

DRILLISCH AG | 9-Monatsbericht 2015



Kennzahlen des Drillisch-Konzerns	I-III/2015	I-III/2014	III/2015	II/2015	I/2015
Gewinn- und Verlustrechnung					
Umsatz in Mio. €	455,1	213,0	201,6	154,4	99,2
Service Umsätze in Mio. €	313,4	209,8	113,2	104,8	95,4
Rohrertrag in Mio. €	179,4	105,3	76,2	55,4	47,8
Rohrertrag in % vom Umsatz	39,4%	49,4%	37,8%	35,9%	48,2%
EBITDA in Mio. €	88,2	64,6	34,9	26,4	26,9
EBITDA-Marge in % vom Umsatz	19,4%	30,3%	17,3%	17,1%	27,1%
EBITDA bereinigt in Mio. €	90,5	64,6	35,3	28,2	26,9
EBITDA-Marge bereinigt in % vom Umsatz	19,9%	30,3%	17,5%	18,3%	27,1%
Abschreibungen ohne Geschäftswerte in Mio. €	18,3	7,4	11,2	3,7	3,4
EBIT in Mio. €	69,8	57,2	23,7	22,7	23,5
EBIT-Marge in % vom Umsatz	15,3%	26,9%	11,7%	14,7%	23,7%
EBT in Mio. €	67,3	55,3	22,9	21,8	22,7
EBT-Marge in % vom Umsatz	14,8%	26,0%	11,3%	14,1%	22,8%
Konzern-Ergebnis in Mio. €	47,6	38,7	16,5	15,3	15,8
Konzernergebnis-Marge in % vom Umsatz	10,5%	18,2%	8,2%	9,9%	15,9%
Ergebnis/Aktie in €	0,88	0,81	0,30	0,28	0,30
Cash Flow					
Cash-Flow aus lfd. Geschäftstätigkeit in Mio. €	65,6	53,2	33,5	14,2	18,0
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit in Mio. €	-165,2	-2,1	-156,1	58,7	-67,8
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit in Mio. €	-100,0	-77,7	-0,3	-98,8	-0,9
Liquide Mittel in Mio. €	117,5	160,5	117,5	240,4	266,3
Bilanz					
Bilanzsumme in Mio. €	683,1	312,4	683,1	843,6	524,5
Eigenkapital in Mio. €	354,4	179,5	354,4	337,8	346,9
Eigenkapitalquote (EK in % an Bilanzsumme)	51,9%	57,5%	51,9%	40,0%	66,1%
Schuldverschreibungen in Mio. €	90,8	88,1	90,8	90,1	89,4
Finanzverbindlichkeiten in Mio. €	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mitarbeiter					
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt (inkl. Vorstand)	655	355	655	520	386
Mobilfunk-Teilnehmer (in Tsd.)⁽¹⁾					
davon MVNO-Teilnehmer	2.449	1.869	2.449	2.327	2.229
davon Budget-Teilnehmer ⁽²⁾	1.770	1.118	1.770	1.629	1.497
davon Volumen-Teilnehmer ⁽³⁾	679	751	679	698	732
Rohrertrag je Teilnehmer (AGPPU)					
AGPPU ⁽⁴⁾ Budget-Teilnehmer	9,20 €	8,83 €	9,12 €	9,28 €	9,20 €
AGPPU ⁽⁴⁾ Volumen-Teilnehmer	3,15 €	3,50 €	3,31 €	3,06 €	3,07 €
AGPPU⁽⁴⁾ Teilnehmer (gesamt)	7,36 €	6,49 €	7,47 €	7,38 €	7,23 €

(1) - inkl. 69 Tsd Prepaid-TN und 29 Tsd Postpaid-TN (Service-Provider-Modell)

(2) - Tarife mit Inklusiv Volumen (Sprache, SMS, Daten)

(3) - Tarife mit Abrechnung nach Verbrauch "Pay as you go"

(4) - AGPPU = Durchschnittlicher Rohrertrag/Teilnehmer

Inhaltsverzeichnis

An die Aktionäre	4
Brief des Vorstands	4
Geschäftsentwicklung des Drillisch-Konzerns zum 30. September 2015	9
Konzern-Unternehmen	10
Der Mobilfunkmarkt	12
Umsatz- und Ertragslage	19
Vermögens- und Finanzlage	21
Chancen und Risiken der künftigen Geschäftsentwicklung	23
Wesentliche Ereignisse nach dem 30. September 2015	24
Ausblick	24
Verkürzter Konzernzwischenabschluss zum 30. September 2015	25
Gesamtergebnisrechnung des Konzerns	26
Konzern-Bilanz	27
Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung	29
Konzern-Kapitalflussrechnung	30
Verkürzter Konzern-Anhang	31
Investor Relations	39
Finanzkalender	39
Informationen zur Aktie	39
Service Corner	41
Veröffentlichungen	41
Ihre Ansprechpartner	41
Informations- und Bestellservice	41
Impressum	42
yourfone-Shops – auch in Ihrer Nähe	43

Die besten Tarife auf dem Markt!

4G LTE

Beste Qualität!

Ab 4,99 € mtl.

Bis zu 50 Mbit/s

Ab 500 MB und bis zu 10 GB

Auf Augenhöhe mit den Netzbetreibern!

smartmobil.de

www.smartmobil.de

yourfone

FÜR DICH. FÜR SIE. FÜR ALLE.

www.yourfone.de

Besuchen Sie uns in einer
Shop-Filiale in Ihrer Stadt. (siehe Seite 43)

Brief des Vorstands



Paschalis Choulidis
Vorstandssprecher,
Finanzkommunikation und IT



Vlasios Choulidis
Vorstand Vertrieb



André Driesen
Vorstand Finanzen

Sehr geehrte Damen und Herren,

die ersten neun Monate 2015 sind sehr erfolgreich verlaufen und wir konnten erneut unsere wesentlichen Kennzahlen steigern, allen voran das EBITDA, den Bestand an MVNO-Teilnehmern sowie den durchschnittlichen Ertrag je MVNO-Kunde.

