

München, Dezember
2019



Liebe Aktionäre, liebe Mitarbeiter, liebe Geschäftspartner und Freunde der UMT Gruppe,

es ist bereits eine schöne Tradition, dass ich Sie in der Vorweihnachtszeit über die Entwicklungen und bedeutendsten Ereignisse des Jahres in der UMT AG informiere. Daran möchte ich auch in diesem Jahr festhalten und mit Ihnen gemeinsam einen Blick in die Zukunft werfen, um uns Gedanken zu machen über die Chancen des Marktes, unseres Unternehmens und unsere zukünftige Ausrichtung, die Basis ist für eine weiterhin starke Positionierung der UMT Gruppe. Nehmen Sie sich doch ein paar Minuten Zeit für einen Einblick in Ihre UMT AG.

Erneut liegt ein ereignisreiches Jahr nahezu hinter uns. Und wir haben auch in diesem Jahr wieder wichtige Weichenstellungen für die Zukunft der UMT Gruppe vorgenommen. So wurde unser Geschäftsmodell weiter geschärft und an die Erfordernisse des Marktes zukunftsweisend angepasst.

Dieser Markt, in dem wir uns bewegen, ist geprägt von der voranschreitenden Digitalisierung, die von Grund auf alles verändert und sämtliche Lebensbereiche betrifft: unser Arbeitsleben, unser Medienkonsumverhalten und unsere Kommunikation. Und nicht zuletzt natürlich auch die Art und Weise, wie wir unsere Rechnungen begleichen. Während in Asien das Bezahlen per Handy selbst beim Straßenhändler um die Ecke zur Tagesordnung gehört, bleiben die Kunden in Europa und vor allem in Deutschland weiterhin zurückhaltend. Aber auch in Deutschland bezahlen immer mehr Menschen ohne Bargeld. 48 Prozent der Deutschen nutzen diese Möglichkeit bereits oder planen, dies in Zukunft zu tun. Das ergab die Studie „Digitale Bankservices 2019“, die im Auftrag der Creditplus Bank AG erstellt wurde. Im Vergleich: 2018 waren es noch 42 Prozent. Vor allem Menschen im Alter von bis zu 40 Jahren schätzen ihr Mobiltelefon, um im Supermarkt oder an der Tankstelle Einkäufe zu bezahlen, so die Analyse. In der Gesamtbevölkerung praktiziert dies bisher nur jeder Sechste.

Und hier liegt unser großes Potenzial. Zwar lehnen 88 % der Deutschen eine vollständige Abschaffung des Bargeldes ab, bargeldlos bezahlen – sogar ohne PIN-Eingabe oder Unterschrift – wird jedoch immer populärer. In Branchen wie zum Beispiel dem Bäckerhandwerk, in denen der Großteil des Geschäfts mit unzähligen Kleinbeträgen gemacht wird, führt kontaktloses Bezahlen zu großen Effizienzgewinnen. Das Königreich Schweden ist auf dem Weg zum ersten bargeldlosen Land der Welt. Schon heute macht Bargeld dort nur noch etwa 1 % der Wirtschaftsleistung aus. Die schwedische Nationalbank rechnet damit, dass im Jahr 2020 nur noch 0,5 % der Bürger ihre Einkäufe mit Bargeld bezahlen. Erste Geschäfte weigern sich sogar bereits, Bargeld anzunehmen.



Soweit sind wir in Deutschland natürlich längst nicht. Aber insbesondere die Möglichkeiten des Online-Einkaufs haben das Verhalten auch der Konsumenten hierzulande verändert. Sie unterscheiden immer weniger zwischen online und offline und erwarten auch beim Einkauf im stationären Handel den Komfort und die Qualität, die sie online gewohnt sind. Das Bezahlen per Smartphone ist somit der nächste logische Schritt an der Kasse. Gut für uns.

