

ZWISCHENBERICHT

ZUM 31. MÄRZ 2015

Q1
2015

INHALTSVERZEICHNIS

Kennzahlen: Übersicht Konzern	4
Kennzahlen: Übersicht Segment Mobilfunk	5
An unsere Aktionäre	6
Brief an die Aktionäre	7
Die freenet AG am Kapitalmarkt	11
Konzern-Zwischenlagebericht	16
Wirtschaftsbericht	18
Nachtragsbericht	27
Chancen- und Risikobericht	28
Prognosebericht	28
Geschäftsvorfälle mit nahe stehenden Unternehmen und Personen	29
Verkürzter Konzern-Zwischenabschluss	30
Konzerngewinn- und Verlustrechnung vom 1. Januar bis 31. März 2015	32
Konzern-Gesamtergebnisrechnung vom 1. Januar bis 31. März 2015	33
Konzernbilanz zum 31. März 2015	34
Aufstellung über Veränderungen des Eigenkapitals vom 1. Januar bis 31. März 2015 ..	36
Konzern-Kapitalflussrechnung vom 1. Januar bis 31. März 2015	37
Ausgewählte erläuternde Anhangangaben gemäß IAS 34	38
Weitere Informationen	45
Finanzkalender	45
Impressum, Kontakt, Publikationen	46

KENNZAHLEN: ÜBERSICHT KONZERN

Operative Entwicklung

In Mio. EUR bzw. lt. Angabe	Q1/2015	Q1/2014	Veränderung Vorjahres- quartal in %	Q4/2014	Veränderung Vorquartal in %
Umsatzerlöse	748,5	717,5	4,3	833,7	-10,2
Rohertrag	191,4	182,5	4,9	210,8	-9,2
EBITDA	86,0	85,4	0,7	96,3	-10,6
EBIT	70,6	69,5	1,6	79,6	-11,3
EBT	61,0	60,0	1,7	68,6	-11,0
Konzernergebnis aus weitergeführten Geschäftsbereichen	56,2	57,4	-2,1	67,5	-16,7
Konzernergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	0	0	0	0	0
Konzernergebnis	56,2	57,4	-2,1	67,5	-16,7
Ergebnis je Aktie (in EUR) (verwässert und unverwässert)	0,44	0,45	-2,2	0,53	-17,0

Bilanz

In Mio. EUR bzw. lt. Angabe	31.3.2015	31.3.2014	Veränderung Vorjahres- quartal in %	31.12.2014	Veränderung Vorquartal in %
Bilanzsumme	2.512,1	2.520,9	-0,3	2.498,3	0,6
Eigenkapital	1.346,0	1.297,0	3,8	1.293,6	4,0
Eigenkapitalquote (in %)	53,6	51,5	4,1	51,8	3,5

Finanzen und Investitionen

In Mio. EUR	Q1/2015	Q1/2014	Veränderung Vorjahres- quartal in %	Q4/2014	Veränderung Vorquartal in %
Free Cashflow ^{1,2}	62,2	57,1	9,0	55,6	11,8
Abschreibungen und Wertminderungen	15,5	16,0	-3,1	16,7	-7,3
Nettoinvestitionen ² (CAPEX)	8,3	5,8	42,2	9,2	-10,1
Nettofinanzvermögen ^{2,3}	-373,6	-424,9	-12,1	-426,6	-12,4

Aktie

	31.3.2015	31.3.2014	Veränderung Vorjahres- quartal in %	31.12.2014	Veränderung Vorquartal in %
Schlusskurs Xetra (in EUR)	28,08	25,39	10,6	23,70	18,5
Anzahl der ausgegebenen Aktien (in Tsd.)	128.061	128.061	0,0	128.061	0,0
Marktkapitalisierung (in Mio. EUR) ³	3.595,3	3.250,8	10,6	3.034,4	18,5

Mitarbeiter

	31.3.2015	31.3.2014	Veränderung Vorjahres- quartal in %	31.12.2014	Veränderung Vorquartal in %
Mitarbeiter ³	4.713	4.961	-5,0	4.826	-2,3

KENNZAHLEN: ÜBERSICHT SEGMENT MOBILFUNK

Kundenentwicklung

In Mio.	Q1/2015	Q1/2014	Veränderung Vorjahres- quartal in %	Q4/2014	Veränderung Vorquartal in %
Mobilfunkkunden-/karten ³	12,54	13,13	-4,5	12,73	-1,5
davon Customer Ownership	9,04	8,79	2,8	8,92	1,3
davon Postpaid	6,10	5,87	3,8	6,01	1,4
davon No-frills	2,94	2,92	0,7	2,91	1,1
davon Prepaid	3,50	4,34	-19,2	3,81	-7,9
Brutto-Neukunden	0,71	0,69	2,4	0,85	-17,4
Netto-Veränderung	-0,19	-0,16	-14,6	-0,10	78,6

Operative Entwicklung

In Mio. EUR	Q1/2015	Q1/2014	Veränderung Vorjahres- quartal in %	Q4/2014	Veränderung Vorquartal in %
Umsatzerlöse	734,6	704,0	4,4	820,3	-10,4
Rohhertrag	178,9	171,5	4,3	196,5	-9,0
EBITDA	91,3	90,5	0,9	98,0	-6,8
EBIT	78,6	76,9	2,2	84,0	-6,5

Monatlicher Umsatz pro Kunde (ARPU)

In EUR	Q1/2015	Q1/2014	Veränderung Vorjahres- quartal in %	Q4/2014	Veränderung Vorquartal in %
Postpaid	21,1	21,2	-0,6	21,1	0,2
No-frills	2,4	2,9	-15,8	2,5	-2,8
Prepaid	2,6	2,7	-3,1	2,8	-6,9

- 1 Free Cashflow ist definiert als Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit, verringert um die Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte zuzüglich der Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen.
- 2 Diese Angaben beziehen sich auf den Gesamtkonzern (einschließlich aufgebener Geschäftsbereiche).
- 3 Am Ende der Periode.



BRIEF

AN DIE AKTIONÄRE

Liebe Aktionäre, Kunden, Geschäftspartner und Freunde der freenet AG,

einer der erfolgreichsten deutschen Fondsmanager der vergangenen zwei Jahrzehnte hat jüngst in einem Interview formuliert, anhand welcher Kriterien er gekonnte Unternehmensführung misst: „Der zentrale Auftrag jedes Vorstands einer Aktiengesellschaft ist es, den Unternehmenswert langfristig zu steigern, sei es durch Innovationen, Effizienzsteigerungen, Marktanteilsgewinne oder die Erschließung neuer Märkte“, so sein Postulat.

Die freenet AG agiert mit ihrem traditionellen Mobilfunk-Geschäft in einem sehr wettbewerbsintensiven Marktumfeld, das nennenswerte Anteilsgewinne nur auf Kosten schwindender Profitabilität gestatten würde. Stattdessen setzen wir insbesondere mit unserer Hauptmarke mobilcom-debitel auf qualitativ hochwertige Vertragskunden mit hohem Beratungsbedarf und individuellen Nutzungsprofilen, während unsere günstigen Discountmarken insbesondere den preisbewussten Smartphone-User bedienen. Als positive Konsequenz dieser Strategie verzeichnen wir nun schon seit mehreren Jahren einen Anstieg dieser Kunden-Zielgruppen; gleichzeitig gelingt es uns, die marktübergreifend stetig sinkenden ARPUs vergleichsweise stabil zu halten und der freenet AG eine nachhaltig hohe Profitabilität zu sichern. Diese werden wir auch weiterhin dazu nutzen, eine attraktive Dividende zu verfolgen.

Darüber hinaus erschließen wir zunehmend den attraktiven Wachstumsmarkt Digital Lifestyle – vor allem im Bereich von Home-Automation und -Security, Entertainment, Health und Datensicherheit. Dies tun wir aus der bewährten Position des Resellers heraus: Ohne aufwändige Investitionen in Forschung und Entwicklung beziehungsweise Infrastruktur vermarkten wir innovative, in Testphasen bereits bewährte Produkte und Dienstleistungen. Damit gewährleisten wir im Übrigen die für einen Service Provider unbedingt erforderliche Unabhängigkeit bei der Kundenberatung.

Mit dieser Strategie des umsichtigen, profitablen Ausbaus von traditionellem Kerngeschäft und innovativem Digital Lifestyle sind wir einmal mehr sehr gut ins neue Geschäftsjahr gestartet, wie die Zahlen fürs erste Quartal 2015 belegen:

- Der Customer-Ownership-Bestand als wichtige Steuerungsgröße unseres Unternehmens entwickelt sich weiter positiv: Die Kundenzahl im Postpaid- und No-frills-Bereich ist abermals gewachsen – und zwar um 245 Tausend auf 9,04 Millionen; die darin enthaltene Anzahl der Vertragskunden hat sich ebenfalls vergrößert auf 6,10 Millionen per Ende März 2015. Dies ist nun bereits das elfte Quartal in Folge, in dem wir dieses Wachstum realisieren können.

- Gleichzeitig erweist sich der Postpaid-ARPU – auch im Verhältnis zum Gesamtmarkt – mit 21,1 Euro weiterhin als vergleichsweise stabil.
- Als Folge dieser Entwicklungen, aber auch aufgrund steigender Erlöse im Bereich Digital Lifestyle sind die Umsätze gegenüber dem ersten Quartal 2014 leicht gestiegen auf 748,5 Millionen Euro.
- Der Rohertrag hat sich mit 191,4 Millionen Euro gegenüber dem Vergleichsquartal 2014 ebenfalls etwas erhöht, bei einer Rohertragsmarge von 25,6 Prozent.
- Das EBITDA verbessert sich mit 86,0 Millionen Euro um 0,7 Prozent gegenüber dem Vergleichsquartal 2014, und
- der Free Cashflow liegt mit jetzt 62,2 Millionen Euro um 9,0 Prozent über dem Vergleichsquartal.

Diese erfreulichen Zahlen spiegeln die kontinuierliche Arbeit wider, mit der wir unser Angebot an attraktiven Produkten und kundenorientierten Dienstleistungen ausweiten und verbessern. So starteten wir in den ersten Monaten des laufenden Jahres über die Hauptmarke mobilcom-debitel und unsere Tochtergesellschaft GRAVIS jeweils Produktoffensiven rund um Digital Lifestyle. Der Schwerpunkt lag dabei auf den Bereichen Entertainment und Health – etwa mit besonders günstigen Bluetooth-Lautsprechern, Headsets und Kopfhörer-Splintern, mit innovativen Zusatz-Akkus, Fitness-Armbändern oder Fahrradhalterungen fürs Smartphone inklusive spezieller Apps.

Begleitet wurde diese Offensive von einer Vielzahl kleinerer Aktivitäten jenseits des Tagesgeschäfts rund um Smartphone und Tablet: Sie sollen dem Nutzer die Vorteile und Faszination von Digital Lifestyle losgelöst von direkter kommerzieller Umsetzung näherbringen, in ihrer Gesamtheit unsere Marken stärken und so indirekt zum Markterfolg des Unternehmens beitragen. Zu den besonderen Aktionen zählten beispielsweise unsere Beteiligung an der 'Langen Nacht der eBooks' bei GRAVIS in München und unser zweiwöchiger Pop-up-Store '#digitalrepublic' in der Hamburger Innenstadt, in dem Interessierte digitale Erlebniswelten für sich entdecken und ausprobieren konnten – von unseren SmartHome-Lösungen über App-gesteuerte Games, Autos und Flugobjekte bis hin zu diversen Infotainment-Programmen. Zudem veranstalteten wir dort einen Gründerwettbewerb für Jungunternehmer im Digital-Lifestyle-Bereich, die vor Ort ihre Geschäftsidee präsentieren und ein Startkapital von 10.000 Euro gewinnen konnten.

Zusätzlich haben wir im ersten Quartal einmal mehr mit einer Vielzahl an Sonderaktionen im Tarifbereich Akzente im Markt gesetzt. In diesem Rahmen offerierten wir meist über unternehmenseigene Online-Plattformen jeweils kurzfristig reduzierte Sprach- und Datentarife für fast all unsere Marken und in allen Netzen; die Kunden konnten so über die zweijährige Vertragslaufzeit teilweise mehrere hundert Euro gegenüber den regulären Gebühren sparen – und wir einmal mehr Spitzenpositionen bei Tarif- und Anbietertests erzielen.

Vor dem Hintergrund dieser strategischen Zielsetzungen rund um Digital Lifestyle haben wir im ersten Quartal eine neue Marketing-Dachkampagne gestartet. Sie thematisiert mit dem

Claim „Macht was ihr wollt. Wir machen´s möglich“ unseren Anspruch als führender Anbieter in diesem Bereich und zeigt dabei die enorme Vielfalt, wie Digital Lifestyle unser Leben bereichert und vereinfacht.

