

freenet AG

Unternehmenspräsentation

2023

Agenda

- 1 Die freenet AG
- 2 Geschäftsmodell und Segmente
- 3 Gründe für ein Investment

Die freenet AG

Unser Unternehmen im Überblick



Unsere Vision

» IMMER
DIE
RICHTIGE
WAHL.

Wir wollen die richtige Wahl sein für alle unsere Stakeholder, d.h. für unsere Mitarbeiter, unsere Kunden, unsere Partner und unsere Aktionäre. Dabei sind wir uns unserer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst und berücksichtigen diese durch langfristiges Denken und Nachhaltigkeit bei allen Unternehmensentscheidungen.

Unsere Mission

Wachstum mit Produkten, Services und kundenzentrierter Interaktion.



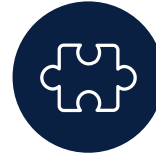
KUNDENZENTRIERT

- Vertrieb ausgewählter eigener Produkte oder Handelswaren für individuelle Kundenansprüche
- Jede Tätigkeit beruht auf einem tiefen Verständnis von Daten (Digital First)



DIGITAL FIRST

- Digital First Ansatz sowohl für innerbetriebliche Prozesse als auch für die Interaktion und Transaktion mit Kunden und anderen Stakeholdern



BEDARFSORIENTIERT

- Kompetente Beratung, zugeschnitten auf die Bedürfnisse der Kunden
- Nutzung von Erkenntnissen aus Kundenkontakten für Produktentwicklung und Innovation



NAH

- Nutzung der Omnichannel-Plattform zur Bedienung von eigenen und fremden Kanälen
- Nahtlose Bereitstellung von Dienstleistungen über alle Kunden-Kontaktpunkte

Unsere Strategie: Wachstum mit Digital Lifestyle

Digital Lifestyle

umfasst für uns insbesondere die Themen Mobilfunk, Internet, TV-Entertainment und Energie sowie alle Services, Anwendungen und Geräte, die mit mobilen Endgeräten verbunden bzw. über ein intelligentes Gerät gesteuert oder genutzt werden können. Unter einer Dachmarke soll das Gesamtangebot von freenet gegenüber dem Kunden eine abgestimmte Lösung bilden.

Wachstum

durch kontinuierliche Optimierung und Erweiterung des Produkt- und Serviceportfolios im Bereich Digital Lifestyle unter konsequenter Nutzung bestehender Stärken und Kompetenzen, bestehender und neuer Vertriebskanäle und der Optimierung über den Kundenlebenszyklus und alle Kundenkontakte.

Kennzahlen 2022

2.556 Mio. €

UMSATZ

478,7 Mio. €

EBITDA

249,2 Mio. €

FREE CASHFLOW

3.660

MITARBEITER

9.042.400

ABONNENTENZAHL

7.386.800

DAVON MOBILFUNKKUNDEN

1.655.600

DAVON TV KUNDEN

Wir entwickeln uns stetig weiter

2007

Verschmelzung von mobilcom AG und freenet.de AG zur **freenet AG**.

Erstnotierung an der Frankfurter Wertpapierbörse

2009-2011

Ausrichtung der freenet Group auf das Kerngeschäft Mobilfunk & mobiles Internet durch **Veräußerung nicht kerngeschäftsrelevanter Bereiche** (u.a. Webhosting, DSL-Geschäft)

2016

Einstieg in das TV Geschäft durch Erwerb **Media Broadcast** (100 %) und **EXARING** (heute: 71,95 %)

Erwerb von 24,56 % an der **Sunrise Communications Group AG, Schweiz**

2019

Strategische Vertriebskooperation Telefónica Deutschland und EXARING für waipu.tv

2022

Etablierung von **Internet als strategischer Säule** neben Mobilfunk und TV-Entertainment

Markentransformation: Mobilfunk, Internet und TV-Entertainment unter der **Dachmarke freenet** vereint

2008

Erwerb **debitel Group** (100 %) durch die freenet AG und Entstehung des **größten netzunabhängigen Telekommunikationsanbieters** in Deutschland

2012

Etablierung von Digital Lifestyle (DLS) und Erwerb **GRAVIS** (100 %)

2018

Erweiterung Vorstand um CCO und CCE auf fünf Mitglieder

Erwerb von 9,1 % an der **CECONOMY AG**

Veräußerung UKW Radiogeschäft Media Broadcast

2020

Veräußerung Anteile an der **Sunrise Communications Group AG**

Strategische Kooperation mit Netflix

2023

Erweiterung Vorstand um CHRO auf sechs Mitglieder

Der Vorstand

ALLE SECHS VORSTÄNDE
KOMMEN AUS DEM
UNTERNEHMEN



CEO

Christoph Vilanek
CHIEF
EXECUTIVE
OFFICER



CFO

Ingo Arnold
CHIEF
FINANCIAL
OFFICER



CHRO

Nicole Engenhardt-Gillé
CHIEF
HUMAN
RESOURCES
OFFICER



CTO

Stephan Esch
CHIEF
TECHNICAL
OFFICER



CCE

Antonius Fromme
CHIEF
CUSTOMER
EXPERIENCE



CCO

Rickmann von Platen
CHIEF
COMMERCIAL
OFFICER

Der Aufsichtsrat

AKTIONÄRSVERTRETER

Marc Tüngler (Vorsitz) ^{1, 2, 4, 5}

Rechtsanwalt und Hauptgeschäftsführer der Deutschen Schutzvereinigung für Wertpapierbesitz e.V., Düsseldorf

