

# Ordentliche Hauptversammlung der freenet AG – Rede des Vorstandsvorsitzenden Christoph Vilanek



**am 17. Mai 2023, Congress Center Hamburg (CCH),  
Hamburg**

Es gilt das gesprochene Wort.

**Meine sehr geehrten Damen und Herren,  
liebe Aktionärinnen und Aktionäre,**

im Namen des Vorstands sowie aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der freenet AG möchte auch ich Sie zur heutigen Hauptversammlung herzlich begrüßen. Ich freue mich sehr, dass wir nach drei Covid-bedingten virtuellen Hauptversammlungen heute direkt miteinander sprechen können: Wir setzen bei freenet zwar konsequent auf 'Digital first', aber ich bin der festen Überzeugung, dass der direkte Dialog zwischen Menschen weiterhin unersetzlich ist. Und deshalb bedanke ich mich bei Ihnen, dass Sie heute nach Hamburg gekommen sind, meine sehr verehrten Damen und Herren.

### **Unser Geschäftsjahr 2022**

Wenn Sie unseren Weg schon einige Jahre begleiten, wissen Sie, dass ich an dieser Stelle bislang überwiegend positive Bilanzen unserer Arbeit ziehen konnte. Das war selbst unter Corona-Bedingungen der Fall, und es hat sich im Krisenjahr 2022 - mit dem Kriegsbeginn in der Ukraine - nicht geändert. Im ersten Teil meines Vortrags gebe ich einen kurzen Überblick über das abermals erfolgreiche vergangene Geschäftsjahr, ohne meinem Kollegen Ingo Arnold vorzugreifen; er nimmt als Finanzvorstand im Anschluss eine detaillierte Analyse unserer Zahlen vor.

Wir haben in den letzten Jahren nicht nur starke Ergebnisse erzielt, sondern auch wichtige Weichenstellungen für neues Wachstum unter dem Stichwort 'freenet 2025' vorgenommen - Sie erinnern sich vielleicht an meinen Vortrag im letzten Jahr, liebe Aktionärinnen und Aktionäre. Auf den Punkt gebracht heißt das: Wir wollen bis 2025 unser EBITDA auf mindestens 520 Millionen Euro und den Free Cashflow auf über 260 Millionen Euro steigern. Dies entspricht einer durchschnittlichen Wachstumsrate beim EBITDA von über 4 Prozent jährlich, ausgehend vom Referenzjahr 2020. Das Ergebnis des Geschäftsjahres 2022 und das des ersten Quartals 2023 lassen diese

Zahlen bereits nahe erscheinen. Es ist jedoch noch ein gutes Stück zu gehen und wir haben noch viel vor.

Eine wesentliche Voraussetzung für dieses Wachstum hatten wir bereits vor einigen Jahren mit dem Einstieg in das Geschäftsfeld TV und Medien geschaffen. Was wir darüber hinaus an strategischen Schritten im Kerngeschäft Mobilfunk in den vergangenen Quartalen konkret umgesetzt haben, darüber möchte ich Ihnen im zweiten Teil meines Vortrags berichten; dabei fasse ich jeweils auch die Verantwortlichkeiten meiner Vorstandskollegen Rickmann von Platen, Antonius Fromme und Stephan Esch kurz zusammen. Und zum Abschluss werde ich Ihnen dann noch meine persönliche Perspektive und Ambition für die kommenden dreieinhalb Jahre darlegen, meine sehr verehrten Damen und Herren.

### **Unsere Mitarbeiter als Basis unseres Erfolgs**

Nun sind strategische Weichenstellungen das eine, deren erfolgreiche Umsetzung aber ein anderes Thema. Letztere hängt nämlich ganz entscheidend von unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ab. Also von ihrer Kompetenz und Entwicklung, ihrer Motivation und Identifikation mit unserem Unternehmen. Die folgende Feststellung ist mir hier besonders wichtig: Das Engagement im Team war im letzten Jahr herausragend. Als Zeichen der Wertschätzung – insbesondere der unteren Einkommensbereiche – haben wir bereits vor der Erhöhung des gesetzlichen Mindestlohns im Oktober 2022 zum 1. April letzten Jahres ein freenet Mindestgehalt eingeführt, das mit einem Stundenlohn von über 13 Euro über der gesetzlichen Untergrenze liegt. Dieses Mindesteinkommen werden wir im Sommer dieses Jahres erneut erhöhen – um Respekt vor der Leistung jedes Einzelnen zu zeigen.