Seit dem 1. Juli 2015 haben wir als einziger MBA MVNO einen Anspruch auf einen bestimmten, monatlich steigenden Anteil an der gesamten Kapazität des größten Mobilfunknetzes in Deutschland, dem der Telefónica. Mit einem vertraglich für die kommenden 15 Jahre abgesicherten Einkaufsmodell und uneingeschränktem Zugang zu 4G (LTE) sowie zu allen darüber hinausgehenden Zukunftstechnologien können wir bei der Gestaltung und Vermarktung unserer Produkte fortan unabhängig agieren. Damit haben wir einen wichtigen Meilenstein in der Entwicklung der Drillisch AG markiert und die Weichen auf nachhaltiges langfristiges Wachstum gestellt. Im Folgenden möchten wir Ihnen darüber berichten, wie sich der für uns relevante Markt aktuell entwickelt und welche Maßnahmen wir ergriffen bzw. fortgesetzt haben, um unsere Vertriebsstruktur und das Produktportfolio weiter zu entwickeln, um von den wesentlichen Trends in unserer Branche sowie unseren steigenden Netzkapazitäten

bestmöglich zu profitieren. Danach gehen wir auf die Zahlen der ersten neun Monate ein, bevor wir Ihnen einen abschließenden Ausblick geben.

Der Telekommunikationsmarkt im Wandel:

Die mobile Kommunikation in Deutschland wächst insgesamt weiter sehr stark und findet vor allem mit dem Smartphone und nicht mit dem Laptop statt. Dass ist das Ergebnis der Mitte September 2015 von dem Beratungsunternehmen Deloitte vorgestellten Studie *Global Mobile Consumer Survey 2015*. Drei Viertel der in Deutschland befragten Konsumenten gaben an, Zugriff auf das mobile Internet über ein Smartphone zu haben. In der Altersgruppe der 18 bis 24-jährigen sind es 90 Prozent, die mit einem Smartphone mobil im Internet sind. Die Dynamik des mobilen Internets wird durch eine Studie der Postbank bestätigt, wonach immer mehr Bundesbürger den heimischen PC gegen das überall verfügbare Smartphone eintauschen. Mittlerweile sind 57 Prozent aller Deutschen jede Woche im Schnitt ca. 18 Stunden mit dem Smartphone online. Bei den „Digital Natives“, also in der Altersgruppe von 18- bis 24, sind es sogar knapp 52 Stunden.

Brief des Vorstands

Die besondere Bedeutung des Smartphones für die junge Generation wird durch eine Untersuchung der Unternehmensberatung Prophet vom 17. September 2015 eindrucksvoll unterstrichen und drückt damit auch den gesellschaftlichen Wandel und die Wertigkeit der mobilen Kommunikation aus. Auf die Frage: „Welche Rolle spielt das Auto in Ihrem Leben?“ antworteten 37 Prozent der Konsumenten im Alter zwischen 18 und 34 mit "Mir sind qualitativ hochwertige Smartphones, Computer und Laptops wichtiger als ein eigenes Auto". Ein Jahr zuvor stimmten nur 31 Prozent dieser Aussage zu.

Durch die immer stärkere Verbreitung von Smartphones, die zunehmende Nutzung von Highspeed-Mobilfunkverbindungen via LTE und immer datenintensivere Nutzungsszenarien steigt der Datenverkehr dynamisch an. Die aktuelle Studie des VATM in Verbindung mit DIA-LOG CONSULT vom 21. Oktober 2015 prognostiziert für Deutschland in Bezug auf die Entwicklung des Datenverkehrs aus den Mobilfunknetzen im Jahr 2015 eine Steigerung um insgesamt 29,1 Prozent auf 510 Millionen GB (2014: 395 Millionen GB). Das durchschnittliche Datenvolumen pro Nutzer und Monat soll damit im Jahr 2015 um 30,4 Prozent auf 377 MB (2014: 289 MB) anwachsen. Auch für die Zukunft ist mit einer dynamischen Entwicklung zu rechnen, denn es wird immer wieder neue, interessante Technologien und Anwendungen geben, die sich heute maximal in der Testphase befinden und auch die Hardware wird immer leistungsfähiger.

Bei smartmobil.de - der Fokusmarke im Online-Segment – unterstützt Drillisch bewährte Produktvorteile und Vertriebswege mit einer großen Marketing Kampagne

Um von diesen Markttrends mit unse-

ren Smartphone-Tarifen und -Bundles noch stärker profitieren und damit wachsen zu können, haben wir in den vergangenen Monaten die Bekanntheit der Premiummarke smartmobil.de weiter ausgebaut. Anfang Oktober hat die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) eine dritte repräsentative Befragung zur Markenbekanntheit im deutschen Mobilfunkmarkt durchgeführt. Bei der ungestützten Frage nach Mobilfunkmarken steigerte smartmobil.de nach 2,1 Prozent im April 2015 und 4,7 Prozent im August die Bekanntheit auf nunmehr 6,3 Prozent. Somit konnte die Premiummarke unseres Online-Geschäfts ihre Bekanntheit innerhalb nur eines halben Jahres verdreifachen. Im klaren Fokus der Kommunikation steht bei smartmobil.de „Highspeed-Surfen mit LTE“, was medial z.B. durch den aktuellen Werbespot mit Heino und der Botschaft „Ja, ja, so schnell, schnell, schnell ist das LTE“ begleitet wird. Zusätzlich setzte die Ende August gestartete Aktion „LTE Hammer“ für 12,99 Euro im Monat mit einer Allnet-Flat und LTE-Highspeed von bis zu 50 Mbit/s eine einzigartige Preismarke. Im Gegensatz zu vielen Wettbewerbern bietet smartmobil.de ihre LTE-Tarife zudem auch ohne langfristige Vertragslaufzeit an. Ein klarer Wettbewerbsvorteil, der auch im Werbespot deutlich kommuniziert wird. Der „LTE Hammer“ markiert zudem eine weitere erfolgreiche Medienkooperation in Zusammenarbeit mit dem Springer-Verlag bzw. mit bild.de. So erreichen die preisführenden Angebote von smartmobil.de eine ausgesprochen große Zielgruppe.

