

Konzernlagebericht

Geschäftsmodell und Organisationsstruktur

- [24](#) Geschäftsmodell
- [25](#) Organisationsstruktur
- [25](#) Organisationsstruktur im Überblick

Unternehmensstrategie und -ziele

- [26](#) Vision und Leitbild
- [27](#) Finanzielle Ambition 2025

Unternehmenssteuerung

- [28](#) Steuerungsansatz
- [28](#) Finanzielle Leistungsindikatoren
- [29](#) Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren
- [30](#) Sonstige Kennzahlen und Gradmesser für den Unternehmenserfolg
- [31](#) Finanzmanagement
- [32](#) Ausschüttungspolitik

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

- [32](#) Gesamtwirtschaftliche Entwicklung in Deutschland
- [32](#) Branchenbezogene Entwicklung

Überblick über den Geschäftsverlauf

- [34](#) Gesamtaussage des Vorstands zum Geschäftsverlauf
- [36](#) Entwicklung der operativen Segmente
- [37](#) Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

Chancen- und Risikoberichterstattung

- [41](#) Chancenbericht und Würdigung
- [43](#) Risikomanagementsystem
- [45](#) Risikobericht und Würdigung
- [49](#) Überblick über die Risikolage und Gesamtbewertung durch den Vorstand

Prognosebericht

- [51](#) Markt-/ Branchenprognose für Deutschland
- [53](#) Prognose 2023 spiegelt Wachstumsambition des Mittelfrist-Ausblicks bis 2025 wider
- [54](#) Gesamtaussage des Vorstands zur voraussichtlichen Entwicklung der freenet AG

Nichtfinanzielle Konzernklärung

- [55](#) Über diese nichtfinanzielle Konzernklärung
- [57](#) Wesentliche Themen
- [80](#) EU-Taxonomie-Bericht

Corporate Governance und sonstige Angaben

- [92](#) Erklärung zur Unternehmensführung und Entsprechenserklärung
- [92](#) Kontroll- und Überwachungssysteme
- [95](#) Rechtliche Konzernstruktur und Übernahme relevanter Angaben gemäß §§ 289a Abs. 1, 315a Abs. 1 HGB
- [96](#) Nachtragsbericht

Geschäftsmodell und Organisationsstruktur

Geschäftsmodell

freenet versteht sich als Digital-Lifestyle-Provider, d. h. als Anbieter von mobiler Telekommunikation, Internet, TV-Entertainment, mobilen Endgeräten sowie allen Services, Anwendungen und Geräten, die mit mobilen Endgeräten verbunden sind bzw. über ein intelligentes Gerät gesteuert oder genutzt werden können. Mit rund 9 Millionen Abo-Kunden gehört freenet in dieser Branche zu den führenden Marktteilnehmern in Deutschland.

Im Sinne der unternehmerischen Vision „Immer die richtige Wahl“ richtet freenet das Geschäftsmodell und die Wertschöpfungsaktivitäten konsequent am Kunden aus. Die wertschöpfenden Tätigkeiten innerhalb der Wertschöpfungskette sind im Packaging von Vorprodukten, dem Omnichannel-Vertrieb und Kundenmanagement verortet. Neben der Nutzung eigener Infrastruktur im Bereich TV und Medien, liefern bedeutende Partner wie Netzbetreiber, Hersteller von Hardware und Anwendungen sowie TV- und Radioprogramm-Produzenten hierfür die jeweiligen Vorprodukte.

Mit einer maßgeschneiderten Tarifierung und Branding werden Produkte und Dienstleistungen in einem Omnichannel-Vertriebsnetz in Deutschland vermarktet. Im Fokus steht die Kundenbeziehung über direkt steuerbare Vertriebskanäle, zu

denen die über 500 freenet Shops und etwa 40 GRAVIS Stores sowie zahlreiche (Online-)Vermarktungs-Plattformen gehören. Insbesondere diese Kanäle ermöglichen freenet einen direkten Kundenzugang mit Up-/ Cross-Selling-Potenzialen sowie eine starke Kundenbindung. Darüber hinaus verfügt freenet über ein exklusives Vermarktungsrecht von Mobilfunkdienstleistungen in den Netzen der Deutschen Telekom und Vodafone in rund 400 Elektrofachmärkten der Media-Saturn Deutschland GmbH.

Seit mehr als 25 Jahren stellt die Schaffung positiver Kundenerlebnisse (Customer-Experience-Management) eine der wichtigsten Kernkompetenzen von freenet dar. Langfristige Kundenverträge / -bindung mit wiederkehrenden Wertbeiträgen bilden die Basis des Geschäfts und den Ausgangspunkt für Wachstum durch kontinuierliches Optimieren und Erweitern des Digital-Lifestyle-Portfolios in den Produktbereichen Mobilfunk, Internet und TV-Entertainment. Dabei stehen die konsequente Nutzung der etablierten Vertriebsstärken und -kompetenzen sowie die Maximierung des Customer Lifetime Value (CLTV) unter der Nebenbedingung einer hohen Kundenzufriedenheit im Vordergrund. Das Kundenmanagement, das sich von der Abrechnung über die Betreuung, Entwicklung und Bindung der Kunden erstreckt, vervollständigt somit die nahezu voll integrierte Wertschöpfungskette.

Abbildung 7: Wertschöpfung und Geschäftsmodell ausgerichtet am Kunden

Vorprodukt	Packaging	Multi-Channel-Vertrieb	Kundenmanagement	Kunde
Telekommunikation	Tarifierung	Direkt steuerbare Vertriebskanäle	Kommunikation	B2B
Hardwarehersteller	Marketing	Indirekte Vertriebskanäle	Betreuung	B2C
Digital-Lifestyle	Branding		Kundenentwicklung	
Energieversorger	Partnermanagement		Kundenbindung	
TV-/ Radioprogramme			Abrechnung	
Eigene Netzinfrastruktur (TV)			CRM auf Basis künstlicher Intelligenz	

Organisationsstruktur

Organisationsstruktur im Überblick

Die operative Geschäftstätigkeit beschränkt sich überwiegend auf Privatkunden in Deutschland. Die freenet AG als Obergesellschaft der freenet ist eine börsennotierte Aktiengesellschaft (AG) deutschen Rechts mit Sitz in Büdelsdorf – die Hauptverwaltung befindet sich in Hamburg. Das Geschäftsjahr entspricht dem Kalenderjahr (1. Januar bis 31. Dezember).

Der Vorstand setzt sich zum 31. Dezember 2022 aus fünf Ressorts zusammen. Ab dem 1. Januar 2023 wird Nicole Engenhardt-Gillé das neu geschaffene Ressort „Personal und ESG“ (CHRO) verantworten.

Tabelle 2: Zusammensetzung Vorstand zum 31. Dezember 2022

Ressort	Mitglied des Vorstands
Vorstandsvorsitzender (CEO)	Christoph Vilanek
Finanzvorstand, stellv. Vorstandsvorsitzender (CFO)	Ingo Arnold
IT-Vorstand (CTO)	Stephan Esch
Vorstand Customer Experience (CCE)	Antonius Fromme
Vorstand Partnerbeziehungen (CCO)	Rickmann v. Platen

In Übereinstimmung mit der Unternehmensstrategie sowie IFRS 8 werden zwei Segmente unterschieden: (1) Mobilfunk sowie (2) TV und Medien. In einem weiteren Segment (Sonstige / Holding) werden Holding-Funktionen und Aktivitäten bzw. Konzerneinheiten zusammengefasst, die nicht direkt einem der vorgenannten Segmente zuzuordnen sind. Die Aufteilung der Segmente erfolgt nach Produkten und nicht nach Kundensegmenten oder geografischen Bereichen und entspricht der internen Steuerung. Wesentliche Veränderungen in den Zusammensetzungen der Segmente (z. B. durch Unternehmenskäufe oder -verkäufe oder Änderungen in der Management-Struktur) gab es im abgelaufenen Geschäftsjahr nicht.

Segment Mobilfunk

Mobilfunk ist das Kerngeschäft von freenet. Zum Angebotsportfolio zählen Produkte, Dienstleistungen und Hardware rund um mobile Telekommunikation und Internet. Ergänzend dazu werden vielfältige Digital-Lifestyle-Produkte und -Services angeboten. Hierzu zählen unter anderem Handy-Zubehör, Home-Entertainment, Smart Home oder WiFi-Services.

Bei der Erbringung von Mobilfunkdienstleistungen setzt freenet auf ein in Deutschland einzigartiges und regulatorisch gestütztes Geschäftsmodell. Es handelt sich primär um

ein Reseller-Modell, bei dem die Kundenbeziehung nicht an den jeweiligen Netzbetreiber übergeht, sondern bei freenet verbleibt (Service-Provider-Modell). Im Gegensatz zu Mobilfunknetzbetreibern (MNO-Modell) entfällt der kostenintensive und kapitalbindende Betrieb eines Mobilfunknetzes. Und im Vergleich zu anderen Wettbewerbern erwirbt freenet keine (Netz-)Kapazitäten (MVNO-Modell) von einem der Netzbetreiber, wodurch ein Wiederverkaufsrisiko vermieden wird.

Aufgrund der direkten Kundenbeziehung übernimmt freenet auch alle nachgelagerten Dienstleistungen gegenüber dem Kunden (z. B. Kundenservice, Rechnungsstellung, Marketing etc.). freenet profitiert also von den Vorteilen einer direkten Kundenbeziehung bei geringen Infrastrukturinvestitionen (Asset-light-Modell). Ein weiteres Alleinstellungsmerkmal von freenet im deutschen Markt ist, dass sich das angebotene Tarifportfolio einerseits auf die Originaltarife aller deutschen Netzbetreiber (Deutsche Telekom, Vodafone und Telefónica Deutschland) erstreckt und andererseits eigene Tarife zugehöriger Marken wie freenet Mobilfunk oder klarmobil in den jeweiligen Netzen gestaltet werden können. Dies ermöglicht eine hohe Flexibilität bei der Ansprache verschiedener Kundensegmente sowie dem Design innovativer Mobilfunkprodukte, wie z. B. die App-basierten Tarife freenet FUNK und freenet FLEX.

In den letzten mehr als 20 Jahren ist freenet damit in Deutschland zum größten – und mittlerweile einzigen – netzunabhängigen Mobilfunkanbieter gewachsen.

Segment TV und Medien

Die Erfahrungen aus dem Mobilfunkgeschäft haben den Grundstein für den Einstieg in das TV- und Mediengeschäft gelegt. Seit 2016 ist freenet über den Erwerb von 100 Prozent an der Media Broadcast Gruppe und einer beherrschenden Beteiligung (per 31. Dezember 2022: 74,6 Prozent) an der EXARING AG in diesem Bereich tätig und baut das Segment sukzessive zu einer weiteren tragenden wirtschaftlichen Säule aus.

Media Broadcast ist ein großer bundesweiter Netzbetreiber der Rundfunk- und Medienbranche und Partner für Digitalisierung. Das Unternehmen projiziert, errichtet und betreibt multimediale Übertragungsinfrastruktur für TV und Hörfunk basierend auf modernster digitaler Sender- und Netzwerktechnologie. Media Broadcast ist Marktführer bei DAB+ und im Bereich des digitalen Antennenfernsehens (DVB-T2 HD) alleiniger Anbieter des Übertragungswegs im deutschen Markt. Unter dem Produktnamen freenet TV werden öffentlich-rechtliche sowie private TV-Inhalte an private Endkunden ausgestrahlt. Der Empfang der privaten TV-Inhalte ist dabei kostenpflichtig. Darüber hinaus vernetzt das Unternehmen Rundfunkanbieter mit einem hochverfügbaren Glasfaser-Netzwerk und realisiert Produktionen und Übertragungen von Live-Events für TV-Sender und Unternehmen.

Die EXARING AG betreibt die erste voll integrierte Plattform für IP-Entertainment-Services in Deutschland. Das Geschäftsmodell basiert auf der Unicast-Übertragung öffentlich-rechtlicher sowie privater TV-Inhalte. Über eine innovative App und unter Nutzung eines dedizierten Glasfasernetzes für den Betrieb der Fernsehplattform überträgt und verkauft die Gesellschaft unter der Marke waipu.tv Bewegtbildinhalte mittels internetbasierter Technologie (OTT-IPTV). Vertrieben

wird das IPTV-Produkt in einem Abonnementmodell unter anderem über die Vertriebskanäle von freenet. Das Privatkundengeschäft wird durch Geschäftskundenservices, wie z. B. programmatische Werbung oder Web-2-TV-Services, ergänzt. Die moderne, komfortable und preisgünstige Möglichkeit zum Empfang von TV-Inhalten ließ waipu.tv im wachsenden deutschen IPTV-Markt innerhalb von wenigen Jahren eine relevante Marktposition einnehmen.

Unternehmensstrategie und -ziele

Vision und Leitbild

„Immer die richtige Wahl“ – diese Vision bestimmt das unternehmerische Handeln von freenet. Die Qualität der angebotenen Produkte und Dienstleistungen soll bestätigen, dass freenet für alle Stakeholder – Kunden, Aktionäre, Partner sowie Mitarbeiter – immer die richtige Wahl ist. freenet übernimmt ökologische und soziale Verantwortung und trägt dieser mit langfristigen Entscheidungen im Sinne eines nachhaltigen Wirtschaftens Rechnung (vgl. „Nichtfinanzielle Erklärung“).

Die Strategie von freenet wird bestimmt durch „Wachstum mit Digital-Lifestyle“.

Unter der Dachmarke „freenet“ fasst das Unternehmen ein vielfältiges Portfolio an Produkten für den digitalen Lifestyle zusammen. Primärer Fokus liegt hierbei auf Mobilfunk, Internet und TV-Entertainment sowie allen angrenzenden Services, Anwendungen und Geräten. Aus diesem Gesamtangebot generiert freenet individuell abgestimmte Lösungen für ihre Kunden. Das Gesamtangebot wird kontinuierlich optimiert, erweitert und an den Lebenszyklus der Kundenbeziehungen angepasst. Ein Instrument zur Überwachung dieser Prozesse und der Profitabilität ist das CLTV-Konzept. Mit dem Konzept verbinden sich die Wachstumserwartungen, die durch eine Verlängerung der Kundenbeziehungen und die weitere Verbesserung der Kundenloyalität eintreten sollen. Insgesamt vier Handlungsfelder konkretisieren die Mission und den strategischen Ansatz.

freenet optimiert permanent die Prozesse in der Aufbau- und Ablauforganisation entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Dies tangiert sowohl die innerbetrieblichen Abläufe als auch die Interaktion mit den Kunden.

Gegenüber dem Kunden schafft das durch Digitalisierung gewonnene tiefe Verständnis der verfügbaren Daten neue und innovative Möglichkeiten in der Kundenkommunikation, dem Service und der Angebotserstellung. Im Mittelpunkt steht die Nutzung künstlicher Intelligenz, um die Komplexität einer großen Angebotsvielfalt zu verringern und gleichzeitig divergierende Kundenanforderungen optimal zu bedienen.

Darüber hinaus optimiert freenet die Organisation auch im Hinblick auf neue Arbeitsmethoden unter vorrangiger Nutzung digitaler Möglichkeiten. Die Erfahrungen aus virtuellen Meetings werden beispielsweise auf die Verkaufsstrategie übertragen und haben Auswirkungen auf die Größe, Zusammensetzung und Weiterbildung des Personals.

Schließlich beschleunigen sich unternehmensweite Abstimmungsprozesse durch Digitalisierung und führen so zu Effizienz- und Kapazitätsgewinnen.

Im Zentrum steht die in Vorjahren aufgebaute „Customer Experience“, durch die eine nachhaltige Konzeption und Vernetzung der verschiedenen, an den Bedürfnissen der Kunden ausgerichteten Einzelinitiativen gewährleistet werden kann.

Abbildung 8: Vier Handlungsfelder von freenet



Zur Stärkung des positiven Kundenerlebnisses werden die Erkenntnisse aus Kundenkontakten für Produktentwicklungen und digitale Innovationen genutzt. Dies gilt besonders für die Bereiche Mobilfunk, Internet und TV-Entertainment als tragende wirtschaftliche Säulen der freenet. Ein aktives Customer-Experience-Management, eine konsequente Stärkung der Dachmarke freenet sowie eine Omnichannel-Plattform bilden die Grundlage für das Zusammenwachsen der eigenen Online- und Offline-Vertriebsaktivitäten und die nahtlose Bereitstellung der Dienstleistungen direkt beim Kunden. Damit sind alle Voraussetzungen gegeben, um die Nähe zum Kunden weiter zu verbessern.

Mit einer klaren Organisationsstruktur, eindeutig zugeordneten Verantwortungen sowie der Ausrichtung an den Prinzipien nachhaltigen Wirtschaftens und Wertorientierung sollen alle Anspruchsgruppen gleichermaßen von der Unternehmensentwicklung profitieren.

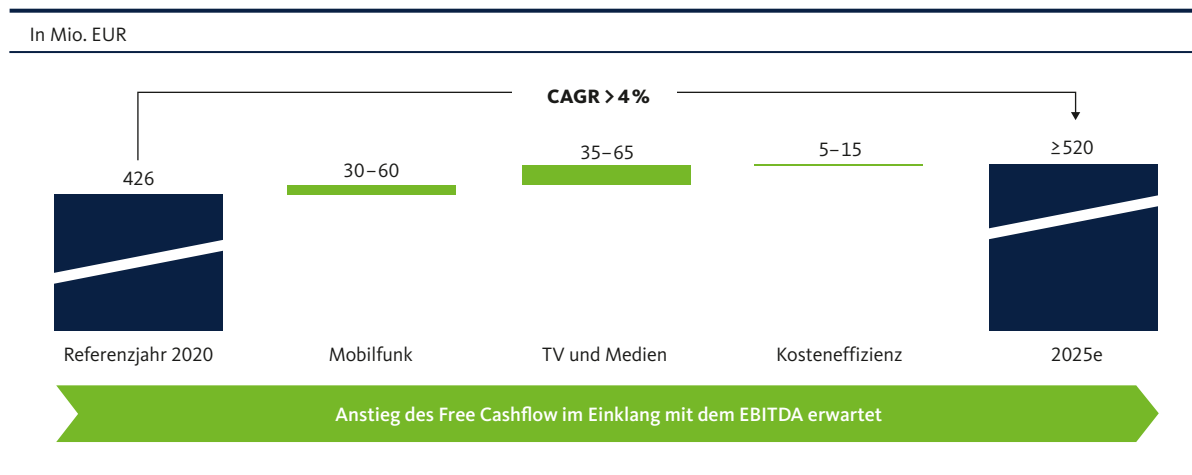
Finanzielle Ambition 2025

Auf diesem Fundament wurde die finanzielle Ambition formuliert, im Geschäftsjahr 2025 das EBITDA gegenüber 2020 mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von über 4 Prozent auf mindestens 520 Millionen Euro zu steigern. Im Segment Mobilfunk wird gegenüber 2020 ein zusätzlicher Beitrag zum EBITDA zwischen 30 und 60 Millionen Euro angestrebt. Das Segment TV und Medien soll zwischen 35 und 65 Millionen Euro zusätzlich zum EBITDA beitragen. Weitere 5 bis 15 Millionen Euro an zusätzlichem EBITDA sollen über Kosteneffizienzen realisiert werden.

Im Segment Mobilfunk sollen freenet Internet 15 bis 25 Millionen Euro und Produkte rund um den Digital-Lifestyle zusätzlich 10 bis 20 Millionen Euro zum EBITDA-Wachstum beitragen. Der zusätzliche EBITDA-Beitrag im Segment TV und Medien soll mit 25 bis 35 Millionen Euro zu einem Großteil aus dem Wachstum des IPTV-Produkts waipu.tv stammen.

Der Free Cashflow des Konzerns soll im gleichen Zeitraum analog zum EBITDA auf über 260 Millionen Euro wachsen. Infolgedessen wird auch ein Wachstum der Ausschüttung an die freenet Aktionäre erwartet, welche gemäß Dividendenpolitik als 80 Prozent des Free Cashflow definiert ist.

Abbildung 9: Erwartete EBITDA-Beiträge der operativen Segmente bis Ende 2025



Unternehmenssteuerung

Steuerungsansatz

Zur Umsetzung der strategischen Zielsetzungen und Messung der operativen Leistung verwendet freenet ein konzernweit einheitliches Steuerungssystem. Die Erfolgsmessung knüpft an finanzielle wie auch nichtfinanzielle Leistungsindikatoren an, die den Rahmen für eine wertorientierte Unternehmensführung entlang der Strategie bilden. Das etablierte Finanzmanagementsystem gewährleistet darüber hinaus die Sicherung der finanziellen Stabilität.

Anspruch der wertorientierten Unternehmensführung ist die Adressierung und der Ausgleich von Erwartungen, die verschiedene Anspruchsgruppen gegenüber freenet haben. Eigenkapitalgeber erwarten bspw. eine adäquate und langfristig gesicherte Rendite ihres investierten Kapitals, Fremdkapitalgeber die fristgerechte Zinszahlung und den Erhalt der Schuldentilgungsfähigkeit und Mitarbeiter die Arbeitsplatzsicherung und faire Löhne. Die Zweckmäßigkeit des Steuerungssystems wird regelmäßig vom Vorstand überprüft.

Die zur Unternehmenssteuerung herangezogenen Leistungsindikatoren stellen regelmäßig auch alternative Leistungskennzahlen (Alternative Performance Measures, APM) dar. Trotz der gängigen Verwendung alternativer Leistungskennzahlen durch Unternehmen sowie auf Investorensseite zur Beurteilung der Geschäftsentwicklung und der Verschuldungssituation haben diese als alleiniges Analysewerkzeug nur eine beschränkte Aussagekraft. Darüber hinaus sind APM trotz einer möglicherweise ähnlichen oder gar identischen Bezeichnung aufgrund unterschiedlicher Berechnungsweisen nicht notwendigerweise unmittelbar zwischen Unternehmen vergleichbar. Um dem geringen Standardisierungsgrad Rechnung zu tragen, wird im Folgenden die jeweilige Berechnungssystematik offengelegt.

Finanzielle Leistungsindikatoren

Um den finanziellen Unternehmenserfolg nachvollziehbar zu messen und darzustellen, verwendet freenet folgende finanzielle Leistungsindikatoren:

Tabelle 3: Finanzielle Leistungsindikatoren

In Mio. EUR bzw. lt. Angabe	2022	2021	Veränderung
Umsatzerlöse	2.556,7	2.556,3	0,0%
EBITDA	478,7	447,3	7,0%
Free Cashflow	249,2	234,4	6,3%
Postpaid-ARPU (in EUR)	17,9	18,1	- 0,8%

Die Steuerung nach dem finanziellen Leistungsindikator Free Cashflow erfolgt nicht segmentbezogen, während der Postpaid-ARPU lediglich im Segment Mobilfunk zur Steuerung verwendet wird. Die finanziellen Leistungsindikatoren EBITDA, Free Cashflow, Postpaid-ARPU sowie die gelegentlich zu Informationszwecken ausgewiesene Kennzahl adjusted EBITDA sind gleichzeitig APM.

Umsatz und EBITDA

Der Umsatz entspricht der Bruttowertschöpfung aus der betrieblichen Tätigkeit und ist somit eine wesentliche Größe, um den Unternehmenserfolg zu messen. Der Umsatz im Segment Mobilfunk ist abhängig vom Verkauf von Produkten und Dienstleistungen rund um Mobilfunk und Internet. Die Erschließung zusätzlicher Erlösquellen, komplementär zum Geschäftsfeld Mobilfunk, ist im strategischen Interesse des Vorstands. Hierzu zählen u. a. die Geschäftsaktivitäten im Bereich Digital-Lifestyle sowie der Auf- und Ausbau des TV-Geschäfts. Der Erfolg der Absatzbemühungen spiegelt sich primär in der künftigen Umsatzentwicklung wider.

Das EBITDA bildet die operative Unternehmensleistung ab und gilt allgemein als ein wesentlicher Indikator für die Beurteilung der Entwicklung im Zeitablauf sowie von Unternehmen im gleichen Marktsegment. Da das EBITDA die operative Effizienz misst, ermöglicht der Leistungsindikator die Vergleichbarkeit auch von Geschäftsmodellen mit unterschiedlichen Kapitalkosten und Investitionsstrukturen. Entsprechend wird das EBITDA ebenfalls für Bewertungszwecke im Rahmen von Unternehmenskäufen und -verkäufen herangezogen.

Das EBITDA bezieht auch Sondereinflüsse ein, wodurch ein ganzheitlicher Blick auf Erträge und Aufwendungen gegeben wird. Eine Vergleichbarkeit mit Vorjahren ist dadurch nur eingeschränkt möglich. Um die Transparenz zu erhöhen, berichtet

freenet zu Informationszwecken neben dem EBITDA ein um Sondereffekte bereinigtes EBITDA (adjusted EBITDA). Sondereffekte können sowohl Aufwendungen als auch Erträge darstellen. Sie beziehen sich auf wesentliche Einmal- und/oder Regulierungseffekte (z. B. Restrukturierungsaufwendungen), die aufgrund der Einschätzung des Vorstands die transparente Darstellung der operativen Ergebnisentwicklung von freenet verzerren. Das adjusted EBITDA ergänzt, sofern relevant, das steuerungsrelevante EBITDA als zusätzliche Informationskennzahl. Ausgangspunkt für beide Indikatoren bildet das EBIT, das im weiteren Verlauf dieses Kapitels hergeleitet wird.

Tabelle 4: Herleitung EBITDA

In Mio. EUR	2022	2021	Veränderung
EBIT	129,4	250,0	- 48,2 %
+ Abschreibungen und Wertminderungen	349,3	197,3	77,1 %
= EBITDA	478,7	447,3	7,0 %

Free Cashflow

Der Free Cashflow stellt als konzernweite liquiditätsorientierte Kennzahl eine wichtige Ergänzung der ergebnisorientierten Leistungsbeurteilung dar und ist gleichermaßen für Eigen- und Fremdkapitalgeber bedeutsam. Er ist zentraler Gradmesser für die Fähigkeit, aus eigenen Mitteln zu wachsen, eine stabile Dividendenpolitik zu gewährleisten sowie sämtliche operativen Zahlungsverpflichtungen zu bedienen, und stellt mithin einen Maßstab für potenzielle Tilgungsleistungen dar.

Die Steuerung des Free Cashflow, und insbesondere des Net Working Capital, erfolgt durch die Abteilung Treasury auf Basis eines etablierten Cash-Managements. Neben der kontinuierlichen Optimierung von Zahlungsbedingungen für Verbindlichkeiten zählt auch ein effizientes Forderungsmanagement inklusive Factoring zu den Steuerungsmaßnahmen.

freenet verwendet eine sehr umfassende Definition des Free Cashflow, da auch gezahlte bzw. erhaltene Zinsen sowie Auszahlungen bzw. Einzahlungen aus Leasingverhältnissen in die Berechnung des Free Cashflow einbezogen werden. Die Definition bildet somit ab, in welcher Höhe liquide Mittel erwirtschaftet wurden, die zur Ausschüttung oder Schuldentrückzahlung verwendet werden können.

Tabelle 5: Herleitung des Free Cashflow

In Mio. EUR	2022	2021	Veränderung
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	395,7	367,2	7,8 %
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagevermögen und immaterielle Vermögenswerte	- 62,9	- 48,2	30,5 %
Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	2,9	3,1	- 5,2 %
Auszahlungen aus der Tilgung von Leasingverbindlichkeiten	- 86,4	- 87,7	- 1,4 %
Free Cashflow¹	249,2	234,4	6,3 %

¹ Der Free Cashflow ist eine alternative Leistungskennzahl, die im Abschnitt „Unternehmenssteuerung“ im Geschäftsbericht 2021 (Seite 38 ff.) definiert ist.

Postpaid-ARPU

Der Postpaid-ARPU bezeichnet den monatlichen Durchschnittsumsatz (vor Mehrwertsteuer) je Postpaid-Kunde im Segment Mobilfunk. Er dient als Gradmesser für die Bereitschaft von Kunden, für die jeweilige Mobilfunkleistung entsprechende monatliche Entgelte zu zahlen, und umgekehrt für den Vertriebs Erfolg bei der Vermarktung hochwertiger Mobilfunktarife. Folglich ist der Postpaid-ARPU ein Indikator für die Qualität des Kundenstamms, deren Sicherung im strategischen Interesse des Vorstands liegt. Veränderungen der Markt- und Wettbewerbssituation in Deutschland können bedeutenden Einfluss auf die Entwicklung des Leistungsindikators nehmen. Auch regulatorische Änderungen und höhere Gewalt (z. B. Einschränkung von Reisetätigkeiten) können die Höhe des Postpaid-ARPU beeinflussen.

Die Ermittlung des Postpaid-ARPU erfolgt ohne Berücksichtigung von in der Grundgebühr enthaltenen Subventionsanteilen für mitgelieferte Hardware. Die Entwicklung der Postpaid-Serviceumsätze leitet sich demnach direkt aus der Entwicklung des Postpaid-ARPU und der Postpaid-Kundenzahlen ab.

Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Die Entwicklung der finanziellen Leistungsindikatoren Umsatz, EBITDA und Free Cashflow ist eng mit der Entwicklung des Abonnenten-Kundenstamms als zusammengefasster nichtfinanzieller Leistungsindikator der relevanten Kundengruppen verbunden. Die strategisch relevante Kundengruppe variiert in Abhängigkeit des operativen Segments: Der Postpaid-Kundenbestand dient als Leistungsindikator für das Segment Mobilfunk und der umsatzgenerierende TV-Kundenbestand (B2C-Kunden) für das Segment TV und Medien. Kundengewinnung, -bindung und -management sind für die erfolgreiche Entwicklung von freenet essenziell.

Der Postpaid-Kundenbestand, in dem die strategisch wichtigen Mobilfunkkunden zusammengefasst werden, sichert aufgrund der Laufzeitverträge die mittelfristige Ertrags- und Liquiditätskraft von freenet und ist zentral für die Unternehmenssteuerung. Mit dem Einstieg in das TV-Geschäft adressiert freenet ein weiteres Geschäftsfeld, das die Positionierung als Digital-Lifestyle-Provider stärkt und ausbaut. Die Entwicklung der freenet TV Abo-Kunden (RGU) sowie der waipu.tv Abo-Kunden dient hierbei als Maßstab für den Erfolg beim Aufbau des neuen Geschäftsfelds und damit für die Marktdurchdringung.

Die Auswahl der Leistungsindikatoren gibt einen transparenten Blick auf die strategische Ausrichtung von freenet und reflektiert die für den Kapitalmarkt relevanten Kundengruppen.

Tabelle 6: Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

In Tsd.	31.12.2022	31.12.2021	Veränderung
Postpaid-Kundenbestand	7.273,7	7.178,0	1,3%
freenet TV Abo-Kunden (RGU)	685,6	796,6	- 13,9%
waipu.tv Abo-Kunden	970,0	722,5	34,3%
Summe Abonnenten-Kundenstamm (exkl. App-basierte Kunden)	8.929,3	8.697,1	2,7%

Sonstige Kennzahlen und Gradmesser für den Unternehmenserfolg

freenet nutzt zur Steuerung des Konzerns neben finanziellen und nichtfinanziellen Leistungsindikatoren weitere Kennzahlen und Gradmesser, die als Ausdruck für den Unternehmenserfolg zu werten sind.

Sie umfassen:

- Produktmarken, neue Produkte, Partnerschaften und Vertriebsaktivitäten,
- Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten,
- Mitarbeiterbelange,
- EBIT und Finanzergebnis sowie
- Rothertrag und Rothertragsmarge.

EBIT, Finanzergebnis sowie Rothertrag und Rothertragsmarge sind zugleich APM.

Produktmarken, neue Produkte, Partnerschaften und Vertriebsaktivitäten

Auch im Berichtsjahr hat freenet neue Produkte eingeführt, weitere Partnerschaften geschlossen und zusätzliche Vertriebskanäle erschlossen, um einerseits das originäre Geschäft zu sichern und gleichzeitig neue Potenziale zu schaffen. Im Wesentlichen sind es die folgenden:

1. freenet Internet: Start eines eigenen App-basierten Internetangebots
2. green-Tarifportfolio: Magenta-Tarifportfolio der Deutschen Telekom auch mit 5G verfügbar
3. GRAVIS: Neues innovatives Store-Konzept
4. waipu.tv: Diverse Partnerschaften und Kooperationen (u. a. Deutsche Glasfaser und DAZN)
5. Vertragsverlängerung der Vertriebskooperation mit der Media-Markt-Saturn Deutschland GmbH

Forschung und Entwicklung

freenet unterhält keine eigene Abteilung für Forschung und Entwicklung. Das Unternehmen setzt sich jedoch in Anbetracht des rasanten technologischen Fortschritts in der Telekommunikationsbranche intensiv mit allen wesentlichen Neuerungen in diesem Bereich auseinander. Wesentliches Ziel ist es, die Wettbewerbspositionierung in diesem dynamischen Marktumfeld langfristig zu behaupten. Entwicklungsarbeiten finden bei freenet vorwiegend im Rahmen von IT-, Strategie- und Produktentwicklungsprojekten statt.

Die Gewinn- und Verlustrechnung wurde weder im Geschäftsjahr noch im Vorjahr durch Aufwendungen für Forschung und Entwicklung beeinflusst. Insgesamt nahm freenet im Rahmen von IT-, Strategie- sowie Produktentwicklungsprojekten 2022 zahlungswirksame Investitionen in Höhe von 25,0 Millionen Euro vor (2021: 22,9 Millionen Euro).

Mitarbeiterbelange

Zum Jahresende 2022 beschäftigte freenet 3.660 Mitarbeiter an neun Standorten sowie in den freenet Shops bzw. GRAVIS Stores. Im Bereich der beruflichen Ausbildung und des dualen Studiums stellt die Gruppe jährlich über 100 Ausbildungsplätze zur Verfügung. Sie gliedern sich in insgesamt 25 Ausbildungsgänge an 156 Ausbildungsorten. Zum Jahresende 2022 lag die Zahl der Auszubildenden bei freenet bei 266 (2021: 292). Berufliche Aus- und Weiterbildung sowie duales Studium dienen auch dem Kompetenzerhalt der Mitarbeiter. Deren kontinuierliche Weiterentwicklung hinsichtlich aktueller Markt- und Technologieentwicklungen sieht freenet als entscheidendes Kriterium für ihren zukünftigen unternehmerischen Erfolg.

Detaillierte Informationen zum Thema Mitarbeiterbelange finden sich in der nichtfinanziellen Erklärung.

Tabelle 7: Grenzwerte Kapitalstrukturmanagement

lt. Angabe	Grenzwert	Erfüllt per 31.12.2022	31.12.2022	31.12.2021	Veränderung
Eigenkapitalquote (in %)	> 25,0	Ja	40,5	41,5	- 1,0 PP
Verschuldungsfaktor	≤ 3,0	Ja	1,5	1,8	- 16,4%

EBIT und Finanzergebnis

Das EBIT ist definiert als Ergebnis vor Finanzergebnis und Ertragsteuern. Das Finanzergebnis setzt sich zusammen aus den Positionen „Ergebnis der nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen“, „Zinsen und ähnliche Erträge“, „Zinsen und ähnliche Aufwendungen“ und „sonstiges Finanzergebnis“.

Rohertrag und Rohertragsmarge

Der Rohertrag ist definiert als Saldo aus Umsatzerlösen und Materialaufwendungen. Die Rohertragsmarge bildet das Verhältnis aus Rohertrag zu Umsatzerlösen ab.

Tabelle 8: Herleitung Rohertrag

In Mio. EUR	2022	2021	Veränderung
Umsatzerlöse	2.556,7	2.556,3	0,0%
- Materialaufwand	- 1.670,0	- 1.702,9	- 1,9%
= Rohertrag	886,7	853,4	3,9%
= Rohertragsmarge	34,7%	33,4%	1,3 PP

Finanzmanagement

Das Kennzahlensystem zur strategischen und operativen Unternehmenssteuerung wird ergänzt durch ein etabliertes Finanzmanagementsystem. Oberste Ziele des verfolgten Finanzmanagementansatzes sind, den Zugang zum (Fremd-) Kapitalmarkt sicherzustellen, ausreichend Liquidität für das operative Geschäft vorzuhalten sowie eine verlässliche und nachhaltige Ausschüttungspolitik zu definieren. Die Aufgaben im Rahmen dieser Zielsetzung werden zentral von der Abteilung Treasury wahrgenommen, unterstützt durch das Finanzcontrolling und Rechnungswesen.

Cash-, Liquiditäts- und Kapitalstrukturmanagement

Integral für die Sicherstellung des Zugangs zum (Fremd-) Kapitalmarkt sowie der Liquidität sind:

- (1) das Cash- und Liquiditätsmanagement sowie
- (2) das Kapitalstrukturmanagement.

Das Cash- und Liquiditätsmanagement gewährleistet, dass freenet zu jeder Zeit Zahlungsverpflichtungen nachkommen kann. Zu diesem Zweck werden die Zahlungsströme sowohl aus dem operativen Geschäft als auch aus Finanzgeschäften kontinuierlich überwacht und in eine rollierende Cashflow-Planung integriert. Durch das konzerninterne Cash-Pooling können Konzernunternehmen zudem Überschüsse anderer Einheiten nutzen, um den eigenen Liquiditätsbedarf ohne Fremdfinanzierung zu decken.

Das Kapitalstrukturmanagement steuert die Kapitalausstattung des Konzerns sowie der Tochtergesellschaften. Wesentliche Kennzahlen zur konzernweiten Gestaltung der Kapitalstruktur sind die beiden alternativen Leistungskennzahlen Eigenkapitalquote und Verschuldungsfaktor, für die jeweils einzuhaltende Grenzwerte definiert wurden. Zusätzlich wird zu Informationszwecken ein adjustierter Verschuldungsfaktor berichtet, der durch die Einbeziehung der Börsenwerte von Aktienbeteiligungen in die Nettofinanzschulden (adjustierte Nettofinanzschulden) eine weniger konservative Perspektive auf die Verschuldung des Konzerns liefert.

Für die Eigenkapitalquote, die das Verhältnis von Eigenkapital zur Bilanzsumme (jeweils gemäß Konzernbilanz) abbildet, wurde eine Untergrenze von 25,0 Prozent festgelegt und für den Verschuldungsfaktor eine Obergrenze von maximal des 3,0-fachen EBITDA.

Die Eigenkapitalquote verringerte sich von 41,5 Prozent per Ende Dezember 2021 auf 40,5 Prozent per Ende Dezember 2022 und liegt weiterhin deutlich oberhalb der Untergrenze von 25,0 Prozent. Der Verschuldungsfaktor leitet sich aus dem Verhältnis von Nettofinanzschulden zu dem in den letzten zwölf Monaten erzielten EBITDA ab. Der Verschuldungsfaktor liegt per Jahresende 2022 bei 1,5 und damit unterhalb der Obergrenze von 3,0.

Tabelle 9: Herleitung Nettofinanzschulden und Verschuldungsfaktor

In Mio. EUR	31.12.2022	31.12.2021	Veränderung
Langfristige Finanzschulden	393,4	505,8	- 22,2 %
Kurzfristige Finanzschulden	116,1	143,6	- 19,1 %
Nettoleasing- + verbindlichkeiten	373,8	425,3	- 12,1 %
- Flüssige Mittel	178,0	286,3	- 37,8 %
= Nettofinanzschulden	705,3	788,4	- 10,5 %
= Verschuldungsfaktor	1,5	1,8	- 16,4 %
- Beteiligung börsen- notierter Unternehmen	68,1	142,5	- 52,2 %
Adjustierte Netto- finanzschulden	637,1	645,9	- 1,4 %
Adjustierter = Verschuldungsfaktor	1,3	1,4	- 7,8 %

Ausschüttungspolitik

Die Ausschüttungspolitik ist ein weiterer wesentlicher Teil des Finanzmanagements. Der Vorstand von freenet verfolgt grundsätzlich eine Politik kontinuierlicher und an der operativen Entwicklung ausgerichteter Ausschüttungen. Anknüpfungspunkt und Bemessungsgrundlage ist der Free Cashflow. Als Bestandteil der Unternehmensprognose bietet diese Liquiditätskennzahl einen verlässlichen Anknüpfungspunkt für die Ableitung einer Ausschüttungserwartung für und durch Aktionäre.

Im Interesse der Ausschüttungskontinuität definiert der Vorstand 80 Prozent des Free Cashflow als langfristig zu erwartende Ausschüttungsquote. Der Vorstand bekennt sich damit zu einer planbaren und angemessenen Aktionärsbeteiligung. Neben einer Bardividende ist nicht ausgeschlossen, Aktionäre auch in Form von Aktienrückkäufen am Unternehmenserfolg zu beteiligen.

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Gesamtwirtschaftliche Entwicklung in Deutschland

Der seit Ende Februar des abgelaufenen Jahres andauernde Krieg in der Ukraine hat den Ausblick auf die weltwirtschaftliche Entwicklung deutlich verschlechtert. Die Energiepreise für Unternehmen und Privathaushalte sind seitdem in Europa und im Speziellen in Deutschland massiv gestiegen. Das Statistische Bundesamt errechnet eine Inflationsrate für Deutschland für das abgelaufene Jahr in Höhe von +8,7 Prozent (Vorjahr: +3,2 Prozent). Die EZB erhöhte zur Eindämmung der Inflation den Leitzins viermal im abgelaufenen Jahr, zuletzt auf 2,5 Prozent im Dezember 2022. Dieser liegt damit erstmals seit Jahren wieder über 0 Prozent. Infolgedessen stiegen auch die Fremdfinanzierungskosten für Unternehmen und die Kreditzinsen für Privathaushalte in Deutschland. Weiterhin belastet wurden auch globale Lieferketten durch die bis zum Dezember 2022 ausgeübte strikte „Zero-COVID-Policy“ in China.

Vor diesem Hintergrund liegen die Einschätzungen des Wirtschaftswachstums für das Jahr 2022 unter dem Wachstum des Jahres 2021. Der Internationale Währungsfonds (IWF) geht von einem Wachstum der weltweiten Wirtschaftsleistung für das abgelaufene Jahr in Höhe von +3,4 Prozent aus (Vorjahr: +6,0 Prozent). Für die deutsche Wirtschaft ermittelte das Statistische Bundesamt ein Wachstum des Bruttoinlandsprodukts (BIP) für das Jahr 2022 in Höhe von +1,9 Prozent (Vorjahr: +2,6 Prozent).

Branchenbezogene Entwicklung

Mobilfunkmarkt Deutschland

Der Mobilfunkmarkt in Deutschland blieb auch im abgelaufenen Jahr berechenbar. Gegenüber dem Vorjahr gab es keine nennenswerten Veränderungen in Bezug auf Höhe und Zusammensetzung der Serviceumsatzerlöse sowie deren Verteilung auf einzelne Marktteilnehmer. Auch die Steigerung des verbrauchten Datenvolumens der Nutzer blieb wie in den Vorjahren erwartungsgemäß auf einem hohen Niveau. Zudem schreitet die Umstellung auf 5G-fähige SIM-Karten wie zu erwarten sukzessive voran. Insgesamt war kein Trend zu Preiserhöhungen („Mehr für das Gleiche“) erkennbar. Zu vermerken ist die Entscheidung der Bundesnetzagentur (BNetzA) im Oktober, dass die 1&1 Mobilfunk GmbH („1&1“) bis spätestens Ende

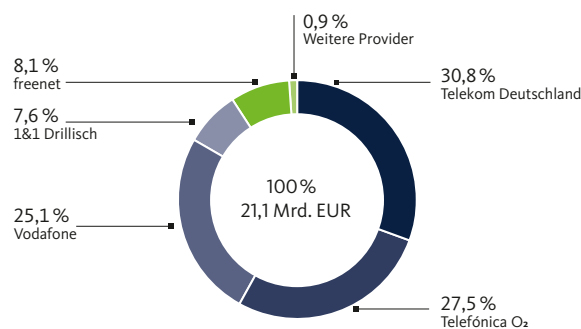
2023 den Vertrieb als Diensteanbieter und bis spätestens Ende 2025 jede Geschäftstätigkeit als Diensteanbieter einzustellen hat, um als Netzbetreiber agieren zu dürfen. Dem Marktaustritt von 1&1 als Diensteanbieter und dessen Markteintritt als vollwertiger Netzbetreiber sind damit konkrete Zeithorizonte zuzuordnen. Der Start eines vierten flächendeckenden deutschen Mobilfunknetzes wird damit absehbarer.

Die zum Jahresende 2021 in Kraft getretenen Neuerungen des Telekommunikationsgesetzes (TKG) ermöglichen es Verbrauchern, u. a. Mobilfunkverträge monatlich zu kündigen, wenn deren Mindestvertragslaufzeit (i. d. R. 24 Monate) bereits abgelaufen ist. Infolge dieser Neuerung kam es bei nahezu allen Marktteilnehmern zu erhöhten Kundenabwanderungsraten in der ersten Jahreshälfte 2022. In der zweiten Jahreshälfte normalisierte sich das Wachstum marktteilnehmerübergreifend wieder, sodass von einem temporären Effekt der Gesetzeserneuerung („Marktberreinigung“) auszugehen ist. Dieser spiegelt sich auch im leichten Rückgang der Anzahl aktiver persönlicher SIM-Karten um –2,5 Prozent auf 112,8 Millionen (Vorjahr: 115,7 Millionen) wider.

Nach der Marktanalyse des Verbands der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten e. V. (VATM) erhöhten sich die Umsatzerlöse im deutschen Mobilfunkmarkt im Jahr 2022 um +1,5 Prozent auf 26,7 Milliarden Euro (Vorjahr: 26,3 Milliarden Euro). Der Umsatzanteil des Mobilfunkmarktes am Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienstleistungen blieb damit im Jahresvergleich mit 44,3 Prozent unverändert hoch (Vorjahr: 44,2 Prozent). Wie im Vorjahr entfallen rund 80 Prozent (21,1 Milliarden Euro) der Mobilfunkumsatzerlöse auf Serviceumsätze (nutzungsabhängige und -unabhängige Entgelte für Mobilfunkleistungen). Das restliche Fünftel der Umsatzerlöse speist sich aus dem Geschäft mit Interconnection, Wholesale und Endgeräten. Fast ein Drittel der Serviceumsatzerlöse wird durch die Deutsche Telekom erwirtschaftet (30,8 Prozent). Wird der Anteil von Telefónica (27,5 Prozent) und Vodafone (25,1 Prozent) hinzugezählt, so stehen die drei deutschen Netzbetreiber für mehr als vier Fünftel der Umsatzerlöse. freenet zeichnet sich für 8,1 Prozent verantwortlich. Wird ausschließlich der Privatkundenmarkt für Mobilfunkdienstleistungen zu Grunde gelegt, sollte der Marktanteil von freenet bei nahe 20 Prozent liegen. Diese Einordnung ist sinnvoll vor dem Hintergrund der reinen Fokussierung von freenet auf Privatkunden.

Im abgelaufenen Jahr sollte das verbrauchte Datenvolumen in deutschen Mobilfunknetzen wieder einen Rekordwert erreichen. Es wird mit einem Plus in Höhe von 47,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr (7,6 Milliarden GB) auf 11,2 Milliarden GB gerechnet. Das entspricht 5,65 GB pro SIM-Karte im Monat (wobei hier auch das Datenvolumen von M2M-SIM-Karten berücksichtigt wird). Erwartungsgemäß sollten Ende des abgelaufenen Jahres 10,4 Prozent (Vorjahr: 7,5 Prozent) oder 11,7 Millionen der persönlichen SIM-Karten 5G-fähig sein.