Sabine Christiansen ^{2, 5}

Geschäftsführende Gesellschafterin der TV 21 GmbH, Berlin

Prof. Dr. Kerstin Lopatta ³

Professorin für Rechnungslegung, Wirtschaftsprüfung und Nachhaltigkeit an der Universität Hamburg

Ausgewiesene Finanzexpertin für Rechnungslegung und Abschlussprüfung Nachhaltigkeitsverantwortliche im Aufsichtsrat

Miriam Wohlfarth ⁴

CEO der Banxware GmbH, Berlin

Thomas Karlovits ¹

CEO und CIO der Blackwall Capital Investment AG, Zug (Schweiz)

Robert Weidinger ^{3, 5}

Selbstständiger Wirtschaftsprüfer, Steuerberater und Corporate Finance Berater, Valley

Ausgewiesener Finanzexperte für Rechnungslegung und Abschlussprüfung

ARBEITNEHMERVERTRETER

Knut Mackeprang (stellv. Vorsitz) ^{1, 2, 4}

Syndikusrechtsanwalt, freenet AG, Büdelsdorf

Claudia Anderleit ²

Leiterin Personalmanagement und Personalsysteme, freenet AG, Hamburg
Nachhaltigkeitsverantwortliche im Aufsichtsrat

Petra Winter ³

Leiterin Central Tasks, MEDIA BROADCAST GmbH, Berlin

Tobias Marx ⁴

Gewerkschaftssekretär in Kiel für Schleswig-Holstein

Theo-Benneke Bretsch ¹

Teamleiter Bereich Commerce & ERP, freenet DLS GmbH, Büdelsdorf

Frank Suwald ³

Betriebsratsvorsitzender, MEDIA BROADCAST GmbH, Köln

Ausschussbesetzungen:

