

ZWISCHENBERICHT

ZUM 30. SEPTEMBER 2015

Q3
2015

INHALTSVERZEICHNIS

Kennzahlen	4
An unsere Aktionäre	6
Brief an die Aktionäre	7
Die freenet AG am Kapitalmarkt	11
Konzern-Zwischenlagebericht	16
Wirtschaftsbericht	18
Nachtragsbericht	28
Chancen- und Risikobericht	29
Prognosebericht	29
Verkürzter Konzern-Zwischenabschluss	32
Konzerngewinn- und Verlustrechnung für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2015	36
Konzern-Gesamtergebnisrechnung für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2015	37
Konzernbilanz zum 30. September 2015	38
Aufstellung über Veränderungen des Eigenkapitals für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2015	40
Konzern-Kapitalflussrechnung für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2015	41
Ausgewählte erläuternde Anhangangaben gemäß IAS 34	42
Weitere Informationen	50
Finanzkalender	50
Impressum, Kontakt, Publikationen	51

KENNZAHLEN: ÜBERSICHT KONZERN

Operative Entwicklung

In Mio. EUR bzw. lt. Angabe	Q1-Q3/2015	Q1-Q3/2014	Q3/2015	Q2/2015	Q3/2014
Umsatzerlöse	2.291,1	2.206,9	790,1	752,5	762,1
Rohertrag	574,9	567,3	197,1	186,4	194,2
EBITDA	272,4	269,3	97,3	89,1	96,3
EBIT	219,9	221,6	79,0	70,3	80,9
EBT	190,7	192,1	69,0	60,6	71,6
Konzernergebnis aus weitergeführten Geschäftsbereichen	173,1	180,7	61,9	54,9	66,2
Konzernergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Konzernergebnis	173,1	180,7	61,9	54,9	66,2
Ergebnis je Aktie (in EUR) (verwässert und unverwässert)	1,35	1,41	0,48	0,42	0,52

Bilanz

In Mio. EUR bzw. lt. Angabe	30.9.2015	30.9.2014	30.9.2015	30.6.2015	30.9.2014
Bilanzsumme	2.554,6	2.436,7	2.554,6	2.464,7	2.436,7
Eigenkapital	1.280,1	1.234,8	1.280,1	1.217,3	1.234,8
Eigenkapitalquote (in %)	50,1	50,7	50,1	49,4	50,7

Finanzen und Investitionen

In Mio. EUR	Q1-Q3/2015	Q1-Q3/2014	Q3/2015	Q2/2015	Q3/2014
Free Cashflow ¹	217,4	210,9	81,1	74,1	79,6
Abschreibungen und Wertminderungen	52,6	47,7	18,4	18,8	15,3
Nettoinvestitionen (CAPEX)	19,7	18,7	4,8	6,6	8,3
Nettofinanzschulden ²	429,3	472,0	429,3	500,3	472,0

Aktie

	30.9.2015	30.9.2014	30.9.2015	30.6.2015	30.9.2014
Schlusskurs Xetra (in EUR)	29,54	20,61	29,54	30,22	20,61
Anzahl der ausgegebenen Aktien (in Tsd.)	128.061	128.061	128.061	128.061	128.061
Marktkapitalisierung (in Mio. EUR)	3.782,3	2.638,7	3.782,3	3.869,4	2.638,7

Mitarbeiter

	30.9.2015	30.9.2014	30.9.2015	30.6.2015	30.9.2014
Mitarbeiter	4.547	4.939	4.547	4.611	4.939

KENNZAHLEN: ÜBERSICHT SEGMENT MOBILFUNK

Kundenentwicklung

In Mio.	Q1-Q3/2015	Q1-Q3/2014	Q3/2015	Q2/2015	Q3/2014
Mobilfunkkunden/-karten ²	12,28	12,83	12,28	12,38	12,83
davon Customer Ownership	9,21	8,90	9,21	9,11	8,90
davon Postpaid	6,23	5,97	6,23	6,16	5,97
davon No-frills	2,97	2,93	2,97	2,94	2,93
davon Prepaid	3,07	3,93	3,07	3,27	3,93
Brutto-Neukunden/-karten	2,10	2,18	0,71	0,68	0,76
Netto-Veränderung	-0,45	-0,46	-0,10	-0,16	-0,16

Operative Entwicklung

In Mio. EUR	Q1-Q3/2015	Q1-Q3/2014	Q3/2015	Q2/2015	Q3/2014
Umsatzerlöse	2.249,6	2.168,4	776,0	739,0	749,9
Rohertrag	539,3	535,2	186,1	174,3	184,3
EBITDA	283,6	280,6	100,2	92,1	98,7
EBIT	239,5	240,5	84,7	76,2	86,1

Monatlicher Umsatz pro Kunde (ARPU)

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

- 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 Am Ende der Periode.



Von links nach rechts: Joachim Preisig, Vorstand Finanzen & Controlling (CFO),
Christoph Vilanek, Vorstandsvorsitzender (CEO), Stephan Esch, IT-Vorstand (CTO).

BRIEF

AN DIE AKTIONÄRE

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

mit sehr beeindruckenden Zahlen hat die Elektronikmesse IFA in Berlin vor wenigen Wochen einmal mehr den massiven Umbruch belegt, den Wirtschaft und Gesellschaft unter dem Stichwort „Digital Lifestyle“ derzeit vollziehen. So wird nach dort veröffentlichten Prognosen von Marktforschungsinstituten im laufenden Jahr der Absatz von Fernsehgeräten in Deutschland um sechs Prozent auf voraussichtlich 7,45 Millionen sinken; die klassische Konsumelektronik verliert also immer mehr an Bedeutung.

Andererseits werden 2015 in der Bundesrepublik mehr als 25 Millionen Smartphones neu abgesetzt – damit gestalten bereits jetzt zwei Drittel der Bundesbürger ihr Berufs- und Freizeitleben mobil. Dabei können sie mit ihren internetfähigen Handys, aber auch mit Tablets und den jetzt aktuellen Smartwatches auf inzwischen 3,7 Millionen Apps der verschiedenen Anbieter und Systeme zugreifen. Derart ausgestattet avancieren die Endgeräte zu extrem leistungsstarken wie vielseitigen Alleskönnern – rund um Kommunikation, Information und Gesundheit, um Unterhaltung mit Musik, Film und Fotografie, als mobiles Steuerungsinstrument unseres Zuhauses sowie immer mehr auch als Zahlungsmittel im Handel.

Die freenet AG prägt diesen massiven Wandel unseres Lebensstils bereits seit mehreren Jahren auf behutsame Weise mit: Als Service Provider bedienen wir mit unseren Produkten und Dienstleistungen zunehmend den attraktiven Wachstumsmarkt rund um Digital Lifestyle – mit Smartphone- und Tablet-basierten Anwendungen wie Home Automation und Security, Entertainment, Health und Datensicherheit. Gleichzeitig adressieren wir unverändert unser traditionelles Kerngeschäftsfeld Mobilfunk: Unsere Hauptmarke mobilcom-debitel zielt auf qualitativ hochwertige Vertragskunden mit hohem Beratungsbedarf und individuellen Nutzungsprofilen, während sich unsere Discountmarken auf sehr preisbewusste Smartphone-Nutzer fokussieren.

Mit dieser Strategie begegnen wir erfolgreich den Herausforderungen unserer Branche: Im sehr wettbewerbsintensiven Mobilfunk halten wir die marktübergreifend stetig sinkenden ARPUs vergleichsweise stabil und sichern der freenet AG so eine nachhaltig hohe Profitabilität. Zudem schaffen wir mit innovativen Angeboten rund um Digital Lifestyle eine zweite Erlösquelle für unser Unternehmen.

Die Zahlen für das dritte Quartal 2015 unterstreichen dann auch die positiven Entwicklungen der vergangenen Quartale:

- Der Customer-Ownership-Bestand als wichtige Steuerungsgröße unseres Unternehmens legt weiter kontinuierlich zu – nun bereits seit über vier Jahren in Folge: Die Kundenzahl im Postpaid- und No-frills-Bereich ist per Ende September gegenüber dem Vorquartal um 101 Tausend auf jetzt 9,21 Millionen angewachsen; die darin enthaltene Anzahl besonders werthaltiger Vertragskunden mit Zweijahresverträgen hat sich im Vergleich zum 30. Juni 2015 ebenfalls vergrößert, und zwar um rund 71 Tausend auf 6,23 Millionen.
- Die Stabilisierung des Postpaid-ARPU setzt sich mit einem Wert von 21,9 Euro im dritten Quartal 2015 fort. Im Vergleich zum Vorquartal entspricht dies einem Anstieg von 0,5 Euro, gegenüber dem Vorjahresquartal einer leichten Erhöhung um 0,2 Euro.
- Die Umsätze haben sich aufgrund dieser Entwicklungen, aber auch wegen steigender, werthaltiger Erlöse im Bereich Digital Lifestyle gegenüber dem Vergleichs- und Vorquartal auf 790,1 Millionen Euro erhöht.
- Der Rohertrag ist mit 197,1 Millionen Euro gegenüber Q2/2015 und Q3/2014 ebenfalls gestiegen, bei einer Rohertragsmarge von 24,9 Prozent.
- Auch das EBITDA hat sich mit 97,3 Millionen Euro leicht um 1,1 Prozent gegenüber dem Vergleichsquartal in 2014 verbessert – ungeachtet unserer aufwändigen Maßnahmen rund um weiteres Kundenwachstum in den zurückliegenden Sommermonaten.
- Der Free Cashflow liegt mit jetzt 81,1 Millionen Euro auch leicht über dem Niveau des Vergleichs quartals 2014 (79,6 Millionen Euro).

Mit den kumulierten Zahlen für die ersten neun Monate 2015 – einem EBITDA von 272,4 Millionen Euro und einem Free Cashflow von 217,4 Millionen Euro – bewegen wir uns damit unverändert gut in unserem Zielkorridor für das Gesamtjahr 2015: einem EBITDA von etwa 370 Millionen Euro und einem Free Cashflow von etwa 280 Millionen Euro, bei weiter wachsendem Customer-Ownership-Bestand sowie stabilen ARPU und Umsätzen.

Auf dem Weg dorthin haben wir in den vergangenen Monaten unsere Erfolgsstrategie kontinuierlich fortgeführt – so konsequent und gleichzeitig umsichtig wie schon in den Quartalen zuvor. Beim Thema Digital Lifestyle hat dabei insbesondere GRAVIS besondere Akzente gesetzt.

So ergänzte die freenet Tochter als eine der ersten Handelsketten in Deutschland ihr Portfolio an Smartwatches um die neue Apple Watch samt passendem Zubehör – ein zentrales Thema auf der erwähnten IFA. Gleichzeitig reduzierte das Unternehmen im Rahmen der Markteinführung von Apple Music die Preise ausgewählter Produkte im Bereich Entertainment, beispielsweise Kopfhörer, In-Ear-Sets oder Bluetooth-Lautsprecher. Im September startete GRAVIS eine Kooperation mit DesignBar Solutions: Beginnend im Flagship Store am Berliner Ernst-Reuter-Platz, können Nutzer ihre iPhones künftig in ausgewählten GRAVIS Stores mit Wunschmotiven und persönlichen Fotos individualisieren. Und zum Quartalsende zählte die freenet Tochter einmal mehr zu den ersten Händlern in Deutschland, der in seinen 43 Stores Apple-Geräte der neuesten Generation anbot – aktuell das iPhone 6s sowie das größere Modell 6s Plus. Darüber hinaus warben mobilcom-debitel sowie die konzerneigenen

Discountmarken im Quartalsverlauf mit deutlich vergünstigten Smartphones und Tablets anderer führender Hersteller.