Abbildung 10: Marktanteile Mobilfunkmarkt Deutschland (gem. Serviceumsatzerlöse)



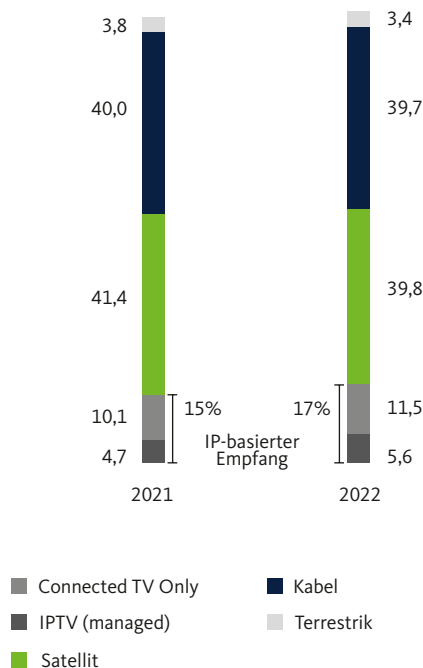
Quelle: 24. TK-Marktanalyse Deutschland 2022, VATM

TV- und Bewegtbildmarkt in Deutschland

Der deutsche TV- und Bewegtbildmarkt entwickelte sich auch im Jahr 2022 weiter in Richtung „Internetempfang“ (IPTV/OTT). Inzwischen empfangen 17,1 Prozent (Vorjahr: 14,8 Prozent) der TV-Haushalte lineares Fernsehen über das Internet. Die Zahl der TV-Haushalte in Deutschland liegt dabei seit zehn Jahren konstant bei über 38 Millionen (2022: 38,8 Millionen). Rund 70 Prozent haben mittlerweile jedoch die technischen Voraussetzungen, Internet als Empfangsweg zu nutzen. Vor zehn Jahren traf dies nur auf rund jeden zehnten TV-Haushalt zu. Der Anteil aller anderen Empfangswege ging gegenüber dem Vorjahr zurück (Satellit –1,0 Prozent-Punkte; Antenne: –0,9 Prozent-Punkte; Kabel –0,3 Prozent-Punkte). Der fokussierte Ausbau der Glasfaserinfrastruktur sowie der Wegfall des Nebenkostenprivilegs für Kabelfernsehen im Zuge der TKG-Novelle bis Mitte des Jahres 2024 könnten nach eigener Einschätzung den Trend zum Empfangsweg IPTV/OTT verstärken. Konsumenten zwischen 14 und 29 Jahren präferieren dabei insbesondere den Empfangsweg OTT, also Internetfernsehen ohne zusätzliche Hardware wie bspw. eine Set-Top-Box. Gleiches gilt für potenzielle Abwanderer vom terrestrischen Empfangsweg (Antenne). Unter demographischen Aspekten und fortschreitender Verbreitung von Smart-TV könnte der Anteil der Nutzung von OTT als Empfangsweg demnach kontinuierlich ansteigen.

Abbildung 11: Verteilung der Übertragungswege für lineares Fernsehen in Deutschland

In %



Quelle: Digitalisierungsbericht Video 2022, Die Medienanstalten-ALM

Im Hinblick auf den Konsum von Bewegtbildinhalten wird der mit Abstand größte Anteil (2022: 67 Prozent) nach wie vor über lineares Fernsehen abgerufen. Auch die durchschnittliche

Konsumzeit liegt noch immer bei über drei Stunden täglich (2022: 195 Minuten). Gleichzeitig nimmt der Konsum nicht-linearer Inhalte insbesondere in Form von Abonnentenmodellen (Subscription-Video-on-Demand, SVOD) zu. Damit einher geht eine fortschreitende Fragmentierung der Sendervielfalt und Programmwiedergabe. So existiert mittlerweile eine große Vielzahl an Akronymen (u. a. SVoD, TVoD, AVoD), welche diese unterschiedlichen Ausprägungen beschreiben. Im Streaming-Markt existieren inzwischen diverse Anbieter, was zum Beginn einer Konsolidierungsphase führt. Im abgelaufenen Jahr verzeichnete einer der Marktführer zum ersten Mal sogar einen Nutzerrückgang. Vor diesem Hintergrund versuchen die Marktteilnehmer kostengünstige Alternativen zu ihren klassischen Angeboten zu etablieren, um neue Kunden zu gewinnen und Bestandskunden zu halten. Im Wesentlichen sind Streaming-Angebote in Form von Advertising-Video-on-Demand (AVoD) und sog. FAST-Channels („Free-Ad-Supported-Streaming-TV“) zu nennen. AVoD entspricht werbefinanziertem SVoD und ermöglicht so ein kostengünstigeres oder kostenloses Angebot der sonst üblicherweise gegen eine (Abo-)Gebühr angebotenen Streaming-Inhalte. FAST-Channels sind Sender, die werbefinanzierte lineare Streaming-Inhalte zeigen und ausschließlich über das Internet empfangbar sind. Die gezeigten Inhalte werden häufig aus den Mediatheken der SVoD-Anbieter (bspw. Netflix) gespeist. FAST-Channels verbinden somit Inhalte von Streaming-Anbietern mit dem Programmaufbau konventioneller Fernsehanstalten. Vor diesem Hintergrund etablieren sich Kooperationen von Anbietern linearer und nicht-linearer Inhalte. Ebenso wird im Zuge solcher Kooperationen versucht, die Unübersichtlichkeit der Anbieter und Programme an einer Stelle zusammenzufassen (sog. „Content-Aggregators“). In dieser Position sehen sich insbesondere Plattformen zur Verbreitung linearer Inhalte über das Internet (bspw. Magenta TV, Giga TV oder waipu.tv). Diese Anbieter ermöglichen es, lineare mit nicht-linearen Inhalten auf einer Plattform zu bündeln.

Überblick über den Geschäftsverlauf

Gesamtaussage des Vorstands zum Geschäftsverlauf

Der Vorstand der freenet AG bewertet das Geschäftsjahr 2022 als sehr positiv und konstatiert es als wichtigen Teilerfolg zur Erreichung der finanziellen Ambition 2025. Folgende Kernaussagen fassen den Geschäftsverlauf 2022 zusammen:

- Das EBITDA-Wachstum liegt auch das zweite Jahr in Folge oberhalb der avisierten jährlichen durchschnittlichen Wachstumsrate von über 4 Prozent.
- Das Kerngeschäft Mobilfunk entwickelt sich von äußeren Umständen unbeeindruckt solide und berechenbar.

- Das Segment TV und Medien entwickelt sich den Erwartungen entsprechend und stellt zunehmend einen essenziellen Teil der Profitabilitätsbasis von freenet dar.
- Das Wachstum der waipu.tv Abo-Kunden ist deutlich stärker als erwartet.

Das Jahr unterstreicht zum wiederholten Mal die Resilienz des Geschäftsmodells von freenet gegenüber unternehmensexternen Unwägbarkeiten. Zwei Gründe sind hierfür wesentlich. Zum einen sind die von freenet angebotenen Produkte und Services (Telekommunikation, Internet, TV-Entertainment) für Privathaushalte gemeinhin Güter, die kurz- und mittelfristig nicht austauschbar oder verzichtbar sind. Zum anderen belasten Energiepreise das Unternehmen potenziell weniger als einige Wettbewerber, weil freenet keine eigene Infrastruktur für Mobilfunknetze betreibt (Asset-light-Strategie). Energiekosten machen dementsprechend nur einen geringen Teil der Gesamtaufwendungen von freenet aus.

Die Resilienz des Geschäftsmodells quantifiziert sich insbesondere in einem moderat gewachsenen Postpaid-Kundenbestand (+1,3 Prozent ggü. Jahresende 2021), der in Verbindung mit einem stabilem ARPU (–0,8 Prozent ggü. 2021) und

einer deutlich gestiegenen Kundenzahl bei freenet FUNK und FLEX (+28,5 Prozent ggü. Jahresende 2021) zu einem leichten Anstieg der Serviceumsätze führte (+0,9 Prozent ggü. 2021). In Summe zeigen die Konzernumsatzerlöse den für das Jahr 2022 erwarteten stabilen Verlauf (+0,0 Prozent ggü. 2021).

Die im Zuge der Veröffentlichung der Halbjahreszahlen 2022 vom Vorstand angehobene EBITDA-Prognose wurde mit einem EBITDA in Höhe von 478,7 Millionen Euro (+7,0 Prozent ggü. 2021) erreicht. Das EBITDA liegt damit am oberen Ende der Prognose-Bandbreite (480 Millionen Euro). Gleiches gilt auch für den Free Cashflow in Höhe von 249,2 Millionen Euro (+6,3 Prozent ggü. 2021). In der Entwicklung des EBITDA wird der zunehmende Beitrag des margenstarken Segments TV und Medien zum Konzern-EBITDA deutlich. Diese Entwicklung wird getragen vom starken Wachstum der waipu.tv Kunden (+34,3 Prozent ggü. Jahresende 2021) und einer stabilen Entwicklung des übrigen TV-Geschäfts. Der Effekt aus dem merklichen Rückgang der umsatzgenerierenden Nutzer von freenet TV (–13,9 Prozent ggü. Jahresende 2021) auf das Segment-EBITDA ist vernachlässigbar, da Preiserhöhungen und eine ausgeprägte Kostendisziplin diesem entgegenwirkten.

Tabelle 10: Prognose-Ist-Vergleich 2022

In Mio. EUR bzw. lt. Angabe	Referenzwert 2021	Initiale Prognose 2022 (25.2.2022)	Bestätigung Prognose 2022 (12.5.2022)	Erhöhung Prognose 2022 (11.8.2022)	Bestätigung Prognose- erhöhung 2022 (3.11.2022)	2022
Finanzielle Leistungsindikatoren						
Umsatzerlöse	2.556,3	Stabiler Verlauf	Stabiler Verlauf	Stabiler Verlauf	Stabiler Verlauf	2.556,7
EBITDA	447,3	450–470	450–470	460–480	460–480	478,7
Free Cashflow	234,4	230–250	230–250	230–250	230–250	249,2
Postpaid-ARPU (in EUR)	18,1	Stabiler Verlauf	Stabiler Verlauf	Stabiler Verlauf	Stabiler Verlauf	17,9
Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren						
In Tsd.	Referenzwert 31.12.2021	Initiale Prognose 2022 (25.2.2022)	Bestätigung Prognose 2022 (12.5.2022)	Bestätigung Prognose 2022 (11.8.2022)	Bestätigung Prognose 2022 (3.11.2022)	31.12.2022
Postpaid-Kundenbestand	7.178,0	moderat wachsend	moderat wachsend	moderat wachsend	moderat wachsend	7.273,7
freenet TV Abo-Kunden (RGU)	796,6	merklich abnehmend	merklich abnehmend	merklich abnehmend	merklich abnehmend	685,6
waipu.tv Abo-Kunden	722,5	solide wachsend	solide wachsend	solide wachsend	solide wachsend	970,0

Die kurzfristige Prognose (Prognose 2022) wurde demnach in allen Belangen erfüllt. Die mittelfristige Ambition, bis Ende 2025 eine durchschnittliche jährliche Wachstumsrate von über 4 Prozent ausgehend vom Geschäftsjahr 2020 zu erzielen, wurde in diesem Jahr ebenso erfüllt. Vor diesem Hintergrund ist freenet auf dem besten Weg, ab dem Geschäftsjahr 2025 ein EBITDA in Höhe von mindestens 520 Millionen Euro sowie einen Free Cashflow oberhalb von 260 Millionen Euro zu erzielen.

Entwicklung der operativen Segmente

Segment Mobilfunk

Zu Beginn des abgelaufenen Geschäftsjahres startete freenet mit der Konsolidierung des Markenportfolios und der Stärkung der Dachmarke „freenet“. Die unter der Marke „mobilcom-debitel“ vertriebenen Produkte tragen nun den Namen „freenet“. Ziel der Vereinheitlichung und neuen Markenarchitektur ist es, die Bekanntheit von freenet als Marke und einem der größten Anbieter von Digital-Lifestyle in Deutschland zu stärken. Einen Beitrag dazu leistete bereits die Verpflichtung des Entertainers Dieter Bohlen im Herbst des Jahres 2021, dessen Testimonial die Bekanntheit von freenet als Consumer-Brand steigerte und die einzelnen Produktmarken miteinander verband. Mittlerweile sind die über 500 ehemaligen mobilcom-debitel Shops weitestgehend in der Außendarstellung umgestaltet und als freenet Shops erkennbar. Vor dem Hintergrund der Abschaffung der Marke „mobilcom-debitel“ wird dessen bilanzieller Wert in Höhe von rund 293 Millionen Euro bis zum 30. Juni 2023 linear über 18 Monate abgeschrieben. Dies hat einen mindernden Effekt auf einige Kennzahlen auf Konzernebene (u. a. EBIT, Eigenkapitalquote), jedoch keinen Einfluss auf die Liquidität oder Ausschüttungskraft der freenet AG.

Tabelle 11: Kundenentwicklung Segment Mobilfunk

In Tsd.	31.12.2022	31.12.2021	Veränderung
Postpaid-Kunden	7.273,7	7.178,0	1,3 %
App-basierte Tarife ¹	113,1	88,0	28,5 %
Abbonnentenzahl (Summe)	7.386,8	7.266,0	1,7 %

¹ Umfasst Abonnenten von freenet FUNK und freenet FLEX

Vor dem Hintergrund der Markenharmonisierung hielt das Wachstum der Abbonnentenzahl des Kerngeschäfts im abgelaufenen Geschäftsjahr weiterhin an. Zu Jahresbeginn war die Entwicklung geprägt durch das wesentlich restriktivere regulatorische Umfeld, das mit dem neuen Telekommunikationsgesetz (TKG) am 1. Dezember 2021 in Kraft trat. Insgesamt sind die Auswirkungen als vorübergehend einzustufen und die Zahl der Postpaid-Kunden erhöhte sich seit Jahresende 2021 leicht um +1,3 Prozent auf 7,27 Millionen (Jahresende 2021: 7,18 Millionen). Zur Mitte des Jahres übersprang

die Nutzerzahl der App-basierten Tarife (freenet FUNK und FLEX) erstmals die 100.000er-Marke. Das wachstumsstarke Kundensegment legte damit um +28,5 Prozent gegenüber dem Jahresende 2021 (88,0 Tausend) auf 113,1 Tausend zu. Als stabil erweist sich weiterhin der Postpaid-ARPU mit 17,9 Euro im Jahr 2022 (Vorjahr: 18,1 Euro). Gleichbleibend hoch zeigen sich entsprechend die Serviceumsätze im Postpaid-Bereich. Diese sind gegenüber dem Jahr 2021 (1.542,3 Millionen Euro) leicht um +0,3 Prozent auf 1.547,3 Millionen Euro gestiegen. Die Serviceumsätze im Bereich No-Frills / Prepaid stiegen auf 118,6 Millionen Euro (Vorjahr: 108,9 Millionen Euro). Produkte und Dienstleistungen, die sich am Digital-Lifestyle (DLS) der Kunden ausrichten und das bestehende Mobilfunkangebot von freenet ergänzen, insbesondere Smartphone-Versicherungen und -Zubehör sowie Antivirus-Software bilden seit Jahren eine weitere konstante Erlösquelle. Die fortan noch gestärkte Consumer-Marke „freenet“ sollte sich in diesem Zusammenhang zusätzlich positiv auswirken. Im Geschäftsjahr 2022 steuerte das Geschäftsfeld 207,2 Millionen Euro zu den Segment-Umsatzerlösen bei (Vorjahr: 201,4 Millionen Euro).

Tabelle 12: Umsatzentwicklung Segment Mobilfunk

In Mio. EUR bzw. lt. Angabe	2022	2021	Veränderung
Postpaid ARPU (in EUR)	17,9	18,1	- 0,8 %
Serviceumsätze Postpaid	1.547,3	1.542,3	0,3 %
Serviceumsätze No-Frills / Prepaid	118,6	108,9	9,0 %
Umsatz Digital-Lifestyle	207,2	201,4	2,9 %

Seit Mitte des abgelaufenen Jahres bietet freenet mit „freenet Internet“ zudem ein eigenes App-gesteuertes Internetangebot an. Der Tarif ist flexibel über die App zu verwalten und monatlich kündbar. freenet stellt mit dem innovativen Produkt das Geschäftsfeld „Internet“ als dritte, zum Mobilfunk- und TV-Geschäft komplementäre Säule auf und schafft die Voraussetzungen für die Gestaltung konvergenter Produkte. freenet Internet ist im Jahr 2022 als Fixed Wireless Access (FWA) Produkt gestartet. In den ersten Monaten des Jahres 2023 wird das als technologieneutrale Internetangebot konzipierte Produkt um die Zugangsart Breitband (DSL) ergänzt werden.

Segment TV und Medien

Das Segment TV und Medien wird getragen von den freenet Tochterunternehmen EXARING AG mit waipu.tv (IPTV) sowie Media Broadcast als Anbieter von freenet TV (terrestrisches TV) und umfassender digitaler Sendelösungen für die Übertragung von TV- und Radiosignalen über terrestrische Wege sowie 5G-Campusnetze. Beide Unternehmen verzeichneten im Geschäftsjahr 2022 neue Partnerschaften, neue Programme und neue Kunden. Das wachstumsstarke Segment steigerte die Umsatzerlöse gegenüber dem Vorjahr um 10,1 Prozent auf 313,3 Millionen Euro (Vorjahr: 284,5 Millionen Euro).

Tabelle 13: Kundenentwicklung Segment TV und Medien

In Tsd.	31.12.2022	31.12.2021	Veränderung
freenet TV Abo-Kunden (RGU)	685,6	796,6	- 13,9 %
waipu.tv Abo-Kunden	970,0	722,5	34,3 %
TV-Abonnentenzahl (Summe)	1.655,6	1.519,1	9,0 %

Die Abonnentenzahl von waipu.tv ist auch im abgelaufenen Geschäftsjahr stark gewachsen. Rund 250 Tausend Netto-Neukunden gewann waipu.tv im Jahr 2022 hinzu. Zum Jahresende verzeichnete waipu.tv eine Abonnentenzahl in Höhe von 970,0 Tausend. waipu.tv hat sich mittlerweile als ein Anbieter mit attraktivem Preis-Leistungs-Verhältnis auf dem deutschen Markt etabliert. Zudem haben zahlreiche neue Sender und Partnerschaften die Reichweite des Produktes erhöht. Unter anderem starteten waipu.tv und Deutsche Glasfaser eine Kooperation. Deutsche Glasfaser treibt den Glasfaserausbau in Deutschland, insbesondere in ländlichen Gebieten, stark voran. Somit hat das Unternehmen einen direkten Zugang zu vielen Glasfaserkunden, die mit diesem performanten Übertragungsweg prädestiniert sind für die Nutzung von IP-basiertem linearem Fernsehen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr begann EXARING auch eine Zusammenarbeit mit Roku TV. Der Konkurrent von Fire TV und Apple TV ist als eine führende TV-Streaming-Plattform in Nord- und Mittelamerika seit Ende letzten Jahres auch in Deutschland vertreten. Die waipu.tv App ist auf den Streaming-Produkten von Roku TV nunmehr vorinstalliert. Darüber hinaus arbeitet waipu.tv seit dem Jahresende 2022 mit DAZN zusammen. Der nach eigener Aussage weltweit führende Sport-Streaming-Service ist nun auch in einem vergünstigten Kombi-Paket mit waipu.tv buchbar. Daneben startet mit DAZN FAST ein kostenloser 24/7-FAST-Channel der Sport-Plattform exklusiv bei waipu.tv. Mit dem neuen Kanal von DAZN sind auf waipu.tv insgesamt 75 FAST-Channels abrufbar. FAST steht für kostenlose (free) und werbefinanzierte (ad-supported) TV-Kanäle.

freenet TV bleibt auch im Geschäftsjahr 2022 profitabel – ungeachtet des erwartungsgemäßen Nutzerrückgangs, der im Wesentlichen auf das unattraktive Programmangebot der Privatsender zurückzuführen ist. Die Zahl der umsatzgenerierenden Nutzer (RGU) von freenet TV reduzierte sich in den zwölf Monaten des abgelaufenen Jahres von 796,6 Tausend um -111,0 Tausend auf 685,6 Tausend. Zum 1. Dezember 2022 erfolgte eine Preiserhöhung für Bestandskunden. In Summe konnte das starke Wachstum von waipu.tv den Nutzerrückgang von freenet TV überkompensieren, sodass die Abonnentenzahl von TV-Produkten mit 1,66 Millionen zum Jahresende um 136,5 Tausend über dem Vorjahr lag.

Im Bereich B2B-Services gewinnt Media Broadcast ebenfalls Kunden und trägt weiterhin einen merklichen Anteil zum Segment-EBITDA bei. Im März des abgelaufenen Jahres wurde ein langfristiger Vertrag mit dem Mobilfunkdienstleister 1&1 zur Wartung und Instandsetzung seines neuen 5G-Mobilfunknetzes geschlossen. Media Broadcast erweiterte damit den Geschäftsbereich „Professional Services“ um die Präsenz im Telekommunikationsmarkt. Ebenfalls treibt Media Broadcast die Tätigkeiten im Bereich von 5G-Campusnetzen voran. So unterstützt das Unternehmen seit September letzten Jahres mit seiner Expertise das EU-Forschungsprojekt „5G-VIR-TUOSA“. Darüber hinaus arbeitet die freenet Tochter kontinuierlich am Sendernetz-Ausbau für Digitalradio. Im Jahr 2022 ging eine Vielzahl von neuen Sendern an unterschiedlichen Standorten ans Netz. Das erste nationale Programmensemble von DAB+ erreicht nun rund 75 Millionen Hörer.

Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

Umsatz- und Ertragslage

Die Konzernumsatzerlöse liegen im Geschäftsjahr 2022 mit 2.556,7 Millionen Euro auf dem Niveau des Vorjahres (2.556,3 Millionen Euro). Die Zahl der für das Mobilfunksegment steuerungsrelevanten Postpaid-Kunden stieg moderat auf 7,274 Millionen zum 31. Dezember 2022 (31. Dezember 2021: 7,178 Millionen Kunden). Der Postpaid-ARPU blieb mit 17,9 Euro (Vorjahr: 18,1 Euro) in Relation zu den Vorjahren und den Wettbewerbern stabil. Insgesamt stiegen die Serviceumsatzerlöse im Segment Mobilfunk im Geschäftsjahr 2022 um 14,8 Millionen Euro auf 1.665,9 Millionen Euro (Vorjahr: 1.651,1 Millionen Euro); davon entfielen 92,9 Prozent auf Serviceumsatzerlöse mit Postpaid-Kunden (Vorjahr: 93,4 Prozent). Insgesamt betrachtet liegen die Umsatzerlöse des Segments mit 2.251,3 Millionen Euro unter dem Vorjahresniveau (2.270,8 Millionen Euro). Ursächlich hierfür ist der Rückgang der Hardwareerlöse im Geschäftsjahr. Aufgrund der geringen Marge im Hardwaregeschäft wirkt sich der Rückgang kaum auf die übrigen Erfolgskennzahlen aus. Dagegen erhöhten sich die Umsatzerlöse im Segment TV und Medien gegenüber dem Vorjahreszeitraum von 284,5 Millionen Euro um 10,1 Prozent auf 313,3 Millionen Euro vorwiegend aufgrund des weiterhin stark ansteigenden waipu.tv Abo-Kundenbestands (+247,5 Tausend). Der Rückgang der freenet TV Abo-Kunden (RGU) (-111,0 Tausend) konnte damit deutlich überkompensiert werden.

Tabelle 14: Umsatz- und Ertragskennzahlen des Konzerns¹

In Mio. EUR	2022	2021	Veränderung
Umsatzerlöse	2.556,7	2.556,3	0,0 %
Rohertrag	886,7	853,4	3,9 %
Gemeinkosten	- 408,0	- 406,1	- 0,5 %
EBITDA	478,7	447,3	7,0 %
Adjustiertes EBIT	324,1	250,0	29,6 %
Finanzergebnis	- 15,4	- 32,0	51,8 %
Adjustiertes EBT	308,7	218,1	41,6 %
Adjustiertes Konzernergebnis	248,4	191,2	29,9 %

¹ Ertragsgrößen (EBIT, EBT, Konzernergebnis) angepasst um Effekte aus Abschreibung des Markenrechts „mobilcom-debitel“ (relevant nur für 2022).

Der Rohertrag erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr (853,4 Millionen Euro) um 33,3 Millionen Euro auf 886,7 Millionen Euro. Die Rohertragsmarge verbesserte sich um 1,3 Prozentpunkte auf 34,7 Prozent (Vorjahr: 33,4 Prozent) in erster Linie aufgrund des höheren Anteils von Serviceumsatzerlösen an den Konzernumsatzerlösen infolge niedrigerer Hardwareumsatzerlöse. Ebenso führte die Übererfüllung von Zielen zu einem positiven Effekt auf den Rohertrag (Reduzierung Materialaufwand).

Die sonstigen betrieblichen Erträge erhöhten sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 7,5 Millionen Euro auf 49,5 Millionen Euro – überwiegend bedingt durch gestiegene Erträge aus der externen Weiterberechnung von Aufwendungen für Promotoren.

Die anderen aktivierten Eigenleistungen resultieren aus selbst erstellter Software im Rahmen von IT-Projekten und liegen mit 25,0 Millionen Euro über dem Vorjahresniveau (22,9 Millionen Euro).

Der Personalaufwand erhöhte sich um 10,2 Millionen Euro auf 229,6 Millionen Euro. Der Anstieg ist insbesondere auf die zu diesem Jahresende notwendige Anpassung der Personalrückstellungen für Mitarbeiterbeteiligungsprogramme zurückzuführen (siehe Konzernanhang, Tz. 25). Ohne diese Anpassung lägen die Personalaufwendungen mit 217,0 Millionen Euro leicht unter dem Niveau des Vorjahres (219,4 Millionen Euro). Die im Vergleich zum Vorjahr deutlich geringere durchschnittliche Anzahl der im Konzern beschäftigten Mitarbeiter (2022: 3.679 Mitarbeiter, Vorjahr: 3.834 Mitarbeiter) kompensiert hierbei die geringeren Erstattungen des Kurzarbeitergeldes durch die Bundesagentur für Arbeit (Nettoeffekt gegenüber 2021: 10,2 Millionen Euro).

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen liegen im Geschäftsjahr 2022 mit 252,9 Millionen Euro auf dem Niveau des Vorjahres (251,6 Millionen Euro). Die erhöhten Aufwendungen für die Wertberichtigungen und den Ausfall von Forderungen, Marketing- und IT-Aufwendungen sowie Aufwendungen für Promotoren (siehe auch sonstige betriebliche Erträge) wurden überwiegend durch geringere Rechtskosten im Zusammenhang mit der Neubewertung von Rückstellungen für Rechtsstreitigkeiten kompensiert (siehe Konzernanhang, Tz. 30). Daneben entfallen die sonstigen betrieblichen Aufwendungen zum großen Teil auf Verwaltungskosten (z. B. Nebenkosten der Shops, Stores und Verwaltungsgebäude), Outsourcing- und Beratungskosten.

In Summe blieben die Gemeinkosten mit 408,0 Millionen Euro auf dem Vorjahresniveau (406,1 Millionen Euro).

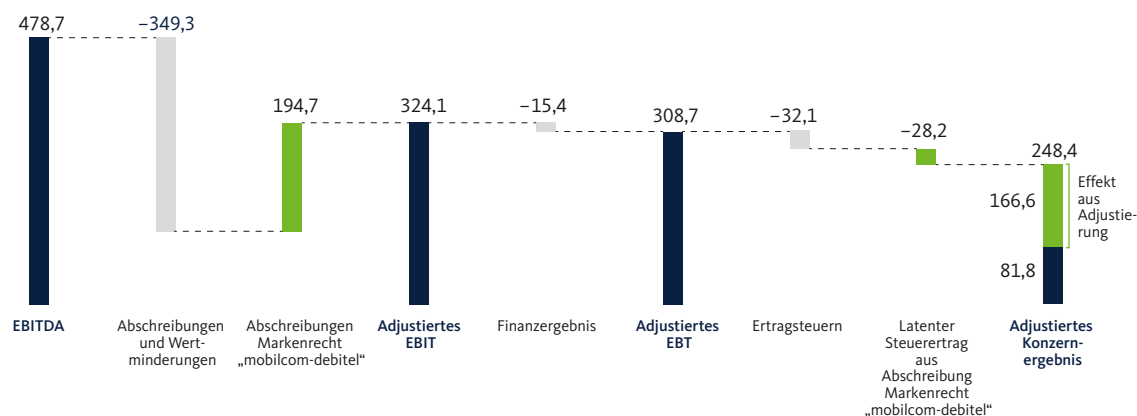
Aufgrund des erläuterten Profitabilitätswachses stieg das EBITDA gegenüber dem Vorjahreszeitraum deutlich um 7,0 Prozent auf 478,7 Millionen Euro (Vorjahr: 447,3 Millionen Euro). Dazu leisten beide operativen Segmente einen Beitrag (siehe Konzernanhang, Tz. 3). Die EBITDA-Marge auf Konzernebene verbesserte sich um 1,2 Prozentpunkte auf 18,7 Prozent (Vorjahr: 17,5 Prozent).

Die Abschreibungen und Wertminderungen erhöhten sich gegenüber dem Vorjahr (197,3 Millionen Euro) um 152,0 Millionen Euro auf 349,3 Millionen Euro. Der starke Anstieg ist auf die zu Beginn des Geschäftsjahres gestartete Neuausrichtung der Markenstrategie zurückzuführen. Im Rahmen der Markentransformation wird die seit 2009 genutzte Marke „mobilcom-debitel“ sukzessive durch die Marke „freenet“ ersetzt. Die Marke „mobilcom-debitel“ wurde bisher als immaterieller Vermögenswert mit einer unbestimmten Nutzungsdauer in der Bilanz ausgewiesen (31. Dezember 2021: 293,2 Millionen Euro). Infolge der Umsetzung der neuen Markenstrategie wird der Buchwert der Marke „mobilcom-debitel“ über die erwartete Restnutzungsdauer von 18 Monaten bis zum 30. Juni 2023 planmäßig linear abgeschrieben. Im Geschäftsjahr 2022 resultiert hieraus eine Abschreibung in Höhe von 194,7 Millionen Euro. Der Effekt daraus ist in den Abschreibungen und Wertminderungen nicht vollständig sichtbar, da im Vorjahreszeitraum planmäßige und außerplanmäßige Abschreibungen im Zusammenhang mit einem Nutzungsrecht der EXARING AG an einem Glasfasernetz in Höhe von 36,0 Millionen Euro vorgenommen wurden – seitdem fallen diesbezüglich keine Abschreibungen und Wertminderungen mehr an.

Die Ertragsgrößen unterhalb des EBITDA (EBT und Konzernergebnis) werden nachfolgend zur besseren Vergleichbarkeit mit dem Vorjahreszeitraum um aus der Abschreibung des Markenrechts „mobilcom-debitel“ resultierende Effekte angepasst ausgewiesen. Eine Anpassung um die oben genannten Abschreibungen auf das Nutzungsrecht der EXARING AG (36,0 Millionen Euro) erfolgt nicht.

Abbildung 12: Überleitung EBITDA 2022 zum adjustierten Konzernergebnis 2022

In Mio. Euro



Das Finanzergebnis verbesserte sich gegenüber dem Vorjahr um 16,6 Millionen Euro auf –15,4 Millionen Euro (Vorjahr: –32,0 Millionen Euro). Die Abnahme der im Finanzergebnis enthaltenen Zinsaufwendungen um 7,1 Millionen Euro (2022: –23,7 Millionen Euro, Vorjahr: –30,7 Millionen Euro) resultiert überwiegend aus geringeren Zinsaufwendungen im Zusammenhang mit der Tilgung von Finanzschulden. Im sonstigen Finanzergebnis ist zudem eine erhaltene Dividende in Höhe von 5,5 Millionen Euro aufgrund der Beteiligung an der CECONOMY AG enthalten.

Aus den erläuterten Effekten ergibt sich ein adjustiertes Ergebnis vor Ertragsteuern (adjustiertes EBT) in Höhe von 308,7 Millionen Euro, was im Vorjahresvergleich (218,1 Millionen Euro) einen Anstieg um 41,6 Prozent darstellt.

Im Geschäftsjahr 2022 wurden Aufwendungen aus Ertragsteuern in Höhe von 32,1 Millionen Euro (Vorjahr: 26,9 Millionen Euro) ausgewiesen. Dabei wurden laufende Steuer aufwendungen in Höhe von 39,0 Millionen Euro (Vorjahr: 32,5 Millionen Euro) und latente Steuererträge in Höhe von 6,9 Millionen Euro (Vorjahr: 5,6 Millionen Euro) erfasst. Die im Geschäftsjahr 2022 aus der Abschreibung des Markenrechts „mobilcom-debitel“ resultierenden latenten Steuererträge in Höhe von 28,2 Millionen Euro wurden bei der Ermittlung des adjustierten Konzernergebnisses den Abschreibungen gegenübergestellt.

In Summe ergibt sich für das Geschäftsjahr 2022 ein adjustiertes Konzernergebnis in Höhe von 248,4 Millionen Euro (Vorjahr: 191,2 Millionen Euro).

Vermögens- und Finanzlage

Die Bilanzsumme zum 31. Dezember 2022 beträgt 3.628,7 Millionen Euro und verringerte sich gegenüber dem 31. Dezember 2021 (3.952,4 Millionen Euro) um 323,7 Millionen Euro.

Auf der Aktivseite reduzierte sich das langfristige Vermögen von 3.106,2 Millionen Euro um 253,1 Millionen Euro auf 2.853,1 Millionen Euro. Einerseits kam es zu einer Abnahme der sonstigen finanziellen Vermögenswerte um 83,7 Millionen Euro auf 118,1 Millionen Euro im Zuge der gesunkenen Marktwerte der Beteiligungen an der CECONOMY AG sowie der Media and Games Invest SE (MGI). Andererseits verringerten sich die immateriellen Vermögenswerte um 143,0 Millionen Euro auf 316,0 Millionen Euro (Jahresende 2021: 458,9 Millionen Euro). Hauptsächlich ist die Veränderung auf die Abschreibung des Markenrechts „mobilcom-debitel“ in Höhe von 194,7 Millionen Euro zurückzuführen – dem entgegen wirkte die Verlängerung des Exklusiv-Vertriebsrechts mit der Media-Saturn Deutschland GmbH (MSD) mit 51,7 Millionen Euro (siehe Konzernanhang, Tz. 15). Darüber hinaus reduzierte sich das Leasingvermögen überwiegend aufgrund planmäßiger Abschreibungen um 50,9 Millionen Euro auf 350,5 Millionen Euro (Jahresende 2021: 401,4 Millionen Euro). Der Anstieg der Vertragserlangungskosten um 23,7 Millionen Euro auf 274,8 Millionen Euro (Jahresende 2021: 251,1 Millionen Euro) steht im Zusammenhang mit der sich zum Ende der Corona-Pandemie normalisierenden Vermarktung von Mobilfunkverträgen über indirekte Vertriebskanäle

Tabelle 15: Verkürzte Bilanz des Konzerns

In Mio. EUR	31.12.2022	31.12.2021	Veränderung
Langfristiges Vermögen	2.853	3.106	- 8,1 %
Kurzfristiges Vermögen	776	846	- 8,3 %
Aktiva	3.629	3.952	- 8,2 %
Eigenkapital	1.469	1.639	- 10,4 %
Langfristige Schulden	1.053	1.181	- 10,9 %
Kurzfristige Schulden	1.107	1.132	- 2,3 %
Passiva	3.629	3.952	- 8,2 %

Das kurzfristige Vermögen sank um 70,6 Millionen Euro auf 775,6 Millionen Euro (Jahresende 2021: 846,2 Millionen Euro). Ausschlaggebend war die Abnahme der flüssigen Mittel um 108,3 Millionen Euro auf 178,0 Millionen Euro (Jahresende 2021: 286,3 Millionen Euro). Diese Veränderung resultierte vorwiegend aus der im Mai 2022 erfolgten Dividendenaus-schüttung (186,6 Millionen Euro), der planmäßigen Tilgung mehrerer Schulscheindarlehenstranchen (140,5 Millionen Euro) zuzüglich des im Geschäftsjahr 2022 erzielten Free Cash-flow (249,2 Millionen Euro). Die innerhalb des kurzfristigen Vermögens ausgewiesenen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen bestehen im Wesentlichen gegenüber Endkunden, Netzbetreibern, Händlern und Distributoren und betragen zum Jahresende 296,3 Millionen Euro (Jahresende 2021: 245,6 Millionen Euro). Die Zunahme entfällt überwiegend auf Forderungen gegenüber Netzbetreibern und Endkunden. Der Anstieg der Forderungen gegenüber Endkunden resultiert maßgeblich aus einer geringeren Inanspruchnahme des Handy-Options-Factorings (siehe Konzernanhang, Tz. 33.6).

Auf der Passivseite kam es zu einem Rückgang des Eigenkapitals um 169,7 Millionen Euro auf 1.469,2 Millionen Euro (Jahresende 2021: 1.638,9 Millionen Euro). Die Verringerung ist bei einem Konzernergebnis in Höhe von 81,8 Millionen Euro im Wesentlichen auf die ausgezahlte Dividende (-186,6 Millionen Euro) sowie auf die erfolgsneutral erfasste Verringerung des beizulegenden Zeitwerts der Beteiligungen börsennotierter Unternehmen im sonstigen Ergebnis (-73,2 Millionen Euro) zurückzuführen.

Die Eigenkapitalquote verringerte sich entsprechend von 41,5 Prozent per Ende Dezember 2021 auf 40,5 Prozent per Ende Dezember 2022 und liegt weiterhin deutlich oberhalb der in Bezug auf die Eigenkapitalquote vom Vorstand definierten Untergrenze von 25,0 Prozent.

Die Summe der langfristigen und kurzfristigen Schulden reduzierte sich um 154,0 Millionen Euro auf 2.159,5 Millionen Euro (Jahresende 2021: 2.313,5 Millionen Euro). Dabei verringerten sich die Finanzschulden als weiterhin größte Position innerhalb der langfristigen und kurzfristigen Schulden um 139,8 Millionen Euro auf 509,6 Millionen Euro (Jahresende 2021: 649,4 Millionen Euro). Hintergrund sind die planmäßigen Tilgungen zweier Tranchen von Schulscheindarlehen aus

den Jahren 2015 und 2016 im Gesamtvolumen von nominal 140,5 Millionen Euro (siehe Konzernanhang, Tz. 28). Zudem verringerten sich die Leasingverbindlichkeiten in erster Linie aufgrund planmäßiger Tilgungen um 62,3 Millionen Euro auf 418,6 Millionen Euro (Jahresende 2021: 480,9 Millionen Euro). Der Rückgang der Pensionsrückstellungen um 34,5 Millionen Euro auf 61,8 Millionen Euro (Jahresende 2021: 96,3 Millionen Euro) ist im Wesentlichen auf den deutlichen Anstieg des Rechnungszinses im Zuge der Leitzinserhöhungen durch die EZB zurückzuführen (siehe Konzernanhang, Tz. 29). Die anderen Rückstellungen reduzierten sich um 15,9 Millionen Euro auf 81,1 Millionen Euro (Jahresende 2021: 97,0 Millionen Euro) hauptsächlich im Zusammenhang mit der Neubewertung und Inanspruchnahme von Rückstellungen für Rechtsstreitigkeiten; zu nennen ist hier eine Zahlung in Höhe von 12,3 Millionen Euro zur Beendigung einer Rechtsstreitigkeit. Der Anstieg der sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten von 87,9 Millionen Euro um 44,9 Millionen Euro auf 132,8 Millionen Euro ist im Wesentlichen auf die korrespondierend mit der Verlängerung des exklusiven Vertriebsrechts mit der MSD (Aktivierung eines immateriellen Vermögenswertes) bilanzierte Verbindlichkeit zurückzuführen. Der Anstieg der übrigen Verbindlichkeiten und Abgrenzungen um 49,1 Millionen Euro auf 577,6 Millionen Euro (Jahresende 2021: 528,5 Millionen Euro) ist maßgeblich bedingt durch die Zunahme von passiven Rechnungsabgrenzungen in Bezug auf von Netzbetreibern erhaltene Boni und Prämienansprüchen.

Der Verschuldungsfaktor liegt per Jahresende 2022 bei 1,5 (Vorjahr: 1,8) und damit weiterhin unterhalb der in Bezug auf den Verschuldungsfaktor vom Vorstand definierten Obergrenze von 3,0.

Tabelle 16: Eigenkapitalquote und Verschuldungsfaktor

lt. Angabe	31.12.2022	31.12.2021	Veränderung
Eigenkapitalquote (in %)	40,5	41,5	- 1,0 PP
Verschuldungsfaktor	1,5	1,8	- 16,4 %

Liquiditätslage

Gegenüber der Vergleichsperiode erhöhte sich der Cash-flow aus laufender Geschäftstätigkeit im Geschäftsjahr 2022 um 28,5 Millionen Euro auf 395,7 Millionen Euro (Vorjahr: 367,2 Millionen Euro). Der Anstieg ist im Wesentlichen auf das um 31,4 Millionen Euro höhere EBITDA zurückzuführen, während sich alle übrigen Effekte nahezu ausgleichen. Zu nennen ist hier die im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 26,8 Millionen Euro höhere aggregierte Zunahme des Net Working Capitals (Nettoumlaufvermögen) und der Vertragserlangungskosten (gezahlte Vertriebsprovisionen). Dieser Effekt wird hauptsächlich durch 13,2 Millionen Euro geringere Zinszahlungen (2022: 19,8 Millionen Euro; Vorjahr: 33,0 Millionen Euro) und 5,9 Millionen Euro

niedrigere Steuerzahlungen (2022: 29,1 Millionen Euro; Vorjahr: 35,0 Millionen Euro) sowie die von CECONOMY erhaltene Dividende (5,5 Millionen Euro) ausgeglichen.

Tabelle 17 : Liquiditätskennzahlen des Konzerns

In Mio. EUR	2022	2021	Veränderung
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	395,7	367,2	7,8 %
Cashflow aus Investitionstätigkeit	- 71,9	- 44,1	- 62,9 %
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	- 432,1	- 703,7	38,6 %
Zahlungswirksame Veränderung Finanzmittelfonds	-108,3	- 380,6	71,6 %
Free Cashflow	249,2	234,4	6,3 %

Im Geschäftsjahr 2022 entwickelte sich der Cashflow aus Investitionstätigkeit gegenüber dem Vorjahreszeitraum von -44,1 Millionen Euro auf -71,9 Millionen Euro. Die Netto-CapEx haben sich gegenüber dem Vorjahr (45,1 Millionen Euro) unter anderem bedingt durch die Erneuerung des

Verwaltungsgebäudes in Büdelsdorf um 14,9 Millionen Euro auf 60,0 Millionen Euro erhöht. Die zahlungswirksamen Investitionen wurden vollständig aus Eigenmitteln finanziert. Im Rahmen des Unternehmenserwerbs der The Cloud Gruppe zum 1. Januar 2019 war mit den Alt-Gesellschaftern eine Earn-Out-Vereinbarung geschlossen worden, die im Geschäftsjahr 2022 nach Erreichung der festgelegten Ziele in Höhe von 10,0 Millionen Euro zur Auszahlung kam.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit beläuft sich im Geschäftsjahr 2022 auf -432,1 Millionen Euro (Vorjahr: -703,7 Millionen Euro). Die Auszahlungen des Geschäftsjahres 2022 entfielen im Wesentlichen auf die ausgezahlte Dividende in Höhe von 186,6 Millionen Euro (Vorjahr: 203,7 Millionen Euro), auf Rückführungen zweier Schuldscheindarlehenstranchen von nominal 140,5 Millionen Euro (Vorjahr: 289,5 Millionen Euro) sowie auf Tilgungen von Leasingverbindlichkeiten in Höhe von 86,4 Millionen Euro (Vorjahr: 87,7 Millionen Euro).

Im Geschäftsjahr 2022 wurde ein Free Cashflow in Höhe von 249,2 Millionen Euro erzielt, was einem Anstieg um 14,9 Millionen Euro gegenüber der Vergleichsperiode 2021 (234,4 Millionen Euro) entspricht.

Chancen- und Risikoberichterstattung

Chancenbericht und Würdigung

Zur Steuerung und Überwachung des laufenden Geschäfts hat der Vorstand ein umfangreiches monatliches Berichtswesen aufgebaut, das sowohl finanzielle als auch nichtfinanzielle Leistungsindikatoren umfasst. In regelmäßigen Terminen informiert sich der Vorstand über die operativen Entwicklungen aller relevanter Geschäftsbereiche. Darüber hinaus werden aktuelle Themen, zukünftige interne und externe Entwicklungen, Maßnahmen sowie potenzielle Chancen besprochen. Die Identifikation, Analyse und Kommunikation von Chancen, wie auch deren Nutzung, stellen eine unternehmerische Führungsaufgabe dar, die vom Vorstand und den Verantwortlichen der einzelnen Geschäftsbereiche in ständigem Dialog ausgeübt wird.

freenet strebt danach, ihren Kunden in allen Geschäftsbereichen innovative, qualitativ hochwertige und preislich attraktive Produkte, verbunden mit einem positiven Kundenerlebnis (Customer Experience), anzubieten. Das bestehende

Geschäftsmodell soll dadurch gesichert und Möglichkeiten für weiteres Wachstum geschaffen werden. Ein wesentlicher Teil des Wachstums ist der konsequente Ausbau des Segments TV und Medien. Insbesondere das Geschäftsfeld des internetbasierten (linearen) Fernsehens eröffnet freenet die Chance, das Geschäftsmodell zu diversifizieren und infolge des technologischen Wandels hin zu IPTV / OTT neue Wachstumspotenziale zu erschließen. Außerdem komplettiert das seit Mitte des Jahres 2022 angebotene Produkt „freenet Internet“ das derzeitige Produktportfolio und schafft Voraussetzungen, zukünftig, sofern eine Nachfrage dafür entstehen sollte, konvergente Produkte (sog. „Triple Play Bundles“) anbieten zu können.

Externe Chancen werden insbesondere in den folgenden Marktentwicklungen gesehen:

- Eintritt eines vierten Netzbetreibers und damit potenziellen Vorleistungsgebers im Bereich Mobilfunk
- kontinuierliche Zunahme der weltweiten mobilen Internet- und Datennutzung

24	Geschäftsmodell und Organisationsstruktur
26	Unternehmensstrategie und -ziele
28	Unternehmenssteuerung
32	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
34	Überblick über den Geschäftsverlauf

41	Chancen- und Risikoberichterstattung
51	Prognosebericht
55	Nichtfinanzielle Konzernklärung
92	Corporate Governance und sonstige Angaben

- Beschleunigung des digitalen Wandels in zahlreichen Lebensbereichen sowie fortschreitender Ausbau digitaler Infrastrukturen in Deutschland (z. B. 5G, öffentliches WLAN, Glasfaseranschlüsse)
- geändertes Konsumverhalten von Multimediacontent sowie fortschreitende Etablierung von IPTV/OTT als Übertragungstechnologie für (lineare) Fernsehinhalte
- wachsende Nachfrage nach konvergenten Bundle-Produkten (z. B. Mobilfunk und TV, Festnetz oder digitale Services)
- Veränderungen im regulatorischen Umfeld zugunsten von freenet

Der Eintritt eines vierten Netzbetreibers könnte zu einer Steigerung des Wettbewerbs zwischen MNOs und einhergehend mit dem etablierten Verhandlungsgebot zu einer Stärkung des Service-Provider-Modells führen. Dies könnte sich für freenet in einer besseren Verhandlungsposition gegenüber den MNOs niederschlagen. Kurzfristig werden die Auswirkungen auf die prognostizierten finanziellen Leistungsindikatoren als gering eingeschätzt, da sich das Netz derzeit im Aufbau befindet.