Das ist die monetäre Seite – unsere Mitarbeiter sind uns sehr viel mehr wert als rein finanzielle Entlohnung. Wir betrachten jeden Einzelnen als Talent, das wir bestmöglich

fördern und mit einer Vielzahl an Maßnahmen entwickeln möchten. Im vergangenen Geschäftsjahr haben über 1.400 unserer über 3.500 Mitarbeiter knapp 22.000 Lernstunden in unserem Learning-Management-System durchgeführt – dies ist ein Anstieg um über 10 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Den überwiegenden Teil dieser Maßnahmen bieten wir inzwischen in digitalen Formaten an. Das ließ uns auch den „eLearning Award“ gewinnen – freenet belegt den ersten Platz in der Kategorie ‚Lernmanagementsystem‘. Lernen und Fortbildung wurden daher für 2023 vom Aufsichtsrat auch als ein Unternehmensziel definiert und ist damit variabler Vergütungsbestandteil eines jeden Einzelnen.

Darüber hinaus erhielt freenet noch einige andere Auszeichnungen als Arbeitgeber: So beispielsweise:

- das Siegel „TOP Karrierechancen“ durch das Institut für Management und Wirtschaftsforschung IMWF gemeinsam mit FOCUS Money;
- sowie das Siegel „Deutschlands Beste Ausbildungsbetriebe“ von der ‚Welt‘ in Kooperation mit ‚Service Value‘.
- Außerdem zählt unsere Tochter Media Broadcast laut einer weiteren Studie zu den zehn familienfreundlichsten Arbeitgebern der Telekommunikationsbranche - und belegt zudem einen Podiumsplatz beim Ranking der „Most Wanted Employer 2022“.

Wir freuen uns über solche Anerkennungen – und sind stolz darauf. Genauso stolz sind wir zudem auf unsere besondere Unternehmenskultur. So bieten wir seit jeher ein Arbeiten in flachen Hierarchien und innovative, flexible Arbeitszeitmodelle an – auch schon vor der Covid-Pandemie. Dass die Karrierechancen bei freenet im Übrigen kein leeres Versprechen sind, belegt nicht zuletzt die aktuelle Zusammensetzung des Vorstands: Wir alle sind nämlich intern in unsere Positionen aufgestiegen.

Ein aktueller Aufstieg betrifft unsere neue Vorstandskollegin Nicole Engenhardt-Gillé zu Beginn dieses Jahres. In ihrer Verantwortung liegen die Bereiche Personal und das soziale Umfeld an unseren Standorten, aber auch alle weiteren Aspekte rund um Nachhaltigkeit. Wir nehmen das Thema - auf Neudeutsch unter dem Kürzel ESG zusammengefasst - sehr ernst, liebe Aktionärinnen und Aktionäre. Nicole ist seit über 20 Jahren ein Teil von freenet, leitet seit langem unseren Personalbereich und führte zuvor als Juristin den Bereich Recht und Beteiligungsmanagement. An dieser Stelle nochmals ein herzliches Willkommen im Vorstand, liebe Nicole! Du bist seit jeher eine große Bereicherung für unser Unternehmen und ein Garant dafür, dass wir auch zukünftig hinsichtlich der ESG-Kriterien in Deutschland Maßstäbe setzen.

Gestatten Sie mir jetzt bitte noch einen kurzen Hinweis, bevor ich auf das operative Geschäft eingehe: An einigen Stellen verwende ich bei Personenbezeichnungen nur das generische Maskulinum – Sie haben das sicherlich schon bemerkt. Ich mache das ausschließlich deshalb, um meinen Vortrag für Sie möglichst flüssig zu gestalten, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre. Persönlich ist mir Diversität wichtig. Denn die Arbeit im Unternehmen ist erfolgreicher, wenn Vielfalt ein prägendes Element darstellt. Ich sage das als Vorstandsvorsitzender eines Unternehmens, dessen Belegschaft sich zum Jahresende 2022 aus 60 Nationalitäten zusammensetzte. Und ich möchte unterstreichen, dass freenet von den unterschiedlichen kulturellen Impulsen enorm profitiert.