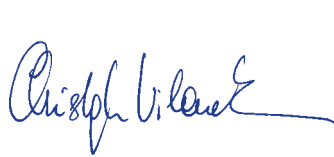
Gleichzeitig begleiteten – wie schon in den Vormonaten – zeitlich begrenzte Tarif-Sonderaktionen unserer diversen Konzernmarken die Produktoffensive rund um Digital Lifestyle; aufgrund unserer herausgehobenen Wettbewerbsposition als Service Provider haben die Kunden dabei stets die freie Wahl unter allen verfügbaren deutschen Mobilfunknetzen. Die Angebote laufen in der Regel über die unternehmenseigenen Handelsplattformen – und tragen nicht zuletzt mit dazu bei, dass freenet mit seinen einzelnen Marken immer wieder Spitzenplatzierungen in unabhängigen Tariftests der Fachpresse erzielt, und das über alle Nutzungsprofile hinweg. Die Kunden wiederum profitieren gegenüber den regulären Gebühren von Einsparungen, die sich über die zweijährige Vertragslaufzeit teilweise durchaus in dreistelligen Größenordnungen bewegen.

Unterlegt wurden diese Aktionen durch mehrere aufwändige Marketingaktionen in den Sommermonaten. Im Rahmen der inzwischen schon traditionellen Trucktour durch deutsche Großstädte – im Übrigen ein weiteres innovatives Alleinstellungsmerkmal im Mobilfunkmarkt – zeigte mobilcom-debitel Präsenz in 77 Top-Standorten und bei sechs besonderen Events beziehungsweise Festivals wie der Hanse Sail oder Bochum Total. Die zwei 15 Meter langen Trucks, ausgestattet mit integrierter Bühne und Lounge, großflächiger LED-Wand und Flat-TV und noch unterstützt durch zwei begleitende VW-Bullis, führten zu verdreifachten Besuchsfrequenzen in den rund 100 angrenzenden Shops. In der Folge stieg auch der Absatz vor Ort, und zwar um bis zu 70 Prozent für Smartphones, Zubehör und neue Mobilfunkverträge. Bezahlt machte sich dabei, dass alle wesentlichen Hardware-Hersteller bei der Städte-Tour mit an Bord waren – die Kunden also die bestmögliche Auswahl und Beratung vorfanden.

Zusätzlich liefen im Juli und August zwei große klassische Werbekampagnen von mobilcom-debitel und klarmobil. Sie umfassten vor allem TV-Spots in reichweitenstarken Privatsendern, aber ebenso intensive Onlinekommunikation sowie – für unsere Hauptmarke – vielfältige Aktionen vor Ort in den mobilcom-debitel Shops. Bei den ´Sommerwochen` von mobilcom-debitel stand der Absatz von Smartphones, Zubehör und sonstiger Hardware im Fokus. Als neue Gallionsfigur fungierte vor dem Hintergrund der mediendominierenden Griechenland-Krise im betreffenden Zeitraum „Costa Fast Gar Nix“. Der provokant-freche, stark polarisierende Grieche erzeugte – auch in Relation zu den Werbeaufwendungen – eine enorme Aufmerksamkeit und traf zudem den Markenkern des Unternehmens sehr gut. In der Folge stiegen zum einen wesentliche Imagewerte wie Bekanntheit und Vertrautheit der Marke sowie ihre Relevanz und Priorität bei potenziellen Käufen. Zum anderen erhöhten sich im Verlauf der Kampagne auch die tatsächlichen Verkäufe – und zwar über alle beworbenen Kampagnenprodukte hinweg, bei ausgewählten Smartphones, entsprechenden Neuverträgen wie auch beim Digital-Lifestyle-Zubehör.

Anerkennung für unseren Weg der kontinuierlichen Verbesserungen rund um Produkte, Tarife, Services und Kundennähe finden wir mithin in den steigenden Kundenzahlen und Erlösen in wichtigen Marktsegmenten. Aber auch darüber hinaus: So haben uns die Leser von `connect` – Europas größter Telekommunikationszeitschrift – im Juli zum siebten Mal in Folge zum „Besten Mobilfunk-Provider/Händler des Jahres“ gewählt. Gleichzeitig zählte unser Geschäftsbericht 2014 zu den Gewinnern in der TecDAX-Kategorie beim renommiertesten deutschen Investor-Relations-Wettbewerb – „Der beste Geschäftsbericht“, ermittelt vom Wirtschaftsmagazin `Bilanz` in Kooperation mit der Universität Münster. Gewürdigt wird dabei die inhaltliche Qualität der Berichte mit präziser, konsistenter Informationspolitik – im Hinblick auf das Vertrauen von Aktionären.

Natürlich freuen wir uns über die beiden Auszeichnungen – sie sind Anerkennung für das große Engagement und Know-how unserer rund viereinhalbtausend Mitarbeiter im Bemühen um bestmögliche Kundenorientierung und Anlegerinformation. Sie sind aber auch Ansporn und Auftrag für uns alle, in den kommenden Monaten und Quartalen konsequent und kontinuierlich an weiteren Verbesserungen zu arbeiten: in den Angeboten an die Kunden, in den unternehmensinternen Abläufen und Strukturen, in der Kommunikation nach innen wie außen – mit der Presse, den Finanzmärkten, mit unseren Mitarbeitern und Aktionären.



Christoph Vilanek



Joachim Preisig



Stephan Esch

DIE FREENET AG AM KAPITALMARKT

Kapitalmarktumfeld

Die Perspektiven für die Weltwirtschaft sind in den letzten Wochen spürbar unsicherer geworden. Mit Blick auf das schwieriger werdende globale Umfeld, insbesondere die deutliche konjunkturelle Abschwächung in China und den Schwellenländern, hat Christine Lagarde, Chefin des Internationalen Währungsfonds (IWF), die Erwartungen für das globale Wachstum heruntergeschraubt. Demnach seien die jüngsten IWF-Prognosen von 3,3 Prozent für das Jahr 2015 und 3,8 Prozent für das Jahr 2016 nicht länger realistisch. Die 3-Prozent-Marke sollte dennoch nicht unterschritten werden, so Lagarde.

Die angespannte Weltwirtschaftslage beeinflusste auch die Entwicklung des deutschen Börsenbarometers. Noch im April verzeichnete der Deutsche Aktienindex (DAX) bei 12.375 Punkten ein neues Rekordhoch, getragen von der Hoffnung auf ein robustes globales Wachstum im Jahresverlauf. Doch weltwirtschaftliche Sorgen, wie der Crash an den überhitzten chinesischen Aktienmärkten, die Unsicherheit um die Leitzinsanhebung in den USA, der Umgang mit der aktuellen Flüchtlingskrise und nicht zuletzt der VW-Skandal um gefälschte Abgaswerte führten im dritten Quartal zu einem merklichen Kurseinbruch.

Mit einem Minus von fast 12 Prozent markierte der DAX das schwächste Vierteljahr seit vier Jahren und schloss bei 9.660 Zählern.

Anleger mussten somit im dritten Quartal Einbußen hinnehmen, obgleich die deutsche Wirtschaft der weltwirtschaftlichen Unruhe zu trotzen scheint. Der ifo-Index ist zum dritten Mal in Folge gestiegen, was erneut die positive Stimmung der deutschen Unternehmen belegt. Die hohe Binnennachfrage resultierend aus der guten Arbeitsmarktlage gilt weiterhin als Konjunkturstütze und sorgt für steigende Importe. Aber auch der deutsche Außenhandel zeigt sich von seiner robusten Seite, nicht zuletzt aufgrund der zunehmenden Konjunkturerholung in Europa.

Das Kieler Institut für Weltwirtschaft (ifW) rechnet in einer Anfang September veröffentlichten Studie für das Jahr 2015 unverändert mit Zuwachsraten des deutschen Bruttoinlandsprodukts von 1,8 bis 2,1 Prozent. Auch die Chefvolkswirte der privaten Banken sind optimistisch: In ihrer Ende September veröffentlichten Konjunkturprognose erwarten sie im Jahr 2015 und 2016 für Deutschland ein Wirtschaftswachstum von je 1,7 Prozent.

freenet Aktie

Nach dem 28-prozentigen Kursanstieg im ersten Halbjahr 2015 gab die freenet Aktie im dritten Quartal einen Teil der Gewinne wieder ab. Mit einem Eröffnungskurs von 30,22 Euro auf der elektronischen Handelsplattform Xetra startete das Papier am 1. Juli in das neue Quartal und verzeichnete zunächst einen leichten Aufwärtstrend. Ausgehend von dem bisherigen Jahreshöchststand von 33,01 Euro am 5. August, fiel der Kurs bis zum 24. August auf 26,05 Euro, bevor er sich im Folgezeitraum stabilisierte und am 30. September bei 29,54 Euro schloss. Der durchschnittliche Xetra-Tagesschlusskurs betrug im dritten Quartal 29,75 Euro.

Im Quartalsverlauf wurden auf Xetra insgesamt 29,9 Millionen freenet Aktien gehandelt, im Vergleich zu 36,3 Millionen im Vorquartal 2015 und 42,4 Millionen im Vergleichsquarter 2014. Der Anteil des über alternative Handelsplätze („Dark Pools“) gehandelten Volumens ist im dritten Quartal auf rund 43 Prozent des gesamten Handelsvolumens gestiegen (Vorquartal: 38 Prozent). Das durchschnittliche Xetra-Handelsvolumen pro Tag entsprach im Berichtszeitraum

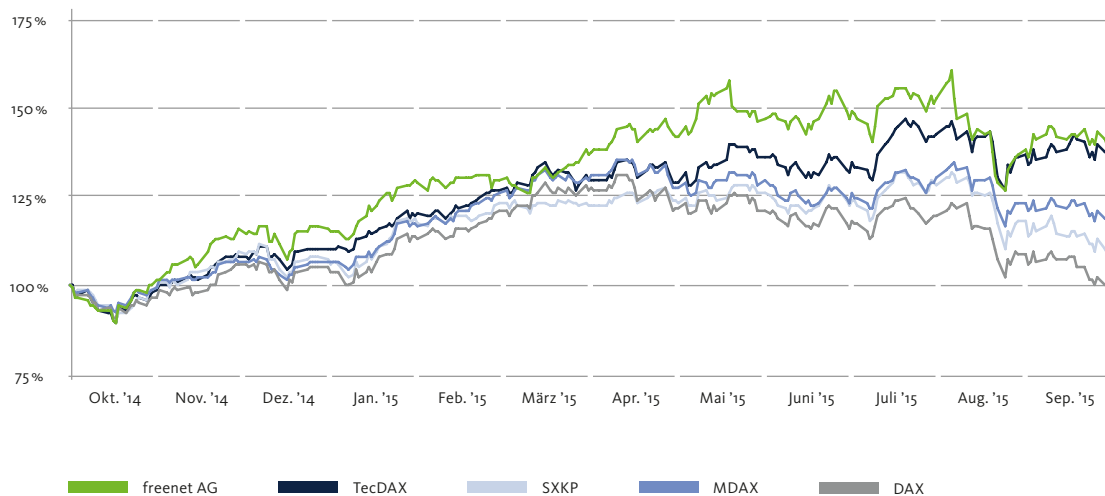
rund 453 Tausend Stück, im Vergleich zu rund 595 Tausend Stück im Vorquartal und rund 653 Tausend Stück im Vorjahresquartal.

