

Ordentliche Hauptversammlung der freenet AG – Rede des Vorstandsvorsitzenden Christoph Vilanek



am 5. Mai 2022, virtuell
freenet AG, Standort Hamburg

Es gilt das gesprochene Wort.

Meine sehr geehrten Damen und Herren,
liebe Aktionärinnen und Aktionäre,
verehrte Kunden und Freunde unseres Unternehmens,
liebe Vertreter der Presse,
geschätzte Kolleginnen und Kollegen,

im Namen des Vorstands sowie aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der freenet AG möchte auch ich Sie zur heutigen Hauptversammlung herzlich begrüßen. Es ist nun bereits die dritte virtuelle Hauptversammlung - und hoffentlich die letzte: Aus der Sicht eines Unternehmens, das für und von Kommunikation lebt, bedauern wir den eingeschränkten direkten Dialog mit Ihnen wirklich sehr. Aber umso mehr freue ich mich über Ihre virtuelle Teilnahme, meine sehr geehrten Damen und Herren.

Unsere Arbeitsschwerpunkte im Geschäftsjahr 2021

In den vergangenen zwei Jahren konnte ich an dieser Stelle bereits jeweils positive Bilanzen unserer Arbeit auch unter Corona-Bedingungen ziehen. Daran hat sich im Geschäftsjahr 2021 nichts geändert – im Gegenteil. Im ersten Teil meines Vortrags gebe ich dazu einen kurzen Überblick, ohne meinem Kollegen Ingo Arnold vorzugreifen, der als Finanzvorstand im Anschluss eine detaillierte Analyse aller Zahlen vornimmt.

Wir haben im letzten Jahr aber nicht nur starke Ergebnisse erzielt, sondern auch wichtige Weichenstellungen für neues Wachstum in den kommenden Jahren vorgenommen. Darüber möchte ich Ihnen im zweiten Teil meines Vortrags etwas ausführlicher berichten – und zwar unter dem Stichwort `freenet 2025`.

Wie erfolgreich wir bei deren Umsetzung sein werden, hängt dann einmal mehr ganz entscheidend von unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ab – von ihrer Kompetenz, Motivation und Identifikation mit unserem Unternehmen. Auf diesen Bereich, den das `neudeutsche` Kürzel `ESG` unter anderem mit abdeckt, möchte ich im dritten, abschließenden Teil meines Vortrags eingehen, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre. ESG steht für Environment, Social and Governance – also für ökologische Nachhaltigkeit, für gesellschaftliche Belange und für verantwortungsvolle Unternehmensführung.

Gestatten Sie mir bitte vorab noch einen kurzen Hinweis, bevor ich auf die genannten Punkte eingehe: An einigen Stellen verwende ich bei Personenbezeichnungen nur das

grammatikalische Maskulinum. Ich mache das ausschließlich deshalb, um meinen Vortrag für Sie möglichst flüssig zu gestalten. Persönlich ist mir Diversität wichtig. Denn die Arbeit im Unternehmen ist erfolgreicher, wenn Vielfalt ein prägendes Element darstellt.

Starke Zahlen ...

Kommen wir also zu meinem ersten Punkt, meine sehr geehrten Damen und Herren, den Zahlen. Ich fühle mich an dieser Stelle etwas erinnert an den Film `Und täglich grüßt das Murmeltier` mit Bill Murray in der Hauptrolle: Denn wie jedes Jahr seit meinem Amtsantritt 2009 als Vorstandsvorsitzender von freenet freue ich mich, dass wir 2021 wiederum unsere Ziele erreicht und die publizierte Prognose für alle Leistungsindikatoren erfüllt haben. Mehr noch: Wir haben sogar die im Sommer letzten Jahres nach oben angepasste Guidance für EBITDA und Free Cashflow übertroffen.