Zum Thema Frauenförderung - als weitere Dimension der Diversität - haben wir im vergangenen Jahr eine Vielzahl von Maßnahmen durchgeführt. So beispielsweise die Eventreihe #women@freenet mit Veranstaltungen zu Themen wie Netzwerken, Sichtbarkeit und Professionelle Selbstvermarktung oder etwa zu Erfolgsstrategien. Unser Ziel ist es, mehr Bewerberinnen für unser Unternehmen zu begeistern, unsere

Frauenquote dadurch zu erhöhen und den Anteil weiblicher Führungskräfte auszubauen.

### **Unsere Zahlen als Beleg unseres Erfolgs**

Kommen wir zu meinem ersten Punkt, meine sehr geehrten Damen und Herren - den Zahlen für das Geschäftsjahr 2022. Ich kann mich an dieser Stelle eigentlich nur wiederholen – wie jedes Jahr seit meinem Antritt als Vorstandsvorsitzender von freenet im Jahre 2009: Wir haben einmal mehr unsere Ziele in vollem Umfang erreicht! Dabei haben wir sowohl die Guidance für alle Leistungsindikatoren mehr als erfüllt als auch einen wesentlichen Schritt in Richtung `freenet 2025` getätigt:

- Unser EBITDA stieg bei stabilen Umsätzen um 7 Prozent auf rund 479 Millionen Euro - und der Free Cashflow um 6 Prozent auf rund 249 Millionen Euro.
- Die Abonentenzahl – also die Gesamtzahl der Kunden, die uns monatliche Nutzungsgebühren überweisen - erhöhte sich um über 250 Tausend auf etwas über 9 Millionen – das heißt rechnerisch jeder 9. Konsument in diesem Land ist Kunde der freenet AG
- Alle drei wesentlichen Geschäftsfelder – Mobilfunk, Internet sowie TV-Entertainment– entwickeln sich weiterhin positiv.

An diese Erfolge knüpft das erste Quartal im laufenden Jahr nahtlos an. Wir sind also auf einem guten Weg, auch für das Geschäftsjahr 2023 unsere Guidance zu erfüllen. Wie gewohnt partizipieren auch Sie im Jahr 2023 direkt am Erfolg von freenet, liebe Aktionärinnen und Aktionäre: Wir schlagen für das Geschäftsjahr 2022 eine Dividende in Höhe von 1,68 Euro je Aktie vor. Die freenet-Aktie zählt damit weiterhin zu den dividendenstärksten am deutschen Aktienmarkt.

Unsere guten Zahlen sind das Ergebnis besonderer Anstrengungen und kontinuierlicher Verbesserungen. Sie basieren auf einem soliden, weitestgehend krisenresistenten Geschäftsmodell aufgrund von, zumindest mittelfristig, unverzichtbaren Produkten und Services rund um Mobilfunk und Internet, TV-Entertainment sowie Digital-Lifestyle. Wir erwirtschaften dabei den Großteil unserer Umsätze und Margen aus langfristigen, Abonnement-basierten Kundenbeziehungen. Wir verfügen zudem über eine einzigartige Vertriebsoberfläche – online und offline!

Lassen Sie mich Ihnen nun einen kurzen Einblick in unser operatives Arbeiten im vergangenen Jahr geben, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre. Schauen wir als erstes auf unser Kerngeschäft Mobilfunk.

Hier setzt sich der moderate Anstieg der für uns wesentlichen Postpaid-Kunden weiter fort: Per Ende Dezember 2022 verzeichneten wir 7,27 Millionen – ein Plus von knapp 100 Tausend im Jahresverlauf. Im laufenden Jahr ging es nochmal deutlich stärker voran. So gewannen wir netto über 50 Tausend Postpaid-Kunden allein im ersten Quartal hinzu.

### **Vereinfachung der Organisation im Mobilfunk**

Wir haben alle bisherigen Routinen in Frage und teilweise auf den Kopf gestellt. Das Endergebnis ist schnell dargestellt, war aber mit sehr viel Hirnschmalz, Arbeit und Bereitschaft zur Veränderung verbunden: Wir haben

- unsere Organisation und Abläufe neu strukturiert, dazu
- vier entsprechende Verantwortlichkeiten im Vorstand geschaffen und
- unser Operating Model vereinfacht.