Der freenet Aktienkurs fiel im dritten Quartal um rund 3,7 Prozent und verhielt sich damit gegenläufig zum Vergleichsindex TecDAX, der im selben Zeitraum ein Plus von 4,5 Prozent verzeichnete. Der SXKP Index, in dem die europäischen Telekomwerte zusammengefasst sind, fiel dagegen um 10,8 Prozent.

Im 12-Monats-Vergleich erzielte die Aktie der freenet AG ein Kursplus von 43,3 Prozent und überbot damit die Benchmark Indizes TecDAX (+39,9 Prozent) und SXKP (+10,2 Prozent).

Am Ende des Berichtszeitraums belegte die freenet Aktie im TecDAX Rang 4 gemessen an der Marktkapitalisierung sowie Rang 5 gemessen am Handelsvolumen.

Grafik 1: Performance der freenet Aktie in den vergangenen 12 Monaten (indiziert; 100 = Xetra-Schlusskurs am 30. September 2014)

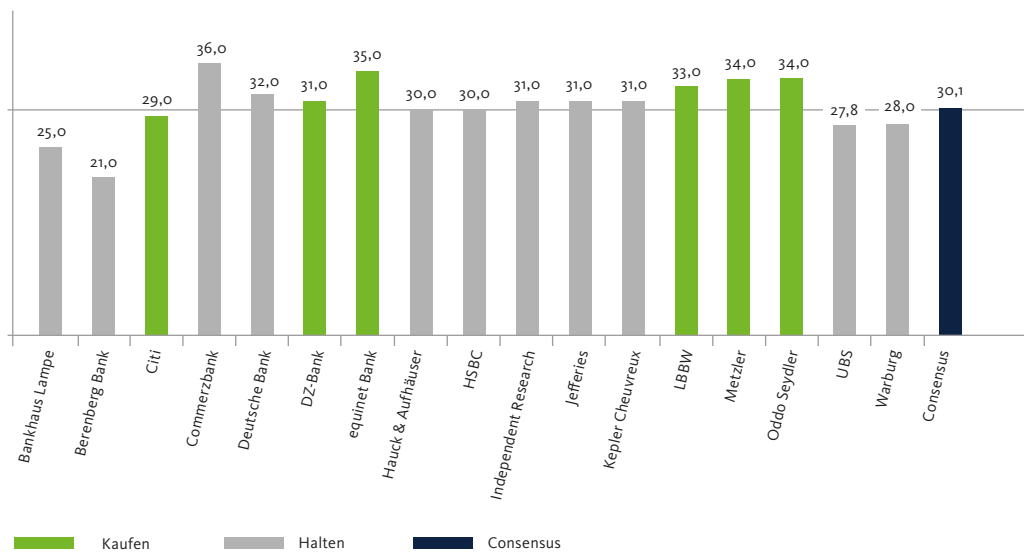


Analystenempfehlungen

Im dritten Quartal 2015 haben mit Jefferies und Kepler Cheuvreux zwei weitere renommierte Bankhäuser die Coverage der freenet AG aufgenommen. Somit

bewerten derzeit insgesamt 17 Finanzanalysten regelmäßig die Geschäftsentwicklung des Unternehmens.

Grafik 2: Aktuelle Empfehlungen zur freenet Aktie*



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 entfallende anteilige Betrag am Grundkapital beläuft sich auf 1,00 Euro.

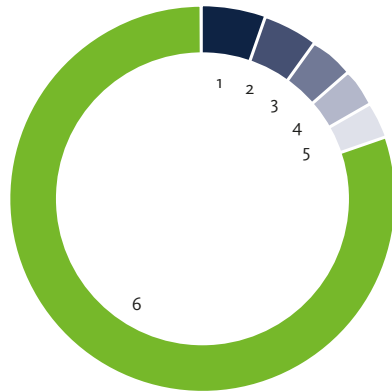
Die Aktionärsstruktur der freenet AG hat sich gemäß zugegangenen Stimmrechtsmitteilungen nach § 21 WpHG im Berichtszeitraum folgendermaßen verändert:

■ Die Deutsche Asset & Wealth Management Investment (Deutschland) hat uns im September die Überschreitung der 5-Prozent-Schwelle mitgeteilt. Am 3. September betrug der Stimmrechtsanteil an der freenet AG 5,23 Prozent (6.703.469 Stimmrechte).

* Stand: 30. September 2015.

Demnach stellte sich die Aktionärsstruktur zum 30. September 2015 wie folgt dar:

Grafik 3: Aktuelle Aktionärsstruktur



1	5,23 %	Deutsche Asset & Wealth Investment GmbH*
2	5,16 %	Allianz Global Investors GmbH*
3	3,70 %	The Capital Group Companies, Inc*
4	3,08 %	BlackRock, Inc*
5	3,04 %	Flossbach von Storch AG*
6	79,79 %	Übrige Aktionäre/Streubesitz**

* Einschließlich Zurechnungen gemäß WpHG

** Der Free float (gemäß Definition der Deutsche Börse AG) beträgt 89,61%.

Infolge der für das Berichtsquartal zugegangenen Stimmrechtsmitteilungen hat sich der Streubesitz im Vergleich zum 30. Juni 2015 von 83,41 Prozent um 3,62 Prozentpunkte auf 79,79 Prozent reduziert.



KONZERN-

ZWISCHENLAGEBERICHT



WIRTSCHAFTSBERICHT

Geschäftsverlauf

Als unabhängiger Service Provider bedient die freenet AG den Wachstumsmarkt Digital Lifestyle mit integrierten Produktwelten, kundenorientierten Dienstleistungen und günstigen Mobilfunktarifen in allen deutschen Mobilfunknetzen. 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 attraktivem 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 dritten Quartal 2015 hat die freenet AG ihre erfolgreiche Strategie rund um Digital Lifestyle, Mobilfunk und mobiles Internet konsequent fortgesetzt und die Angebote und Aktivitäten in diesen Bereichen weiter ausgebaut.

Neue Angebote bei Digital Lifestyle

Auf der Technikkmesse IFA Anfang September in Berlin spielten Computeruhren eine wesentliche Rolle. Dies gilt neben den gängigen Modellen von Asus, LG, Motorola, Samsung und Sony insbesondere für die 2015 neu in die Vermarktung gegangenen Produkte von Apple und Pebble.

Zum Ende des dritten Quartals begann das freenet Tochterunternehmen GRAVIS mit dem Verkauf der Apple Watch in zunächst 30 seiner Stores und zusätzlich über seine Website. Im Angebot sind dabei zwei Varianten – die Apple Watch Sport aus eloxiertem Aluminium sowie die Apple Watch mit Edelstahlgehäuse. Zusätzlich vertreibt GRAVIS auch passendes Zubehör wie Armbänder und Dockingstationen für die Smartwatches.

Ab Mitte September hatte GRAVIS seine Filialen darüber hinaus mit allen Pebble-Modellen bestückt; bis dahin waren die Computeruhren nur online bei der freenet Tochter verfügbar. Wer sein Wunschmodell im örtlichen GRAVIS Store begutachten möchte, kann es jetzt über den Onlinekanal in die gewünschte Filiale bestellen.

Im Rahmen der Markteinführung von Apple Music hatte freenet zudem mit Beginn des dritten Quartals die Preise ausgewählter Unterhaltungselektronik deutlich reduziert, unter anderem Kopfhörer, Bluetooth-Lautsprecher und In-Ear-Headsets. Hervorzuheben sind dabei die Beats Solo 2 und Studio 2.0, der Lautsprecher Beats Pill 2.0 oder der Z2 von Bowers & Wilkins. Zusätzlich halbierte mobilcom-debitel im Juli den Preis des P3 von Bowers & Wilkins. Das Angebot für den ultraleichten, faltbaren HiFi-Leichtkopfhörer mit exzellentem Klang, Design und Tragekomfort umfasste außerdem noch ein Kabel mit integrierter Fernbedienung und Mikrofon für iOS-Geräte sowie ein Audio-Line-Kabel für andere Devices.

Ebenfalls im Juli boten die einzelnen Konzernunternehmen der freenet AG weitere Digital-Lifestyle-Produkte zu vergünstigten Konditionen an:

- Bei GRAVIS verbilligte sich im Rahmen der 'Sonnentagsangebote' die Logitech K811 um über 30 Prozent gegenüber dem allgemeinen Marktpreis. Die Bluetooth-Tastatur mit Beleuchtung besticht vor

allem durch ihren eingebauten, per USB aufladbaren Akku und die Easy-Switch-Technologie, mithilfe derer sich beliebige Geräte koppeln und per einfachem Tastendruck automatisch verbinden lassen. Und Sondertasten regulieren die Displayhelligkeit und aktivieren Mission Control bei Apple-Geräten.

- mobilcom-debitel offerierte ein dreimonatiges Gratis-Testabonnement des Videostreaming-Anbieters Maxdome: Der Dienst für Serien und Filme von ProSieben/Sat1 ist nutzbar für iOS, Android, Windows, Smart-TVs, Konsolen sowie Chromecast; er kostet regulär 8 Euro monatlich. Und im Rahmen der Marketing-´Sommerwochen` war das Samsung Galaxy Grand Prime für 149 Euro erhältlich. Das schlanke Smartphone verfügt unter anderem über einen Quad-Core-Prozessor mit 1,2 Gigahertz Taktfrequenz, über eine nqHD-Touchscreen mit 5-Zoll-Bildschirmdiagonale, eine 5-Megapixel-Weitwinkel-Frontkamera sowie eine 8-Megapixel-Kamera auf der Rückseite, die Fotos und Videos in Full-HD-Qualität ermöglicht.
- Die Discounttochter klarmobil schließlich startete in Kooperation mit Sport Bild ein Aktionsangebot für das HTC Desire 626G Dual SIM. Das nur 8 Millimeter dünne und 137 Gramm leichte Smartphone mit einer 13-Megapixel-Rückkamera war in Kombination mit einer vergünstigten Allnet-Spar-Flat im Vodafone-Netz knapp 300 Euro günstiger im Vergleich zum Normalpreis.

Mitte September vereinbarte GRAVIS eine Kooperation mit DesignBar Solutions. Die Zusammenarbeit startete im GRAVIS Flagship Store am Berliner Ernst-Reuter-Platz: Dort können Kunden jetzt erstmals ihr iPhone-Zubehör mit Wunschmotiven und persönlichen Fotos an der in den Shop integrierten ´Designbar` bedrucken. Sie besteht aus einer Druckeinheit, einem Bedienterminal zur Auswahl des Wunschmotivs sowie der ´Cloud Cube` – einer zentralen IT-Komponente. Neben hochwertigen Motiven der Designbar lassen sich auch eigene, per WLAN übertragbare Fotos verwenden. GRAVIS bietet dazu für die individuelle Gestaltung eine große Auswahl an Zubehörprodukten wie Hard und Soft Cases oder Smartphone-Taschen von DesignBar Solutions an. Die aufeinander abgestimmten Designbar-Komponenten – bestehend aus Druckeinheit, Druckfarbe und bedrucktem Zubehör – gewährleisten einen hochwertigen, detailgenauen und langlebigen Druck.

Pünktlich zum offiziellen Verkaufsstart der neuesten iPhone-Generation bot GRAVIS dann Ende September das iPhone 6s sowie den größeren Bruder 6s Plus

in seinen 43 Stores an. Die aktuellen Versionen sind mit zahlreichen Spezifikationen und Features aufgewertet – wie beispielsweise 3D Touch, verbesserter 12-Megapixel-Kamera, hochauflösendem Retina HD Display und leistungsstarkem A9 Chip. Als besonderen Service kauft GRAVIS zudem iPhones der vorherigen Generationen sowie Android-Smartphones beim Erwerb des 6s an; den jeweiligen Wert ermitteln Verkaufsberater direkt vor Ort.