Neben der Fokusmarke haben wir über weitere etablierte Online-Marken wie DeutschlandSIM, simply, winSIM, maXXim oder helloMobil in den vergangenen Monaten außerdem verschie-

Brief des Vorstands

denste Aktionstarife für unterschiedliche Nutzergruppen angeboten. Bei den „Summer-Specials“ erhielten beispielsweise die beliebten Allnet-Flatrates LTE 1500 und LTE 3000 bei gleichbleibendem Preis von 19,99 Euro bzw. 24,99 Euro pro Monat jeweils das doppelte Datenvolumen. So konnten sich Vielsurfer über extra-viel Surfvergnügen mit 3 GB bzw. 6 GB zu einem einzigartigen Preis freuen. Mit diesen Aktionen trägt Drillisch dem steigenden Datenbedarf vieler Kunden Rechnung und bietet intensiven Nutzern attraktive Tarifpakete, die bei anderen Anbietern nur für deutlich höhere Monatsentgelte erhältlich sind. Ebenso bedient Drillisch mit ihren LTE Mini-Tarifen aber auch Nutzer, die nicht die volle Leistung einer Allnet-Flat, aber dennoch mehr Datenvolumen als den marktüblich für Smartphone-Tarife mit Minuten-/SMS-Paketen angebotenen 500 MB suchen. Insbesondere die Marken winSIM und maXXim konnten bei dieser Kundengruppe mit ihren LTE Mini-Tarifen punkten. Neben 1 GB bzw. 2 GB LTE Datenvolumen enthalten diese Aktionstarife eine SMS-Flatrate sowie 50 bzw. 100 monatliche Freiminuten. Diese Tarife sind die ideale Wahl für alle Smartphone-Nutzer, die häufig online sind, aber eher per SMS, Messenger oder in Sozialen Netzwerken kommunizieren und nur gelegentlich telefonieren. Bereits ab 4,99 Euro ermöglicht Drillisch so den kostengünstigen Einstieg in die LTE-Welt.

Aber auch unsere Standard-Onlinetarife sind „spitze“. Wie auch die Stiftung Warentest ganz aktuell erneut bestätigt, bieten die Drillisch-Marken das beste Produkt für jeden Nutzertyp. In der Ausgabe 10/2015 der Zeitschrift „test“ hat die Stiftung Warentest z.B. Volumentarife und Allnet-Flats gegenübergestellt. In beiden Kategorien belegten

Drillisch-Produkte die vordersten Plätze. Bei den Allnet-Flats, bestehend aus Telefonie-, SMS- und Internet-Flat, belegten die Drillisch-Marken sim.de, maXXim, discoPLUS, DeutschlandSIM und Phonex die Plätze 1-5.

Neue Zielgruppen im Fokus – yourfone nimmt im stationären Handel Fahrt auf:

Seit dem Start der ersten 100 eigenen Shops der Premiummarke yourfone im Juli hat Drillisch seine Präsenz im stationären Handel kontinuierlich ausgebaut. Mit dem anschließenden Rollout der Partner-Shops werden inzwischen an mehr als 200 Standorten exklusiv die attraktiven Angebote von yourfone vermarktet. Wir sind kontinuierlich dabei, weitere Partner anzubinden.

Entsprechend der einprägsamen Markenbotschaft „Für Dich. Für Sie. Für Alle.“ bietet auch yourfone für jeden Nutzer den zu seinem individuellen Nutzungsverhalten passenden Tarif. Zur Wahl stehen dabei verschiedene Full-Flats, die alle eine Sprach- und SMS-Flat enthalten und mit Datenpaketen von 500 MB bis 5 GB ausgestattet sind. Eine Allnet-Flat mit bis zu 50 Mbit/s Highspeed ist bei yourfone bereits ab 14,99 Euro erhältlich und setzt sich mit dieser Preismarke deutlich vom Wettbewerb ab. Für Einsteiger hält yourfone außerdem einen Tarif mit Minuten-/SMS-Paket und 300 MB LTE Datenvolumen für unter 10 Euro bereit.

Da im Gegensatz zum Online-Geschäft im Shop ein großer Teil der Kunden zusammen mit dem Anschluss auch ein Handy haben möchte, überzeugt yourfone mit der Kombination aus den besten Tarifen am Markt mit den aktuellsten Top-Smartphones. Derzeit bietet yourfone z.B. seinen LTE XS mit Voice- und SMS-Flat sowie einem 500 MB LTE-Datenpaket zusammen mit dem iPhone 6 für nur 29,99 Euro im Monat an. Das ist im Vergleich zu allen

Brief des Vorstands

anderen entsprechenden Angeboten der Netzbetreiber konkurrenzlos günstig.

Der weitere Ausbau der Vertriebsstruktur und die Steigerung der Markenbekanntheit von yourfone wird im 4. Quartal verstärkt auch durch einen vielfältigen Media-Mix, z.B. durch TV-Kampagnen mit Spots und Gewinnspielkooperationen in reichweitenstarken Sendern, einer bundesweiten Radio-Kampagne und Kinowerbung begleitet. Gezielte Plakat- und Info-Screens-Werbung im Umfeld der Shops sowie Print-Anzeigen und Promotion Aktionen vor Ort runden die Maßnahmen zur Steigerung der Kundenfrequenz ab.

Das operative Geschäft:

Wie bereits angekündigt und in unserem Ausblick sowohl für das Geschäftsjahr 2015 als auch für 2016 berücksichtigt, ist unser operatives Geschäft in diesen Perioden durch starke Investitionen in zukünftiges Wachstum geprägt. In den ersten 9 Monaten 2015 beliefen sich die Ausgaben allein für aktionsbezogene Werbung und den allgemeinen Markenaufbau über verschiedenste Medien auf insgesamt 42,4 Millionen Euro (9M-2014: 8,4 Millionen Euro). Im vierten Quartal 2015 werden wir den Werbedruck und die entsprechenden Kosten nochmals erhöhen und auch im nächsten Jahr sollen diese Investitionen in weiteres Wachstum in vergleichbarer Höhe beibehalten werden. Bereits in den ersten neun Monaten 2015 konnten wir so in einem weiterhin wettbewerbsintensiven Marktumfeld dynamisch wachsen und die Zahl der Kunden deutlich steigern, ohne dabei unser EBITDA Ziel aus den Augen zu verlieren.