Dies alles mit dem zentralen Fokus auf nachhaltigen Customer Lifetime Value – dem Kern der gesamten Neuaufstellung.

Wie sieht diese neu gestaltete Wertschöpfungskette nun konkret aus?

Alles startet mit dem Bereich 'Einkauf und Produkte', der unter Rickmann von Platens Leitung Produkte kreiert und diese ins interne 'Warenhaus' stellt. Dazu suchen wir am Markt systematisch nach den besten Angeboten und Vorleistungen.

Die 'Geschäftssteuerung' in Verantwortung von Antonius Fromme stellt daraus ein Portfolio aus Produkten und Angeboten zusammen, das auf die individuellen Kundenbedürfnisse abgestimmt ist.

Die von mir geführte 'Kundeninteraktion' vertreibt das Portfolio und sorgt für die Darreichung aller Unternehmensleistungen, und auf dem Ressort 'Technologie und Prozesse' von Stephan Esch basiert das alles: Es liefert die erforderliche IT, die Standardisierung, Digitalisierung und die relevanten Kennzahlen, die wir für eine datengetriebene Unternehmensführung benötigen.

Ingo Arnold kommt dabei ebenfalls eine zentrale Rolle zu. Denn er sorgt als Finanzvorstand nicht nur für eine saubere, transparente Abbildung des Geschäfts; er lenkt auch alle Prozesse innerhalb der Wertschöpfung nach den Kriterien EBITDA und Free Cashflow. Schließlich hängt davon auch die an Sie gezahlte Dividende ab, liebe Aktionärinnen und Aktionäre.

Ab diesem Jahr 2023 wird Nicole Engenhardt-Gillé alle Maßnahmen rund um „Personal und ESG“ als Querschnittsthema zu den Bereichen zentral für das Unternehmen steuern und damit die Weichen für unsere soziale und ökologische Nachhaltigkeit stellen – denen wir zukünftig gleich hohe Bedeutung beimessen wie rein ökonomischen Entscheidungskalkülen beim wirtschaftlichen Handeln.



„Klingt alles schön und gut“, werden Sie jetzt zu Recht sagen, meine sehr verehrten Damen und Herren – „aber was bringt das an greifbaren Ergebnissen und Verbesserungen?“ Lassen Sie mich dazu einige Highlights der vergangenen Monate und Quartale für Sie zusammenfassen.

Rickmanns `Warenhaus` - wenn ich das so salopp sagen darf – verfügt jetzt über mehrjährige Laufzeitverträge mit einem großen deutschen Netzbetreiber; von der größeren Planbarkeit und Nachhaltigkeit profitieren alle Beteiligten, insbesondere unsere Kunden, aber natürlich ebenso wir als freenet.

Im stationären Handel setzen wir ebenfalls verstärkt auf mittel- bis langfristige Partnerschaften: In diesem Sinne haben wir unsere langjährige exklusive und sehr erfolgreiche Vertriebsvereinbarung mit den Media-/Saturn-Märkten um fünf Jahre verlängert.

Mit `freenet Internet` bieten wir unseren Kunden erstmals einen rein App-basierten, monatlich kündbaren Internet-Zugang. Und zwar mit gefühlt unlimitiertem Datenvolumen, zu einem attraktiven einheitlichen Preis. Wir ergänzen unser Produktportfolio damit um eine strategische Säule, die es uns ermöglicht, zukünftig bei Bedarf auch Bundles anzubieten

Ein weiteres Beispiel für die Maßstäbe, die wir mit unseren Angeboten setzen, ist unsere `freenet Cloud`; sie wird im deutschen Rechenzentrum gehostet und zeichnet sich durch vorbildliche Qualität, Variabilität und Datensicherheit aus. Wie sehr uns das Sicherheitsbedürfnis unserer Kunden eine Herzensangelegenheit ist, belegt auch das IT-Sicherheitskennzeichen, das uns das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik BSI für unsere E-Mail-Services im Mai letzten Jahres verliehen hat.

