

# **freenet AG**

# **Unternehmenspräsentation**

2024

# 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 2023

**2.627** Mio. €

UMSATZ

**500,2** Mio. €

EBITDA

**262,6** Mio. €

FREE CASHFLOW

**3.690** MITARBEITER

**9.492.700**

ABONNENTENZAHL

**7.539.600**

DAVON MOBILFUNKKUNDEN

**1.953.100**

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)** <sup>1, 2, 4, 5</sup>

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

**Sabine Christiansen** <sup>2, 5</sup>

Geschäftsführende Gesellschafterin der TV 21 GmbH, Berlin

**Prof. Dr. Kerstin Lopatta** <sup>3</sup>

Professorin für Rechnungslegung, Wirtschaftsprüfung und Nachhaltigkeit an der Universität Hamburg

Ausgewiesene Finanzexpertin für Rechnungslegung und Abschlussprüfung Nachhaltigkeitsverantwortliche im Aufsichtsrat

**Miriam Wohlfarth** <sup>4</sup>

CEO der Banxware GmbH, Berlin

**Thomas Karlovits** <sup>1</sup>

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

**Robert Weidinger** <sup>3, 5</sup>

Selbstständiger Wirtschaftsprüfer, Steuerberater und Corporate Finance Berater, Valley

Ausgewiesener Finanzexperte für Rechnungslegung und Abschlussprüfung

## ARBEITNEHMERVERTRETER

**Knut Mackeprang (stellv. Vorsitz)** <sup>1, 2, 4</sup>

Syndikusrechtsanwalt, freenet AG, Büdelsdorf

**Claudia Anderleit** <sup>2</sup>

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

**Petra Winter** <sup>3</sup>

Leiterin Central Tasks, MEDIA BROADCAST GmbH, Berlin

**Tobias Marx** <sup>4</sup>

Gewerkschaftssekretär in Kiel für Schleswig-Holstein

**Theo-Benneke Bretsch** <sup>1</sup>

Teamleiter Bereich Commerce & ERP, freenet DLS GmbH, Büdelsdorf

**Frank Suwald** <sup>3</sup>

Betriebsratsvorsitzender, MEDIA BROADCAST GmbH, Köln

Ausschussbesetzungen:

1 Präsidium

2 Personalausschuss

3 Prüfungsausschuss

4 Vermittlungsausschuss

5 Nominierungsausschuss

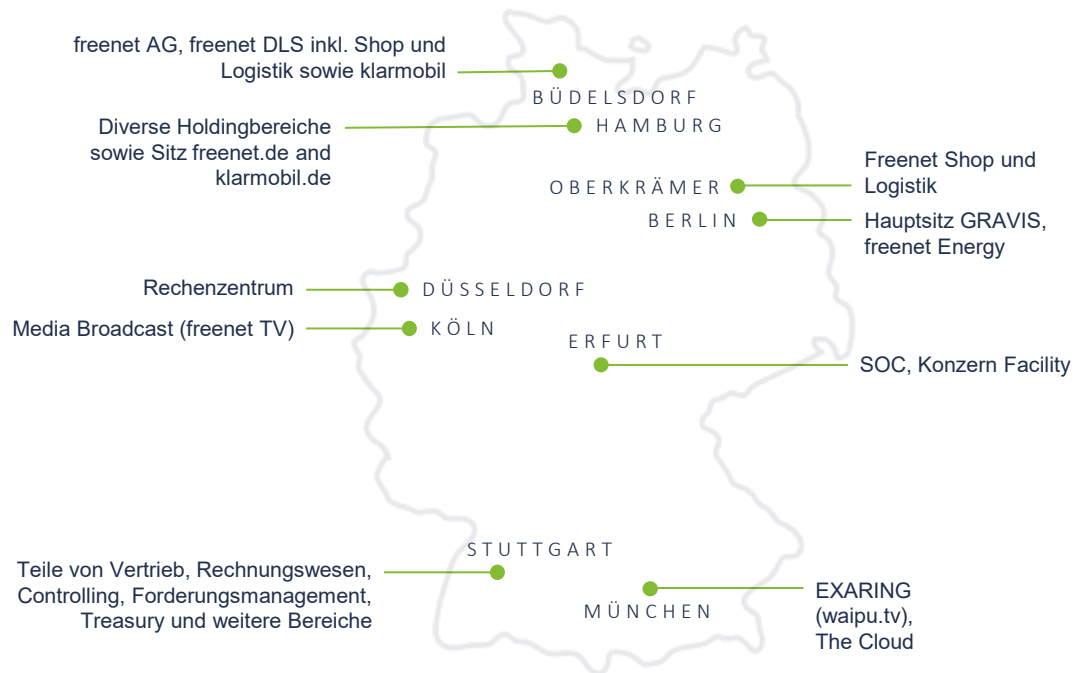
# Wir sind in ganz Deutschland zu finden