1 Präsidium

2 Personalausschuss

3 Prüfungsausschuss

4 Vermittlungsausschuss

5 Nominierungsausschuss

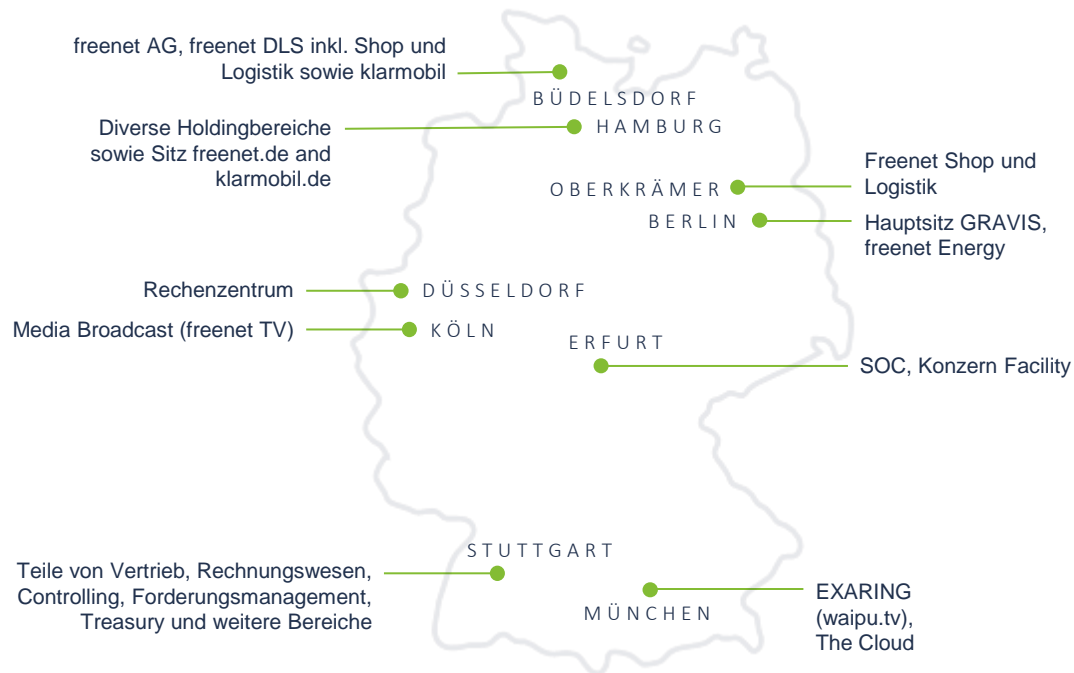
Wir sind in ganz Deutschland zu finden

9 STANDORTE
DEUTSCHLANDWEIT

3.660
MITARBEITER/INNEN

112
AUSBILDUNGSPLÄTZE

60 NATIONALITÄTEN



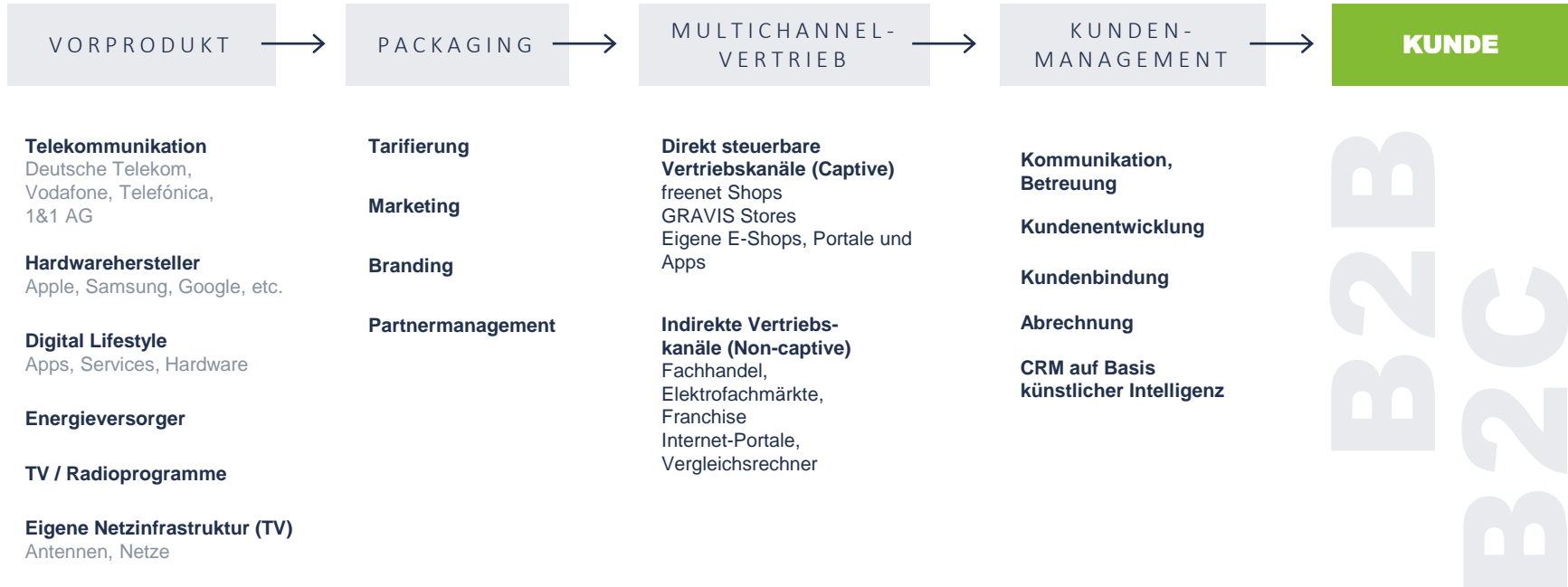
(Stand 31.12.2022)

Geschäftsmodell und Segmente

Mit uns Digital Lifestyle erleben



Wertschöpfung und Geschäftsmodell ausgerichtet am Kunden



Unsere Zielgruppen sprechen wir mit passenden Marken an

Endnutzerangebote

MOBILFUNK & APPS



TV



DIGITAL LIFESTYLE



GRAVIS

ENERGIE



Geschäftskundenangebote



Typologie der Geschäftsmodelle im Mobilfunk

MNO

Mobilfunknetzbetreiber (MNO) sind Unternehmen, die i.d.R. alle Merkmale einer Telko-Wertschöpfungskette besitzen und/oder kontrollieren, um Dienstleistungen für Kunden anzubieten.

Spezifisches Asset von MNOs ist die Sendelizenz sowie die Netzinfrastruktur, auf welcher die Lizenz genutzt wird.



Hohe Infrastrukturinvestitionen
Direkte Kundenbeziehung
Tarifportfolio beschränkt auf eigenes Netz

MVNO

Im Vergleich zum MNO besitzen virtuelle Netzbetreiber (MVNO) kein eigenes Funknetz und keine eigene Sendelizenz.

MVNO kaufen i.d.R. Netzkapazitäten von einem (oder mehreren) MNO zu einem Großhandelspreis ein und bieten im Rahmen des Kooperationsvertrags eigene Mobilfunkdienstleistungen an.