Dabei trennt die Kampagne zwischen Marke und Emotionen auf der einen und Forcierung der Sales auf der anderen Seite: Vor allem die Kanäle TV, Online und Events zielen auf Imageaufbau, während bei PoS, Promotions und Außenwerbung die konkreten Verkäufe im Vordergrund stehen. Den Auftakt machte im Februar das Thema Fitness/Wearables mit TV-Spots auf allen Reichweiten-starken Privatsendern und insgesamt über 1.100 Ausstrahlungen. Hinzu kamen eine breit angelegte Online-Präsenz – vor allem bei spiegel-online, Ströer-Digital Media, Axel Springer Media, Yahoo und Facebook – sowie umfangreiche Aktivitäten in den Kanälen Print und PoS, in Einkaufszentren und Fitness-Studios.

Das Thema Effizienzsteigerung wiederum adressieren wir sehr intensiv seit nunmehr sechs Jahren – und zwar konsequent über alle Unternehmensbereiche hinweg. Dies bezieht sich zunächst auf aufwändige Projekte wie die Harmonisierung der IT-Landschaften nach den großen Verschmelzungen im vergangenen Jahrzehnt. Wir arbeiten darüber hinaus auch konsequent an augenscheinlich weniger spektakulären, aber eminent wichtigen Verbesserungen im Vertrieb. Etwa dem stetigen Ausbau unserer Verkaufskanäle oder der Optimierung unserer Shop-Kette hinsichtlich ihrer Standorte und Ausstattung, der Angebote und Verkaufsförderung vor Ort. Besonders wichtig ist uns darüber hinaus ein möglichst umfassender, reibungsloser Kundenservice, dem wir in den letzten Jahren mit ´Balance` ein eigenes, sehr umfangreiches Projekt gewidmet hatten.

Dass sich diese Anstrengungen auszahlen, dokumentieren nicht zuletzt Auszeichnungen und Top-Platzierungen bei diversen Tests. So erhielt mobilcom-debitel im März bei den 1st Annual German Stevie Awards in der Kategorie ´Management-Team des Jahres` den Goldenen Stevie im Bereich Kundenbetreuung. Gleichzeitig wurde die Leiterin Kundenbetreuung mit einem Silbernen Stevie in der Kategorie ´Manager des Jahres` ausgezeichnet.

Im Oktober letzten Jahres begann dann mit ´Hybris` ein weiteres Projekt für den Online-Handel. Zunächst implementierten wir den Verkauf von Prepaid-Produkten, Smartphones und Zubehör in kundenspezifischen Varianten und testeten die Eignung und Flexibilität der zugrunde liegenden Software für die besonderen Erfordernisse unserer Branche. Weil die Ergebnisse durchweg positiv ausfallen, planen wir als nächste Schritte, die werbliche Darstellung von Angeboten zu verbessern, ein weiteres Bezahlverfahren einzuführen und das Abholen der Online-Ware in unseren Shops anzubieten.

Unabhängig von diesen herausgehobenen Projekten arbeiten wir kontinuierlich daran, die Abläufe und Strukturen über alle Unternehmensbereiche hinweg stetig zu verbessern; dies gilt für die zurückliegenden Jahre genauso wie für die kommenden Monate und Quartale. Denn nur mit schnellen, schlanken Prozessen können wir die starke Positionierung von freenet

in unserem sehr wettbewerbsintensiven Marktumfeld dauerhaft behaupten. Wir tun dies

- im Sinne unserer Kunden, die von uns erstklassige, gleichwohl günstige Angebote bei bestmöglichem Service erwarten,
- für unsere Aktionäre, um den Wert ihres Unternehmens nachhaltig zu steigern und attraktive Dividenden zu ermöglichen, und nicht zuletzt auch
- im Interesse unserer Mitarbeiter, denen wir in der Gesamtheit langfristig sichere Arbeitsplätze bieten wollen.

Mit all diesen Maßnahmen rund um wachsende Kernkundenzahlen im Mobilfunk, um innovative Angebote im Wachstumsmarkt Digital Lifestyle und um effiziente Abläufe und Strukturen innerhalb der Gruppe verfolgen wir die eingangs erwähnten Ansprüche an gekonnte Unternehmensführung. Gleichzeitig haben wir mit den guten Zahlen fürs erste Quartal 2015 die erste Etappe hinsichtlich eines abermals erfolgreichen Geschäftsjahres der freenet AG zurückgelegt.

Die Ziele sind dabei klar formuliert: Wir streben einen weiter wachsenden Customer Ownership bei stabilen ARPUs und Umsätzen an, wollen das EBITDA leicht auf 370 Millionen Euro und den Free Cashflow auf 280 Millionen Euro steigern. Und wie bisher werden wir – das Management und die Mitarbeiter der freenet AG – unsere ganze Expertise, Kraft und Erfahrung dafür einsetzen, diese Ziele auch im laufenden Jahr einmal mehr zu erreichen.



Christoph Vilanek



Joachim Preisig



Stephan Esch

DIE FREENET AG AM KAPITALMARKT

Kapitalmarktumfeld

Für das erste Quartal 2015 wird ein weiterhin kräftiges Wachstum der deutschen Wirtschaftsleistung erwartet. So war der Auftragseingang der deutschen Industrie nach wie vor auf einem hohen Niveau und die Aufwärtsbewegung auf dem Arbeitsmarkt hat sich zum Jahresbeginn noch verstärkt.

Die Bundesbank hat Anfang des Jahres deutliche Mittelzuflüsse bei inländischen Investmentfonds verzeichnet, worauf allerdings der größte Teil auf die den institutionellen Anlegern vorbehaltenen Spezialfonds entfiel. Darüber hinaus konnten insbesondere auch gemischte Wertpapierfonds neue Anteilscheine absetzen.

Auf der politischen Ebene bleibt der Umgang mit den bestehenden Risiken bestimmend für die weitere konjunkturelle Entwicklung.

Während am deutschen Kapitalmarkt zunächst mehrere Höchststände markiert wurden, trübte sich die Stimmung der mittelfristig orientierten institutionellen Anleger im Verlauf des Quartals vorübergehend leicht ein. Der Börse Frankfurt Sentiment-Index verzeichnete Anfang März erstmals wieder ein deutliches Minus. Dieser Rückgang wurde allerdings im Wesentlichen auf die Motivation der aktiven Fondsmanager zurückgeführt, Korrekturen frühzeitig zu erkennen und zur Rendite-Optimierung zu nutzen.

Vor diesem Hintergrund entwickelte sich der deutsche Aktienmarkt im ersten Quartal 2015 positiv. Während der DAX mit einem Schlusstand von 11.966 Punkten um rund 22 Prozent zulegen konnte, verzeichnete der TecDAX im Berichtszeitraum mit 1.615 Punkten ein Plus von 18 Prozent.

freenet Aktie

Die freenet Aktie konnte im abgelaufenen Quartal ihren Kursanstieg aus dem Vorquartal fortsetzen. Mit einem Tagesschlusskurs im Xetra-Handel von 23,70 Euro startete das Papier in das neue Jahr und entwickelte sich bis zum Quartalsende dynamisch weiter bis 28,08 Euro. Der durchschnittliche Xetra-Tageschlusskurs lag im Berichtszeitraum bei 26,23 Euro.

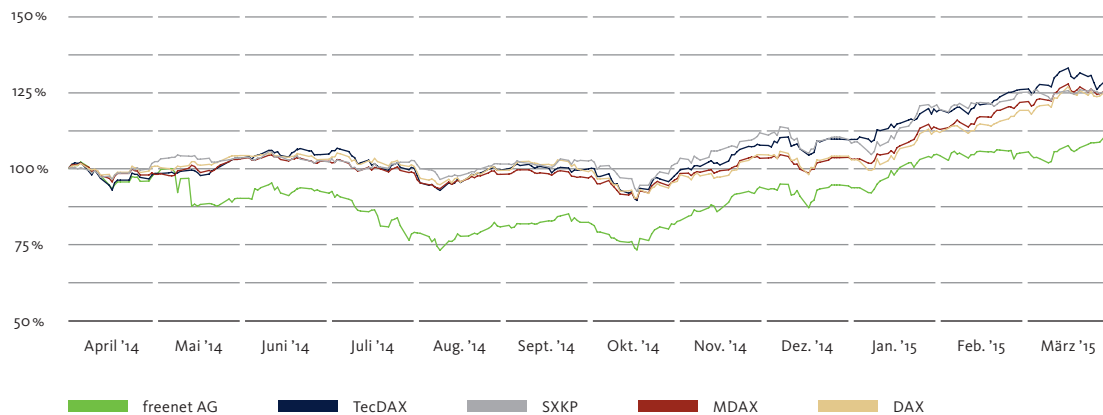
Im abgelaufenen Quartal wurden auf der elektronischen Handelsplattform Xetra insgesamt rund 37,1 Millionen freenet Aktien gehandelt, gegenüber 30,6 Millionen im vierten Quartal 2014 und 32,8 Millionen im ersten Quartal 2014. Der Anteil des über alternative Handelsplätze („Dark Pools“) gehandelten Volumens lag im ersten Quartal unverändert bei rund 41 Prozent des gesamten Handelsvolumens. Das durchschnittliche tägliche Xetra-Handelsvolumen belief sich auf 588,4 Tausend Stück. Im Vorquartal wurden durchschnittlich 477,7 Tausend freenet Aktien pro

Tag auf Xetra gehandelt, im Vorjahresquartal waren es 511,8 Tausend Stück.

Im ersten Quartal 2015 entwickelte sich die freenet Aktie mit einem Kursanstieg von etwa 18 Prozent im Ergebnis wie ihr Vergleichsindex TecDAX. Der SXKP Index, in welchem die europäischen Telekomwerte zusammengefasst sind, konnte zum Ende des Berichtsquartals dagegen nur einen Anstieg um 15 Prozent verzeichnen. Im 12-Monats-Vergleich entwickelte sich die Aktie der freenet AG mit einem Anstieg von rund 11 Prozent ebenfalls erfreulich, jedoch mit geringerer Dynamik als der TecDAX (29 Prozent) und der SXKP (25 Prozent).

Am Ende des vierten Quartals belegte die freenet Aktie im TecDAX unverändert Rang 4 gemessen an der Marktkapitalisierung und Rang 5 gemessen am Handelsvolumen.

Grafik 1: Performance der freenet Aktie in den vergangenen 12 Monaten (indiziert; 100 = Xetra-Schlusskurs am 31. März 2014)



Analystenempfehlungen

Tabelle 1: Aktuelle Empfehlungen zur freenet Aktie*

Bankhaus Lampe	Halten	25,00 €
Berenberg	Halten	21,00 €
Citi Research	Verkaufen	21,00 €
Commerzbank	Kaufen	33,00 €
Deutsche Bank	Halten	24,00 €
DZ-Bank Research	Kaufen	31,00 €
equinet-Bank	Kaufen	33,50 €
Hauck & Aufhäuser	Kaufen	30,00 €

HSBC Global Research	Halten	30,00 €
Independent Research	Halten	29,00 €
Landesbank Baden-Württemberg	Kaufen	29,00 €
Metzler Equity Research	Kaufen	27,00 €
Odyssey Seydler	Kaufen	30,00 €
UBS Investment Research	Halten	23,50 €
Warburg Research	Halten	28,00 €

* Stand: 31. März 2015

Dividende

Vorstand und Aufsichtsrat haben beschlossen, der Hauptversammlung am 21. Mai 2015 die Zahlung einer Dividende für das Geschäftsjahr 2014 in Höhe von 1,50 Euro je Stückaktie aus dem Bilanzgewinn

vorzuschlagen. Dies entspricht einer Ausschüttungsquote von rund 72,1 Prozent des Free Cashflows.

Aktionärsstruktur

Das Grundkapital der freenet AG beträgt 128.061.016 Euro und ist in 128.061.016 auf den Namen lautende Stückaktien eingeteilt. Der auf die einzelne Stückaktie anfallende anteilige Betrag am Grundkapital beläuft sich auf 1,00 Euro.