Die kontinuierlich zunehmende mobile Internet- / Datennutzung im Zusammenhang mit der fortschreitenden Digitalisierung des privaten Lebens sowie die damit verbundene Nutzung immer leistungsfähigerer mobiler Endgeräte könnte zu einem beschleunigten Wachstum in allen Geschäftsbereichen führen. Vor allem die zunehmende Akzeptanz des Internets als Übertragungstechnologie für Fernsehinhalte sowie das bis Mitte 2024 gesetzlich geregelte Ende der Umlagefähigkeit von Kabelanschlüssen in der Betriebskostenabrechnung von Mietwohnungen (Nebenkostenprivileg) könnte zu einem stärkeren Kundenwachstum von waipu.tv Abo-Kunden führen als bisher angenommen.

Ferner eröffnet die Abschaffung des Nebenkostenprivilegs für freenet TV die Möglichkeit, Kunden in einem bisher nicht adressierbaren Markt zu gewinnen, um damit die Kundenbasis zu stabilisieren.

Aus dem stetig steigenden Bedarf nach schnellem Internetzugang und dem Ausbau der Glasfaserinfrastruktur in Deutschland könnte sich die Chance ergeben, im Bereich der Vermarktung von Internettarifen stärker zu wachsen als geplant. In vielen europäischen Ländern werden zudem konvergente Produkte vom Kunden nachgefragt. Sollte sich dieser Trend auch in Deutschland durchsetzen, bestünde für freenet nunmehr die Möglichkeit, auf Basis der hohen Flexibilität im Bundling von verschiedenen Vorleistungsprodukten neue Marktpotenziale zu erschließen (höherer Umsatz je Kunde) als auch eine stärkere Kundenbindung und damit geringeren Churn zu erreichen. Positive Effekte wären höhere Beiträge zum EBITDA sowie zum Free Cashflow.

Interne Chancen für freenet könnten sich vor allem ergeben aus:

- der Prüfung und Implementierung strategischer Optionen in den Kerngeschäftsbereichen
- der konsequenten Markenführung von freenet als Dach- und Consumer-Marke
- der Stärkung der Marken freenet FUNK und freenet FLEX im Marktsegment für flexible Tarif- und Vertragsmodelle
- der (Weiter-)Entwicklung eigener, innovativer Produkte wie z. B. weiterer App-basierter Tarife
- dem Ausbau des etablierten Omnichannel-Vertriebs durch die Ausweitung bestehender und Erschließung neuer direkt steuerbarer Vertriebskanäle und die Nutzung bestehender sowie neuer Vertriebskooperationen / -partnerschaften
- der Steigerung der Vertriebsleistung durch eine kunden-zentrierte, produktübergreifende Angebotsgestaltung und Kundenansprache an sämtlichen Touchpoints
- der Vermarktung zusätzlicher Produkte (Cross-Selling), u. a. aus den Bereichen Digital-Lifestyle sowie TV und Medien, verbunden mit einem vertikalen Wachstum im gesamten Produktportfolio
- der Festigung und konsequenten Weiterentwicklung der IT-Applikationen und IT-Systeme zur weiteren Erhöhung der Kundenzufriedenheit, z. B. durch die Erweiterung digitaler Self-Services sowie den intelligenten Einsatz moderner Kommunikationsmedien
- der Intensivierung der Geschäftsbeziehungen mit Lieferanten zur Stabilisierung der bestehenden und Entwicklung neuer bzw. besserer Konditionenmodelle
- der kontinuierlichen Prozess- und Qualitätsverbesserung zur nachhaltigen Steigerung der Produktivität – auch durch die zunehmende Digitalisierung von Geschäftsprozessen und der Unternehmenssteuerung (z. B. bargeldloses Bezahlen)
- der intensiven Förderung und Entwicklung unserer Mitarbeitenden zur Stärkung der Mitarbeiterbindung sowie einer höheren Flexibilität zur Steigerung der Arbeitsplatzattraktivität

Aus der Prüfung und Implementierung strategischer Optionen in den Bereichen Mobilfunk, Digital-Lifestyle sowie TV und Medien, der Vermarktung zusätzlicher Produkte sowie dem Ausbau der eigenen Vertriebsstärke könnte ein positiver Effekt auf die Entwicklung der zugrunde gelegten finanziellen Leistungsindikatoren resultieren und interne Erwartungen mithin übertreffen. Gleichsam könnten eine Stärkung der Vertriebsaktivitäten und eine höhere Kundenzufriedenheit dazu führen, dass sich der Kundenbestand positiver entwickelt als prognostiziert.

Unternehmenseigene Innovationen, leistungsstarke Kooperationen in sämtlichen Geschäftsbereichen sowie exklusiv über eine App buchbare Produkte bieten auch zukünftig Chancen zur weiteren Marktdurchdringung. Die konsequente Markenführung von freenet als Dach- und Consumer-Marke führt zu einer Bündelung der Aktivitäten im Produktportfolio sowie

zu einer höheren Sichtbarkeit am Markt. Sollte die Marke freenet dadurch deutlich stärker als erwartet an Attraktivität für Kunden gewinnen, könnte dies zu höheren Ergebnisbeiträgen und Free Cashflows führen.

Das strategische Zusammenwirken von Mobilfunkdienstleistungen und Digital-Lifestyle-Anwendungen wird weiter forciert. Diese Ausrichtung wird konsequent verfolgt, da der Trend zur Digitalisierung und Vernetzung von Produkten und Dienstleistungen weiter anhalten wird. Vor diesem Hintergrund werden in diesem Bereich weiterhin Wachstumschancen, Synergiepotenziale sowie Chancen für neue strategische Partnerschaften gesehen.

Für waipu.tv sind neue Partnerschaften ein zusätzlicher Schritt zu einer stetig höheren Marktdurchdringung, um waipu.tv neben der Wahrnehmung als Anbieter linearen Fernsehens auch als führende Aggregationsplattform nicht-linearer Inhalte zu etablieren. Kontinuierliche Erweiterungen des Produktportfolios, der Produktzugangsmöglichkeiten sowie die innovative App steigern die Attraktivität von waipu.tv fortwährend. Darüber hinaus hat sich waipu.tv mit Werbeerlösen eine weitere Erlösquelle erschlossen, die mit steigenden Kundenzahlen und damit größerer Reichweite weiter an Bedeutung gewinnen sollte. Infolge steigender Kundenzahlen könnte dies zu einem größeren Beitrag zum Wachstum von freenet führen als bisher prognostiziert.

Sollten die aus kontinuierlichen Prozess- und Qualitätsverbesserungen resultierenden Maßnahmen und Effizienzsteigerungen zur Senkung der Kostenstrukturen positiver ausfallen als erwartet, könnte sich dies in den kommenden Jahren positiv auf die Höhe der Sachgemein- und Personalkosten und mithin auf das EBITDA sowie den Free Cashflow auswirken.

Es wurden sowohl externe als auch interne Chancen identifiziert. Die Auswirkungen der aufgezeigten Chancen auf die prognostizierten finanziellen und nichtfinanziellen Leistungsindikatoren und somit auf die Entwicklung von freenet werden insgesamt eher als gering eingestuft. Der Vorstand erwartet die im Prognosebericht dargelegte Entwicklung des Geschäftsverlaufs und bestätigt die finanzielle Ambition „freenet 2025“.

Risikomanagementsystem

Aufbau- und Ablauforganisation

Zur Gewährleistung des langfristigen Fortbestands eines Unternehmens wird einem effizienten Risikomanagementsystem eine maßgebliche Bedeutung beigemessen. Aus diesem Grund hat der Vorstand der freenet AG innerhalb des Konzerns ein umfangreiches Risikomanagement-, Überwachungs- und Steuerungssystem eingerichtet, in welches grundsätzlich alle Konzerngesellschaften eingebunden sind. Das Risikomanagementsystem nach § 91 Abs. 3 AktG umfasst auch das Risikofrüherkennungssystem nach § 91 Abs. 2 AktG. Es wird ausschließlich auf Risiken, nicht aber auf Chancen angewendet.

Das Risikomanagementsystem soll sicherstellen, dass Risiken für die zukünftige Entwicklung des Unternehmens frühzeitig erkannt und in systematischer, nachvollziehbarer Weise an die zuständigen Entscheidungsträger im Konzern berichtet werden. Durch die rechtzeitige Kommunikation von Risiken an die verantwortlichen Entscheidungsträger soll gewährleistet werden, dass angemessene Maßnahmen zum Umgang mit den erkannten Risiken ergriffen werden, um negative Auswirkungen vom Unternehmen, den Mitarbeitern und Kunden abzuwenden.

In der vom Vorstand verabschiedeten Risikomanagementleitlinie hat freenet die Rahmenbedingungen für das konzernweite Risikomanagementsystem festgelegt. Diese legt die Risikostrategie und die Verantwortlichkeiten dar und regelt die Identifikation, Analyse und Bewertung, Steuerung, Kommunikation und Überwachung von Risiken. Ferner erhöht sie das Risikobewusstsein und schafft den Rahmen für eine einheitliche Risikokultur.

Die Systeme und Methoden des Risikomanagements sind integrativer Bestandteil der generellen Aufbau- und Ablauforganisation. Identifikation, Bewertung und Berichterstattung von Risiken erfolgen auf Ebene der Gesellschaften bzw. Unternehmensbereiche, die auch für die Steuerung der identifizierten Risiken verantwortlich sind (operatives Risikomanagement). Über definierte Berichterstattungsprozesse werden übergeordnete Einheiten – hier vor allem das zentrale Risikomanagement und der Finanzvorstand – in die Bewertung einbezogen. Finanzvorstand und Risikomanager informieren regelmäßig den Vorstand sowie den Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats der freenet AG über die Risikolage.

Neben dem Risikomanagementsystem hat der Vorstand zur Steuerung und Überwachung des laufenden Geschäfts ein umfangreiches monatliches Berichtswesen aufgebaut, das sowohl die finanziellen als auch die nichtfinanziellen Leistungsindikatoren umfasst. In regelmäßigen Besprechungsterminen mit allen relevanten Gesellschaften, Unternehmensbereichen und dem Konzerncontrolling informiert sich der Vorstand zeitnah über die operativen Entwicklungen. Zusätzlich werden in diesen Terminen aktuelle Themen diskutiert und zukünftige Maßnahmen besprochen.

Die Methoden und Systeme des Risikomanagements werden überprüft, weiterentwickelt und bei Bedarf angepasst. Die Konzernrevision prüft darüber hinaus regelmäßig die Angemessenheit und Wirksamkeit des Risikomanagementsystems. Das interne Kontrollsystem (IKS) trägt ebenfalls zur weiteren Unterstützung bei, da Risiken auch mit institutionalisierten Kontrollen begegnet wird.

Der Aufsichtsrat – hier insbesondere der Prüfungsausschuss der freenet AG – überwacht aufgrund aktienrechtlicher Bestimmungen u. a. die Wirksamkeit des Risikomanagementsystems und des IKS. Darüber hinaus wird dieser durch die regelmäßige Berichterstattung und – soweit erforderlich – durch eine anlassbezogene Risikoberichterstattung des Vorstands eingebunden.

Im Rahmen des gesetzlichen Prüfungsauftrags für den Jahresabschluss der freenet AG wird durch den Abschlussprüfer geprüft, ob das Risikofrüherkennungssystem geeignet ist, Entwicklungen, die den Fortbestand der Gesellschaft gefährden, frühzeitig zu erkennen.

Risikoidentifikation und -bewertung

Unter einem Risiko wird die Möglichkeit eines Eintretens von Ereignissen oder Entwicklungen verstanden, die sich ungünstig auf die Fähigkeit von freenet auswirken könnten, strategische und operative Ziele zu erreichen. Mindestens halbjährlich erfassen bzw. aktualisieren die einzelnen Gesellschaften und Unternehmensbereiche bestehende und etwaige neue Risiken, die eine definierte Wesentlichkeitsgrenze übersteigen, in formalisierten Risikoberichten. Darin werden die spezifischen

Risiken beschrieben und auf ihre Eintrittswahrscheinlichkeit sowie ihre finanziellen und sonstigen Auswirkungen auf das Unternehmen anhand standardisierter Kriterien untersucht. Für die Risikobewertung ist mindestens ein Betrachtungshorizont von zwölf Monaten zugrunde zu legen. Potenzielle Auswirkungen von Risiken sind für die betreffenden Geschäftsjahre grundsätzlich zu quantifizieren.

Die Bewertung des Risikoportfolios (inklusive Interdependenz und Tragfähigkeit) erfolgt bei freenet nach dem Nettoprinzip, bei dem Risiken unter Berücksichtigung der Wirkung etablierter Risikobewältigungsmaßnahmen betrachtet werden. Für die Bewertung der Risiken werden die Kriterien „Eintrittswahrscheinlichkeit“ und „erwartetes Schadensausmaß“ herangezogen. Es werden Risiken mit sehr geringer (bis zu 10 Prozent), geringer (mehr als 10 und bis zu 30 Prozent), moderater (mehr als 30 und bis zu 50 Prozent), hoher (mehr als 50 und bis zu 70 Prozent) und signifikanter Eintrittswahrscheinlichkeit (mehr als 70 Prozent) systematisch voneinander unterschieden und kategorisiert. Hinsichtlich der Höhe des erwarteten Schadensausmaßes wird zwischen sehr geringem (bis zu 1,0 Millionen Euro), geringem (mehr als 1,0 und bis zu 5,0 Millionen Euro), moderatem (mehr als 5,0 und bis zu 12,5 Millionen Euro), hohem (mehr als 12,5 und bis zu 20,0 Millionen Euro) und signifikantem (mehr als 20,0 Millionen Euro) erwarteten Schadensausmaß unterschieden. Aus der Kombination von Eintrittswahrscheinlichkeit und Höhe des erwarteten Schadensausmaßes auf die prognostizierten Leistungskennzahlen ergibt sich, wie nachfolgend dargestellt, die Einteilung hinsichtlich der Bedeutung der Risiken in die Kategorien „gering“, „mittel“ und „hoch“.

Abbildung 13: Aufbau- und Ablauforganisation des Risikomanagementsystems von freenet

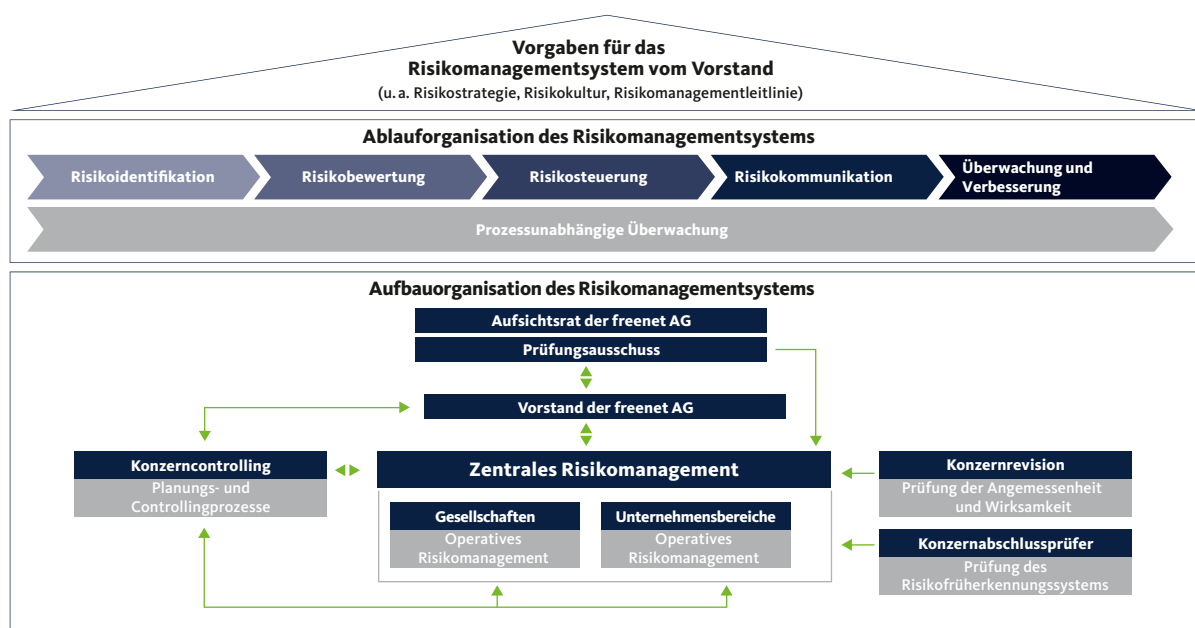
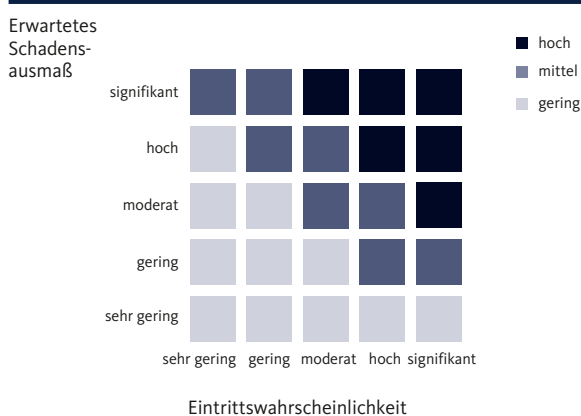


Abbildung 14: Risikomatrix von freenet



Risikosteuerung, -kommunikation und -überwachung

Basierend auf den Ergebnissen der Risikoidentifikation und -bewertung werden verschiedene Handlungsalternativen im Rahmen der allgemeinen Unternehmenssteuerung ergriffen, um angemessen auf die identifizierten Risiken reagieren zu können. Maßnahmen zur Risikobewältigung werden in den Risikoberichten ebenfalls beschrieben. Auch zwischen den Standard-Meldezeitpunkten werden Risiken direkt nach ihrer Identifikation erfasst, analysiert, bewertet und gesteuert sowie bei entsprechender Größenordnung unmittelbar an den Vorstand und den Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats der freenet AG berichtet.

Das zentrale Risikomanagement überwacht den Risikomanagementprozess, konsolidiert die einzelnen Risikoberichte und fasst die Ergebnisse in einem Konzernrisikobericht für den Vorstand zusammen. Dieser erörtert und überwacht die Risikolage ganzheitlich und beschließt ggf. weitere Maßnahmen. Auch der Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats der freenet AG wird über die Entwicklung der Risikolage regelmäßig informiert.

Risikobericht und Würdigung

In diesem Abschnitt werden Risiken dargestellt, welche die Vermögens-, Finanz- oder Ertragslage von freenet beeinflussen könnten. Es erfolgt eine Einteilung in die Kategorien:

- Marktrisiken,
- IT-Risiken,
- steuerliche Risiken,
- finanzielle Risiken,
- strategische Risiken,
- operative Risiken sowie
- sonstige Risiken.

Das Segment „Mobilfunk“ ist sowohl umsatz- als auch ergebnisbezogen das bedeutendste Segment bei freenet. Entsprechend resultieren auch die maßgeblichen Marktrisiken aus diesem Bereich und werden daher im Folgenden vorwiegend auf dieses Segment bezogen dargestellt. Wesentliche Unterschiede zwischen den Segmenten in Bezug auf die Risikoeinschätzung werden als solche gesondert genannt.

Rahmenbedingungen der Risikoidentifikation und -bewertung

Geopolitische und wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die geopolitischen sowie wirtschaftlichen Rahmenbedingungen haben sich infolge des Krieges in der Ukraine im Jahr 2022 deutlich verschlechtert. freenet erwartet kurzfristig keine wesentliche Verbesserung der Lage. Nach wie vor könnten Engpässe oder Verteuerungen etwa bei der Beschaffung von Vorleistungsprodukten (insbesondere Hardware) entstehen. Auch die Engpasssituation im Energiebereich wird voraussichtlich weiterhin bestehen. Ferner könnten steigende Zinsen und Inflationsraten die Konsumentenstimmung weiter belasten. Dies wurde – soweit kalkulierbar – in der Unternehmensplanung sowie in der Analyse und Bewertung der Risiken zum 31. Dezember 2022 berücksichtigt. Neue Risiken im Vergleich zum Vorjahr, die unmittelbar auf die geänderten Rahmenbedingungen zurückzuführen sind, wurden nicht identifiziert. Dauer und Ausmaß der Entwicklungen sind derzeit nicht vollständig und verlässlich abschätzbar und unterliegen einer hohen Dynamik.

Corona-Krise

Die Corona-Lage in Deutschland verbesserte sich im Jahr 2022 erheblich und bundesweite Corona-Schutzmaßnahmen wurden bzw. werden auch im Jahr 2023 voraussichtlich weiter sukzessive zurückgenommen. freenet beobachtet weiterhin die zukünftige Entwicklung der Corona-Lage, um auf etwaige Auswirkungen auf die Geschäftstätigkeit schnell und angemessen reagieren zu können. Die Risiken zum 31. Dezember 2022 wurden aufgrund der positiven Entwicklung des Pandemiegeschehens ohne coronabedingte Sondereinflüsse bewertet.

Marktrisiken

Wettbewerbsintensive Märkte

Eine Steigerung des Wettbewerbs im Telekommunikationsmarkt könnte zu Einbußen bei den Serviceumsätzen und zum Verlust von Marktanteilen führen. Darüber hinaus könnte dies den Margendruck in den jeweiligen Geschäftsbereichen erhöhen und / oder den Gewinn von Marktanteilen erschweren. Eine Folge erhöhten Wettbewerbs könnten höhere Aufwendungen für die Gewinnung neuer bzw. die Bindung bestehender Kunden bei gleichzeitig sinkenden Erlösen und einer kundenseitig höheren Wechselbereitschaft – vor allem aufgrund der Reduzierung von Laufzeiten und Kündigungsfristen infolge der TKG-Novelle 2021 – sein. Verstärkt werden könnte dies vor allem durch eine inflationsbedingt höhere Preissensitivität und zunehmende Kaufzurückhaltung der Kunden. Hierdurch könnten sich die

24	Geschäftsmodell und Organisationsstruktur
26	Unternehmensstrategie und -ziele
28	Unternehmenssteuerung
32	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
34	Überblick über den Geschäftsverlauf

41	Chancen- und Risikoberichterstattung
51	Prognosebericht
55	Nichtfinanzielle Konzernklärung
92	Corporate Governance und sonstige Angaben

prognostizierte Teilnehmerentwicklung sowie die umsatzbasierten Kennzahlen, Ergebnisgrößen und der Free Cashflow möglicherweise nicht wie geplant entwickeln.

Um sich gegenüber den Wettbewerbern zu behaupten, muss freenet Produkte und Services weiterhin attraktiv gestalten und diese erfolgreich vermarkten sowie möglichst passgenaue Kundenbindungsmaßnahmen durchführen. Ferner muss freenet agil auf die Geschäftsentwicklung der Konkurrenz reagieren und neue Kundenbedürfnisse antizipieren. Dies stellt für freenet insgesamt ein mittleres Risiko dar.

Vertrieb

Eine Grundvoraussetzung für den Erfolg und das Wachstum von freenet stellt das breite und stabile Vertriebsnetz dar. Als Gegenmaßnahme zum möglichen Verlust von Vertriebsstärke schließen die Tochtergesellschaften mit ihren wichtigen Vertriebspartnern langfristige Verträge und bieten ihnen attraktive Anreizsysteme (z. B. Airtime-Modelle). Eine zusätzliche Möglichkeit zum Erhalt der Vertriebsstärke liegt in der konsequenten Prüfung neuer Partnerschaften in Handel, Distribution und Kooperation sowie in der Gewinnung weiterer Franchisepartner. Das Risiko des Verlusts von Vertriebslinien wird seitens freenet als gering eingestuft.

Für die Media Broadcast Gruppe besteht das Risiko, dass die kundenseitige Nachfrage des Produkts freenet TV, und damit auch die Umsatzerlöse und der Free Cashflow, geringer ausfallen könnten als erwartet. Media Broadcast hat ein enges Monitoring zur Kundenentwicklung etabliert, um im Bedarfsfall Gegenmaßnahmen (z. B. Preisanpassung) ergreifen zu können. Für freenet stellt dies insgesamt ein geringes Risiko dar.

Die EXARING AG hat ebenfalls ein Monitoring etabliert, um die Kundenentwicklung zu überwachen und rechtzeitig operative Steuerungsmaßnahmen im Vertrieb einzuleiten. Das Risiko, geplante waipu.tv Kundenzahlen nicht erreichen zu können, stuft freenet als gering ein.

Netzbetreiber

Bonuszahlungen und Provisionen seitens der Netzbetreiber sind zentrale Bestandteile der Ertragskraft im Bereich Mobilfunk. Eine Reduzierung kann die Marge verringern und die Vermarktung erschweren. Dies versucht freenet dadurch zu minimieren, dass flexible Einkaufskonditionen verhandelt werden sowie ein laufendes Monitoring der Erreichung zielabhängiger Zahlungen der Netzbetreiber durchgeführt und ggf. nachverhandelt wird. Dies stellt aktuell ein geringes Risiko für freenet dar.

Die Margen im Segment „Mobilfunk“ sind wesentlich durch die Netzbetreiber und deren Gestaltung der Tarifmodelle bedingt. Hierdurch werden, beispielsweise durch Tarifwechselbeschränkungen, die Gestaltungsmöglichkeiten innerhalb der Tarifmodelle eingeschränkt. Dennoch findet eine laufende

Prüfung der Einkaufsmodelle statt, um auf Markteffekte möglichst flexibel reagieren zu können. Das Risiko wird seitens freenet als gering eingestuft.

Die Netzbetreiber sind bestrebt, ihre Produkte zunehmend selbst zu vertreiben, um Marktanteile zu gewinnen (shift to direct). Hinzu kommt, dass die Netzbetreiber aufgrund ihrer Geschäftsstruktur im Vertrieb zum Teil bessere Konditionen bieten können als Service-Provider. Dies könnte wiederum zum Verlust von Vertriebswegen und Kunden führen. Dieser Umstand stellt für freenet ein geringes Risiko dar.

Die Netzbetreiberrisiken, allein oder in Wechselwirkung mit den Wettbewerbs- und Vertriebsrisiken, könnten sich auf die prognostizierten Ergebnisgrößen sowie den Free Cashflow negativer als erwartet auswirken.

Gesetze und Regulierung

Aufgrund von gesetzlichen Änderungen, Eingriffen von Regulierungsbehörden oder durch gerichtliche Grundsatzentscheidungen, insbesondere auch aufgrund von Klagen von Verbraucherschutzorganisationen, könnten sich Auswirkungen auf die Geschäftsmodelle von freenet und die Möglichkeit der Kundengewinnung und -bindung sowie der Durchsetzung von Kundenforderungen ergeben. Dies könnte sich negativ auf die Höhe der prognostizierten Umsatzerlöse und auf die Höhe des Free Cashflow auswirken. Die Auswirkungen von einzelnen Entscheidungen oder rechtlichen Änderungen können für sich genommen nicht wesentlich sein, sodass das Risiko insgesamt als gering eingestuft werden kann. freenet begegnet dem Risiko durch ein regelmäßiges Monitoring der Entwicklungen seitens der Regulierungsbehörden bzw. durch das Verfolgen des Ausgangs gerichtlicher Entscheidungen.

Aufgrund neuer und komplexerer Gesetzgebungen zum Datenschutz, insbesondere der 2018 in Kraft getretenen Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), existieren neue, weitergehende Anforderungen an den Umgang u. a. mit personenbezogenen Daten. Dies könnte zur Folge haben, dass Geschäftsprozesse nicht mehr wie in der Vergangenheit ausgeführt werden können und / oder freenet hohe Bußgelder auferlegt werden. Das Risiko wird von freenet als gering eingestuft.

IT-Risiken

Systemausfälle / -fehler

Reibungslose Geschäftsprozesse sind in hohem Maße von einer leistungsstarken IT-Infrastruktur abhängig. Schwerwiegende Ausfälle etwa der Rechenzentren, des Abrechnungssystems oder der Point-of-Sale-Systeme könnten ggf. zu einem Kundenverlust führen. Dies betrifft neben dem Mobilfunksegment auch das Segment TV und Medien, in dem es zu Störungen in der Übertragung von TV- und Radiosignalen kommen könnte. Neben dem Rückgang der Umsatzerlöse bei einem Verlust von Kunden könnte zeitweise keine Leistung

seitens freenet erbracht und damit auch kein Umsatz erzielt bzw. kein positiver Beitrag zum erwarteten Ergebnis sowie Free Cashflow geleistet werden. Um Ausfallrisiken zu vermeiden, werden technische Betriebsüberwachungssysteme eingesetzt. Redundanzen und aktuelle Softwareupdates halten die Sicherheitsvorkehrungen stets auf dem aktuellen Stand. Daten werden fortlaufend gesichert. Darüber hinaus besteht ein Versicherungsschutz für Beeinträchtigungen der betrieblichen Leistungserstellung. Das Risiko wird insgesamt als gering eingestuft.

Cyber-Attacken und Datendiebstahl

Erfolgreiche Angriffe durch Schadsoftware oder durch Cyber-Attacken könnten IT-Systeme kompromittieren, verschlüsseln oder zu einem Entwenden von Kundendaten führen. Eine erfolgreiche Cyber-Attacke auf IT-Systeme könnte der Auslöser für eine schadhafte Datenmanipulation sein, die im Extremfall dazu führen könnte, dass Kunden- und Vertriebsportale, Apps oder sogar Infrastruktur ausfallen. Die Gefährdungslage im Cyber-Raum ist weiterhin hoch und wird zukünftig voraussichtlich weiter an Dynamik gewinnen. Dies führt dazu, dass implementierte Schutzmaßnahmen laufend überprüft und angepasst werden. Darüber hinaus sind für einen etwaigen Schadensfall Informationssicherheits- bzw. Cyber-Risikoversicherungen abgeschlossen worden. Das verbleibende Risiko wird seitens freenet insgesamt als gering eingestuft.

Steuerliche Risiken

Verlustvorträge

Wenn innerhalb von fünf Jahren mittelbar oder unmittelbar mehr als 50 Prozent der Aktien oder Stimmrechte der Gesellschaft in einer Hand oder in Händen mehrerer Aktionäre mit gleichgerichteten Interessen vereinigt würden (schädlicher Beteiligungserwerb), könnten die bis zum schädlichen Beteiligungserwerb nicht ausgeglichenen oder abgezogenen negativen Einkünfte (körperschaft- und gewerbsteuerliche Verlustvorträge) der Gesellschaft gemäß § 8c Körperschaftsteuergesetz (KStG) verloren gehen.

freenet hat keinen Einfluss auf den Eintritt dieses Risikos, da der Wegfall der bis zum schädlichen Beteiligungserwerb nicht ausgeglichenen oder abgezogenen negativen Einkünfte (körperschaft- und gewerbsteuerliche Verlustvorträge) durch Maßnahmen und Transaktionen auf der Ebene der Aktionäre herbeigeführt wird. Vor diesem Hintergrund kann nicht ausgeschlossen werden, dass es infolge einer Veräußerung oder eines Hinzuerwerbs von Aktien durch die Aktionäre der freenet AG zu einer Vereinigung von mehr als 50 Prozent der Aktien in einer Hand kommen könnte. Dasselbe mittlere Risiko besteht, wenn durch andere Maßnahmen erstmals in der Hand eines Aktionärs oder mehrerer Aktionäre mit gleichgerichteten Interessen mehr als 50 Prozent der Aktien oder Stimmrechte vereinigt würden. Die oben dargestellten Rechtsfolgen gelten entsprechend.

Sonstige Steuerrisiken

Für noch nicht abschließend geprüfte Veranlagungszeiträume kann es grundsätzlich zu Änderungen kommen, aus denen Steuernachzahlungen oder Veränderungen der Verlustvorträge resultieren, sofern die Finanzbehörden im Rahmen von steuerlichen Außenprüfungen zu abweichenden Auslegungen steuerlicher Vorschriften oder abweichenden Bewertungen des jeweiligen zugrunde liegenden Sachverhalts kommen. Gleiches gilt für Abgabenarten, die zum Teil noch nicht geprüft wurden, insbesondere weil sie üblicherweise keiner steuerlichen Außenprüfung unterliegen.

Das Risiko abweichender Sachverhaltsauslegungen und -bewertungen gilt insbesondere für gesellschaftsrechtliche Umstrukturierungen. Deshalb ist nicht ganz auszuschließen, dass durch Einbringungen, andere Umwandlungsvorgänge, Kapitalzuführungen und Gesellschafterwechsel die von den Kapitalgesellschaften der freenet AG erklärten und so auch bislang von der Finanzverwaltung gesondert festgestellten körperschaft- und gewerbsteuerlichen Verlustvorträge vermindert werden bzw. entfallen könnten. Insgesamt wird dies als ein geringes Risiko angesehen.

Finanzielle Risiken

Forderungsausfälle

Bei der Betrachtung des Forderungsausfallrisikos stehen bei freenet insbesondere die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gegen Endkunden im Fokus. Für wesentliche Vertragskundenbereiche werden vor Vertragsabschluss Bonitätsprüfungen der Kunden durchgeführt. Im laufenden Vertragsverhältnis sind die Durchführung eines regelmäßigen Mahn- und Inkassoprozesses mit mehreren Inkassounternehmen im Benchmarking und einer Langzeitinkassoüberwachung sowie das High-Spender-Monitoring wesentliche Maßnahmen zur Minimierung des Ausfallrisikos. Ferner trägt eine angemessene Bildung von Wertberichtigungen den Risiken Rechnung.

Auch im Bereich der Forderungen gegen Händler und Franchisepartner sowie sonstiger Geschäftskunden finden ausföhrliche Bonitätsprüfungsprozesse mit der Festlegung von Kreditlimits und schadensbegrenzenden Vorauszahlungsmodalitäten bei kritischen Lieferanten statt. Im Falle eines Zahlungsverzugs kommen Mahn- und Inkassoprozesse zur Anwendung. Wesentliche Forderungsausfallrisiken von Großkunden (Händler und Distributoren) sind zusätzlich über eine Warenkreditversicherung abgesichert. Die Risiken bei nicht versicherten Händlern und Distributoren sind im Allgemeinen durch ein internes Limitsystem begrenzt – in der Regel müssen Kunden mit schlechter Bonität Vorauskasse leisten oder die Geschäftsbeziehung kommt nicht zustande. Wesentliche Forderungen aus Lieferungen und Leistungen bestehen regelmäßig im Segment Mobilfunk gegen die Mobilfunknetzbetreiber sowie im Segment TV und Medien gegen öffentlich-rechtliche sowie private Anbieter von TV- und Radioprogrammen. Der Forderungsbestand der freenet wird regelmäßig bewertet und die Eintreibung dieser Forderungen wird ebenfalls laufend überwacht.

24	Geschäftsmodell und Organisationsstruktur
26	Unternehmensstrategie und -ziele
28	Unternehmenssteuerung
32	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
34	Überblick über den Geschäftsverlauf

41	Chancen- und Risikoberichterstattung
51	Prognosebericht
55	Nichtfinanzielle Konzernklärung
92	Corporate Governance und sonstige Angaben

Basierend auf Erfahrungswerten resultiert insgesamt ein geringes Forderungsausfallrisiko.

Zwischen dem Konzern und zwei Banken bestehen Factoring-Vereinbarungen zum Verkauf von Handy-Options-Forderungen. Die maßgeblichen Risiken (im Wesentlichen das Forderungsausfallrisiko) und Chancen gehen hierbei auf die Banken über. Das Spätzahlungsrisiko verbleibt in voller Höhe bei freenet, es ist jedoch von untergeordneter Bedeutung.

Werthaltigkeit von Vermögenswerten

In der Konzernbilanz von freenet werden ein bilanzieller Goodwill sowie immaterielle Vermögenswerte wie Kundenbeziehungen, Markenrechte und Nutzungsrechte in wesentlicher Höhe ausgewiesen. Es besteht das geringe Risiko, dass es zu Wertminderungen kommen kann. Die Vermögenswerte von freenet werden sowohl regelmäßig als auch anlassbezogen überprüft, sofern mögliche Indikatoren (sog. Triggering Events) für eine nachhaltige Wertminderung vorliegen. Bei einem solchen Indikator kann es sich z. B. um einen Anstieg des Zinsniveaus oder Änderungen im Wirtschafts- und Regulierungsumfeld handeln. Eine etwaige Wertminderung wäre nicht zahlungswirksam und bliebe daher ohne Einfluss auf den Free Cashflow. Darüber hinaus werden die Umsatzerlöse und das EBITDA nicht tangiert (kein Einfluss auf die finanziellen Leistungsindikatoren).

Liquidität

Zur Überwachung und Steuerung der Liquidität werden konzernweit umfangreiche Finanzplanungsinstrumente eingesetzt. Der Konzern steuert Liquiditätsrisiken des Weiteren durch das Halten angemessener Bankguthaben, Kreditlinien bei Banken sowie durch eine laufende Überwachung der prognostizierten und tatsächlichen Cashflows. Auf Basis mehrerer bestehender konzerninterner Cash-Pooling-Vereinbarungen, an denen die wesentlichen Gesellschaften von freenet teilnehmen, werden Bedarf und Anlage von liquiden Mitteln im Konzern zentral gesteuert.

Um das allgemeine Liquiditätsrisiko zu verringern, bedient sich freenet verschiedener Finanzierungsinstrumente. Die unter den Finanzschulden ausgewiesenen Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten resultieren aus den im Februar 2016, Oktober 2016, Dezember 2018 und Juli 2020 abgeschlossenen Schuldscheindarlehen (zum 31. Dezember 2022 inklusive Zinsabgrenzungen bilanziert: 509,5 Millionen Euro) und einer – als revolvingende Kreditlinie ausgestalteten – Darlehenstranche über 300,0 Millionen Euro (Vorjahr: 300,0 Millionen Euro), die zum 31. Dezember 2022 wie im Vorjahr nicht gezogen war.

Aus den abgeschlossenen Kreditverträgen resultiert ein weiteres Liquiditätsrisiko, da die darin vereinbarten Beschränkungen (sog. „Undertakings“ und „Covenants“) den finanziellen und operativen Spielraum von freenet eingrenzen. Die Verträge beinhalten beispielsweise Beschränkungen bei Änderungen der Geschäftstätigkeit, bei der Durchführung gruppeninterner gesellschaftsrechtlicher Strukturmaßnahmen, bei der Bestellung von Sicherheiten sowie hinsichtlich eventueller Erwerbe sowie Veräußerungen von Vermögenswerten, insbesondere von Anteilsbesitz. freenet ist es nur in engen Grenzen erlaubt, außerhalb der Kreditverträge Fremdmittel aufzunehmen, um so beispielsweise zukünftige strategische Investitionen zu finanzieren. Aufgrund der genannten Reserven wird das allgemeine Liquiditätsrisiko als gering eingestuft.

Ein geringes Liquiditätsrisiko resultiert aus nicht fest zugesagten Kredit- oder Factoring-Linien (wie es beispielsweise bei den Factoring-Vereinbarungen zum Verkauf von Handy-Options-Forderungen der Fall ist). Diese könnten seitens der Banken nicht mehr bedient werden und damit mögliche Liquiditätsreserven nicht mehr zur Verfügung stehen.

Kapitalrisiko

Das Kapitalrisikomanagement von freenet bezieht sich auf das in der Konzernbilanz ausgewiesene Eigenkapital und daraus abgeleitete Kennziffern. Primäres Ziel des Kapitalrisikomanagements ist es, die Einhaltung der in den Kreditverträgen vorgesehenen Kennzahlen (Financial Covenants) zu gewährleisten. Die wesentlichen Financial Covenants sind in Bezug auf das Eigenkapital des Konzerns (Eigenkapitalquote) sowie die Verschuldung (Verschuldungsfaktor) definiert. Sollten sich die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen deutlich schlechter entwickeln als geplant, könnte dies unter Umständen dazu führen, dass freenet ihre Vereinbarungen mit den kreditfinanzierenden Banken nicht mehr einhalten kann. Es besteht das mittlere Risiko zur Fälligkeitsstellung der Kredite durch die finanzierenden Banken. freenet minimiert das Risiko durch eine laufende Überwachung der finanziellen Kennzahlen und die frühzeitige Ableitung geeigneter Maßnahmen.

Zinsänderungsrisiko

Die Finanzschulden von freenet mit variabler Verzinsung unterliegen Zinsänderungsrisiken, im Wesentlichen bezogen auf den EURIBOR. freenet begegnet diesen Risiken durch eine Mischung aus fest und variabel verzinslichen Finanzschulden. Die Zinsänderungsrisiken sind nicht explizit gesichert, allerdings wirkt der Kassenbestand, der im Wesentlichen variabel verzinslich angelegt wird, als natürliche Absicherung und mindert das Zinsänderungsrisiko aus den variabel verzinslichen Finanzschulden entsprechend.

Geldanlagen werden in der Regel in Form von Tages- und Termingeld bei Geschäftsbanken mit hoher Bonität angelegt.

Die Gesellschaft überprüft auf der Grundlage der ihr zur Verfügung stehenden täglichen Liquiditätsplanung laufend die verschiedenen Anlagemöglichkeiten für die liquiden Mittel sowie die verschiedenen Dispositionsmöglichkeiten hinsichtlich der Finanzschulden. Marktzinsänderungen könnten sich auf das Zinsergebnis von originären variabel verzinslichen Finanzinstrumenten auswirken und gehen in die Berechnung der ergebnisbezogenen Sensitivitäten ein. Das Risiko wird von freenet als gering eingestuft.

Strategische Risiken

Beteiligungen

Die freenet AG hält mehrere Beteiligungen. Es könnte sein, dass sich das Geschäft der Beteiligungen schlechter entwickelt als angenommen, was sich wiederum negativ auf die Ertragslage (jedoch nicht das EBITDA) und den Free Cashflow auswirken könnte. Das Beteiligungsrisiko wird seitens freenet zusammenfassend als gering eingestuft.

Business Process Outsourcing Kundenservice

Die Capita Customer Services (Germany) GmbH betreut als strategischer Partner von freenet im Business Process Outsourcing (BPO) den Kundenservice im Bereich Mobilfunk. Bei einem unerwarteten Einstellen des Geschäftsbetriebs besteht das Risiko, dass die vertraglich vereinbarte Rückführung der Aktivitäten oder der Wechsel zu einem alternativen Anbieter zu Mehrkosten führen könnte. Das Risiko wird seitens freenet – nicht zuletzt wegen der im Januar 2023 erfolgten Vertragsverlängerung um weitere sieben Jahre – als gering eingestuft.

Operative Risiken

Allgemeine Personalrisiken

Der Wettbewerb um qualifiziertes Personal stellt eine große Herausforderung für alle Geschäftsbereiche dar. Eine erfolgreiche Rekrutierung, Integration, Entwicklung und Bindung kompetenter Fachkräfte ist essenziell für den Unternehmenserfolg. Engpassrisiken mit negativen Auswirkungen auf operative Abläufe existieren nicht. Allerdings könnten aufgrund der für Arbeitnehmer derzeitigen günstigen Ausgangsposition am Markt (Arbeitnehmermarkt) sowie vor dem Hintergrund hoher Inflationsraten die Kosten für Personalgewinnung und Personalbindung sowie die Aus- und Weiterbildung höher ausfallen als erwartet. freenet begegnet diesem Risiko unter anderem mit einem leistungsgerechten Vergütungssystem, zunehmender Flexibilisierung der Arbeitszeitmodelle, der Einführung eines Retention-Management-Systems sowie dem Einsatz externer Dienstleister. Dieses Risiko wird seitens freenet insgesamt als gering eingestuft.

Hardwareverfügbarkeit

Lieferengpässen / -ausfällen bei den Herstellern von Endgeräten und Zubehör können vielfältige Faktoren zugrunde liegen – denkbar wären Produktionsstopps durch klimatische Faktoren, der Verlust von Produktionsstätten oder Logistikzentren sowie Störungen der Lieferkette. Sollten über einen längeren Zeitraum nicht ausreichend Geräte zur Verfügung stehen, könnte dies den Vertrieb von Telekommunikationsleistungen beeinträchtigen (z. B. fehlende Hardware für das Bundle-Geschäft), mit negativen Auswirkungen für die Neukundenakquisition, die Umsatzerlöse, das EBITDA und den Free Cashflow. freenet begegnet diesem geringen Risiko durch eine temporäre Ausweitung der Lagerreichweiten, der Nutzung alternativer Bezugsquellen sowie einer auf Geräteknappheit angepassten Vermarktungsstrategie.

Überblick über die Risikolage und Gesamtbewertung durch den Vorstand

Die zuvor aufgeführten Risiken zum 31. Dezember 2022 werden in der Tabelle 18 zusammengefasst und der Vorjahresbewertung gegenübergestellt.

Tabelle 18: Risikoübersicht

	Risiken per 31.12.2021			Risiken per 31.12.2022			Tendenz
	Eintritts- wahrschein- lichkeit	Schadens- potenzial	Risikoklasse	Eintritts- wahrschein- lichkeit	Schadens- potenzial	Risikoklasse	
Marktrisiken							
Wettbewerbsintensive Märkte	moderat	moderat	mittel	moderat	moderat	mittel	→
Vertrieb							
Einschränkung stationärer Vertriebswege	hoch	gering	mittel	—	—	—	—
Verlust von Vertriebspartnern	gering	gering	gering	gering	gering	gering	→
Kundenseitige Nachfrage TV und Medien	gering	gering	gering	gering	gering	gering	→
Netzbetreiber							
Bonuszahlungen und Provisionen	gering	gering	gering	gering	moderat	gering	→
Prämien und Margen	gering	sehr gering	gering	gering	sehr gering	gering	→
Shift to direct	sehr gering	sehr gering	gering	gering	sehr gering	gering	→
Gesetze und Regulierung	sehr gering	gering	gering	gering	moderat	gering	→
IT-Risiken							
RZ- und Systemfehler / -ausfälle	sehr gering	moderat	gering	sehr gering	moderat	gering	→
Cyber-Attacken und Datendiebstahl	gering	moderat	gering	gering	moderat	gering	→
Steuerliche Risiken							
Verlustvorträge	sehr gering	signifikant	mittel	sehr gering	signifikant	mittel	→
Sonstige Steuerrisiken	moderat	gering	gering	moderat	gering	gering	→
Finanzielle Risiken							
Forderungsausfälle	gering	sehr gering	gering	moderat	sehr gering	gering	→
Werthaltigkeit des Vermögens	gering	moderat	gering	sehr gering	moderat	gering	→
Liquidität							
Allgemeines Liquiditätsrisiko	sehr gering	sehr gering	gering	sehr gering	sehr gering	gering	→
Handy-Options-Factoring	gering	signifikant	mittel	gering	moderat	gering	↓
Kapitalrisiko	sehr gering	signifikant	mittel	sehr gering	signifikant	mittel	→
Zinsänderungsrisiko	moderat	gering	gering	gering	gering	gering	→
Strategische Risiken							
Beteiligungen	sehr gering	moderat	gering	sehr gering	moderat	gering	→
Business Process Outsourcing der Kundenbetreuung	sehr gering	moderat	gering	sehr gering	sehr gering	gering	→
Operative Risiken							
Allgemeine Personalrisiken	—	—	—	moderat	gering	gering	neu
Hardwareverfügbarkeit	sehr gering	gering	gering	sehr gering	gering	gering	→
Servicepreise für Kunden im Zahlungsverzug	gering	signifikant	mittel	—	—	—	—
Sonstige Risiken							
Sanierung Bürostandort Büdelsdorf	signifikant	sehr gering	gering	—	—	—	—

↑ Einstufung in höhere Risikoklasse im Vergleich zum Vorbericht
 → Einstufung in gleiche Risikoklasse im Vergleich zum Vorbericht
 ↓ Einstufung in geringere Risikoklasse im Vergleich zum Vorbericht
 — Risiko oder Risikokategorie besteht nicht mehr

Durch den implementierten Risikomanagementprozess sowie das monatliche Berichtswesen hat der Vorstand einen Überblick über die vorgestellte Risikosituation. Zum 31. Dezember 2022 wurden verschiedene Markt-, IT-, steuerliche, finanzielle, strategische und operative Risiken identifiziert. Wesentliche Risiken wurden nicht identifiziert.