Weitere Tarif-Sonderaktionen

Wie bereits in den Vorquartalen setzte freenet in den Sommermonaten mit besonderen Tarifangeboten seiner Haupt- und Discountmarken einmal mehr Akzente in den jeweiligen Marktsegmenten – über alle deutschen Mobilfunknetze hinweg. Diese sehr günstigen Tarife wurden in der Regel kurzfristig und zeitlich begrenzt über die unternehmenseigene Handels-Plattform www.crash-tarife.de oder vergleichbare Plattformen angeboten. Im Folgenden eine Auswahl:

- Ende Juli startete mobilcom-debitel mit dem auf 39,99 Euro verbilligten RED-1,5-Tarif von Vodafone. Er enthält eine Telefon-, SMS- und Datenflat mit einem LTE-Inklusivvolumen von 1,5 GB und einer Surfgeschwindigkeit von bis zu 100 MBit/s. Zusätzlich kann der Kunde zwischen den Smartphones Samsung Galaxy S6 Edge oder iPhone 6 zum Preis von einem Euro wählen. Mitte des Monats vergünstigte das Unternehmen dann den Smart-Surf im Telefónica-Netz – mit 50 Freiminuten und Frei-SMS in alle deutschen Netze sowie 1 GB Highspeed-Datenvolumen – auf 9,99 Euro monatlich. Und zum Monatsende startete eine exklusive Aktion mit Computer Bild, in deren Rahmen Leser zum Smart Surf noch das neue Motorola Moto G3 zum Preis von nur einem Euro erhielten. freenetmobile reduzierte die FreeFlat im Telekom-Netz auf monatliche 16,95 Euro. Sie bietet kostenlose Gespräche in alle deutschen Netze, eine 250 MB Internet Flat und – für zusätzliche 4 Euro monatlich – eine SMS-Flat sowie ein auf 500 MB verdoppeltes Surfsvolumen. klarmobil wiederum verbilligte zur Monatsmitte bei den Tarifen AllNet-Starter im Telekom-Netz und AllNet-Spar-Flat im Vodafone-Netz die monatlichen Grundgebühren auf 6,95 Euro beziehungsweise 16,85 Euro und verdoppelte ebenfalls das Highspeed-Datenvolumen auf 400 MB respektive 500 MB. Zum Monatsende verbilligte die Discounttochter auch ihre AllNet-Flat im Vodafone-Netz um 15 Euro auf 9,85 Euro Grundgebühr im Monat. Damit können

Nutzer kostenlos in alle deutschen Netze telefonieren, SMS versenden sowie mit einem Volumen von 750 MB und bis zu 21,6 Mbits/s mobil surfen.

- Anfang August legte callmobile mit dem cleverSmart 400 einen Aktionstarif ohne Mindestlaufzeit im Vodafone-Netz auf. Er umfasst zum Monatspreis von 4,95 Euro neben 100 Frei-SMS und 100 Gesprächsminuten in alle deutschen Netze 400 MB ungedrosselte Datenübertragung im GPRS- und UMTS-Netz. klarmobil halbierte zur Monatsmitte die AllNet-Spar-Flat im D-Netz auf 9,85 Euro im Monat und verdoppelte gleichzeitig das Datenvolumen auf 500 MB – bei kostenlosen Gesprächen in alle deutschen Netze. mobilcom-debitel wiederholte eine erfolgreiche Sonderaktion vom November letzten Jahres und reduzierte den Tarif Yourflat im E-Plus-Netz von regulär 19,80 Euro auf 7,80 Euro monatlich. Er beinhaltet kostenlose Telefonate in alle deutschen Netze und ein ungedrosseltes Surfsvolumen von 500 MB mit 7,2 Mbits/s ohne LTE-Zugang.
- Anfang September startete das Unternehmen dann einen Aktionstarif fürs Web – die Internet-Flat 3.000. Für monatlich 9,99 Euro surfen Kunden mit einer Geschwindigkeit von bis zu 50 Mbits/s im LTE-Netz der Deutschen Telekom, bis das Highspeed-Datenvolumen von 3 GB verbraucht ist; danach drosselt sich die Datenrate auf 64 kbits/s. Mitte September reduzierte klarmobil den AllNet-Starter nochmals auf 3,95 Euro während der zweijährigen Mindestlaufzeit. Er bietet neben den bereits erwähnten 400 MB Highspeed-Volumen 100 Freiminuten in alle deutschen Netze sowie 100 Frei-SMS.

Innovative Kundenansprache ...

Größtmögliche Kundennähe zählt zu den wesentlichen Zielen und Wettbewerbskriterien der freenet AG als Service Provider. Die traditionellen Schnittpunkte bilden dabei die rund 570 eigenen mobilcom-debitel Shops und 43 GRAVIS Stores, gut 400 Exklusivpartnerschaften mit Elektronikmärkten, etwa 5.600 Vertriebspartner im Fachhandel, effiziente Onlinekanäle und Social Networks sowie der Dialog per App, Chat, E-Mail, Telefon oder Brief.

Gleichzeitig sucht das Unternehmen kontinuierlich neue, innovative Wege in der Kommunikation mit dem Kunden – mit dem Ziel, ihm die vielfältigen Möglichkeiten des Digital Lifestyle nahezubringen. Vor diesem Hintergrund hatte mobilcom-debitel bereits im März 2015 in der Hamburger Innenstadt

mit `#digitalrepublic` einen sogenannten Pop-up-Store eröffnet und dort neue Präsentationsmodelle erprobt. Interessierte konnten für zwei Wochen 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. Im Fokus stand dabei das Vorstellen, Erklären und Beraten – auf den Verkauf vor Ort verzichtete das Unternehmen.

Mitte Juli intensivierte mobilcom-debitel diesen innovativen Ansatz mit einem neuen Konzept-Shop in Mannheim. Für drei Monate präsentierte das Unternehmen im Stadthaus N1 die neuesten Digital-Lifestyle-Angebote wie Smartphones, Audio-Produkte oder Wearables in Erlebniswelten – inklusive Einblicke in Virtual Realities. Beispielsweise ermöglichte die VR-Brille OculusRift DK2 in Kombination mit einem original Rennwagensitz ein echtes Racing-Gefühl beim Nutzer. Zusätzlich setzte der Mannheimer Shop auf ein neues Möbelkonzept in zeitgemäßem Design. Zudem lud eine bequeme Lounge zum Relaxen, ausgiebigem Testen von Hardware oder Aufladen des eigenen Smartphones ein. Anders als im Hamburger Pop-up-Store konnte der Kunde die entsprechenden Produkte auch vor Ort erwerben.

Nicht neu, aber ein ebenfalls innovatives Alleinstellungsmerkmal im Mobilfunk-Wettbewerb ist die seit mehreren Jahren in den Sommermonaten durchgeführte Trucktour von mobilcom-debitel. Von Anfang Juni bis zum 5. September steuerten die zwei 15 Meter langen Trucks mit integrierter Bühne, Sitzlounge, LED-Wand und Flat-TV diesen Sommer insgesamt 77 deutsche Städte mit jeweils über 50.000 Einwohnern sowie sechs Sonderveranstaltungen an. Mit an Bord waren auch die wesentlichen Hardware-Hersteller, so dass den Kunden beim konkreten Erleben und Testen von Digital-Lifestyle-Produkten tatsächlich die bestmögliche Auswahl zur Verfügung stand. Im Anschluss an die insgesamt 168 Aktionstage stiegen in den angrenzenden 99 mobilcom-debitel Shops die Besucherfrequenz um über 200 Prozent und Beratung sowie Verkäufe von Smartphones, Zubehör und Neuverträgen um jeweils weit über 50 Prozent an.

Die intensivierte Kundenansprache durch mobilcom-debitel bezieht darüber hinaus auch diverse Aktionen auf stark frequentierten Messen und Events mit ein. Auf der Gamescom im August beispielsweise verlorste das Unternehmen in Kooperation mit D-Link drei Modelle des Gaming Routers DIR-890L.

Das speziell für Gamer konzipierte Gerät in futuristischem Design zeichnet sich durch niedrige Latenzzeiten beim Spielen und große Rechenkapazität aus. Angetrieben von einem Dualcore-SoC mit 1,0 GHz-Takt, behandelt der Router den PC und die Spielekonsole priorisiert, so dass Smartphones, Tablets und Laptops den Online-Spielspaß nicht beeinträchtigen.

... und erfolgreiche „Sommerwochen“

Zu Beginn des dritten Quartals startete mobilcom-debitel eine große Abverkaufskampagne. Im Vordergrund der bis Ende August datierten „Sommerwochen“ stand der Absatz von Hardware-Produkten, wie zum Beispiel Smartphones oder Zubehör, teilweise in Kombination mit Sondertarifen zu deren kostengünstiger Nutzung. Die Kampagne umfasste klassische Marketingmaßnahmen wie TV-Spots, eine umfassende Onlinekommunikation und eine Vielzahl an Aktivitäten am PoS. Gesicht der Kampagne und in alle Maßnahmen prominent eingebunden war – aus aktuellem Anlass – „Costa Fast Gar Nix“. Alle involvierten Shops und Leistungspartner von mobilcom-debitel erhielten im Rahmen der Kampagne unter anderem entsprechende Ausstattungen in Form von Angebotsflyern, Aufstellern und Schaufenster-Beklebungen, die vor allem auf Neukunden zielten.

Der stark polarisierende und im Verlauf der ‘Sommerwochen` zunehmend positiv emotionalisierende Grieche machte die Kampagne für mobilcom-debitel zu einer der effizientesten der vergangenen Jahre. Alle relevanten Messkriterien – wie gestützte und spontane Werbeparameter, die Bekanntheit und Vertrautheit der Marke, ihre Relevanz und Priorität für einen tatsächlichen Kauf – stiegen deutlich an. Vor allem aber überzeugte die Zuführung von neuen Kunden zu den Shops: Die Verkäufe über alle Kampagnenprodukte hinweg verdreifachten sich während der ‘Sommerwochen`, und einzelne, konkret beworbene Smartphones verkauften sich sogar über fünfzig tausend Mal.

Mitte Juli begann auch klarmobil eine Werbekampagne mit dem bereits bewährten Claim „Nicht faul sein: Wechseln!“ Dazu strahlten reichweitenstarke Privatsender wie ProSieben zwei Spots aus: Darin war TV-Entertainer Simon Gosejohann mit orangem Mikrofon in den Fußgängerzonen deutscher Städte unterwegs, um potenzielle Kunden von den Vorteilen eines Netz- und Anbieterwechsels zu überzeugen. Begleitet wurde die Kampagne durch Banner-Werbung, Social-Media-Aktivitäten und die Onlineplattform klarmobil.de.

Wesentliche Einflussfaktoren für den Geschäftsverlauf

Kundenentwicklung

Tabelle 1: Entwicklung der Mobilfunkkunden

In Mio.	30.9.2015	30.6.2015	31.3.2015	31.12.2014	30.9.2014
Mobilfunkkunden/-karten	12,28	12,38	12,54	12,73	12,83
davon Customer Ownership	9,21	9,11	9,04	8,92	8,90
davon Postpaid	6,23	6,16	6,10	6,01	5,97
davon No-frills	2,97	2,94	2,94	2,91	2,93
davon Prepaid	3,07	3,27	3,50	3,81	3,93

Die Kundenentwicklung im aktuellen Berichtszeitraum bestätigt erneut den eingeschlagenen Weg der freenet AG, sich sowohl in der Neukundengewinnung als auch im Bestandskundenmanagement auf nachhaltige Kundenbeziehungen zu fokussieren. Das Ergebnis dieser Strategie ist eine weitere Steigerung

des nicht finanziellen Leistungsindicators Customer Ownership. Im Vergleich zum 30. September 2014 ist ein Anstieg um 307 Tausend Teilnehmer oder 3,4 Prozent auf nun 9,21 Millionen zu verzeichnen. Gegenüber dem Vorquartal beträgt der Zuwachs 101 Tausend Teilnehmer oder 1,1 Prozent.