Der Kundenbestand ist im Vergleich zum Vorjahresstichtag insgesamt um 26,0 Prozent oder 526 Tausend auf 2,547 Millionen Teilnehmer (9M-2014: 2,021 Millionen)

gestiegen. Besonders bei den MVNO-Kunden konnten wir zum 30. September 2015 deutlich zulegen. Mit einem Anstieg um 580 Tausend Teilnehmer oder 31,0 Prozent stieg deren Bestand in den letzten 12 Monaten auf insgesamt 2,449 Millionen Teilnehmer (9M-2014: 1,869 Millionen). Dabei haben wir vor allem bei den hoch profitablen Budget-Teilnehmern mit einer Steigerung um 58,3 Prozent oder 652 Tausend Teilnehmer auf 1,770 Millionen Teilnehmer (9M-2014: 1,118 Millionen) stark hinzu gewonnen. Durch den besseren Kunden- und Tarifmix hat sich auch der durchschnittliche Deckungsbeitrag je MVNO-Kunde (AGPPU) erneut erhöht und beträgt für die ersten neun Monate 2015 nun 7,36 Euro (9M-2014: 6,49 Euro).

Der Umsatz der ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2015 legte um 113,7 Prozent oder 242,1 Millionen Euro auf 455,1 Millionen Euro zu (9M-2014: 213,0 Millionen Euro). Mit 244,7 Millionen Euro entfällt dabei der größte Teil auf das Online Segment (9M-2014: 212,0 Millionen Euro). Im Offline Segment wurden im Berichtszeitraum 81,9 Millionen Euro (9M-2014: 0 Euro) erwirtschaftet. Das margenschwache Distributionsgeschäft hat seit dem Erwerb der The Phone House-Gruppe im Mai 2015 schon 127,8 Millionen Euro beigetragen.

Mit einem um 49,4 Prozent höheren und damit sehr stark gestiegenen Service Umsatz in Höhe von insgesamt 313,4 Millionen Euro (9M-2014: 209,8 Millionen Euro) haben wir in den ersten neun Monaten 2015 einen Rohertrag erwirtschaftet, der mit 179,4 Millionen Euro um 70,4 Prozent bzw. 74,1 Millionen Euro noch stärker zugelegt hat und deutlich über dem Vorjahresniveau liegt (9M-2014: 105,3 Millionen Euro). Auch hier entfällt mit 133,5 Millionen Euro der größte Teil auf das Online-Segment.

Brief des Vorstands

Das Konzern-EBITDA, das eine der wichtigsten Kennzahlen unseres Geschäfts darstellt, verbesserte sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 36,5 Prozent oder 23,6 Millionen Euro auf 88,2 Millionen Euro (9M-2014: 64,6 Millionen Euro). Das Online Segment hat, trotz der deutlich gestiegenen Werbeaufwendungen mit 67,5 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr (9M-2014: 67,1 Millionen Euro) leicht zulegen können und damit den mit Abstand größten Ergebnisbeitrag geliefert. Das Segment Offline hat erstmals mit 28,8 Millionen Euro zum Unternehmenserfolg beigetragen. Für das vierte Quartal planen wir eine weitere Steigerung der Werbeaufwendungen, die schon in den ersten neun Monaten auf 42,4 Millionen Euro (9M-2014: 8,4 Millionen Euro) angewachsen sind. Damit werden wir den Ausbau der Fokusmarken smartmobil.de und yourfone spürbar vorantreiben sowie die entsprechenden Kundenbestände weiter ausbauen.

Basierend auf der sehr positiven Entwicklung der Ertragslage haben wir in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2015 einen operativen Cash-Flow von 65,6 Millionen Euro erwirtschaftet, was gegenüber dem Vorjahreszeitraum eine Steigerung um 12,4 Millionen Euro oder 23,2 Prozent (9M-2014: 53,2 Millionen Euro) bedeutet.

Nach der Ausschüttung der Dividende in Höhe von 90,4 Millionen Euro (Vorjahr: 76,8 Mio. Euro) im zweiten Quartal sowie

der im Zusammenhang mit dem Start des MBA MVNO-Modells vereinbarten Zahlung an Telefónica für den Ausbau des LTE-Netzes und zukünftiger Technologien in Höhe von 150,0 Millionen Euro im dritten Quartal, betragen die liquiden Mittel am Ende des Berichtszeitraums 117,5 Mio. Euro (31.12.2014: 317,1 Mio. Euro). Kombiniert mit attraktiven Finanzierungsmöglichkeiten verfügt die Drillisch AG auch nach diesen Auszahlungen über genügend Flexibilität, um ihr Geschäft weiterhin sinnvoll zu erweitern oder zu ergänzen.

Ausblick:

Aufgrund des erfolgreichen Geschäftsverlaufs der ersten neun Monate 2015, der zunehmenden Dynamik im Ausbau unseres MVNO-Kundenbestandes und den ausgezeichneten Marktchancen, die sich uns als MBA MVNO bieten, blicken wir mit Zuversicht in die Zukunft. Wir bestätigen die erhöhte Guidance und rechnen für das Geschäftsjahr 2015 mit einer Steigerung des EBITDA an das obere Ende der Prognose von 95 bis 100 Millionen Euro (2014: 85,2 Millionen Euro). Für das Geschäftsjahr 2016 erwarten wir unverändert eine weitere Steigerung auf 115 bis 120 Millionen Euro. Die Aktionäre wollen wir auch in Zukunft angemessen am Erfolg des Unternehmens beteiligen und planen für die Geschäftsjahre 2015 und 2016 nach wie vor mit einer Dividende von mindestens 1,70 Euro je Aktie.