Das Stichwort 'Maßstäbe' leitet uns weiter zum nächsten Punkt der Wertschöpfung – dem Kundenmanagement unter der Verantwortung von Antonius. Denn auch hier können wir - bei aller Bescheidenheit – für freenet eine herausragende Positionierung im Wettbewerb reklamieren. Im Zuge unserer Neuaufstellung sind wir in der Lage, jedem Kunden per individuellem One-to-one-Marketing ein auf ihn maßgeschneidertes Angebot zusammenzustellen. Und das an jedem Touchpoint, den er bevorzugt - also online, in unseren Shops, bei unseren Handelspartnern oder im Call Center.

Als Basis dieses Customer Lifetime Value benötigen wir kundenindividuelles Wissen. Die entsprechenden Daten liefert uns der Kunde selbst - natürlich in einem datenschutzkonformen, durch ihn selbst definierten Rahmen: Das sind beispielsweise bislang genutzte Tarife, Services und Produkte, außerdem Indikationen von Kaufkraft oder Feedbacks auf relevanten Portalen. Mit diesen Informationen können wir per Smart Pricing den Lebenszyklus des Kunden verlängern und seine Zufriedenheit optimieren.

Wir schaffen damit eine Win-win-Situation: Der Kunde profitiert von diesen komplett personalisierten Angeboten. freenet wiederum verzeichnet:

- durchgängige Zuwächse bei den Neukunden,
- wachsende Transaktionen im Bestandsgeschäft sowie
- anziehende Erlöse bei Produkten rund um Digital-Lifestyle.

Und wir verdienen uns Auszeichnungen - etwa einen Platz auf dem Siegerpodest für unsere No-frills-Tochter klarmobil bei einem Anbietertest des Fachmagazins 'connect'.

Datengetriebene, personalisierte Produkte gibt es jedoch nicht ohne IT. Dieses Ressort haben wir im Zuge der Neuaufstellung umbenannt in 'Technologie und

Prozesse`; es wird geführt von Stephan Esch, der seit der freenet-Gründung unter anderem die IT verantwortet. Wir reden hier nicht über eine bloße Umetikettierung, liebe Aktionärinnen und Aktionäre; vielmehr drückt sich damit der konsequente Prozessfokus im Unternehmen aus.

Tatsächlich haben wir Abläufe gestrafft, das Portfolio an Projekten verschlankt und Prozesse standardisiert. Wir haben Redundanzen eliminiert und Komplexität bei Produkten und Abläufen reduziert. Beispielsweise verwalten wir heute nur noch rund 20 SIM-Kartentypen gegenüber rund 2.000 noch vor 18 Monaten. Und wir beschränken uns auf zwei Varianten der recht komplexen Rufnummer-Portierungen - früher waren es rund ein Dutzend. Wir bewerten auf Vorstandsebene monatlich systematisch alle laufenden wie kommenden Projekte, ob sie auf unseren Kundenservice und unser Geschäft einzahlen. Für unsere Hauptprozesse haben wir außerdem sogenannte 'Gatekeeper' definiert, die als Kontrollinstanz neue Abweichungen verhindern sollen.

Verschlankt und unter der Dachmarke 'freenet' konsolidiert hat sich schließlich auch das breite Portfolio unserer Marken; in diesem Rahmen ist unsere bisherige Hauptmarke 'mobilcom-debitel' verschwunden und wurden unsere rund 500 Shops entsprechend umgestaltet. Die Bekanntheit von 'freenet' wird stärker – sowohl als Marke im Mobilfunk wie auch als Dachmarke für das, was wir sind: nämlich einer der größten Anbieter von Digital Lifestyle in Deutschland. Darüber hinaus haben wir mit der Konsolidierung Synergien im Handel und Vertrieb, im Marketing und in der Kundenkommunikation geschaffen.

Bei all diesen Maßnahmen sehen wir heute zwei große positive Effekte, meine sehr verehrten Damen und Herren: Sie vereinfachen erstens die Automatisierung; rund 40 Prozent unserer Kundenvorgänge sind heute digitalisiert, und der Kunde kann immer

mehr Prozesse selbst steuern und überwachen. Zweitens gehen damit die Anfragen beim Customer Service zurück.

### **Mehr als 1 Million waipu.tv Abonnenten**

Sehr viel getan hat sich im letzten Jahr im Segment TV und Medien. Dies gilt für beide Tochterunternehmen – die EXARING AG als Anbieter von waipu.tv und die Media Broadcast als Anbieter von freenet TV, DAB+ - also digitalem Radio – sowie Infrastrukturdienstleister für Rundfunk/ TV und Mobilfunk.