Maßgeblich für die Erhöhung des Customer Ownership-Bestands ist der für die strategische Geschäftsausrichtung bedeutsame Postpaid-Kundenbestand, in welchem alle im Konzern vermarkteten Mobilfunkverträge mit einer Laufzeit von 24 Monaten zusammengefasst sind. Der Bestand in dieser Kundengruppe steigt im Jahresvergleich überproportional um 263 Tausend Teilnehmer oder 4,4 Prozent auf 6,23 Millionen an. Allein im Vergleich zum 30. Juni 2015 beträgt der Anstieg rund 71 Tausend oder 1,2 Prozent.

Alle über Discount-Marken des Konzerns vertriebenen Mobilfunktarife mit kürzeren Laufzeiten werden im sogenannten No-frills-Bereich zusammengefasst. Trotz der beschriebenen Fokussierung auf

die Vertragskunden ist der Kundenbestand auch in diesem Kundensegment im Vorjahresvergleich um 44 Tausend Teilnehmer oder 1,5 Prozent gestiegen. Mit einem Anstieg von rund 30 Tausend Teilnehmern oder 1,0 Prozent konnte auch die Zahl der No-frills-Kunden des Vorquartals übertroffen werden.

Die Anzahl der sich im Umlauf befindlichen Prepaid-SIM-Karten, welche über die Hauptmarke mobilcom-debitel vertrieben werden, hat sich im Verlauf des Berichtsquartals weiter auf einen Endstand von 3,07 Millionen Karten reduziert. Dieser Rückgang resultiert erneut aus Abschaltungen nicht genutzter SIM-Karten durch die Netzbetreiber (technischer Churn).

Durchschnittlicher monatlicher Umsatz pro Kunde (ARPU)

Tabelle 2: Entwicklung des ARPU

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

Wie bedeutend die Gewinnung werthaltiger Vertragskunden für die freenet AG ist, zeigt die ARPU-Entwicklung im Jahr 2015. Der durchschnittliche monatliche Umsatz pro Kunde im Postpaid-Kundensegment ist im dritten Quartal 2015 auf 21,9 Euro angestiegen und liegt damit um 0,5 Euro über dem Vorquartal. Auch im Vergleich zum Vorjahr konnte der Postpaid-ARPU um 0,2 Euro gesteigert werden.

Der im No-frills-Kundensegment erzielte durchschnittliche monatliche Umsatz in Höhe von 2,6 Euro

liegt auf dem Niveau des vorhergehenden Quartals. Gegenüber dem dritten Quartal 2014 wird der No-frills-ARPU jedoch um 0,3 Euro geringer ausgewiesen.

Auch im Prepaid-Bereich übertrifft der ARPU mit 3,2 Euro im dritten Quartal 2015 das Ergebnis des Vorquartals um 0,2 Euro. Im Vorjahresvergleich ist eine leichte Steigerung um 0,1 Euro zu verzeichnen.

Steuerungssystem

Finanzielle und nicht finanzielle Leistungsindikatoren

Der Vorstand der freenet Group 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 dritten Quartals 2015 auf 4.547 verringert, verglichen mit 4.611 zum Ende des zweiten Quartals 2015 und 4.939 zum Ende des dritten Quartals 2014. Der Rückgang resultiert im Wesentlichen aus strukturellen Maßnahmen zur Optimierung der betrieblichen Leistungsprozesse.

Vermögens, Finanz- und Ertragslage

Umsatz- und Ertragslage

Tabelle 3: Wesentliche Kennzahlen des Konzerns

In TEUR	Q3/2015	Q3/2014	Ergebnisveränderung
Umsatzerlöse	790.053	762.136	27.917
Rohertrag	197.106	194.229	2.877
Gemeinkosten	-99.800	-97.965	-1.835
EBITDA	97.306	96.264	1.042
EBIT	78.950	80.916	-1.966
EBT	69.024	71.551	-2.527
Konzernergebnis	61.946	66.154	-4.208

Der **KONZERNUMSATZ** erhöhte sich im dritten Quartal 2015 gegenüber dem Vergleichsquarter des Vorjahres um 3,7 Prozent. Dies konnte in erster Linie durch den deutlich gestiegenen Customer-Ownership-Bestand (9,21 Millionen Kunden Ende September 2015 gegenüber 8,90 Millionen Kunden Ende September 2014) bei einem stabilen Postpaid-ARPU (21,9 Euro in Q3/2015 im Vergleich zu 21,7 Euro in Q3/2014) und

durch höhere Umsätze im Bereich Digital Lifestyle erreicht werden.

Der sich ergebende **ROHERTRAG** lag bei 197,1 Millionen Euro und damit um 2,9 Millionen Euro über dem Niveau des Vorjahresvergleichsquarterals. Die **ROHERTRAGSMARGE** sank gegenüber Q3/2014 leicht um

0,6 Prozentpunkte auf 24,9 Prozent – im Wesentlichen bedingt durch höhere Aktivierungszahlen, die zu einem Anstieg der Kundenakquisitionskosten geführt haben.

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 Q3/2014 leicht um 1,8 Millionen Euro, in erster Linie aufgrund zurückgegangener Mahn- und Rücklastschriftgebühren.

Das Konzernergebnis der weitergeführten Geschäftsbereiche vor Abschreibungen und Wertminderungen, Zinsen und Steuern (**EBITDA**) wird im Berichtsquartal 2015 mit 97,3 Millionen Euro und damit um 1,0 Millionen Euro über dem Niveau des Vorjahresvergleichs quartals ausgewiesen.

Die **ABSCHREIBUNGEN UND WERTMINDERUNGEN** erhöhten sich gegenüber Q3/2014 um 3,0 Millionen Euro auf 18,4 Millionen Euro, im Wesentlichen aufgrund des erhöhten Bestands an Software, Lizenzen und ähnlichen Rechten. Sie entfielen wie im Vorjahr im Wesentlichen auf Vertriebs- und Nutzungsrechte, immaterielle Vermögenswerte im Zusammenhang mit Kaufpreisallokationen aus Unternehmenserwerben sowie auf selbstgestellte Software.

Das **ZINSERGEBNIS** als Saldo der Zinserträge und -aufwendungen wurde im Berichtsquartal mit -9,9 Millionen Euro ausgewiesen, gleichbedeutend mit einem leichten Ergebnissrückgang gegenüber dem Vergleichsquartal des Vorjahres (-9,4 Millionen Euro). Der Nettozinsaufwand entfällt wie im Vorjahr im Wesentlichen auf die im Nennwert von 400,0 Millionen Euro bestehende Unternehmensanleihe.

Aufgrund der erläuterten Effekte ergibt sich ein **KONZERNGEWINN VOR STEUERN (EBT)** in Höhe von 69,0 Millionen Euro, was im Vorjahresvergleich einen Rückgang um 2,5 Millionen Euro darstellt.

Im Berichtsquartal 2015 wurden Aufwendungen aus **ERTRAGSTEUERN** in Höhe von 7,1 Millionen Euro (Q3/2014: 5,4 Millionen Euro) ausgewiesen. Dabei wurden laufende Steueraufwendungen in Höhe von 9,6 Millionen Euro (Vorjahr: 7,2 Millionen Euro) mit latenten Steuererträgen, im Wesentlichen aus der Zuschreibung auf latente Ertragsteueransprüche aus steuerlichen Verlustvorträgen, in Höhe von 2,5 Millionen Euro (Vorjahr: 1,8 Millionen Euro) saldiert.

Der im dritten Quartal 2015 ausgewiesene **KONZERNGEWINN** resultiert wie im Vergleichszeitraum des Vorjahres ausschließlich aus weitergeführten Geschäftsbereichen und addiert sich auf 61,9 Millionen Euro, was verglichen mit den im Vergleichsquartal des Vorjahres erzielten 66,2 Millionen Euro einer Verringerung um 4,2 Millionen Euro entspricht.

Vermögens- und Finanzlage

Tabelle 4: Ausgewählte Bilanzzahlen des Konzerns

Aktiva

In Mio. EUR	30.9.2015
Langfristiges Vermögen	1.853,6
Kurzfristiges Vermögen	701,0
Bilanzsumme	2.554,6
<hr/>	
In Mio. EUR	30.6.2015
Langfristiges Vermögen	1.867,0
Kurzfristiges Vermögen	597,6
Bilanzsumme	2.464,7

Die **BILANZSUMME** zum 30. September 2015 beträgt 2.554,6 Millionen Euro und hat sich somit gegenüber dem 30. Juni 2015 (2.464,7 Millionen Euro) um 89,9 Millionen Euro bzw. 3,6 Prozent erhöht.

Auf der **AKTIVSEITE** hat sich das **LANGFRISTIGE VERMÖGEN** um 13,5 Millionen Euro reduziert. Dies ist im Wesentlichen bedingt durch einen Rückgang der immateriellen Vermögenswerte um 12,4 Millionen Euro auf 373,3 Millionen Euro, hauptsächlich erklärt durch laufende Abschreibungen bei geringen Neuinvestitionen.

Im **KURZFRISTIGEN VERMÖGEN** ist zunächst der Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 25,5 Millionen Euro auf 398,8 Millionen Euro hervorzuheben. Diese Erhöhung ist ganz überwiegend durch den bekannten saisonalen Effekt der Abgrenzung von qualitativen und quantitativen Jahresboni gegenüber Netzbetreibern und Händlern bedingt.

Der deutliche Anstieg der flüssigen Mittel um 79,6 Millionen Euro auf 203,7 Millionen Euro resultierte vorwiegend aus dem in Höhe von 81,1 Millionen Euro erzielten Free Cashflow. Die revolvingende Kreditlinie war zum 30. September 2015, wie bereits zum 30. Juni 2015, nicht in Anspruch genommen worden.

Auf der **PASSIVSEITE** erhöhten sich die Brutto-Finanzschulden im Vergleich zum 30. Juni 2015 um 8,6 Millionen Euro auf 633,0 Millionen Euro, hauptsächlich aufgrund der Zinsabgrenzung auf die Unternehmensanleihe. Die im April 2016 endfällige Unternehmensanleihe wird per Ende September 2015 in Höhe

Passiva

In Mio. EUR	30.9.2015
Eigenkapital	1.280,1
Langfristige und kurzfristige Schulden	1.274,5
Bilanzsumme	2.554,6
<hr/>	
In Mio. EUR	30.6.2015
Eigenkapital	1.217,3
Langfristige und kurzfristige Schulden	1.247,3
Bilanzsumme	2.464,7

von 412,0 Millionen Euro unter den kurzfristigen Finanzschulden ausgewiesen, während die Schuldscheindarlehen in Höhe von 218,2 Millionen Euro unter den langfristigen Finanzschulden sowie mit 2,6 Millionen Euro unter den kurzfristigen Finanzschulden gezeigt werden.

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen erhöhten sich um 39,9 Millionen Euro auf 413,2 Millionen Euro – maßgeblich hierfür sind im Wesentlichen höhere Verbindlichkeiten gegenüber Netzbetreibern und Händlern – teils stichtagsbedingt, teils aufgrund von Jahresboni.