Aus Maintal grüßen Sie herzlich



Paschalis Choulidis,



Vlasios Choulidis

und



André Driesen

**GESCHÄFTSENTWICKLUNG DES DRILLISCH-KONZERNS
ZUM 30. SEPTEMBER 2015**

Konzern-Unternehmen

Drillisch AG – Erfolgreiche neun Monate 2015

Der Drillisch Konzern

Die Drillisch AG, Maintal, zusammen mit ihren Tochterunternehmen („Drillisch“) ist ein ausschließlich in Deutschland tätiger Mobile Bitstream Access Mobile Virtual Network Operator (MBA MVNO). In den ersten neun Monaten 2015 hat das Unternehmen seine langjährige Erfolgsgeschichte des profitablen Wachstums fortgesetzt und das operative Ergebnis weiter gesteigert.

Als einer der profitabelsten und innovativsten Anbieter von Tarifen für Sprach- und Datenkommunikation in Deutschland setzt Drillisch regelmäßig neue Impulse am deutschen Mobilfunkmarkt. Als MBA MVNO gestaltet Drillisch flexible Angebote nach eigenen Produktvorstellungen auf Basis von standardisierten und entbündelten Vorleistungen der Netzanbieter Telefónica Germany GmbH & Co. OHG („Telefónica“) und Vodafone GmbH („Vodafone“). Die wichtigsten Absatzkanäle sind das Internet und der eigene Shop-Kanal unter der Marke yourfone. Über das Tochterunternehmen The Phone House Deutschland GmbH, Münster, („Phone House“), einem der größten Distributoren für Mobilfunk- und Festnetzverträge in Deutschland, arbeitet Drillisch außerdem mit ausgewählten Vertriebs- und Kooperationspartnern sowie mit dem klassischen Mobilfunkfachhandel zusammen. Auch für das Gesamtjahr 2015 sowie für das Geschäftsjahr 2016 rechnet Drillisch mit einer Fortsetzung der erfolgreichen Unternehmensentwicklung.

Auf Basis von bestehenden Serviceprovider-Verträgen in den Netzen der Telekom Deutschland GmbH („Telekom“)

und bis zum 30. Juni 2015 der ehemaligen E-Plus Mobilfunk GmbH („E-Plus“) werden nach wie vor Bestandskunden betreut. In diesem weniger profitablen Bereich geht die Zahl der Kunden planmäßig zurück.

Drillisch – einziger MBA MVNO im deutschen Mobilfunkmarkt

Auf Basis des im Juni des vergangenen Jahres mit Telefónica geschlossenen MBA MVNO Vertrages gewährt Telefónica Drillisch als einzigem Wettbewerber am deutschen Mobilfunkmarkt den Zugang zu bis zu 30% der genutzten Netzkapazität, die nach dem Zusammenschluss im kontrollierten Mobilfunknetz der Telefónica und E-Plus zur Verfügung steht. Dieses Recht erstreckt sich nicht nur auf die heutigen, sondern auch auf alle zukünftigen Technologien und beinhaltet außerdem ein beschleunigtes und uneingeschränktes Markteintrittsrecht für LTE. Gleichzeitig erhält Drillisch das Zugangsrecht zu dem durch den Zusammenschluss entstehenden sog. „Golden Grid Network“ der Telefónica. Dies bedeutet Zugang zu dem erweiterten Footprint des Mobilfunknetzes der Telefónica einschließlich aller erforderlichen technischen Spezifikationen und der Befähigung zur technischen Geschwindigkeitsdrosselung und Transportbeschränkung bei übermäßig anfallender Datennutzung durch den Endkunden.

Nach Maßgabe der abgeschlossenen Vereinbarung bestehen zusätzlich die folgenden Optionen, (1) ein sogenannter Full MVNO auf dem Mobilfunknetz von Telefónica zu werden, das heißt, ein Anbieter von Mobilfunkleistungen zu werden, der sein eigenes vollständiges Core Netzwerk betreibt und lediglich das Access Netzwerk von Telefónica nutzt („Full MVNO“), und/oder (2) ein lizenzierter Mobilfunknetzbetreiber („MNO“) zu werden.

Konzern-Unternehmen

Des Weiteren hat Drillisch über ihre 100-prozentige Tochtergesellschaft yourfone AG im Juni 2015 mit Telefónica ein Business Transfer Agreement geschlossen, in dem die Übertragung von insgesamt 301 eigenen Shops und Partner-Shops geregelt wird. Von diesen Standorten hat Drillisch bereits Anfang Juli die ersten rund 100 eigenen und in der Folgezeit mehr als 100 Partner-Shops unter der Marke yourfone neu eröffnet. Die Anbindung weiterer Standorte wird nach und nach folgen.

Veränderung der Konzernstruktur

Mit der Anfang April 2015 abgeschlossenen Zusammenführung der zuvor eigenständig operativ tätigen Tochterunternehmen Drillisch Online AG („Drillisch Online“) (ehemals Drillisch Telecom GmbH), MS Mobile Services GmbH („MS Mobile“), beide mit Sitz in Maintal, und der eteleon AG („eteleon“), mit Sitz in München, in eine gemeinsame Gesellschaft, hat Drillisch einerseits die Online-Kompetenz im Mobilfunkvertrieb gebündelt und zugleich die Prozesse und Strukturen in diesem Bereich weiter optimiert. In der Drillisch Online AG ist nun der gesamte Online-Vertrieb zusammengefasst.

Mit dem am 2. Januar 2015 abgeschlossenen Erwerb der yourfone AG, Maintal, („yourfone“) (ehemals yourfone GmbH, Hamburg) sowie der Auswahl und dem Erwerb der 301 ehemaligen Telefónica- bzw. BASE-Shop-Standorte hat Drillisch andererseits auch im Offline Bereich ein starkes Standbein auf- und ausgebaut. Vor allem mit Shops, die an stark frequentierten Standorten und in den Einkaufszentren der Innenstädte liegen, werden so zusätzliche Käufergruppen erschlossen.

Mit dem am 15. April 2015 abgeschlossenen Kaufvertrag über den Erwerb der

Phone House komplettiert Drillisch den Aufbau ihres neuen, flächendeckenden Offline Vertriebskanals. Phone House verfügt über eine langjährige Erfahrung im Distributionsgeschäft und stationären Vertrieb, hat ausgezeichneten Zugang zum freien Fachhandel und besitzt alle notwendigen technischen Voraussetzungen, um sowohl Partner- als auch eigene Shops vollumfänglich und inkl. Hardwareversorgung zu betreuen.