Die potenziellen Auswirkungen auf die allgemeine zukünftige Entwicklung von freenet sowie die finanziellen und nichtfinanziellen Leistungsindikatoren werden vom Vorstand insgesamt als gering qualifiziert. Der Vorstand erwartet, dass die im Ausblick prognostizierte, positive Entwicklung der freenet AG (siehe Prognosebericht) durch die aufgezeigten Risiken nicht wesentlich beeinträchtigt wird. Insgesamt ist davon auszugehen, dass die Risiken keine Auswirkungen auf den Fortbestand der freenet AG haben.

Prognosebericht

Markt-/ Branchenprognose für Deutschland

Gesamtwirtschaftliche Entwicklung

Überwogen während der zweiten Hälfte des abgelaufenen Jahres noch die Prognosen einer weltweiten Rezession im Jahr 2023, gehen führende Institutionen mittlerweile von einem lediglich verlangsamten Wirtschaftswachstum aus. Für das Jahr 2023 erwartet der IWF demnach ein BIP-Wachstum in Höhe von +2,9 Prozent (2022: +3,4 Prozent). Die deutsche Wirtschaft wird als exportorientierte Marktwirtschaft wesentlich von der weltweiten Wirtschaftsentwicklung beeinflusst. Für die deutsche Wirtschaft wird ein marginaler Anstieg des BIP in Höhe von +0,1 Prozent prognostiziert (2022: +1,9 Prozent). Ab der zweiten Jahreshälfte wird eine zunehmende Erholung des BIP erwartet. Die Inflationsrate in Deutschland wird für das Jahr 2023 in Höhe von +7,2 Prozent erwartet (2022: +8,7 Prozent). Hohe Energiepreise werden auch künftig die Inflation bestimmen. Im Rahmen der Energiekrise wird der Staat Unternehmen und private Haushalte weiterhin erheblich mit breit angelegten Subventionen und Transferleistungen unterstützen. Dennoch werden bis Mitte 2023 die realen verfügbaren Einkommen und der Konsum der privaten Haushalte sinken. Ab der zweiten Jahreshälfte 2023 wird dann eine Erholung erwartet. Der Preisdruck der Energierohstoffe sollte nachlassen und die Inflationsrate abnehmen. In Kombination mit einem robusten Arbeitsmarkt könnte dies zu deutlich steigenden Löhnen führen. In der Folge sollten auch die realen Haushaltseinkommen und der private Konsum wieder steigen. Letztendlich sollte auch eine sukzessive Entspannung in den globalen Lieferketten infolge der Beendigung der chinesischen „Zero-COVID-Policy“ zu Beginn des Jahres 2023 eintreten.

Mobilfunkmarkt

Der Index für das Geschäftsklima in der Digitalbranche (Bitkom-ifo-Digitalindex) hat sich über das Jahr 2022 hinweg wieder erholt. Die Unternehmen der ITK-Branche bewerten ihre Geschäftserwartungen für das Jahr 2023 mittlerweile mit +16,1 Punkten deutlich optimistischer als die Gesamtwirtschaft (ifo Geschäftsklima) mit –6,3 Punkten. Die Umsatzerlöse für TK-Dienste werden mit +0,1 Prozent nahezu unverändert hoch erwartet. Darin spiegelt sich die Erwartung der in den Vorjahren beobachteten Tendenz zur gleichbleibend hohen Nutzung digitaler Kommunikationsdienstleistungen in Krisenzeiten wider. Für die Entwicklung der Umsatzerlöse durch TK-Endgeräte wird mit einem Wachstum von +2,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr gerechnet.

Anlass zu einem optimistischen Ausblick für 2023 gibt zudem die anhaltend hohe Investitionsbereitschaft in Telekommunikationsinfrastruktur. Im abgelaufenen Jahr wurden 11,6 Milliarden Euro (Vorjahr: 10,8 Milliarden Euro) in Deutschland u. a. in den Ausbau von Glasfaser- und 5G-Netzen investiert und die flächendeckende Verfügbarkeit der Technologiestandards im Bundesgebiet erneut gesteigert. Damit sind die Voraussetzungen für eine stärkere Inanspruchnahme von Telekommunikationsdienstleistungen und ein anhaltendes Wachstum gewährleistet. Auch die ungebrochene Zunahme der Nutzung von Datentransfers über Mobilfunknetze schließt eine reduzierte Nutzung von Mobilfunkdienstleistungen nahezu aus. Eine gesunkene Kaufkraft infolge der hohen Inflation sollte auch im Jahr 2023 kein wesentliches Umsatzproblem für die Branche darstellen. Mobilfunk gehört zu den Grundbedürfnissen der deutschen Bevölkerung. In den letzten Jahren ist der Verbraucherpreisindex (VPI) für Mobilfunkdienstleistungen nicht gestiegen. Auch im für Privathaushalte besonders

24	Geschäftsmodell und Organisationsstruktur
26	Unternehmensstrategie und -ziele
28	Unternehmenssteuerung
32	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
34	Überblick über den Geschäftsverlauf

41	Chancen- und Risikoberichterstattung
51	Prognosebericht
55	Nichtfinanzielle Konzernklärung
92	Corporate Governance und sonstige Angaben

durch Kostensteigerungen belastenden Jahr 2022 entwickelte sich der VPI für Mobilfunkdienstleistungen nicht gleichlaufend mit dem Gesamtindex. Zusammen mit den im Markt erkennbaren steigenden Datenvolumina je Tarif erhielt der Kunde mehr Leistung für nahezu den gleichen Preis. Entsprechend gingen auch in den vergangenen Jahren die Churn-Raten im Markt zurück, was auf eine geringe Motivation von Kunden zum Wechsel des Anbieters aufgrund von zu hoch empfundenen Preisen schließen lässt.

Im Jahr 2023 könnte dieser Trend beendet werden. Bereits zum Ende des abgelaufenen Jahres hielten große deutsche Telekommunikationsunternehmen Preiserhöhungen im Mobilfunk für wahrscheinlich. Zu Beginn des Jahres 2023 kündigte Telefónica Deutschland an, die Grundpreise für Neukunden im Mobilfunk um durchschnittlich 10 Prozent zu erhöhen. Andere Netzbetreiber schließen Preiserhöhungen ebenso nicht explizit aus. Nachdem Mobilfunkunternehmen lange Jahre versucht haben, Privatkundenpreise stabil zu halten, ist dies erstmals ein Signal für steigende Preise in Deutschland. Ein Grund für diese Entwicklung ist die Belastung der Netzbetreiber durch die hohen Energiepreise, höhere Ausgaben für Netzinvestitionen sowie steigende Lohnkosten. Die Hilfsleistungen des deutschen Staats sowie Steigerungen der Preise für Mobilfunkdienstleistungen sollten für eine Abmilderung der negativen Effekte sorgen. Grundlegend ist weiterhin ein rationaler und berechenbarer Mobilfunkmarkt in Deutschland anzunehmen.

TV-/ Bewegtbildmarkt

Im Jahr 2023 sollte der Anteil der TV-Haushalte, die lineares Fernsehen über das Internet (IPTV/ OTT-Technologie) empfangen, weiter zunehmen. Die übrigen Übertragungswege (Kabel, Satellit, Antenne) werden leicht an Bedeutung verlieren. Insbesondere die Nutzung von Kabel als Übertragungsweg sollte im Zuge der Abschaffung des Nebenkostenprivilegs bis Mitte 2024 weiter abnehmen. Fast drei Viertel der rund 12,5 Millionen Kabel-Haushalte sind vom Nebenkostenprivileg betroffen. Schätzungen zufolge sind bis zu 20 Prozent dieser Haushalte bereit, zukünftig auf einen IP-basierten TV-Empfangsweg umzusteigen. Dies entspricht einem bisher kaum adressierbaren absoluten Marktpotenzial von bis zu 2,5 Millionen Haushalten. Zudem verbessern sich die technischen Voraussetzungen (performante Internetanbindungen; internetfähige TV-Geräte) der TV-Haushalte in Deutschland für die Nutzung von Internetfernsehen kontinuierlich. Darüber hinaus treibt die Präferenz junger Konsumenten für Internetfernsehen die stärkere Nutzung dieses Übertragungsweges

natürlicherweise über die kommenden Jahre voran. Auch wenn die Relevanz des linearen Fernsehens für diese Generation deutlich geringer ist als für Konsumenten über 50 Jahre, bleibt lineares Fernsehen auch in Zukunft fester Bestandteil des Alltags der Deutschen. Parallel dazu wird die Beliebtheit von Streaming-Diensten in der gesamten Bevölkerung weiterhin zunehmen. Der Streaming-Markt wird dabei dennoch wettbewerbsintensiv bleiben, was zu stetigen Anpassungen der Angebotsstruktur führen wird. So werden sich werbefinanzierte und zum Teil kostenlose Streaming-Dienstangebote etablieren (sog. AVoD). Ebenfalls ist erkennbar, dass bisher reine Streaming-Inhalte in Form von Programmkanälen vermarktet werden (FAST-Channels). Die Aufweichung der Grenzen zwischen linearen und nicht-linearen Inhalten wird sich fortsetzen. Infolgedessen wird sich nach Auffassung des Vorstands der freenet AG die Relevanz der Aggregation der verschiedenen Inhalte und Kanäle auf einer Plattform erhöhen.

Neben den Gebühren für den Empfang von Inhalten ist der Verkauf von Werbeplätzen der wichtigste Beitrag zu den Umsatzerlösen von Anbietern auf dem TV- und Bewegtbildmarkt. In Zukunft wird in diesem Zusammenhang „Programmatic Advertising“ eine immer wichtigere Rolle einnehmen. „Programmatic Advertising“ bezeichnet den vollautomatischen und individualisierten Verkaufsprozess von Werbeflächen in Echtzeit. Dieser Prozess dauert üblicherweise nur wenige Millisekunden und ersetzt zunehmend den konventionellen Verkauf von TV-Werbeplätzen. Ziel ist es, individualisierte Werbeanzeigen zielgruppenspezifisch auszustrahlen. Vor dem Hintergrund der Unicast-Beziehung zu ihren Kunden (hohe Transparenz hinsichtlich demographischer Merkmale, TV-Konsumverhalten etc.) sind Anbieter von Internetfernsehen auf dem Markt für lineares Fernsehen am besten aufgestellt, um diese Art von Werbung zukünftig umzusetzen.

Prognose 2023 spiegelt Wachstumsambition des Mittelfrist-Ausblicks bis 2025 wider

Der Prognose für das Geschäftsjahr 2023 liegen die genannten Erwartungen und Annahmen zur allgemeinen Wirtschafts- und Branchenentwicklung zugrunde. Darunter sind die Annahme eines minimalen Rückgangs des BIP, eine weiterhin hohe Inflation, ein positiver Ausblick für die ITK-Branche sowie der weitere technologische Wandel der TV-Übertragungswege hin zur IPTV / OTT-Technologie. Aus den prognostizierten Entwicklungen ergeben sich grundsätzlich keine Anhaltspunkte für Veränderungen, die signifikante Auswirkungen auf die gegenwärtigen Geschäftsmodelle der beiden operativen Segmente von freenet haben.

Die Auswirkungen, die sich aufgrund der hohen Inflation auf die Geschäftstätigkeit von freenet zukünftig ergeben können, werden kontinuierlich beobachtet. Etwaige kalkulierbare Risiken sind in die Prognose einbezogen worden. Nur bei einer wesentlichen Verschlechterung der Rahmenbedingungen können darüber hinaus weitere Risiken eintreten. Diese Risiken sind im Risikoinventar entsprechend berücksichtigt (siehe „Chancen- und Risikoberichterstattung“).

Weitere Annahmen, die für die Ableitung der Prognose der finanziellen und nichtfinanziellen Leistungsindikatoren der freenet AG als wesentlich angesehen werden, sind:

- Bestandskunden-Loyalität und Kundenzufriedenheit insbesondere im Bereich Mobilfunk bleiben konstant,
- Mindestens zu erwartende Preisstabilität aufgrund Ankündigung Preiserhöhung (Telefónica Deutschland)
- Leichtes Marktwachstum des ansonsten saturierten Markts „Mobilfunk“,
- Marktanteil von IP-basiertem Fernsehen (IPTV / OTT-Technologie) unter den (linearen) Fernsehübertragungswegen nimmt weiterhin zu,
- Kosteneinsparungen erweisen sich weitestgehend als nachhaltig, wenngleich eine höhere Inflation und Lohnkostensteigerung den positiven Effekt abmildern könnten.

Für das Geschäftsjahr 2023 wird ein weiter anhaltendes, profitables Wachstum erwartet, das die auf dem Kapitalmarkt tag 2021 kommunizierte finanzielle Wachstumsambition eines durchschnittlichen jährlichen EBITDA-Wachstums von mehr als 4 Prozent bis 2025 im Vergleich zu 2020 widerspiegelt. Die Erwartungen für das Geschäftsjahr 2023 werden im Folgenden dargestellt und gelten unter der Annahme einer vergleichbaren Konzernstruktur. Alle Aussagen sind in Relation zum Vorjahr formuliert und für die qualitativ-komparativen Prognosen gilt folgende Abstufung: deutlich abnehmend, merklich abnehmend, moderat abnehmend, stabil, moderat wachsend, solide wachsend, deutlich wachsend.

Für die finanziellen Leistungsindikatoren wird folgende Entwicklung erwartet:

- Die Umsatzerlöse für das Geschäftsjahr 2022 lagen innerhalb der Erwartung und beliefen sich auf 2.556,7 Millionen Euro (Vorjahr: 2.556,3 Millionen Euro). Für die Umsatzerlöse im Jahr 2023 wird erneut ein stabiler Verlauf erwartet. Die Erwartung stützt sich auf ein moderates Umsatzwachstum im Segment TV & Medien und auf eine stabile Entwicklung im Kerngeschäft Mobilfunk. Der Vorstand der freenet AG geht davon aus, dass sich die Umsatzqualität, d. h. der Anteil abonnement-basierter innerhalb der Umsatzerlöse, weiter verbessert.
- Das EBITDA lag im abgelaufenen Geschäftsjahr mit 478,7 Millionen Euro 7,0 Prozent oberhalb des Vorjahres (447,3 Millionen Euro) und erreicht damit das obere Ende (480 Millionen Euro) der während des Jahres 2022 erhöhten EBITDA-Prognose. Der Vorstand geht für das Geschäftsjahr 2023 von einem weiteren Anstieg des EBITDA auf 480 bis 500 Millionen Euro aus. In der Erwartung sind bekannte Effekte aus der hohen Inflationserwartung und Lohnkostensteigerungen enthalten. Ausgehend vom EBITDA im Jahr 2020 (425,9 Millionen Euro) und bezogen auf den Mittelpunkt der EBITDA-Prognose 2023 entspräche das dem auf dem Kapitalmarkt tag 2021 formulierten Ziel eines durchschnittlichen jährlichen EBITDA-Wachstums von mehr als 4 Prozent.
- Der Free Cashflow lag im Berichtsjahr mit 249,2 Millionen Euro ebenfalls am oberen Ende der Guidance von 230 bis 250 Millionen Euro. Für das Geschäftsjahr 2023 erwartet der Vorstand einen Free Cashflow in einer Bandbreite von 250 bis 270 Millionen Euro. Bezogen auf den Mittelpunkt wird damit ein im Vergleich zum Berichtsjahr höherer Free Cashflow erwartet, sowie eine weiterhin hohe Cash Conversion Ratio (CCR) von ≥ 50 Prozent.
- Der Postpaid-ARPU hat sich im abgelaufenen Geschäftsjahr mit 17,9 Euro stabil entwickelt (Vorjahr: 18,1 Euro). Auch für das Geschäftsjahr 2023 wird eine stabile Entwicklung erwartet. Positive Effekte aus möglichen weiteren Preiserhöhungen werden bezogen auf den Gesamtkundenbestand nicht erwartet.

Tabelle 19: Prognose 2023 der finanziellen Leistungsindikatoren

In Mio. EUR bzw. lt. Angabe	Referenzwert 2022	Prognose 2023	Kommentierung
Finanzielle Leistungsindikatoren			
Umsatz	2.556,7	Stabiler Verlauf	
EBITDA	478,7	480 – 500	Mitte Guidance ggü. 2020: > 4,0 Prozent CAGR
Free Cashflow	249,2	250 – 270	> 50 Prozent EBITDA-zu-FCF-Conversion im Vergleich zum jeweiligen Mittelpunkt der Guidance 2023
Postpaid-ARPU (in EUR)	17,9	Stabiler Verlauf	

Für die nichtfinanziellen Leistungsindikatoren wird folgende Entwicklung erwartet:

- Der Postpaid-Kundenbestand wird moderat wachsen.
- Für die Kundenzahlen des Segments TV und Medien wird insgesamt eine Steigerung erwartet, die auf einer deutlich wachsenden waipu.tv Abo-Kundenzahl basiert.
- Eine merkliche Abnahme von freenet TV Abo-Kunden (RGU) ist vergleichbar zum Vorjahr zu erwarten.

Tabelle 20: Prognose 2023 der nichtfinanziellen Leistungsindikatoren

In Mio.	Referenzwert 2022	Prognose 2023
Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren		
Postpaid-Kundenbestand	7,274	moderat wachsend
freenet TV Abo-Kunden (RGU)	0,686	merklich abnehmend
waipu.tv Abo-Kunden	0,970	deutlich wachsend

Insgesamt basiert die Prognose auf den zum Zeitpunkt der Aufstellung bekannten Erkenntnissen zur möglichen konjunkturellen Entwicklung in Deutschland sowie den genannten Annahmen zur Branchenentwicklung. Sollte es zu einer konjunkturell schlechteren Entwicklung, zu Ereignissen mit weltwirtschaftlicher Tragweite oder zu unvorhergesehenen staatlichen bzw. regulatorischen Eingriffen kommen, könnte sich dies auf die abgegebene Prognose für die finanziellen und nichtfinanziellen Leistungsindikatoren auswirken (siehe Chancen- und Risikoberichterstattung).

Gesamtaussage des Vorstands zur voraussichtlichen Entwicklung der freenet AG

Der Vorstand der freenet AG hat auf dem Kapitalmarkttag 2021 die strategische Ausrichtung des Unternehmens sowie die mittelfristige finanzielle Ambition bis zum Geschäftsjahr 2025 vorgestellt. Die zentrale Botschaft lautet: freenet wächst im Segment Mobilfunk stetig, setzt die erfolgreiche Digital-Lifestyle-Strategie fort und wächst im Segment TV und Medien weiterhin deutlich und profitabel.

Ausgehend vom Geschäftsjahr 2020 soll bis einschließlich 2025 folgendes Wachstum in Bezug auf die finanziellen Leistungsindikatoren erreicht werden:

- EBITDA: jährliche durchschnittliche Wachstumsrate von > 4 Prozent auf $\geq$ 520 Millionen Euro
- Free Cashflow: > 260 Millionen Euro
- Kundenmanagement: Transformation vom Vertriebsexperten zu bedarfsorientierten Kundenbestandsmanager

Mit dem Geschäftsjahr 2022 wurde ein weiterer Schritt in Richtung der Erfüllung der mittelfristigen Ambition unternommen. Die zum Jahresbeginn 2022 kommunizierte bzw. unterjährig teilweise erhöhte Prognose der Leistungsindikatoren wurde in allen Belangen erreicht. Der Vorstand der freenet AG ist zuversichtlich, das Wachstum auch im Geschäftsjahr 2023 fortzusetzen und den Erfüllungsgrad der Mittelfrist-Ambition weiter zu steigern.

Von dieser Zuversicht zeugt auch die Prognose, die bezogen auf den Mittelpunkt der avisierten Bandbreite für EBITDA und Free Cashflow jeweils von einem Wachstum ausgeht. Auch von der Abonnentenzahl (Postpaid-Kunden, freenet TV Abo-Kunden (RGU), waipu.tv Abo-Kunden) wird in Summe ein Anstieg erwartet.

Die tatsächliche Entwicklung der freenet AG und seinen Segmenten kann aufgrund der in der Chancen- und Risikoberichterstattung genannten Sachverhalte oder für den Fall, dass Erwartungen und Annahmen nicht eintreten, sowohl positiv als auch negativ von der Prognose abweichen (siehe Chancen- und Risikobericht).

Nichtfinanzielle Konzernerklärung*

Über diese nichtfinanzielle Konzernerklärung

Gegenstand und Umfang

Mit der vorliegenden nichtfinanziellen Konzernenerklärung (nachfolgend: nichtfinanzielle Erklärung) kommt die freenet AG (im Folgenden freenet AG und freenet verwendet für den Konzern), mit Hauptsitz in Büdelsdorf, [\[GRI 2-1\]](#) der Berichtspflicht des am 19. April 2017 in Kraft getretenen CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes (CSR-RUG) nach (§§ 315b, 315c in Verbindung mit §§ 289b-e HGB). Die in der nichtfinanziellen Erklärung gemachten Angaben zu Konzepten, Maßnahmen, Aktivitäten und KPIs beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2022, also auf den Zeitraum vom 1. Januar 2022 bis 31. Dezember 2022, und gelten sowohl für den Konzern als auch für die freenet AG. Mit Blick auf eine Harmonisierung der nichtfinanziellen Berichterstattung mit der Finanzberichterstattung werden die in diesem Bericht gemachten KPI-Angaben nur noch für den aktuellen sowie den Vorjahreszeitraum dargestellt und nicht mehr für zwei Vorjahre.

Die nichtfinanzielle Erklärung fasst die wesentlichen Aspekte und Sachverhalte zu Umweltbelangen, Arbeitnehmerbelangen, Sozialbelangen, Achtung der Menschenrechte sowie Bekämpfung von Korruption und Bestechung zusammen. Die identifizierten wesentlichen Themen spiegeln das aktuelle spezifische Nachhaltigkeitsverständnis der Organisation wider und werden unter Bezugnahme auf („with reference to“) die aktuellen Standards des Rahmenwerks der Global Reporting Initiative (GRI-Standards 2021) berichtet (siehe Weitere Informationen, GRI-Inhaltsindex). Die zentrale Koordination der Berichtsinhalte / -erstellung erfolgt durch die Fachabteilung „Investor Relations und ESG“, die Ansprechpartner für Fragen zur nichtfinanziellen Erklärung ist und direkt an den ESG Reporting-verantwortlichen Vorstand (CFO) berichtet (siehe Impressum und Kontakt). Die inhaltliche Verantwortung für die verschiedenen Nachhaltigkeitsaspekte obliegt den jeweiligen Fachbereichen [\[GRI 2-3\]](#).

Gegenstand der Erklärung – sofern nicht anderweitig kenntlich gemacht – sind alle vollkonsolidierten Unternehmen des Konzernabschlusses (siehe Konzernanhang, Tz. 35). Aufgrund der geschäftsfeldspezifischen Struktur des TV und Medien Segments sowie der zugehörigen Media Broadcast GmbH wird in der Darstellung der wesentlichen Themen stellungsweise gesondert auf diese Gesellschaft eingegangen [\[GRI 2-2\]](#).

Die vorliegende nichtfinanzielle Erklärung inklusive GRI-Angaben sowie Angaben im Rahmen der EU-Taxonomie wurde einer freiwilligen betriebswirtschaftlichen Prüfung nach ISAE 3000 (revised) zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen (siehe Weitere Informationen, Prüfungsvermerk nichtfinanzielle Konzernenerklärung). Weitere Angaben zum internen Prüfungsprozess, zu den in die Prüfung involvierten Parteien sowie zu den Prüfungsergebnissen der nichtfinanziellen Erklärung sind Bestandteil des Berichts des Aufsichtsrats (siehe An unsere Aktionäre, Bericht des Aufsichtsrats an die Hauptversammlung 2023) [\[GRI 2-5, GRI 2-14\]](#).

Angaben zum Geschäftsmodell

Die operative Geschäftstätigkeit der seit 2007 an der Frankfurter Wertpapierbörse gehandelten freenet AG und ihrer Tochterunternehmen beschränkt sich überwiegend auf den Privatkundenbereich sowie den deutschen Raum. Aus diesem Grund erfolgt keine geografische Unterteilung nach Ländern, in denen die freenet tätig ist, sondern – sofern erforderlich – lediglich eine Unterteilung nach den operativen Geschäftssegmenten „Mobilfunk“ und „TV und Medien“. Eine ausführliche Beschreibung des Geschäftsmodells der freenet findet sich im Konzernlagebericht (siehe Geschäftsmodell und Organisationsstruktur) [\[GRI 2-1\]](#).

Nachhaltigkeitsverständnis von freenet und ESG-Ratings

Nachhaltiges und verantwortungsvolles Handeln ist bei freenet Teil der unternehmerischen Kultur sowie Ursprung jeglichen Erfolgs und seiner langfristigen Sicherung. Das tägliche Handeln orientiert sich zum einen an ökonomischen Prinzipien, da der wirtschaftliche Erfolg der Organisation Grundvoraussetzung für einen verlässlichen und messbaren Beitrag für alle Stakeholder ist. Zum anderen sollen Nachhaltigkeitsaspekte bzw. nichtfinanzielle Aspekte in Entscheidungen einbezogen werden mit dem Ziel, sie wirtschaftlichen Entscheidungskriterien gleichzustellen. Entlang der Wertschöpfungskette soll somit dort, wo es möglich ist und die Einflussnahmemöglichkeit nicht durch regulatorische Anforderungen oder besondere Marktgegebenheiten eingeschränkt

* Kennzeichnet prüfbare und nicht prüfbare lageberichtsfremde Angaben sowie lageberichtstypische Angaben, deren gesetzliche Einbeziehung in die inhaltliche Prüfung des Lageberichtes im Rahmen der Jahres-/ Konzernabschlussprüfung nicht gefordert ist und die daher im Rahmen der Jahres-/Konzernabschlussprüfung ungeprüft bleiben

wird, Einfluss auf die soziale und ökologische Nachhaltigkeit der eigenen Geschäftsaktivitäten genommen werden.

Um dieses strategische Ziel konzernweit zu implementieren und nachhaltiges Handeln in der Organisation weiter zu stärken, bestellte der Aufsichtsrat im September 2022 Nicole Engenhardt-Gillé (bisher Leiterin Konzernpersonal bei freenet) mit Wirkung zum 1. Januar 2023 in den Vorstand und übertrug ihr die Verantwortung für das neu geschaffene Vorstandsressort Personal und ESG. Mit der Entscheidung unterstreicht der Aufsichtsrat den Stellenwert des Themas für das Unternehmen. Nicole Engenhardt-Gillé wurde zusätzlich zur Arbeitsdirektorin gem. § 33 Mitbestimmungsgesetz bestellt und stärkt in dieser Funktion ab Januar 2023 die Mitbestimmung durch den aktiven Einbezug interner Stakeholder wie Belegschaft und Betriebsrat in die Personalarbeit.

Ein aktiver Dialog erfolgt auch mit externen Stakeholdern (u. a. Zulieferern, Investoren, Nachhaltigkeits-/ Finanzanalysten oder Kunden) und hilft, die Nachhaltigkeitsbestrebungen von freenet kontinuierlich und zielgerichtet vor dem Hintergrund des Informationsinteresses dieser Stakeholder zu analysieren und weiterzuentwickeln. ESG-Ratings durch unabhängige Rating-Agenturen erhöhen dabei für alle Anspruchsgruppen die Transparenz in Bezug auf die Einordnung und Gewichtung relevanter Nachhaltigkeitsaktivitäten der Organisation. Mit den als relevant identifizierten ESG-Rating-Agenturen Sustainalytics, MSCI, ISS und CDP steht freenet in regelmäßigem Austausch.

Tabelle 21: Ergebnisse relevanter ESG-Ratings

Rating-Agentur / Rating	Bewertungsskala	2022	2021	2020
Sustainalytics ESG Risk Rating	Negligible risk (0–10) bis Severe risk (40+)	Medium ESG risk, MED (22,6)	Medium ESG risk, MED (25,0)	Medium ESG risk, MED (25,2)
MSCI ESG Rating	Leader (AAA, AA) bis Laggard (B, CCC)	A	AA	AA
ISS ESG Corporate Rating	Excellent performance (A+) bis Poor performance (D-)	C	C	C
CDP Climate Rating	Leadership (A, A-) bis Disclosure (D, D-)	C	C	D

Wesentlichkeitsanalyse als Grundlage für Bestimmung wesentlicher Themen

Die wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen von freenet, über die in dieser nichtfinanziellen Erklärung berichtet wird, basieren auf einer Wesentlichkeitsanalyse aus dem Jahr 2021 gemäß den Vorgaben des CSR-RUG (§ 289c Abs. 3 HGB).

In einem mehrstufigen Prozess der Wesentlichkeitsanalyse wurden unter Einbindung der wichtigsten Stakeholder diejenigen nichtfinanziellen Themen erörtert, die für das Verständnis von Geschäftsverlauf, Geschäftsergebnis oder Lage sowie für das Verständnis der Auswirkungen der Geschäftstätigkeit (Impact) auf die im Gesetz genannten Nachhaltigkeitsaspekte bedeutsam sind. Weiterführende Informationen zur Bestimmung der wesentlichen Themen bzw. dem Prozess der Wesentlichkeitsanalyse 2021 finden sich im Geschäftsbericht 2021 von freenet (siehe freenet AG Geschäftsbericht 2021, Nichtfinanzielle Erklärung).

Im Ergebnis hat sich keine Änderung der für freenet übergeordneten wesentlichen Themen gegenüber der initialen Wesentlichkeitsanalyse zur Erstellung der nichtfinanziellen Erklärung 2017 ergeben. Seit 2021 ergänzen lediglich die Aspekte „Netzqualität“ und „Produktinnovationen“ den Bereich Kundenbelange und das Thema „Nachhaltige Verpackungen“ den Bereich „Betrieblicher Umweltschutz“. Im Geschäftsjahr 2022 gab es bei freenet im Vergleich zum Vorjahr keine wesentlichen Änderungen hinsichtlich der Geschäftsaktivitäten oder in Bezug auf die Geschäftsbeziehungen. Die Wesentlichkeitsanalyse sowie die identifizierten wesentlichen Themen haben somit weiterhin Bestand. Unter Einbindung externer Stakeholder, z. B. über den regelmäßigen Dialog mit Investoren, Nachhaltigkeits-/ Finanzanalysten oder Kunden, analysiert und benchmarkt freenet seine Nachhaltigkeitsaktivitäten und entwickelt sie kontinuierlich weiter. Über die jährliche Berichterstattung in der nichtfinanziellen Erklärung werden Interessengruppen über den Management- und Steuerungsansatz sowie Ziele und ergriffene Maßnahmen in Bezug auf die identifizierten wesentlichen Themen informiert [GRI 3-1, GRI 3-3].

Tabelle 22: Liste der wesentlichen Themen [GRI 3-2], zugeordnet den CSR-RUG-Aspekten und GRI-Standards

Übergeordnete wesentliche Themen	Aspekt CSR-RUG	GRI-Standards
Mitarbeiter ■ Arbeitgeberattraktivität ■ Kompetenzentwicklung ■ Vielfalt ■ Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	Arbeitnehmerbelange	GRI 3-3, GRI 401-1, 401-2, 401-3 GRI 404-1, 404-2, 404-3 GRI 405-1, 406-1 GRI 403-1, 403-3, 403-4, 403-5, 403-9
Digitale Verantwortung ■ Informationssicherheit ■ Datenschutz	Sozialbelange / Achtung der Menschenrechte	GRI 3-3, GRI 418-1
Kundenbelange ■ Service- / Netzqualität ■ Digitale Teilhabe ■ Nachhaltige Produktlösungen und Produktinnovationen (inkl. Nachhaltige Verpackungen)	Sozialbelange / Umweltbelange	GRI 3-3, GRI 417-1
Betrieblicher Umweltschutz ■ Energieverbrauch / CO₂-Emissionen ■ Ressourcenverbrauch (inkl. Nachhaltige Verpackungen)	Umweltbelange	GRI 3-3, GRI 302-1 GRI 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5
Compliance und Integrität	Bekämpfung von Korruption und Bestechung	GRI 3-3, GRI 205-3
Lieferkette und menschenrechtliche Sorgfalt	Achtung der Menschenrechte / Umweltbelange	GRI 3-3 GRI 414-1

Bestimmung der wesentlichen nichtfinanziellen Risiken

Für die Risikoanalyse im Rahmen der nichtfinanziellen Erklärung setzt freenet auf dem konzernweit etablierten Risikomanagementsystem (RMS) auf. Die dort erfassten Risiken wurden auf ihre inhaltliche Übereinstimmung entlang der Themen und Aspekte der nichtfinanziellen Erklärung analysiert. Für Risiken aus dem RMS mit einem thematischen Bezug zum CSR-RUG wurde eine Risikobewertung analog der Bewertung für den Konzernrisikobericht vorgenommen (siehe „Chancen- und Risikoberichterstattung“). Ergebnis der Analyse war, dass gemessen an den gesetzlichen Wesentlichkeitskriterien¹ für die Berichterstattung über nichtfinanzielle Risiken – nach Umsetzung von Risikobegrenzungsmaßnahmen – keines der identifizierten Risiken im Sinne des konzernweit etablierten RMS sowie des CSR-RUG wesentlich ist.

Wesentliche Themen

Mitarbeiter

Übergeordnete Personalstrategie

In einem dynamischen und wettbewerbsintensiven Umfeld rund um Mobilfunk, Internet und TV-Entertainment ist der (zukünftige) Erfolg von freenet maßgeblich von den Leistungen und dem Engagement der Mitarbeiter abhängig, die ihr Know-how und ihre Kompetenzen zielgerichtet einsetzen. Um dies bestmöglich zu unterstützen, hat der Konzern eine Vielzahl unterschiedlicher Maßnahmen und Programme etabliert, ergänzt um Maßnahmen für ein gesundes und sicheres Arbeitsumfeld. Ziel ist ein harmonisches, sicheres, gesundes und leistungsorientiertes Arbeitsumfeld, das die Vielfalt unserer Gesellschaft widerspiegelt und jegliche Form von Diskriminierung vermeidet.

Die Personalstrategie von freenet umfasst vier Schwerpunktthemen:

1. Organisationsentwicklung,
2. Arbeitgeberattraktivität,
3. Führung und
4. New Work.

Die (1) Organisationsentwicklung erfasst Konzepte für Organisationsveränderungen, die die Führungskräfte bei der Umsetzung aktiv begleiten, Themen rund um die Förderung von Diversität aufgreifen sowie die Rahmenbedingungen für

¹ Die Eintrittswahrscheinlichkeit von Risiken wird in der freenet Group in sehr gering (≤ 10 Prozent), gering (10,01 bis ≤ 30 Prozent), moderat (30,01 bis ≤ 50 Prozent), hoch (50,01 bis ≤ 70 Prozent) und signifikant (> 70 Prozent) unterschieden. Für Zwecke der nichtfinanziellen Risikoberichterstattung i. S. v. § 289 b HGB i. V. m. § 289 c Abs. 3 Nr. 3 und 4 HGB wurde als „sehr wahrscheinlich“ auf die Kategorie „signifikant“ abgestellt (> 70 Prozent).

24	Geschäftsmodell und Organisationsstruktur
26	Unternehmensstrategie und -ziele
28	Unternehmenssteuerung
32	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
34	Überblick über den Geschäftsverlauf

41	Chancen- und Risikoberichterstattung
51	Prognosebericht
55	Nichtfinanzielle Konzernklärung
92	Corporate Governance und sonstige Angaben

modernes Arbeiten schaffen. Bei der (2) Arbeitgeberattraktivität stellt die Mitarbeiterbindung einen zentralen Fokus dar. Hierbei stehen als wichtigste Handlungsfelder die Weiterentwicklung und das Lernen im Vordergrund. Gleichzeitig soll durch gezielte Maßnahmen zur Mitarbeitergewinnung der Herausforderung eines stark umkämpften Bewerbermarkts begegnet werden. Gute (3) Führung erachtet freenet als wesentliche Voraussetzung für die Zielverfolgung und kennzeichnet sich durch strategisches, unternehmerisches und mitarbeiterorientiertes Handeln. Unter (4) New Work werden schließlich Themen rund um die Digitalisierung und neue Arbeitsweisen analysiert und eingeführt.

Gesamtverantwortlich für die Konzeption, Umsetzung und Steuerung von Maßnahmen ist der Bereich „Konzernpersonal“, dessen Leitung direkt an den Vorstandsvorsitzenden (CEO) berichtet. Mit der Schaffung des neuen Vorstandsressorts „Personal und ESG“ geht die Gesamtverantwortung ab dem 1. Januar 2023 auf die bisherige Leitung Konzernpersonal, Nicole Engenhardt-Gillé über. In ihrer neuen Funktion als Vorstand „Personal und ESG“ (CHRO) erweitert sich ihr bisheriges Aufgabengebiet um die Verantwortung für alle Aspekte der Nachhaltigkeit (ESG). Mit der Abteilung „People and Organisational Development“ ist seit 2016 ein internes Kompetenzcenter für konzernübergreifende Konzepte und strategische Fragestellungen rund um die Mitarbeiter- und Organisationsentwicklungsthemen zuständig. Eine Überprüfung der erfolgreichen Umsetzung der strategischen Zielsetzungen erfolgt quartalsweise im Rahmen von Strategie-Workshops. Das Ergebnis wird an den CEO beziehungsweise – sofern relevant – an den jeweiligen Ressortvorstand direkt kommuniziert.

Arbeitgeberattraktivität

Managementansatz: Eine zentrale Säule der freenet Personalstrategie bildet die Arbeitgeberattraktivität, d. h. ein Arbeitsumfeld zu schaffen, welches hilft, Mitarbeiter zu gewinnen, zu halten und deren Leistungsfähigkeit und Zufriedenheit gleichermaßen zu steigern. Im Vordergrund steht vor allem das partnerschaftliche und vertrauensbasierte Verhältnis im Miteinander und auf allen Ebenen des Konzerns. Individuelle Lebensumstände der Mitarbeiter sollen bestmöglich Beachtung finden mit Verzicht auf Pauschalregelungen, um Mitarbeiterinteressen und Unternehmensinteresse in Bezug auf Lebens- und Arbeitszeit auszubalancieren. So soll die Arbeitgeberattraktivität intern wie extern gesteigert und der Zugang zu qualifiziertem Fach- und Führungspersonal, welcher unabdingbar für den Unternehmenserfolg ist, gesichert werden.

Steuerung: Um die interne und externe Arbeitgeberattraktivität zu messen, werden unterschiedliche Indikatoren zentral erhoben und gesteuert. Wesentliche Kennzahlen zur Messung der Arbeitgeberattraktivität stellen die Mitarbeiterfluktuation und externe Neueinstellungen dar. Darüber hinaus werden relevante Arbeitgeberbewertungsplattformen für Unternehmen stetig ausgewertet und seit 2022 auch Mitarbeiterbefragungen zur Erfassung des allgemeinen Stimmungsbilds und der Zufriedenheit durchgeführt. Mit diesem Ansatz sollen eine offene Feedbackkultur im Unternehmen etabliert und Handlungsfelder zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität abgeleitet werden. Seit 2019 finden zudem konzernweit Austrittsbefragungen von Mitarbeitern (ohne Media Broadcast) statt sowie zielgruppen- und themenspezifische Mitarbeiterbefragungen innerhalb der Shops und Stores. Die Ergebnisse werden kontinuierlich ausgewertet, um bei Fehlentwicklungen entsprechende Gegenmaßnahmen zu ergreifen.

Mit dem Fokus, die Erfahrungen aus der veränderten Arbeitsweise während der Corona-Pandemie als Chance zu betrachten, haben sich Vorstand, Führungskräfte und der Bereich Personal intensiv damit auseinandergesetzt, die Arbeitgeberattraktivität zukünftig noch stärker als bisher über die Flexibilität im Umgang mit den verschiedenen Bedürfnissen der Mitarbeiter zu definieren. Bereits im August 2020 wurde infolgedessen ein „Bekenntnis zu veränderten Lebenswelten“ kommuniziert, welches bestehende und neue Leitplanken für die Arbeitswelt innerhalb der freenet AG zusammenfasst.

In Bezug auf die Arbeitgebermarke hat freenet im Jahr 2022 erneut mehrere Auszeichnungen erhalten:

- Siegel „TOP Karrierechancen“ vom Institut für Management und Wirtschaftsforschung (IMWF) und Focus Money: Hierbei wurden insgesamt 22.500 der großen Unternehmen mit Sitz in Deutschland befragt.
- Siegel „Deutschlands Beste Ausbildungsbetriebe“ von Die Welt und ServiceValue: Das Gütesiegel ist ein unabhängiger Qualitätsnachweis und kürzt attraktive Ausbildungsbetriebe. Der freenet AG wurde unter den rund 800 teilnehmenden Unternehmen eine sehr hohe Ausbildungsattraktivität zugesprochen.
- „eLearning Award“ vom eLearning Journal: In der Kategorie Lernmanagementsystem erzielte freenet den ersten Platz.
- Media Broadcast wurde erneut in einer Studie der Zeitschrift Freundin und kununu zu den zehn familienfreundlichsten Arbeitgebern der Telekommunikationsbranche in Deutschland gewählt und belegte beim Ranking der Top-Arbeitgeber Deutschlands, dem „Most Wanted Employer 2022“ der Zeit Verlagsgruppe, den dritten Platz.

Im Jahr 2022 wurden insgesamt 449 Mitarbeiter (Vorjahr: 313 Mitarbeiter) neu eingestellt. Die Fluktuation im Konzern (ohne Shops und Stores) lag 2022 bei 12,8 Prozent und ist damit leicht gestiegen (Vorjahr: 12,1 Prozent). In den Shops und Stores stieg sie deutlicher von 24,1 Prozent im Vorjahr auf 28,3 Prozent im Geschäftsjahr 2022, bleibt aber unter Vor-Corona-Niveau (2019: 30,8 Prozent). Die Zunahme der Fluktuation der Beschäftigten in der Shop-Kette ist im Wesentlichen auf die 2022 insgesamt gestiegene Wechselmotivation auf dem deutschen Arbeitsmarkt zurückzuführen.

Maßnahmen: Insbesondere in Zeiten von Fachkräftemangel und demografischem Wandel ist eine hohe Mitarbeiterzufriedenheit wichtig, um qualifizierte Fachkräfte im Unternehmen zu halten. Vor diesem Hintergrund hat freenet im Geschäftsjahr 2022 mit dem sogenannten Stimmungsbarometer erstmalig ein umfassendes Stimmungsbild seiner Mitarbeiter erfasst. Die Umfrage wurde gemäß geltenden Datenschutzbestimmungen anonym und auf freiwilliger Basis durchgeführt sowie zunächst ohne Einbezug der Gesellschaften Media Broadcast, EXARING und The Cloud (insgesamt ca. 19,8 Prozent der Gesamtbelegschaft) durchgeführt. Perspektivisch soll die Erhebung konzernweit stattfinden; im ersten Schritt wird im Jahr 2023 Media Broadcast einbezogen. Neben der Gesamtzufriedenheit erfasst das Stimmungsbarometer die Zufriedenheit in Bezug auf die Zusammenarbeit und den Gestaltungsspielraum hinsichtlich der Arbeitsbedingungen sowie die Weiterempfehlungsrate anhand eines sich aus fixen und variablen Fragen zusammensetzenden Fragengerüsts. Die Gesamtzufriedenheit als Teilergebnis des Stimmungsbarometers ist besonders steuerungsrelevant und gibt an, wie viel Prozent der Mitarbeiter mit freenet als Arbeitgeber allgemein zufrieden (Angabe „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“) sind.

Im Geschäftsjahr 2022 wurden zwei Erhebungen durchgeführt. Bei einer durchschnittlichen Rücklaufquote von 46,0 Prozent gaben im Schnitt 67,2 Prozent der Befragten an, mit freenet als Arbeitgeber zufrieden zu sein. Die Erhebung soll zukünftig fortlaufend mehrfach im Jahr erfolgen. Für 2023 ist das Ziel, die Rücklaufquote zu steigern und die Gesamtzufriedenheit mindestens auf dem Niveau von 2022 zu halten.

Tabelle 23: Mitarbeiterzufriedenheit

Angaben in % bzw. lt. Angabe	2022	2021
Anzahl Erhebungen	2	0
Rücklaufquote (Durchschnitt)	46,0	—
Mitarbeiterzufriedenheit (Durchschnitt)	67,2	—

Zur Förderung der Arbeitgeberattraktivität hat freenet 2022 eine Vielzahl von internen und externen Maßnahmen durchgeführt. So wurde der digitale Arbeitgeberauftritt aufgrund der Markentransformation, mit Ablösung der bisherigen Hauptmarke mobilcom-debitel durch die freenet Dachmarke, erfolgreich überarbeitet, um auch weiterhin authentisch, nahbar und zielgruppenspezifisch Interessenten von der freenet AG als Arbeitgeber zu überzeugen. Darüber hinaus wurde 2022 „#friendsforfreenet“ eingeführt, ein prämienbegünstigtes Recruiting-Programm zur Mitarbeiterwerbung, bei dem Beschäftigte der freenet AG Verwandte, Freunde oder Bekannte für eine Vakanz empfehlen können. Um Mitarbeitern, die während der Pandemie die Beschäftigung bei freenet aufgenommen haben, ein persönliches Kennenlernen zu ermöglichen und die Integration zu erleichtern, fand im August die Veranstaltung „Rookie Afterwork“ statt. Weiterhin wurde der Onboarding-Prozess um einen Welcome Day erweitert. Die konzernübergreifende Präsenzveranstaltung ermöglichte den Teilnehmern, sich in lockerer Atmosphäre kennenzulernen und zu vernetzen. Mit einem Mix aus Impulsvorträgen, Bereichs- und Abteilungsvorstellungen in verschiedenen Erlebnisräumen, Spielen und Interviews erhielten neue Mitarbeiter einen Einblick in die unterschiedlichen Facetten der freenet. Das positive Feedback der Teilnehmer bekräftigt, das Format künftig als festen Bestandteil des Onboarding-Prozesses zu etablieren. Neben dem Erlebten sind Kommunikation und Transparenz wichtige Faktoren, die auf die Arbeitgeberattraktivität einzahlen. So bietet das etablierte Format „Frag Christoph“ Mitarbeitern die Möglichkeit, Fragen direkt und anonym an den CEO der freenet AG zu stellen, die dieser persönlich und zeitnah im Intranet beantwortet. Seit 2020 finden zudem sogenannte „Town Halls“ statt, in denen der CEO via Live-Video Auskunft über aktuelle Themen gibt und Mitarbeiter die Gelegenheit haben interaktiv Fragen zu stellen.

Die Anerkennung von Teilzeit- und flexiblen Arbeitszeitmodellen trägt dazu bei, den verschiedenen Anforderungen der Mitarbeiter an eine Work-Life-Balance entgegenzukommen. So sind beispielsweise flexible Schichtzeit-Modelle in den Shops oder der Logistik, Homeoffice in verschiedenen Bereichen sowie vielerorts mobiles Arbeiten seit mehreren Jahren möglich und nehmen an Bedeutung und Wahrnehmung stetig zu. Insgesamt trägt das im Jahr 2020 formalisierte „Bekenntnis zu veränderten Lebenswelten“ dazu bei, das Bewusstsein für Selbstverantwortung zu schärfen – und zwar auf Mitarbeiter- und Unternehmensseite. Im Zuge der Corona-Pandemie und des damit einhergehenden hohen Anteils an mobiler Arbeit konnten viele Erfahrungen zu neuen Formen der Zusammenarbeit gesammelt werden, welche in eine stärker hybridorientierte Arbeitskultur eingeflossen sind.