- Das EBITDA stieg bei stabilen Umsätzen um 5 Prozent auf gut 447 Millionen Euro - und der Free Cashflow um über 16 Prozent auf gut 234 Millionen Euro.
- Die Abbonnentenzahl – die Zahl der Kunden die in einem Dauerschuldverhältnis stehen und uns monatliche Nutzungsgebühren überweisen - erhöhte sich um 175.000 auf knapp 8,8 Millionen.
- Alle drei Geschäftsfelder – also der Mobilfunk, unsere Dienstleistungen und Produkte rund um Digital Lifestyle sowie das Segment TV und Medien – haben sich positiv entwickelt.
- So wie ich Ihnen sagen kann, dass alle Unternehmensteile – auch die kleineren, über die wir hier nicht explizit berichten oder sie teilweise gar nicht erwähnen, haben allesamt ihre Ziele erreicht in 2021, mehrheitlich sogar übertroffen.

Schauen wir als erstes auf unser Kerngeschäft. Der **Mobilfunk** war 2021 durch kontinuierliche Verbesserungen unseres Angebots gekennzeichnet; dazu zählten neben attraktiven Sonderaktionen und Tarif-Bundles insbesondere:

- das Upgrade unseres Flex-Portfolios mit `Voice over LTE`,
- dann der frühe Start der 5G-RED-Tarife im Vodafone-Netz und
- fürs Weihnachtsgeschäft ein neues Handy-Mietangebot mit vier Laufzeit-Optionen.

Im Jahresverlauf konnten wir so die Zahl der für uns wesentlichen Postpaid-Kunden um knapp 100.000 auf rund 7,2 Millionen steigern. Zusätzlich nutzten 88.000 Kunden zum Jahresende unsere flexiblen, rein App-basierten Tarifmodelle `freenet FUNK` und `freenet Flex`.

Lassen Sie mich an dieser Stelle ergänzen, dass wir die 5G Technologie unseren Kunden aktuell in zwei Netzen anbieten und wir die aktive Nachfrage damit vollständig befriedigen können.

Im Segment **TV und Medien** bauten beide freenet-Töchter im vergangenen Jahr ihre Angebote und Partnerschaften aus. Die EXARING AG als Betreiber von waipu.tv ergänzte ihr Portfolio um weitere attraktive Kanäle auf mehr als 180 zum heutigen Datum. Und im vierten Quartal 2021 ging der neu entwickelte 'waipu.tv 4K Streaming Stick' in die Vermarktung. Er verfügt unter anderem über eine Fernbedienung: Damit können 'klassische' Zuschauer ihren Fernseher wie auch den Stick sehr einfach bedienen und über Schnellwahltasten ihren Lieblingssender oder etwa Netflix, YouTube und Aufnahmen aus der waiputhek aufrufen.

In der Folge setzte sich der kontinuierliche Wachstumskurs unseres IPTV-Dienstes weiter fort – die Abonnenten-Zahl stieg im Jahresverlauf um 150.000 auf 722.500 per Ende Dezember. Interessant und wichtig ist, dass Kunden, die den waipu.tv Stick nutzen eine identisch lange tägliche Nutzungsdauer haben, wie die TV-Konsumenten mit einem Kabelanschluss oder einem Satellitensignal. Das zeigt deutlich, dass IPTV beim Normalverbraucher angekommen ist und die Alternative zu den beiden historisch stärksten Verbreitungskanälen wird.

Media Broadcast – die zweite freenet-Tochter im Segment - schloss im Geschäftsjahr langfristige Serviceverträge mit dem NDR und dem WDR zur Wartung und Instandsetzung terrestrischer Sendeanlagen und sonstiger technischer Infrastruktur ab. Mit dem WDR folgte dann später ebenfalls ein Vertrag zur Übertragung von Spielen der 1. und 2. Bundesliga aus deren 36 Stadien via Glasfaser und Satellit. Außerdem vollendete unser Tochterunternehmen den Ausbau des zweiten nationalen DAB+-Multiplex für den Empfang digitalen Radios. Schließlich realisierte die freenet-Tochter im EM-Quartier der Fußball-Nationalmannschaft auch die weltweit erste TV-Live-Übertragung über ein 5G-Campusnetz.

Ebenfalls im vergangenen Jahr startete das Tochterunternehmen Antenne Deutschland seinen Sendebetrieb mit insgesamt 5 Kanälen auf DAB und weiteren als Streams.

Ansonsten setzte sich die erwartete Abschmelzung der Nutzer von freenet TV fort. Das Geschäftsfeld ist und bleibt aber hochprofitabel. Genaue Zahlen zum Segment TV und Medien nennt Ihnen im Anschluss mein Kollege Ingo Arnold.