Die Drillisch AG ist die Holding des Konzerns

Im Drillisch-Konzern konzentriert sich die Drillisch AG als Mutterunternehmen auf die Holding-Aufgaben wie Geschäftsführung, Finanz- und Rechnungswesen, Controlling, Cash-Management, Personalwesen, Risikomanagement, Unternehmenskommunikation und Investor Relations sowie auf die Festlegung, Steuerung und Überwachung der globalen Konzernstrategie.

Drillisch Online AG

Die Drillisch Online AG übernimmt mit allen etablierten Online-Marken des Konzerns, wie zum Beispiel smartmobil.de, maXXim, sim.de, winSIM, Deutschland-SIM oder simply das operative Mobilfunkgeschäft im Online-Segment.

yourfone AG

Die yourfone AG verantwortet unter ihrer Marke den gesamten Offline-Vertrieb. Ihre beiden 100-prozentigen Tochtergesellschaften, die yourfone Retail AG (ehemals Telefonica Germany Shoptransfer AG) und die yourfone Shop GmbH (ehemals Telefonica Germany Retail Ausgliederungs GmbH), beide mit Sitz in Düsseldorf, übernehmen seit Juli 2015 den operativen Shop-Betrieb.

Der Mobilfunkmarkt

GTCOM GmbH

Die GTCOM GmbH als Tochterunternehmen der Drillisch AG ist ein in Deutschland tätiger, auf Prepaid-Produkte spezialisierter Mobilfunkanbieter.

The Phone House Deutschland GmbH

Die Phone House als Tochterunternehmen der Drillisch AG ist in Deutschland einer der größten Distributoren für mobile Kommunikation. Im Drillisch Konzern betreut Phone House sowohl Partner- als auch eigene Shops vollumfänglich und übernimmt die komplette Hardwareversorgung für den Offlinevertrieb.

Die IQ-Optimize Software AG ist der IT-Dienstleister des Konzerns

Die IT-Kompetenz der Drillisch Gruppe ist in der Tochtergesellschaft IQ-Optimize gebündelt. Das Unternehmen erbringt vor allem für die Mobilfunkanbieter des Konzerns nahezu alle IT-Dienstleistungen.

Mitarbeiter

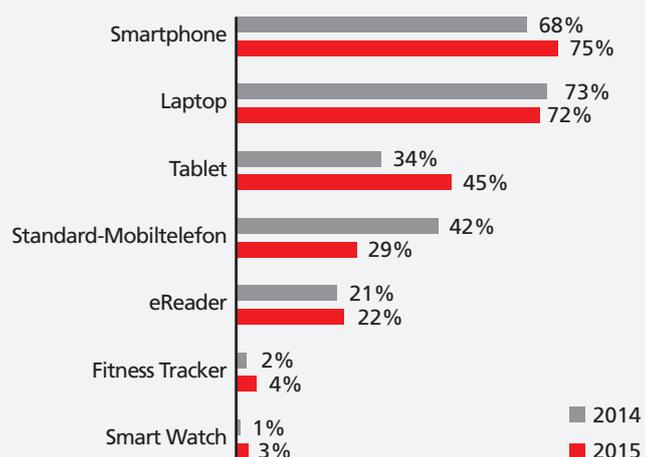
In den ersten neun Monaten 2015 waren im Drillisch-Konzern im Durchschnitt – inklusive der drei Vorstandsmitglieder der Drillisch AG – 655 (Vj.: 355) Mitarbeiter beschäftigt. Die Zahl der Auszubildenden, die in der vorgenannten Summe nicht enthalten ist, betrug 50 (Vj.: 47). Die Veränderung zum Vorjahr resultiert im Wesentlichen aus dem Erwerb von Phone House, den eigenen Shops und den dort beschäftigten Mitarbeitern.

Der Mobilfunkmarkt

Mobile Kommunikation – Nicht ohne mein Smartphone

Die mobile Kommunikation findet vor allem mit dem Smartphone und nicht mit dem Laptop statt. Das ist das Ergebnis der Mitte September 2015 von dem Beratungsunternehmen Deloitte vorgestellten Studie *Global Mobile Consumer Survey 2015*.

Anteil mobiler Endgeräte in deutschen Haushalten



Quelle: Global Mobile Consumer Survey, Deloitte, September 2015

Im Rahmen der in über 31 Ländern durchgeführten Umfrage gaben drei Viertel der in Deutschland befragten Konsumenten an, Zugriff auf das mobile Internet über ein Smartphone zu haben. Noch stärker ist die Verbreitung in der Altersgruppe der 18 bis 24-jährigen. Hier nutzen 90 Prozent ein Smartphone. Ein stetiger Anstieg der mobilen Datennutzung wird auch durch die Studie *Convergence Monitor* des Meinungsforschungsinstituts TNS Infratest vom August 2015 bestätigt. Danach besitzen 67 Prozent der 14 bis 64-jährigen ein Smartphone. Im Vorjahr waren es bei der gleichen Befragung noch 59 Prozent und in 2013 nur 43 Prozent.



Der Mobilfunkmarkt

Die besondere Bedeutung des Smartphones wird durch eine Untersuchung der Unternehmensberatung Prophet vom 17. September 2015 eindrucksvoll unterstrichen und drückt damit auch den gesellschaftlichen Wandel und die Wertigkeit der mobilen Kommunikation aus. Auf die Frage „Welche Rolle spielt das Auto in Ihrem Leben?“ antworteten 37 Prozent der Konsumenten im Alter zwischen 18 und 34 mit "Mir sind qualitativ hochwertige Computer, Laptops und Smartphones wichtiger als ein eigenes Auto". Ein Jahr zuvor stimmten nur 31 Prozent dieser Aussage zu.

Rund 60 Prozent der Deutschen surfen 18 Stunden in der Woche mobil

Die Deutschen sind im Durchschnitt 40 Stunden in der Woche im World Wide Web unterwegs, online-affine Bundesbürger sogar bis zu 54 Stunden. Immer mehr tauschen hierfür den heimischen PC gegen das überall verfügbare Smartphone. So gehen laut einer Studie der Postbank 57 Prozent aller Deutschen jede Woche 18 Stunden mit dem Smartphone online. Bei den „Digital Natives“ in der Altersgruppe von 18- bis 24 sind es sogar knapp 52 Stunden.