Schauen wir uns zuerst waipu.tv an, liebe Aktionärinnen und Aktionäre. Waipu.tv setzte im vergangenen Jahr seinen steilen Wachstumskurs fort: Das betrifft neue Abonnenten, neue Partner und neue Auszeichnungen:

- Im Jahresverlauf stieg das Kundenwachstum um 34 Prozent auf 970 Tausend; im zurückliegenden ersten Quartal 2023 haben wir die Marke von einer Million geknackt und liegen heute bereits jenseits der 1,1 Millionen.
- Als neue Partner konnte waipu.tv die Deutsche Glasfaser als größten suburbanen Glasfaserversorger Deutschlands gewinnen; außerdem mit Roku TV den US-Platzhirsch für Streaming-Hardware und mit DAZN den weltweit führenden Sport-Streaming-Service Vereinbarungen schließen. Gleichzeitig erweiterte sich das Programmangebot von waipu.tv im letzten Jahr um 35 Sender und eine Vielzahl von Umstellungen auf HD. Seit Jahresbeginn sehen wir weitere prominente Neuzugänge - unter anderem NBC Universal Global Networks und den Frauensportsender DAZN Rise.

Bei Media Broadcast wiederum sind es die kommerziellen Aktivitäten im B2B-Bereich, die vielversprechende Wachstumsimpulse liefern; auf der anderen Seite bildet das Produkt freenet TV wie bisher eine stabile Basis für Profitabilität.

In Bezug auf die Infrastrukturleistungen von Media Broadcast möchte ich ebenfalls einige Highlights der zurückliegenden Monate und Quartale hervorheben, meine sehr geehrten Damen und Herren.

So konnte unsere Kölner Tochter insbesondere zwei langjährige Vereinbarungen über Fieldservice-Leistungen abschließen: einmal mit 1&1 zur Wartung und Instandsetzung von deren neuem 5G-Mobilfunknetz; und dann mit der erwähnten Deutschen Glasfaser zur Entstörung an ihren 70 norddeutschen Standorten. Zudem baute Media Broadcast das Sendernetz des ersten nationalen Digitalradio-Multiplex an Dutzenden Standorten in der Bundesrepublik aus.

Im Bereich von Planung, Aufbau und Betrieb von 5G-Campusnetzen für Kunden außerhalb des Mediensektors sind unsere Kölner Mitstreiter ebenfalls sehr aktiv - und auch sehr innovativ. Jüngstes Beispiel ist eine professionelle TV-Produktion über ein privates 5G-Netz, die Media Broadcast zu Jahresbeginn für ein Fußballspiel im oberen Amateurbereich durchführte.

Gestatten Sie mir noch eine kurze Anmerkung zur Dimension und Reputation dieser langjährigen Zusammenarbeit, die sich im Übrigen auch auf andere Öffentlich-Rechtliche Sender erstreckt: Media Broadcast konnte hier eine europaweite Ausschreibung für sich entscheiden und ist für die Zuspiegelung von Beiträgen aus den insgesamt 36 Stadien verantwortlich.

Meine sehr verehrten Damen und Herren, in der Zusammenfassung war 2022 ein sehr spannendes, arbeitsreiches und forderndes Jahr. Es war aber auch ein sehr erfüllendes und erfolgreiches Jahr – ich denke, ich spreche hier nicht allein für mich, sondern für unser gesamtes Führungsteam und für unsere Mitarbeiter. Und einmal

mehr kann ich mich an dieser Stelle nur wiederholen: Die Arbeit für und in `unserer freenet` bereitet mir und uns nach wie vor ungeheures Vergnügen.

### **Meine Schwerpunkte für die nächsten Jahre**

Umso mehr freue ich mich, dass der Aufsichtsrat vor kurzem entschieden hat, meinen Vertrag als Vorstandsvorsitzender der freenet AG bis Ende 2026 zu verlängern. Damit komme ich zum dritten und letzten Abschnitt meines Vortrags, meine sehr verehrten Damen und Herren: Wie sehen meine Ambitionen und Pläne für freenet in den kommenden gut dreieinhalb Jahren aus?