Die übrigen Verbindlichkeiten und Abgrenzungen reduzierten sich gegenüber dem Vorquartalsstichtag um 15,0 Millionen Euro – in dieser Position wird unter anderem der langfristige Teil der Verbindlichkeiten aus dem exklusiven Vertriebsrecht gegenüber der Media-Saturn Deutschland GmbH ausgewiesen, welcher sich in Folge der in Q3/2015 in Höhe von nominal 12,5 Millionen Euro plangemäß geleisteten Zahlung verringerte.

Die **EIGENKAPITALQUOTE** erhöhte sich, hauptsächlich aufgrund des im abgelaufenen Quartal erzielten Konzern-Jahresüberschusses, von 49,4 Prozent per Ende Juni 2015 auf 50,1 Prozent per Ende September 2015. Die **NETTO-FINANZVERSCHULDUNG** beläuft sich zum 30. September 2015 auf 429,3 Millionen Euro, was einen Abbau gegenüber dem zum Vorquartalsstichtag ausgewiesenen Stand um 71,0 Millionen Euro bedeutet, in erster Linie begründet durch den im abgelaufenen Quartal erzielten Free Cashflow.

Liquiditätslage

Tabelle 5: Wesentliche Cashflow-Kennzahlen des Konzerns

In Mio. EUR	Q3/2015	Q3/2014	Ergebnis- veränderung
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	86,0	87,9	-1,9
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-5,7	-5,3	-0,3
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-0,7	-0,9	0,2
Veränderung des Finanzmittelfonds	79,6	81,7	-2,1
Free Cashflow¹	81,1	79,6	1,5

Der **CASHFLOW AUS LAUFENDER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT** wird im dritten Quartal 2015 mit 86,0 Millionen Euro ausgewiesen, gleichbedeutend mit einem leichten Rückgang gegenüber dem Vorjahresquartal um 1,9 Millionen Euro. Bei einem leicht gestiegenen EBITDA wirkte sich die Zunahme des Net Working Capitals in Höhe von 1,7 Millionen Euro verringernd auf den Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit aus, während im Vergleichsquartal des Vorjahres eine Abnahme des Net Working Capitals um 0,7 Millionen Euro zu verzeichnen war – was insgesamt einen Effekt von 2,4 Millionen Euro erklärt. Zudem wurden im Berichtsquartal mit 9,5 Millionen Euro leicht höhere Steuerzahlungen geleistet im Vergleich zum dritten Quartal 2014 (8,9 Millionen Euro).

Der **CASHFLOW AUS INVESTITIONSTÄTIGKEIT** betrug in Q3/2015 -5,7 Millionen Euro gegenüber -5,3 Millionen

Euro im dritten Quartal 2014 und enthielt im Wesentlichen Investitionen in selbsterstellte Software sowie Betriebs- und Geschäftsausstattung.

Der **CASHFLOW AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEIT** entwickelte sich im Berichtsquartal gegenüber der Vergleichsperiode des Vorjahres von -0,9 Millionen Euro auf -0,7 Millionen Euro.

Im dritten Quartal 2015 wurde als Folge der vorstehend erläuterten Effekte ein **FREE CASHFLOW** in Höhe von 81,1 Millionen Euro erzielt, was einem leichten Anstieg gegenüber dem Niveau des Vergleichsquartals des Vorjahres (79,6 Millionen Euro) entspricht.

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 Oktober 2014 bis September 2015 bzw. für das Vorjahr Oktober 2013 bis September 2014) herangezogen.

Tabelle 6: Kennzahlen des Finanzmanagements

	Q3/2014	Ziel 2014/15	Q3/2015	Ziel 2015/16
Verschuldungsfaktor	1,3	1,0 – 2,5	1,2	1,0 – 2,5
Interest Cover	8,6	> 5	9,2	> 5
Eigenkapitalquote (in %)	50,7	> 50	50,1	> 50

Der Verschuldungsfaktor liegt mit 1,2 weiterhin im unteren Bereich der strategischen Bandbreite von 1,0 und 2,5. Bedingt durch die Dividendenausschüttung im Mai 2015 hatte dieser Faktor im Vorquartal noch bei 1,4 gelegen. Die Finanzschulden sind ganz überwiegend von der im April 2016 endfälligen Unternehmensanleihe über einen Nennwert von 400,0 Millionen Euro und den zwischen 2017 und 2022 endfälligen Schulscheindarlehen über einen Nennwert von insgesamt 220,0 Millionen Euro geprägt.

Der Interest Cover liegt mit 9,2, im Wesentlichen aufgrund des im Zwölf-Monats-Vergleich gestiegenen

EBITDA, etwas höher als in Q3/2014 (8,6) und damit nach wie vor deutlich über der Zielmarke.

Die Eigenkapitalquote befindet sich zum 30. September 2015 knapp über der Zielmarke von 50 Prozent und liegt damit ungefähr auf dem Niveau des Vergleichsstichtags des Vorjahres. Zu beachten ist, dass die Eigenkapitalquote in der Regel ihren im Quartalsvergleich tiefsten Stand nach der im zweiten Quartal erfolgten Dividendenausschüttung hat, so dass wir in den folgenden zwei Quartalen, bis zur nächsten Dividendenzahlung, von einem leichten Anstieg dieser Kennzahl ausgehen.

Dividendenpolitik

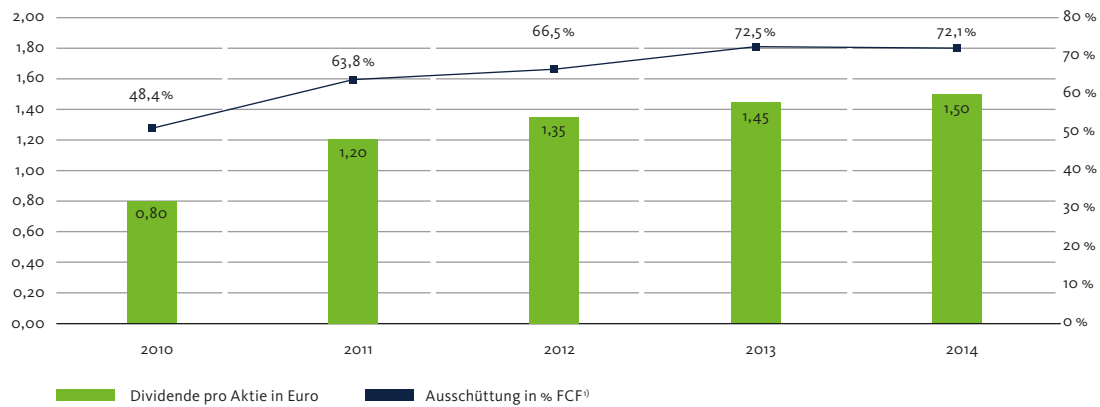
Die zu Beginn des Geschäftsjahres 2013 mit dem Aufsichtsrat abgestimmte, aktuelle Dividendenpolitik des Vorstands sieht vor, jeweils 50 bis 75 Prozent des für das Geschäftsjahr ausgewiesenen Free Cashflows als Dividende auszuschütten.

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.

Für das Geschäftsjahr 2014 hat die freenet AG im Mai 2015 insgesamt 72,1 Prozent des Free Cashflows – in Höhe von 1,50 Euro je dividendenberechtigter Aktie – ausgeschüttet.

Grafik 4: Kennzahlen der Dividendenpolitik



NACHTRAGSBERICHT

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

¹ 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 dritten Quartal 2015 haben sich im Vergleich zu den im Geschäftsbericht 2014 ausführlich unter „Chancen- und Risikobericht“ beschriebenen Chancen und Risiken, welche im Zwischenbericht zum 30. Juni 2015 aktualisiert wurden, keine wesentlichen

Änderungen ergeben. Der Geschäftsbericht 2014 sowie der Zwischenbericht zum 30. Juni 2015 sind im Internet unter <http://www.freenet-group.de/investor-relations/publikationen> 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 Halbjahr 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 7: Entwicklung der wesentlichen Leistungsindikatoren

In Mio. EUR bzw. lt. Angabe	2014	seit Jahresbeginn/ Q1-Q3/2015	Prognose	
			2015	2016
Finanzielle Leistungsindikatoren				
Konzernumsatz	3.040,6	2.291,1	stabil	leicht steigend
Konzern-EBITDA	365,6	272,4	370	375
Konzern-Free-Cashflow ¹	266,6	217,4	280	285
Postpaid-ARPU (in EUR)	21,4	21,5	stabil	stabil
Nicht finanzieller Leistungsindikator				
Customer Ownership (in Mio.) ²	8,92	9,21	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, 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.

1) 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.
2) Am Ende der Periode.





VERKÜRZTER

KONZERN-ZWISCHENABSCHLUSS

ÜBERSICHT

Konzerngewinn- und Verlustrechnung für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2015	36
Konzern-Gesamtergebnisrechnung für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2015	37
Konzernbilanz zum 30. September 2015	38
Aufstellung über Veränderungen des Eigenkapitals für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2015	40
Konzern-Kapitalflussrechnung für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2015	41
Ausgewählte erläuternde Anhangangaben gemäß IAS 34	42

Konzerngewinn- und Verlustrechnung

für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2015

In TEUR bzw. lt. Angabe	Q1-Q3/2015 1.1.2015 – 30.9.2015	Q1-Q3/2014 1.1.2014 – 30.9.2014	Q3/2015 1.7.2015- 30.9.2015	Q3/2014 1.7.2014- 30.9.2014
Umsatzerlöse	2.291.064	2.206.882	790.053	762.136
Sonstige betriebliche Erträge	42.395	46.376	10.964	14.480
Andere aktivierte Eigenleistungen	8.530	10.124	2.179	4.960
Materialaufwand	-1.716.208	-1.639.614	-592.947	-567.907
Personalaufwand	-147.866	-143.297	-48.104	-48.495
Abschreibungen und Wertminderungen	-52.567	-47.747	-18.356	-15.348
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-205.615	-211.389	-64.905	-69.027
Betriebsergebnis	219.733	221.335	78.884	80.799
Ergebnis der nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen	123	265	66	117
Zinsen und ähnliche Erträge	672	1.506	215	825
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-29.858	-31.030	-10.141	-10.190
Ergebnis vor Ertragsteuern	190.670	192.076	69.024	71.551
Ertragsteuern	-17.600	-11.420	-7.078	-5.397
Konzernergebnis aus weitergeführten Geschäftsbereichen	173.070	180.656	61.946	66.154
Konzernergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	0	0	0	0
Konzernergebnis	173.070	180.656	61.946	66.154
Anteil der Aktionäre der freenet AG am Konzernergebnis	172.481	180.251	61.865	66.273
Auf nicht beherrschende Anteile entfallendes Konzernergebnis	589	405	81	-119
Ergebnis je Aktie in EUR (unverwässert)	1,35	1,41	0,48	0,52
Ergebnis je Aktie in EUR (verwässert)	1,35	1,41	0,48	0,52
Ergebnis je Aktie aus weitergeführten Geschäftsbereichen in EUR (unverwässert)	1,35	1,41	0,48	0,52
Ergebnis je Aktie aus weitergeführten Geschäftsbereichen in EUR (verwässert)	1,35	1,41	0,48	0,52
Ergebnis je Aktie aus aufgegebenen Geschäftsbereichen in EUR (unverwässert)	0,00	0,00	0,00	0,00
Ergebnis je Aktie aus aufgegebenen Geschäftsbereichen in EUR (verwässert)	0,00	0,00	0,00	0,00
Gewichteter Durchschnitt im Umlauf befindlicher Aktien in Tsd. Stück (unverwässert)	128.011	128.011	128.011	128.011
Gewichteter Durchschnitt im Umlauf befindlicher Aktien in Tsd. Stück (verwässert)	128.011	128.011	128.011	128.011