Auch unsere dritte Erlössäule „Digital Lifestyle“ leistete trotz der Shop-Schließungen im Frühjahr die gewohnt stabilen Beiträge zum Konzernumsatz. Und zwar über digitale Services für unsere Mobilfunkkunden - wie etwa Handy-Versicherungen und Antiviren-Software. Weitere Erlösquellen waren der Verkauf von Elektronikprodukten und digitalen Endgeräten. Dabei konnten unsere Online-Vertriebskanäle das entfallende stationäre Geschäft in den geschlossenen Shops fast vollständig kompensieren.

Sehr erfreulich entwickelte sich analog auch der Kurs der freenet-Aktie: Er legte im vergangenen Jahr um 36 Prozent zu - und ließ damit unsere Vergleichsindizes als Benchmarks deutlich hinter sich.

... und stabiles, belastbares Geschäftsmodell

Bewährt hat sich damit einmal mehr unser Geschäftsmodell, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre – auch und gerade in Krisenzeiten:

- Wir bieten quasi unverzichtbare Produkte und Services, und zwar
 - rund um mobile Kommunikation und Information,
 - um digitales sowie klassisches TV-Entertainment und
 - um unseren modernen digitalen Lebensstil insgesamt.
- Wir erwirtschaften dabei in allen drei wesentlichen Geschäftsbereichen den Großteil unserer Umsätze und Margen aus langfristigen, Abonnement-basierten Kundenbeziehungen.
- Wir verfügen zudem über komplexe, variabel steuerbare und sich perfekt ergänzende Vertriebskanäle; so können wir jederzeit schnell und individuell auf sich ändernde Rahmenbedingungen reagieren.
- Unser größtes Asset sind jedoch unsere Mitarbeiter: Sie arbeiten weitgehend eigenverantwortlich, digitalisiert, wenig hierarchisiert und flexibel an den einzelnen Standorten oder im Mobile Office.

Diese Faktoren haben uns erfolgreich durch die schwierigen Corona-Jahre getragen, meine sehr verehrten Damen und Herren. Und wir sind voller Zuversicht, dass wir uns damit auch in den kommenden Monaten oder gar Jahren gut schlagen werden. Also unter jetzt nochmals verschärften Krisenbedingungen – mit den aktuellen kriegerischen Auseinandersetzungen in Europa, mit den drastischen Teuerungen vor allem bei den Energiekosten, Rohstoff- und Verbraucherpreisen.

Natürlich freuen wir uns über die geschilderten Kursgewinne des letzten Jahres, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre. An der Börse zählen jedoch nicht die Verdienste von gestern - und auch nur bedingt das robuste Geschäftsmodell: Es zählen zuvorderst die Wachstumsperspektiven für morgen. Und damit komme ich zum zweiten Teil meines Vortrags.

Unsere Agenda „freenet 2025“

Wenn man sich die dreißigjährige Geschichte unserer beiden Gründungsunternehmen „mobilcom“ und „debitel“ anschaut, haben sich Phasen des Wachstums und der Konsolidierung immer wieder abgewechselt. So auch im letzten Jahrzehnt – mit zunächst ordentlichem Wachstum in den ersten fünf Jahren und dann profitabler Stabilität in den letzten fünf. In dieser Periode haben wir die Weichen gestellt für eine weitere Wachstumsphase – und zwar mit dem Einstieg und den Investitionen in neue Geschäftsfelder und Unternehmen. Und nun gilt es, in einem Zeitrahmen bis Ende 2025 dieses neue Wachstum zu gestalten, unser Unternehmen dabei weiterzuentwickeln und erneut die Früchte unserer Arbeit zu ernten, meine sehr verehrten Damen und Herren.