Der Absatz von Smartphones übertrifft die Erwartungen, der Umsatz mit Tablets wächst langsamer

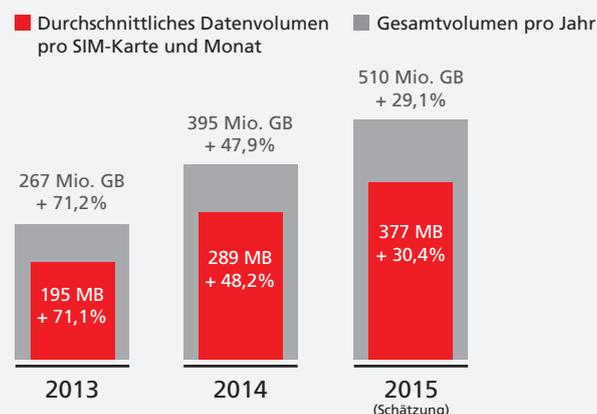
Der Umsatz mit Smartphones wird in Deutschland laut einer Prognose des BITKOM vom September 2015 im laufenden Jahr stärker wachsen als noch im Frühjahr erwartet. Insgesamt erwarten die Branchenexperten einen Gesamtumsatz von 9,1 Milliarden Euro und damit über 7 Prozent mehr als im Vorjahr. Mit 25,6 Millionen verkauften Geräten und einem Plus von 5 Prozent im Vergleich zu 2014 wird in diesem Jahr ein neuer Ab-

satzrekord für Smartphones aufgestellt werden. Etwas schwächer verläuft dagegen die Entwicklung bei Tablet-Computern. Zwar werden mit erwarteten 7,74 Millionen verkaufter Geräte rund 4 Prozent mehr abgesetzt als noch 2014, der Umsatz wird aber nur um knapp 2 Prozent auf 2,09 Milliarden Euro zulegen.

Datenaufkommen wächst weltweit um 60 Prozent, in Deutschland werden 30 Prozent mehr Datenvolumen erwartet

Durch die immer stärkere Verbreitung von Smartphones, die zunehmende Nutzung von Highspeed-Mobilfunkverbindungen via LTE und immer datenintensiveren Nutzungsszenarien steigt der Datenverkehr dynamisch an. Die Marktforscher von Gartner rechnen in ihrem „Forecast: Mobile Data Traffic“ (Pressemitteilung vom 22. Juli 2015) bis Ende des Jahres mit einem weltweiten Datenaufkommen im Mobilfunk von 52 Millionen TByte. Dies entspricht einer Steigerung von 59 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Eine aktuelle Studie des VATM in Verbindung mit DIALOG CONSULT vom 21. Oktober 2015 prognostiziert für Deutschland in Bezug auf die Entwicklung des Datenverkehrs aus

Mobiler Datenverkehr in Deutschland



Quelle: Marktstudie VATM / Dialog Consult, Oktober 2015

Der Mobilfunkmarkt

den Mobilfunknetzen im Jahr 2015 eine Steigerung um insgesamt 29,1 Prozent auf 510 Millionen GB (2014: 395 Millionen GB). Das durchschnittliche Datenvolumen pro Nutzer und Monat soll 2015 um 30,4 Prozent auf 377 MB (2014: 289 MB) anwachsen.

Betrachtet man die Entwicklung der Umsätze abseits der Telefonie, dann soll der Umsatzanteil mit Daten von 9,6 Milliarden Euro im Jahr 2014 auf 10,6 Milliarden Euro im Jahr 2015 ansteigen. Am insgesamt stabil bleibenden Gesamtumsatz von 24,8 Milliarden Euro (2014: 25,0 Milliarden Euro) sollen Datenumsätze inzwischen einen Anteil von 42,7 Prozent ausmachen (2014: 38,4 Prozent). Der Umsatz mit der Telefonie wird mit geschätzten 12,9 Milliarden Euro in 2015 (Anteil: 52,1 Prozent) gegenüber 13,9 Milliarden Euro in 2014 (Anteil: 55,6 Prozent) leicht rückläufig sein.

Ein wesentlicher Faktor hierfür ist die zunehmende Verbreitung von Sprach-Flatrates. Die täglich von Mobilfunkanschlüssen abgehenden Verbindungsminuten sollen jedoch von 303 Millionen Minuten in 2014 auf 305 Millionen Minuten in diesem Jahr leicht ansteigen. Im Gegensatz dazu gehen tägliche Verbindungen aus

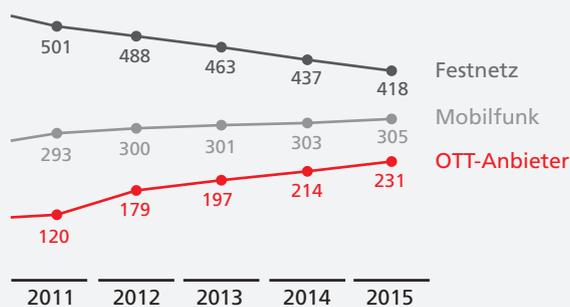
dem Festnetz von 437 Millionen Minuten im Vorjahr auf 418 Millionen Minuten in 2015 zurück.

Deutlich zugelegt hat auch der Sprachverkehr über die so genannten OTT-Anwendungen. Damit sind solche Verbindungen gemeint, die nicht über einen Anschlussnetzbetreiber abgerechnet werden. Hierunter fallen z.B. Gespräche über VoIP-Anbieter wie Skype oder FaceTime, die derzeit noch mehrheitlich über das Festnetz geführt werden. Die Verbindungsminuten werden nach den Erwartungen von VATM und DIALOG CONSULT von 214 Millionen Minuten pro Tag in 2014 auf 231 Millionen Minuten pro Tag in 2015 ansteigen. Dem Trend zu Voice over Data, also zur Nutzung der Datenpakete für Telefonie, wird in der Zukunft auch im Mobilfunk ein nicht zu unterschätzendes Potential beigemessen, das wesentlich zur weiteren dynamischen Entwicklung der mobilen Datenumsätze beitragen wird.