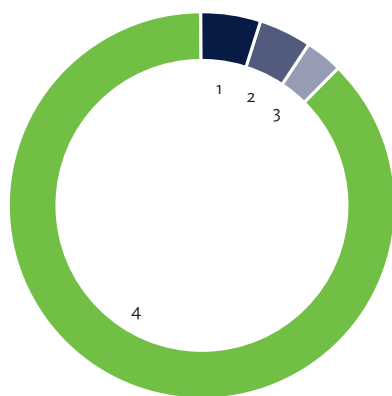
Die Aktionärsstruktur der freenet AG hat sich gemäß zugegangenen Stimmrechtsmitteilungen nach § 21 WpHG im Berichtszeitraum folgendermaßen verändert:

- Allianz Global Investors (Deutschland) hat uns im Februar die Unterschreitung der 5-Prozent-Schwelle mitgeteilt. Am 17. Februar betrug der Stimmrechtsanteil an der freenet AG 4,98 Prozent (6.379.221 Stimmrechte).
- Allianz Global Investors (Deutschland) hat uns im Februar die Überschreitung der 5-Prozent-Schwelle mitgeteilt. Am 20. Februar betrug der Stimmrechtsanteil an der freenet AG 5,16 Prozent (6.611.697 Stimmrechte).
- UBS Group (Schweiz) hat uns im Februar die Überschreitung der 3-Prozent-Schwelle mitgeteilt. Am 24. Februar betrug der Stimmrechtsanteil an der freenet AG 3,84 Prozent (4.917.036 Stimmrechte).
- UBS Group (Schweiz) hat uns im März die Unterschreitung der 3-Prozent-Schwelle mitgeteilt. Am 27. Februar betrug der Stimmrechtsanteil an der freenet AG 1,97 Prozent (2.520.128 Stimmrechte).

- Deutsche Asset & Wealth Management Investment (Deutschland) hat uns im März die Unterschreitung der 5-Prozent-Schwelle mitgeteilt. Am 25. Februar betrug der Stimmrechtsanteil an der freenet AG 4,65 Prozent (5.958.959 Stimmrechte).
- UBS Group (Schweiz) hat uns im März die Überschreitung der 3-Prozent-Schwelle mitgeteilt. Am 20. März betrug der Stimmrechtsanteil an der freenet AG 3,03 Prozent (3.882.763 Stimmrechte).
- UBS Group (Schweiz) hat uns im März die Unterschreitung der 3-Prozent-Schwelle mitgeteilt. Am 23. März betrug der Stimmrechtsanteil an der freenet AG 2,89 Prozent (3.703.804 Stimmrechte).
- UBS Group (Schweiz) hat uns im März die Überschreitung der 3-Prozent-Schwelle mitgeteilt. Am 26. März betrug der Stimmrechtsanteil an der freenet AG 3,03 Prozent (3.881.955 Stimmrechte).
- UBS Group (Schweiz) hat uns im April die Unterschreitung der 3-Prozent-Schwelle mitgeteilt. Am 27. März betrug der Stimmrechtsanteil an der freenet AG 2,65 Prozent (3.398.308 Stimmrechte).
- BlackRock (USA) hat uns im April die Unterschreitung der 3-Prozent-Schwelle mitgeteilt. Am 31. März betrug der Stimmrechtsanteil an der freenet AG 2,96 Prozent (3.789.344 Stimmrechte).

Demnach stellte sich die Aktionärsstruktur zum 31. März 2015 wie folgt dar:

Grafik 2: Aktuelle Aktionärsstruktur



1	5,16 %	Allianz Global Investors GmbH*
2	4,65 %	Deutsche Asset & Wealth Investment GmbH*
3	3,04 %	Flossbach von Storch AG*
4	87,15 %	Übrige Aktionäre/Streubesitz**

* Einschließlich Zurechnungen gemäß WpHG

** Der Freefloat (gemäß Definition der Deutsche Börse AG) beträgt 94,84%.

Infolge der für das Berichtsquartal zugegangenen Stimmrechtsmitteilungen hat sich der Streubesitz im Vergleich zum Jahresende 2014 von 83,42 Prozent um 3,73 Prozentpunkte auf 87,15 Prozent erhöht.





KONZERN-

ZWISCHENLAGEBERICHT

WIRTSCHAFTSBERICHT

Geschäftsverlauf

Als unabhängiger Service Provider bedient die freenet AG den Wachstumsmarkt Digital Lifestyle mit integrierten Produktwelten, kundenorientierten Dienstleistungen und günstigen Mobilfunk-Tarifen für alle deutschen Mobilfunknetze. Das Portfolio umfasst zum einen eigene Tarife und Services sowie entsprechende Angebote der Netzbetreiber in Deutschland im traditionellen Geschäftsfeld Mobilfunk/mobiles Internet. Darüber hinaus offeriert das Unternehmen innovative digitale Anwendungen rund um Home Automation und Security, Health, Datensicherheit, Enter- und Infotainment – inklusive den aktuellen Smartphones, Tablets und Notebooks als Endgeräten plus attraktives Zubehör.

Wesentliche Zielgruppe sind dabei jeweils Privatkunden, adressiert im Rahmen einer Mehrmarkenstrategie: Die Hauptmarke mobilcom-debitel konzentriert sich angesichts des intensiven Wettbewerbs innerhalb der Branche vornehmlich auf qualitativ hochwertige Vertragsbeziehungen bei Kundengewinnung und Bestandsmanagement; zusätzlich decken die Discountmarken von freenet den sogenannten No-frills-Bereich ab.

Im ersten Quartal 2015 hat freenet seine erfolgreiche Strategie rund um Digital Lifestyle, Mobilfunk und mobiles Internet konsequent fortgesetzt und seine Angebote und Aktivitäten in diesen Segmenten weiter ausgebaut.

Produktoffensive bei Digital-Lifestyle

Wie schon im Vorjahr startete das Unternehmen anlässlich des Valentinstags besonders günstige Produktangebote im Doppelpack. So erhielten Käufer in den mobilcom-debitel-Shops und über die Online-Kanäle zum regulären Einzelpreis von rund 50 Euro gleich zwei kabellose Bluetooth-Lautsprecher HMDX

Jam Plus; das Modell vereint kompaktes Design mit kraftvoller Musik und klarem Sound.

Ebenfalls hervorragende Klangqualität bietet das In-Ear-Headset Networx Premium mit Fernbedienung samt Mikrofon fürs Smartphone. Der Keramik-Kopfhörer reduzierte sich in der Doppelvariante von rund 45 Euro auf knapp 20 Euro. Und als kostenlose Zugabe gab es den Networx Mr. Jack Kopfhörer-Splitter, mit dem zwei Personen ihre Headsets gleichzeitig über nur einen Player nutzen können. Zur optimalen Aufbewahrung ihres iPhone und iPod in der Hosens- oder Jackentasche bekamen Käufer zudem das Bugatti SoftCase zum Preis von rund 15 Euro - und ein weiteres kostenlos dazu.

Auch im Fitness-Bereich offerierte das Unternehmen einen günstigen „Pärchen-Preis“: Das Networx Sportarmband mit flexiblem Befestigungsgurt in unterschiedlichen Farben ist – kombiniert mit der persönlichen Sport-App – der ideale Trainingsbegleiter. Es zeichnet beispielsweise Trainingsverläufe, neue Bestzeiten oder den Kalorienverbrauch auf. Mit einem Preis von knapp 15 Euro verringerte sich dabei der Doppelpack gegenüber dem regulären Angebot um 70 Prozent.

Eine weitere attraktive Kombination aus Hard- und Software stellte das Samsung Galaxy Tab 4 10.0 mit der Internet Flat 3000 dar. Der Datentarif bietet zum Monatspreis von rund 23 Euro drei Gigabyte plus Game-Flat Option von mobilcom-debitel. Gleichzeitig reduzierte sich der Preis fürs Tablet von regulär knapp 50 Euro auf 14 Euro.

Passend zum beginnenden Frühling lancierte auch die Tochtergesellschaft GRAVIS mit ihrer Eigenmarke Networx eine Reihe günstiger Angebote im Bereich der Outdoor-Aktivitäten. Beispielsweise Finn als innovative, flexible Fahrradhalterung fürs

Smartphone zum Preis von 11,99 Euro: Die Halterung aus hochfestem, transparenten Silikon passt für Geräte unterschiedlicher Hersteller und ist auch beim Downhill-Fahren getestet. Im Paket enthalten ist zudem Kartenmaterial inklusive Tourenvorschlägen in zwei europäischen Städten für die kostenlose Fahrradnavigations-App BikeCityGuide.

Für den Fall, dass unterwegs etwa dem Smartphone oder dem Bluetooth-Lautsprecher die Energie wegbleibt, bringt die Powerbank Macaron Hilfe. Der Zusatzakku in diversen Trendfarben kostet knapp 15 Euro und verfügt über eine Leistung von 2400mAh.

Herausragende Tarifangebote

Wie bereits im vergangenen Geschäftsjahr setzte freenet mit zeitlich begrenzten Aktionen seiner Haupt- und Discountmarken weitere Akzente in den jeweiligen Marktsegmenten. Die besonders günstigen Tarife wurden in der Regel kurzfristig über die unternehmenseigene Deal-Plattform www.crash-tarife.de oder vergleichbare Online-Plattformen angeboten. Im Folgenden eine Auswahl:

- Im Januar halbierte debitel light die AllNet Flat im D1-Netz in den ersten drei Monaten auf 9,95 Euro monatlich. Der Tarif umfasst 100 Inklusiv-Minuten in alle deutschen Netze, eine SMS-Flatrate sowie eine HSDPA-Flatrate fürs mobile Surfen mit einem Datenvolumen von 300 MB und einer Download-Geschwindigkeit bis zu 3,6 MBit/s.
- Mit der im Februar angebotenen AllNet-Spar-Flat von klarmobil für 16,85 Euro monatlich im Vodafone-Netz sparten Nutzer im Vergleich zum regulären Preis inklusive diverser Boni 117 Euro über die Vertragslaufzeit. Der Tarif beinhaltet kostenlose Gespräche in alle deutschen Netze und eine 250 MB Daten-Flatrate mit bis zu 7,2 MBit/s.
- Eine Ersparnis von gut 400 Euro über die Vertragslaufzeit brachte Telekom Talk Easy 100 von Talkline – ebenfalls im Februar. Der D1-Tarif – von rund 20 Euro auf 2,90 Euro pro Monat reduziert – bietet eine 250 MB Internet-Flat, eine SMS-Flat, 100 Freiminuten und Norton Mobile Security 3.0 als kostenlose Sicherheitslösung.
- Im März senkte wiederum klarmobil den AllNet Starter im Vodafone-Netz von 9,95 auf 6,95 Euro monatlich. Wer den Tarif bis zum Monatsende bestellte, erhielt dafür 400 MB Datenvolumen sowie jeweils 100 Freiminuten und -SMS. Und die AllNet-Spar-Flat 24 der Discount-Tochter verringerte sich per Rechnungsgutschriften im ersten Jahr der Vertragslaufzeit von 19,85 Euro

monatlich auf nur noch 4,85 Euro, im zweiten Jahr dann auf 14,85 Euro. Sie bietet eine Telefonie-Flat für Gespräche in deutsche Netze und 250 MB mit maximal 7,2 MBit/s.

- Die Hauptmarke mobilcom-debitel schließlich verbilligte ihren Talk-Allnet um 20 Euro auf rund 15 Euro Monatsgebühr. Er umfasst eine Sprach- und SMS-Flatrate in alle deutschen Fest- und Mobilfunknetze sowie eine 500 MB Internet-Flat mit maximal 7,2 MBit/s im Downstream.

Als wesentliches Highlight des Quartals schaffte mobilcom-debitel dann im März beim Tarif premium Allnet die Roaming-Kosten innerhalb der Europäischen Union plus Norwegen, Schweiz und Liechtenstein ab. Für rund 50 Euro im D-Netz und 40 Euro im E-Netz beinhaltet die Flatrate die Inklusiv-Leistungen Telefonie, SMS und mobiles Internet innerhalb der EU, bei einer maximalen Bandbreite von bis zu 2 GB und 50 MBit/s.

Neue Wege der Kundenansprache

Die freenet AG arbeitet kontinuierlich an bestmöglicher Kundennähe. Diese basiert zum einen auf traditionellen Schnittpunkten wie den rund 570 eigenen mobilcom-debitel-Shops, 45 GRAVIS-Stores, gut 400 Exklusivpartnerschaften mit Elektronikmärkten und den etwa 5.600 Retail- und Vertriebspartnern im Fachhandel. Hinzu kommen effiziente Online-Kanäle, Social Networks und ein umfassender Dialog per App, Chat, E-Mail, Telefon oder Brief.

Ungeachtet dessen geht das Unternehmen auch innovative Wege in der Kommunikation mit dem Kunden – mit dem Ziel, ihm die vielfältigen Möglichkeiten des Digital Lifestyle nahezubringen. In München beispielsweise wurde im Februar die 'Lange Nacht des eBooks' mitgestaltet: Der örtliche GRAVIS Store Im Tal 38 fungierte dabei als Plattform für den Vortrag über „Grenzenlos Lesen – mit der eBook-Flatrate Skoobe“.