Gemäß § 15 Bundeselterngeld- und Elternzeitgesetz hat in Deutschland jeder Elternteil Anspruch auf Elternzeit zur Betreuung und Erziehung seines Kindes, bis zur Vollendung des dritten Lebensjahres. Diesen gesetzlichen Anspruch nehmen auch bei der freenet AG viele Mitarbeiter wahr [GRI 401-3]. Eine Maßnahme, um sich dabei als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren, bildet der Auf- und Ausbau der sogenannten Elternzeitpatenschaft, bei der Mütter und Väter in der freenet AG in der Elternzeit von einem Kollegen aus dem Team regelmäßig mit Informationen aus dem Team und Unternehmen versorgt sowie zu wichtigen Terminen eingeladen werden. Zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf bietet freenet seinen Mitarbeitern an den Standorten Hamburg und Büdelsdorf außerdem die Nutzung von Eltern-Kind-Zimmern an [GRI 401-3].

Über diese Maßnahmen hinaus ist freenet der Ansicht, dass es einer attraktiven Gesamtvergütung inklusive Zusatzleistungen bedarf, um Mitarbeiter angemessen zu entlohnen. Neben einer fixen Vergütung beinhaltet das Vergütungssystem

nahezu aller Mitarbeiter variable Gehaltsbestandteile, die vom Unternehmenserfolg abhängig sind und sich in der Regel an den gleichen Leistungsindikatoren orientieren, die auch für die Vergütung des Vorstands von Bedeutung sind. Zusätzlich gewährt freenet Zuschüsse zur betrieblichen Altersvorsorge über das gesetzlich vorgeschriebene Maß hinaus und bietet seit 2016 eine Berufsunfähigkeitsversicherung mit erleichterter Gesundheitsprüfung an [GRI 401-2]. Zudem stehen u. a. folgende (standortspezifische) Benefits zur Auswahl: Vergünstigungen für Wellnessangebote und Massagen, Essensgeldzuschüsse, vergünstigte Tarife und Services von freenet, ein Fahrradleasing- sowie ein Mitarbeiterfahrzeugmodell. Zum Ende des Jahres 2022 hat die freenet von der Möglichkeit Gebrauch gemacht, Mitarbeitern eine Inflationsausgleichsprämie gestaffelt nach Gehaltshöhe auszus zahlen. Bei der Gewährung der Vorteile erfolgt keine Unterscheidung zwischen Voll- und Teilzeitbeschäftigung. Sie werden je nach Leistung anteilig auf Basis des Beschäftigungsgrads oder Teilzeitgehalts oder entsprechend dem Betrag für Vollzeitbeschäftigte gewährt.

Tabelle 24: Neueinstellungen und Mitarbeiterfluktuation [GRI 401-1]

Anzahl Mitarbeiter	2022			2021		
	Gesamt	Männer	Frauen	Gesamt	Männer	Frauen
Neueinstellungen freenet (ohne Shops / Stores) ¹	225 (9,7%)	134 (8,5%)	91 (12,2%)	138 (5,7%)	80 (4,9%)	58 (7,6%)
davon < 30 Jahre	71 (27,4%)	33 (21,3%)	38 (36,5%)	47 (16,6%)	26 (15,2%)	21 (18,8%)
davon 30 – 50 Jahre	126 (10,5%)	81 (10,9%)	45 (9,8%)	82 (6,4%)	50 (6,2%)	32 (6,6%)
davon > 50 Jahre	28 (3,2%)	20 (2,9%)	8 (4,4%)	9 (1,1%)	4 (0,6%)	5 (3,0%)
Neueinstellungen Shops / Stores ¹	224 (20,9%)	173 (21,3%)	51 (19,6%)	175 (16,0%)	138 (16,7%)	37 (13,8%)
davon < 30 Jahre	159 (39,8%)	123 (40,9%)	36 (36,4%)	120 (29,5%)	90 (29,4%)	30 (29,7%)
davon 30 – 50 Jahre	62 (10,2%)	48 (10,4%)	14 (9,6%)	55 (8,8%)	48 (10,2%)	7 (4,6%)
davon > 50 Jahre	3 (4,7%)	2 (4,1%)	1 (6,7%)	0 (–)	0 (–)	0 (–)
Mitarbeiterfluktuation freenet (ohne Shops / Stores) ²	298 (12,8%)	202 (12,8%)	96 (12,9%)	293 (12,1%)	180 (10,9%)	113 (14,7%)
davon < 30 Jahre	54 (20,9%)	31 (20,1%)	23 (22,1%)	53 (18,7%)	23 (13,5%)	30 (26,8%)
davon 30 – 50 Jahre	167 (13,9%)	110 (14,8%)	57 (12,4%)	180 (13,9%)	108 (13,4%)	72 (14,7%)
davon > 50 Jahre	77 (8,9%)	61 (8,9%)	16 (8,8%)	60 (7,1%)	49 (7,3%)	11 (6,6%)
Mitarbeiterfluktuation Shops / Stores ²	303 (28,3%)	227 (27,9%)	76 (29,3%)	263 (24,1%)	198 (24,0%)	65 (24,2%)
davon < 30 Jahre	173 (43,3%)	128 (42,4%)	45 (45,8%)	147 (36,1%)	109 (35,6%)	38 (37,6%)
davon 30 – 50 Jahre	121 (19,9%)	92 (19,9%)	29 (19,8%)	112 (17,9%)	85 (18,0%)	27 (17,6%)
davon > 50 Jahre	9 (14,1%)	7 (14,4%)	2 (13,1%)	4 (6,6%)	4 (8,7%)	0 (–)

¹ Quote: Neu eingestellte Mitarbeiter im Verhältnis zum durchschnittlichen Personalbestand

² Quote: Anzahl der Mitarbeiter (Angestellte), die freiwillig oder aufgrund von Kündigung, Pensionierung oder Tod aus der Organisation ausscheiden (Austritte) im Verhältnis zum durchschnittlichen Personalbestand [(Austritte * 100) / Ø Personalbestand]

Kompetenzentwicklung

Managementansatz: Die Dynamik innerhalb der Informations- und Kommunikationsbranche sowie die allgemein zunehmende Digitalisierung von Arbeitsabläufen und -prozessen stellen neue An- und Herausforderungen an die Mitarbeiter von freenet und machen eine Stärkung und Förderung ihrer Kompetenzen unerlässlich. Die bedarfsorientierte Förderung von Mitarbeitern ist daher eine zentrale Säule für Fortschritt und Zukunftsfähigkeit der Organisation. Ziel ist insbesondere der Ausbau des eigenverantwortlichen Lernens und die Förderung des konzerninternen Wissenstransfers, um einen Beitrag zu einer allgemeinen Lernkultur zu leisten, welche das Voneinanderlernen unterstützt.

Neben der Kompetenzentwicklung der Mitarbeiter erachtet freenet die Wahrnehmung ihrer gesellschaftlichen Verantwortung gegenüber der jungen Generation als wichtig und hat ein vielfältiges Ausbildungsangebot als Baustein zur Nachwuchskräfteversicherung geschaffen. Ebenso wichtig ist die regelmäßige Förderung von Leistungs- und Potenzialträgern, um neben dem Kompetenzerhalt den Ausbau der Kreativität und Innovationsfähigkeit im Unternehmen sicherzustellen.

Steuerung: Zentrale Verantwortung im Hinblick auf die fachliche und überfachliche Kompetenzentwicklung von Mitarbeitern übernehmen die Führungskräfte der freenet AG, die bedarfsgerecht coachen und unterstützen sollen. Den Rahmen und die Steuerung des Prozesses verantwortet der Bereich Konzernpersonal.

Einer zielgerichteten Weiterentwicklung der Mitarbeiter im Konzern dient das unternehmensweite Kompetenzmodell, das seit 2016 fest im Unternehmen etabliert ist. Es legt den Fokus auf die Kompetenzfelder „Kooperieren und Zusammenarbeiten“, „Persönliche Wirkung entfalten“, „Unternehmerisch Denken und Handeln“, „Veränderungen treiben“ und „Führung leben“. Auf Basis des Kompetenzmodells werden jährlich verbindliche Jahresentwicklungsgespräche von den Führungskräften mit ihren Mitarbeitern geführt. Neben der Kompetenzbewertung bildet die Bestimmung persönlicher Entwicklungsbereiche und -aktivitäten einen Schwerpunkt. Im Jahr 2022 belief sich die Durchführungsquote auf 94,9 Prozent (Vorjahr: 93,6 Prozent) [\[GRI 404-3\]](#).

Neben dem klassischen Qualifizierungsportfolio, das den Führungskräften für die Mitarbeiterentwicklung zur Verfügung steht, ist das eigenverantwortliche Lernen der Mitarbeiter ein weiterer Baustein der Kompetenzentwicklung. Wichtige Basis dafür ist das bereits 2018 eingeführte digitale Campusportal Weiterentwicklung@freenet, das 2021 zum Learning-Management-System (LMS) erweitert wurde. Lern- und Weiterbildungsangebote, unabhängig von Präsenz- oder Online-Format, werden damit an einem zentralen Ort gebündelt. Das LMS bietet jedem berechtigten Mitarbeiter Zugriff auf einen breit angelegten Katalog von Selbstlern- und Weiterentwicklungsmöglichkeiten, der verschiedene Lerntypen und -fälle bedient. Erklärtes Ziel ist es, die durchschnittliche formale

Lernzeit pro Mitarbeiter kontinuierlich zu erhöhen. Selbstverständlich wird Lernzeit in den regulären Arbeitszeiten für den Mitarbeiter als Arbeitszeit gewertet. Denn persönliches Lernen und individuelle Weiterentwicklung tragen zum Erfolg der Unternehmensentwicklung bei. Parallel dazu werden auch Führungskräfte durch entsprechende Trainings in ihrer Rolle als Personalentwickler durch die Personalentwicklung gestärkt.

Für die Weiterentwicklung der Mitarbeiter der freenet Shops und GRAVIS Stores ist aufgrund der spezifischen Anforderungen und Kundenähe eine eigene Trainingseinheit verantwortlich. Diese begleitet die Shop- und Store-Mitarbeiter in unterschiedlichen Trainings, E-Learnings, Programmen und individuellen Coachings und bietet mit der Lernplattform mauCAMPUS ein modernes zielgruppenspezifisches System, dass alle Shop- und Store-Mitarbeiter mobil per App nutzen können.

Das LMS wurde im Jahr 2022 von 1.428 Mitarbeitern genutzt (Vorjahr: 1.234 Mitarbeiter). Insgesamt wurden konzernweit (ohne Shops und Stores) 21.846 Qualifizierungsstunden (Vorjahr: 19.196 Stunden) absolviert, davon entfielen 50,1 Prozent auf digitale Lernangebote (Vorjahr: 52,0 Prozent). Die durchschnittliche formale Lernzeit im Konzern lag bei 8,6 Stunden pro Mitarbeiter (Vorjahr: 7,2 Stunden pro Mitarbeiter).

Shop- und Store-Mitarbeiter verbrachten insgesamt 45.043 Stunden in den speziell angebotenen Schulungen und Trainings (Vorjahr: 33.752 Stunden). Daraus ergibt sich eine durchschnittliche Anzahl von 39,0 Qualifizierungsstunden pro Mitarbeiter (Vorjahr: 28,4 Stunden pro Mitarbeiter). Insgesamt haben die Shop- und Store-Mitarbeiter 67,4 Prozent (Vorjahr: 70,9 Prozent) in digitalen Qualifizierungsmaßnahmen absolviert [\[GRI 404-1\]](#). Die Themenvielfalt der Schulungen und Trainings erstreckt sich von Produkt- und Verkaufsveranstaltungen bis hin zu Fraud und Arbeitsschutz. Diese werden über verschiedene Lernformate wie Video, Podcast, E-Learning sowie in online- und Classroom-Trainingseinheiten angeboten [\[GRI 404-2\]](#).

Maßnahmen: Konzerninterner Wissenstransfer nimmt für freenet einen besonderen Stellenwert in der Kompetenzentwicklung der Mitarbeiter ein. Mit dem Kurzformat „Wissen in 30 Minuten“ werden bereits seit 2018 in regelmäßigen Abständen relevante Themen von Mitarbeitern für Mitarbeiter vorgestellt. Ebenso werden viele Inhalte des Campusportals über Inhouse-Experten abgebildet mit dem Ziel, interne Expertise im Konzern weiterzugeben und damit einen Beitrag zu einer allgemeinen Lernkultur zu leisten, welche das Voneinanderlernen unterstützt. Im Jahr 2022 wurden spezifische Rollenschulungen im Rahmen des Agilen Arbeitens für die Rollen Agile Master und System Owner entwickelt und strukturiert als Entwicklungsbegleitung eingeführt. Das Angebot im Campusportal wurde vorwiegend im E-Learning-Format um strategische Themen wie Generationswechsel und Nachhaltigkeit erweitert.

Im Rahmen der Führungskräfteentwicklung lag auch im Jahr 2022 ein starker Fokus auf verschiedenen Veranstaltungen und Formaten zum Thema virtuelles und hybrides Führen. In diesem Zusammenhang wurde das Angebot im Bereich Team-, Abteilungs- und Bereichsentwicklung um das Konzept der Team-Charta erweitert, mit dem Ziel einer erfolgreicherer Zusammenarbeit durch gemeinsames Ausgestalten von Regeln, Rahmen, Rollen und Zielen. Im Jahr 2022 fanden erneut zahlreiche Workdates statt. Bei einem Workdate werden Interessenten konzernweit per Losverfahren digital verabredet und können sich zu spezifischen Themen austauschen. Das virtuelle Austauschformat ermöglicht Mitarbeitern aus verschiedenen Fachbereichen, sich untereinander kennenzulernen und zu vernetzen.

2022 wurde das freenet Unternehmer-Programm, das seit 2015 jährlich zur Förderung von Leistungs- und Potenzialträgern stattfindet, in der bestehenden Form zum letzten Mal angeboten. Basierend auf den Ergebnissen einer Befragung der ersten und zweiten Führungsebene zu Anpassungsbedarfen wurde das Format einer Überprüfung unterzogen. Eine Neukonzeption ist für 2023 geplant. Mit dem Top-Berater-Programm bietet auch die freenet Shop GmbH seit 2018 ein Format zur Förderung der Talente der Mitarbeiter in der Verkaufsberatung. Ziel ist es, den Bedarf an qualifiziertem Verkaufspersonal zu decken, die Beratungsqualität zu steigern, einen Quereinstieg zu erleichtern und Weiterentwicklungsmöglichkeiten anzubieten [GRI 404-2].

Im Bereich der beruflichen Ausbildung und des dualen Studiums stellt freenet jährlich über 100 Ausbildungsplätze zur Verfügung, die sich insgesamt auf 25 Ausbildungsgänge an über 156 Ausbildungsorten verteilen. Begleitet werden die Auszubildenden durch gezieltes Onboarding, AzubiCamps und interne Schulungen. Erfolgreichen Hochschulabsolventen bietet freenet ein konzernweites einjähriges Fachtraineeprogramm an. Im Jahr 2022 absolvierten fünf Teilnehmer erfolgreich dieses Programm (Vorjahr: sieben). Die Zahl der dualen Studenten lag bei 27 (Vorjahr: 28 Studenten) und 266 Mitarbeiter befanden sich im Berichtsjahr in der Ausbildung (Vorjahr: 292 Mitarbeiter).

Tabelle 25: Kennzahlen zur Aus- und Weiterbildung [GRI 404-1]

Einheiten lt. Angabe	Einheit	2022	2021 (angepasst) ¹
Durchführung Jahresentwicklungsgespräche	%	94,9	93,6
Qualifizierungsmaßnahmen Konzern (ohne Shops / Stores)	Anzahl Lernstunden	21.846	19.196
davon im digitalen Format	Anzahl Lernstunden	10.937	9.981
Formale Lernzeit pro Mitarbeiter im Konzern	Ø Anzahl Lernstunden / Mitarbeiter	8,6	7,2
davon im digitalen Format	Ø Anzahl Lernstunden / Mitarbeiter	4,3	3,7
Qualifizierungsmaßnahmen Shops / Stores	Anzahl Lernstunden	45.043	33.752
davon im digitalen Format	Anzahl Lernstunden	30.338	23.936
Formale Lernzeit pro Mitarbeiter Shops / Stores	Ø Anzahl Lernstunden / Mitarbeiter	39,0	28,4
davon im digitalen Format	Ø Anzahl Lernstunden / Mitarbeiter	26,3	20,1
Auszubildende	Anzahl	266	292
davon dual Studierende	Anzahl	27	28

¹ Die Qualifizierungsstunden Konzern (ohne Shops/Stores) für das Geschäftsjahr 2021 wurden aufgrund eines zu hohen Ausweises der Lernstunden retrospektiv angepasst. Entsprechend wurden auch alle sich darauf beziehenden Angaben korrigiert.

Vielfalt

Managementansatz: Vielfalt ist in der freenet AG als grundsätzlicher Wert fest verankert und verdeutlicht damit, dass allen Mitarbeitern die gleichen Möglichkeiten unabhängig von ihrer ethnischen oder sozialen Herkunft, Nationalität, Familienstand, Geschlecht oder geschlechtlicher Identität, Religion oder sexueller Orientierung geboten werden. Vielfalt ist zentraler Wert der Zusammenarbeit bei freenet, der die Bedeutung von Diversität für das Unternehmen hervorhebt: Vielfalt bedeutet verschiedene Herangehensweisen, Wissensvielfalt, unterschiedliche Ideen und ein offener und wertschätzender Umgang miteinander. Durch das Fördern und Fordern heterogener Teamzusammensetzungen sowie die individuelle Weiterentwicklung aller Mitarbeiter in ihren Kompetenzen entstehen neue Chancen für Innovation und Kreativität, die die Wettbewerbsfähigkeit von freenet zukünftig sichern – das spiegelt die Geschichte und den Erfolg der freenet AG wider und zählt auf die Arbeitgeberattraktivität ein.

Steuerung: Die Verantwortung, Vielfalt zu leben und zu etablieren, obliegt jeder Führungskraft im Konzern. Durch Vorleben der Führungskräfte, allgemeingültige Verhaltensgrundsätze und das aufmerksame Miteinander – begleitet durch den Personalbereich – soll sichergestellt werden, dass

insbesondere in den Feldern Einstellung, Beförderung, Entlohnung und Aus- und Weiterbildung keine Diskriminierung stattfindet. Dabei wird explizit auf mögliche Diskriminierungsgründe gemäß Artikel 3 des Grundgesetzes wie Alter, Behinderung, ethnische Herkunft, Familienstand, Rasse, Religion, Geschlecht, sexuelle Orientierung, soziale Herkunft und andere persönliche Merkmale geachtet.

Das Thema Geschlechtervielfalt ist hervorzuheben, da die freenet AG dem „Gesetz für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen“ unterliegt. Für den Zeithorizont bis zum 31. Dezember 2026 hat sich die freenet gemäß diesem Gesetz folgende Ziele gesetzt: Auf der ersten Führungsebene sollen 25 Prozent und auf der erweiterten Führungsebene 30 Prozent der Führungskräfte Frauen sein. Die Zielerreichung 2022 sowie die neue Zielsetzung werden in der Erklärung zur Unternehmensführung (fn.de/erklarungzurunternehmensfuehrung) dargestellt [GRI 405-1]. Der konzernweite Frauenanteil unter den Angestellten liegt 2022 mit 29,6 Prozent auf dem Niveau des Vorjahres (2021: 29,8 Prozent). Darüber hinaus besteht die Belegschaft der freenet derzeit aus 60 Nationalitäten (Vorjahr: 56), die auch mit unterschiedlichen Sprach- und Kulturkenntnissen/-hintergründen wertschätzend miteinander umgehen und die Vielfalt im Konzern fördern. Im Jahr 2022 gab es, wie auch Vorjahr, keinen zu adressierenden Fall von Diskriminierung im Konzern [GRI 406-1].

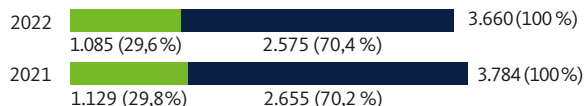
Maßnahmen: Vielfalt wird schon im Einstellungsprozess und darüber hinaus täglich in zahlreichen Maßnahmen, Führungsinstrumenten und -schulungen sowie Trainings gelebt. Um die Vielfalt der Belegschaft zu fördern und fordern, wird der Ansatz zur Kompetenzentwicklung der Mitarbeiter verfolgt, um ihre Fähigkeiten, Kompetenzen und Stärken im Konzern permanent auszubauen. Mit der Weiterentwicklung des Campusportals als zentrale Plattform für die Weiterentwicklung@freenet und dem Ausbau des digitalen Angebotes können Mitarbeiter barrierefrei und zeitlich flexibel an Weiterentwicklungsangeboten teilnehmen.

Im Zusammenhang mit der Frauenförderung wurden 2022 spezifische Maßnahmen ergriffen:

- Eventreihe #women@freenet mit insgesamt 156 Teilnehmerinnen, bei der vier Veranstaltungen zu Themen wie Netzwerken, Sichtbarkeit & Professionelle Selbstvermarktung, Erfolgsstrategien für Frauen und Innere Antreiber als Präsenzveranstaltung durchgeführt wurden
- Etablierung des wachsenden informellen Netzwerks „freenet Women“
- Workdates für Frauen
- Transparenter Umgang mit Frauenquoten, die im Intranet veröffentlicht sind
- Pilotierung eines Projekts zur spezifischen Ansprache von Frauen insbesondere in Stellenanzeigen, mit dem Ziel, Bewerberinnen für freenet als Arbeitgeber zu begeistern und somit die Frauenquote im Konzern zu erhöhen

Abbildung 15: Beschäftigtenzahl nach Geschlecht zum 31.12. [GRI 2-7]¹

Einheiten lt. Angabe

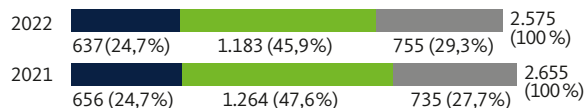


■ Frauen ■ Männer

¹ Mitarbeiter mit Personenstand „divers“ sind in beiden Jahren nicht gemeldet.

Abbildung 16: Männliche Mitarbeiter nach Alter zum 31.12. [GRI 405-1]

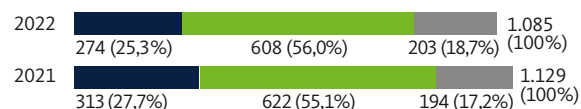
Einheiten lt. Angabe



■ < 30 Jahre ■ 30 – 50 Jahre ■ > 50 Jahre

Abbildung 17: Weibliche Mitarbeiter nach Alter zum 31.12. [GRI 405-1]

Einheiten lt. Angabe



■ < 30 Jahre ■ 30 – 50 Jahre ■ > 50 Jahre

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Managementansatz: Die Gesundheit der freenet Mitarbeiter genießt eine hohe Priorität. Hierzu gehört meist durch einen präventiven Ansatz ein sicheres Arbeitsumfeld für alle Mitarbeiter zu schaffen und zu gewährleisten, die Gesundheit zu fördern und das psychische Wohlergehen zu beachten. Das Thema Arbeitssicherheit ist in Bezug auf die Media Broadcast in Anbetracht der spezifischen und risikoreicheren Geschäftstätigkeit von besonderer Relevanz, da die Servicemitarbeiter der freenet Tochtergesellschaft mit der Wartung und etwaigen Reparatur von teilweise mehrerer hundert Meter hohen Sendemasten beziehungsweise Antennen betraut sind. Die Einhaltung strikter Sicherheitsstandards/-protokolle in diesem Bereich ist daher besonders relevant, da Unfälle gravierenden Einfluss auf die Gesundheit der Mitarbeiter haben.

Steuerung: Die Themen Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement werden im Wesentlichen von den dezentralen Personalabteilungen an den Standorten verantwortet. Die Gesamtverantwortung trägt hier der Bereich Konzernpersonal. Im Übrigen wurden über die Konzerngesellschaften hinweg die gesetzlich vorgeschriebenen Arbeitsschulungsausschüsse gebildet. Der jeweilige Ausschuss setzt sich aus dem Arbeitgeber oder einem von ihm Beauftragten, zwei Betriebsratsmitgliedern, dem Betriebsarzt und einer Fachkraft für Arbeitssicherheit sowie einem Sicherheitsbeauftragten zusammen. Mitarbeiter, die keine Angestellten sind, deren Arbeit und / oder Arbeitsplatz jedoch von der Organisation kontrolliert werden (nachfolgend: Mitarbeiter, die keine Angestellten sind), sind ebenfalls durch diese Ausschüsse vertreten [GRI 403-1]. Die Mitglieder nehmen basierend auf den gesetzlichen Vorgaben ihre Fürsorgepflicht gegenüber dem Arbeitnehmer wahr, schulen regelmäßig die Führungskräfte an den Standorten zu Arbeitssicherheitsthemen und werden dabei durch externe Dienstleister unterstützt. Sie tagen viermal jährlich, überwachen und analysieren getroffene Maßnahmen rund um die physische und psychische Gesundheit sowie die Sicherheit der Belegschaft, sowie der Mitarbeiter, die keine Angestellten sind, und entwickeln Konzepte zur kontinuierlichen Verbesserung in dem jeweiligen Bereich. Im Rahmen von Gefährdungsbeurteilungen führt freenet Mitarbeiterbefragungen durch, welche zur Steuerung von Gesundheitsmaßnahmen und zur Optimierung der Arbeitsplätze eingesetzt werden [GRI 403-4].

Die Geschäftsführung der Media Broadcast hat gemäß § 13 Arbeitsschutzgesetz die Unternehmerpflichten zur Sicherung von Arbeits- und Gesundheitsschutz schriftlich an eine zuverlässige und fachkundige Person übertragen. Die Trägerin der Unternehmerpflichten ist gegenüber allen Mitarbeitenden in Bezug auf Themen wie Verhütung von Arbeitsunfällen, Berufskrankheiten und arbeitsbedingte Gesundheitsgefahren weisungsbefugt. Im Jahr 2022 hat die Media Broadcast ihren Fieldservice neu organisiert. Infolgedessen wurde die bisherige Fieldservice-Struktur in mehrere Regional Service Operations (RSO) mit jeweils einer „verantwortlichen Elektrofachkraft“ aufgeteilt. Diese berichtet direkt an den standortsicherheitsverantwortlichen RSO-Leiter. Vierteljährlich tritt der Arbeitsschutzausschuss zusammen und berät die Anliegen des Arbeitsschutzes. Regionale Arbeitsschutzkreise tagen im jährlichen Rhythmus.

Indikatoren für die Beurteilung von Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sind die Krankenquote, Betriebs- und Wegeunfälle und die Anzahl von Todesfällen aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen sowie arbeitsbedingte Verletzungen mit schweren Folgen. Die Krankenquote², die monatlich an den Vorstand berichtet wird, hat sich von 4,7 Prozent im Vorjahr auf 6,7 Prozent im Geschäftsjahr 2022 erhöht. Der Anstieg ist vor allem auf das Ende der

Corona-Schutzmaßnahmen zurückzuführen, infolgedessen sich insbesondere Atemwegserkrankungen und Erkältungskrankheiten stärker ausbreiteten.

Durch die im Vorjahresvergleich verstärkte Rückkehr der Mitarbeiter an die Unternehmensstandorte und die geringere Inanspruchnahme von Kurzarbeit stiegen die Betriebs- und Wegeunfälle 2022 im Konzern (ohne Media Broadcast) auf 22,5 Unfälle je 1.000 Mitarbeiter (Vorjahr: 11,4 Unfälle je 1.000 Mitarbeiter). Zum überwiegenden Anteil handelte es sich dabei um Betriebsunfälle mit leichten Verletzungen (Schnitt- / Sturz- und Stoßverletzungen). Bei der Media Broadcast hat sich die Quote aus Betriebs- und Wegeunfällen im Vergleich zum Vorjahr ebenfalls erhöht auf nunmehr 17,0 Unfälle je 1.000 Mitarbeiter (Vorjahr: 11,0 Unfälle je 1.000 Mitarbeiter). Hierbei handelte es sich zum überwiegenden Anteil um Wegeunfälle (Fahrrad- und Autounfälle). Im Jahr 2022 gab es, wie auch im Vorjahr, innerhalb des Konzerns weder Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen (2022: 0,0 Prozent, 2021: 0,0 Prozent) noch arbeitsbedingte Verletzungen mit schweren Folgen (2022: 0,0 Prozent, 2021: 0,0 Prozent). Diese Angaben gelten auch für Mitarbeiter, die keine Angestellten sind [GRI 403-9].

Tabelle 26: Betriebs- und Wegeunfälle

In je 1.000 Mitarbeiter	2022	2021
Konzern (ohne Media Broadcast)	22,5	11,4
davon Betriebsunfälle (Unfallanzeigen / -vermerke)	15,4	6,9
davon Wegeunfälle	7,1	4,5
Media Broadcast	17,0	11,0
davon Betriebsunfälle (Unfallanzeigen / -vermerke)	5,7	5,5
davon Wegeunfälle	11,3	5,5

Maßnahmen: Um die Gesundheit der Mitarbeiter zu sichern, finden u. a. regelmäßige Trainings zum Erst- sowie Brand-schutzhelfer statt und über die Personalentwicklung werden spezielle modulare Trainings für Führungskräfte zum Thema „Umgang mit Krankheit und Fehlzeiten von Mitarbeitern“ sowie „Gesund führen“ angeboten. Letztere sollen die Führungskräfte befähigen, in ihrem Bereich nicht nur für sichere, sondern auch gesunde Arbeitsplätze zu sorgen [GRI 403-5]. Um die Gesundheit der Belegschaft im Allgemeinen zu fördern und zu erhalten, werden üblicherweise jährlich Gesundheitstage an den Standorten durchgeführt. Für Mitarbeiter im stationären Handel gibt es Gesundheitsangebote in Zusammenarbeit mit einer Krankenkasse. Darüber hinaus werden allen freenet Beschäftigten arbeitsmedizinische Untersuchungen, wie z. B. jährlich die G37 Augenuntersuchung sowie eine kostenlose Gripeschutzimpfung und zusätzlich für Logistik und Außendienst G25- und G41-Untersuchungen, angeboten. Die

² Anteile von nicht erbrachter Arbeitskapazität aufgrund gesundheitlicher Einschränkungen [(Kranktage kalendertäglich * 100) / Tage kalendertäglich].

Terminbuchung der Gesundheitsangebote ist über das Intranet möglich [GRI 403-3]. Als weitere Maßnahme zur betrieblichen Gesundheitsförderung wird am Standort Hamburg in einem zweijährigen Pilotprojekt ein sogenanntes Employee Assistance Program getestet. Die anonyme telefonische Mitarbeiterberatung erfolgt durch ein externes Beratungsunternehmen und soll Beschäftigte dabei unterstützen, mit beruflichen und privaten Herausforderungen besser umzugehen, um auch in schwierigen Zeiten gesund und arbeitsfähig zu bleiben.

Des Weiteren finden regelmäßig Standortbegehungen mit dem Ziel statt, mögliche Verbesserungen der Arbeitsbedingungen zu schaffen. Unter dem Namen „aktiv & gesund“ wurde im Jahr 2020 ein eigener Kommunikationskanal ins Leben gerufen, der die Mitarbeiter mit Sportangeboten sowie Tipps und Tricks rund um die Gesundheit allgemein, aber auch speziell für die Zeit im mobilen Arbeiten versorgt. Seit 2021 gibt es im Campusportal außerdem einen eigenen „aktiv & gesund“-Bereich, welcher den Mitarbeitern Impulse u. a. zu Themen wie Achtsamkeit und Umgang mit Stress gibt. Zur Überprüfung der Wirksamkeit der Maßnahmen wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr für die freenet DLS GmbH am Standort Büdelsdorf erfolgreich das Verfahren zum Erlangen des Deutschen Siegels Unternehmensgesundheit durchgeführt und erreichte die Siegelstufe Silber.

Eine zentrale Maßnahme im betrieblichen Arbeitsschutz der Media Broadcast ist die Gefährdungsbeurteilung, in der die Gefahren bei Wartungs- und Instandhaltungsarbeiten sowie bei Auf- und Rückbaumaßnahmen beschrieben, Schutzmaßnahmen aufgeführt und regelmäßig überprüft werden. Ergänzend zur Gefährdungsbeurteilung unterhält Media Broadcast schriftliche Sicherheitskonzepte mit entsprechenden Sicherheitsbestimmungen, zu denen betroffene Mitarbeiter und Vertragspartner entsprechend geschult werden. Das Thema Arbeitssicherheit an höher gelegenen Arbeitsplätzen (Funktürme, Sendemasten) ist von besonderer Bedeutung. Dementsprechend werden Vorkehrungen getroffen, um den hohen Sicherheitsanforderungen zum Schutz des Mitarbeiters gerecht zu werden. Alle betroffenen Mitarbeiter sind mit einer individuellen Schutzausrüstung und einem Sicherheits-Equipment ausgestattet, die stets den aktuell gültigen Arbeitsschutz- und Unfallverhütungsvorschriften sowie den europäischen Normen (Verordnung (EU) 2016/425, Richtlinie 2014/34/EU, Richtlinie 85/374/EWG) entsprechen. Zudem sind die Mitarbeiter verpflichtet, regelmäßig betriebsärztliche Untersuchungen wahrzunehmen, einmal im Jahr an Steige-/ Rettungsübungen sowie alle drei Jahre an Aufbauseminaren für Absturzsicherung und Rettungsmaßnahmen teilzunehmen. Erforderliche rechtlich-regulatorische Arbeitsschutzunterweisungen werden bei der Media Broadcast seit 2022 zentral als Pflicht-E-Learnings über die Plattform lawpilots durchgeführt [GRI 403-5].

Die Corona-Pandemie hat die Verantwortung im Bereich Arbeits- und Gesundheitsschutz gegenüber jedem Mitarbeiter nochmal deutlich hervorgehoben. freenet reagiert umgehend auf neue Vorgaben aus den angepassten Arbeitsschutzverordnungen und im regelmäßig tagenden Krisenstab wird die jeweilige Lage besprochen und abgeleitete Maßnahmen durch die Personalabteilungen an den Standorten umgesetzt. Die Mitarbeiter werden weiterhin über diverse Kommunikationskanäle über aktuelle Geschehnisse informiert. Die Gefährdungsbeurteilungen hinsichtlich der Corona-Lage sowie die Hygienekonzepte werden an den Standorten regelmäßig angepasst. Außerdem werden Mitarbeitern medizinische Masken und Schnelltests zur Durchführung an den Standorten weiterhin kostenlos bereitgestellt. Des Weiteren besteht das Angebot, Corona-Schutzimpfungen während der Arbeitszeit wahrzunehmen.

Digitale Verantwortung

Managementansatz: Die zunehmende Berichterstattung über Cyber-Angriffe auf Unternehmen und den Missbrauch von Kundendaten lässt den Rückschluss auf eine allgemein gestiegene Bedrohungslage zu. Laut einer Studie des Digitalverbands Bitkom ist nahezu die gesamte deutsche Wirtschaft mittlerweile von Datenklau, Spionage oder Sabotage betroffen, wobei die Cyber-Angriffe aus Russland und China zuletzt sprunghaft angestiegen sind. Zudem rücken vor dem Hintergrund einer beabsichtigten weiteren Digitalisierung der Gesellschaft konsequenterweise Datenschutz und Datensicherheit noch stärker in den gesellschaftlichen und unternehmerischen Fokus als bisher. In der Informations- und Kommunikationsbranche, in der freenet verortet ist, waren die beiden Themen bereits in der Vergangenheit besonders relevant. Zum einen durch ein hohes Maß gesetzlich definierter Anforderungen an Datenschutz und Informationssicherheit, deren regulatorischer Rahmen zudem kontinuierlich angepasst wird. Zum anderen aufgrund eines Selbstinteresses, das sich aus der Ambition eines hohen Digitalisierungsgrads der eigenen Geschäftsprozesse ergibt sowie daraus, dass Millionen von Kunden freenet persönliche Daten im Rahmen der Vertragsbeziehung anvertrauen. Ein verantwortungsbewusstes Handeln ist daher unerlässlich für den Erhalt der Kundenloyalität, der Reputation und in letzter Konsequenz für den Erfolg von freenet. Mithin bilden Datenschutz und -sicherheit zentrale Prinzipien der freenet IT-Strategie.

Steuerung: Unter der Leitung des IT-Vorstands (CTO) stellt die freenet IT zentral sämtliche IT-Leistungen (z. B. Arbeitsplatzausstattung oder IT-Infrastruktur) zum Betrieb des Geschäfts bereit. Im Jahr 2018 wurde erstmalig eine Informationssicherheitsleitlinie erlassen, die seitdem die Grundlage für den Umgang mit Daten, Systemen und allen an einem digitalen Arbeitsplatz notwendigen Informationen bildet. Hierauf basierend gibt es eine Sicherheitsorganisation mit definierten Rollen und Verantwortungen und einen dedizierten, verbindlichen Prozess zum Security-Incident-Management. Zentrale Rollen in der Sicherheitsorganisation nehmen das Security Board als Entscheidungsgremium, der IT-Security-Koordinator

24	Geschäftsmodell und Organisationsstruktur	41	Chancen- und Risikoberichterstattung
26	Unternehmensstrategie und -ziele	51	Prognosebericht
28	Unternehmenssteuerung	55	Nichtfinanzielle Konzernklärung
32	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	92	Corporate Governance und sonstige Angaben
34	Überblick über den Geschäftsverlauf		

zur zentralen Koordination aller Security-Maßnahmen und ferner die dezentralen Security-Ansprechpartner in den einzelnen IT-Bereichen ein. Das Security Board setzt sich aus dem CTO, dem Head of Infrastructure sowie dem IT-Security-Koordinator zusammen. Es wird vom Head of Group Audit, Risk and Control als Berater unterstützt. Das Security Board gibt das Sicherheitskonzept und die Sicherheitsrichtlinien vor. Darüber hinaus entscheidet es über die zur Einhaltung dieser Vorgaben notwendigen Maßnahmen. Im Falle eines eingetretenen IT-Security-Incidents dient es als Eskalationsstufe.

Der Netzwerkverkehr des Konzerns wird kontinuierlich technisch auf Sicherheitsvorfälle hin analysiert, um frühzeitig Gegenmaßnahmen etablieren zu können. Security-Incidents werden zunächst durch ein Dashboard visualisiert, daraufhin von dem Security-Kernteam analysiert und schließlich von Security-Incident-Managern koordiniert. Externe Partner unterstützen zudem bedarfsabhängig im Falle eines Cyber-Angriffs bei der Incident Response und führen forensische Analysen durch. Ergänzend hierzu verfügt die freenet IT über einen regelmäßig aktualisierten Krisen- und Notfallplan sowie einen Wiederanlaufplan für die IT-Infrastruktur und Software-Applikationen, um potenzielle Ausfälle oder Einschränkungen auf ein Minimum zu beschränken.

Neben der Informationssicherheit sehen die IT und die Führungsebenen den Datenschutz als weitere zentrale Aufgabe. Die im Konzern fest etablierten Datenschutzbeauftragten wirken in der Organisation durch Beratung und Überwachung weisungsunabhängig auf die Einhaltung der Gesetze und Vorschriften über Datenschutz hin und haben darüber hinaus die Aufgabe, die ordnungsgemäße Anwendung der Datenverarbeitungsprogramme, mit deren Hilfe personenbezogene Daten verarbeitet werden sollen, zu überwachen. Sämtliche datenschutzrelevanten Themen und Projekte werden mit dem Datenschutzbeauftragten des Konzerns im Vorfeld abgestimmt. Bei allen IT-Maßnahmen, die Mitarbeiterdaten betreffen, wird der IT-Kontrollausschuss des Betriebsrats konsultiert. Des Weiteren werden Vorstand und Aufsichtsrat, beziehungsweise dessen Ausschüsse, regelmäßig über die relevanten Entwicklungen und Anforderungen im Bereich des Datenschutzes informiert. Für die Dienstleister der freenet IT wird bereits vertraglich bei der Beauftragung sichergestellt, dass sowohl die Datenschutzbelange der Kunden im Rahmen der Auftragsverarbeitung als auch die Datensicherheit auf dem regulatorisch geforderten Niveau gewährleistet sind. Zur Prüfung der Umsetzung der datenschutzrechtlichen Vorgaben werden bei Dienstleistern und Vertriebspartnern datenschutzrechtliche Audits durchgeführt. Soweit Kundendaten für Analysezwecke oder zur Produktgestaltung genutzt werden, ist jeweils durch einen Freigabeprozess sichergestellt, dass diese im erforderlichen Maße pseudonymisiert oder anonymisiert werden.

Im Verhältnis zur Zahl von rund 8,9 Millionen Abonnenten mit Laufzeitverträgen sowie etwa 3.600 Mitarbeitern gab es im Jahr 2022 – wie auch im Vorjahr – nur eine sehr geringe Anzahl an Beschwerden zum Datenschutz. Die Abteilung Datenschutz stellt sicher, dass Kunden und Dritte ihre gesetzlich garantierten Rechte geltend machen können und Ansprüche zeitnah erfüllt werden. Im Wesentlichen handelt es sich dabei um Nachfragen zur Erfüllung der Auskunftspflichten aus Art. 15 der europäischen Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) oder um Anträge auf Datenlöschung nach Art. 17 DSGVO. Gegen Unternehmen der freenet AG sind, wie im Vorjahr, auch 2022 keine Sanktionen in Form von Bußgeldern wegen Verletzung des Datenschutzes verhängt worden [GRI 418-1].

Maßnahmen: Zur Gewährleistung der Informationssicherheit ist seit 2018 ein Security-Patch-Management etablierter Bestandteil des Regelbetriebs in allen IT-Bereichen. So ist freenet in der Lage, auf sich verändernde Bedrohungslagen schnell und adäquat zu reagieren. Die gesamte IT-Systemlandschaft sowie das Sicherheitslevel des konzerneigenen Rechenzentrums erfüllen zudem die gesetzlichen Anforderungen und werden auf dem aktuellen Stand der Technik gehalten. Zusätzlich werden die Online-Portale durch eine intelligente Bedrohungserkennung und automatische Abwehr geschützt. Im Mai 2022 wurden die E-Mail-Services der freenet Tochtergesellschaft freenet.de mit dem IT-Sicherheitskennzeichen des Bundesamts für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) ausgezeichnet. Damit verpflichtet sich die freenet AG gegenüber ihren Kunden auch in der E-Mail-Kommunikation zur Einhaltung höchster deutscher IT-Sicherheitsstandards.

Die Media Broadcast als Teil der freenet verfügt darüber hinaus bereits seit 2013 über eine ISO-27001 Zertifizierung und hat mit einem etablierten Informations-Sicherheits-Management-System (ISMS) Prozeduren zur Sicherstellung der Informationssicherheit im Fall von outgesourcter Datenverarbeitung eingeführt und zertifiziert.

Des Weiteren führen externe Sicherheitsexperten im Auftrag der Internen Revision regelmäßig Penetrationstests der exponierten IT-Systeme durch, um die Datensicherheitskonzepte zu prüfen. Ergänzend werden die Verlässlichkeit und Sicherheit der Infrastruktur und Prozesse mit unterschiedlichen Schwerpunkten regelmäßig durch Aufsichtsbehörden einer Routineprüfung unterzogen. Letztmalig fand im Jahr 2019 eine anlasslose Untersuchung durch den Bundesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit (BfDI) statt, die ohne wesentliche Beanstandungen blieb. Darüber hinaus hat die Bundesnetzagentur (BNetzA) im Jahr 2021 das IT-Sicherheitskonzept der freenet nach § 166 Telekommunikationsgesetz (TKG) auditiert und keine Beanstandungen gefunden.

Über den betrieblichen Rahmen rund um IT-Sicherheit hinaus engagiert sich die Media Broadcast bei KRITIS – einer gemeinsamen Initiative des Bundesamts für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe und des Bundesamts für Sicherheit in der

Informationstechnik zum Schutz kritischer Infrastrukturen. Als Plattformbetreiber für TV und Radio nimmt die Media Broadcast diesen gesamtgesellschaftlichen Auftrag zur krisenfesten Aufrechterhaltung von Sendern sehr ernst und hat im Jahr 2019 den Vorsitz im Branchenarbeitskreis „Medien und Kultur“ übernommen. Im Jahr 2020 wurde Media Broadcast als eines der ersten Unternehmen in Deutschland gemäß der nationalen KRITIS-Strategie als ein Betreiber von kritischen Infrastrukturen im Sektor „Medien und Kultur“ bestätigt.

In Bezug auf den Datenschutz hat freenet die umfassenden Anforderungen der im Mai 2018 in Kraft getretenen EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) konzernweit umgesetzt und Richtlinien sowie Prozesse für den Umgang damit definiert und eingeführt. freenet Kunden sollen weitgehende Transparenz hinsichtlich der Verarbeitung ihrer personenbezogenen Daten erlangen können. Dies gewährleistet die freenet AG, indem sie bei ihren Online-Auftritten jeweils in der Rubrik „Datenschutz“ umfangreiche Informationen zu diesem Thema bereitstellt. Die Inhalte werden regelmäßig – auch unter Berücksichtigung von Kundenanfragen aus dem Customer-Care-Center – hinsichtlich ihrer Verständlichkeit evaluiert und angepasst. Zudem kann jeder Kunde Auskunft darüber verlangen, welche Daten über ihn gespeichert sind, sowie eine Korrektur oder Löschung fordern. Das ermöglicht dem Kunden, selbst eine Entscheidung darüber zu treffen, was mit seinen Daten geschehen soll. Im Kundenbereich der freenet Internetpräsenz wird zudem jedem Kunden die Möglichkeit gegeben, die eigenen Bestandsdaten sowie abgegebene Einwilligungen einzusehen und bei Bedarf zu ändern.

Alle freenet Mitarbeiter sind zudem neben den datenschutzrechtlichen Vorgaben auf die regelmäßig aktualisierten Anweisungen von freenet zur Vertraulichkeit verpflichtet. Ihnen stehen jederzeit ein umfangreiches Wiki und Online-Schulungen zum Datenschutz und zur Datensicherheit zur eigenen Weiterbildung zur Verfügung. Daneben werden Teams, die besonders häufig mit datenschutzrechtlichen Fragestellungen konfrontiert werden, vom jeweiligen Datenschutzbeauftragten aufgabenspezifisch geschult. Bei der Media Broadcast werden seit 2022 alle Mitarbeiter jährlich und verpflichtend zu den Themen Datenschutz und Informationssicherheit geschult. Bei den Schulungen handelt es sich um Pflichtunterweisungen, die als zentrale E-Learnings durchgeführt und mit einer Lernerfolgskontrolle bzw. einem Zertifikat abgeschlossen werden. Für alle wesentlichen Bereiche im Unternehmen wird jeweils ein Verzeichnis der Verarbeitungstätigkeiten für alle Datenverarbeitungsprozesse geführt und regelmäßig auf Aktualität überprüft. Ferner finden für die Verarbeitung von Kundendaten regelmäßige Analysen des Schutzniveaus statt, um daraus angemessene Maßnahmen abzuleiten.

Kundenbelange

Übergeordneter Ansatz und Steuerung

Für den Geschäftserfolg der freenet AG ist es entscheidend, neue Kunden zu gewinnen und bestehende Kunden zu halten. Entsprechend ist der Abonnenten-Kundenstamm, der sich aus verschiedenen relevanten Kundengruppen zusammensetzt, als nichtfinanzieller Leistungsindikator in das Steuerungssystem der freenet AG integriert (siehe Unternehmenssteuerung).