Unser Wandel und Paradigmenwechsel

Diese neue Wachstumsphase geht einher mit einem kleinen Paradigmenwechsel. Vor zehn Jahren war freenet mit seinem traditionellen Geschäftsfeld Mobilfunk mehr oder weniger eine reine, wenn auch sehr effiziente Vertriebsmaschine. Unser Fokus lag dabei auf Kundenakquisition, auf deren Kosten und den entsprechenden Abläufen. Davon wollten und mussten wir wegkommen – und zwar hin zu echtem Kundenbestandsmanagement: Hier liegt der neue Fokus auf Customer Lifetime Value und auf einer funktionalen Organisation entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Dazu haben wir in den letzten fünf Jahren wichtige Zwischenschritte getan: Wir haben den Produktlebenszyklus und das Gleichgewicht von Kundenakquisition und Kundenpflege in den Vordergrund gerückt. Das geschah zunächst allerdings noch getrennt nach den einzelnen Geschäftsbereichen von freenet. Mit der Einführung des Customer Lifetime Value als Wertkonzept wollen wir fortan die Profitabilität des Kunden über dessen gesamten Lebenszyklus ganzheitlich steuern und dabei individuelle, maßgeschneiderte Angebote designen.

Über die dafür erforderliche Grundlage verfügen wir ohnehin, meine sehr verehrten Damen und Herren! Nämlich in Form der Daten, die uns der Kunde über einen längeren Zeitraum kontinuierlich selbst liefert – und das in einem datenschutzkonformen Rahmen, den jeder Kunde selbst definiert.

Ich nenne Ihnen dazu einige Beispiele, an denen wir ansetzen:

- Wann und wo nimmt unser Kunde welche Services über welche Kontaktpunkte in Anspruch?
- Welche spezifischen Produkte nutzt er dabei – und welche Transaktionsform beim Kauf?
- Was sind seine bevorzugten Kanäle - und was seine Meta-Daten wie beispielsweise verfügbares Einkommen und Kaufkraft?

All diese Informationen können wir nutzen für ein individuelles One-to-one-Marketing: Wir verlängern den Lebenszyklus unseres Kunden durch Smart Pricing, also mit einem kundenzentrierten intelligenten Angebot.

Um unsere Kundenbasis zu optimieren, müssen wir allerdings auch entsprechende Anpassungen im Unternehmen angehen. Wie sehen diese veränderten Strukturen und Prozesse ganz konkret aus, meine sehr verehrten Damen und Herren?

Zunächst einmal müssen wir unsere Organisation und Abläufe weiter digitalisieren und standardisieren, sie weiter vereinfachen und aus Kundensicht verbessern. Als großes Ziel am Ende steht dann ein vereinfachtes 'Operating Model', in dem die Vorstandsbereiche eng aufeinander abgestimmt zusammenarbeiten:

- Der Bereich 'Einkauf und Produkte' kreiert Produkte und stellt sie quasi in ein internes 'Warenhaus' - diesen Bereich leitet mein Vorstandskollege Rickmann von Platen.
- der Bereich 'Geschäftssteuerung' erstellt dann auf Basis der individuellen Kundenbedürfnisse die passende Produktzusammenstellung – dort liegt die Verantwortung für die richtige Kombination aus Produkt und Angebot und dafür ist Antonius Fromme als Vorstand verantwortlich.
- der Bereich 'Kundeninteraktion' vertreibt sie schließlich an den Kunden und kümmert sich um die Darreichung der Leistungen des Unternehmens – diese Aufgabe habe ich übernommen.
- Ergänzt wird dieses Modell vom Bereich 'Technologie und Prozesse', das Herr Esch als Vorstand leitet und sich Standardisierung und Digitalisierung auf die Fahnen geschrieben hat.
- Und in bewährter Form sorgt mein Kollege Ingo Arnold in den Bereichen der 'Finanzen' für eine saubere und transparente Abbildung des Geschäftes, aber vor allem auch für die Lenkung nach den Kriterien EBITDA, Free Cashflow und damit einer attraktiven Dividende.

freenet als Dachmarke

Soweit also die von uns adressierten Prozesse beim Kundenbestandsmanagement und die dazu erforderliche Reorganisation. Weitere Wachstumsimpulse versprechen wir uns ebenso von der Stärkung der Dachmarke freenet und von der Konsolidierung unseres Markenportfolios: Künftig wird unsere bisherige Hauptmarke mobilcom-debitel den Namen freenet tragen – das ist die wichtigste Veränderung.

Was bezwecken wir mit dieser Transaktion und der neuen Markenarchitektur, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre?