In der Hamburger Innenstadt wiederum eröffnete mobilcom-debitel mit '#digitalrepublic' in Rathausnähe einen sogenannten Pop-up-Store. Für zwei Wochen im März konnten Interessierte in ehemaligen Räumen einer Bank, die mit insgesamt 250 Quadratmetern die normale Shop-Größe deutlich übertrafen, digitale Erlebniswelten für sich entdecken und ausprobieren – von Smart-Home-Lösungen

über 3D-Druck und interaktive Games bis hin zu den neuesten Trendgeräten. Zu den Highlights zählten – jeweils Smartphone-gesteuert – das Autorennspiel ´Anki Drive` mit „lernenden“ Autos sowie innovative Flugobjekte, Gamer-Ecken mit Virtual Reality Headsets oder diverse Infotainment-Programme. Zudem konnten Jungunternehmer aus der Digital-Lifestyle-Branche im Rahmen des Wettbewerbs ´The Ramp` ihre Geschäftsidee präsentieren – mit 10.000 Euro Startkapital als Prämie für den Sieger.

Dass die vielfältigen Anstrengungen des Unternehmens rund um Kundennähe und -service sehr gut ankommen, belegen neben dem Wachstum im Kernkundensegment wiederholte Auszeichnungen und Top-Platzierungen bei Tests. So erhielt mobilcom-debitel im März bei den 1st Annual German Stevie Awards in der Kategorie ´Management-Team des Jahres` den Goldenen Stevie im Bereich Kundenbetreuung. Gleichzeitig wurde die Leiterin Kundenbetreuung mit einem Silbernen Stevie in der Kategorie ´Manager des Jahres` ausgezeichnet. Die renommierten Stevie Awards, 2002 in den USA begründet, werden im Rahmen von sechs Programmen verliehen: den American Business Awards, German Stevie Awards, International Business Awards, Stevie Awards for Women in Business, Stevie Awards for Sales & Customer Service sowie den Asia-Pacific Stevie Awards. Sie würdigen Unternehmen jeder Größe, aber auch Einzelpersonen aus der Wirtschaft für herausragende Leistungen.

Weiterentwicklung der Marketingkampagne

„Gemeinsam geht mehr!“ – unter diesem Claim der Dachkampagne hatte sich mobilcom-debitel in den vergangenen Jahren im traditionellen Mobilfunkgeschäft positioniert. Sie setzte auf das Versprechen, auf Basis und durch die Kraft der rund 13 Millionen Kunden innerhalb der freenet-Gruppe das beste Preis-/Leistungsverhältnis bieten zu können – mit allen Netzen, allen Tarifen, allen Top-Smartphones zu jeweils besten Preisen.

Die im ersten Quartal gestartete neue Dachkampagne formuliert nun den Anspruch des Unternehmens als eines führenden Anbieters von Digital Lifestyle in Deutschland. Zudem zeigt sie die Möglichkeiten auf, wie Smartphone und Tablet unser Leben bereichern und vereinfachen können. Der neue Kampagnen-Claim „Macht, was ihr wollt. Wir machen´s möglich.“ berücksichtigt stärker die Kundensicht und positioniert mobilcom-debitel als Anbieter, der Digital Lifestyle mit seinem vielfältigen Sortiment an Smartphones, Tablets, Tarifen, Technik und Gadgets möglich und erlebbar macht.

Die neue Kampagne mit verjüngter Optik zieht eine klare Trennlinie zwischen Image und Vertrieb und erlaubt dem Unternehmen gleichzeitig mehr Flexibilität in seinen Marketing-Aktivitäten: Die Kanäle TV, Online und Events zielen stärker auf Image, während die konkrete Angebotskommunikation am PoS, über Promotion- und BTL-Maßnahmen im Vordergrund steht. In 2015 werden die drei strategischen Geschäftsfelder – Fitness/Wearables, Entertainment und Smart Home – in mehreren übers Jahr verteilten Kampagnen bespielt.

Den Auftakt machte das Thema Fitness/Wearables. Dazu startete Anfang Februar für vier Wochen ein neuer TV-Spot auf allen Reichweiten-starken Privatsendern mit über 1.100 Ausstrahlungen und generierte dabei 260 Millionen Bruttokontakte. Er zeigte über charmante Geschichten die enormen – teilweise noch ungenutzten - Möglichkeiten von Digital Lifestyle, wie etwa den Zugang zu 25 Millionen Songs oder das Tragen eines ´Fitness-Coachs` am Handgelenk.

Zusätzlich setzte die Kampagne auf eine breit angelegte Online-Präsenz vor allem bei spiegel-online, Ströer-Digital Media, Axel Springer Media, Yahoo und Facebook. Und umfangreiche Maßnahmen in den Kanälen Print, Social Media, am PoS sowie Promotions in 48 ECE-Einkaufszentren und 37 Fitness-First-Studios rundeten die Kampagne ab.

Wesentliche Einflussfaktoren für den Geschäftsverlauf

Kundenentwicklung

Tabelle 2: Entwicklung der Mobilfunkkunden

In Mio.	31.3.2015	31.12.2014	30.9.2014	30.6.2014	31.3.2014
Mobilfunkkunden/-karten	12,54	12,73	12,83	12,99	13,13
davon Customer Ownership	9,04	8,92	8,90	8,84	8,79
davon Postpaid	6,10	6,01	5,97	5,90	5,87
davon No-frills	2,94	2,91	2,93	2,94	2,92
davon Prepaid	3,50	3,81	3,93	4,14	4,34

Im anhaltend wettbewerbsintensiven Marktumfeld für Mobilfunkleistungen war im Berichtsquartal überwiegend eine rationale Preispolitik zu beobachten. Entsprechend hat sich der nicht finanzielle Leistungsindikator Customer Ownership erneut erhöht. Im Vergleich zum Vorjahresquartal ist ein Anstieg um 245 Tausend oder 2,8 Prozent auf nun 9,04 Millionen zu verzeichnen. Gegenüber dem Jahresende 2014 beträgt der Anstieg noch rund 115 Tausend oder 1,3 Prozent.

Der Anstieg geht maßgeblich auf die Erhöhung des Postpaid-Kundenbestands zurück, in welchem alle im Konzern vertriebenen Mobilfunkverträge mit einer Laufzeit von 24 Monaten zusammengefasst sind. Demnach konnte die freenet Group hier besonders vom anhaltenden Wettbewerb der Netzbetreiber profitieren, ohne dass im Berichtsquartal Preispassungen (Postpaid-ARPU) erforderlich waren. Diese strategisch bedeutsame Kundengruppe ist im Jahresvergleich mit einem Anstieg von 225 Tausend

oder 3,8 Prozent überproportional auf 6,10 Millionen gewachsen. Gegenüber dem Jahresende 2014 beträgt der Anstieg noch rund 84 Tausend oder 1,4 Prozent.

Im No-frills-Bereich, der sämtliche über Discount-Marken des Konzerns vertriebenen Mobilfunktarife mit weniger als 24 Monaten Laufzeit umfasst, konnte der Kundenbestand im Vorjahresvergleich um 19 Tausend oder 0,7 Prozent auf 2,94 Millionen gesteigert werden. Gegenüber dem Jahresende 2014 beträgt der Anstieg rund 31 Tausend oder 1,1 Prozent.

Die Anzahl der im Umlauf befindlichen Prepaid-SIM-Karten, welche über die Hauptmarke mobilcom-debitel vertrieben wurden, hat sich im Verlauf des Berichtsquartals weiter auf einen Endstand von 3,50 Millionen reduziert. Der erneute Rückgang resultiert aus den entsprechenden Abschaltungen nicht genutzter SIM-Karten durch die Netzbetreiber.

Durchschnittlicher monatlicher Umsatz pro Kunde (ARPU)

Tabelle 3: Entwicklung des ARPU

In EUR	Q1/2015	Q4/2014	Q3/2014	Q2/2014	Q1/2014
Postpaid	21,1	21,1	21,7	21,5	21,2
No-frills	2,4	2,5	2,9	3,0	2,9
Prepaid	2,6	2,8	3,1	3,0	2,7

Der durchschnittliche monatliche Umsatz pro Kunde im Postpaid-Kundensegment hat sich mit 21,1 Euro im ersten Quartal 2015 auf dem Niveau

des vorhergehenden Quartals stabilisiert. Im Vorjahresvergleich ist zwar noch ein leichter Rückgang um 0,1 Euro zu verzeichnen. Der zuletzt anhaltende

Wechselprozess bestehender Kunden in aktuelle, preisgünstigere Angebote hat im Berichtsquartal jedoch keine nennenswerten Auswirkungen mehr auf den Postpaid-ARPU gehabt.

Der im No-frills-Kundensegment erzielte durchschnittliche monatliche Umsatz in Höhe von 2,4 Euro liegt um 0,1 Euro unter dem Niveau des vorhergehenden Quartals. Gegenüber dem ersten Quartal

2014 wird der No-frills-ARPU um 0,5 Euro geringer ausgewiesen.

Der Prepaid-ARPU hat sich im Verlauf des ersten Quartals 2015 mit einem Endstand von 2,6 Euro um 0,2 Euro verringert. Gegenüber dem ersten Quartal 2014 wird der Prepaid-ARPU um 0,1 Euro geringer ausgewiesen.

Steuerungssystem

Finanzielle und nicht finanzielle Leistungsindikatoren

Der Vorstand der freenet AG orientiert sich bei der strategischen Ausrichtung des Konzerns an den Interessen aller Stakeholder. Zur Umsetzung wird sowohl auf der Konzernebene als auch in den einzelnen Tochterunternehmen ein einheitliches Steuerungssystem verwendet, das sowohl an finanziellen als auch an nicht finanziellen Steuerungsgrößen anknüpft. Als steuerungsrelevant sind hierunter insbesondere die folgenden finanziellen Leistungsindikatoren zu verstehen:

- Umsatz,
- EBITDA,
- Free Cashflow,
- Postpaid-ARPU.

Darüber hinaus hat der Vorstand folgenden nicht finanziellen Leistungsindikator definiert:

- Customer Ownership.

Unter Berücksichtigung des fortschreitenden Ausbaus unserer Digital-Lifestyle-Aktivitäten entsprechend unserer zentralen Unternehmensstrategie überprüfen wir laufend die Zusammensetzung unserer gesamten internen Steuerungsgrößen und werden diese gegebenenfalls anpassen, sofern ein entsprechender Anpassungsbedarf identifiziert wird. Im Vergleich zum Vorjahr wurden lediglich klarstellende Anpassungen vorgenommen und in diesem Kontext der Leistungsindikator „Customer Ownership“

nunmehr als nicht finanzieller Leistungsindikator ausgewiesen. Eine Anpassung des Steuerungssystems resultierte daraus nicht.

Sonstige Steuerungsgrößen

Zur Steuerung des Konzerns werden neben den bedeutsamsten finanziellen und nicht finanziellen Leistungsindikatoren weitere Steuerungsgrößen verwendet. Diese sonstigen Steuerungsgrößen sind im Vergleich zu den finanziellen und nicht finanziellen Leistungsindikatoren von nachrangiger Bedeutung. Als Indikatoren zur Steuerung sowie Gradmesser für die Fortentwicklung der freenet Group werden hierzu vor allem folgende sonstige Steuerungsgrößen eingesetzt:

- Produktmarken, neue Produkte,
- Vertriebsaktivitäten,
- Partnerschaften,
- Forschung und Entwicklung,
- Mitarbeiter.

Die Anzahl der Mitarbeiter hat sich zum Ende des ersten Quartals 2015 auf 4.713 verringert, verglichen mit 4.826 zum Ende des vierten Quartals 2014 und 4.961 zum Ende des ersten Quartals 2014. Der Rückgang resultiert im Wesentlichen aus strukturellen Maßnahmen zur Optimierung der betrieblichen Leistungsprozesse.

Vermögens, Finanz- und Ertragslage

Umsatz- und Ertragslage

Tabelle 4: Wesentliche Kennzahlen des Konzerns

In TEUR	Q1/2015	Q1/2014	Ergebnis- veränderung
Umsatzerlöse	748.474	717.524	30.950
Rohertrag	191.391	182.506	8.885
Gemeinkosten	-105.362	-97.057	-8.305
EBITDA	86.029	85.449	580
EBIT	70.574	69.492	1.082
EBT	61.028	60.024	1.004
Konzernergebnis	56.214	57.428	-1.214

Der **KONZERNUMSATZ** erhöhte sich im ersten Quartal 2015 gegenüber dem Vergleichsquarter des Vorjahres um 4,3 Prozent. Dies konnte in erster Linie durch den deutlich gestiegenen Customer-Ownership-Kundenbestand (9,04 Mio. Kunden Ende März 2015 gegenüber 8,79 Mio. Kunden Ende März 2014) bei nahezu konstantem Postpaid-ARPU (21,1 Euro in Q1/2015 im Vergleich zu 21,2 Euro in Q1/2014) erreicht werden – und damit im Bereich der hochmargigen Umsatzerlöse.