**9** STANDORTE  
DEUTSCHLANDWEIT

**3.690**  
MITARBEITER/INNEN

**>100**  
AUSBILDUNGSPLÄTZE

**62** NATIONALITÄTEN



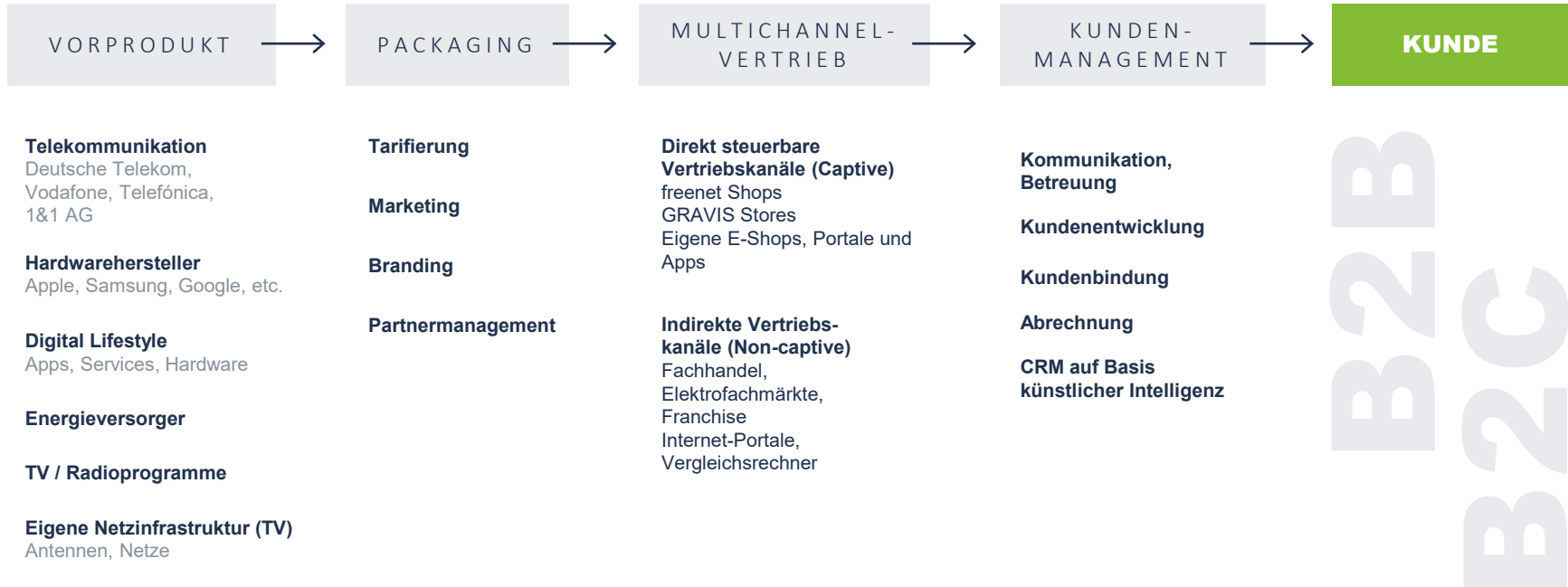
(Stand 31.12.2022)