Die zunehmende Digitalisierung und sich ändernde Lebensweisen ändern auch die Bedürfnisse und Anforderungen, die Kunden an den erbrachten Service stellen. Gemäß der Unternehmensvision möchte freenet für alle Stakeholder, insbesondere auch für ihre Kunden, immer die richtige Wahl sein. Das Leistungsversprechen umfasst daher eine bedarfsorientierte und nah am Kunden ausgerichtete Beratung. Der Austausch mit dem Kunden erfolgt über verschiedenste Kontaktpunkte. Als lernende Organisation optimiert die freenet AG bestehende und entwickelt neue Produkte und Dienstleistungen stets im Einklang mit gesetzlichen Vorgaben und gemäß den eigenen hohen Anforderungen, um auch in Zukunft am Markt erfolgreich bestehen zu können. Dies gilt insbesondere für den gesättigten Mobilfunkmarkt in Deutschland, in dem die Pflege und Qualität der Kundenbeziehungen eine bedeutende Rolle einnimmt.

Kundenfokussiertes Handeln ausgerichtet an den Interessen und Bedürfnissen der Kunden steht daher im Mittelpunkt des Handelns. Ziel ist die konsequente Ausrichtung der Marken und Produkte an den jeweiligen Kundenbedürfnissen und -erwartungen, um die Kundengewinnung bzw. -bindung zu stärken. Dies schließt auch einen vertrauensvollen, datenschutzkonformen Umgang mit Kundendaten ein (siehe Digitale Verantwortung) sowie eine konsequente Umsetzung des Verbraucherschutzes.

Der Schutz des Verbrauchers begleitet freenet vom Vertragsabschluss über die gesamte Vertragslaufzeit hinweg und beinhaltet auch die Altgeräte-Entsorgung. Mit dem Inkrafttreten des neuen Telekommunikationsgesetzes am 1. Dezember 2021 sollte der Verbraucherschutz für Kunden in Deutschland gestärkt werden. So wurden das Kündigungsrecht modifiziert und zusätzliche Informationspflichten vor Vertragsabschluss eingeführt. Die Gesetzesänderung erforderte umfangreiche prozessuale und systemtechnische Anpassungen, die freenet fristgerecht umsetzte. Neben der Bereitstellung von Produktinformationsblättern zu jedem angebotenen Tarif muss freenet seinen Telekommunikationskunden vor Vertragsabschluss eine klare und leicht lesbare Zusammenfassung der Vertragsbedingungen zur Verfügung stellen, die festgelegte, verständliche Angaben zum Vertrag enthält.

24	Geschäftsmodell und Organisationsstruktur
26	Unternehmensstrategie und -ziele
28	Unternehmenssteuerung
32	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
34	Überblick über den Geschäftsverlauf

41	Chancen- und Risikoberichterstattung
51	Prognosebericht
55	Nichtfinanzielle Konzernklärung
92	Corporate Governance und sonstige Angaben

Um eine ordnungsgemäße Entsorgung von Altgeräten sicherzustellen und negative Folgen für Umwelt und Mensch zu vermeiden, stellt freenet sicher, dass bestellte Produkte (wie z. B. Smartphones oder Accessoires) dem Kunden inklusive der Original-Betriebsanleitung des Herstellers mit Produktbeschreibung und Hinweisen zur fachgerechten Entsorgung zugehen. Zusätzlich können sich freenet Kunden in den Shops und Stores oder online über die bestehenden umweltfreundlichen Möglichkeiten zur Altgeräterückgabe bei ihrem Vertragspartner oder an anerkannten Sammelstellen informieren. Neben fachgerechtem Recycling vermittelt freenet bspw. auch einen Ankaufservice für Altgeräte (siehe Nachhaltige Produktlösungen und Produktinnovationen) [GRI 417-1].

Die freenet AG hat folgende kundenbezogene Themen, die als wesentlich für ein positives Kundenerlebnis, die Kundenzufriedenheit und damit für die Entwicklung des nichtfinanziellen Leistungsindikators „Abonnenten-Kundenstamm“ gesehen werden, im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse identifiziert:

1. Servicequalität
2. Netzqualität
3. Nachhaltige Produktlösungen und -innovationen
4. Digitale Teilhabe

Die übergeordnete Verantwortung für jegliche direkte Kundeninteraktion sowie die Präsentation von Produkten und Angeboten liegt beim Vorstandsvorsitzenden (CEO). Die regelmäßig an den CEO berichtende Unternehmenseinheit Customer-Service-Management (CSM) steuert in diesem Zusammenhang die Kundenzufriedenheit in Bezug auf die Qualität im Kundenservice. Der Kundenvorstand (CCE) verantwortet alle Aktivitäten von der Neukundengewinnung über Bestandskundenpflege bis hin zur Kundenrückgewinnung sowie den Ausbau einer kundenzentrierten Unternehmenskultur. Zur Umsetzung dieser Vorhaben wurden in dem Vorstandsressort zwei zentrale Unternehmenseinheiten etabliert: (1) Market Research & Customer Advocacy und (2) Customer Management. Erstere ist primär verantwortlich für Marktforschung und Kundenbefragungen, letztgenannte Einheit verantwortet die Planung, Steuerung und Durchführung aller interaktiven Prozesse über den Kundenzyklus.

Servicequalität

Managementansatz: Servicequalität wird in der freenet AG mit ihren rund 8,9 Millionen Abonnenten als strategisches Asset für den Unternehmenserfolg verstanden, da die Loyalität gestärkt sowie Cross- und Up-Selling-Potenziale realisiert werden können. Der Servicegedanke der freenet AG setzt dabei auf die Einbeziehung eines Kundenservices, die Einbindung der Shops und Stores sowie ein umfassendes digitales Angebot an Kundenkontaktmöglichkeiten. Ein wichtiges Element für die Verbesserung der Servicequalität bildet die regelmäßige, systematische Analyse der Haupttreiber für (Service-)Kontakte mit den Kunden. Die Ergebnisse der Analyse ermöglichen eine kontinuierliche Verbesserung des

Kundenerlebnisses durch den Ausbau der Serviceleistungen mit dem ökonomischen Ziel der Verlängerung des Kundenlebenszyklus und aktiven Prävention von Kundenabwanderung.

Steuerung: Neben der Einbindung externer Marktforschungsstudien stellt die Durchführung regelmäßiger Kundenzufriedenheitsanalysen (KZA) ein wichtiges Steuerungsinstrument dar. Letztere liefern Informationen über Zufriedenheit, Erwartungen und Verbesserungspotenziale des Kundenerlebnisses und ermöglichen eine dezidierte Messung der wahrgenommenen Servicequalität über den gesamten Kunden-Lifecycle an allen Service-Touchpoints. Neben der stetigen Weiterentwicklung des Kundenerlebnisses ist eine langfristige Kundenbindung bzw. -loyalität Ziel der KZA.

Die KZA im Kundenservice (Service-KZA) baut auf einem etablierten Kennzahlensystem und Zielwerten auf und ermöglicht damit Rückschlüsse auf die Servicequalität. Sie umfasst sowohl wiederkehrende als auch wechselnde sowie offene Fragen. Die Bereiche Market Research & Customer Advocacy und CSM stehen im Hinblick auf die Kundenzufriedenheitsentwicklung im regelmäßigen Austausch, um mögliche Entwicklungspotenziale zu bewerten und Maßnahmen abzuleiten.

Im Sinne eines ganzheitlichen – nicht nur auf den Kundenservice beschränkten – Ansatzes wird die Kundenzufriedenheit im Segment Mobilfunk von der Abteilung Market Research & Customer Advocacy entlang der gesamten Customer Journey regelmäßig und zu definierten Messzeitpunkten erfasst, bspw. nach Vertragsabschluss, am Ende der Kundenentwicklungsphase oder nach einer Vertragsverlängerung. In die Auswertung fließen auch die Ergebnisse der Service-KZA ein. Im Rahmen der KZA werden ausschließlich Kunden mit 24-Monatsverträgen, mit Werbeurlaubnis und vorhandener E-Mail-Adresse befragt. Der Kunde bewertet seine Zufriedenheit auf einer Bewertungsskala von 1 (sehr zufrieden) bis 5 (sehr unzufrieden).

Die Ergebnisse werden monatlich als Durchschnittswert unter Einbeziehung unterschiedlicher Gewichtungen der Messzeitpunkte zur Kennzahl „Kundenzufriedenheit Mobilfunk“ aggregiert. Die hier berichtete Kennzahl entspricht dem Mittelwert der monatlichen Zufriedenheitsbewertung durch die befragten Kunden und lässt für das Geschäftsjahr 2022 mit einer Zufriedenheitsausprägung von 2,4 eine überdurchschnittliche Zufriedenheit erkennen (Bewertungsskala 3,0 = Kunde weder zufrieden noch unzufrieden). Die Kennzahl wird in dieser nichtfinanziellen Erklärung zum ersten Mal berichtet und ersetzt die in den Vorjahren berichteten KPIs. Als fachbereichsübergreifendes Steuerungsinstrument trägt die KZA zu einem effektiven Kundenzufriedenheitsmanagement bei. Die Erhebung der Kundenzufriedenheit soll perspektivisch auch auf den Geschäftsbereich TV ausgeweitet werden.

Maßnahmen: Um insbesondere im Bereich des telefonischen Kundenservices zukunfts- und wettbewerbsfähig aufgestellt zu sein, wurde im Jahr 2017 im Rahmen eines Business Process Outsourcing der Kundenservice an die Capita Customer Services GmbH (Germany) ausgelagert. Die Abteilung CSM verantwortet und sichert die Zusammenarbeit mit dem Partner. Eine umfassende Steuerungsstruktur und die permanente Auswertung der Kundenkontakte gewährleisten die Einhaltung vereinbarter Leistungskennziffern auf Basis eines Bonus- / Malus-Systems und eine stetige Verbesserung der Servicequalität. Der Partner führt hierzu regelmäßige Mitarbeiterschulungen durch und kontrolliert die Einhaltung von Gesprächsleitfäden, deren Inhalte laufend mit dem Bereich CSM abgestimmt und vereinbart werden. Im Dezember 2022 wurde eine vorzeitige Verlängerung der Business-Process-Outsourcing-Partnerschaft verhandelt und eine Zusammenarbeit für weitere sieben Jahre vereinbart.

Zur Sicherung des Kundenservices während der Corona-Pandemie hatte die freenet AG im Jahr 2021 eine Vereinbarung über „alternierende Teleheimarbeit zur Erbringung der Kundenservice-Dienstleistung“ geschlossen. Die Vereinbarung wurde auch 2022 fortgeführt, um sich einen wichtigen Wettbewerbsvorteil in einem von Fachkräftemangel geprägten Arbeitsmarkt zu erhalten. Alle datenschutzrechtlichen Anforderungen wurden dabei eingehalten und finden sich in genannter Vereinbarung wieder.

Bereits seit 2018 forciert freenet den Ausbau des digitalen Kundendialogs. Im Jahr 2022 wurden u. a. die Self-Service-Portale „Mein Konto“ (freenet-mobilfunk.de) sowie „mein klarmobil.de“ weiterentwickelt und das Serviceangebot der korrespondierenden Smartphone-Apps weiter ausgebaut. Im Geschäftsjahr 2022 konnte der Anteil der freenet Mobilfunkkunden (mit Laufzeitverträgen), die über einen Zugang zum Self-Service-Portal „Mein Konto“ (freenet-mobilfunk.de) verfügen, auf 61 Prozent (Vorjahr: 59 Prozent) gesteigert werden. Gleichzeitig stieg der Anteil der freenet Vertragskunden, die über einen Zugang zur Kunden-App „freenet Mobilfunk“ verfügen, auf nun 29 Prozent (Vorjahr: 27 Prozent). Kunden haben in den Self-Service-Portalen unter anderem die Möglichkeit, Drittanbietersperren zu setzen, Stammdatenänderungen durchzuführen, Rechnungen einzusehen oder den aktuellen Datenverbrauch zu prüfen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde in der Smartphone-App „freenet Mobilfunk“ zudem die Möglichkeit geschaffen, Online-Konten zu löschen und E-Mail-Adressen zu ändern. Seit Juli 2022 haben freenet Kunden auch die Möglichkeit, abgeschlossene Verträge in Dauerschuldverhältnissen (u. a. Mobilfunklaufzeitverträge) online über einen sogenannten „Kündigungsbutton“ zu kündigen.

Die Automatisierungsquote im Kommunikationskanal WhatsApp von ca. 27 Prozent im Jahr 2021 konnte 2022 auf rund 30 Prozent gesteigert werden. Sollte es sich bei einer Anfrage um einen komplexen Sachverhalt handeln, der nicht automatisch durch den Chatbot beantwortet werden kann,

wird dem Kunden die Möglichkeit geboten, sich telefonisch mit dem Kundenservice in Verbindung zu setzen, um eine schnelle und fallabschließende Klärung des Anliegens sicherzustellen. Im Jahr 2023 soll die Automatisierungsquote durch die Implementierung weiterer Geschäftsprozesse erneut gesteigert werden. Der für 2022 geplante Aufbau einer web-basierten Chat-Lösung hat nicht stattgefunden, da sich für 2023 ein notwendiger Umbau der technischen Infrastruktur beim beauftragten Dienstleister ergab. Die Einführung wird daher zeitgleich mit der Umsetzung der oben genannten Infrastrukturmaßnahme voraussichtlich 2023 erfolgen.

Darüber hinaus erweitert freenet sein Serviceangebot auch im stationären Handel. Neben etablierten Services wie Hilfe bei der Aktivierung und Sperrung von SIM-Karten bietet freenet in seinen Shops seit Juli 2022 auch die Ausgabe von Ersatz-SIM-Karten an.

Netzqualität

Managementansatz: Ob Privatwirtschaft, öffentliche Einrichtung, Kabelnetzbetreiber oder TV-Rundfunkveranstalter – modernes Arbeiten und erfolgreiche Geschäftstätigkeit funktionieren nur mit stabilen und zukunftsfähigen Netzwerken. Die Sicherstellung der Verfügbarkeit und Qualität der über verschiedene Netzinfrastrukturen angebotenen Leistungen der freenet AG ist daher zentral für die Kundenzufriedenheit. Im Bereich Mobilfunk ist die Einflussnahmemöglichkeit insgesamt begrenzt, da die diesbezügliche Verantwortung bei den Mobilfunknetzbetreibern liegt, von denen die freenet AG als Mobilfunk Service Provider ihre Leistungen bezieht. Media Broadcast wiederum plant, baut und betreibt Netzwerke und ist Marktführer im Bereich digital-terrestrischer TV- und Radio-Verbreitung (DVB-T2 sowie DAB+) in Deutschland. Diese Marktposition wurde in den letzten zehn Jahren durch Innovation, unternehmerische Risikobereitschaft und im Wettbewerb erarbeitet. Als erfahrener IT- und Servicepartner für Kontributions- und Distributionsnetze entwickelt Media Broadcast individuelle Lösungen für den bundesweiten, regionalen und lokalen Netzbetrieb. Die Netzqualität ist daher maßgeblich für die Produktqualität, woraus sich für das Segment TV und Medien eine hohe Bedeutung und ein höherer Einfluss als im Segment Mobilfunk ableitet.

Steuerung: Zentral für die angebotenen Lösungen der Media Broadcast ist der IP-Backbone. Das Software-Defined-Network verbindet die Rundfunk- und Medienbranche Deutschlands mit hoher Geschwindigkeit in einer sicheren, abgeschlossenen Umgebung. Auf dieser Netzstruktur werden flexible Services und Lösungen für die individuellen Bedürfnisse der Kunden entwickelt. Die Architektur als Software-Defined-Network erfüllt dabei den Anspruch der Kunden an Flexibilität bei hoher Sicherheit und Verfügbarkeit. Für alle Dienste wird eine hohe Sicherheit geboten, die durch dedizierte Rechenzentren, eine abgeschlossene Netzstruktur, vollständig redundante Übertragung der Signale und ein 24/7-Monitoring gewährleistet wird. Innerhalb der

24	Geschäftsmodell und Organisationsstruktur
26	Unternehmensstrategie und -ziele
28	Unternehmenssteuerung
32	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
34	Überblick über den Geschäftsverlauf

41	Chancen- und Risikoberichterstattung
51	Prognosebericht
55	Nichtfinanzielle Konzernklärung
92	Corporate Governance und sonstige Angaben

Media Broadcast werden Netzwerkplanung, -design und -überwachung durch drei Abteilungen verantwortet, die im Bereich Produktmanagement verortet sind, der direkt an die Geschäftsführung der Gesellschaft berichtet.

Wesentlicher Indikator zur Bewertung der Produktionsqualität ist der KPI „Ausfallminuten pro Jahr“. Die Leistungskennzahl reflektiert sowohl die Stabilität des Netzes als auch die Funktion der betrieblichen Prozesse. Die Indikatoren „Anzahl der SLA-Verletzungen pro Jahr“ sowie „Einhaltung der Wiederherstellungszeit pro Jahr“ zeigen, wie die Anforderungen zur Produktionsqualität in Bezug auf vereinbarte Service-Level-Agreements (SLA) eingehalten werden.

Maßnahmen: An der Qualität und dem weiteren Ausbau sämtlicher Sendernetze, innovativen Technologien (z. B. Small Scale DAB+ oder Tunnelversorgung) und der Weiterentwicklung von Applikationen zur Steigerung der Nutzerfreundlichkeit wird kontinuierlich gearbeitet. 5G- bzw. ggf. 6G-Broadcast ist ein vielversprechender Standard als mögliche, langfristige Nachfolgetechnologie von DVB-T2. Der langfristige Erhalt der Frequenzzuweisungen an den Rundfunk ist hierbei ein wesentlicher Faktor für den langfristigen Erfolg von 5G-Broadcast. Daher engagiert sich das Unternehmen im Bereich 5G-Broadcast, sowohl im Rahmen der Weiterentwicklung in verschiedenen Gremien und Arbeitsgruppen als auch im Rahmen von Pilotversuchen.

Des Weiteren sind Prozesse zur kontinuierlichen Verbesserung der Produktionsqualität für die Elemente Sender, Antennen, Infrastruktur, Kontributions- / Distributionsnetzwerke und Netzhärtung aufgesetzt. Ein etabliertes Netzwerk-Performance-Monitoring überwacht Produktionselemente wie Sender, Antennen, Infrastruktur (z. B. Fläche, Strom, Entwärmung oder Zugang), Kontributions- / Distributionsnetzwerke und Plattformen (DVB-T2 sowie DAB+) mittels verschiedener Kenngrößen.

An Media Broadcast als Kritischen Infrastrukturdienstleister (KRITIS) werden darüber hinaus spezielle Anforderungen an Zuverlässigkeit, Sicherheit und Vertraulichkeit gestellt. Die Standards dafür setzen das IT-Sicherheitsgesetz (IT-SiG) und die Bundesnetzagentur. Um die Anforderungen zu erfüllen, sind eine robuste Systemintegration inklusive Sicherheitskonzept sowie ein umfassendes Netzmanagement-Konzept notwendig. Media Broadcast erfüllt diese Anforderungen, die regelmäßig durch interne und externe Audits kontrolliert und überwacht werden. Seit 2014 ist zudem ein zertifiziertes Managementsystem zur Informationssicherheit in Übereinstimmung mit der ISO 27001 etabliert. Qualitätsanforderungen an die Netzstruktur werden durch Kundenerwartungen sowie durch relevante rechtliche und behördliche Anforderungen definiert und unterliegen durch das zertifizierte Qualitätsmanagement (ISO 9001) einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess.

Nachhaltige Produktlösungen und Produktinnovationen

Managementansatz: Kunden achten bei der Produktauswahl neben dem Preis zunehmend auch auf Nachhaltigkeitsaspekte. Somit steigt die Relevanz für Unternehmen, diese Aspekte in die Zusammenstellung des Produktportfolios oder bei Produktinnovationen einfließen zu lassen und entsprechend gegenüber dem Kunden zu kommunizieren. Laut einer repräsentativen Umfrage von Bitkom e. V. bewahren 87 Prozent der Deutschen wenigstens ein ungenutztes Handy oder Smartphone, 47 Prozent mindestens einen oder mehr ungenutzte Laptops und 20 Prozent ein oder mehr ausrangierte Tablets zu Hause auf. Im Sinne einer funktionierenden Kreislaufwirtschaft wäre es wünschenswert, dass auf Dauer ungenutzte Geräte wiederverwendet oder fachgerecht recycelt werden. Die Stärkung nachhaltiger Produktlösungen und Dienstleistungen im Angebotsportfolio ist der freenet AG daher wichtig, um Kunden anzusprechen, die auch in ihrem Telekommunikationsverhalten auf Nachhaltigkeit setzen. Dem Verbraucher soll somit die Möglichkeit gegeben werden, bspw. bei der Auswahl des Smartphones oder durch Verlängerung von dessen Nutzungsdauer einen Beitrag zur Ressourcenschonung zu leisten. Die freenet AG beabsichtigt daher, das Angebot nachhaltiger Produkte und Services sukzessive auszuweiten und die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten bei der Portfoliozusammensetzung gegenüber dem Kunden zu kommunizieren.

Steuerung: Bei der Produktauswahl spielen Nachhaltigkeitsaspekte eine immer größere Rolle. Verantwortlich für die Vorauswahl potenzieller neuer Mobilfunkprodukte, wie Smartphones und Accessoires bei der freenet AG ist das Category-Management im Bereich Customer-Management, der direkt an den Kundenvorstand (CCE) berichtet. Vor Aufnahme eines neuen Produkts stellt die Abteilung einen produktspezifischen Kriterienkatalog zusammen, der auch Nachhaltigkeitsaspekte umfasst, z. B. die Außendarstellung und Unternehmensphilosophie des potenziellen Anbieters. In Bezug auf die Produktmerkmale werden vor allem Kriterien wie die Produktlebensdauer, Materialzusammensetzung sowie Verpackung bei der Auswahl kritisch überprüft. Darüber hinaus wird das Produkt zuvor ausführlich hinsichtlich Qualität, Optik und technischer Umsetzung getestet. Die finale Entscheidung für oder gegen eine Aufnahme ins Portfolio erfolgt schließlich in enger Abstimmung zwischen Vertrieb und Einkauf, um alle relevanten Perspektiven (Nachhaltigkeits- und Vermarktungsaspekte sowie Konditionen) zu berücksichtigen. Auch das bestehende Produktportfolio unterliegt einem regelmäßigen Monitoring und wird im Bedarfsfall angepasst.

Hauptaugenmerk bei der Auswahl der Produkte liegt somit auf umweltbezogenen Aspekten und der Verlängerung des Produktlebenszyklus. Ein etabliertes Konzept mit festen Kriterien und einer festgelegten Prozessdefinition zur Auswahl von Produkt bzw. Lieferant besteht jedoch nicht. Mindestanforderungen für Lieferanten, die über umweltbezogene Aspekte hinausgehen, werden über den Lieferantenkodex definiert (siehe Lieferkette und menschenrechtliche Sorgfalt).

Maßnahmen: Seit November 2021 vermarktet freenet exklusiv das „rephone“, das erste Smartphone, das nachhaltig und CO₂-neutral in Deutschland produziert wird, und ergänzt damit – neben der seit 2016 bestehenden Vertriebspartnerschaft mit der Fairphone B. V. – sein Angebot an nachhaltigen Smartphones. Durch den modularen Aufbau des rephone lassen sich einzelne Komponenten einfach und schnell austauschen. Zusätzlich wird eine Recyclingprämie gewährt: Jeder Kunde, der das rephone innerhalb von fünf Jahren zurückgibt, bekommt zusätzlich zum verbleibenden Restwert 25 Euro erstattet. Dadurch soll ein Anreiz geschaffen werden, dass das Gerät vom Kunden entweder der Weiterverwendung zugeführt wird oder am Ende seiner Lebensdauer einem zertifizierten Recyclingprozess.

Ebenfalls seit 2021 vertreibt GRAVIS unter der Eigenmarke Networx Greenline eine nachhaltige Alternative für zertifiziertes Apple-Zubehör. Durch den Materialmix der einzelnen Produkte wurden über 30 Prozent Plastik im Vergleich zum bisherigen Äquivalent der Eigenmarke eingespart. Der Transport nach Deutschland erfolgt per Schiene, um den CO₂-Fußabdruck möglichst gering zu halten. Im Geschäftsjahr 2022 wurden die Top-20-Verkaufsprodukte von Networx wie geplant in die Greenline überführt und somit die Nachhaltigkeit des Produktportfolios weiter gestärkt. GRAVIS kooperiert darüber hinaus mit ReviewForest, einer Initiative zur Wiederaufforstung von Waldgebieten. Für jede Google-Bewertung durch einen GRAVIS Kunden wird ein Baum im Regenwald von Mexiko gepflanzt. Aufgrund ihres Nachhaltigkeitsengagements wurde GRAVIS im abgelaufenen Geschäftsjahr mit einem Gütesiegel für Nachhaltigkeit ausgezeichnet. Seit Oktober 2021 kooperiert freenet zudem mit Green MNKY, einem Spezialisten für nachhaltige Schutzfolien. Mit dem Hochpräzisionscutter von Green MNKY lassen sich in den Shops der freenet AG Schutzfolien für Smartphones, Tablets und Co. exakt zuschneiden, wodurch rund 97 Prozent des üblichen Verpackungsmülls entfallen. Das Angebot wird von freenet Kunden sehr gut angenommen. Das Produkt wurde seit Beginn der Zusammenarbeit bereits mehr als 100.000 Mal verkauft.

Auch im Wege von Vertriebsinnovationen ermöglicht freenet dem Kunden Ressourceneffizienz. Mit freenet FUNK und freenet FLEX werden zwei rein App-basierte Tarife angeboten, die – abgesehen vom Versand der SIM-Karte – entlang der Customer Journey ohne Papier auskommen (siehe Betrieblicher Umweltschutz). Nach demselben Prinzip funktioniert auch das im Jahr 2022 gelaunchte App-gesteuerte Internetangebot „freenet Internet“. Der Internetzugang kann flexibel und nahezu komplett digital vom Kunden per App verwaltet werden.

Neben nachhaltigen Produkten bietet freenet auch eine Reihe von Dienstleistungen an, um dem Kunden Nachhaltigkeit innerhalb seines digitalen Lebens zu ermöglichen. So steht der Verkauf von Refurbished-Produkten u. a. von Smartphones bereits seit 2020 im Fokus. Mit dem angebotenen Ankaufservice für mobile Geräte wie Smartphones oder Tablets leistet freenet

zudem einen weiteren Beitrag zur Ressourcenschonung und Reduzierung von Elektroschrott. In Zusammenarbeit mit externen Anbietern (Foxway und seit 2022 auch DIS-CONNECT) wird ein marktgerechter Ankaufswert für das Altgerät ermittelt, der in Form eines Gutscheins oder in bar an den Kunden ausbezahlt wird. Um gezielt Anreize für die Nutzung des Ankaufservices zu setzen, bietet freenet seinen Kunden zusätzlich zum regulären Ankaufspreis diverse Ankauf-Bonusaktionen an. Für 2023 plant das Unternehmen den Ankaufservice direkt in den Online-Bestellprozess zu implementieren, um das Bewusstsein für eine verantwortungsvolle Altgerät-Rückgabe beim Kunden zu erhöhen. Die Aufbereitung der angekauften Geräte sieht das Löschen der Daten mit einer zertifizierten Software vor, sodass ein Auslesen der Altdaten nicht mehr möglich ist. Ziel ist es, den Anteil der freenet Shops, die einen Ankaufservice anbieten, kontinuierlich auf rund 90 Prozent bis Ende 2023 zu erhöhen.

Geräte, die nicht mehr in den Markt zurückgeführt werden können, werden durch einen zertifizierten Fachbetrieb entsorgt und die Rohstoffe verwertet. Eine fachgerechte Entsorgung können Kunden darüber hinaus auch durch den kostenfreien Rückversand von Altgeräten (wie z. B. Smartphones oder Tablets) oder die direkte Abgabe in speziell vorgesehenen Recyclingboxen in den Ladengeschäften in Anspruch nehmen.

Neben dem Ankauf von Altgeräten trägt freenet über das Angebot von Reparaturleistungen zur Verlängerung des Lebenszyklus von Endgeräten bei. Die Shops und Stores dienen diesbezüglich als Reparaturannahmestellen. Darüber hinaus fördert das Angebot von Abo- / Mietmodellen, z. B. für Smartphones, Tablets oder Laptops, dass Geräte länger und damit ressourcenschonender eingesetzt werden können.

Des Weiteren fließen in das Sortiment auch Services ein, die dem Kundenbedürfnis nach Lösungen im Bereich Datensicherheit gerecht werden. Hier bietet die freenet AG ein umfassendes Angebot an Sicherheitssoftware und nimmt an Initiativen wie „trustedDialog“ und „E-Mail made in Germany“ teil. Letztgenannter Zusammenschluss deutscher E-Mail-Provider garantiert Mailkunden von freenet.de ein hohes Maß an Sicherheit und Datenschutz im täglichen Mailverkehr.

Digitale Teilhabe

Managementansatz: Viele Bereiche des Lebens, d. h. viele Tätigkeiten und Prozesse, werden immer stärker von einer Digitalisierung durchdrungen. Smartphones oder andere internetfähige Geräte gewinnen im Alltag immer mehr an Bedeutung und erleichtern bspw. die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben. Digitalisierung bietet viele Chancen und wird als wesentlicher Treiber für Fortschritt gesehen. Auf der anderen Seite muss jedem Menschen aber auch die Möglichkeit eingeräumt werden, am digitalen Leben teilnehmen zu können, damit keine gesellschaftliche Exklusion durch Digitalisierung entsteht. freenet ist bestrebt, durch ein breit angelegtes Tarif- und Serviceportfolio sowohl im Mobilfunk als auch im Bereich TV und Medien nahezu jedem Bürger Zugang zur digitalen Welt zu ermöglichen.

24	Geschäftsmodell und Organisationsstruktur	41	Chancen- und Risikoberichterstattung
26	Unternehmensstrategie und -ziele	51	Prognosebericht
28	Unternehmenssteuerung	55	Nichtfinanzielle Konzernklärung
32	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	92	Corporate Governance und sonstige Angaben
34	Überblick über den Geschäftsverlauf		

Steuerung: Basierend auf systematischen Markt- und Kundenanalysen entwickelt freenet sein Portfolio an kundenorientierten Mobilfunk- und TV-Tarifen sowie telekommunikationsnahen Dienstleistungen kontinuierlich weiter. Die Beziehung zu den drei deutschen Netzbetreibern ermöglicht der freenet AG in den Bereichen Mobilfunk und Internet die Gestaltung eines Produktportfolios, welches von Discount- bis hin zu Premiumtarifen reicht. Mit diesem diversifizierten Marken- und Portfolioansatz können eine Vielzahl an Kundengruppen und -bedürfnissen abgedeckt werden.

Maßnahmen: Eine Hürde, um am digitalen Leben teilzunehmen, sind u. a. die damit verbundenen Kosten. Durch die Bandbreite an Tarifen mit niedrigen Preisen bietet freenet auch Geringverdienern bzw. sozial schwächeren Bevölkerungsgruppen ein Tarifportfolio an Mobilfunk- und TV-Produkten. Kunden mit schlechterer Bonitätsprognose, die durch die Bonitätsprüfung für Laufzeitangebote durchgefallen sind, ermöglicht freenet zudem seit 2004 über ein spezielles Kautionsmodell³ die Teilhabe am digitalen Leben. Neben Bezahlbarkeit hindert auch fehlende Digital- / Medienkompetenz Menschen (z. B. ältere Menschen), am digitalen Leben teilzunehmen. freenet Kunden werden daher in den freenet Shops oder GRAVIS Stores vielfältige Einrichtungsservices angeboten, um ihnen durch geschultes Personal zu helfen, sich nach dem Erwerb eines Smartphones damit zurechtzufinden. Der direkte Kontakt ist wichtig, um Barrieren abzubauen, aber nicht für jeden der richtige Weg. Daher unterhält freenet eine Vielzahl weiterer Kanäle, die es dem Kunden ermöglichen, seine Medienkompetenz digital zu erhöhen oder mit dem Unternehmen in Kontakt zu treten.

Bereits seit 2018 setzt freenet auf den strategischen Ausbau insbesondere des digitalen Kundendialogs, u. a. über Chat-Funktionen oder den Self-Service in der App. Ein positiver Nebeneffekt ist, dass auch Menschen mit körperlicher oder psychischer Beeinträchtigung einen gleichberechtigten und gleichwertigen Zugang zum Service der freenet AG erhalten; denn Barrierefreiheit betrifft mittlerweile auch digitale und kommunikative Barrieren. In diesem Zusammenhang soll im Jahr 2023 der Kundenservice für hörgeschädigte Menschen verbessert werden. In Deutschland leben Millionen Menschen mit unterschiedlich ausgeprägten Hörschädigungen. Ab der zweiten Jahreshälfte 2023 beabsichtigt freenet daher, einen Dolmetsch-Service der sogenannten Tess-Relay-Dienste über eine separate Hotline anzubieten. Die Hotline-Nummer wird u. a. in den FAQ veröffentlicht und eine priorisierte Bearbeitung sichergestellt. Ein weiteres Angebot, vor allem für jüngere Anspruchsgruppen, ist die Content-Plattform digitalrepublik.de, die Informationen und Unterhaltung aus der Welt des Digital-Lifestyle sowie News, Tutorials, Beratung und Antworten auf Fragen zu Tarifen und Technik bietet. Für das Jahr 2023 plant freenet sein Angebot im Bereich Medienkompetenz

weiter zu erhöhen: Mit der Einführung des digitalen Services „freenet Handyhelfer“, sollen freenet Kunden bei technischen Herausforderungen zusätzlich unterstützt werden.

Mithilfe weiterer Produkte und Services möchte die freenet AG zudem einen Beitrag zur Digitalisierung von Bildungseinrichtungen leisten. Mit „GRAVIS macht Schule“ unterstützt GRAVIS Bildungseinrichtungen bei der Auswahl passender Geräte, deren Implementierung in den Schulalltag und Instandhaltung. The Cloud, ebenfalls ein Tochterunternehmen der freenet AG, wiederum unterstützt Schulen bei Planung, Aufbau, Einrichtung und Wartung von WiFi-Netzwerken im Rahmen des DigitalPakts Schule der deutschen Bundesregierung. Bis Ende 2022 haben bereits rund 450 Schulen (2021: 286) die Produkte und Expertise von The Cloud in Anspruch genommen. In Büdelsdorf, dem Hauptsitz der freenet AG, engagiert sich der Konzern zudem im Rahmen der Initiative „Büdelsdorf goes Multimedia“ partnerschaftlich mit der Stadt Büdelsdorf, Schulkindern den verantwortungsvollen Umgang mit modernen Medien sowie dem Internet zu vermitteln. Seit 2001 hat freenet insgesamt 675 Tausend Euro für den Aufbau von Netzinfrastrukturen sowie für die Anschaffung von Hard- und Software bereitgestellt.

Die Teilhabe von Jugendlichen am digitalen Leben zu fördern bedingt für freenet, sie in diesem Rahmen auch zu schützen. Im Bereich Jugendschutz bekennt sich freenet daher ausdrücklich zu den Vorgaben des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags, hat Jugendschutzbeauftragte im Konzern installiert und engagiert sich als Mitglied im gemeinnützigen Verein JusProg e.V., der sich zur Aufgabe gemacht hat, Minderjährige im Internet besser zu schützen.

Betrieblicher Umweltschutz

Mit ihrer Geschäftstätigkeit in den Bereichen Mobilfunk, Internet und TV-Entertainment verursacht die freenet AG CO₂-Emissionen und trägt damit, wenn auch nur im geringen Umfang, zum Klimawandel bei. Darüber hinaus nimmt die Geschäftstätigkeit Einfluss auf die Verfügbarkeit von Ressourcen.

Im Segment Mobilfunk beschränkt sich der Energie- und Ressourcenverbrauch aufgrund des Service-Provider-Modells im Wesentlichen auf Verwaltungs- und Logistikstandorte in Deutschland, den Fuhrpark und die mehr als 500 Shops und Stores. Größter Energiekonsument innerhalb des Konzerns ist die Media Broadcast GmbH als Betreiber von Infrastruktur für digitales Fernsehen und Radio (Segment TV und Medien). Zur Versorgung der Sende- und Übertragungstechnik nimmt sie an 779 Senderstandorten / Funktürmen Energie ab und steht damit im Geschäftsjahr 2022 für rund 83 Prozent des gesamten Stromverbrauchs im Konzern.

³ Die Kautions ist gestaffelt in 50/100/200/400 Euro. Durch die Hinterlegung der Kautions wird es betreffenden Kunden ermöglicht, mobile Dienstleistungen in einem zuvor ausgewählten Tarif zu nutzen und darüber hinaus die Vorteile von Bundle-Tarifen mit subventionierten Endgeräten in Anspruch nehmen zu können.

Ein möglichst effizienter Einsatz von Ressourcen und ein sparsamer Umgang mit Energie sind insbesondere vor dem Hintergrund der aktuellen Energiekrise und steigender Energiepreise für den wirtschaftlichen Erfolg wesentlich. Die freenet AG erkennt den aus ihrer Geschäftstätigkeit entstehenden negativen Einfluss auf die Umwelt an und beabsichtigt, die von ihr verursachten CO₂-Emissionen mithilfe eines gezielten Steuerungsansatzes, konkreter Zielsetzungen und wirkungsvoller Maßnahmen so gering wie möglich zu halten.

Nicht zuletzt dient dies auch dem Zweck, der stark gestiegenen Erwartungshaltung von Gesellschaft, Regulierern und Investoren im Hinblick auf strukturierte Angaben und Ziele für diesen Bereich gerecht zu werden. freenet befürwortet daher ausdrücklich die im politischen und gesellschaftlichen Kontext formulierten Erwartungen und Bestrebungen zum Klimaschutz und zur Klima- bzw. CO₂-Neutralität.

Über die Berichterstattung in der Nichtfinanziellen Erklärung hinaus unterstützt freenet seit 2018 das Carbon Disclosure Project (CDP). CDP stellt Unternehmen weltweit ein Bewertungssystem zur Verfügung, mit dem sie Umweltwirkungen freiwillig messen, steuern und transparent kommunizieren können. Mit der jährlichen Offenlegung von Klimadaten, vor allem zu CO₂-Emissionen, macht die freenet AG den Einfluss ihrer Geschäftstätigkeit auf die Umwelt transparent. Im aktuellen CDP-Klimaschutzranking erzielte das Unternehmen – wie im Vorjahr – erneut die Note C.

Energieverbrauch und CO₂-Emissionen

Managementansatz: Ein effizienter und sparsamer Umgang mit Energie und Kraftstoffen zur nachhaltigen Verringerung der konzernweit verursachten CO₂-Emissionen besitzt bei freenet einen hohen Stellenwert. Im Geschäftsjahr 2021 hat sich das Unternehmen das Erreichen der CO₂-Neutralität bis zum Jahr 2030 zum Ziel gesetzt und arbeitet seither an einem konkreten Zeit- und Maßnahmenkatalog. Dieses Ziel bezieht sich darauf, die beeinflussbaren CO₂-Emissionen (Scope-1- und Scope-2-Emissionen) ausgehend vom Basisjahr 2015 bis 2030 auf null zu senken. Wesentliche Ansatzpunkte hierfür bieten aus Sicht der freenet die Reduzierung des konzernweiten Energieverbrauchs durch Steigerung der Energieeffizienz, der Bezug von Energie aus regenerativen Quellen, die Elektrifizierung der Fahrzeugflotte sowie die Integration der Zielsetzung in die Vergütung von Vorstand und Belegschaft.

Steuerung: Den Einkauf der Ressource Energie (Strom- und Gasverträge) für die Verwaltungs- und Logistikstandorte sowie die Shops und Stores verantwortet die Abteilung Konzern-Facility. Die Verwaltung des konzernweiten Fuhrparks obliegt der Abteilung Fuhrparkmanagement. Beide berichten ihrerseits an den Bereich Personal im Ressort des Vorstandsvorsitzenden. Bei der Media Broadcast gibt es aufgrund des hohen Energiekonsums ein eigenes Real-Estate-Management (REM) und einen Energiemanagementbeauftragten, der über den Bereich „General and Administration“ direkt an die

Geschäftsführung der Media Broadcast berichtet. Auch die freenet Tochterunternehmen EXARING und The Cloud schließen die Energieverträge für ihre Standorte dezentral ab.

Das Energiemanagement der Media Broadcast ist Bestandteil eines integrierten und an den Anforderungen der ISO 50001 orientierten Managementsystems, wodurch neben Qualität, Arbeitsschutz, Sicherheit und Datenschutz auch der Umweltschutz gesteuert und überwacht wird. Für Letzteres wurde im Jahr 2008 ebenfalls ein nach ISO 14001 zertifiziertes Umweltmanagementsystem (UMS) eingeführt. Kernstück des UMS ist die Leitlinie Umweltschutz und Energie, in der Bedeutung, Ziele, Aktivitäten, deren Umsetzung und Überprüfung definiert werden. Des Weiteren ist intern verankert, dass nur ISO-14001-zertifizierte Lieferanten und Entsorgungsbetriebe beauftragt werden dürfen, z. B. beim Ab- beziehungsweise Rückbau von Sendeanlagen, um Mitarbeitern und Kunden ein Höchstmaß an Sicherheit zu bieten. Ferner sind Tätigkeiten wie Sender- und Antennenwartung zum Teil mit dem Umgang von Gefahrstoffen verbunden; hierbei gilt eine besondere Informations- und Hinweispflicht. Jeder Mitarbeiter der Media Broadcast wird dazu jährlich nachweispflichtig unterwiesen. Die Unterweisungen finden toolbasiert nach neuesten rechtlichen und regulatorischen Gesetzen und Vorgaben und mit verpflichtendem Zertifikatsabschluss für jeden Mitarbeiter statt. Zur regelmäßigen Bewertung der Einhaltung von Umweltauflagen durch die Media Broadcast werden ein Rechtskataster geführt, die Ergebnisse von internen und externen Prüfungen dokumentiert und deren Umsetzung konsequent verfolgt. Bislang wurden keine Bußgelder oder nichtmonetären Sanktionen aufgrund der Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen ausgesprochen.

Im Geschäftsmodell der freenet ist eine höhere Energieeffizienz auch durch technologische Optimierungen und Digitalisierung realisierbar. Dies verdeutlichen bspw. der Umstieg auf den neuen HD-Standard DVB-T2 im TV-Geschäft oder die Ablösung des UKW-Standards durch den energieeffizienteren Übertragungsstandard DAB+ im Geschäftsfeld Rundfunk der Media Broadcast. Als entscheidender Nachhaltigkeitsaspekt ist Energieeffizienz auch in der Einkaufsrichtlinie sowie im Supplier Code of Conduct verankert. In Letzterem sind Lieferanten zu einem bewussten und sparsamen Umgang mit Energie und begrenzten Ressourcen angehalten (siehe Lieferkette und menschenrechtliche Sorgfalt).

Wirksame Hebel zur Verringerung des Kraftstoffverbrauchs der Firmenwagenflotte sieht die freenet auch in der verbrauchs- und ausstoßarmen Zusammensetzung des Fahrzeugportfolios und dessen Elektrifizierung sowie bei der gezielten Setzung von Anreizen zur klimafreundlichen Anreise der Mitarbeiter an die Standorte. freenet verfolgt das Ziel, bis Ende 2024 den Anteil von Hybrid- oder Elektrofahrzeugen im Konzern auf über 20 Prozent der gesamten Fahrzeugflotte zu erhöhen. Im Jahr 2022 belief sich der Anteil der E- und Hybridfahrzeuge auf rund 8,5 Prozent (Vorjahr: 4,6 Prozent). Dieser

24	Geschäftsmodell und Organisationsstruktur
26	Unternehmensstrategie und -ziele
28	Unternehmenssteuerung
32	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
34	Überblick über den Geschäftsverlauf

41	Chancen- und Risikoberichterstattung
51	Prognosebericht
55	Nichtfinanzielle Konzernklärung
92	Corporate Governance und sonstige Angaben

geringe Anstieg um knapp vier Prozentpunkte ist vor allem auf deutlich längere Lieferzeiten für E-Fahrzeuge im Berichtszeitraum zurückzuführen.

Im Rahmen der konzernweiten eCarPolicy verpflichten sich dienstwagenberechtigte Mitarbeiter, Hybridfahrzeuge weiterhin zu mindestens 50 Prozent elektrisch zu nutzen – andernfalls greift ein Malus-System. Damit soll sichergestellt werden, dass ökologischer und ökonomischer Nutzen im Einklang stehen. Im Zusammenhang mit dem Elektrifizierungs-Ziel der Fahrzeugflotte soll in den kommenden Jahren auch die Ladeinfrastruktur an den Unternehmensstandorten weiter auf- bzw. ausgebaut werden.

Maßnahmen: Regelmäßig, mindestens jedoch alle vier Jahre, finden bei freenet gesetzliche Energieaudits gemäß §§ 8-8d EDL-G (Gesetz über Energiedienstleistungen und andere Energieeffizienzmaßnahmen) statt. Daraus resultierende Empfehlungen zur Verbesserung der Energieeffizienz werden nach Abwägung von Kosten und Nutzen und gemäß den Anforderungen der DIN EN 16247-1 berücksichtigt. Im Geschäftsjahr 2022 wurde ein konzernweites Energieaudit (inklusive der Media Broadcast) bei einem externen Sachverständigen (DEKRA) beauftragt und durchgeführt.

Die Umstellung der freenet Shops und GRAVIS Stores auf energieeffiziente LED-Beleuchtungstechnik ist nach wie vor zu ca. 95 Prozent erfolgt. Bereits umgerüstet sind hauptsächlich die Verkaufsflächen in den Shops und Stores, während eine Umstellung der Beleuchtung auf LED in diversen rückwärtigen Räumlichkeiten noch aussteht bzw. für 2023 geplant ist.

Am Logistikstandort in Oberkrämer wurde die Umrüstung von Leuchtstoffröhren auf energieeffiziente LED-Leuchten erfolgreich abgeschlossen und das Ziel, bis Ende 2022 100 Prozent der Beleuchtung am Standort auf LED-Technik umzustellen, erreicht. In Büdelsdorf wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr durch Bestellung und Beauftragung der Umrüstung auf LED-Leuchtmittel die Weichen für eine vollständige Umstellung aller freenet Logistikstandorte bis 30. Juni 2023 gestellt. Mit dieser Maßnahme soll eine Energieeinsparung von ca. 40 Prozent im Vergleich zur Verwendung konventioneller Leuchtmittel erzielt werden.

Der Umbau des eigenen Büro- bzw. Verwaltungsgebäudes in Büdelsdorf wurde zum Jahresende abgeschlossen. Im Rahmen der umfassenden Sanierung lag das Hauptaugenmerk auf Nachhaltigkeit und Energetik. Neben einer energieeffizienten Wärmedämmung von Fassade und Dach wurde großer Wert auf den Einbau von modernen gebäudetechnischen Anlagen gelegt. Dazu zählten die Installation einer energieeffizienten Lüftungsanlage mit neuer Mess-, Steuerungs-, und Regeltechnik und der Ersatz von vormals zwei Gasheizkesseln durch eine umweltfreundliche Wärmepumpe. Im Verwaltungsgebäude wurde zudem eine automatisierte LED-Beleuchtungsanlage installiert sowie die Installation zusätzlicher Ladesäulen für Elektroautos, die für das erste Quartal 2023 geplant ist, vorbereitet.

