr 2017 erwarten.



## GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG DER KEYIDENTITY GMBH 01. JANUAR - 30. SEPTEMBER 2016

		EUR	EUR
I.	Umsatzerlöse		1.152.039,66
II.	Bestandsveränderungen		-215.839,74
III.	Sonstige betriebliche Erträge		351.556,73
IV.	Materialaufwand		
1.	Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	-145.380,08	
2.	Aufwendungen für bezogene Leistungen	-5.291,00	-150.671,08
V.	Personalaufwand		
1.	Löhne und Gehälter	-1.634.055,00	
2.	Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	-275.255,26	-1.909.310,58
VI.	Abschreibungen		-95.849,00
VII.	Sonstige betriebliche Aufwendungen		-1.107.718,64
VIII.	Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		588,63
IX.	Zinsen und ähnliche Aufwendungen		-4.529,29
<b>X.</b>	<b>Ergebnis nach Steuern</b>		<b>-1.979.733,31</b>
<b>XI.</b>	<b>Jahresfehlbetrag</b>		<b>-1.979.733,31</b>

- Von den Gesamtumsätzen wurden ca. 406 TEUR (ohne die in den Bestandsveränderungen vorgenommenen Abgrenzungen) aus Serviceverträgen für das MFA-Produkt *LinOTP*, ca. 440 TEUR aus Dienstleistungen und ca. 195 TEUR mit dem Verkauf von Hardware erzielt. Der Monthly Recurring Revenue ist von 33 TEUR im Juni auf 38 TEUR im September gestiegen
- Die Bestandsveränderungen in Höhe von 170 TEUR sind fast ausschließlich dem Produkt *LinOTP* zuzuordnen, da hier die Umsatzerlöse über die Monate der Laufzeit abgegrenzt werden
- Bei den sonstigen betrieblichen Erlösen handelt es sich größtenteils um aktivierte Eigenleistungen im Rahmen der Entwicklung von *LinOTP* in Höhe von 322 TEUR. Im August 2016 konnte die neueste Version 2.9. auf dem Markt eingeführt werden
- Der Materialaufwand ergibt sich durch den Einkauf von Hardware und projektbezogenen Dienstleistungen
- In den Löhnen und Gehältern befinden sich Rückstellungen für Abfindungen in Höhe von 30 TEUR
- Bei den Abschreibungen handelt es sich nahezu ausschließlich um Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände
- Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind bis Ende des dritten Quartals 2016 beeinflusst durch Recruiting-Kosten in Höhe von 128 TEUR für Vertriebspositionen und Marketing-Aufwendungen in Höhe von 140 TEUR

# IMPRESSUM

## Herausgeber

MAX 21 AG

Robert-Koch-Straße 9 | 64331 Weiterstadt

Telefon +49 6151 9067-0 | Fax +49 6151 9067-299

info@max21.de | www.max21.de

Vorstand: Nils Manegold

Aufsichtsrat (Vorsitzender): Götz Mäuser

## Investor Relations

cometis AG

Claudius Krause

Unter den Eichen 7 | 65195 Wiesbaden

Telefon +49 611 205 855-28 | Fax +49 611 205 855-66

krause@cometis.de | www.cometis.de