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2015

In TEUR	Q1-Q3/2015 1.1.2015 -30.9.2015	Q1-Q3/2014 1.1.2014 - 30.9.2014	Q3/2015 1.7.2015 - 30.9.2015	Q3/2014 1.7.2014 - 30.9.2014
Konzernergebnis	173.070	180.656	61.946	66.154
Änderung des beizulegenden Zeitwerts von zur Veräußerung verfügbaren Finanzinstrumenten	-49	-34	-6	-3
Währungsumrechnungsdifferenzen	111	235	-58	179
Im sonstigen Ergebnis erfasste Ertragsteuern	-19	-60	19	-53
Sonstiges Ergebnis / in künftigen Perioden in die GuV umzugliedern	43	141	-45	123
Erfassung versicherungsmathematischer Gewinne und Verluste aus der Bilanzierung von Pensionsplänen gem. IAS 19 (2011)	7.660	0	1.206	0
Im sonstigen Ergebnis erfasste Ertragsteuern	-2.302	0	-363	0
Sonstiges Ergebnis / in künftigen Perioden nicht in die GuV umzugliedern	5.358	0	843	0
Sonstiges Ergebnis	5.401	141	798	123
Konzern-Gesamterfolg	178.471	180.797	62.744	66.277
Anteil der Aktionäre der freenet AG am Konzern-Gesamterfolg	177.882	180.392	62.663	66.396
Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Konzern-Gesamterfolg	589	405	81	-119

Konzernbilanz zum 30. September 2015

Aktiva

In TEUR	30.9.2015	30.6.2015	31.12.2014
Langfristiges Vermögen			
Immaterielle Vermögenswerte	373.318	385.684	390.137
Goodwill	1.153.298	1.153.298	1.153.298
Sachanlagen	31.926	33.032	34.307
Nach der Equity-Methode einbezogene Unternehmen	1.712	1.577	1.519
Sonstige Finanzanlagen	2.416	1.526	1.534
Latente Ertragsteueransprüche	205.665	203.499	199.853
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	78.061	78.861	79.581
Übrige Forderungen und sonstige Vermögenswerte	7.166	9.541	11.950
	1.853.562	1.867.018	1.872.179
Kurzfristiges Vermögen			
Vorräte	71.932	67.879	79.996
Laufende Ertragsteueransprüche	1.687	2.139	1.826
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	398.807	373.320	408.482
Übrige Forderungen und sonstige Vermögenswerte	24.921	30.221	23.879
Flüssige Mittel	203.675	124.086	111.944
	701.022	597.645	626.127
	2.554.584	2.464.663	2.498.306

Passiva

In TEUR	30.9.2015	30.6.2015	31.12.2014
Eigenkapital			
Grundkapital	128.061	128.061	128.061
Kapitalrücklage	737.536	737.536	737.536
Kumuliertes sonstiges Ergebnis	-15.894	-16.692	-21.295
Konzernbilanzergebnis	426.089	364.224	445.625
Anteil der Aktionäre der freenet AG am Eigenkapital	1.275.792	1.213.129	1.289.927
Nicht beherrschende Anteile am Eigenkapital	4.282	4.201	3.693
	1.280.074	1.217.330	1.293.620
Langfristige Schulden			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	0	0	540
Übrige Verbindlichkeiten und Abgrenzungen	8.572	23.587	38.351
Finanzschulden	218.270	218.195	518.223
Latente Ertragsteuerschulden	106	113	123
Pensionsrückstellungen	52.611	53.523	59.346
Andere Rückstellungen	8.720	9.490	9.097
	288.279	304.908	625.680
Kurzfristige Schulden			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	413.179	373.248	369.931
Übrige Verbindlichkeiten und Abgrenzungen	110.787	110.724	124.318
Laufende Ertragsteuerschulden	26.646	26.998	38.663
Finanzschulden	414.749	406.201	20.333
Andere Rückstellungen	20.870	25.254	25.761
	986.231	942.425	579.006
	2.554.584	2.464.663	2.498.306

Aufstellung über Veränderungen des Eigenkapitals

für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2015

In TEUR	Grundkapital	Kapitalrücklage	Kumuliertes sonstiges Ergebnis			Konzernbilanzergebnis	Anteil der Aktionäre der freenet AG am Eigenkapital	Nicht beherrschende Anteile am Eigenkapital	Eigenkapital
			Wertänderungsrücklage	Währungsumrechnungsdifferenzen	Bewertungsrücklage 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
Dividendenzahlung	0	0	0	0	0	-185.616	-185.616	0	-185.616
Konzernergebnis	0	0	0	0	0	180.251	180.251	405	-180.656
Änderung des beizulegenden Zeitwerts der zur Veräußerung verfügbaren Finanzinstrumente ¹	0	0	-24	0	0	0	-24	0	-24
Fremdwährungsumrechnung ¹	0	0	0	165	0	0	165	0	165
Zwischensumme: Konzern-Gesamterfolg	0	0	-24	165	0	180.251	180.392	405	180.797
Stand 30.9.2014	128.061	737.536	-93	165	-12.717	378.411	1.231.363	3.400	1.234.763

In TEUR	Grundkapital	Kapitalrücklage	Kumuliertes sonstiges Ergebnis			Konzernbilanzergebnis	Anteil der Aktionäre der freenet AG am Eigenkapital	Nicht beherrschende Anteile am Eigenkapital	Eigenkapital
			Wertänderungsrücklage	Währungsumrechnungsdifferenzen	Bewertungsrücklage 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
Dividendenzahlung	0	0	0	0	0	-192.017	-192.017	0	-192.017
Konzernergebnis	0	0	0	0	0	172.481	172.481	589	173.070
Erfassung versicherungsmathematischer Gewinne und Verluste gem. IAS 19 (2011) ¹	0	0	0	0	5.358	0	5.358	0	5.358
Änderung des beizulegenden Zeitwerts der zur Veräußerung verfügbaren Finanzinstrumente ¹	0	0	-35	0	0	0	-35	0	-35
Fremdwährungsumrechnung ¹	0	0	0	78	0	0	78	0	78
Zwischensumme: Konzern-Gesamterfolg	0	0	-35	78	5.358	172.481	177.882	589	178.471
Stand 30.9.2015	128.061	737.536	-134	325	-16.085	426.089	1.275.792	4.282	1.280.074

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

Konzern-Kapitalflussrechnung

für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2015

In TEUR	Q1-Q3/2015 1.1.2015- 30.9.2015	Q1-Q3/2014 1.1.2014- 30.9.2014
Ergebnis der weitergeführten und aufgegebenen Geschäftsbereiche vor Ertragsteuern und Zinsen (EBIT)	219.856	221.600
Anpassungen		
Abschreibungen und Wertminderungen auf Vermögenswerte des Anlagevermögens	52.567	47.747
Ergebnis der nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen	-123	-265
Gewinne aus dem Abgang von Vermögenswerten des Anlagevermögens	-131	-282
Abnahme/Zunahme des Net Working Capitals, soweit nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuordenbar	2.772	-17.473
Steuerzahlungen	-37.797	-21.680
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	237.144	229.647
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagevermögen und immaterielle Vermögenswerte	-20.026	-19.332
Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	309	596
Auszahlungen für den Erwerb von Tochterunternehmen	0	-44.352
Einzahlungen aus dem Verkauf von Tochterunternehmen	100	540
Einlagenrückgewähr von nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen	0	150
Auszahlungen in das Eigenkapital von nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen	-70	0
Auszahlungen für Investitionen in sonstige Finanzanlagen	-895	0
Zinseinnahmen	468	830
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-20.114	-61.568
Auszahlungen an Unternehmenseigner und Minderheitengesellschafter	-192.017	-185.616
Einzahlungen aus der Aufnahme von Finanzschulden	99.400	0
Auszahlungen aus der Tilgung von Finanzschulden	-1.256	-256
Zinszahlungen	-31.426	-31.441
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-125.299	-217.313
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	91.731	-49.234
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	111.944	110.766
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	203.675	61.532
Herleitung des Finanzmittelfonds		
In TEUR	30.9.2015	30.9.2014
Bestand an flüssigen Mitteln weitergeführter Geschäftsbereiche	203.675	91.532
Verbindlichkeiten im Rahmen der kurzfristigen Finanzdisposition gegenüber Kreditinstituten	0	-30.000
	203.675	61.532
Herleitung des Free Cashflows		
In TEUR	30.9.2015	30.9.2014
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	237.144	229.647
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagevermögen und immaterielle Vermögenswerte	-20.026	-19.332
Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	309	596
Free Cashflow (FCF)	217.427	210.911

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 zum Berichtszeitpunkt verpflichtend anzuwendenden Rechnungslegungsnormen umgesetzt. Die erstmalig zum 1. Januar 2015 verpflichtend anzuwendenden Rechnungslegungsnormen haben keinen nennenswerten Einfluss auf den vorliegenden verkürzten Konzern-Zwischenabschluss der freenet AG. Hierbei handelt es sich um das Annual Improvements Project 2011-2013 – Verbesserungen der IFRS (IFRS1, IFRS 3, IFRS 13, IAS 40) sowie um den IFRIC 21 (Abgaben).

Bei der Aufstellung des verkürzten Konzern-Zwischenabschlusses zum 30. September 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 vorliegenden Konzern-Zwischenabschluss der internen Unternehmenssteuerung angepasst. Die CGU freenet digital (entfallender Buchwert des Goodwills zum 30. September 2015: 29.162 Tausend Euro) und die CGU Portal (entfallender Buchwert des Goodwills zum 30. September 2015: 588 Tausend Euro) wurden im ersten Quartal 2015 zur CGU Online zusammengelegt, da eine Reorganisation der Bereiche erfolgte. Aus Gründen der Vergleichbarkeit wurde der Vorjahreswert angepasst.

Aufteilung des bilanzierten Goodwills auf CGUs

In TEUR	30.9.2015	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 Zahlungseingänge 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 30. September 2015 sind Forderungen in Höhe von 53,8 Millionen Euro (30. Juni 2015: 54,3 Millionen Euro) verkauft und ausgebucht, aber noch nicht bezahlt.

4. Im Mai 2015 wurde ein neues Schuldscheindarlehen über einen Nominalwert von insgesamt 100,0 Millionen Euro aufgenommen. Es besteht aus drei Tranchen, mit Laufzeiten von fünf bis sieben Jahren und – teilweise variablen – Zinssätzen zwischen 1,05 Prozent und 1,79 Prozent.

Geschäftsvorfälle mit nahestehenden Unternehmen und Personen

5. Zwischen dem Konzern und nahestehenden Unternehmen bzw. Personen fanden folgende wesentliche Geschäftsvorfälle statt:

In TEUR	1.1.2015 - 30.9.2015	1.1.2014 - 30.9.2014
Erlöse aus der Berechnung von Dienstleistungen		
Gemeinschaftsunternehmen		
FunDorado GmbH, Hamburg	286	251
Gesamt	286	251

Zum 30. September 2015 bestanden folgende wesentliche Forderungen gegen nahestehende Unternehmen und Personen:

In TEUR	30.9.2015	30.9.2014
Forderungen aus laufendem Leistungsverkehr		
Gemeinschaftsunternehmen		
FunDorado GmbH, Hamburg	47	45
Gesamt	47	45

Allen Transaktionen lagen Marktpreise zugrunde.