Wir versprechen uns drei wesentliche Effekte: Wir wollen damit

- zum einen die Bekanntheit der Marke im Mobilfunk steigern und
- die Dachmarke als einen der größten Anbieter von Digital Lifestyle in Deutschland stärken.
- Zum anderen schaffen wir wesentliche Synergien im Handel und Vertrieb, im Marketing und der Kundenkommunikation.

Erste erfolgreiche Maßnahmen hin zum Markenwechsel haben wir bereits im vergangenen Herbst begonnen – und wir konnten dafür mit dem Werbepartner Dieter Bohlen auch einen starken Markenbotschafter gewinnen. Der 'Pop-Titan' machte freenet als Consumer-Marke noch bekannter und verbindet die einzelnen Produktmarken und -kategorien miteinander. In den kommenden Monaten soll der Markenwechsel auf allen analogen und digitalen Kanälen erfolgen. Zur Jahresmitte wird auch ein Großteil unserer mehr als 500 Shops entsprechend umgestaltet sein.

Kommen wir nun unter den Stichworten IPTV und 'freenet Internet' zum letzten Punkt unserer Agenda 'freenet 2025', sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre.

Dass das Produkt 'waipu.tv' unserer Tochter EXARING AG erfolgreich läuft, hatte ich schon zu Beginn meines Vortrags kurz berichtet. Wir liegen beim Trend IPTV und OTT voll im Rennen – mit einem Marktanteil von über 40 Prozent im Bereich OTT-TV im letzten Jahr. OTT steht dabei für 'Over-The-Top'-Inhalte – also für Inhalte, die entkoppelt sind von den Internet- beziehungsweise Infrastruktur-Anbietern. Zu den bekanntesten OTT-Anbietern auf dem Markt zählen bekanntlich Magenta TV, Netflix, Amazon Prime und DAZN. Wir sind fest

davon überzeugt, dass wir als freenet vom weiteren technologischen Wandel hin zum völlig individualisierten OTT-TV maßgeblich profitieren werden – und nicht zuletzt auch von den entsprechend steigenden Werbeeinnahmen.

Unsere Vertriebspartnerschaft mit Telefonica Deutschland und seit neuestem mit der Deutschen Glasfaser als deren Lieferant für die TV-Lösung bestätigen eindrücklich, dass wir auf das richtige technologische Pferd gesetzt haben.

Überdies planen wir in 2022 den Marktstart von 'freenet Internet'. Wir runden damit unser Angebot rund um die Datennutzung perfekt ab und schaffen so beste Voraussetzungen für konvergente Produktangebote in der Zukunft. Und das ebenfalls in unserer bewährten Positionierung als Service Provider.

Meine sehr verehrten Damen und Herren, wir versprechen uns von all den geschilderten Punkten unserer Agenda eine jährliche Wachstumsrate der freenet AG von über vier Prozent beim EBITDA bis Ende 2025. Ingo Arnold wird diese Zahl im Anschluss noch detaillierter aufschlüsseln.

Unser Fokus auf ESG

Damit komme ich nun zum letzten Abschnitt meines Vortrags – zu ESG. Sie erinnern sich an das Kürzel, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre.

Wir bewegen uns hier in einem äußerst komplexen Themenfeld – mit all den Belangen zur ökologischen Nachhaltigkeit, zu unserer gesellschaftlichen Verantwortung als Unternehmen und zu den enormen Anforderungen rund um gute Corporate Governance. Sie bieten eigentlich genug Stoff für eine gesonderte Sitzung.

Ingo Arnold, der als Finanzvorstand ebenfalls das Reporting zu den ESG-Themen verantwortet, wird im Anschluss einige wesentliche Punkte zu unseren Zielen und Fortschritten hinsichtlich Nachhaltigkeit berichten. Ich wiederum möchte mich an dieser Stelle unserer gesellschaftlichen Verantwortung – also dem „S“ – widmen.

Diese Verantwortung empfinden wir zuallererst unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gegenüber. Denn ohne sie könnten wir keine unternehmerischen Erfolgsbilanzen über so viele Jahre vorlegen, die jeweiligen Standorte ständen bei weitem nicht so gut da, und ohne

unsere hervorragenden Mitarbeiter brauchten wir auch nicht über unsere Wachstumsperspektiven für die kommenden Jahre zu reden.