Die **ROHERTRAGSMARGE** stieg gegenüber Q1/2014 leicht um 0,2 Prozentpunkte auf 25,6 Prozent. Der **ROHERTRAG** lag mit 191,4 Millionen Euro um 8,9 Millionen Euro über dem Niveau des Vorjahresvergleichsquarters – im Wesentlichen bedingt durch den gestiegenen Customer-Ownership-Kundenbestand.

Die **GEMEINKOSTEN** als Differenz zwischen Rohertrag und EBITDA, welche die Positionen **SONSTIGE BETRIEBLICHE ERTRÄGE, ANDERE AKTIVIERTE EIGENLEISTUNGEN, PERSONALAUFWAND, SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN** sowie das **ERGEBNIS DER NACH DER EQUITY-METHODE EINBEZOGENEN UNTERNEHMEN** beinhalten, erhöhten sich gegenüber Q1/2014, hauptsächlich aufgrund gestiegener Aufwendungen für Marketing und Personal, um 8,3 Millionen Euro.

Das Konzernergebnis der weitergeführten Geschäftsbereiche vor Abschreibungen und Wertminderungen, Zinsen und Steuern (**EBITDA**) wird im Berichtsquarter mit 86,0 Millionen Euro und damit leicht über dem Niveau des Vorjahresvergleichsquarters ausgewiesen.

Die **ABSCHREIBUNGEN UND WERTMINDERUNGEN** verringerten sich gegenüber Q1/2014 leicht um 0,5

Millionen Euro auf 15,5 Millionen Euro. Sie entfielen wie im Vorjahr im Wesentlichen auf Vertriebsrechte, immaterielle Vermögenswerte im Zusammenhang mit Kaufpreisallokationen aus Unternehmenserwerben sowie auf selbsterstellte Software.

Das **ZINSEERGEBNIS** als Saldo der Zinserträge und -aufwendungen wurde im Berichtsquarter wie im Vorjahresvergleichsquarter gleichbleibend mit -9,5 Millionen Euro ausgewiesen. Der Nettozinsaufwand entfällt wie im Vorjahr im Wesentlichen auf die im Nennwert von 400 Mio. Euro bestehende Unternehmensanleihe.

Aufgrund der erläuterten Effekte ergibt sich ein **KONZERNGEWINN VOR STEUERN (EBT)** in Höhe von 61,0 Millionen Euro, was im Vorjahresvergleich eine leichte Verbesserung um 1,0 Millionen Euro darstellt.

Im Berichtsquarter 2015 wurden Aufwendungen aus **ERTRAGSTEUERN** in Höhe von 4,8 Millionen Euro (Q1/2014: 2,6 Millionen Euro) ausgewiesen. Dabei wurden laufende Steueraufwendungen in Höhe von 8,2 Millionen Euro (Vorjahr: 8,0 Millionen Euro) mit latenten Steuererträgen, im Wesentlichen aus der Zuschreibung auf latente Ertragsteueransprüche aus steuerlichen Verlustvorträgen, in Höhe von 3,4 Millionen Euro (Vorjahr: 5,4 Millionen Euro) saldiert.

Der im ersten Quartal 2015 ausgewiesene **KONZERNGEWINN** resultiert wie im Vergleichszeitraum des Vorjahres ausschließlich aus weitergeführten Geschäftsbereichen und addiert sich auf 56,2 Millionen Euro, was verglichen mit den im Vergleichsquarter des Vorjahres erzielten 57,4 Millionen Euro einem leichten Rückgang um 1,2 Millionen Euro entspricht.

Vermögens- und Finanzlage

Tabelle 5: Ausgewählte Bilanzzahlen des Konzerns

Aktiva

In Mio. EUR	31.3.2015
Langfristiges Vermögen	1.881,6
Kurzfristiges Vermögen	630,5
Bilanzsumme	2.512,1
<hr/>	
In Mio. EUR	31.12.2014
Langfristiges Vermögen	1.872,2
Kurzfristiges Vermögen	626,1
Bilanzsumme	2.498,3

Die **BILANZSUMME** zum 31. März 2015 beträgt 2.512,1 Millionen Euro und hat sich somit gegenüber dem 31. Dezember 2014 (2.498,3 Millionen Euro) um 13,8 Millionen Euro bzw. 0,6 Prozent erhöht.

Auf der **AKTIVSEITE** hat sich das langfristige Vermögen um 9,4 Millionen Euro erhöht. Dies ist im Wesentlichen bedingt durch einen Anstieg der immateriellen Vermögenswerte um 6,7 Millionen Euro auf 396,9 Millionen Euro, hauptsächlich erklärt durch Investitionen in Nutzungsrechte, sowie eine Erhöhung der latenten Ertragsteueransprüche um 5,0 Millionen Euro auf 204,9 Millionen Euro, in erster Linie als Folge der Zuschreibung auf latente Ertragsteueransprüche aus steuerlichen Verlustvorträgen.

Im kurzfristigen Vermögen sind der Rückgang der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 61,4 Millionen Euro auf 347,1 Millionen Euro sowie die damit korrespondierende Erhöhung der flüssigen Mittel um 61,0 Millionen Euro auf 173,0 Millionen Euro hervorzuheben. Der Rückgang der kurzfristigen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gegenüber dem 31. Dezember 2014 ist zum einen maßgeblich auf verringerte Forderungen gegen Netzbetreiber aus Jahresboni zurückzuführen, da die Zahlungseingänge in Q1/2015 zu verzeichnen waren. Zum anderen steht die Verringerung der kurzfristigen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen im Zusammenhang mit einem im Vergleich zum 31. Dezember 2014 erhöhten Volumen des Factorings von Handy-Options-Forderungen, wozu wir auf Textziffer 3 der ausgewählten

Passiva

In Mio. EUR	31.3.2015
Eigenkapital	1.346,0
Langfristige und kurzfristige Schulden	1.166,1
Bilanzsumme	2.512,1
<hr/>	
In Mio. EUR	31.12.2014
Eigenkapital	1.293,6
Langfristige und kurzfristige Schulden	1.204,7
Bilanzsumme	2.498,3

erläuternden Anhangangaben gemäß IAS 34 verweisen.

Die **PASSIVSEITE** wird, neben dem Eigenkapital, durch die Brutto-Finanzschulden dominiert, welche sich aufgrund der Zinsabgrenzung auf die Unternehmensanleihe gegenüber dem 31. Dezember 2014 um 8,1 Millionen Euro auf 546,6 Millionen Euro erhöht haben.

Der Anstieg der Pensionsrückstellungen um 6,0 Millionen Euro auf 65,4 Millionen Euro steht im Zusammenhang mit dem seit dem 31. Dezember 2014 nochmals um 0,4 Prozentpunkte gesunkenen Rechnungszinses.

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen reduzierten sich um 15,9 Millionen Euro auf 354,6 Millionen Euro – maßgeblich hierfür war vor allem die Bezahlung von Jahresboni an Händler. Der Rückgang der übrigen Verbindlichkeiten und Abgrenzungen ist maßgeblich auf die Zahlung einer Halbjahresrate in Höhe von nominal 12,5 Millionen Euro für das exklusive Vertriebsrecht mit der Media-Saturn Deutschland GmbH zurückzuführen.

Die **EIGENKAPITALQUOTE** erhöhte sich, hauptsächlich aufgrund des im abgelaufenen Quartal erzielten Konzern-Jahresüberschusses, von 51,8 Prozent per Ende Dezember 2014 auf 53,6 Prozent per Ende März 2015. Die **NETTO-FINANZVERSCHULDUNG** beläuft sich zum 31. März 2015 auf 373,6 Millionen Euro (31. Dezember 2014: 426,6 Millionen Euro).

Liquiditätslage

Tabelle 6: Wesentliche Cashflow-Kennzahlen des Konzerns

In Mio. EUR	Q1/2015	Q1/2014	Ergebnis- veränderung
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	70,5	62,9	7,6
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-8,0	-51,9	43,9
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-1,5	-0,5	-1,0
Veränderung des Finanzmittelfonds	61,0	10,5	50,5
Free Cashflow ¹	62,2	57,1	5,1

Der **CASHFLOW AUS LAUFENDER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT** wird im ersten Quartal 2015 mit 70,5 Millionen Euro ausgewiesen, gleichbedeutend mit einer Verbesserung gegenüber dem Vorjahresquartal um 7,6 Millionen Euro. Bei einem leicht gestiegenen EBITDA ist dieser Anstieg im Wesentlichen auf die um 10,0 Millionen Euro auf 5,5 Millionen Euro verringerte Erhöhung des Net Working Capitals zurückzuführen. Hintergrund sind hauptsächlich die im Berichtsquartal im Vergleich zu Q1/2014 höheren Zahlungseingänge für Netzbetreiberboni. Ein gegenläufiger Effekt besteht darin, dass die Cashflow-Erhöhung aus dem Handy-Optionsfactoring in Q1/2014 mit 23,2 Millionen Euro höher war als in Q1/2015 mit 10,6 Millionen Euro. Die Steuerzahlungen erhöhten sich gegenüber Q1/2014 um 3,1 Millionen Euro auf 10,0 Millionen Euro.

Der **CASHFLOW AUS INVESTITIONSTÄTIGKEIT** betrug in Q1/2015 -8,0 Millionen Euro gegenüber -51,9 Millionen Euro im ersten Quartal 2014. Die Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagevermögen und immaterielle Vermögenswerte erhöhten sich dabei von 6,1 Millionen Euro auf 8,4 Millionen Euro. Die wesentliche Investitionstätigkeit entfiel im Berichtsquartal

auf immaterielle Nutzungsrechte sowie selbstgestellte Software. Ansonsten war die Investitionstätigkeit des Vorjahresquartals Q1/2014 durch den Erwerb der freenet Digital Group gekennzeichnet, für den abzüglich der übernommenen liquiden Mittel 46,3 Millionen Euro abflossen waren.

Der **CASHFLOW AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEIT** entwickelte sich im Berichtsquartal gegenüber der Vergleichsperiode des Vorjahres von -0,5 Millionen Euro auf -1,5 Millionen Euro, jeweils im Wesentlichen für Zinszahlungen.

Im ersten Quartal 2015 wurde als Folge der vorstehend erläuterten Effekte ein gegenüber dem Vergleichs-quartal des Vorjahres um 5,1 Millionen Euro erhöhter **FREE CASHFLOW** in Höhe von 62,2 Millionen Euro erzielt.

¹ Free Cashflow ist definiert als Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit, verringert um die Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte, zuzüglich der Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen.

Finanzmanagement

Die strategische Unternehmenssteuerung wird von einem fokussierten Finanzmanagement unterstützt, welches neben der Liquiditätsentwicklung die Kapitalstruktur als Steuerungsgröße aufweist. Die operative Umsetzung erfolgt durch ein umfassendes Treasury-Management auf der Basis etablierter Controlling-Strukturen.

Zur Steuerung der Kapitalstruktur dienen insbesondere der Verschuldungsfaktor, der so genannte Interest Cover und die Eigenkapitalquote als finanzielle Steuerungsgrößen. Der Verschuldungsfaktor gibt an, wie oft das aktuelle operative Ergebnis (EBITDA) erarbeitet werden müsste, um die Nettoverschuldung

(Finanzschulden abzüglich liquider Mittel) zu tilgen. Der Interest Cover bildet das Verhältnis von EBITDA zu Zinssaldo ab.

In der folgenden Übersicht sind die Kennzahlen des Finanzmanagement mit ihrer aktuellen Ausprägung im Vergleich zum Vorjahresquartal dargestellt. Für zeitraumbezogene Größen wie das EBITDA und das Netto-Zinsergebnis wurden dabei jeweils die letzten 12 Monate (also April 2014 bis März 2015 bzw. für das Vorjahr April 2013 bis März 2014) herangezogen.

Tabelle 7: Kennzahlen des Finanzmanagements

	Q1/2014	Ziel 2014/15	Q1/2015	Ziel 2015/16
Verschuldungsfaktor	1,2	1,0 – 2,5	1,0	1,0 – 2,5
Interest Cover	8,4	> 5	9,0	> 5
Eigenkapitalquote (in %)	51,5	> 50	53,6	> 50

Der Verschuldungsfaktor liegt mit 1,0 weiterhin im unteren Bereich der strategischen Bandbreite von 1,0 und 2,5. Die Finanzschulden sind ganz überwiegend von der im April 2016 endfälligen Unternehmensanleihe über 400 Millionen Euro geprägt. Im zweiten Quartal 2015 wird es durch die anstehende Dividendenausschüttung zu einer Erhöhung des Verschuldungsfaktors kommen.

Der Interest Cover liegt mit 9,0 aufgrund des im Zwölf-Monats-Vergleich gestiegenen EBITDA bei leicht gesunkener Zinsbelastung etwas höher als in

Q1/2014 (8,4) und damit nach wie vor deutlich über der Zielmarke.