Sonstige Anhangangaben

6. 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 - 30.9.2015	1.1.2014 - 30.9.2014
Ergebnis vor Ertragsteuern	190.670	192.076
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	29.858	31.030
Zinsen und ähnliche Erträge	-672	-1.506
Ergebnis der weitergeführten und aufgegebenen Geschäftsbereiche vor Ertragsteuern und Zinsen (EBIT)	219.856	221.600

7. Zu beizulegenden Zeitwerten machen wir die folgenden Angaben:

In der nachfolgenden Übersicht „Fair-Value-Hierarchie zum 30. September 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 werden konnte, 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 30. September 2015

In TEUR	Bewertungs-kategorie nach IAS 39	Wertansatz					Fair Value, über das sonstige Ergebnis erfasst	Nicht finanzielle Vermögenswerte/ Verbindlichkeiten	Fair Value Finanzinstrumente 30.9.2015
		Buchwert Bilanz 30.9.2015	Fortgeführte Anschaffungskosten	Anschaffungskosten	Fair Value erfolgswirksam				
Aktiva									
Zahlungsmittel/Flüssige Mittel	KF	203.675	203.675						.*
Sonstige Finanzanlagen	ZVF	2.416							
Sonstige Finanzanlagen, bewertet zu Anschaffungskosten	ZVF	1.398		1.398					
Sonstige Finanzanlagen, über das sonstige Ergebnis bewertet, zum Fair Value	ZVF	1.018				1.018		1.018	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	KF	476.868	476.868						477.276
Übrige Forderungen und sonstige Vermögenswerte		32.087						6.687	
Sonstige nicht-derivative finanzielle Vermögenswerte	KF	22.594	22.594						22.594
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	ZVF	2.806				2.806		2.806	2.806
Passiva									
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FV	413.179	413.179						.*
Finanzschulden	FV	633.019	633.019						648.477
Übrige Verbindlichkeiten und Abgrenzungen		119.359						68.811	
Sonstige nicht-derivative finanzielle Verbindlichkeiten	FV	50.548	50.548						50.548
Davon aggregiert nach Bewertungskategorien gemäß IAS 39									
Zur Veräußerung verfügbare Finanzinstrumente	ZVF	5.222		1.398		3.824			3.824
Kredite und Forderungen	KF	703.137	703.137						499.870*
Finanzielle Verbindlichkeiten, bewertet zu fortgeführten Anschaffungskosten	FV	1.096.746	1.096.746						699.025*

* Für die Positionen Zahlungsmittel/ Flüssige Mittel und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen wurde kein Fair Value ermittelt, jedoch stellt der Buchwert einen angemessenen Näherungswert für den Fair Value dar. Dies führt dazu, dass die angegebenen aggregierten Fair Values für die Bewertungskategorien KF sowie FV jeweils deutlich unter deren aggregierten Buchwerten in der Bilanz liegen.

Fair-Value-Hierarchie zum 30. September 2015

In TEUR	Summe	Level 1	Level 2	Level 3
Aktiva				
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	2.806	2.806	0	0
Sonstige Finanzanlagen	1.018	1.018	0	0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	78.274	0	0	78.274
Passiva				
Finanzschulden	632.960	410.516	0	222.444

Es haben sich keine Verschiebungen hinsichtlich der Levels ergeben.

Die dem Level 3 der Hierarchie zugeordneten Finanzschulden haben sich in den ersten neun Monaten im Wesentlichen durch die Aufnahme des neuen Schuldscheindarlehens um 98,8 Millionen Euro erhöht.

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.

8. Der Konsolidierungskreis blieb im Vergleich zum Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014 unverändert.
9. Auf Basis eines aktualisierten Zinssatzes von 2,5 Prozent (31. Dezember 2014: 1,9 Prozent) wurde bei sonst unveränderten Prämissen eine Neubewertung der Pensionsrückstellungen zum 30. September 2015 vorgenommen. Der hieraus resultierende Betrag in Höhe von 7,7 Millionen Euro wurde zu 5,4 Millionen Euro in der Konzern-Gesamtergebnisrechnung sowie zu 2,3 Millionen Euro die Latenten Ertragsteueransprüche mindernd erfasst.
10. 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.
11. Während der ersten neun Monate 2015 erhöhten sich die Netto-Finanzschulden von 426,6 Millionen Euro um 2,7 Millionen Euro auf 429,3 Millionen Euro. Die Auszahlungen für die Dividendenausschüttung in Höhe von 192,0 Millionen Euro sowie die Zinszahlungen in Höhe von 31,4 Millionen Euro stellten die wesentlichen die Netto-Finanzschulden erhöhenden Faktoren dar. Gegenläufig wirkte hauptsächlich der erzielte Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit in Höhe von 237,1 Millionen Euro.
12. Ereignisse von wesentlicher Bedeutung nach dem Stichtag haben sich nicht ergeben.

Segmentberichterstattung

13. 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 in den ersten neun Monaten 2015 in den folgenden Geschäftssegmenten tätig:

- Mobilfunk:
 - Tätigkeiten als Mobilfunk-Service-Provider – Vermarktung von Mobilfunkdienstleistungen (Sprach- und Datendiensten) der Mobilfunknetzbetreiber T-Mobile, Vodafone, Telefónica Deutschland 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 die ersten neun Monate 2015 berichteten Segmentumsatzerlöse in Höhe von 63,1 Millionen Euro (Vorjahr: 55,4 Millionen Euro) betreffen zu 59,2 Millionen Euro (Vorjahr: 51,2 Millionen Euro) die operativen Geschäftstätigkeiten und zu 3,9 Millionen Euro (Vorjahr: 4,2 Millionen Euro) die übrigen Geschäftsaktivitäten. Der für das Segment „Sonstige/Holding“ in den ersten neun Monaten 2015 ausgewiesene Rohertrag von 40,8 Millionen Euro (Vorjahr: 36,8 Millionen Euro) entfällt zu 41,4 Millionen Euro (Vorjahr: 37,1 Millionen Euro) auf die operativen Tätigkeiten sowie zu -0,6 Millionen Euro (Vorjahr: -0,3 Millionen Euro) auf die übrigen Geschäftsaktivitäten. Das für das Segment „Sonstige/Holding“ in den ersten neun Monaten 2015 ausgewiesene EBITDA von -11,2 Millionen Euro (Vorjahr: -11,2 Millionen Euro) wurde zu 5,5 Millionen Euro (Vorjahr: 1,8 Millionen Euro) mit den operativen Tätigkeiten sowie zu -16,7 Millionen Euro (Vorjahr: -13,0 Millionen Euro) mit den übrigen Geschäftsaktivitäten erzielt. Das für das Segment „Sonstige/Holding“ für die ersten neun Monate 2015 berichtete EBIT in Höhe von -19,7 Millionen Euro (Vorjahr: -18,9 Millionen Euro) betrifft zu -2,5 Millionen Euro (Vorjahr: -5,4 Millionen Euro) die operativen Geschäftstätigkeiten sowie zu -17,2 Millionen Euro (Vorjahr: -13,5 Millionen Euro) die übrigen Geschäftsaktivitäten.

Segmentbericht für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2015

In TEUR	Mobilfunk	Sonstige/ Holding	Eliminierung der intersegmentären Erlöse und Aufwendungen	Gesamt
Umsatzerlöse mit Dritten	2.243.301	47.763	0	2.291.064
Intersegmenterlöse	6.331	15.370	-21.701	0
Umsatzerlöse gesamt	2.249.632	63.133	-21.701	2.291.064
Materialaufwand gegenüber Dritten	-1.699.702	-16.506	0	-1.716.208
Intersegmentärer Materialaufwand	-10.677	-5.783	16.460	0
Materialaufwand gesamt	-1.710.379	-22.289	16.460	-1.716.208
Segment-Rohertrag	539.253	40.844	-5.241	574.856
Sonstige betriebliche Erträge	42.105	4.296	-4.006	42.395
Andere aktivierte Eigenleistungen	6.679	1.851	0	8.530
Personalaufwand	-116.054	-31.812	0	-147.866
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-188.340	-26.522	9.247	-205.615
Ergebnis nach der Equity-Methode einbezogener Unternehmen	0	123	0	123
Segment-EBITDA	283.643	-11.220	0	272.423
Abschreibungen und Wertminderungen	-44.113	-8.454	0	-52.567
Segment-EBIT	239.530	-19.674	0	219.856
Konzernfinanzergebnis				-29.186
Ertragsteuern				-17.600
Konzernergebnis aus weitergeführten Geschäftsbereichen				173.070
Konzernergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen				0
Konzernergebnis				173.070
Anteil der Aktionäre der freenet AG am Konzernergebnis				172.481
Auf nicht beherrschende Anteile entfallendes Konzernergebnis				589
Zahlungswirksame Investitionen der weitergeführten Geschäftsbereiche	16.993	3.033		20.026

Segmentbericht für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September 2014

In TEUR	Mobilfunk	Sonstige/ Holding	Eliminierung der intersegmentä- ren Erlöse und Aufwendungen	Gesamt
Umsatzerlöse mit Dritten	2.162.284	44.598	0	2.206.882
Intersegmenterlöse	6.097	10.813	-16.910	0
Umsatzerlöse gesamt	2.168.381	55.411	-16.910	2.206.882
Materialaufwand gegenüber Dritten	-1.626.439	-13.175	0	-1.639.614
Intersegmentärer Materialaufwand	-6.734	-5.440	12.174	0
Materialaufwand gesamt	-1.633.173	-18.615	12.174	-1.639.614
Segment-Rohrertrag	535.208	36.796	-4.736	567.268
Sonstige betriebliche Erträge	44.980	7.960	-6.564	46.376
Andere aktivierte Eigenleistungen	7.387	2.737	0	10.124
Personalaufwand	-110.644	-32.653	0	-143.297
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-196.353	-26.336	11.300	-211.389
Ergebnis nach der Equity-Methode einbezogener Unternehmen	0	265	0	265
Segment-EBITDA	280.578	-11.231	0	269.347
Abschreibungen und Wertminderungen	-40.072	-7.675	0	-47.747
Segment-EBIT	240.506	-18.906	0	221.600
Konzernfinanzergebnis				-29.524
Ertragsteuern				-11.420
Konzernergebnis aus weitergeführten Geschäftsbereichen				180.656
Konzernergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen				0
Konzernergebnis				180.656
Anteil der Aktionäre der freenet AG am Konzernergebnis				180.251
Auf nicht beherrschende Anteile entfallendes Konzernergebnis				405
Zahlungswirksame Investitionen der weitergeführten Geschäftsbereiche	15.155	4.177		19.332

FINANZKALENDER

5. November 2015	Veröffentlichung Zwischenbericht zum 30. September 2015 – 3. Quartal 2015
11. und 12. November 2015	Morgan Stanley TMT Conference, Barcelona, Spanien
1./2. Dezember 2015¹	Berenberg European Conference, Surrey Heath, Großbritannien
12. und 13. Januar 2016¹	18. German Investment Seminar, Commerzbank, New York, USA
19. Januar 2016¹	15. German Corporate Conference, UniCredit / Kepler Cheuvreux, Frankfurt, Deutschland
24. März 2016¹	Veröffentlichung Konzernabschluss / Geschäftsbericht 2015
4. Mai 2016¹	Veröffentlichung Zwischenbericht zum 31. März 2016 – 1. Quartal 2016
12. Mai 2016¹	Ordentliche Hauptversammlung der freenet AG
11. August 2016¹	Veröffentlichung Zwischenbericht zum 30. Juni 2016 – 2. Quartal 2016
10. November 2016¹	Veröffentlichung Zwischenbericht zum 30. September 2016 – 3. Quartal 2016

¹⁾ Änderungen vorbehalten.

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.

