

DCI Aktionärsbrief Q2/2012

Starnberg, 16.05.2012

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

sicherlich haben Sie die Umsatzentwicklung im ersten Quartal 2012 bereits der Zwischenmitteilung zum 16.05. entnommen. Im Vergleich mit den Zahlen aus Q1 2011 sind die Umsätze hinter den Erwartungen zurückgeblieben. Aber was genau verbirgt sich hinter diesen Zahlen und welche Entwicklungen prägen die momentane Situation?

Projekt-Business aus dem ersten Quartal des vergangenen Jahres konnten wir in Q1 2012 nicht in vergleichbarer Höhe realisieren. Während für den kurzen Berichtszeitraum des ersten Quartals das Ergebnis für uns nicht zufriedenstellend ist, sind wir dennoch zuversichtlich, dass es sich hier um eine Verschiebung von Umsätzen handelt, die wir im laufenden Geschäftsjahr ausgleichen können.



Dennoch haben wir im Zuge dieser Umsatzentwicklung konzernweit Maßnahmen zur Kostenreduzierung ergriffen, um das Ergebnis nicht zusätzlich zu belasten. Gleichzeitig haben wir die in den letzten Aktionärsbriefen angesprochene Branchen-Diversifikation konsequent vorangetrieben und auf der Basis der WAI-Technologie ein Produktportfolio für einzelne Branchen fertig erarbeitet.

Passgenaue Branchenlösungen auf Basis der WAI-Technologie

Wie sehen solche Lösungen zu den in den letzten Aktionärsbriefen angesprochenen Themen konkret aus? Lassen Sie mich das am Beispiel unserer Lösung für regionales Online-Marketing für Zeitungsverlage verdeutlichen. Die Zeitungsverlage stehen zunehmend vor der Herausforderung rückläufige Print-Umsätze durch zusätzliche Online-Einnahmen ausgleichen zu müssen. Allerdings erscheint insbesondere vielen kleinen regionalen und lokalen Werbetreibenden ohne Agentur Online-Werbung oft zu aufwändig und zu kompliziert. Auch Budgets für Online-Werbung stehen oft nur in kleinem Rahmen zur Verfügung. Genau an dieser Stelle setzt die DCI Lösung an: auf der Basis der patentierten E-mail-to-Web-Technologie können Verlage jetzt auch kleinsten lokalen Kunden mit begrenztem Budgets eine besonders einfach zu handhabende Online-Werbeform anbieten. Die Werbekunden können ganz ohne zusätzlichen Aufwand bestehende Flyer, Newsletter oder auch Webseiten nutzen, um aktuelle Angebote und Aktionen direkt an Ihre Kunden zu kommunizieren. Durch die Platzierung der Infoboards auf regionalen und lokalen News-

Seiten mit der Möglichkeit der Differenzierung bis auf Stadtteilebene sprechen die Werbetreibenden Ihre Kunden ganz gezielt an. Die regionalen und lokalen Infoboards garantieren so eine hohe Werbewirksamkeit mit minimalen Streuverlusten.

Diese Lösung, die den Zeitungsverlagen neues Online-Business ermöglicht, stößt bei den Verlagshäusern auf größtes Interesse. Ein Zeitungsverlag mit mehreren lokalen Ausgaben wird die Lösung in Kürze seinen Anzeigenkunden als neue Werbeform zur Verfügung stellen.

Der zentrale Dreh- und Angelpunkt: die Web-Plattform für intuitives Kampagnen-Management

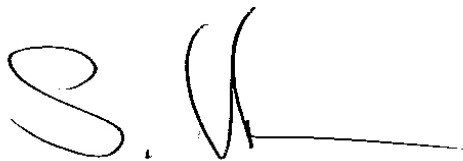
Ein wesentliches Element der Branchenlösungen ist unsere neue intuitive Weboberfläche, die es ermöglicht, Kampagnen jederzeit und von jedem Ort zentral zu steuern. So verfügen Verlage über ein einfaches Admin-Tool und einen sofortigen Gesamtüberblick über alle eingesetzten Werbemittel inklusiver detaillierter Statistiken. Werbetreibende können über die zentrale Plattform ihre Kampagnen direkt steuern: angefangen von der Auswahl der Werbemittel, über das Hochladen der Inhalte bis hin zur einfachen Aktualisierung der Botschaften in Abhängigkeit der Performance.

Geschäftsmodelle für mehr Planungssicherheit

Das Business unserer Branchenlösungen basiert auf einem Lizenz- und Sharing Modell, das mit Laufzeiten von 12 Monaten und mehr langfristig ausgelegt ist. Das erhöht unsere Planungssicherheit, stellt unsere Umsätze auf eine breitere Basis und reduziert den Einfluss des Projektgeschäfts.

Mit unseren schlüsselfertigen Branchenlösungen sowie einer gut gefüllten Pipeline mit vielversprechenden Projekten erwarten wir eine positive Umsatzentwicklung für die nächsten Quartale. Wir haben die Weichen auf nachhaltigen Erfolg gestellt und freuen uns, wenn Sie DCI's Entwicklung auch weiterhin verfolgen und begleiten.

Mit freundlichen Grüßen aus Starnberg

A handwritten signature in black ink, consisting of a large 'S' followed by a stylized 'N' and a horizontal line extending to the right.

Sascha Neubacher
Vertriebsvorstand DCI AG