# **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



Grovis

### ENERGIE



## GESCHÄFTSKUNDENANGEBOTE



MEDIA  
BROADCAST



# 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

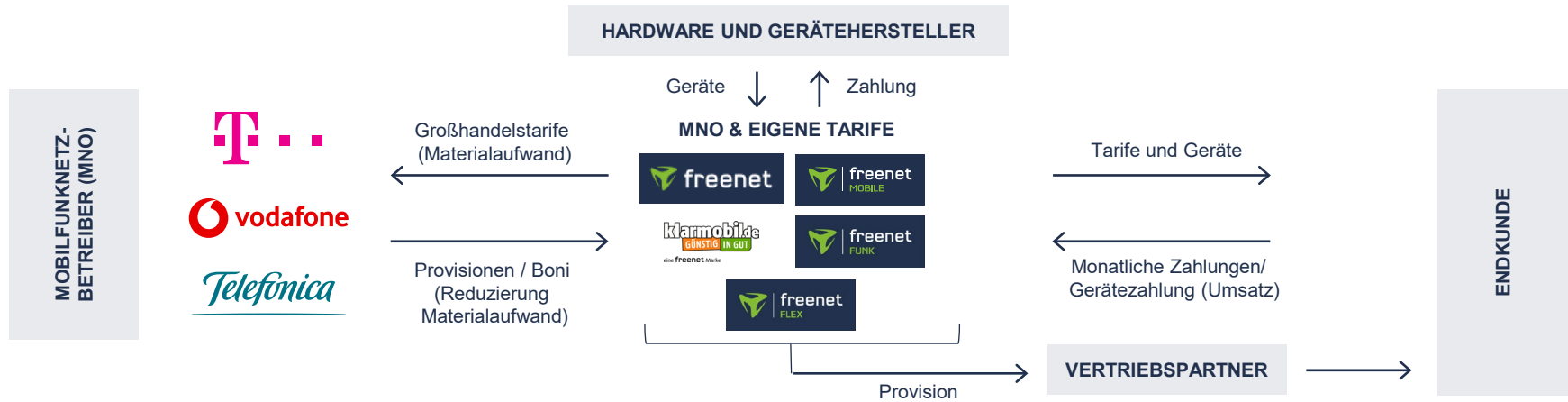
## freenet ist ein ...

|                   |   |      |   |  |
|-------------------|---|------|---|--|
| 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

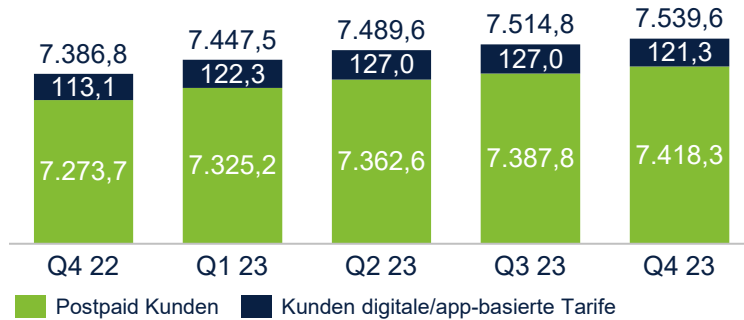


- freenet bietet als einziger **Mobilfunk Service Provider** Tarife (Daten und Sprache) von allen **drei deutschen Mobilfunknetzbetreibern** an
- Tarifportfolio umfasst sowohl **Originaltarife der Netzbetreiber** als auch **eigene Tarife**
- **Kundenbeziehung** (Vertrag, Billing, Betreuung) im eigenen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

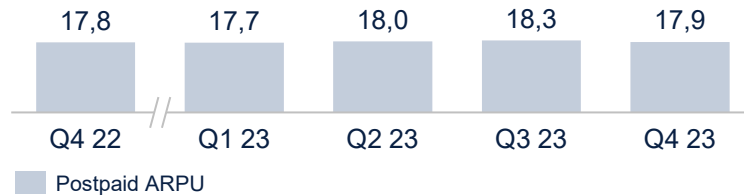
## Mobilfunk Vertragskunden

In Tsd.