Ich sehe für mich drei große Aufgabenbereiche: Sie betreffen zunächst das Segment TV und Medien – und hier eine möglichst prosperierende Zukunft der beiden Tochterunternehmen. Also waipu.tv zum einen und Media Broadcast zum anderen. Als zweites großes Thema sehe ich die Transformation unseres gesamten Retail als einen der wichtigsten Vertriebskanäle für unsere Mobilfunk- und DLS-Produkte: Ich erzähle Ihnen sicherlich nichts Neues, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, dass sich Handel und Vertrieb in einer Phase großer Umbrüche befinden - und deren Ende wir bei weitem noch nicht gesehen haben. Diesen massiven Wandel wollen und müssen wir mitgestalten – zum Wohle unserer Kunden, unserer Mitarbeiter, unserer Aktionäre und unserer Standorte. Ein massiver Wandel geht auch mit dem Stichwort ESG einher – ein weiteres großes Thema, das nicht nur für mich von hoher Relevanz ist, sondern für die Gesellschaft und unsere Welt insgesamt.

Kommen wir als erstes auf waipu.tv zu sprechen, meine sehr verehrten Damen und Herren. Das kontinuierliche dynamische Wachstum unserer IPTV-Tochter ist alljährlicher Bestandteil meines Vortrags. Mein konkretes Ziel lautet, bis Jahresende 2026 eine kritische Massen an Kunden mit waipu.tv zu erreichen. Damit hätten wir eine

Größe erreicht, bei der nicht mehr waipu.tv neue Content-Partner sucht, sondern umgekehrt die Content-Partner uns suchen - quasi gezwungen sind, auf uns zu setzen.

Mit dem Siegeszug von IPTV einher geht eine sich reduzierende Bedeutung der klassischen Empfangswege für lineares Fernsehen; wir sehen das auch bei unserem Produkt freenet TV von Media Broadcast. Es muss also unser weiteres Ziel im Unternehmen sein, den rückläufigen Geschäftsbereich bei Media Broadcast durch prosperierende neue auszugleichen. Und ich bin der Überzeugung, dass uns das gelingen wird. Denn das Team von Media Broadcast ist bereits auf einem sehr guten Weg, leistet beispielsweise hervorragende Arbeit als Infrastruktur-Serviceprovider im Hochtechnologie-Bereich.

Mein zweites persönliches Ziel betrifft unseren Retail-Bereich, meine sehr verehrten Damen und Herren. Wir alle wissen um den Siegeszug des Online-Shoppings und kennen die Bilder des darbedenden Einzelhandels aus unseren Innenstädten. In den letzten drei Jahren ist die Zahl der Geschäfte alljährlich um 11.000 zurückgegangen und für das laufende Jahr rechnet der Handelsverband Deutschland mit weiteren 9.000 Schließungen, bedingt durch höhere Kosten, Kaufkraftverlust und die veränderten Konsumpräferenzen, die den Einzelhandel belasten. Der Online-Handel birgt immense Vorteile – vor allem die schier unbegrenzte Auswahl auf Knopfdruck und die bequeme Lieferung nach Hause.

Meine Lösung für einen profitablen, sinnhaften und auf Dauer lebensfähigen Retail lautet deshalb: Wir müssen das Erlebnis des Shoppens vor Ort mit den Vorteilen des Online-Handels kombinieren. Dafür gibt es einen weiteren neudeutschen Begriff, wenn Sie mir das nachsehen, meine sehr verehrten Damen und Herren: und zwar `Assisted Personalized Shopping` - kurz APS!

Wie sieht diese Lösung konkret aus? Nun, wir als freenet verfügen über alle wesentlichen Voraussetzungen dafür. Das sind:

- bestens geschulte, kompetente und hochmotivierte Mitarbeiter
- im deutschlandweit vielleicht besten Netz an eigenen Shops, Handelspartnern und Elektronikmärkten. Und zwar innerhalb der berühmten `15-Minuten-Reichweite`, die der Kunde zu Fuß, per Fahrrad oder Auto erreichen kann – je nach seinem Wohnort.

Wir verfügen außerdem über einen hocheffizienten und per Multi-Channel-Ansatz optimal vernetzten Online-Vertrieb, der jedes Produkt in der Regel innerhalb von Stunden oder in Tagesfrist an jeden beliebigen Ort in Deutschland liefert.