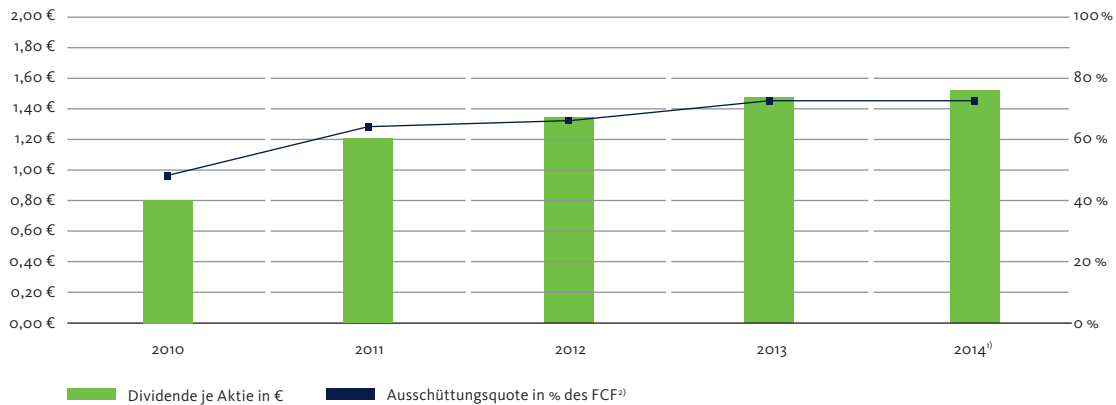
Die Eigenkapitalquote befindet sich zum 31. März 2015 knapp über der Zielmarke von 50 Prozent. Der Anstieg gegenüber dem Stichtag des Vorjahres ist in erster Linie das Resultat der positiven Ergebnissituation des Konzerns. Auch bezüglich dieser Kennzahl ist jedoch der eigenkapitalmindernde Effekt der im kommenden Quartal anstehenden Dividendenausschüttung zu beachten.

Dividendenpolitik

Die zu Beginn des Geschäftsjahres 2013 mit dem Aufsichtsrat abgestimmte, aktuelle Dividendenpolitik des Vorstands sieht vor, jeweils 50 bis 75 Prozent des für das Geschäftsjahr ausgewiesenen Free Cashflow als Dividende auszuschütten. Mit dieser Bandbreite trägt die Gesellschaft dem Interesse der

wertorientierten Anteilseigner Rechnung, am freien Barmittelzufluss der Gesellschaft in angemessenem Maße teilzuhaben. Gleichzeitig soll die weitere Optimierung der Kapitalstruktur für eine nachhaltige Unternehmenswertsicherung sorgen.

Grafik 3: Kennzahlen der Dividendenpolitik



NACHTRAGSBERICHT

Ereignisse von wesentlicher Bedeutung nach dem Stichtag haben sich nicht ergeben.

¹ Gem. Vorschlag von Vorstand und Aufsichtsrat.

² Free Cashflow (FCF) ist definiert als Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit, verringert um die Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte, zuzüglich der Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen.

CHANCEN- UND RISIKOBERICHT

Im ersten Quartal 2015 haben sich im Vergleich zu den im Geschäftsbericht 2014 ausführlich unter „Chancen- und Risikobericht“ beschriebenen Chancen und Risiken keine wesentlichen Änderungen ergeben. Der Geschäftsbericht 2014 ist im Internet unter <http://www.freenet-group.de/investor-relations/publikationen/index.html> verfügbar.

PROGNOSEBERICHT

Der im Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2014 enthaltene Ausblick des Vorstands für die Geschäftsjahre 2015 und 2016 wird bestätigt. Nennenswerte Änderungen haben sich im ersten Quartal 2015 nicht ergeben.

Demnach erwartet die freenet AG für das Geschäftsjahr 2015 eine Stabilisierung und für das Geschäftsjahr 2016 einen leichten Anstieg des Konzernumsatzes.

Ausschlaggebend hierfür ist neben einer jeweils leicht steigenden Kundenzahl im Customer-Ownership-Kundenbestand (Postpaid und No-frills) sowie einer Stabilisierung des Postpaid-ARPU im Kerngeschäftsfeld Mobilfunk auch die zunehmende Erschließung von Erlösquellen aus dem Absatz von Geräten, Zubehör und Dienstleistungen für mobile Anwendungen rund um den Bereich Digital Lifestyle.

Tabelle 8: Entwicklung der wesentlichen Leistungsindikatoren

In Mio. EUR bzw. lt. Angabe	2014	seit	Prognose	
		Jahresbeginn/ Q1/2015	2015	2016
Finanzielle Leistungsindikatoren				
Konzernumsatz	3.040,6	748,5	stabil	leicht steigend
Konzern-EBITDA	365,6	86,0	370	375
Konzern-Free-Cashflow ¹	266,6	62,2	280	285
Postpaid-ARPU (in EUR) ²	21,4	21,1	stabil	stabil
Nicht finanzieller Leistungsindikator				
Customer Ownership ²	8,92	9,04	leicht steigend	leicht steigend

Entsprechend den vorstehend beschriebenen Entwicklungen strebt die freenet AG für das Geschäftsjahr 2015 ein Konzern-EBITDA in Höhe von etwa 370 Millionen Euro und für das Geschäftsjahr 2016 ein Konzern-EBITDA in Höhe von etwa 375 Millionen Euro an.

Des Weiteren strebt die freenet AG einen Free Cashflow des freenet Konzerns, definiert als Cashflow

aus laufender Geschäftstätigkeit, verringert um die Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte, zuzüglich der Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen, für das Geschäftsjahr 2015 in Höhe von etwa 280 Millionen Euro und für das Geschäftsjahr 2016 in Höhe von etwa 285 Millionen Euro an.

GESCHÄFTSVORFÄLLE MIT NAHE STEHENDEN UNTERNEHMEN UND PERSONEN

Zwischen dem Konzern und nahe stehenden Unternehmen und Personen fanden folgende wesentliche Geschäftsvorfälle statt:

In TEUR	1.1.2015 - 31.3.2015	1.1.2014 - 31.3.2014
Erlöse aus der Berechnung von Dienstleistungen		
Gemeinschaftsunternehmen		
FunDorado GmbH, Hamburg	53	82
Gesamt	53	82

Zum 31. März 2015 bestanden folgende wesentliche Forderungen gegen nahe stehende Unternehmen und Personen:

In TEUR	31.3.2015	31.3.2014
Forderungen aus laufendem Leistungsverkehr		
Gemeinschaftsunternehmen		
FunDorado GmbH, Hamburg	47	77
Gesamt	47	77

Allen Transaktionen lagen Marktpreise zugrunde.





VERKÜRZTER

KONZERN-ZWISCHENABSCHLUSS

Konzerngewinn- und Verlustrechnung

vom 1. Januar bis 31. März 2015

In TEUR bzw. lt. Angabe	Q1/2015 1.1.2015 - 31.3.2015	Q1/2014 1.1.2014 - 31.3.2014
Umsatzerlöse	748.474	717.524
Sonstige betriebliche Erträge	13.670	15.233
Andere aktivierte Eigenleistungen	2.566	2.398
Materialaufwand	-557.083	-535.018
Personalaufwand	-50.173	-46.295
Abschreibungen und Wertminderungen	-15.455	-15.957
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-71.456	-68.463
Betriebsergebnis	70.543	69.422
Ergebnis der nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen	31	70
Zinsen und ähnliche Erträge	250	292
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-9.796	-9.760
Ergebnis vor Ertragsteuern	61.028	60.024
Ertragsteuern	-4.814	-2.596
Konzernergebnis aus weitergeführten Geschäftsbereichen	56.214	57.428
Konzernergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	0	0
Konzernergebnis	56.214	57.428
Anteil der Aktionäre der freenet AG am Konzernergebnis	55.965	57.331
Auf nicht beherrschende Anteile entfallendes Konzernergebnis	249	97
Ergebnis je Aktie in EUR (unverwässert)	0,44	0,45
Ergebnis je Aktie in EUR (verwässert)	0,44	0,45
Ergebnis je Aktie aus weitergeführten Geschäftsbereichen in EUR (unverwässert)	0,44	0,45
Ergebnis je Aktie aus weitergeführten Geschäftsbereichen in EUR (verwässert)	0,44	0,45
Ergebnis je Aktie aus aufgegebenen Geschäftsbereichen in EUR (unverwässert)	0,00	0,00
Ergebnis je Aktie aus aufgegebenen Geschäftsbereichen in EUR (verwässert)	0,00	0,00
Gewichteter Durchschnitt im Umlauf befindlicher Aktien in Tsd. Stück (unverwässert)	128.011	128.011
Gewichteter Durchschnitt im Umlauf befindlicher Aktien in Tsd. Stück (verwässert)	128.011	128.011

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

vom 1. Januar bis 31. März 2015

In TEUR	Q1/2015 1.1.2015 - 31.3.2015	Q1/2014 1.1.2014 - 31.3.2014
Konzernergebnis	56.214	57.428
Änderung des beizulegenden Zeitwerts von zur Veräußerung verfügbaren Finanzinstrumenten	-32	-32
Währungsumrechnungsdifferenzen	237	1
Im sonstigen Ergebnis erfasste Ertragsteuern	-62	9
Sonstiges Ergebnis / in künftigen Perioden in die GuV umzugliedern	143	-22
Erfassung versicherungsmathematischer Gewinne und Verluste aus der Bilanzierung von Pensionsplänen gem. IAS 19 (2011)	-5.721	0
Im sonstigen Ergebnis erfasste Ertragsteuern	1.719	0
Sonstiges Ergebnis / in künftigen Perioden nicht in die GuV umzugliedern	-4.002	0
Sonstiges Ergebnis	-3.859	-22
Konzern-Gesamterfolg	52.355	57.406
Anteil der Aktionäre der freenet AG am Konzern-Gesamterfolg	52.106	57.309
Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Konzern-Gesamterfolg	249	97

Konzernbilanz zum 31. März 2015

Aktiva

In TEUR	31.3.2015	31.12.2014
Langfristiges Vermögen		
Immaterielle Vermögenswerte	396.870	390.137
Goodwill	1.153.298	1.153.298
Sachanlagen	33.974	34.307
Nach der Equity-Methode einbezogene Unternehmen	1.550	1.519
Sonstige Finanzanlagen	1.531	1.534
Latente Ertragsteueransprüche	204.877	199.853
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	79.921	79.581
Übrige Forderungen und sonstige Vermögenswerte	9.575	11.950
	1.881.596	1.872.179
Kurzfristiges Vermögen		
Vorräte	81.954	79.996
Laufende Ertragsteueransprüche	2.066	1.826
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	347.056	408.482
Übrige Forderungen und sonstige Vermögenswerte	26.462	23.879
Flüssige Mittel	172.987	111.944
	630.525	626.127
	2.512.121	2.498.306

Konzernbilanz zum 31. März 2015

Passiva

In TEUR	31.3.2015	31.12.2014
Eigenkapital		
Grundkapital	128.061	128.061
Kapitalrücklage	737.536	737.536
Kumuliertes sonstiges Ergebnis	-25.154	-21.295
Konzernbilanzergebnis	501.590	445.625
Anteil der Aktionäre der freenet AG am Eigenkapital	1.342.033	1.289.927
Nicht beherrschende Anteile am Eigenkapital	3.942	3.693
	1.345.975	1.293.620
Langfristige Schulden		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	544	540
Übrige Verbindlichkeiten und Abgrenzungen	23.333	38.351
Finanzschulden	518.504	518.223
Latente Ertragsteuerschulden	119	123
Pensionsrückstellungen	65.357	59.346
Andere Rückstellungen	9.531	9.097
	617.388	625.680
Kurzfristige Schulden		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	354.011	369.931
Übrige Verbindlichkeiten und Abgrenzungen	105.011	124.318
Laufende Ertragsteuerschulden	36.786	38.663
Finanzschulden	28.102	20.333
Andere Rückstellungen	24.848	25.761
	548.758	579.006
	2.512.121	2.498.306

Aufstellung über Veränderungen des Eigenkapitals

für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. März 2015

In TEUR	Grundkapital	Kapitalrücklage	Kumuliertes sonstiges Ergebnis			Konzernbilanz- ergebnis	Anteil der Aktionäre der freenet AG am Eigenkapital	Nicht beherrschende Anteile am Eigenkapital	Eigenkapital
			Wertänderungs- rücklage	Währungs- umrechnungs- differenzen	Bewertungs- rücklage nach IAS 19				
Stand 1.1.2014	128.061	737.536	-69	0	-12.717	383.776	1.236.587	2.995	1.239.582
Konzernergebnis	0	0	0	0	0	57.331	57.331	97	57.428
Änderung des beizule- genden Zeitwerts der zur Veräußerung verfügbaren Finanzinstrumente ¹	0	0	-23	0	0	0	-23	0	-23
Fremdwährungs- umrechnung ¹	0	0	0	1	0	0	1	0	1
Zwischensumme: Konzern-Gesamterfolg	0	0	-23	1	0	57.331	57.309	97	57.406
Stand 31.3.2014	128.061	737.536	-92	1	-12.717	441.107	1.293.896	3.092	1.296.988

In TEUR	Grundkapital	Kapitalrücklage	Kumuliertes sonstiges Ergebnis			Konzern- bilanzergebnis	Anteil der Aktionäre der freenet AG am Eigenkapital	Nicht beherrschende Anteile am Eigenkapital	Eigenkapital
			Wertänderungs- rücklage	Währungs- umrechnungs- differenzen	Bewertungs- rücklage nach IAS 19				
Stand 1.1.2015	128.061	737.536	-99	247	-21.443	445.625	1.289.927	3.693	1.293.620
Konzernergebnis	0	0	0	0	0	55.965	55.965	249	56.214
Erfassung versiche- rungsmathematischer Gewinne und Verluste gem. IAS 19 (2011) ¹	0	0	0	0	-4.002	0	-4.002	0	-4.002
Änderung des beizule- genden Zeitwerts der zur Veräußerung verfügbaren Finanzinstrumente ¹	0	0	-23	0	0	0	-23	0	-23
Fremdwährungs- umrechnung ¹	0	0	0	166	0	0	166	0	166
Zwischensumme: Konzern-Gesamterfolg	0	0	-23	166	-4.002	55.965	52.106	249	52.355
Stand 31.3.2015	128.061	737.536	-122	413	-25.445	501.590	1.342.033	3.942	1.345.975

¹ Die Beträge werden mit den im sonstigen Ergebnis erfassten Ertragsteuern saldiert dargestellt.