Hohe Fixkosten und hohes Wiederverkaufsrisiko
Direkte Kundenbeziehung
Eigenes Tarifportfolio

SERVICE-PROVIDER

Service Provider schließen i.d.R. einen Großhandelsvertrag mit einem (oder mehreren) MNO ab, von dem Tarife in großen Mengen eingekauft werden (retail-minus). Service Provider verkaufen sowohl MNO-Tarife als auch eigene Tarife. Die Kundenbeziehung verbleibt beim Service Provider, der damit alle nachgelagerten Dienstleistungen übernimmt (Kundenmanagement, Rechnungsstellung, Marketing etc.).



Geringe CapEx
Direkte Kundenbeziehung
Vollständiges netzunabhängiges Tarifportfolio möglich

RESELLER

Reseller schließen i.d.R. einen Kooperationsvertrag mit einem (oder mehreren) MNO über den Vertrieb von Mobilfunktarifen ab. Die Tarife werden mit oder ohne Hardwarekomponente an Endkunden weiterverkauft.

Für die reine Vertriebsleistung erhalten Reseller eine Provisionszahlung.



Keine CapEx
Keine direkte Kundenbeziehung
Keine eigenen Tarife

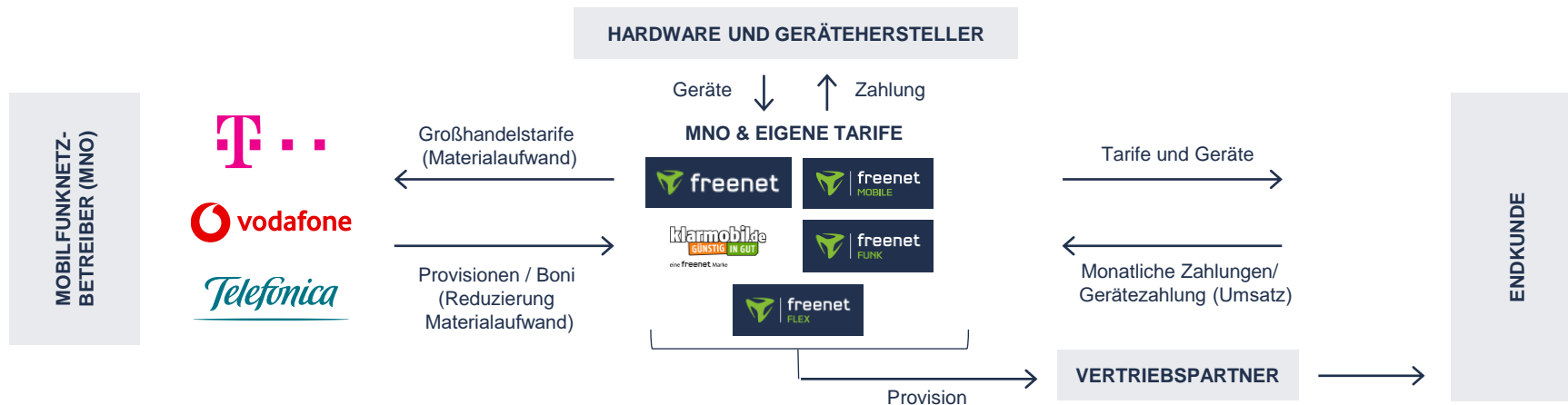
Einzigartiges Modell mit hohen Einstiegshürden

freenet ist ein ...

MNO?	→	NEIN	→	Keine eigene Infrastruktur, vollständiges MNO-Tarifportfolio verfügbar
MVNO?	→	NEIN	→	Keine Zahlungsverpflichtung für reservierte Netzkapazitäten
RESELLER?	→	NEIN	→	Kundenbeziehung verbleibt bei freenet/Umsatz besteht nicht nur aus einmaligen Provisionen
SERVICE PROVIDER?	→	JA	→	Hohe Flexibilität beim Verkauf von MNO-Tarifen und der Zusammenstellung eigener Tarife auf allen MNO-Netzen; direkte Kundenbeziehung gegeben

FREENET VERFÜGT ÜBER EIN EINZIGARTIGES UND NACHHALTIGES GESCHÄFTSMODELL IM MOBILFUNK

Mobilfunk im Service Provider Modell



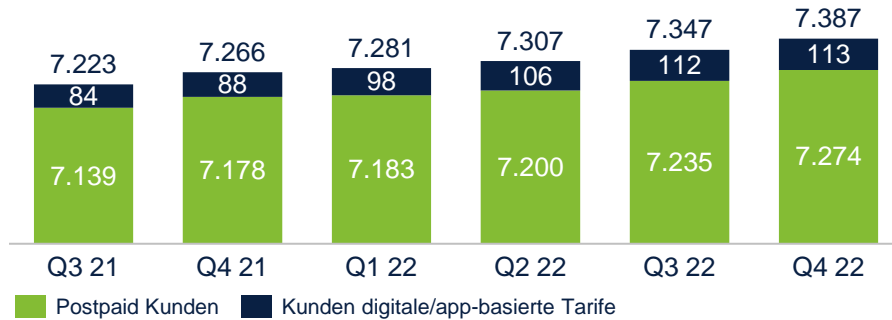
- freenet bietet als einziger **Mobilfunk Service Provider** Tarife (Daten und Sprache) von allen **drei deutschen Mobilfunknetzbetreibern** an
- Tarifportfolio umfasst sowohl **Originaltarife der Netzbetreiber** als auch **eigene Tarife**
- **Kundenbeziehung** (Vertrag, Billing, Betreuung) im eigenen Namen und auf eigene Rechnung; Möglichkeit zur Kundenentwicklung