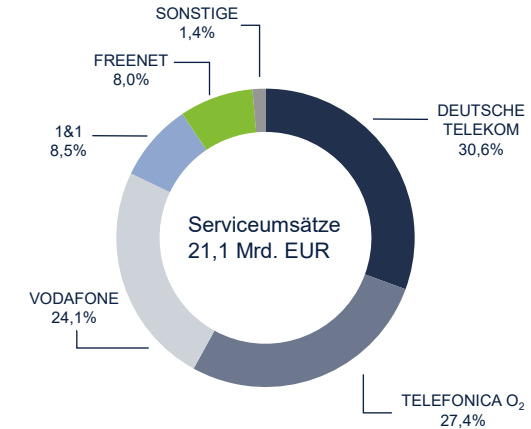
## Postpaid ARPU Mobilfunk

in EUR



## Marktanteile Mobilfunk

(Deutschland im Jahr 2023)

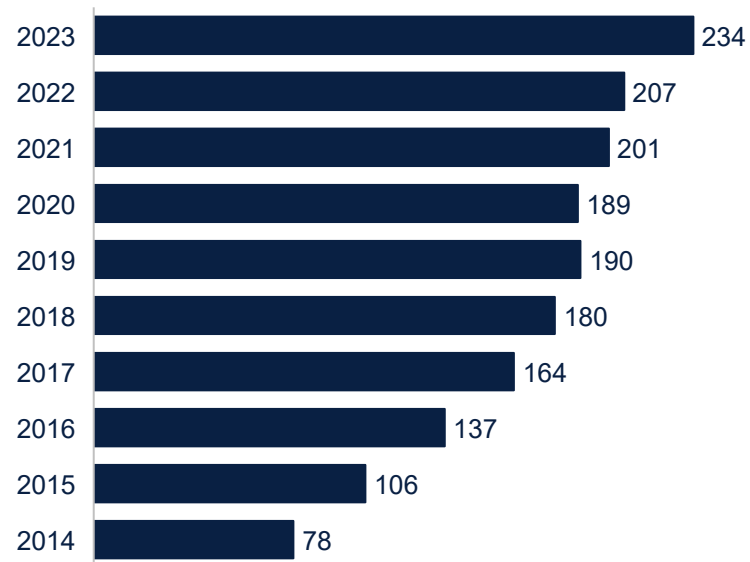


Quelle: 25. TK-Marktanalyse Deutschland 2023, VATM

# 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

WAS?

- 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... —→

VERKAUFSPLATTFORM



## EXARING AG

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



waipu.tv Abo-Kunden

Dynamic Ad substitution  
Web-2-TV Service

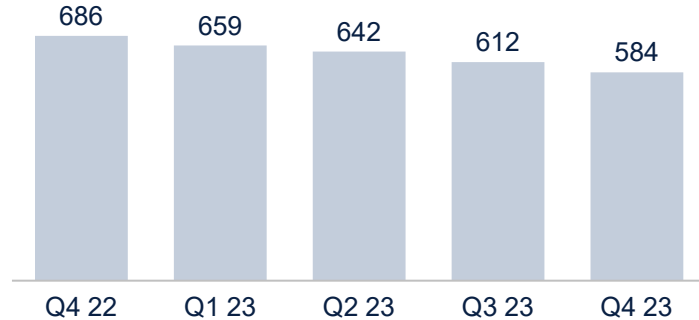
DISTRIBUTION  
— ÜBER... —→

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

# TV und Medien: Ausrichtung auf nachhaltige Kundenbeziehungen

## freenet TV Kunden (RGU<sup>1</sup>)

in Tsd.