Um den Kraftstoffverbrauch im Konzern weiter zu senken und die Elektrifizierung der Fahrzeugflotte weiter voranzutreiben, setzte die freenet auch im Jahr 2022 gezielt Anreize. Zur Förderung einer klimafreundlichen Anreise der Mitarbeiter an die Standorte wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr über das (E-)Bike-Leasing-Modell für Mitarbeiter 101 Fahrräder bzw. E-Bikes bestellt. Seit Einführung des Leasingmodells im August 2021 wurden konzernweit bereits 177 Fahrräder bestellt, davon 68 Prozent Elektrofahrräder. Darüber hinaus bezuschusst freenet die Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs (ÖPNV) und beteiligt sich an den Kosten für den Aufbau privater Ladestationen für Elektrofahrzeuge am Wohnort von dienstwagenberechtigten Mitarbeitern. Im Geschäftsjahr 2022 wurden in diesem Zusammenhang insgesamt zehn E-Ladestationen (Vorjahr: acht) bezuschusst. Um an den Standorten die Bereitschaft für E-Mobilität zu stärken, ist freenet bestrebt, dort, wo es möglich ist, eine angemessene Lade-Infrastruktur bereitzustellen. Im Jahr 2022 wurden insgesamt drei weitere Ladesäulen (sechs Ladepunkte) in Betrieb genommen und die Voraussetzungen für sechs weitere Ladesäulen (zwölf Ladepunkte) bis Mitte 2023 geschaffen. Auch bei der Media Broadcast in Köln und Eschborn sollen Ladesäulen für Elektrofahrzeuge über den Vermieter zur Nutzung bereitgestellt werden. Insgesamt wird sich somit die Anzahl der Ladepunkte für Elektrofahrzeuge im Geschäftsjahr 2023 voraussichtlich um mindestens 50 Prozent auf mindestens 36 Ladepunkte erhöhen (2022: 24 Ladepunkte). Neben der Infrastruktur wird auch das entsprechende Angebot an Fahrzeugen geschaffen. Das Portfolio der Mitarbeiterfahrzeuge umfasste 2022 fünf Elektrofahrzeug-Modelle unterschiedlicher Hersteller, um jedem Mitarbeiter zu ermöglichen, sich im Rahmen des Mitarbeiterfahrzeug-Modells für ein Elektrofahrzeug zu entscheiden. Aufgrund von Bestell- und Produktionsengpässen konnten ab dem zweiten Quartal bis Jahresende nur noch wenige E-Fahrzeugmodelle angeboten werden. Im Vergleich zum Vorjahr (25 Zulassungen) konnte die Anzahl der insgesamt zugelassenen Elektrofahrzeuge im Konzern aufgrund massiver Lieferschwierigkeiten nicht wesentlich erhöht werden (30 Zulassungen). Diese Anzahl wird sich 2023 voraussichtlich verdoppeln.

Weiterhin ist geplant, den Anteil an Elektrofahrzeugen im eigenen Fahrzeugpool, welche für Dienstfahrten genutzt werden können, ebenfalls zu steigern. Die freenet Logistik beabsichtigt, die Belieferung der konzern eigenen Shops und Stores im Umfeld der Zentrallogistik zukünftig CO₂-neutral zu realisieren. Dafür ist vorgesehen, einen Teil der Transportfahrzeuge im Jahr 2023 zu elektrifizieren. Auch die für 2023 geplante Prüfung des Einsatzes von E-Fahrzeugen in ausgewählten Mitarbeitergruppen des Außendienstes soll zur nachhaltigen Verringerung der konzernweit verursachten CO₂-Emissionen beitragen.

Die freenet AG konnte ihren konzernweiten Energieverbrauch im Jahr 2022 von 81,1 GWh im Vorjahr auf 80,5 GWh weiter reduzieren, bedingt durch einen geringeren Gesamtstromverbrauch (2022: 69,2 GWh, 2021: 70,3 GWh). Der

Kraftstoffverbrauch erhöhte sich dagegen leicht, was im Wesentlichen auf die Beendigung der Pandemiemaßnahmen bzw. die wieder zunehmende Mobilität zurückzuführen ist. Insgesamt erzielte das Unternehmen 2022 einen weiteren Rückgang des marktbasierten CO₂-Ausstoßes (Scope 1 und Scope 2) auf 5.022,1 t CO₂eq (Vorjahr: 6.504,1 t CO₂eq) und sieht sich damit auf einem guten Weg, sein erklärtes Ziel der Senkung der CO₂-Emissionen (Scope 1 und Scope 2) auf null bis zum Jahr 2030 zu erreichen. Im Geschäftsjahr 2022 trug dazu vor allem die erneute Steigerung des Grünstromanteils am Gesamtstromverbrauch bei direkt kontrollierter Beschaffung bei (2022: 99,0 Prozent, 2021: 65,6 Prozent) [GRI 305-5].

Vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie und der damit einhergehenden Lockdowns und Reisebeschränkungen 2020 und 2021 war die Reisetätigkeit gegenüber 2019 auch bei der freenet AG stark zurückgegangen. Im Geschäftsjahr 2022

nahm sie wieder leicht zu, lag aber noch immer deutlich unter dem Vor-Corona-Niveau. Insgesamt verursachte die freenet AG im Berichtszeitraum 591,1 t CO₂eq aus ihrer Reisetätigkeit (Vorjahr: 304,6 t CO₂eq). Erfasst sind Emissionen aus Flug-, Bahn-, und Mietwagenreisen sowie aus Hotelübernachtungen. Die Buchung von Reisen erfolgt nach einem einheitlichen Reisebuchungsprozess auf Grundlage einer Reiseleitlinie, die unter anderem explizit darauf hinweist, virtuelle Treffen physischen vorzuziehen. Einsparungen von CO₂-Emissionen aus der Reisetätigkeit sollen auch zukünftig hauptsächlich über die Sensibilisierung der Mitarbeiter, bei Reisebuchungen auch Nachhaltigkeitsaspekte zu berücksichtigen, erzielt werden. Dafür sind konkrete Maßnahmen geplant, wie etwa das Anzeigen des CO₂-Fußabdrucks für jede geplante Reise oder die Aufnahme grün zertifizierter Hotels in das konzernweite Reise-Buchungssystem.

Tabelle 27: Energieverbrauch und CO₂-Emissionen [GRI 302-1, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5]

	Einheit	2022	2021	2020	2015 (Basisjahr) ¹
Energieverbrauch (gesamt)	GWh	80,5	81,1	84,6	156,0
Stromverbrauch (Scope 2) ²	GWh	69,2	70,3	72,0	134,0
davon Media Broadcast	GWh	57,6	58,6	59,4	116,2
Kraftstoffverbrauch (Scope 1) ³	GWh	11,3	10,9	12,5	21,9
Strom aus erneuerbaren Energiequellen (Gesamtstromverbrauch)	GWh	65,8	64,2	33,2	46,8
Anteil Stromverbrauch aus regenerativen Energiequellen am Gesamtstromverbrauch ⁴	%	95,1	91,4	46,1	34,9
Anteil Stromverbrauch aus regenerativen Energiequellen bei kontrollierter Beschaffung am Gesamtstromverbrauch	%	99,0	65,6	k.A.	k.A.
CO₂-Emissionen (Scope 1, 2, 3) – marktbasierend nach Kompensation	tCO₂eq⁵	8.085,4	9.312,5	33.001,5	75.146,2
CO₂-Emissionen (Scope 1, 2, 3) – standortbasiert nach Kompensation	tCO₂eq	34.717,0	30.967,6	34.989,2	78.633,1
Direkte CO ₂ -Emissionen (Scope 1)	tCO ₂ eq	2.582,2	2.443,4	2.875,2	4.632,3
Indirekte CO ₂ -Emissionen (Scope 2) – marktbasierend ⁶	tCO ₂ eq	2.439,8	4.060,7	26.887,8	67.151,3
Indirekte CO ₂ -Emissionen (Scope 2) – standortbasiert ⁶	tCO ₂ eq	29.071,4	25.715,8	28.875,5	70.638,2
Weitere indirekte CO ₂ -Emissionen (Scope 3) vor Kompensation (angepasst) ⁷	tCO ₂ eq	3.310,5	3.172,2	3.238,6	3.362,6
Weitere indirekte CO ₂ -Emissionen (Scope 3) nach Kompensation (angepasst) ⁷	tCO ₂ eq	3.063,4	2.808,4	3.238,6	3.362,6
CO₂-Intensität (Scope 1, Scope 2 marktbasierend)	tCO₂eq / Mio. Umsatz	2,0	2,5	11,6	23,0
CO₂-Intensität (Scope 1, Scope 2 standortbasiert)	tCO₂eq / Mio. Umsatz	12,4	11,0	12,3	24,1

¹ 2015 = Basisjahr, da für dieses Jahr erstmals eine retrograde, konsolidierte Berichterstattung von Energieverbrauch und CO₂-Emissionen erfolgte.

² Berechnung des Stromverbrauchs erfolgt auch unter Berücksichtigung von sachgerechten Schätzungen bzw. Hochrechnungen.

³ Der Kraftstoffverbrauch umfasst den Verbrauch in Form von Diesel und Benzin für die Dienstwagenflotte sowie den Bezug von Erdgas per Direktvertrag. Für die Umrechnung des Kraftstoffverbrauchs in GWh und CO₂-Emissionen wird auf die Umrechnungsfaktoren des britischen Ministeriums für Umwelt, Ernährung und ländliche Angelegenheiten (DEFRA) zurückgegriffen.

⁴ Berechnung durch Berücksichtigung des deutschen Strommix zuzüglich tatsächlichen Energiebezugs aus regenerativen Energiequellen.

⁵ CO₂eq = CO₂, CH₄ und N₂O.

⁶ Zur Ermittlung der indirekten, marktbasierten CO₂-Emissionen wird die Strommenge aus regenerativen Energiequellen als CO₂-neutral angesetzt, alle übrigen Strommengen werden mit dem gleichen Umrechnungsfaktor wie für die standortbasierte Methode umgerechnet. Die Umrechnung des Stromverbrauchs in indirekte, standortbasierte CO₂-Emissionen erfolgt mithilfe eines konzernweit einheitlichen Umrechnungsfaktors, unabhängig vom tatsächlichen Bezug regenerativer Energie (Quelle Emissionsfaktor: Deutsches Umweltbundesamt).

⁷ Die indirekten Emissionen (Scope 3) umfassen Emissionen aus (1) dem Mitarbeiter-Fahrzeugmodell, (2) Reiseaktivitäten (Flüge, Bahnfahrten, Hotelübernachtungen, Buchung von Mietwagen), (3) Payment Services, (4) Produktion von Standardvertragsdokumenten in der Kundenkommunikation sowie (5) Paketversand (Logistik). Die Scope 3-Emissionen aus (2) Reiseaktivitäten wurden aufgrund einer erweiterten Erfassungssystematik für die Jahre 2021 und 2020 retrospektiv angepasst. Im Jahr 2020 sind nur CO₂-Emissionen aus (1), (2) und (5) berücksichtigt und im Basisjahr nur aus (1). CO₂-Emissionen für Sachverhalte, die kompensiert wurden, sind in der Angabe „nach Kompensation“ als CO₂-neutral angesetzt.

Ressourcenverbrauch

Managementansatz: freenet hat in ihrem Leitbild einen Digital-First-Ansatz verankert. In der externen Kommunikation mit Kunden und Geschäftspartnern sowie betriebsintern sollen digitale Kanäle und Plattformen vorrangig bedient bzw. genutzt und weiter ausgebaut werden. Dies führt zur Verringerung des Materialeinsatzes (zum Beispiel Papier) sowie des Versandaufkommens. In der Logistik gewinnt das Thema ökologische Nachhaltigkeit im Sinne einer ganzheitlichen Betrachtung der Wertschöpfungskette zunehmend an Bedeutung. freenet strebt an, den Ressourceneinsatz in der Logistik weiter zu reduzieren.

Steuerung: Die Steuerung des betrieblichen Ressourceneinsatzes verantworten verschiedene Abteilungen, die an die Ressorts des IT-Vorstands (CTO) und des Finanzvorstands (CFO) angegliedert sind. So sind u. a. die Abteilungen Abrechnung und Customer-Management für Digitalisierungsprojekte in der Kundenkommunikation verantwortlich. Prozesse zur Verringerung des Ressourceneinsatzes in der Logistik verantwortet die Abteilung Supply-Chain-Management im Ressort des Finanzvorstands. In Zusammenarbeit mit diversen Transportdienstleistern arbeitet die Zentrallogistik der freenet daran, in den kommenden Jahren den Versand von Paketen klimaschonender zu gestalten. Bereits heute stellt das Unternehmen sicher, dass Logistikpartner neben den Verpflichtungen der optimalen Dienstleistungserbringung für die Kunden der freenet mittels ISO 9001 auch im Rahmen der umweltrechtlichen Einhaltung von Mindestanforderungen über die ISO 14001 nachweisgültige Zertifikate führen.

Das Hauptaugenmerk zur Minimierung des Ressourcenverbrauchs der freenet liegt neben der digitalen Vernetzung von Vertriebskanälen auf dem digitalen Versand von Standard-Vertragsdokumenten (Rechnungen und Tagespost) und Begleitschreiben (Lieferscheine und Retourenlabels). Weitere Stellschrauben sind Materialeinsparungen bei Verpackungen (Kartonage und Füllstoffe) sowie die Inanspruchnahme klimaneutraler Versandservices für den Transport von Hardware (Smartphones, SIM-Karten, Zubehör) zwischen den Standorten bzw. zum Kunden.

Maßnahmen: Im Geschäftsjahr 2022 hat freenet die Digitalisierung ihrer Geschäftsaktivitäten im Hinblick auf innerbetriebliche Abläufe sowie in der Kundenkommunikation weiter ausgebaut. Mit dem Ziel, die Digitalisierung am Point of Sale weiter voranzutreiben, wurde ein Scan-Tool implementiert, das es erlaubt, Ausweisdokumente von freenet Kunden direkt an der Verkaufsstelle einzuscannen, womit ein mehrfacher postalischer Unterlagen-Versand entfällt.

Ein weiterer Bereich zur Einsparung von Papier ist die digitale Rechnungstellung. Der Anteil digital gestellter Rechnungen im Bereich Mobilfunk konnte weiter auf 93,5 Prozent (Vorjahr: 91,3 Prozent) gesteigert werden. Insbesondere durch die Umstellung weiterer Kunden auf den digitalen Rechnungsversand sowie die Einrichtung eines digitalen Postfachs für

Kunden bereits ab Vertragsabschluss konnten im Jahr 2022 rund 2 Millionen Sendungen eingespart werden. Zudem wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr der Versand digitaler Rechnungen für Geschäftskunden implementiert, mit dem 2023 weitere bis zu 400.000 postalische Sendungen vermieden werden können. Im Bereich TV und Medien werden Abonnements fast ausschließlich digital abgeschlossen und vertragliche Standarddokumente ebenfalls digital an den Kunden übermittelt. Dies gilt für freenet TV und waipu.tv Kunden gleichermaßen. Die Initiativen zahlen somit darauf ein, immer mehr Kundenvorgänge zu automatisieren und digitalisieren (siehe Servicequalität).

Tabelle 28: Anteil Online-Rechnung

In %	2022	2021
Online-Rechnung	93,5	91,3
davon freenet Mobilfunk	91,9	89,7
davon klarmobil	97,7	95,7

Unvermeidbare CO₂-Emissionen, die in der Kundenkommunikation bei der Produktion und Zustellung von Standard-Vertragsdokumenten sowie der Zahlungsabwicklung entstehen, werden im Bereich Mobilfunk in Kooperation mit Dienstleistern über zertifizierte Klimaschutzprojekte kompensiert. In Bezug auf die Kundenkommunikation betraf dies im Geschäftsjahr 2022 Sendungen im zweistelligen Millionenbereich der Marken freenet Mobilfunk und klarmobil, mit errechneten CO₂-Emissionen von rund 247 t (Vorjahr: rund 363 t). Das Vorgehen soll in den kommenden Jahren auf weitere Marken ausgerollt werden, mit dem Ziel, eine konzernweite klimafreundliche Produktion und Zustellung von Standard-Vertragsdokumenten in der Kundenkommunikation zu gewährleisten. In der Zahlungsabwicklung im Bereich Mobilfunk fielen 2022 CO₂-Emissionen in Höhe von insgesamt 0,387 t an (Vorjahr: 0,588 t), die ebenfalls klimaneutral kompensiert wurden.

Durch den Paketversand an Kunden wurden im Geschäftsjahr 2022 CO₂-Emissionen in Höhe von 544,0 t verursacht (Vorjahr: 590,7 t). Einbezogen sind CO₂-Emissionen aus Lagerung, Verpackung, Warenausgang und Versand von Paketen an Kunden (exklusive CO₂-Emissionen aus darauf entfallenden Energieverbräuchen und Umlagerung). Die freenet Logistik hat auch 2022 Maßnahmen umgesetzt, um bspw. die ökologische Nachhaltigkeit von Verpackungsmaterialien zu verbessern oder das interne Versandaufkommen weiter zu optimieren bzw. zu reduzieren. Dazu zählt eine regelmäßige Überprüfung der standardisierten Kartonage-Dimensionen im Verhältnis zur Artikelvielfalt. Die ursprünglich für 2022 geplante Implementierung einer Softwarelösung zur Aussteuerung und Optimierung von Verpackungsgrößen hat sich verzögert, wurde aber Anfang 2023 angestoßen.

Der Recyclingplastikanteil für in der Logistik verwendete Füllstoffe liegt wie im Vorjahr bei rund 50 Prozent. Das geplante Ziel, den Recyclingplastikanteil bis Ende 2022 auf 100 Prozent zu erhöhen, konnte nicht erreicht werden. Gründe sind neben der starken Nachfrage nach recyclingfähigen Füllstoffen am Markt auch damit verbundene Investitionen für den technisch anspruchsvollen Umbau der Geräteinfrastruktur in der Logistik.

Im Hinblick auf die Zusammensetzung der verwendeten Verpackungsmaterialien werden – unter Berücksichtigung der gültigen und notwendigen Transportsicherungsstandards – auch externe Zulieferer in die Verantwortung genommen. Bereits seit 2020 werden bei Ausschreibungen für Füllstoffe und Verschlussmaterialien neben wirtschaftlichen und Sicherheitsfaktoren auch Nachhaltigkeitsaspekte mit einer Gewichtung von 40 Prozent bei der Auftragsvergabe einbezogen.

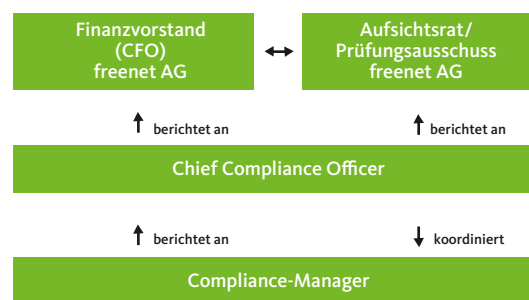
Compliance und Integrität

Managementansatz: freenet bekennt sich zu den geltenden Gesetzen und Normen und den zugrunde liegenden ethischen Grundsätzen. Integrität und Rechtskonformität stellen die wichtigsten Grundpfeiler für das gesellschaftliche und wirtschaftliche Miteinander dar. Zur Sicherung des Vertrauens aller Stakeholder stellt freenet daher die Einhaltung von gesetzlichen Vorgaben und internen Richtlinien sicher. Denn durch die Nichteinhaltung können sich negative Auswirkungen auf die Reputation und Vertrauenswürdigkeit von freenet ergeben und die Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern und Kunden nachhaltig gestört werden. Bei Straftaten verfolgt das Unternehmen selbstverständlich eine Null-Toleranz-Politik. Der Vorstand unterstreicht die strikte Grundhaltung durch einen „Tone from the Top“, der auch durch die nachgelagerten Führungskräfte in alle Bereiche der Organisation kommuniziert wird. Daneben tragen die Betriebsräte der freenet alle Compliance-Richtlinien mit. Die Rechtstreue als starker Bestandteil der Unternehmenskultur kommt durch aktives Tun und Unterstützen aller Unternehmensteile zum Ausdruck. Ziel ist es, Compliance-Risiken zu minimieren und dadurch die Vertrauenswürdigkeit von freenet langfristig zu bewahren und zu stärken.

Steuerung: Compliance-Management hat für freenet eine hohe Bedeutung. Um den allgemeinen Compliance-Risiken erfolgreich zu begegnen, hat das Unternehmen ein Compliance-Management-System (CMS) implementiert, das konzerneinheitliche Standards für Compliance-Themen wie die Korruptionsbekämpfung geschaffen hat. Compliance-Maßnahmen werden inhaltlich vom Chief Compliance Officer (CCO) verantwortet und in enger und konstruktiver Zusammenarbeit mit den Bereichen Interne Revision, Personal und Recht umgesetzt und kontinuierlich auf ihre Einhaltung kontrolliert. Die Koordination von Präventions- und Ermittlungsmaßnahmen erfolgt im Governance Board, das mit dem CFO, CCO und dem Head of Group Audit, Risk and Control besetzt ist. Die von der Unternehmensleitung beabsichtigten Maßnahmen werden zudem regelmäßig auf Basis neuer forensischer Erkenntnisse oder Gesetzesänderungen aktualisiert.

Der CCO berichtet unmittelbar an den Finanzvorstand (CFO) und berät diesen als Gesamtverantwortlichen für die Einhaltung von Gesetzen sowie die Überwachung von Compliance-Risiken bei der Umsetzung relevanter rechtlicher Vorgaben. Darüber hinaus berichtet der CCO regelmäßig, mindestens einmal je Geschäftsjahr, über die implementierten Prozesse, Entwicklungen und besonderen Vorkommnisse an den Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats, sodass dieser sich von der Wirksamkeit des CMS überzeugen kann. Anlassbezogen wird der Aufsichtsrat unverzüglich informiert, sofern schwerwiegende Risiken auftreten, die die Existenz der freenet AG gefährden könnten. Im Geschäftsjahr 2022, wie auch im Vorjahr, wurde der freenet AG kein bestätigter Fall von Korruption bekannt [GRI 205-3].

Abbildung 18: Compliance-Management-Struktur



Maßnahmen: Um zu ermitteln, in welchen Tätigkeitsbereichen das Risiko für Compliance-Verstöße besonders hoch ist, werden regelmäßig Risikoanalysen durchgeführt. Bezogen auf die typische Wirtschaftsstraftat Korruption tritt diese vor allem dort auf, wo der Bestechende mit geringen Mitteln auf größere Geldströme in seinem Sinne einwirken kann. Diese Gefahr besteht bei freenet z. B. im Kontext mit umsatzstarken Vertragspartnern, sowohl auf Kunden- als auch auf Lieferantenseite. Auf Basis der Risikobewertung wird die Gefahr jedoch als gering eingeschätzt, da es sich dabei stets um Unternehmen handelt, die selbst ein ausgeprägtes Engagement im Bereich Compliance zeigen; namentlich z. B. um die in Deutschland tätigen Mobilfunknetzbetreiber, die Anbieter von Smartphones sowie renommierte Elektronikfachhändler.

Allgemein setzt die freenet AG beim Management von Compliance-Risiken an mehreren Stellen gleichzeitig an, die jeweils durch Vorbeugung, Aufdeckung und Reaktion gekennzeichnet sind. Präventiv liegt der Schwerpunkt auf gezielter Information der Mitarbeiter. Durch adressatengerechte Schulungen, persönliche Gespräche und allgemeinverbindliche Richtlinien erhalten die Mitarbeiter ein stabiles Gerüst, an dem sie sich orientieren können. Die gelebte Unternehmenskultur fördert

24	Geschäftsmodell und Organisationsstruktur
26	Unternehmensstrategie und -ziele
28	Unternehmenssteuerung
32	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
34	Überblick über den Geschäftsverlauf

41	Chancen- und Risikoberichterstattung
51	Prognosebericht
55	Nichtfinanzielle Konzernerklärung
92	Corporate Governance und sonstige Angaben

den permanenten Austausch der Mitarbeiter miteinander und mit ihren Führungskräften über die bestehenden rechtlichen Risiken ihrer Tätigkeit.

Zu den wichtigsten Compliance-Themen im Alltag der Mitarbeiter wurden ergänzend klare Richtlinien und Vorgaben definiert. In diesem Kontext spielen die Zuwendungs-, die Einkaufs- und die Unterschriftenrichtlinie eine entscheidende Rolle, die u. a. der Korruptionsbekämpfung dienen. Aus diesem Grund gehören diese zum Audit Universe und werden jährlich risikobewertet und punktuell in den Prüfungsplan der Internen Revision aufgenommen. Die Zuwendungsrichtlinie will die unlautere Beeinflussung von Geschäftsabschlüssen sowohl nach innen als auch nach außen verhindern. Alle Mitarbeiter haben aufgrund der Zuwendungsrichtlinie sämtliche erhaltenen und gewährten Zuwendungen von mehr als 20 Euro quartalsweise über ihre Vorgesetzten an den Compliance-Bereich zu melden, sodass Geschenke, Einladungen und Vergünstigungen auf ihre sachliche, wie rechtliche Ordnungsmäßigkeit überprüft werden können. Bei freenet sind der Erhalt und die Gewährung von Zuwendungen nur gestattet, wenn unmissverständlich ausgeschlossen werden kann, dass eine geschäftliche Entscheidung beeinflusst wird.

Die Unterschriftenrichtlinie stellt indessen sicher, dass nur ausgewählte Personen Geschäftsabschlüsse tätigen können, und bei wichtigen Willenserklärungen auch stets Bevollmächtigte aus unterschiedlichen Ressorts beziehungsweise Bereichen unterzeichnen. Darüber hinaus sichert die Einkaufsrichtlinie durch klare prozessuale Vorgaben und die zwingende Einschaltung der Einkaufsabteilung – als neutrale Stelle neben dem beschaffenden Fachbereich – für wesentliche Erwerbsvorgänge eine Beschaffung beim objektiv besten Lieferanten. Zahlungsvorgänge mit Kunden und Lieferanten werden darüber hinaus grundsätzlich unbar abgewickelt. Nur im Endkundenverkehr akzeptiert freenet im verkehrsüblichen Umfang Bargeld, um Geldwäsche bestmöglich entgegenzuwirken. Außerdem bietet der Compliance Bereich über eine Hotline stets rechtliche und inhaltliche Beratung an, um mögliche Unsicherheiten in der täglichen Arbeit schnell auszuräumen. Die Ermittlung von etwaigen Rechtsverstößen erfolgt ebenfalls mehrgleisig. Mögliche Regelverstöße werden insbesondere von der Internen Revision und dem zentralen Fraud-Management verfolgt.

Wenn Mitarbeiter Fehlverhalten beobachten oder einen Verstoß gegen Gesetze oder interne Richtlinien vermuten, sind sie angehalten, dies unverzüglich an den Compliance-Bereich zu melden. Hierfür steht ihnen und Unternehmensexternen (z. B. Franchisenehmern oder Lieferanten) rund um die Uhr ein Hinweisgebersystem zur Verfügung, das den Erfordernissen des § 8 des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes (LkSG) entspricht. Kontaktmöglichkeiten zur Meldung des Verdachts von Compliance-Verstößen sowie weiterführende Informationen zum Meldeverfahren sind im Intranet der freenet AG sowie auf der Unternehmens-Website unter fn.de/hinweisgeber verfügbar. Meldungen können wahlweise

anonym oder unter Offenlegung der Identität vorgenommen werden. Selbstverständlich werden alle Hinweisgeber im Einklang mit der Whistleblower-Richtlinie der EU vor negativen Folgen aufgrund der Meldung geschützt. Der Hinweisgeberausschuss prüft eingehende Hinweise und leitet gegebenenfalls weitere Ermittlungen ein. Die Zusammensetzung und Arbeitsweise des Ausschusses werden in der Erklärung zur Unternehmensführung (fn.de/erklaerungzurunternehmensfuehrung) näher erläutert.

Ein Aspekt, der in den vergangenen Jahren ständig an Bedeutung zugenommen hat, ist die Verantwortung von Unternehmen für Menschenrechts- und Umweltverstöße in der Lieferkette. Die daraus resultierende Verantwortung nimmt die freenet AG sehr ernst und hat deshalb bereits seit vielen Jahren einen Verhaltenskodex für Geschäftspartner implementiert und zum Gegenstand seiner Vertragsbeziehungen im B2B-Umfeld gemacht. Nähere Informationen zum Lieferketten-Management sind im Abschnitt „Lieferkette und menschenrechtliche Sorgfalt“ in dieser Nichtfinanziellen Erklärung dargestellt.

Lieferkette und menschenrechtliche Sorgfalt

Managementansatz: freenet ist sich seiner ökologischen und menschenrechtlichen Verantwortung als Unternehmen bewusst und legt deshalb darauf Wert, diese Aspekte auch innerhalb von Geschäfts- und Beschaffungsprozessen zu wahren und einzuhalten. Auch der Gesetzgeber hat deren Bedeutung durch die Verabschiedung des LkSG unlängst betont. Es soll der Verbesserung der internationalen Menschenrechtssituation dienen, indem es Anforderungen an ein verantwortliches Management von Lieferketten für bestimmte Unternehmen festlegt.

Das Ziel von freenet ist es, neben allen übrigen Lieferanten auch die Smartphone-Hersteller und Netzbetreiber in die Pflicht zu nehmen, ihren Einfluss und ihre Stellung in der Wertschöpfungskette zu nutzen, um insbesondere die Einhaltung von menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten und den Ausschluss von Konfliktmineralien bei der Produktion von Telekommunikationshardware und -zubehör sicherzustellen. Die Möglichkeit von freenet, auf ihre Hauptlieferanten in Bezug auf Nachhaltigkeitsaspekte Einfluss auszuüben, ist allerdings in Anbetracht ihres Anteils am Gesamtgeschäftsvolumen dieser Lieferanten sowie der Positionierung in der Wertschöpfungskette begrenzt.

Steuerung: Die sich konstant entwickelnde Lieferantenbasis von freenet umfasst rund 1.500 Lieferanten aus verschiedenen Ländern. Mehr als 90 Prozent des monetären Einkaufsvolumens entfällt auf folgende Hauptlieferanten im Segment Mobilfunk:

- Mobilfunknetzbetreiber: Deutsche Telekom, Vodafone und Telefónica Deutschland
- Endgeräte-/Zubehörhersteller: Apple, Huawei oder Samsung
- Dienstleister in der (ausgelagerten) Kundenbetreuung wie etwa Capita

Die wesentliche Beschaffungsorganisation und -verantwortung ist im Vorstandsressort „Partnerbeziehungen“ gebündelt. Die Zusammenarbeit mit den genannten Mobilfunknetzbetreibern, Endgeräte-/Zubehörherstellern und Dienstleistern in der Kundenbetreuung übernehmen jeweils separate Einkaufseinheiten. Alle übrigen Lieferanten werden zentral durch den indirekten Einkauf (entspricht indirektem Einkaufsvolumen) betreut und verantwortet. Daneben verfügt die Media Broadcast aufgrund der hohen Spezifität der zu beschaffenden Vorleistungen über eine eigene Einkaufseinheit.

Mit Inkrafttreten des LkSG zum 1. Januar 2023 wird auf nationaler Ebene die unternehmerische Verantwortung für die Einhaltung von Menschenrechten und umweltbezogenen Sorgfaltspflichten in den Lieferketten geregelt. In diesem Zusammenhang wird die freenet AG ihre Anstrengungen intensivieren und unter anderem das bestehende Risikomanagement verbessern, systematische Risikoanalysen für umwelt- und menschenrechtsbezogene Risiken durchführen und Präventionsmaßnahmen verankern.

Im Hinblick auf seine direkte Lieferantenstruktur hat das Unternehmen nach eigener Einschätzung eine insgesamt geringe Risikoexposition: Nahezu 95 Prozent der Lieferanten, die im Kalenderjahr 2022 neu beauftragt wurden (bzw. nahezu 95 Prozent des indirekten Einkaufsvolumens), haben ihren Sitz in Deutschland, einem anderen EU-Mitgliedsland oder im europäischen Wirtschaftsraum. Diese Lieferanten unterliegen somit vergleichbar strikten gesetzlichen (Transparenz-)Vorschriften in Bezug auf ökologische und menschenrechtliche Aspekte wie die freenet AG selbst. Mit Blick auf das LkSG bedeutet dies, dass das Risiko von Verletzungen der über das Gesetz geschützten Rechtspositionen bei unmittelbaren Lieferanten von freenet grundsätzlich als sehr gering eingeschätzt werden kann.

Maßnahmen: Unabhängig von der Risikoeinschätzung hat freenet verschiedene Maßnahmen etabliert, um der selbst gesetzten Verantwortung im Beschaffungsprozess weiter Ausdruck zu verleihen. So wurde im Jahr 2018 ein konzern-einheitlicher Verhaltenskodex für Zulieferer (auch: Supplier Code of Conduct) formuliert, der regelmäßig entsprechend den Markterfordernissen überarbeitet wird. Er definiert Mindeststandards im Bereich Menschenrechte (u. a. keine Toleranz gegenüber Zwangsarbeit oder Zwangsverpflichtung von Arbeitskräften), Sozialstandards (u. a. Zahlung von Löhnen entsprechend der gesetzlichen Vorgaben), Umweltschutz, Sicherheit, Gesundheit sowie Compliance und wird grundsätzlich in alle neuen Beschaffungsverträge /-vorgänge einbezogen. Alternativ wird von strategischen Lieferanten eine Erklärung verlangt, dass deren Standards, denen von freenet mindestens entsprechen. Zusätzlich erfolgt eine Verpflichtung der Lieferanten auf den Supplier Code of Conduct sowie auf die im Global Compact, den Guiding Principles der Vereinten Nationen (UN) sowie der Erklärung für grundlegende Rechte bei der Arbeit der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) zum Ausdruck kommenden Grundprinzipien standardmäßig über die Allgemeinen Einkaufsbedingungen.

Bei Verstößen gegen den Verhaltenskodex für Lieferanten behält sich freenet angemessene, von der Schwere des Verstoßes abhängige Reaktionen und Sanktionen vor. Hierzu zählen insbesondere, jedoch nicht ausschließlich, die Aufforderung zur unverzüglichen Beseitigung des Verstoßes, die Geltendmachung von Schadensersatz oder – in letzter Konsequenz – die Vertragskündigung. Sofern Lieferanten oder deren Mitarbeiter einen Verstoß gegen geltendes Recht oder Standards der freenet vermuten, beinhaltet der Verhaltenskodex einen unmittelbaren Kontakt zum Compliance-Bereich der freenet, der gegebenenfalls Ermittlungen einleitet. Die Kontaktaufnahme ist auch anonym möglich.

Zur Untermauerung der selbst gesetzten Verantwortung wurden im Jahr 2017 Nachhaltigkeitsaspekte als Entscheidungsparameter in die freenet Einkaufsrichtlinie aufgenommen. Dadurch sollen die verantwortlichen Mitarbeiter sensibilisiert werden, bei der Einkaufsentscheidung explizit auch jene Aspekte zu berücksichtigen. Seit 2020 werden dementsprechend bei allen Ausschreibungen neben Aspekten zur finanziellen Situation auch Auskünfte zu Nachhaltigkeitsaspekten vorab eingeholt, sofern dies aufgrund der konkreten Umstände des Einzelfalls sinnvoll oder notwendig erscheint. In diesem Zusammenhang wird von allen Lieferanten und Dienstleistern immer eine Vorabzustimmung zum freenet Supplier Code of Conduct eingeholt.

24	Geschäftsmodell und Organisationsstruktur
26	Unternehmensstrategie und -ziele
28	Unternehmenssteuerung
32	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
34	Überblick über den Geschäftsverlauf

41	Chancen- und Risikoberichterstattung
51	Prognosebericht
55	Nichtfinanzielle Konzernklärung
92	Corporate Governance und sonstige Angaben

In der separaten Einkaufsrichtlinie der Media Broadcast finden insbesondere die Aspekte Umweltschutz und Energieeffizienz eine verstärkte Beachtung, da die freenet Tochtergesellschaft aufgrund ihrer Sendefrastruktur ein intensiver Stromverbraucher ist. Bei gänzlicher Gleichwertigkeit von Angeboten sind Lieferanten zu bevorzugen, die eben diese Aspekte stärker berücksichtigen. In Bezug auf die Beschaffung jeglichen technischen Equipments wird der Stromverbrauch seit 2021 standardmäßig als eines der relevantesten Kriterien in der technischen Angebotsanalyse bei Ausschreibungen bewertet.

Bislang hat eine systematische, konzernweite Überprüfung von Lieferanten, bspw. im Zuge von Auditierung, auf Einhaltung der Vorgaben des freenet Supplier Code of Conduct nicht stattgefunden. In Teilbereichen des Konzerns wurden erste Maßnahmen, insbesondere im Hinblick auf die neuen gesetzlichen Rahmenbedingungen aus dem LkSG, jedoch bereits umgesetzt bzw. angestoßen. So hat die Media Broadcast bspw. eine ausführliche Analyse aller Lieferanten mit einem Einkaufsvolumen größer 5.000 Euro durchgeführt. Gegenstand war die Prüfung, inwieweit die angewandten Richtlinien der jeweiligen Lieferanten zum nachhaltigen Wirtschaften den Mindestanforderungen des Supplier Code of Conduct entsprechen. Die Überprüfung soll zukünftig regelmäßig und anlassbezogen durchgeführt werden. Für 2023 plant die freenet Tochtergesellschaft in diesem Zuge die Einführung eines automatisierten Reportings zur Überwachung der Einhaltung der Mindestanforderungen des Supplier Code of Conduct durch die Lieferanten.

EU-Taxonomie-Bericht

Gegenstand und Zielsetzung der EU-Taxonomie

Hauptziele des Aktionsplans der Europäischen Kommission zur Finanzierung eines nachhaltigen Wachstums sind die Neuausrichtung der Kapitalströme auf nachhaltige Investitionen und die Gewährleistung der Markttransparenz. Ziel ist die Transformation der europäischen Wirtschaft hin zu einer CO₂-neutralen Wirtschaft bis zum Jahr 2050. Mit der EU-Taxonomie hat die Europäische Kommission ein zentrales Steuerungsinstrument geschaffen, um dieses Ziel zu erreichen und den Übergang zu einer nachhaltigen Wirtschaft zu fördern.

Rechtliche Grundlage für Unternehmen bildet die Verordnung (EU) 2020/852 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 18. Juni 2020 (im Folgenden: Taxonomie-Verordnung bzw. EU-Taxonomie) über die Einrichtung eines Rahmens zur Erleichterung nachhaltiger Investitionen und zur Änderung der Verordnung (EU) 2019/2088. Gemäß Art. 8 der Taxonomie-Verordnung in Verbindung mit der Delegierten Verordnung (EU) 2021/2178 der Kommission vom 6. Juli 2021 (im Folgenden: Delegierter Rechtsakt zu Art. 8 der Taxonomie-Verordnung) haben Nicht-Finanzunternehmen den Anteil ihrer Umsatzerlöse, den Anteil ihrer Investitionsausgaben (CapEx) und den Anteil der Betriebsausgaben (OpEx) offenzulegen, die mit Wirtschaftsaktivitäten⁴ verbunden sind, die im Sinne der Taxonomie-Verordnung als ökologisch nachhaltig einzustufen sind.

Für das Geschäftsjahr 2022 sind die Angaben nur für die (Wirtschafts-)Aktivitäten zu machen, die von der EU für die ersten beiden („Klimaschutz“ und „Anpassung an den Klimawandel“) der insgesamt sechs Umweltziele, die in Art. 9 der Taxonomie-Verordnung genannt werden, definiert wurden. Für die übrigen Umweltziele wurden die relevanten Aktivitäten bisher noch nicht definiert.

⁴ Übersetzt aus der englischen Fassung der Taxonomie-Verordnung („economic activities“) und gleichbedeutend verwendet mit dem deutschen Begriff „Wirtschaftstätigkeit“.

Wirtschaftsaktivität der freenet AG

Grundlagen und Definitionen

In der EU-Taxonomie wird zwischen taxonomiefähigen (taxonomy-eligible) und taxonomiekonformen (taxonomy-aligned) Aktivitäten unterschieden. Taxonomiefähig ist eine Wirtschaftsaktivität, sofern sie in einem der (bisherigen) Delegierten Rechtsakte⁵ genannt wird, die die Taxonomie-Verordnung ergänzen und die Umweltziele spezifizieren. Hierbei ist es nicht notwendig, dass die Aktivität ein oder alle technischen Bewertungskriterien, die in den Delegierten Rechtsakten genannt werden, erfüllt. Als nichttaxonomiefähig gelten im Umkehrschluss alle Wirtschaftsaktivitäten, die nicht in den ergänzenden Delegierten Rechtsakten genannten werden.

Taxonomiekonform, also ökologisch nachhaltig im Sinne der Taxonomie-Verordnung, ist eine Wirtschaftsaktivität, sofern sie die folgenden Anforderungen kumulativ erfüllt:

- Sie leistet einen wesentlichen Beitrag zu einem oder mehreren Umweltzielen, nachgewiesen durch Einhaltung der von der EU definierten Kriterien für den substanziellen Beitrag,
- sie beeinträchtigt die Erreichung der übrigen Umweltziele nicht erheblich („DNSH: Do No Significant Harm“) und
- sie wird unter Berücksichtigung sozialer Mindestschutzkriterien („Minimum Safeguards“) ausgeführt.

Die genannten Anforderungen und Kriterien wurden bisher für die Umweltziele „Klimaschutz“ (Annex 1) und „Anpassung an den Klimawandel“ (Annex 2) definiert.

Die Interpretation der Aktivitätenbeschreibung der EU-Taxonomie obliegt aufgrund auslegungs-bedürftiger Definitionen und fehlender Kommentarliteratur seitens des Regulierers, der Wissenschaft oder von einschlägigen Praktikern den aufstellenden Unternehmen. Im Rahmen der Erstellung der Angaben zur EU-Taxonomie hat die freenet AG Auslegungshinweise zur Taxonomie-Verordnung sowie den Delegierten Rechtsakten und zuletzt veröffentlichten FAQs von der Europäischen Kommission vom 19. Dezember 2022 angemessen gewürdigt. Die nachstehenden Berichtspflichten spiegeln den aktuellen Stand der Interpretationen wider. Die Europäische Wertpapier- und Marktaufsichtsbehörde (ESMA) betont jedoch, dass bezüglich der Erhebung und Bewertung der taxonomiefähigen sowie der taxonomiekonformen Aktivitäten noch mit weiteren Anpassungen zu rechnen sei.

Vorgehensweise zur Identifikation taxonomiefähiger und -konformer Wirtschaftsaktivitäten

Zur Implementierung der Anforderungen der EU-Taxonomie wurde ein Projektkernteam unter Beteiligung der Bereiche Controlling, Investor Relations & ESG Reporting, Rechnungswesen und Recht zusammengestellt. Zunächst wurden die taxonomiebezogenen Anforderungen erörtert und ein einheitliches Verständnis über die Berichtspflichten geschaffen. Zur Identifikation taxonomiefähiger Wirtschaftsaktivitäten wurden Interviews mit den Experten der jeweiligen Fachbereiche durchgeführt, um die Betroffenheit einzelner Geschäftsaktivitäten durch die EU-Taxonomie im Detail zu analysieren und die identifizierten Themen zu strukturieren. Ausgangspunkt der Analyse waren die gemäß IFRS 8 ermittelten Segmente „Mobilfunk“ und „TV und Medien“ und ihre primären Umsatzaktivitäten.

Die freenet AG erbringt in ihrem Segment „Mobilfunk“ hauptsächlich Dienstleistungen als Mobilfunk-Service-Provider. Die primäre Umsatzaktivität liegt im Einkauf und der Vermarktung von Mobilfunkdienstleistungen vorwiegend an Privatkunden. Ein eigenes Mobilfunknetz wird nicht betrieben, sondern auf die bereitgestellte Netzinfrastruktur der in Deutschland ansässigen Netzbetreiber zurückgegriffen. Im Segment „TV und Medien“ liegt die wesentliche Umsatzaktivität in der Übertragung von Fernseh- und Radioprogrammen Dritter mittels einer eigenen oder angemieteten Infrastruktur. Diesbezüglich vermarktet die freenet AG auch den technologischen Zugang zum linearen Fernsehen über Antenne (DVB-T2) oder IPTV an Privatkunden. Die primären Umsatzaktivitäten der freenet AG lassen sich dem (NACE-)Sektor „Information und Kommunikation“ zuordnen, der von der EU-Taxonomie abgedeckt wird, womit eine übergeordnete Betroffenheit durch die EU-Taxonomie festgehalten werden kann.

Die Ergebnisse der detaillierten Betroffenheitsanalyse auf Aktivitätsebene wurden in einer Betroffenheitsmatrix zusammengefasst und werden nachfolgend dargestellt. Für das Geschäftsjahr 2022 wurde die initiale Analyse aus dem Jahr 2021 unter Berücksichtigung der im abgelaufenen Geschäftsjahr tatsächlich angefallenen Geschäftsvorfälle und Aktivitäten erneut gewürdigt. Grundsätzlich ergaben sich auch unter Berücksichtigung der ergänzenden Delegierten Rechtsakte vom 9. März 2022 keine wesentlichen Änderungen hinsichtlich der Einschätzung der initialen Betroffenheit.

Des Weiteren wurden durch das Projektkernteam die Anforderungen an die Taxonomiekonformität bezogen auf die einzelnen taxonomiefähigen Wirtschaftsaktivitäten analysiert und deren Erfüllungsgrad ausgewertet. Die Ergebnisse werden in den folgenden Kapiteln dargestellt.

⁵ Delegierte Verordnung (EU) 2021/2139 Annex 1 der Kommission vom 4. Juni 2021 (im Folgenden: Delegierter Rechtsakt zu Art. 10 der Taxonomie-Verordnung (Annex 1)) sowie Delegierte Verordnung (EU) 2021/2139 Annex 2 der Kommission vom 4. Juni 2021 (im Folgenden: Delegierter Rechtsakt zu Art. 11 der Taxonomie-Verordnung (Annex 2)) nebst Delegierter Verordnung (EU) 2022/1214 der Kommission vom 9. März 2022 zur Änderung der zuvor genannten Delegierten Verordnung.

Taxonomiefähige Wirtschaftsaktivitäten

Nach gegenwärtigem Verständnis der EU-Taxonomie kommt es nicht nur darauf an, ob eine Wirtschaftsaktivität unmittelbar der Umsatzgenerierung und damit dem eigentlichen Wirtschaften des Unternehmens dient. Vielmehr kann jede Aktivität, die im Unternehmen ausgeübt wird, taxonomierelevant sein.

Im Rahmen der Erbringung der eigenen Dienstleistungen und Services greift die freenet AG auf Produkte und Leistungen von Lieferanten zurück. Im Kontext der EU-Taxonomie handelt es sich hierbei um den Erwerb von Output taxonomiefähiger Aktivitäten oder die Durchführung einzelner Maßnahmen zur Verbesserung der Energieeffizienz, die von der EU-Taxonomie abgedeckt werden. Betroffen sind hier vor allem infrastrukturelle Themen wie das Leasing von Fahrzeugen (Abschnitt 6 – Sektor „Verkehr“) oder die genutzten Gebäude (Abschnitt 7 – Sektor „Baugewerbe und Immobilien“). Darüber hinaus zählen auch Aktivitäten in Bezug auf Datenzentren (Abschnitt 8 – Sektor „Information und Kommunikation“) dazu. Alle für das Geschäftsjahr 2022 relevanten Aktivitäten werden in Tabelle 29 aufgezählt und beschrieben.