- freenet verkauft **Postpaid-, Prepaid- und No-Frills Tarife mit Hardware oder SIM-only** unter Premium- und Discountmarken
- **Indirekter Beitrag zum Ausbau der Netzinfrastruktur** in Deutschland über Nutzungsentgelte an MNOs
- **Strategischer Fokus:** Gewinnung langfristiger und werthaltiger Postpaid-Kunden (24-Monatsverträge)

Fokus auf langfristigen Vertragsverhältnissen mit Endkunden

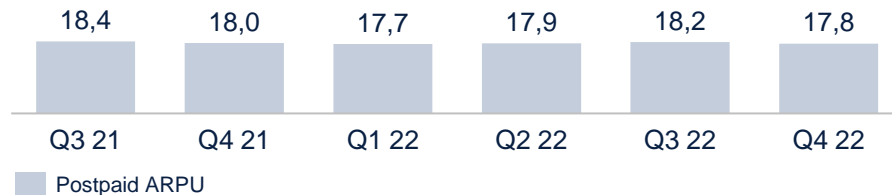
Mobilfunk Vertragskunden

In Tsd.



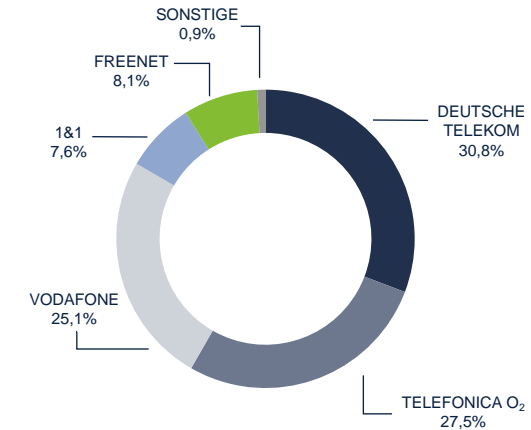
Postpaid ARPU Mobilfunk

in EUR



Marktanteile Mobilfunk

(Stand Oktober 2022, Schätzung)

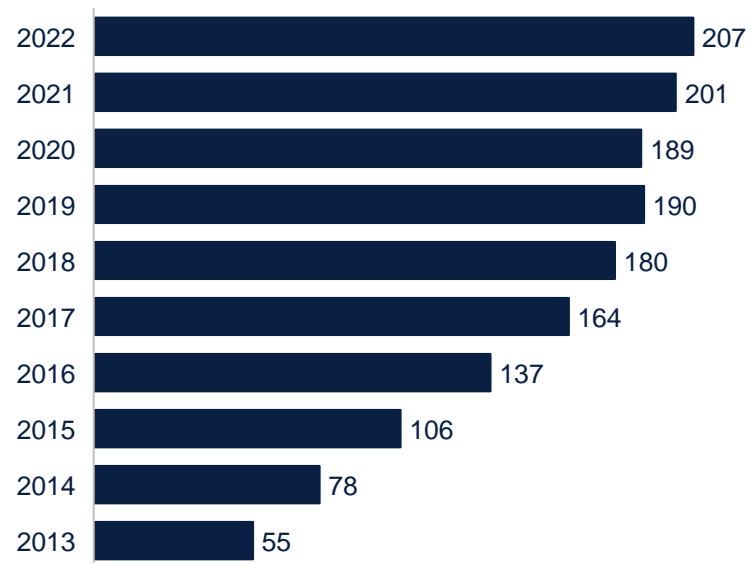


Quelle: VATM

Mobilfunk ergänzt um Digital Lifestyle Produkte

Überdurchschnittliches Wachstum des DLS-Umsatzes

In Mio. EUR



SECURITY & DATA

- Norton Security & Junior Sicherheit
- freenet cloud
- Versicherungsschutz für mobile Geräte

ENTERTAINMENT

- TV & Video on Demand Produkte
- Hörbücher und Magazine
- Musik-Streaming

SMART CARE & SPORTS

- Online-Fitness
- Fitness Tracker

SMART HOME

- Heizungsregelung
- Videoüberwachung & Home Security

Transfer der Erfolgsfaktoren ins Segment TV und Medien

WER?