Wie ich Ihnen schon in der Vergangenheit immer versichert habe, begrüße ich den Markteintritt weiterer großer Payment-Anbieter wie Google Pay, Apple Pay, WeChat oder Alipay und sehe ihn als Chance für die UMT. Tatsächlich ist es so, dass nach dem Markteintritt von Google Pay und Apple Pay auch die Technologie an Fahrt aufgenommen hat. Wie wirkt sich das für die UMT aus?

Nach dem Erwerb des Lizenzrechts durch unseren langjährigen Kooperationspartner PAYBACK im Dezember 2018 haben wir die Möglichkeit, unsere White-Label-Lösung und damit in Zusammenhang stehende Beratungsleistungen einem erweiterten Kundenkreis anbieten zu können. Unter anderem richten wir dabei unsere Aufmerksamkeit auf den Bereich des Industrial Internet of Things (IIoT). Allein in Deutschland gibt es über tausend mittelständische Unternehmen, die mit ihren jeweiligen Produkten Weltmarktführer sind. Unsere Technologie ist hier in besonderem Maße geeignet, hersteller- und produktionsübergreifende Pay-per-Use und Machine-to-Machine-(M2M) Payment-Anwendungen, insbesondere auch unter Nutzung von 5G, umzusetzen. Und dieser Markt ist gekennzeichnet durch ein enormes Transaktionsvolumen, das von einer Vielzahl von Kunden generiert wird. Diese Möglichkeiten müssen und wollen wir als UMT nutzen.

Auf der ordentlichen Hauptversammlung im August zeigten sich unsere Aktionäre erneut überzeugt von unserer erweiterten Konzernstrategie, was sich in hohen Zustimmungsraten zu den Beschlussvorlagen äußerte. Einer der Kernpunkte der Agenda beschäftigte sich mit der Herabsetzung des Grundkapitals der Gesellschaft. So wurde das bestehende Grundkapital in Höhe von EUR 23.533.560,00 zum Zwecke der Schaffung einer freien Kapitalrücklage um EUR 21.180.204,00 auf EUR 2.353.356,00 herabgesetzt. Ziel ist es, die Attraktivität der Aktie im Einklang mit der operativen Entwicklung zu steigern.

Ebenfalls im August dieses Jahres haben wir unsere App LOYAL gelauncht. Die App wird nun sukzessive um alle essenziellen Features erweitert, um dem Nutzer speziell auf ihn abgestimmte Rabatte, Prämien oder Cashbacks zu bieten. Zu diesem Zwecke führen wir neueste Verfahren der Künstlichen Intelligenz (KI) ein, wie zum Beispiel Unsupervised Learning, Reinforcement Learning oder NLP (Natural Language Processing), die wir derzeit trainieren. Auf diese Weise werden neue Maßstäbe in der Selektion der besten Deals sowie der Nutzerrelevanz gesetzt und eine sprach- und länderübergreifende Verbreitung ermöglicht. Mit der Meta-App nutzen wir die erheblich höhere Skalierbarkeit des B2C-Marktes und beweisen unsere Flexibilität und hohe Umsetzungskompetenz beim Vordringen in neue Geschäftsfelder.



Laut einer Umfrage von GS1 Germany bei Markenherstellern, Händlern und Zahlungsanbietern scheint der Trend zumindest klar: Bargeld ist am Point of Sale auf dem Rückzug, Mobile Payment gehört die Gunst der Stunde. Und dabei verschafft digitaler Zusatznutzen wie eine Verknüpfung von Zahlungsleistungen mit Bonus- und Loyalty-Programmen einen wesentlichen Wettbewerbsvorteil. Wie wollen wir als UMT AG diese Gunst der Stunde nutzen?