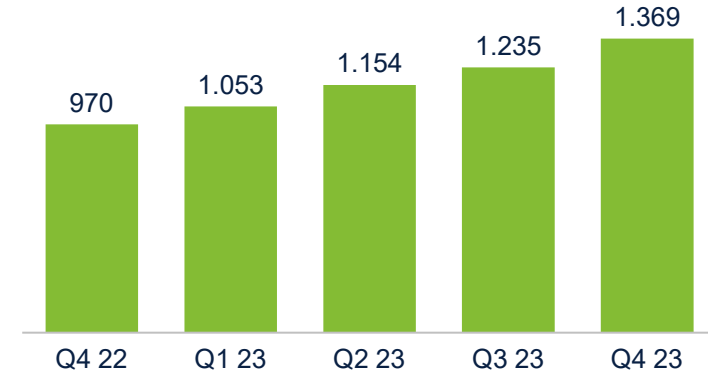


- Profitorientierte Steuerung im Bereich Digitales Antennenfernsehen
- Rentabilitätsorientiertes Management des Geschäfts, d.h. Preisanpassungen, Kostensensitivität und geringe Investitionen, zum Erhalt stabiler EBITDA- und Cash-Beiträge

<sup>1</sup> 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

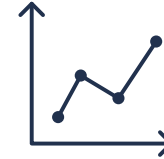
# Klares Profil am Kapitalmarkt für langfristig orientierte Anleger



**ERFAHRENES  
MANAGEMENT**



**LANGFRISTIGES UND  
NACHHALTIGES KERNGESCHÄFT  
MIT SIGNIFIKANTEM MARKTANTEIL**



**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 CO<sub>2</sub>-Emissionen langfristig und nachhaltig zu senken.



# MEHRJAHRESÜBERSICHT WESENTLICHER KENNZAHLEN (1/2)

| in Mio. EUR bzw. lt. Angabe                       | 2023 <sup>1</sup> | 2022    | 2021    |
|---|-------------------|---------|---------|
| <b>Operative Entwicklung</b>                      |                   |         |         |
| Umsatz  | 2.627,3           | 2.556,7 | 2.556,3 |
| Rohertrag   | 951,2             | 886,7   | 853,4   |
| EBITDA  | 500,2             | 478,7   | 447,3   |
| EBITDA CAGR (Referenzjahr 2020)                   | 4,5%              | 6,0%    | 5,0%    |
| EBIT (angepasst)                                  | 344,6             | 324,1   | 250,0   |
| EBT (angepasst)                                   | 318,1             | 308,7   | 218,1   |
| Konzernergebnis (angepasst)                       | 240,5             | 248,8   | 191,2   |
| Ergebnis je Aktie in EUR (angepasst) <sup>2</sup> | 2,01              | 2,07    | 1,62    |
| Dividende je Aktie in EUR (angepasst)             | 1,77 <sup>3</sup> | 1,68    | 1,57    |
| <b>Bilanz</b>                                     |                   |         |         |
| Bilanzsumme                                       | 3.414,9           | 3.628,7 | 3.952,4 |
| Eigenkapital                                      | 1.436,9           | 1.469,2 | 1.638,9 |
| Eigenkapitalquote                                 | 42,1%             | 40,5%   | 41,5%   |

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

<sup>2</sup> Verwässert und unverwässert.

<sup>3</sup> Die Dividende wird vorbehaltlich der Beschlussfassung in der Hauptversammlung ausgezahlt.

# MEHRJAHRESÜBERSICHT WESENTLICHER KENNZAHLEN (2/2)

| in Mio. EUR bzw. lt. Angabe           | 2023 <sup>1</sup> | 2022 <sup>1</sup> | 2021  |
|---------------------------------------|-------------------|-------------------|-------|
| <b>Finanzen und Investitionen</b>     |                   |                   |       |
| Free Cashflow                         | 262,6             | 249,2             | 234,4 |
| Nettoinvestitionen (CapEx)            | - 52,7            | -60,0             | -45,1 |
| Nettoverschuldung                     | 705,3             | 705,3             | 788,4 |
| Adjustierte Nettoverschuldung         | 500,1             | 637,1             | 645,9 |
| Verschuldungsfaktor                   | 1,2               | 1,5               | 1,8   |
| Adjustierter Verschuldungsfaktor      | 1,0               | 1,3               | 1,4   |
| <b>Kundenbezogene Kennzahlen</b>      |                   |                   |       |
| Postpaid-ARPU in EUR                  | 18,0              | 17,9              | 18,1  |
| Postpaid Kunden (in Mio.)             | 7,418             | 7,274             | 7,178 |
| freenet TV Abo-Kunden (RGU) (in Tsd.) | 583,8             | 685,6             | 796,6 |
| waipu.tv Abo-Kunden (in Tsd.)         | 1.369,3           | 970,0             | 722,5 |