Liebe Kolleginnen und Kollegen, ich möchte mich – auch im Namen des gesamten Vorstands – an dieser Stelle sehr herzlich für Eure tolle Arbeit bedanken: Ich bedanke mich für Euer Engagement und die Kompetenz, die Ihr immer wieder aufs Neue an den Tag legt; ich bedanke mich für Eure Bereitschaft, immer wieder auch eingespielte Abläufe in Frage zu stellen und nach noch besseren Lösungen im Dienst am Kunden zu suchen; und ich bedanke mich nicht zuletzt für Eure Geduld und Nachsicht, wenn auch wir als Vorstand in diesen komplexen Zeiten die ein oder andere Entscheidung länger überlegen als bisher gewohnt. An dieser Stelle verdient Ihr sehr viel virtuellen Applaus!

freenet als fairer Arbeitgeber und Geschäftspartner

Natürlich versuchen wir, ein möglichst guter, fairer und verantwortungsvoller Arbeitgeber und Geschäftspartner zu sein.

So haben wir beispielsweise während der Lockdowns

- für Mitarbeiter in Kurzarbeit alle Gehälter auf 100 Prozent aufgestockt
- wir haben zudem in unseren direkt steuerbaren Shops den Mitarbeitern die Durchschnittsprovisionen der vergangenen Monate gezahlt, und schließlich haben wir
- im Franchise- und Partnervertrieb neben Mietstundungen die durchschnittliche Umsatzbeteiligung der Vormonate auch ohne Einhaltung der Zielvorgaben gewährt – sowie den normalerweise durch Staffelizele ausgewiesenen Qualitätsbonus.

Gehälter sind ein zentrales Thema in jedem Unternehmen gerade aktuell im Kontext der Inflation. Wir haben in der freenet Group zum 1. April einen Mindeststundenlohn von 13,22 Euro beziehungsweise 2.300 Euro monatlich für Vollzeitbeschäftigte eingeführt und liegen damit schon heute elf Prozent über dem von der Bundesregierung ab 1. Oktober 2022 vorgeschriebenen Stundenlohn von 12,00 Euro. Damit beträgt das Jahresmindesteinkommen in der freenet 27.600 Euro und es wird durch Sonderzahlungen und Jahresprämien weiter aufgestockt– wir setzen hier mit Erfolg auf das Leistungsprinzip – das alle Mitarbeiter als Gehaltsbestandteil haben.

Doch beim Gehalt hört unser Engagement für unsere Mitarbeiter und Standorte nicht auf. Lassen Sie mich dazu einige weitere Punkte nennen, meine sehr verehrten Damen und Herren:

- Für unsere Mitarbeiter in der Gruppe haben wir im vergangenen Geschäftsjahr rund 27.000 Stunden an Qualifizierungs- und Fortbildungsmaßnahmen durchgeführt; für die Shop- und Store-Mitarbeiter waren es sogar rund 38.000 Stunden an Schulungen.
- Wir besetzen im Jahr 100 Ausbildungsplätze - in insgesamt 21 Ausbildungsgängen beziehungsweise im dualen Studium.
- Beim Thema Diversity sind unsere Zahlen und Fortschritte ebenfalls vorzeigbar: So konnten wir die Anzahl der Frauen auf den ersten beiden Führungsebenen trotz aller Umbrüche konstant halten, gleichzeitig stieg 2021 der Anteil der weiblichen Angestellten im Konzern auf 29,6 Prozent.
- Unsere Belegschaft in der Gruppe bestand per Ende Dezember aus 56 Nationalitäten; sie tragen mit ihrem jeweiligen kulturellen Hintergrund sehr wesentlich zur Vielfalt im Konzern bei. Im Übrigen gab es in der gesamten Gruppe im letzten Jahr keinen einzigen Fall von Diskriminierung, den wir adressieren mussten.