Wir werden zukünftig neben den bestehenden Angeboten der UMT Gruppe eine Vielzahl weiterer Möglichkeiten für digitale Services und Finanzdienstleistungen mithilfe moderner, innovativer Technologien anbieten. Durch die Erweiterung unseres Geschäftsmodells auf industrielle Anwendungen und die Nutzung der Potenziale des Konsumentenmarktes, verbunden mit dem Einsatz modernster Technologien wie KI, Pay-per-Use und 5G, sind wir bestens aufgestellt, um im stetig wachsenden FinTech-Sektor zukünftig unserer Schlüsselrolle gerecht zu werden.

Darüber hinaus kurbelt insbesondere die neue EU-Zahlungsdienstrichtlinie (PSD2) den Wettbewerb im Zahlungsverkehr an, indem sie externen Dienstleistern den Zugriff auf Kontodaten gewährt und damit völlig neue Möglichkeiten eröffnet. In diesem Zusammenhang sind wir im November 2019 der europäischen Initiative „Berlin Group NextGenPSD2“ als Teil der Advisory Group beigetreten. Dieser Schritt unterstreicht unseren technologischen und gestalterischen Führungsanspruch im Rahmen der EU-Zahlungsdirektive PSD2. Durch den Beitritt zur NextGenPSD2-Initiative trägt die UMT zur Verbreitung eines zeitgemäßen und sicheren bargeldlosen digitalen Zahlungsverkehrs bei. Wir sind überzeugt, dass die Digitalisierung und Standardisierung von Zahlungsprotokollen es FinTech-Unternehmen wie uns ermöglichen wird, neue digitale Produkte für die Verbraucher zu erheblich niedrigeren Kosten zu entwickeln und zu betreiben. Das entspricht genau unserer Vorstellung von einer konstruktiven paneuropäischen Zusammenarbeit. Nur so können wir eine hohe technische Qualität und Sicherheit bei einer optimalen Kostenstruktur erreichen und dabei gleichzeitig den Anforderungen von PSD2 und unseren Kunden gerecht werden.

Wie können wir die zukünftige Geschäftsentwicklung für Beratungs- und Serviceleistungen in den bestehenden Märkten beschleunigen und für unsere Zwecke nutzen? Der Einstieg großer Unternehmen mit Produkten wie Apple Pay und Google Pay in den deutschen Mobile-Payment-Markt war für viele langsamer agierende Unternehmen ein Weckruf. Uns eröffnet dieser Schritt ein massives Aufholpotenzial für deutsche und europäische Lösungen, basierend auf der einzigartigen Technologie, dem IP und der hervorragenden operativen Erfolgsbilanz von UMT. Und diese Schritte werden wir zukünftig gemeinsam mit unserem strategischen Partner, dem in London ansässigen Private-Equity-Fonds Kingsbridge Capital Advisors Ltd., gehen. Die neue Partnerschaft und der Austausch mit führenden Vertretern der Finanzindustrie ermöglicht es UMT schon frühzeitig, Einblicke in den anhaltenden tief greifenden Wandel im Finanzsektor zu gewinnen und einen dringenden Bedarf an kostensparenden digitalen Lösungen zu erkennen. Auch hier wollen und werden wir Vorreiter sein.



Im Zuge der Bekanntgabe unserer strategischen Zusammenarbeit mit Kingsbridge Capital Advisors Ltd. haben wir auch die bestehende positive Umsatzprognose für die UMT für das Gesamtjahr 2019 auf TEUR 11.500 bei einer erwarteten EBITDA-Marge von 35 % erhöht.

Schon heute ist also abzusehen, dass 2020 wieder ein spannendes und chancenreiches Geschäftsjahr für die UMT AG wird. Wir freuen uns darauf. Und wir freuen uns darauf, gemeinsam mit Ihnen, liebe Aktionäre, liebe Mitarbeiter, liebe Geschäftspartner und Freunde, unseren Weg weiter zu verfolgen.

Ihnen und Ihren Familien wünsche ich ein frohes Weihnachtsfest und einen guten Start in ein glückliches neues Jahr.

Mit besten Grüßen,
Ihr

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Wahl', written in a cursive style.

Dr. Albert Wahl (CEO)