Konzern-Kapitalflussrechnung

Vom 1. Januar bis 31. März 2015

In TEUR	Q1/2015 1.1.2015 – 31.3.2015	Q1/2014 1.1.2014 – 31.3.2014
Ergebnis der weitergeführten und aufgegebenen Geschäftsbereiche vor Ertragsteuern und Zinsen (EBIT)	70.574	69.492
Anpassungen		
Abschreibungen und Wertminderungen auf Vermögenswerte des Anlagevermögens	15.455	15.957
Ergebnis der nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen	-31	-70
Gewinne aus dem Abgang von Vermögenswerten des Anlagevermögens	-56	-140
Zunahme des Net Working Capitals, soweit nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuordenbar	-5.464	-15.502
Steuerzahlungen	-9.971	-6.825
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	70.507	62.912
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagevermögen und immaterielle Vermögenswerte	-8.395	-6.123
Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	121	304
Auszahlungen für den Erwerb von Tochterunternehmen	0	-46.292
Einzahlungen aus dem Verkauf von Tochterunternehmen	100	0
Zinseinnahmen	188	190
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-7.986	-51.921
Auszahlungen aus der Tilgung von Finanzschulden	-98	-98
Zinszahlungen	-1.380	-398
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-1.478	-496
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	61.043	10.495
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	111.944	110.766
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	172.987	121.261
Herleitung des Finanzmittelfonds		
In TEUR	31.3.2015	31.3.2014
Bestand an flüssigen Mitteln weitergeführter Geschäftsbereiche	172.987	121.261
	172.987	121.261
Herleitung des Free Cashflows		
In TEUR	31.3.2015	31.3.2014
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	70.507	62.912
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagevermögen und immaterielle Vermögenswerte	-8.395	-6.123
Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	121	304
Free Cashflow (FCF)	62.233	57.093

AUSGEWÄHLTE ERLÄUTERENDE ANHANGANGABEN GEMÄSS IAS 34

Wesentliche Bilanzierungs-, Bewertungs- und Konsolidierungsgrundsätze

1. Der vorliegende verkürzte Konzern-Zwischenabschluss wurde gemäß der Verordnung 1606/2002 des Europäischen Parlaments und des Rates nach den durch die Europäische Union übernommenen internationalen Rechnungslegungsstandards, den International Financial Reporting Standards (IFRS), in Übereinstimmung mit IAS 34 erstellt. Hierbei hat der Konzern alle von der EU übernommenen und verpflichtend anzuwendenden IFRS berücksichtigt. Auf eine prüferische Durchsicht des vorliegenden verkürzten Konzern-Zwischenabschlusses wurde verzichtet.

Der Konzern hat alle ab dem 1. Januar 2015 verpflichtend anzuwendenden Rechnungslegungsnormen umgesetzt. Die erstmalig zum 1. Januar 2015 verpflichtend anzuwendenden Rechnungslegungsnormen haben keinen nennenswerten Einfluss auf den Konzernabschluss der freenet AG. Hierbei handelt es sich um das Annual Improvements Project 2010 bis 2012 – Verbesserungen der IFRS (IFRS 2, IFRS 3, IFRS 8, IFRS 13, IAS16, IAS 24, IAS 38), um das Annual Improvements Project 2011-2013 – Verbesserungen der IFRS (IFRS1, IFRS 3, IFRS 13, IAS 40), um die Änderungen des IAS 19, Leistungen an Arbeitnehmer sowie um den IFRIC 21 (Abgaben).

Bei der Aufstellung des Zwischenberichts zum 31. März 2015 und der Ermittlung der Vergleichszahlen für das Vorjahr wurden unter Beachtung der oben genannten erstmalig angewandten Rechnungslegungsnormen dieselben Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wie im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014 angewandt. Eine detaillierte Beschreibung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden des Konzerns ist dem Anhang des Konzernabschlusses zum 31. Dezember 2014 der freenet AG zu entnehmen.

2. Die Zusammensetzung der Cash Generating Units (CGU) wurde im ersten Quartal 2015 der internen Unternehmenssteuerung angepasst. Die CGU freenet digital (entfallender Buchwert des Goodwills zum 31. März 2015: 29.162 Tausend Euro) und die CGU Portal (entfallender Buchwert des Goodwills zum 31. März 2015: 588 Tausend Euro) wurden zur CGU Online zusammengelegt, da eine Reorganisation der Bereiche erfolgte. Aus Gründen der Vergleichbarkeit wurde der Vorjahreswert angepasst.

Die Aufteilung des bilanzierten Goodwills auf CGUs geht aus der folgenden Übersicht hervor:

In TEUR	31.3.2015	31.12.2014 (angepasst)
Mobilfunk	1.119.396	1.119.396
Online	29.750	29.750
Übrige	4.152	4.152
Gesamt	1.153.298	1.153.298

Erhebliche Ereignisse und Geschäftsvorfälle

3. Seit geraumer Zeit bietet der freenet-Konzern seinen Endkunden mit der sogenannten Handy-Option die Möglichkeit, höherwertige Endgeräte gegen einen monatlichen Mehrbetrag auszuwählen. Diese Handy-Options-Verträge werden unverändert wie folgt bilanziert: freenet hat nach der Übergabe des Mobiltelefons an den Kunden diesem gegenüber einen unbedingten Zahlungsanspruch aus der Handy-Option. In Höhe des Barwertes der vom Kunden über die Vertragslaufzeit zu zahlenden monatlichen Zusatzbeiträge für das höherwertige Handy erfasst freenet bei Vertragsschluss und Handy-Übergabe eine Forderung. Mit der steigenden Bereitschaft der Kunden, für hochwertige Smartphones entsprechend mehr zu zahlen, hat sich in den vergangenen Geschäftsjahren der Teil des Postpaid-Kundenbestands, der eine solche Handy-Option gewählt hat, stetig erhöht. So sind auch die in den langfristigen und kurzfristigen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen bilanzierten Forderungs-Abgrenzungen aus Handy-Option stetig gestiegen. Für den freenet-Konzern bedeutet dies seit Jahren eine steigende Kapitalbindung: die heutigen hochwertigen Smartphones sind im Einkauf teurer als frühere Mobiltelefone, und während die Zahlungsabflüsse für die Beschaffung dieser Geräte bereits vor oder bei Vertragsabschluss mit den Endkunden erfolgen, verteilen sich die Zahlungsengpässe aus der Handy-Option auf die 24 Monate des Vertragsverhältnisses mit den Endkunden.

Vor diesem Hintergrund hat der Konzern eine Factoring-Vereinbarung mit einer Bank abgeschlossen, welche erstmals im ersten Quartal 2014 gezogen worden war. Bei dem Vertrag handelt es sich um einen Rahmenvertrag mit unbegrenzter Laufzeit. Quartalsweise ist ein Verkauf von Handy-Options-Forderungen möglich. Die Bank kauft die Forderungen mit einem festen Delkredere-Abschlag an, außerdem berechnet sie an freenet Finanzierungszinsen sowie Gebühren. Die relevanten Risiken (wie im Wesentlichen das Forderungsausfallrisiko) und Chancen gehen auf die Bank über, so dass die verkauften Forderungen vollständig ausgebucht werden. Der freenet Konzern trägt weiterhin das Spätzahlungsrisiko und ist darüber hinaus für Einzug und Verwaltung der verkauften Forderungen (sog. „Servicing“) verantwortlich.

Zum 31. März 2015 sind Forderungen in Höhe von 60,2 Millionen Euro (31. Dezember 2014: 49,6 Millionen Euro) verkauft und ausgebucht, aber noch nicht bezahlt.

4. Ausgangsgröße der Kapitalflussrechnung ist das Ergebnis der weitergeführten und aufgegebenen Geschäftsbereiche vor Ertragsteuern und Zinsen (EBIT). Im Folgenden ist die Herleitung dieses Ergebnisses aus der Konzerngewinn- und Verlustrechnung ersichtlich:

Herleitung der Ausgangsgröße der Konzernkapitalflussrechnung

In TEUR	1.1.2015 - 31.3.2015	1.1.2014 - 31.3.2014
Ergebnis vor Ertragsteuern	61.028	60.024
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	9.796	9.760
Zinsen und ähnliche Erträge	-250	-292
Ergebnis der weitergeführten und aufgegebenen Geschäftsbereiche vor Ertragsteuern und Zinsen (EBIT)	70.574	69.492

Sonstige Anhangangaben

5. Zu beizulegenden Zeitwerten machen wir die folgenden Angaben:

In der nachfolgenden Übersicht „Fair-Value-Hierarchie zum 31. März 2015“ wird dargelegt, auf welchen wesentlichen Parametern die Bewertung zum einen der zum beizulegenden Zeitwert bilanzierten Finanzinstrumente sowie zum anderen auch des Teils der zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanzierten Finanzinstrumente, für die ein beizulegender Zeitwert ermittelt wurde, basiert. Zur Definition der einzelnen Levels gemäß IFRS 13 verweisen wir auf den Anhang des Konzernabschlusses zum 31. Dezember 2014 der freenet AG.

Finanzinstrumente nach Klassen per 31. März 2015

In TEUR	Bewertungs- kategorie nach IAS 39	Wertansatz				Fair Value 31.3.2015
		Buchwert 31.3.2015	Fortgeführte Anschaffungs- kosten	Anschaffungs- kosten	Fair Value erfolgs- wirksam	
Aktiva						
Zahlungsmittel	KF	172.987	172.987			172.987
Summe der Flüssigen Mittel		172.987	172.987			172.987
Sonstige Finanzanlagen, bewertet zu Anschaffungskosten	ZVF	503		503		-
Sonstige Finanzanlagen, über das sonstige Ergebnis bewertet, zum Fair Value	ZVF	1.028			1.028	1.028
Summe Sonstige Finanzanlagen		1.531				
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	KF	426.977	426.977			427.415
Sonstige nicht-derivative finanzielle Vermögenswerte	KF	23.205	23.205			23.205
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	ZVF	2.813			2.813	2.813
Nicht-finanzielle Vermögenswerte		10.019				
Summe Übrige Forderungen und sonstige Vermögenswerte		36.037				
Passiva						
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FV	354.555	354.555			354.555
Finanzschulden	FV	546.606	546.485			578.095
Summe Finanzschulden im Anwendungsbereich von IFRS 7		546.606				578.095
Sonstige nicht-derivate finanzielle Verbindlichkeiten	FV	49.184	49.184			49.184
Nicht-finanzielle Verbindlichkeiten		79.160				
Summe Übrige Verbindlichkeiten und Abgrenzungen		128.344				
Nicht unter den Anwendungsbereich von IFRS 7 fallende Finanzinstrumente						
Pensionsrückstellungen nach IAS 19		65.357				65.357
Rückstellungen nach IFRS 2 für Mitarbeiter- beteiligungsprogramme		4.929				4.929
Summe der nicht unter den Anwendungsbereich von IFRS 7 fallenden Finanzinstrumente		70.286				
Davon aggregiert nach Bewertungskategorien gemäß IAS 39						
Zur Veräußerung verfügbare Finanzinstrumente	ZVF	4.344		503	3.841	3.841
Kredite und Forderungen	KF	623.169	623.169			623.607
Finanzielle Verbindlichkeiten, bewertet zu fortgeführten Anschaffungskosten	FV	-950.345	-950.224			-981.834

Fair-Value-Hierarchie zum 31. März 2015

In TEUR	Summe	Level 1	Level 2	Level 3
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	2.813	2.813	0	0
Sonstige Finanzanlagen	1.028	1.028	0	0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	79.708	0	0	79.708
Finanzschulden	549.850	425.348	0	124.502
Gesamt	-466.301	-421.507	0	-44.794

Es haben sich keine Verschiebungen hinsichtlich der Levels ergeben.