Wenn wir diese Vorteile miteinander verknüpfen, schaffen wir das Beste zweier Welten:

- Der Kunde surft vor Ort im Shop nach dem für ihn besten Angebot seiner Wahl – sei es ein Smartphone, Tablet, schickes Zubehör oder Vertrag; je nach Bedarf erhält er dabei Unterstützung durch einen Mitarbeiter, lässt sich von ihm die Produkte der Wahl zeigen, erklären und in ihren Features bewerten.
- Der Shop hält keine Objekte zum Verkauf mehr vor, sondern eine größtmögliche Auswahl an sichtbarer Ware rein als Display. Das entlastet Lagerung, Logistik, Zahlungsverkehr und damit verbundene Kosten.
- Die Auslieferung des gewählten Produkts erfolgt dann am Ort der Wahl.

Es verbleibt als ein letztes großes Ziel, meine sehr verehrten Damen und Herren: die verstärkte Fokussierung auf ESG. Dies ist ein riesiger Themenkomplex! Es ist nicht so, dass wir dieses Thema neu für uns entdecken – im Gegenteil: Wir sind uns seit jeher der Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeitern und Kunden, gegenüber dem sozialen und ökologischen Umfeld an den jeweiligen Standorten bewusst. Sehr



viele Maßnahmen in diesem Kontext erfolgen dabei nicht in einem Top-Down-Approach, sondern sind Initiativen unserer Mitarbeiter, insbesondere unter gesellschaftlichen oder Umwelt-Aspekten. Da wäre von ungezählten Anregungen, Aktionen und Engagements zu berichten, die zum Teil über das berufliche Umfeld weit hinausgehen.

Aus Sicht der Unternehmensführung wollen wir Nachhaltigkeitsaspekte in die Entscheidungen einbeziehen, sie den ökonomischen Kriterien gleichstellen. Ein wichtiges Anliegen ist uns, bis Ende 2030 unsere CO<sub>2</sub>-Emissionen aus sogenannten Scope 1- und Scope 2-Sachverhalten, wie bspw. aus dem Strombezug oder der Verbrennung von Kraftstoffen, auf Null zu senken. Diese Ambition ist auch Teil unserer langfristigen Vorstandsvergütung.

Lassen Sie mich kurz die wesentlichen Fortschritte skizzieren:

- Wir decken bereits heute schon fast 100 Prozent unseres Strombedarfs aus regenerativen Quellen,
- gestalten die Mitarbeitermobilität klimafreundlicher;
- wir setzen auf Digitalisierung und gestalten unsere Abläufe, Produkte und Services damit energieeffizienter;
- unser Angebotsportfolio umfasst eine ganze Reihe nachhaltiger Produkte und Services, und
- unser unternehmerisches Schaffen richten wir an nachhaltigen und ethischen Grundsätzen aus.

Über deren Einhaltung wacht mit Nicole Engenhardt-Gillé nicht nur unsere neue Kollegin im Vorstand.

Wir sind also auch bezüglich ESG auf einem ohnehin recht vorbildlichen Weg, liebe Aktionärinnen und Aktionäre. Ich formuliere ESG an dieser Stelle dennoch ausdrücklich bei meiner Vorstellung eines bestellten Hauses, weil mir nachhaltiges Denken, Wirtschaften und Leben ein wirkliches Herzensbedürfnis ist. Es soll so selbstverständlich zur Haltung, ja zur unverwechselbaren DNA von freenet gehören wie unsere ganz besondere Unternehmenskultur, die uns seit der Gründung so einzigartig im Markt und Wettbewerb macht.

Ich empfinde meine und unsere gemeinsame Arbeit für freenet als großes Geschenk.

Und dafür möchte ich mich bei allen an dieser Stelle einmal mehr bedanken:

- zuerst nochmals bei allen Kolleginnen und Kollegen für ihren unschätzbaren tagtäglichen Einsatz;
- dann auch bei unseren Kunden und den Geschäftspartnern für ihr unverändertes Vertrauen in unsere Produkte und Dienstleistungen;
- großer Dank gebührt auch Ihnen, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, für Ihr Vertrauen in das Führungsteam der freenet.
- Und last but not least möchte ich mich bei allen Teilnehmern der heutigen Hauptversammlung für Ihre geschätzte Aufmerksamkeit bedanken.

Damit übergebe ich das Wort an meinen Kollegen Ingo Arnold.