Unsere Anstrengungen in diesem Bereich werden auch extern wahrgenommen. Wir erhielten 2021 einmal mehr diverse Auszeichnungen als Arbeitgeber. Drei Siegel sind ganz besonders hervorzuheben:

- einmal die „Top Karrierechancen“ vom Institut für Management und Wirtschaftsforschung gemeinsam mit FOCUS Money; dazu wurden 22.500 große Unternehmen in Deutschland befragt;
- dann das Siegel „LEADING EMPLOYER Deutschland 2021“ – eine Auszeichnung für das Top 1 Prozent von über 100.000 Unternehmen;
- und schließlich das Siegel „Faires Trainee-Programm“ für unser konzernweites Fachtrainee-Programm.

Darüber hinaus zeichnete eine Studie der Zeitschrift 'Freundin' mit kununu unsere Tochter Media Broadcast als einen der zehn familienfreundlichsten Arbeitgeber der Telekommunikationsbranche in Deutschland aus.

Und vielleicht gestatten Sie mir zur Abrundung noch drei Ergänzungen zum Thema, die mich ebenfalls sehr freuen, meine sehr verehrten Damen und Herren:

- Die Leser des Fachmagazins „Telecom Handel“ kürten unsere Hauptmarke mobilcom-debitel zur besten Mobilfunkgesellschaft Deutschlands – mit einer Top-Note für unsere besonders kundenrelevante Multi-Channel-Strategie.
- Die WirtschaftsWoche wiederum honorierte unseren konsequenten Kundenservice ebenfalls mit einer Top-Platzierung auf Basis einer Befragung von 100.000 Verbrauchern.
- Last but not least wurden wir am Standort Büdelsdorf für unser mittlerweile zwei Jahrzehnte langes Engagement bei der multimedialen Bildung von Kindern und Jugendlichen geehrt; in diesem Zeitraum haben wir dort 650.000 Euro in entsprechende Projekte investiert. Wobei sich unser Engagement für die Bildung nicht auf diesen Standort beschränkt: Zum Jahresende 2021 hatte unser Tochterunternehmen 'The Cloud' im Rahmen des 'Digital-Pakts Schule' insgesamt 286 Schulen bundesweit mit WiFi-Lösungen ausgestattet.

Noch keinerlei Auszeichnungen haben wir dagegen für zwei logistische Großprojekte erhalten, wenn Sie mir abschließend diese augenzwinkernde Bemerkung erlauben, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre:

- Zum einen sind wir – teilweise noch unter Corona-Einschränkungen – „ganz nebenbei“ und ziemlich geräusch- und reibungslos mit unserer Hamburger Unternehmenszentrale in ein neues Gebäude an der Adresse Deelbögenkamp umgezogen.
- Und zum andern haben wir im vergangenen Sommer den Komplettumbau des Firmensitzes in Büdelsdorf begonnen. Wir verfolgen damit zwei Ziele - neben der notwendigen Sanierung: zum einen die verbesserte Raumnutzung des dreigeschossigen Gebäudes, und zum andern ein neues Bürokonzept hin zum Desk Sharing - mit neuen Optionen für flexibles und mobiles Arbeiten.

Meine sehr verehrten Damen und Herren, ich komme zum Ende meines Vortrags. In der Zusammenfassung war 2021 einmal mehr ein sehr arbeitsreiches, forderndes und erfolgreiches Jahr. Es war aber auch ein sehr erfüllendes Jahr – ich denke, ich spreche hier nicht allein für mich, sondern für unser gesamtes Führungsteam und für die allermeisten unserer Mitarbeiter.

Für mich selbst kann ich jedenfalls voller Überzeugung sagen, dass mir die Arbeit für und in 'unserer freenet' nach wie vor ungeheuren Spaß macht – auch im nun schon dreizehnten Jahr als Vorstandsvorsitzender. Ich genieße die fruchtbare und in aller Regel sehr reibungslose Zusammenarbeit und die insgesamt sehr gute Atmosphäre im Unternehmen - auch wenn selbstredend nicht immer eitel Sonnenschein herrschen kann. Ich schätze aber

genauso berechtigte Kritik und erforderliche Anregungen, denn niemand ist unfehlbar - und unser Wettbewerbsumfeld viel zu hart für irgendwelche Selbstgerechtigkeiten.

Ich empfinde meine und unsere gemeinsame Arbeit für freenet nach wie vor 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.