Die sonstigen Finanzanlagen werden grundsätzlich zum beizulegenden Zeitwert bewertet. Soweit eine verlässliche Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts nicht möglich ist, erfolgt eine Bewertung zu Anschaffungskosten. Die Anteile, die zu Anschaffungskosten bewertet werden, sind nicht börsennotiert und es besteht für sie kein aktiver Markt. Weiterhin ist eine Veräußerung derzeit nicht vorgesehen. Soweit Hinweise auf niedrigere beizulegende Zeitwerte bestehen, werden diese angesetzt.

6. Der Konsolidierungskreis blieb im Vergleich zum Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014 unverändert.
7. Auf Basis eines aktualisierten Zinssatzes von 1,5 Prozent (31.12.2014: 1,9 Prozent) wurde bei sonst unveränderten Prämissen eine Neubewertung der Pensionsrückstellungen zum 31. März 2015 vorgenommen. Die hieraus resultierende Zuführung in Höhe von 5,7 Millionen Euro wurde zu 4,0 Millionen Euro im sonstigen Ergebnis sowie zu 1,7 Millionen Euro in den Latenten Ertragsteueransprüchen erfasst.
8. Der Berechnung der laufenden und latenten Ertragsteuern wurde wie im Konzernabschluss 2014 ein Durchschnittssteuersatz von 30,05 Prozent (Vorjahresvergleichszeitraum: 29,85 Prozent) zu Grunde gelegt.
9. Während der ersten drei Monate 2015 verringerten sich die Netto-Finanzschulden von 426,6 Millionen Euro um 53,0 Millionen Euro auf 373,6 Millionen Euro. Der in Höhe von 70,5 Millionen Euro erzielte Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit stellte den wesentlichen die Netto-Finanzschulden reduzierenden Faktor dar.
10. Ereignisse von wesentlicher Bedeutung nach dem Stichtag haben sich nicht ergeben.

11. Segmentberichterstattung

Der Vorstand organisiert und steuert das Unternehmen als Hauptentscheidungsträger auf der Grundlage der Unterschiede zwischen den einzelnen angebotenen Produkten und Dienstleistungen. Da der Konzern seine Geschäftstätigkeit nahezu ausschließlich in Deutschland ausübt, erfolgt keine Organisation und Steuerung nach geografischen Bereichen. Der Konzern war im ersten Quartal 2015 in den folgenden Geschäftssegmenten tätig:

■ Mobilfunk:

- Tätigkeiten als Mobilfunk-Service-Provider – Vermarktung von Mobilfunkdienstleistungen (Sprach- und Datendiensten) der Mobilfunknetzbetreiber T-Mobile, Vodafone, E-Plus und O2 in Deutschland
- auf der Grundlage der mit diesen Netzbetreibern geschlossenen Netzbetreiberverträge sowohl Angebot eigener netzunabhängiger Dienste und Tarife als auch Angebot der Tarife der Netzbetreiber
- Vertrieb/Verkauf von Mobilfunk-Endgeräten sowie zusätzlicher Dienste in den Bereichen von mobiler Datenkommunikation sowie Digital Lifestyle
- Erbringung von Vertriebsdienstleistungen

■ Sonstige/Holding:

- Erbringung von Portal-Dienstleistungen wie E-Commerce/Advertising-Leistungen (diese beinhalten im Wesentlichen das Angebot des Online-Shoppings und die Vermarktung von Werbeflächen auf Internetseiten), von Bezahldiensten für Endkunden sowie Angebot verschiedener digitaler Produkte und Unterhaltungsformate zum Download bzw. zur Anzeige und Nutzung auf mobilen Endgeräten
- Entwicklung von Kommunikationslösungen, EDV-Dienstleistungen und sonstigen Leistungen für Geschäftskunden
- Angebot schmalbandiger Sprachdienste (Call-by-Call, Preselection) und Datendienste
- Erbringung von Vertriebsdienstleistungen

Im Segment „Sonstige/Holding“ sind neben den operativen Tätigkeiten auch übrige Geschäftsaktivitäten zusammengefasst. Hierzu zählt im Wesentlichen die Holding-Tätigkeit der freenet AG (mit der Erbringung von innerkonzernlichen Dienstleistungen in Zentralbereichen wie zum Beispiel Recht, Personal und Finanzen), daneben aber auch nicht eindeutig zuordenbare Buchungen. Die für das Segment „Sonstige/Holding“ für Q1/2015 berichteten Segmentumsatzerlöse in Höhe von 21,9 Millionen Euro (Vorjahr: 19,9 Millionen Euro) betreffen zu 19,8 Millionen Euro (Vorjahr: 17,4 Millionen Euro) die operativen Geschäftstätigkeiten und zu 2,1 Millionen Euro (Vorjahr: 2,5 Millionen Euro) die übrigen Geschäftsaktivitäten. Der für das Segment „Sonstige/Holding“ in Q1/2015 ausgewiesene Rohertrag von 14,2 Millionen Euro (Vorjahr: 12,5 Millionen Euro) entfällt zu 14,4 Millionen Euro (Vorjahr: 12,6 Millionen Euro) auf die operativen Tätigkeiten sowie zu -0,2 Millionen Euro (Vorjahr: -0,1 Millionen Euro) auf die übrigen Geschäftsaktivitäten. Das für das Segment „Sonstige/Holding“ im Q1/2015 ausgewiesene EBITDA von -5,3 Millionen Euro (Vorjahr: -5,1 Millionen Euro) wurde zu 0,7 Millionen Euro (Vorjahr: -0,7 Millionen Euro) mit den operativen Tätigkeiten sowie zu -6,0 Millionen Euro (Vorjahr: -4,4 Millionen Euro) mit den übrigen Geschäftsaktivitäten erzielt. Das für das Segment „Sonstige/Holding“ für Q1/2015 berichtete EBIT in Höhe von -8,0 Millionen Euro (Vorjahr: -7,4 Millionen Euro) betrifft zu -1,8 Millionen Euro (Vorjahr: -2,8 Millionen Euro) die operativen Geschäftstätigkeiten sowie zu -6,2 Millionen Euro (Vorjahr: -4,6 Millionen Euro) die übrigen Geschäftsaktivitäten.

Segmentbericht vom 1. Januar bis 31. März 2015

In TEUR	Mobilfunk	Sonstige/ Holding	Eliminierung der intersegmentären Erlöse und Aufwendungen	Gesamt
Umsatzerlöse mit Dritten	731.694	16.780	0	748.474
Intersegmenterlöse	2.935	5.132	-8.067	0
Umsatzerlöse gesamt	734.629	21.912	-8.067	748.474
Materialaufwand gegenüber Dritten	-552.135	-4.948	0	-557.083
Intersegmentärer Materialaufwand	-3.584	-2.741	6.324	0
Materialaufwand gesamt	-555.719	-7.688	6.324	-557.083
Segment Rohertrag	178.911	14.224	-1.743	191.391
Sonstige betriebliche Erträge	13.512	1.167	-1.010	13.670
Andere aktivierte Eigenleistungen	1.993	573	0	2.566
Personalaufwand	-38.715	-11.458	0	-50.173
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-64.376	-9.834	2.753	-71.457
Ergebnis nach der Equity-Methode einbezogener Unternehmen	0	31	0	31
Segment-EBITDA	91.324	-5.296	0	86.029
Abschreibungen und Wertminderungen	-12.734	-2.721	0	-15.455
Segment-EBIT	78.590	-8.016	0	70.574
Konzernfinanzergebnis				-9.546
Ertragsteuern				-4.814
Konzernergebnis aus weitergeführten Geschäftsbereichen				56.214
Konzernergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen				0
Konzernergebnis				56.214
Anteil der Aktionäre der freenet AG am Konzernergebnis				55.965
Auf nicht beherrschende Anteile entfallendes Konzernergebnis				249
Zahlungswirksame Investitionen der weitergeführten Geschäftsbereiche	7.384	1.011		8.395

Segmentbericht vom 1. Januar bis 31. März 2014

In TEUR	Mobilfunk	Sonstige/ Holding	Eliminierung der intersegmentären Erlöse und Aufwendungen	Gesamt
Umsatzerlöse mit Dritten	700.934	16.590	0	717.524
Intersegmenterlöse	3.023	3.286	-6.309	0
Umsatzerlöse gesamt	703.957	19.876	-6.309	717.524
Materialaufwand gegenüber Dritten	-530.465	-4.553	0	-535.018
Intersegmentärer Materialaufwand	-2.028	-2.847	4.875	0
Materialaufwand gesamt	-532.493	-7.400	4.875	-535.018
Segment Rohertrag	171.464	12.476	-1.434	182.506
Sonstige betriebliche Erträge	14.905	1.266	-938	15.233
Andere aktivierte Eigenleistungen	2.180	217	0	2.398
Personalaufwand	-36.352	-9.943	0	-46.295
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-61.665	-9.169	2.371	-68.463
Ergebnis nach der Equity-Methode einbezogener Unternehmen	0	70	0	70
Segment-EBITDA	90.532	-5.083	0	85.449
Abschreibungen und Wertminderungen	-13.655	-2.302	0	-15.957
Segment-EBIT	76.877	-7.385	0	69.492
Konzernfinanzergebnis				-9.468
Ertragsteuern				-2.596
Konzernergebnis aus weitergeführten Geschäftsbereichen				57.428
Konzernergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen				0
Konzernergebnis				57.428
Anteil der Aktionäre der freenet AG am Konzernergebnis				57.331
Auf nicht beherrschende Anteile entfallendes Konzernergebnis				97
Zahlungswirksame Investitionen der weitergeführten Geschäftsbereiche	5.601	522		6.123

FINANZKALENDER

7. Mai 2015	Veröffentlichung Zwischenbericht zum 31. März 2015 – 1. Quartal 2015
21. Mai 2015	Hauptversammlung
27. Mai 2015 ¹	Berenberg TMT Conference, Zürich, Schweiz
17.-19. Juni 2015 ¹	dbAccess German, Swiss & Austrian Conference, Berlin, Deutschland
6. August 2015 ¹	Veröffentlichung Zwischenbericht zum 30. Juni 2015 – 2. Quartal 2015
3.-4. September 2015 ¹	dbAccess European TMT Conference, London, Großbritannien
9. September 2015 ¹	Commerzbank TMT and Consumer Conference, Frankfurt, Deutschland
10. September 2015 ¹	ESN European Conference, Frankfurt, Deutschland
21.-22. September 2015 ¹	Berenberg und Goldman Sachs German Corporate Conference, München, Deutschland
6. November 2015 ¹	Veröffentlichung Zwischenbericht zum 30. September 2015 – 3. Quartal 2015
11.-13. November 2015 ¹	Morgan Stanley TMT Conference, Barcelona, Spain
2. Dezember 2015 ¹	Berenberg European Conference, Surrey Heath, Großbritannien

¹ Voraussichtliche Termine.

IMPRESSUM, KONTAKT, PUBLIKATIONEN

freenet AG

Hollerstraße 126
24782 Büdelsdorf

Telefon: 0 4331/69 - 10 00
Internet: www.freenet-group.de

freenet AG

Investor Relations
Deelbögenkamp 4c
22297 Hamburg

Telefon: 0 40/5 13 06-7 78
Fax: 0 40/5 13 06-9 70
E-Mail: investor.relations@freenet.ag

Den Geschäftsbericht und unsere Zwischenberichte finden Sie auch im Internet unter:
<http://www.freenet-group.de/investor-relations/publikationen>

Der Zwischenbericht liegt auch in englischer Fassung vor.
Im Zweifelsfall ist die deutsche Fassung maßgeblich.

Aktuelle Informationen zur freenet AG und zu ihrer Aktie sind für Sie auf unserer Website unter
www.freenet-group.de verfügbar.



Wenn Ihr Mobiltelefon über eine QR-Code-Erkennungssoftware verfügt, so gelangen Sie mit dem Scannen des Codes auf die Webseite der freenet Group.