Tabelle 29: Taxonomiefähige Wirtschaftsaktivitäten

Nr.	Wirtschaftsaktivität	Beschreibung bezogen auf die freenet AG
Macro-Sektor „Verkehr“		
6.5	Beförderung mit Motorrädern, Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen	Fuhrpark bestehend aus Dienst- und Servicewagen
Macro-Sektor „Baugewerbe und Immobilien“		
7.2	Renovierung bestehender Gebäude	Renovierung des Bürogebäudes am Standort Büdelsdorf
7.3	Installation, Wartung und Reparatur von energieeffizienten Geräten	Installation von energieeffizienter LED-Beleuchtung an den eigenen und angemieteten Standorten sowie Shops und Stores
7.4	Installation, Wartung und Reparatur von Ladestationen für Elektrofahrzeuge	Errichtung einer Ladeinfrastruktur an den Bürostandorten
7.7	Erwerb von und Eigentum an Gebäuden	Nach der Renovierung fertiggestellte Bauabschnitte am Standort Büdelsdorf
Macro-Sektor „Information und Kommunikation“		
8.1	Datenverarbeitung, Hosting und damit verbundene Tätigkeiten	Betrieb eines eigenen Datenzentrums sowie zwei angemietete Colocation-Bereichen inkl. Stromversorgung und Klimatisierung (gem. IFRS 16 bilanzierte Nutzungsrechte) ausgestattet mit eigener IT.

In Bezug auf die Aktivitäten steht das Ziel „Klimaschutz“ im Vordergrund. Maßnahmen, die eine „Anpassung an den Klimawandel“ zum Ziel hatten, wurden nicht durchgeführt.

Darüber hinaus wurden folgende für den Sektor „Information und Kommunikation“ relevante Aktivitäten für die genannten Kerngeschäftsbereiche „Mobilfunk“ und „TV und Medien“ gewürdigt:

- Aktivität 8.2: Datenbasierte Lösungen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen (Annex 1)
- Aktivität 8.3: Rundfunkfähigkeiten (Annex 2)

In beiden Fällen hat die detaillierte Analyse und Interpretation der Aktivitätsbeschreibungen durch das Projektkernteam ergeben, dass die Kerngeschäftsbereiche den Aktivitäten nicht zugeordnet werden können. Entsprechend werden die primären Umsatzaktivitäten derzeit nicht von der EU-Taxonomie abgedeckt.

In Bezug auf Aktivität 8.2 (Annex 1) wurde in den zuletzt von der Europäischen Kommission veröffentlichten FAQs zudem klargestellt, dass allgemeine elektronische (Tele-)Kommunikationsnetze zwar eine wichtige und notwendige Voraussetzung sind, um die in der Aktivität genannten IKT-Lösungen zu realisieren, sie aber nicht vorrangig zur Emissionsverringerung betrieben werden. Allgemeine Telekommunikationsinfrastrukturen, wie Mobilfunknetze, sind daher nicht von der Aktivität abgedeckt. Entsprechend ist die Wirtschaftsaktivität der freenet AG, die darin liegt, Kunden Zugang zur mobilen Kommunikation zu ermöglichen, ebenfalls nicht von Aktivität 8.2 (Annex 1) abgedeckt.

Taxonomiekonformität der identifizierten taxonomiefähigen Wirtschaftsaktivitäten

Die erweiterten Berichtspflichten im Rahmen der EU-Taxonomie für das Geschäftsjahr 2022 sehen vor, die Taxonomiekonformität der identifizierten Wirtschaftsaktivität zu analysieren und anzugeben. Im Rahmen der Untersuchung hat sich herausgestellt, dass keine der oben genannten Aktivitäten taxonomiekonform ist.

In Bezug auf die Datenzentren (Aktivität 8.1) werden die Kriterien, die von der EU für einen substanziellen Beitrag zum Umweltziel „Klimaschutz“ definiert wurden, nicht erfüllt. Das Treibhauspotenzial (Global Warming Potential, GWP) der Kältemittel, die im Kühlsystem der drei Rechenzentren verwendet werden, liegt jeweils oberhalb des definierten Maximalwerts von 675, aber innerhalb der Vorgaben der Verordnung (EU) 517/2014 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16. April 2014 über fluorierte Treibhausgase. Aufgrund der Überschreitung des Maximalwerts sowie des sequenziellen Charakters des dreistufigen Tests gem. Art. 3 der Taxonomie-Verordnung wurde auf eine weitere Prüfung der übrigen Kriterien und Anforderungen verzichtet.

Tabelle 30: Quantitative EU-Taxonomie-Angaben 2022

Taxonomie-KPI	Gesamt (KPI-Nenner)	Nichttaxonomiefähiger Anteil	Taxonomiefähiger Anteil	Taxonomiekonformer Anteil
in Mio. EUR bzw. lt. Angabe				
Umsatz	2.556,7	2.553,1	99,9%	3,6
CapEx	182,3	176,7	96,9%	5,5
OpEx	32,1	26,1	81,1%	6,1

Die anderen Aktivitäten stehen gem. dem Delegierten Rechtsakt zu Art. 8 der Taxonomie-Verordnung im Zusammenhang mit dem Erwerb von Output taxonomiefähiger Wirtschaftsaktivitäten und Einzelmaßnahmen („Kategorie (c)“ unter Ziffer 1.1.2.1. bzw. Ziffer 1.1.3.1. gemäß dem Delegierten Rechtsakt zu Art. 8 der Taxonomie-Verordnung), die es ermöglichen, die Treibhausgasemissionen der primären (nichttaxonomiefähigen) Umsatzaktivitäten der freenet AG zu verringern. Gemäß aktuellem Diskussionsstand in einschlägigen Fachgremien ist der Nachweis über die Taxonomiekonformität des bezogenen Outputs gemeinsam durch den jeweiligen Lieferanten bzw. Besitzer und das berichtende Unternehmen zu erbringen. Da viele Unternehmen selbst gerade erst die Konformität prüfen und deren Ergebnisse aufgrund des zeitlichen Aspekts von der freenet AG gar nicht einbezogen werden können, kann über den Erfüllungsgrad dieser von Dritten bezogenen Leistungen aktuell noch keine Aussage getroffen werden. Darüber hinaus sind viele Unternehmen nicht berichtspflichtig im Rahmen der EU-Taxonomie. Eine Taxonomiekonformität kann in Bezug auf die übrigen Aktivitäten entsprechend nicht konstatiert werden.

Taxonomie-Kennzahlen und Rechnungslegungsgrundsätze

Gemäß Art. 8 der Taxonomie-Verordnung umfassen die berichtspflichtigen Leistungskennzahlen (Taxonomie-KPIs) ein Umsatz-KPI, CapEx-KPI und OpEx-KPI. Nicht-Finanzunternehmen haben neben dem taxonomiefähigen Anteil auch den taxonomiekonformen Anteil ihres Umsatzes, CapEx und OpEx auszuweisen. Letztere Davon-Angabe wird von der freenet AG aufgrund fehlender taxonomiekonformer Wirtschaftsaktivitäten mit null ausgewiesen.

Der Delegierte Rechtsakt zu Art. 8 der Taxonomie-Verordnung (Annex 1) legt den Inhalt, die Berechnungsmethoden und die Darstellung für die offenzulegenden KPIs von Nicht-Finanzunternehmen fest. Die freenet AG hat die für das Berichtsjahr erforderlichen Daten in Übereinstimmung mit den in diesem Delegierten Rechtsakt genannten Definitionen und Vorgaben ermittelt, welche im Folgenden dargestellt werden.

Die Finanzdaten zur Berechnung der Kennzahlen stammen direkt aus dem Rechnungslegungssystem des Konzerns. Durch die direkte Zuordnung von relevanten Transaktionen auf die jeweilige taxonomiefähige Aktivität werden Doppelzählungen ausgeschlossen.

Umsatz-KPI

Der Anteil taxonomiefähiger Wirtschaftsaktivitäten an den Konzernumsatzerlösen wurde kalkuliert auf Basis des Anteils der Nettoumsätze, die aus Waren und Dienstleistungen stammen, die mit taxonomiefähigen Wirtschaftsaktivitäten in Zusammenhang stehen (Zähler), geteilt durch die Konzernumsatzerlöse der freenet AG (Nenner); jeweils für das Geschäftsjahr beginnend am 1. Januar bis zum 31. Dezember.

Die im Nenner zugrunde gelegten Konzernumsatzerlöse stimmen dabei mit den Nettoumsatzerlösen des Konzerns, die in Übereinstimmung mit IAS 1.82 ausgewiesen werden, überein. Weitere Einzelheiten zu den Rechnungslegungsgrundsätzen in Bezug auf die Umsatzrealisierung befinden sich in der Anhangangabe Textziffer (Tz.) 2.1. Die Konzernumsatzerlöse stimmen mit Nettoumsatzerlösen des Konzerns gemäß Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung bzw. Anhangangabe Tz. 4 überein.

Der Zähler des Umsatz-KPI entspricht den Nettoumsätzen, die aus Waren und Dienstleistungen stammen, die mit taxonomiefähigen Wirtschaftsaktivitäten in Zusammenhang stehen. Entsprechend wird hier – wie auch im Vorjahr – lediglich der Umsatzanteil des eigenen Datenzentrums in Höhe von 3,6 Millionen Euro (Aktivität 8.1. (Datenverarbeitung, Hosting und damit verbundene Tätigkeiten)) ausgewiesen, der sich aus der Erbringung von Dienstleistungen gegenüber externen Dritten ergibt.

CapEx-KPI

Der CapEx-KPI ist definiert als taxonomiefähige CapEx (Zähler) dividiert durch die Gesamt-CapEx (Nenner).

Der Nenner umfasst die Zugänge an Sachanlagevermögen und immateriellen Vermögenswerten während des Geschäftsjahres vor Abschreibungen, Amortisationen und jeglicher Neubewertungen, einschließlich solcher, die sich aus Zuschreibungen und Wertminderungen ergeben, und ohne Änderungen des beizulegenden Zeitwerts. Von den im Delegierten Rechtsakt zu Art. 8 der Taxonomie-Verordnung genannten CapEx-Kategorien enthält die hier zugrunde gelegte Grundgesamtheit der Investitionen die Bruttozugänge des Sachanlagevermögens (IAS 16), der immateriellen Vermögenswerte (IAS 38) und die Zugänge in den langfristigen Nutzungsrechten (IFRS 16). Zugänge aus Unternehmenszusammenschlüssen (IFRS 3) – sofern erfolgt – sind ebenfalls Teil des Nenners. Zugänge zum Geschäfts- oder Firmenwert werden nicht einbezogen, da sie nicht die Definition eines immateriellen Vermögenswerts (IAS 38) erfüllen. Weitere Einzelheiten zu den Rechnungslegungsgrundsätzen in Bezug auf Investitionen finden sich in der Anhangangabe Tz. 2.2. sowie Tz. 2.3. Die Gesamtinvestitionen entsprechen der Summe aus den Zugängen zu den Sachanlagen (IAS 16) und immateriellen Vermögenswerten (IAS 38) unter Anhangangabe Tz. 37 sowie den Zugängen zum Leasingvermögen (IFRS 16) unter Anhangangabe Tz. 2.5.1.

Erläuterungen zur Zusammensetzung des Zählers finden sich unter „Erläuterungen zum Zähler des CapEx- und OpEx-KPI“.

OpEx-KPI

Der OpEx-KPI ist definiert als taxonomiefähige OpEx (Zähler) dividiert durch die Gesamt-OpEx (Nenner) gemäß Definition der EU-Taxonomie.

Der Nenner umfasst direkte, nicht aktivierte Aufwendungen, die sich auf Forschung und Entwicklung, Gebäudesanierungsmaßnahmen, kurzfristiges Leasing, Wartung und Reparatur sowie sämtliche anderen direkten Aufwendungen im Zusammenhang mit der täglichen Wartung des Sachanlagevermögens beziehen, um die kontinuierliche und effektive Funktionsfähigkeit dieser Vermögenswerte sicherzustellen. Folgende Sachverhalte sind enthalten:

- Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen haben weder im Geschäftsjahr noch im Vorjahr die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung beeinflusst.
- Kurzfristige Leasingverhältnisse beziehen sich auf die in Übereinstimmung mit IFRS 16 ermittelten Aufwendungen unter Anhangangabe Tz. 2.5.1.
- Wartungs- und Reparaturaufwendungen sowie sämtliche andere direkte Aufwendungen im Zusammenhang mit der täglichen Wartung des Sachanlagevermögens wurden anhand einer Einzelkontenanalyse ermittelt und lassen sich verschiedenen Positionen (u. a. Instandhaltung von Verwaltungsgebäuden, Systemtechnik oder IT-Systemen) der sonstigen betrieblichen Aufwendungen (siehe Anhangangabe Tz. 10) zuordnen. Gebäudesanierungsmaßnahmen sind ebenfalls enthalten.
- Personalaufwendungen, die mit den zuvor aufgeführten Bereichen in Verbindung stehen, werden ebenfalls einbezogen. Die EU-Taxonomie macht diesbezüglich keine explizite Angaben, dass diese nicht einbezogen werden dürfen. Insbesondere die auf Wartung und Reparatur der technischen Infrastruktur entfallenden Personalkosten wurden entsprechend der Kostenstellenzuordnung der Mitarbeiter berücksichtigt.

Für die Grundgesamtheit der Betriebskosten wurde auf die entsprechenden Konzernkonten zurückgegriffen.

Erläuterungen zur Zusammensetzung des Zählers finden sich unter „Erläuterungen zum Zähler des CapEx- und OpEx-KPI“.

Erläuterungen zum Zähler des CapEx- und OpEx-KPI

Die oben genannten primären Umsatzaktivitäten der freenet AG werden von der EU-Taxonomie nicht abgedeckt. Entsprechend werden für diese Aktivitäten im jeweiligen Zähler keine CapEx oder OpEx angesetzt, die sich auf Vermögenswerte oder Prozesse beziehen, die mit taxonomiefähigen (-konformen) Wirtschaftsaktivitäten verbunden sind („Kategorie (a)“ unter Ziffer 1.1.2.1. bzw. Ziffer 1.1.3.1. des Delegierten Rechtsakts zu Art. 8 der Taxonomie-Verordnung). Lediglich diejenigen CapEx und OpEx, die auf die Querschnittsaktivität 8.1 (eigenes Datenzentrum) entfallen und mit einer externen Umsatztätigkeit in Verbindung stehen, lassen sich anteilig der Kategorie (a) zurechnen. Entsprechend werden diesbezüglich nur taxonomiefähige CapEx/OpEx ausgewiesen. Ein CapEx-Plan zur Umwandlung der taxonomiefähigen Aktivität 8.1 (eigenes Datenzentrum) in eine taxonomiekonforme Wirtschaftsaktivität („Kategorie (b)“ unter Ziffer 1.1.2.1. bzw. Ziffer 1.1.3.1. des Delegierten Rechtsakts zu Art. 8 der Taxonomie-Verordnung) besteht bislang nicht.

Die weiteren in den Zähler einbezogenen taxonomiefähigen CapEx/OpEx entfallen vollständig auf den Erwerb von Output aus taxonomiefähigen Wirtschaftsaktivitäten und einzelnen Maßnahmen, durch die die Zielaktivität kohlenstoffarm ausgeführt oder der Ausstoß von Treibhausgasen gesenkt wird („Kategorie (c)“ unter Ziffer 1.1.2.1. bzw. Ziffer 1.1.3.1. des Delegierten Rechtsakts zu Art. 8 der Taxonomie-Verordnung), und stehen mit den in Tabelle 29 genannten Aktivitäten in Verbindung. Nähere Erläuterungen zu den einzelnen Aktivitäten finden sich in der Nichtfinanziellen Erklärung (siehe Betrieblicher Umweltschutz).

Zur Allokation der CapEx und OpEx auf die Aktivitäten wurden die Erwerbsvorgänge sowie Maßnahmen identifiziert und eindeutig zugeordnet. Der taxonomiefähige Anteil der CapEx (Zähler) beläuft sich auf 3,0 Prozent (Vorjahr: 4,4 Prozent) der Gesamt-CapEx (Nenner); davon entfallen 83,8 Prozent (Vorjahr: 69,7 Prozent) auf Bruttozugänge zum Sachanlagevermögen (IAS 16) sowie immaterielle Vermögenswerte (IAS 38) und 16,2 Prozent (Vorjahr: 30,3 Prozent) auf Zugänge zu den langfristigen Nutzungsrechten (IFRS 16). Der überwiegende Teil der taxonomiefähigen CapEx (69,5 Prozent) entfällt auf Aktivität 7.2. Im Vergleich zum CapEx ist das spezifische und enge OpEx-Verständnis im Rahmen der EU-Taxonomie dafür ausschlaggebend, dass die Gesamt-OpEx (Nenner) wesentlich geringer sind als die gesamten Betriebsausgaben des freenet Konzerns. Unter Einbeziehung der oben genannten Personalkosten führt dies zu einem taxonomiefähigen Anteil der OpEx (Zähler) von 18,9 Prozent (Vorjahr: 15,9 Prozent); davon entfallen 40,3 Prozent auf Personalkosten (Vorjahr: 53,8 Prozent), 25,1 Prozent auf Instandhaltungs- und Reparaturkosten (Vorjahr: 23,8 Prozent) sowie 34,6 Prozent auf sonstige Kosten inklusive kurzfristige Leasingverträge (Vorjahr: 22,4 Prozent). Der überwiegende Teil der taxonomiefähigen OpEx (76,3 Prozent) entfällt auf Aktivität 8.1.

				Kriterien für einen wesentlichen Beitrag					
Wirtschaftstätigkeiten (1)	Code(s) (2)	Absoluter Umsatz (3) in TEUR	Umsatz- anteil (4) in %	Klima- schutz (5) in %	Anpassung an den Klima- wandel (6) in %	Wasser- und Meeres- ressourcen (7) in %	Kreislauf- wirtschaft (8) in %	Umwelt- verschmut- zung (9) in %	Biologische Vielfalt und Öko- systeme (10) in %
A. Taxonomiefähige Tätigkeiten									
A.1 Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)									
—	—	0	0	—	—	—	—	—	—
Umsatz ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)		0	0	—	—	—	—	—	—
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)									
Datenverarbeitung, Hosting und damit verbundene Tätigkeiten	8.1.	3.615,5	0,1						
Umsatz taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten) (A.2)		3.615,5	0,1						
Gesamt (A.1+A.2)		3.615,5	0,1						
B. Nicht taxonomiefähige Tätigkeiten									
Umsatz nicht taxonomiefähiger Tätigkeiten (B)		2.553.098,3	99,9						
Gesamt (A+B)		2.556.713,7	100,0						

DNSH-Kriterien (Keine erhebliche Beeinträchtigung)										
Klima- schutz (11) J/N	Anpassung an den Klima- wandel (12) J/N	Wasser- und Meeres- ressourcen (13) J/N	Kreislauf- wirtschaft (14) J/N	Umwelt- verschmut- zung (15) J/N	Biologische Vielfalt und Öko- systeme (16) J/N	Mindest- schutz (17) J/N	Taxonomie- konformer Umsatz- anteil, 2022 (18) in %	Taxonomie- konformer Umsatz- anteil, 2021 (19) in %	Kategorie (ermögli- chende Tätigkeiten) (20) E	Kategorie (Über- gangs- tätig- keiten) (21) T
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
							—	—	—	—
							—	—	—	—

CapEx

Tabelle 32: CapEx-Anteil aus Waren oder Dienstleistungen, die mit taxonomiekonformen Wirtschaftstätigkeiten verbunden sind

				Kriterien für einen wesentlichen Beitrag					
Wirtschaftstätigkeiten (1)	Code(s) (2)	Absoluter CapEx (3) in TEUR	CapEx- anteil (4) in %	Klima- schutz (5) in %	Anpassung an den Klima- wandel (6) in %	Wasser- und Meeres- ressourcen (7) in %	Kreislauf- wirtschaft (8) in %	Umwelt- verschmut- zung (9) in %	Biologische Vielfalt und Öko- systeme (10) in %
A. Taxonomiefähige Tätigkeiten									
A.1 Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)									
—	—	0	0	—	—	—	—	—	—
CapEx ökologisch nach- haltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)		0	0	—	—	—	—	—	—
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)									
Beförderung mit Motor- rädern, Personenkraft- wagen und leichten Nutzfahrzeugen	6.5.	452,9	0,2						
Renovierung bestehender Gebäude	7.2.	3.853,2	2,1						
Installation, Wartung und Reparatur von energie- effizienten Geräten	7.3.	150,6	0,1						
Installation, Wartung und Reparatur von Ladestatio- nen für Elektrofahrzeuge in Gebäuden (und auf zu Gebäuden gehörenden Parkplätzen)	7.4.	12,0	0,0						
Datenverarbeitung, Hosting und damit verbun- dene Tätigkeiten	8.1.	1.075,7	0,6						
CapEx taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonfor- me Tätigkeiten) (A.2)		5.544,4	3,0						
Total (A.1 + A.2)		5.544,4	3,0						
B. Nicht taxonomiefähige Tätigkeiten									
CapEx nicht taxonomie- fähiger Tätigkeiten (B)		176.742,4	97,0						
Gesamt (A + B)		182.286,8	100,0						

DNSH-Kriterien (Keine erhebliche Beeinträchtigung)

Klima- schutz (11) J/N	Anpassung an den Klima- wandel (12) J/N	Wasser- und Meeres- ressourcen (13) J/N	Kreislauf- wirtschaft (14) J/N	Umwelt- verschmut- zung (15) J/N	Biologische Vielfalt und Öko- systeme (16) J/N	Mindest- schutz (17) J/N	Taxonomie- konformer CapEx- anteil, 2022 (18) in %	Taxonomie- konformer CapEx- anteil, 2021 (19) in %	Kategorie (ermögli- chende Tätigkeiten) (20) E	Kategorie (Über- gangs- tätig- keiten) (21) T
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
							—	—	—	—
							—	—	—	—

Kriterien für einen wesentlichen Beitrag									
Wirtschaftstätigkeiten (1)	Code(s) (2)	Absoluter OpEx (3) in TEUR	OpEx- anteil (4) in %	Klima- schutz (5) in %	Anpassung an den Klima- wandel (6) in %	Wasser- und Meeres- ressourcen (7) in %	Kreislauf- wirtschaft (8) in %	Umwelt- verschmut- zung (9) in %	Biologische Vielfalt und Öko- systeme (10) in %
A. Taxonomiefähige Tätigkeiten									
A.1 Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)									
—	—	0	0	—	—	—	—	—	—
OpEx ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)		0	0	—	—	—	—	—	—
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)									
Beförderung mit Motor- rädern, Personenkraft- wagen und leichten Nutzfahrzeugen	6.5.	1.108,3	3,5						
Installation, Wartung und Reparatur von Lade- stationen für Elektrofahr- zeuge in Gebäuden (und auf zu Gebäuden gehören- den Parkplätzen)	7.4.	5,1	0,0						
Eigene und gemietete Gebäude	7.7.	320,5	1,0						
Datenverarbeitung, Hosting und damit verbun- dene Tätigkeiten	8.1.	4.621,3	14,4						
OpEx taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonfor- me Tätigkeiten) (A.2)		6.055,2	18,9						
Total (A.1 + A.2)		6.055,2	18,9						
B. Nicht taxonomiefähige Tätigkeiten									
OpEx nicht taxonomie- fähiger Tätigkeiten (B)		26.054,8	81,1						
Gesamt (A + B)		32.110,0	100,0						

DNSH-Kriterien (Keine erhebliche Beeinträchtigung)

Klima- schutz (11) J/N	Anpassung an den Klima- wandel (12) J/N	Wasser- und Meeres- ressourcen (13) J/N	Kreislauf- wirtschaft (14) J/N	Umwelt- verschmut- zung (15) J/N	Biologische Vielfalt und Öko- systeme (16) J/N	Mindest- schutz (17) J/N	Taxonomie- konformer OpEx- anteil, 2022 (18) in %	Taxonomie- konformer OpEx- anteil, 2021 (19) in %	Kategorie (ermögli- chende Tätigkeiten) (20) E	Kategorie (Über- gangs- tätig- keiten) (21) T
---------------------------------	--	---	---	--	---	-----------------------------------	--	--	---	---

— — — — — — — — — —

— — — — — — — — — —

— — — —

— — — —

Corporate Governance und sonstige Angaben

Erklärung zur Unternehmensführung und Entsprechenserklärung *

Die Erklärung zur Unternehmensführung nach §§ 289f, 315d HGB erläutert die relevanten Angaben zu Unternehmensführungspraktiken, die über die gesetzlichen Regelungen hinaus angewandt werden. Sie beinhaltet damit wesentliche Aspekte der Corporate-Governance-Berichterstattung der freenet AG und enthält im Einzelnen:

- die aktuelle Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG von Vorstand und Aufsichtsrat,
- die Angabe über den Zugang zum aktuellen Vergütungsbericht, des Abschlussprüfervermerks sowie des letzten Vergütungsbeschlusses der Hauptversammlung,
- die relevanten Angaben zu Unternehmensführungspraktiken, die über die gesetzlichen Regelungen hinaus angewandt werden,
- die Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat und die Zusammensetzung und Arbeitsweise der Ausschüsse des Aufsichtsrats,
- die Festlegungen für den Frauenanteil im Vorstand und in den beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands,
- die Angabe, ob der Mindestanteil an Frauen und Männern im Aufsichtsrat im Geschäftsjahr eingehalten wurde, bzw. erforderlichenfalls eine Erklärung für eine eventuelle Abweichung,
- die Angabe, ob die Gesellschaft mindestens eine Frau und einen Mann als Vorstandsmitglied bestellt hat, bzw. erforderlichenfalls eine Erklärung für eine eventuelle Abweichung,

- sowie die Beschreibung des Diversitätskonzepts für den Aufsichtsrat und den Vorstand und dessen Ziele, seine Umsetzung und die im Geschäftsjahr erreichten Ergebnisse bzw. erforderlichenfalls eine Erläuterung, warum kein Diversitätskonzept verfolgt wird.

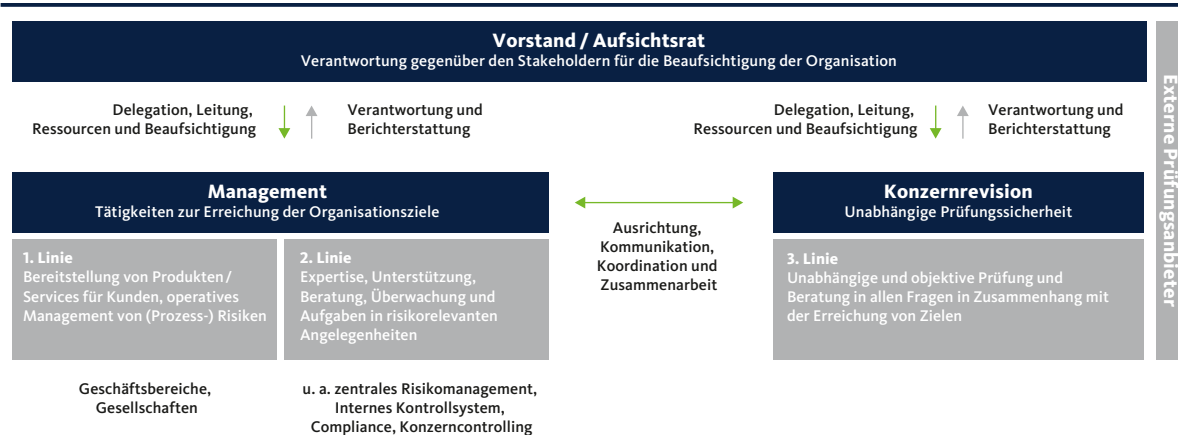
Die Erklärung zur Unternehmensführung gemäß §§ 289f, 315d HGB und die Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG sind unter fn.de/erklarungzurunternehmensfuehrung zu finden.

Kontroll- und Überwachungssysteme

Ausgestaltung und Beurteilung bei freenet Struktur Interner Kontroll- und Überwachungssysteme *

Im Rahmen der Etablierung interner Kontroll- und Überwachungssysteme wurden bei freenet wesentliche Prozesse im Hinblick auf Schwächen und Risiken analysiert sowie Schlüsselkontrollen und Verhaltensrichtlinien geschaffen, um die Identifikation von Risiken entlang von Prozessen und die Definition von Kontrollen bzw. Verhaltensrichtlinien zur Vermeidung schadhafter Auswirkungen auf den finanziellen sowie nichtfinanziellen Erfolg sicherzustellen. Hierzu hat der Vorstand organisatorische Strukturen, Rollen und Verantwortlichkeiten definiert, die sich an dem Drei-Linien-Modell des Institute of Internal Auditors (IIA) orientieren und nachstehend abgebildet sind.

Abbildung 19: Drei-Linien-Modell der freenet AG



* Kennzeichnet prüfbare und nicht prüfbare lageberichtsfremde Angaben sowie lageberichtstypische Angaben, deren gesetzliche Einbeziehung in die inhaltliche Prüfung des Lageberichtes im Rahmen der Jahres-/ Konzernabschlussprüfung nicht gefordert ist und die daher im Rahmen der Jahres-/Konzernabschlussprüfung ungeprüft bleiben

Der Vorstand ist verantwortlich für die angemessene Einrichtung und regelmäßige Überwachung interner Kontroll- und Überwachungssysteme, deren Angemessenheit und Wirksamkeit auch vom Aufsichtsrat bzw. Prüfungsausschuss der freenet AG überwacht wird. Die individuelle Ausgestaltung kann sich je nach Umfang der Geschäftstätigkeit und der Risikolage der Geschäftsbereiche und Gesellschaften unterscheiden.

Das operative Management der Geschäftsbereiche und Gesellschaften der freenet AG (1. Linie) leitet und lenkt die Tätigkeiten und den Einsatz der Ressourcen, um die gesetzten Ziele zu erreichen (z. B. Prognosen oder „freenet Ambition 2025“). Es gewährleistet die Einhaltung unternehmensinterner und gesetzlicher Anforderungen im operativen Geschäft. Dies erfolgt unter Berücksichtigung konzernweit gültiger Vorgaben (z. B. zu Risikomanagement, Datenschutz, Informationssicherheit, Zeichnungsberechtigung) und wird in der Aufbau- und Ablauforganisation möglichst durch festgelegte, standardisierte und automatisierte Abläufe sowie Zertifizierungen ausgewählter Kernprozesse realisiert (z. B. ISO 9001, ISO 14001 oder ISO 27001). Ferner sind prozessintegrierte Sicherungsmaßnahmen implementiert (z. B. Transaktions- und Qualitätskontrollen, Funktionstrennungs- und Vier-Augen-Prinzip sowie Freigabemechanismen und Zugriffsberechtigungen), welche die Ordnungsmäßigkeit der Abläufe gewährleisten. Indirekte Kontrollen in Form von Durchsprachen über alle Führungsebenen hinweg sind ein zentraler Bestandteil der Unternehmenskultur von freenet. So steht auch das operative Management in einem regelmäßigen Dialog mit dem Vorstand und berichtet über geplante, tatsächliche und erwartete Ergebnisse sowie die Erreichung von Zielen.

Für besonders wichtige Geschäftsprozesse von freenet sind Verantwortliche (sog. „Gatekeeper“) definiert, welche organisationsübergreifend Potenziale zur Prozessverbesserung und Wertsteigerung identifizieren und somit auch zur Absicherung der Abläufe beitragen.

Das Management der 2. Linie steuert und koordiniert übergreifend die Ausgestaltung der prozessintegrierten Kontroll- und Überwachungssysteme. Ziel ist es, die Einhaltung von unternehmensinternen Vorgaben und Gesetzen sicherzustellen, die Informations-, Technologie- und Unternehmenssicherheit zu gewährleisten sowie interne Kontrollen, Qualitäts- und Nachhaltigkeitsstandards zu setzen. Die Zentraleinheiten der 2. Linie nehmen konzernweite Analyse-, Überwachungs- und Berichterstattungsaufgaben wahr und unterstützen mit Expertise und Beratung die operativen Einheiten bei der Erreichung der Ziele.

Wesentliche Systeme der 2. Linie von freenet sind:

- Risikomanagementsystem
- Internes Kontrollsystem
- Compliance-Management-System
- IT-Security-Management-System
- Internes Steuerungs- und Berichterstattungssystem

Die Ausgestaltung der Systeme basiert auf den Vorgaben des Vorstands und ist grundsätzlich durch konzernweit gültige Richtlinien geregelt. Als Orientierung dienen gesetzliche Vorgaben, gängige ISO-Normen sowie Rahmenwerke von Standardsetzern (z. B. Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO), Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) oder Institut der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e.V. (IDW)).

Interne Kontroll- und Überwachungssysteme sind bei freenet grundsätzlich miteinander verzahnt. Über einen turnusmäßigen Austausch des Managements (z. B. in Business Reviews, im Governance Board oder IT-Security-Board) wird eine systemübergreifende Ausrichtung sowie ein transparenter Informationsfluss gewährleistet. Darüber hinaus steht das Management der 2. Linie in einem regelmäßigen Dialog mit dem Vorstand sowie dem Aufsichtsrat bzw. Prüfungsausschuss der freenet AG und berichtet über die Ergebnisse, Angemessenheit und Wirksamkeit der übergeordneten Kontroll- und Überwachungssysteme.

Die Konzernrevision unterstützt den Vorstand, die jeweiligen Geschäftsbereiche und Gesellschaften der freenet AG zu überwachen (1. Linie und 2. Linie). Mit prozessunabhängigen Überwachungsaktivitäten in Form risikoorientierter Plan- und anlassbezogener Sonderprüfungen liefert sie unabhängige und objektive Prüfungssicherheit zur Aufbau- und Ablauforganisation in den Geschäftsbereichen und Gesellschaften sowie auf Prozess- und Systemebene. Die Konzernrevision steht ebenso in einem regelmäßigen Dialog mit dem Vorstand sowie dem Aufsichtsrat bzw. Prüfungsausschuss der freenet AG und berichtet über die Prüfungsergebnisse, welche regelmäßig auch Aussagen zur Angemessenheit und Wirksamkeit interner Kontroll- und Überwachungssysteme beinhalten.

Zusätzlich prüft der Abschlussprüfer der freenet AG im Rahmen der jährlichen Konzernabschlussprüfung rechnungslegungsrelevante Abläufe und Systeme und liefert hierzu eine unabhängige Beurteilung.

Die Ausgestaltung der prozessintegrierten Kontroll- und Überwachungssysteme sowie des prozessunabhängigen internen Revisionssystems bei freenet ermöglicht es dem Management und Vorstand, etwaig verbleibende Risiken angemessen in der Geschäftssteuerung und Entscheidungsfindung zu berücksichtigen.

24	Geschäftsmodell und Organisationsstruktur
26	Unternehmensstrategie und -ziele
28	Unternehmenssteuerung
32	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
34	Überblick über den Geschäftsverlauf

41	Chancen- und Risikoberichterstattung
51	Prognosebericht
55	Nichtfinanzielle Konzernklärung
92	Corporate Governance und sonstige Angaben

Zusammenfassende Beurteilung der Angemessenheit und Wirksamkeit *

Dem Vorstand der freenet AG liegen zum 31. Dezember 2022 keine Informationen vor, die auf wesentliche Ineffektivitäten oder die Unangemessenheit des internen Kontrollsystems (einschließlich Compliance-Management-System) und Risikomanagementsystems schließen lassen.

Bei Aussagen zur Angemessenheit und Wirksamkeit von internen Kontroll- und Überwachungssystemen ist grundsätzlich zu berücksichtigen, dass kein System – auch wenn es als angemessen und wirksam beurteilt wurde – garantieren kann, alle eintretenden Risiken vorab erkennen, bewältigen oder etwaige (Prozess-)Verstöße mit Gewissheit verhindern zu können.

Die zusammenfassende Beurteilung der Angemessenheit und Wirksamkeit interner Kontroll- und Überwachungssysteme bei freenet beruht auf dem Informationsaustausch des Vorstands mit dem Management der 1. und 2. Linie sowie den Vorstands- und Governance-Board-Sitzungen, in denen die verantwortlichen Manager über ihre Aktivitäten und Erkenntnisse berichteten. Prüfungsergebnisse der Konzernrevision sowie des Konzernabschlussprüfers, welche sich direkt oder indirekt auf die vorstehend genannten Systeme beziehen, führen zu keiner anderslautenden Beurteilung. Auch liegen keine Hinweise aus dem Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats der freenet AG vor, dass interne Kontroll- und Überwachungssysteme nicht angemessen oder nicht wirksam gewesen wären.

Beschreibung der wesentlichen Merkmale des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems im Hinblick auf den Konzernrechnungslegungsprozess (§ 315 Abs. 4 HGB)

Das rechnungslegungsbezogene interne Kontroll- und Risikomanagementsystem von freenet orientiert sich konzeptionell am international anerkannten COSO-Rahmenwerk. Es umfasst alle Grundsätze, Verfahren und Maßnahmen, welche die Wirksamkeit, Wirtschaftlichkeit und Ordnungsmäßigkeit der Rechnungslegung sowie die Einhaltung der maßgeblichen rechtlichen Vorschriften sicherstellen sollen.

Kernelemente des internen Kontroll- und Überwachungssystems sind prozessintegrierte sowie prozessunabhängige Überwachungsmaßnahmen. Im Rechnungslegungsprozess sind dazu automatisierte IT-Prozesskontrollen, standardisierte und manuelle Kontrollhandlungen in den Geschäftsprozessen (u. a. in Form des Vier-Augen-Prinzips) sowie in die Arbeitsabläufe integrierte automatische Sicherungsmaßnahmen (Funktionstrennungen, Zugriffsbeschränkungen) eingebettet.

Die in den Rechnungslegungsprozess involvierten Bereiche analysieren diese Kontrollen und Maßnahmen ständig in Bezug auf neue gesetzliche Vorgaben und sonstige

zu beachtende Standards und entwickeln daraus angepasste interne Vorgaben und Schulungen für die verantwortlichen Mitarbeitenden.

Die Buchführung der Einzelabschlüsse von Tochterunternehmen der freenet AG erfolgt im Wesentlichen zentralisiert in Buchhaltungssystemen von SAP (SAP FI). Um die Ermessensspielräume in Ansatz, Bewertung und Ausweis von Konzernabschlussposten gering zu halten, sind konzerneinheitliche Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden nach IFRS in einem Konzernbilanzierungshandbuch festgehalten. Zur Konsolidierung der Einzelabschlüsse zu einem Konzernabschluss wird auf oberster Konzernebene das Modul SAP EC-CS eingesetzt. Die einzelnen Lageberichts- und Anhangangaben werden dabei jeweils aus standardisierten Berichtspaketen und etablierten Abstimmungsprozessen im Rahmen des internen Steuerungs- sowie Berichtssystems gewonnen. Die Konsolidierung erfolgt in der fachlichen Verantwortung der Abteilung Konzernkonsolidierung. Grundsätzlich zielen die in der Rechnungslegung etablierten Prozesse auf eine weitgehend automatisierte Ermittlung und Kontrolle aller wesentlichen rechnungslegungsrelevanten Daten ab.

Ziel der im internen Kontrollsystem des Rechnungslegungsprozesses implementierten Kontrollen ist die Gewährleistung einer Normenkonformität des Abschlusses und die Sicherstellung der Ordnungsmäßigkeit der Rechnungslegung. Genehmigungsverfahren im Zusammenhang mit der Vergabe von Zugriffsrechten schützen die im Rechnungslegungsprozess verwendeten IT-Systeme gegen unbefugte Zugriffe. Interne Kontrollen stellen die ordnungsgemäße Funktion der Schnittstelle zwischen SAP FI und dem Konsolidierungsmodul SAP EC-CS sowie der Überleitungen der standardisierten Berichtspakete der Tochterunternehmen bis hin zum Konzernabschluss der freenet AG sicher. Prozessintegrierte, automatisierte Überwachungsmaßnahmen werden dabei unter anderem seitens des Managements oder des Controllings durch manuelle Plausibilitätsprüfungen relevanter Zwischenergebnisse und stichprobenartige Kontrollen ergänzt.

Die Angemessenheit und Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen Kontrollsystems wird unter anderem durch prozessunabhängige Überwachungsmaßnahmen sichergestellt. Für die prozessunabhängige, interne Überwachung ist bei freenet die Konzernrevision zuständig. Diese prüft in auftragsbezogenen, risikoorientierten Plan- sowie anlassbezogenen Sonderprüfungen die Angemessenheit und Wirksamkeit des internen Kontrollsystems in Form von Stichprobenprüfungen und initiiert bei Bedarf Optimierungen in Kooperation mit dem Management.

* Kennzeichnet prüfbare und nicht prüfbare lageberichts-fremde Angaben sowie lageberichtstypische Angaben, deren gesetzliche Einbeziehung in die inhaltliche Prüfung des Lageberichtes im Rahmen der Jahres-/ Konzernabschlussprüfung nicht gefordert ist und die daher im Rahmen der Jahres-/ Konzernabschlussprüfung ungeprüft bleiben

Zusätzlich prüft der Konzernabschlussprüfer der freenet AG im Rahmen der jährlichen Konzernabschlussprüfung die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems und hierbei im Besonderen die Schnittstelle und die Überleitungen zwischen den Einzelabschlüssen (SAP FI) und dem Konsolidierungsmodul (SAP EC-CS) unter Verwendung eines risikoorientierten Prüfungsansatzes.

Das Risikomanagementsystem ist mit dem internen Kontrollsystem teilweise verbunden und umfasst neben dem operativen Risikomanagement konzernweit auch die systematische Risikofrüherkennung, -steuerung und -überwachung. Weitere Erläuterungen zum Risikomanagementsystem sind dem Berichtsteil „Risikomanagementsystem“ zu entnehmen.

Rechtliche Konzernstruktur und Übernahme relevanter Angaben gemäß §§ 289a Abs. 1, 315a Abs. 1 HGB

Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals

Das gezeichnete Kapital (Grundkapital) der freenet AG beträgt 118.900.598 Euro. Es ist in ebenso viele auf den Namen lautende Stückaktien eingeteilt. Jede Aktie gewährt in der Hauptversammlung je eine Stimme.

Aktienübertragungs- oder Stimmrechtsbeschränkungen

Beschränkungen, die Stimmrechte oder die Übertragung von Aktien betreffen, sind dem Vorstand nicht bekannt.

10 Prozent der Stimmrechte überschreitende Kapitalbeteiligungen

Ausweislich der vorliegenden Stimmrechtsmitteilungen gemäß §§ 21 ff. WpHG bestand zum 31. Dezember 2022 keine direkte oder indirekte Beteiligung am Kapital, die 10 Prozent der Stimmrechte an der freenet AG überschritten hat.

Aktien mit Sonderrechten und Kontrollbefugnissen

Es existieren keine Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen.

Art der Stimmrechtskontrolle, wenn Arbeitnehmer am Kapital beteiligt sind

Soweit Arbeitnehmer als Aktionäre am Kapital beteiligt sind, können sie daraus keine besonderen Rechte herleiten.

Ernennung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands, Satzungsänderungen

Die Ernennung und die Abberufung der Mitglieder des Vorstands der freenet AG richten sich nach §§ 84, 85 AktG und § 31 MitbestG in Verbindung mit § 5 Abs. 1 der Satzung. Die maßgeblichen Vorschriften zur Änderung der Satzung sind §§ 133, 179 AktG und § 16 der Satzung der freenet AG.

Befugnisse des Vorstands zur Aktienaussgabe

Der Vorstand ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 17. Mai 2018 bis zum 3. Juni 2023 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital durch Ausgabe neuer Aktien gegen Bar- und / oder Sacheinlagen insgesamt um höchstens 12.800.000,00 Euro zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2018).

Der Vorstand ist zudem durch Beschluss der Hauptversammlung vom 27. Mai 2020 bis zum 2. September 2025 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital durch Ausgabe neuer Aktien gegen Bar- und / oder Sacheinlagen insgesamt um höchstens 12.800.000,00 Euro zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2020).

Darüber hinaus hat die Hauptversammlung am 27. Mai 2020 beschlossen, das Grundkapital um bis zu insgesamt 12.800.000,00 Euro, eingeteilt in 12.800.000 neue auf den Namen lautende Stammaktien ohne Nennbetrag, bedingt zu erhöhen (Bedingtes Kapital 2020). Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von auf den Namen lautenden Stückaktien an die Inhaber bzw. Gläubiger von Wandel- und / oder Optionsschuldverschreibungen, die aufgrund der von der Hauptversammlung vom 27. Mai 2020 unter Tagesordnungspunkt 8, Ziffer 1) beschlossenen Ermächtigung begeben werden und ein Wandlungs- bzw. Optionsrecht auf auf den Namen lautende Stückaktien der Gesellschaft gewähren bzw. eine Wandlungs- oder Optionspflicht bestimmen. Der Vorstand wurde ermächtigt, die weiteren Einzelheiten der Durchführung einer bedingten Kapitalerhöhung festzusetzen.

Befugnisse des Vorstands zum Aktienrückkauf

Durch Beschluss der Hauptversammlung vom 5. Mai 2022 wurde der Vorstand bis zum 4. Mai 2027 ermächtigt, eigene Aktien in Höhe von bis zu 10 Prozent des derzeitigen Grundkapitals oder – falls der Betrag geringer ist – des zum Zeitpunkt der jeweiligen Ausübung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals zu erwerben. Diese Ermächtigung kann durch die Gesellschaft, ihre Tochtergesellschaften oder durch Dritte für Rechnung der Gesellschaft oder für Rechnung ihrer Tochtergesellschaften ausgeübt werden. Der Erwerb erfolgt nach Wahl des Vorstands über die Börse, mittels eines öffentlichen Kaufangebots, mittels einer öffentlichen Einladung zur Abgabe von Verkaufsangeboten, durch die Ausgabe von Andienungsrechten an die Aktionäre oder unter Einsatz von Eigenkapitalderivaten (Put- oder Call-Optionen oder eine Kombination aus beiden). Im Übrigen bestehen grundsätzlich die Befugnisse zum Erwerb eigener Aktien nach Maßgabe der §§ 71 ff. AktG.

Detaillierte Informationen zu den Aktienrückkaufprogrammen sind unter fn.de/aktienrueckkauf einzusehen.

24	Geschäftsmodell und Organisationsstruktur
26	Unternehmensstrategie und -ziele
28	Unternehmenssteuerung
32	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
34	Überblick über den Geschäftsverlauf

41	Chancen- und Risikoberichterstattung
51	Prognosebericht
55	Nichtfinanzielle Konzernklärung
92	Corporate Governance und sonstige Angaben

Kontrollwechsel

Ein Kontrollwechsel könnte Auswirkungen auf die Rückzahlungsansprüche aus dem Konsortialkreditvertrag zwischen der freenet Group und einem Bankenkonsortium sowie aus den von der freenet AG begebenen Schuldscheindarlehen haben. Diese Darlehen könnten in einem derartigen Fall teilweise oder zur Gänze fällig gestellt werden, ohne dass freenet einen Einfluss hierauf hätte. Ein solcher Kontrollwechsel kann, ungeachtet dessen, ob er dem Übernahmeangebot vorausgeht, beim Erwerb von mehr als 50 Prozent der Stimmrechte an der freenet AG vorliegen oder wenn eine oder mehrere gemeinsam handelnde Personen das Recht haben, die Mehrheit der Mitglieder des Aufsichtsrats der freenet AG zu bestimmen. In einem solchen Fall würde freenet das Risiko tragen, dass Folgefinanzierungen zur Ablösung der Rückzahlungsansprüche nicht oder nur zu ungünstigeren Konditionen zustande kämen.

Entschädigungsvereinbarung der Gesellschaft

Zwischen der Gesellschaft und den Mitgliedern des Vorstands oder Arbeitnehmern bestehen keine Entschädigungsvereinbarungen für den Fall eines Übernahmeangebots.

Nachtragsbericht

Nach dem Bilanzstichtag haben sich keine Ereignisse von wesentlicher Bedeutung für die freenet AG ergeben.

Büdelsdorf, den 9. März 2023

freenet AG

Der Vorstand



Christoph Vilanek
(CEO)



Ingo Arnold
(CFO)



Nicole Engenhardt-Gillé
(CHRO)



Stephan Esch
(CTO)



Antonius Fromme
(CCE)



Rickmann v. Platen
(CCO)