**MEDIA
BROADCAST**



- Etablierter und angesehener Infrastrukturanbieter innerhalb der Rundfunk- und Medienbranche
- Angebot stationärer und mobiler TV-Zugänge überall und jederzeit über das DVB-T2-Netz
- Betreibt bundesweit das digitale Radio DAB+
- CapEx-light aufgrund der Anmietung passiver Infrastruktur
- Langfristige B2B-Umsatzströme ergänzt um – mit unserer Vertriebsstärke gewonnene – stabile B2C-Umsätze (freenet TV)

WARUM?

- Zukunftssichere Plattform für DTT- und IP-Inhalte
- Für zu Hause und mobil

EXARING AG

waipu  .tv

- Anbieter der ersten vollintegrierten Plattform für IP-Entertainment-Dienste auf Basis eines dezidierten, deutschlandweiten Glasfasernetzes
- Kundenansprache durch das Angebot von In-Home-IP-Entertainment über ein schnelles Netzwerk, hohe Qualität und eine intuitive Benutzeroberfläche
- CapEx-light aufgrund der Anmietung von Glasfaser-Infrastruktur von Dritten
- Beliebig erweiterbare Aggregationsplattform für mediale Inhalte (BILD TV, ADAC TV,...)
- "Dynamic Ad Substitution" in Kooperation mit Google und Web-2-TV-Service
- Zukunftsfähige, integrierte, CapEx-light B2C TV-Lösung mit 1:1-Kundenbeziehung

Im Segment TV und Medien notwendige Infrastruktur in eigener Hand

MEDIA BROADCAST

Alleiniger kommerzieller Anbieter von DVB-T2 in Deutschland



freenet TV RGU*

Transport von Radio- und TV-Signalen sowie weitere broadcastnahe Lösungen

DISTRIBUTION
ÜBER...

EXARING AG

IPTV-Anbieter mit dezidiert Glasfaser-Infrastruktur und einer Reichweite von 23 Millionen Haushalten



waipu .tv

waipu.tv Abo-Kunden

Dynamic Ad substitution
Web-2-TV Service

DISTRIBUTION
ÜBER...

VERKAUFSPLATTFORM

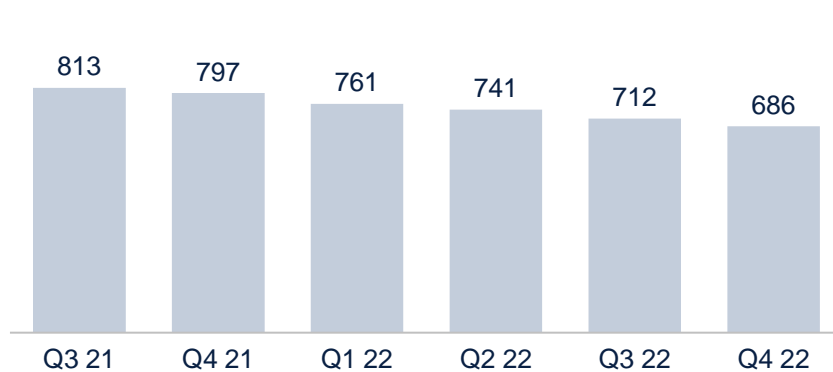


*RGU (engl. "Revenue Generating Unit"): umsatzgenerierende, aktivierte Kunden im Abonnement.

TV und Medien – Konsequente Ausrichtung auf nachhaltige Kundenbeziehungen

freenet TV Kunden (RGU¹)

in Tsd.

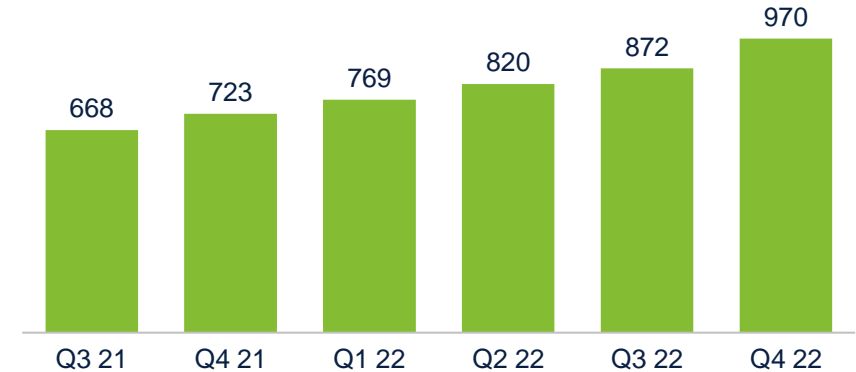


- Profitorientierte Steuerung im Bereich Digitales Antennenfernsehen
- Rentabilitätsorientiertes Management des Geschäfts, d.h. Preisanpassungen, Kostensensitivität und geringe Investitionen, zum Erhalt stabiler EBITDA- und Cash-Beiträge

¹ RGU = revenue generating unit

waipu.tv Kunden

in Tsd.