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

# PROGNOSE 2024 BESTÄTIGT FINANZIELLE AMBITION 2025

## Finanzielle KPIs

in EURm



|   | 2023    | Prognose 2024    |
|---|---------|------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Umsatz</li> </ul>        | 2.627,3 | Stabiler Verlauf |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>EBITDA</li> </ul>        | 500,2   | 495 - 515        |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Free Cashflow</li> </ul> | 262,6   | 260 - 280        |

## Abonnentenzahl

in '000s

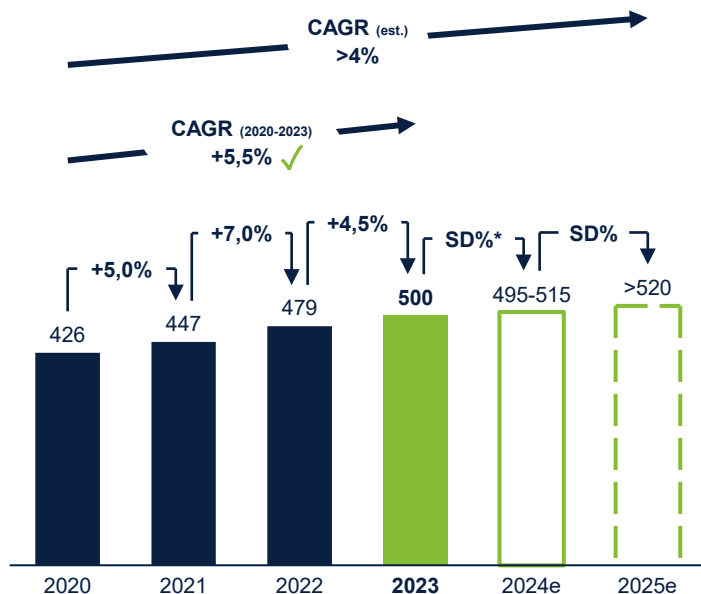


|   |         |                    |
|---|---------|--------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Postpaid Kunden<br/>(w/o app-based tariffe)</li> </ul> | 7.418,3 | Moderat wachsend   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>waiпу.tv Kunden</li> </ul>                             | 1.369,3 | Deutlich wachsend  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>freenet TV RGUs</li> </ul>                             | 583,8   | Merklich abnehmend |

# 2024 wird ein Übergangsjahr für freenet sein

## EBITDA Entwicklung nach "freenet 2025"

in EURm



\* SD% = single-digit percentage

## freenet's Wachstumskurs bleibt trotz temporärer Investitionen im Jahr 2024 intakt...

- ...Investitionen in die Bekanntheit der Marke waipu.tv
- ...Investitionen in das Leistungsmarketing von waipu.tv
- ...Investitionen in den Ausbau der waipu.tv-Plattform zur Sicherung der Zukunftsfähigkeit bei starkem Kundenwachstum
- ...geringe Investitionen in die Einführung von "APS,,

## ...und wir bestätigen unsere finanzielle Ambition "freenet 2025,,

eine allgemeine Aktualisierung der mittelfristigen finanziellen Ambitionen wird im Laufe des Jahres folgen (wahrscheinlich in H2/24); Das Update wird über 2025 hinausgehen

# 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](http://www.freenet.ag)

## **Investor Relations & ESG Reporting**

Telefon: 040 / 513 06 779  
Fax: 040 / 513 06 970  
E-Mail: [ir@freenet.ag](mailto:ir@freenet.ag)

## **Weitere Informationen**

[fn.de/ir](http://fn.de/ir)