- IPTV – Fernsehen im Abonnementmodell
- Stetiges Wachstum der umsatzgenerierenden Kundenbasis
- Positiver monatlicher EBITDA-Beitrag seit Mai 2020

Equity Story

Unsere Gründe für ein Investment

3

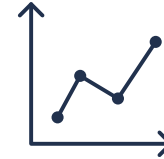
Klares Profil am Kapitalmarkt für langfristig orientierte Anleger



**ERFAHRENES
MANAGEMENT**



**LANGFRISTIGES UND
NACHHALTIGES KERNGESCHÄFT
MIT SIGNIFIKANTEM MARKANTEIL**



**WACHSTUMSCHANCEN IM
BEREICH TV UND MEDIEN**



**ATTRAKTIVE FREE CASHFLOW
ORIENTIERTE DIVIDENDENPOLITIK**



**HOHE CASH CONVERSION RATE
(EBITDA ZU FREE CASHFLOW)**

freenet ist sich seiner Verantwortung bewusst ...

VERANTWORTUNG GEGENÜBER UNSEREN STAKEHOLDERN

Nachhaltiges und verantwortungsvolles Handeln ist Teil unserer unternehmerischen Kultur sowie Kern unseres Erfolgs und seiner Nachhaltigkeit. Unser Handeln orientiert sich primär an ökonomischen Prinzipien, da wirtschaftlicher Erfolg Voraussetzung für einen verlässlichen und messbaren Wertbeitrag für alle unsere Stakeholder ist.

VERANTWORTUNG FÜR DAS DIGITALE LEBEN

Digitales Leben zu ermöglichen und den Dialog zu fördern, heißt für uns auch, Verantwortung zu übernehmen für einen transparenten, sicheren Umgang mit sensiblen Kundendaten. Datenschutz und Datensicherheit sind essenziell für unser Geschäft und aufgrund des hohen Digitalisierungsgrades in unserer Branche Fokusthema.

VERANTWORTUNG GEGENÜBER DER UMWELT

Ressourcen zu schonen und mit Energie sparsam umzugehen, sind für uns Teil der Sicherung unserer Wettbewerbsfähigkeit. Die Digitalisierung von Prozessen sehen wir als Chance, um den Ressourcen- und Energieverbrauch und CO₂-Emissionen langfristig und nachhaltig zu senken.



Mehrjahresübersicht wesentlicher Kennzahlen (1/2)

in Mio. EUR bzw. lt. Angabe	2022 ¹	2021	2020
Operative Entwicklung			
Umsatz	2.556,7	2.556,3	2.576,2
Rohertrag	886,7	853,4	862,1
EBITDA	478,7	447,3	425,9
EBITDA CAGR (Referenzjahr 2020)	6,0%	5,0%	k.A.
EBIT (angepasst)	324,1	250,0	263,0
EBT (angepasst)	308,7	218,1	217,5
Konzernergebnis (angepasst)	248,8	191,2	561,0
Ergebnis je Aktie in EUR (angepasst) ²	2,07	1,62	4,44
Dividende je Aktie in EUR (angepasst)	1,68 ³	1,57	1,65
Bilanz			
Bilanzsumme	3.628,7	3.952,4	4.505,6
Eigenkapital	1.469,2	1.638,9	1.821,1
Eigenkapitalquote	40,5%	41,5%	40,4%

¹ Ertragsgrößen (EBIT, EBT, Konzernergebnis) angepasst um Effekte aus der Abschreibung des Markenrechts „mobilcom-debitel“

² Verwässert und unverwässert.

³ Die Dividende wird vorbehaltlich der Beschlussfassung in der Hauptversammlung ausgezahlt.

Mehrjahresübersicht wesentlicher Kennzahlen (2/2)

in Mio. EUR bzw. lt. Angabe	2022 ¹	2021	2020
Finanzen und Investitionen			
Free Cashflow	249,2	234,4	237,3
Nettoinvestitionen (CapEx)	-60,0	-45,1	-46,2
Nettoverschuldung	705,3	788,4	740,6
Adjustierte Nettoverschuldung	637,1	645,9	555,8
Verschuldungsfaktor	1,5	1,8	1,7
Adjustierter Verschuldungsfaktor	1,3	1,4	1,3
Kundenbezogene Kennzahlen			
Postpaid-ARPU in EUR	17,9	18,1	18,2
Postpaid Kunden (in Mio.)	7,274	7,178	7,079
freenet TV Abo-Kunden (RGU) (in Tsd.)	685,6	796,6	901,9
waipu.tv Abo-Kunden (in Tsd.)	970,0	722,5	572,5

¹ Ertragsgrößen (EBIT, EBT, Konzernergebnis) angepasst um Effekte aus der Abschreibung des Markenrechts „mobilcom-debitel“.

Prognose 2023 bestätigt finanzielle Ambition 2025

Finanzielle KPIs

in Mio. EUR



	2022	Prognose 2023
■ Umsatz	2.556,7	Stabiler Verlauf
■ EBITDA	478,7	480 - 500
■ Free Cashflow	249,2	250 - 270

Abonnentenzahl

in Tsd.

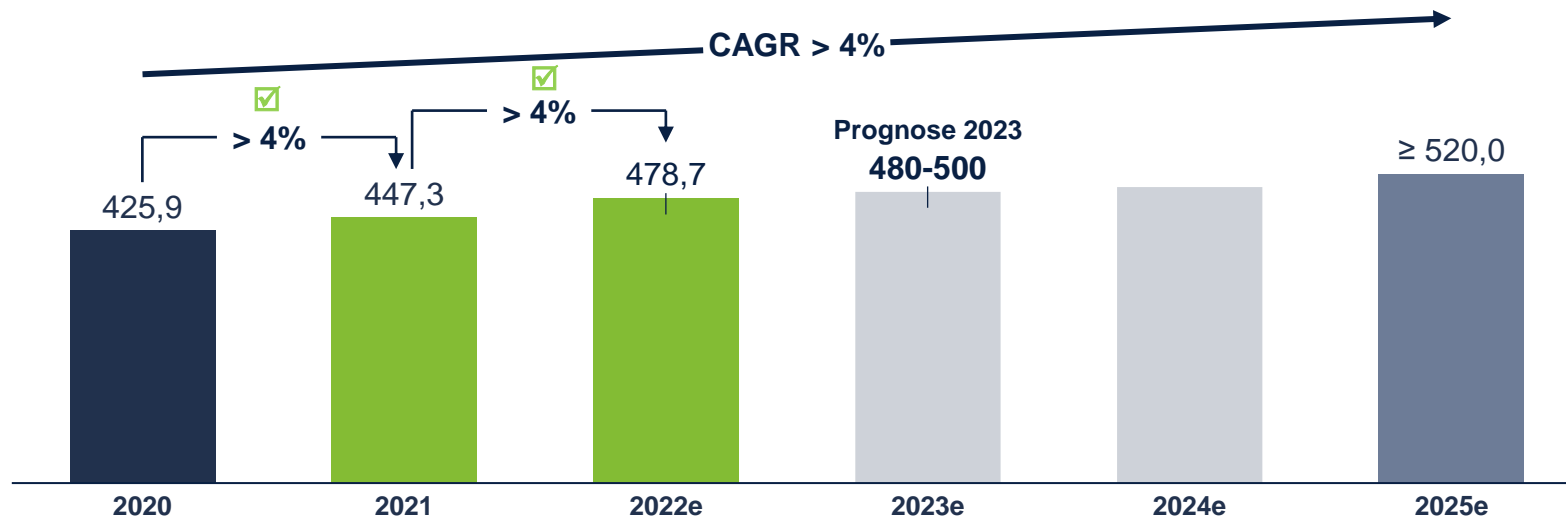


	2022	Prognose 2023
■ Postpaid Kunden (w/o app-based Tarife)	7.273,7	Moderat wachsend
■ waipu.tv Kunden	970,0	Deutlich wachsend
■ freenet TV RGUs	685,6	Merklich abnehmend

Finanzielle Ambition 2025

Kurs aus 2021 wird 2022 gehalten, Ambition 2025 unverändert

in Mio. EUR



Klares Versprechen gegenüber dem Kapitalmarkt

Größter netzunabhängiger Mobilfunkanbieter in Deutschland mit einem vielfältigen Portfolio an komplementären Digital-Lifestyle-Produkten. Die seit mehr als 25 Jahren wichtigste Kernkompetenz von freenet, ein erfahrenes „Customer Experience Management“ wurde durch die Akquisition von Media Broadcast (DVB-T2) und EXARING (OTT IPTV) erfolgreich auf das TV- und Mediengeschäft übertragen.

INVESTITIONS-GRÜNDE

- Langfristige Vertragsbeziehungen und damit planbare Umsatzerlöse
- „Customer Ownership“ sichert Basis für Up- und Cross-Selling-Maßnahmen
- Innovative TV-Produkte als organische Wachstumstreiber
- Verlässliche CapEx-light-Strategie
- Erfahrenes Management



INVESTITIONS-VERSPRECHEN

- EBITDA und Free Cashflow (FCF) langfristig planbar sowie frei von saisonalen Effekten
- Hohe Cash Conversion Rate (FCF vs. EBITDA)
- Aktionärsfreundliche Dividendenpolitik





Mobilfunk.
Internet.
TV-Entertainment.

freenet AG

Deelbögenkamp 4
22297 Hamburg
www.freenet.ag

Investor Relations & ESG Reporting

Telefon: 040 / 513 06 779
Fax: 040 / 513 06 970
E-Mail: ir@freenet.ag

Weitere Informationen

fn.de/ir