Der Netzwerkausrüster Cisco erwartet in seinem *Global Mobile Data Traffic Forecast* (Februar 2015) für Deutschland bis zum Jahr 2019 einen Anstieg des mobilen Datenverkehrs um das Siebenfache des jetzigen Datenaufkommens. Auch langfristig soll der mobile Datenverkehr weiter rapide wachsen. Als wesentlicher Faktor für die starke Zunahme des mobilen Datenverkehrs werden immer speicherintensivere Nutzungen angesehen. Hier nur ein paar Beispiele:

➔ **Fotos teilen:** Fast zwei Drittel aller Smartphone-Nutzer (63 Prozent) ab 14 Jahren teilen Fotos über soziale Netzwerke wie Instagram, Facebook, Twitter, Snapchat, Flickr und Co. Im Vergleich dazu nutzten im Jahr 2011 erst 38 Prozent diese Möglichkeit. (BITKOM 10/2015)

Abgehende Verbindungsminuten nach Anbieterart (pro Tag in Mio.)



Quelle: Marktstudie VATM / Dialog Consult, Oktober 2015

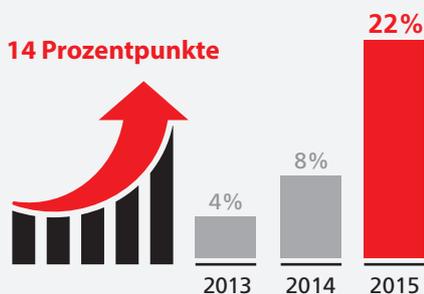
Der Mobilfunkmarkt

- ➔ **Video-Streaming:** Onliner verbringen mittlerweile 17 Prozent ihrer Zeit im Netz mit Videoinhalten, 2014 waren es nur 12 Prozent. Diese Entwicklung wird auch durch die zunehmende Verbreitung leistungsfähigerer Hardware getrieben. Die durchschnittliche Nutzung eines Video-Streams via Mobilfunk liegt bei den Deutschen bei 10,6 Minuten. (Gartner)
- ➔ **Video-Clips teilen:** 60 Prozent aller Smartphone-Nutzer in Deutschland drehen mit ihrem Handy kurze Filmclips. Davon teilt mehr als die Hälfte (54 Prozent) die eigenen Videos zumindest gelegentlich mit anderen über Soziale Netzwerke wie Facebook, Twitter, Instagram, Vine und Co. (BITKOM 08/2015)

LTE wird zum Massenmarkt – Und damit hört es nicht auf

Nach Erhebungen von Deloitte in ihrem Global Mobile Consumer Survey 2015 nutzen 22 Prozent der deutschen Mobilfunkkunden bereits die schnellen Breitbandverbindungen. Das sind 14 Prozentpunkte mehr als im Vorjahr.

Anteil LTE-Nutzer in Deutschland



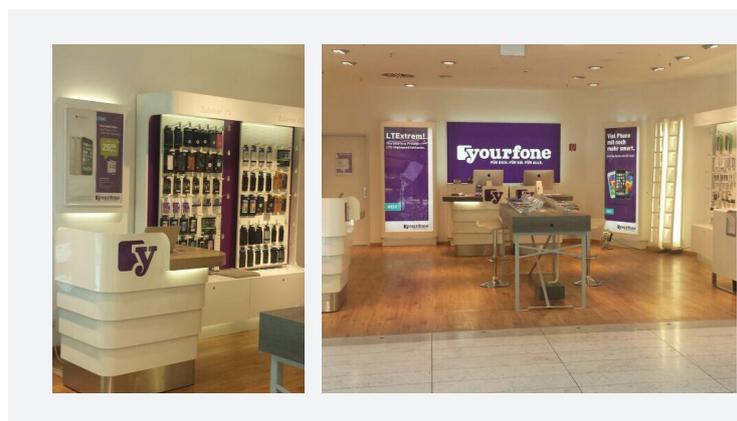
Quelle: Global Mobile Consumer Survey, Deloitte, September 2015

Laut einer Prognose des Netzwerkausrüsters Cisco soll in vier Jahren mehr als 80 Prozent des gesamten mobilen Datenverkehrs über das LTE-Hochgeschwindigkeitsnetz realisiert werden. Doch bereits

heute sind Netze der nächsten Generation (5G) mit Übertragungsraten von 10 GBit/s im Testbetrieb. In fünf Jahren sollen – so EU-Kommissar Oettinger in einem Interview Anfang Oktober – die ersten 5G-Netze in Europa an den Start gehen.

yourfone baut das Vertriebsnetz im stationären Handel kontinuierlich aus

Seit Anfang Juli ist Drillisch mit der Premiummarke yourfone deutschlandweit auch im stationären Handel präsent. Mit einem auffälligen Erscheinungsbild und der einprägsamen Botschaft „Für Dich. Für Sie. Für Alle.“ spricht Drillisch mit ihrer Premium Marke die Verbraucher in 1a-Lagen belebter Fußgängerzonen und stark frequentierter Einkaufszentren an. Mit einem bewährten Shop-Konzept einerseits sowie der Einführung neu gestalteter und auf die Marke yourfone abgestimmter Design-Elemente andererseits wurde für den Kunden ein neues Shop-Erlebnis und ein hoher Wiedererkennungseffekt geschaffen.



Des Weiteren überzeugt yourfone mit attraktiven Angeboten und bietet optimale Kombinationen mit Top-Smartphones zu konkurrenzlos günstigen Konditionen an. So enthalten alle Tarife von yourfone den neuesten 4G-Funkstandard LTE. Bei yourfone können Kunden zwischen so genannten Full-Flats, die

Der Mobilfunkmarkt

neben einem Datenpaket von 500 MB bis 5 GB auch eine Sprach- und SMS-Flatrate enthalten und Tarifen mit Minuten-/SMS-Paketen wählen. So findet jeder einen für sein individuelles Nutzungsverhalten passenden Tarif. Bereits ab 9,99 Euro pro Monat bietet yourfone für Einsteiger und Wenigtelefonierer Tarife mit LTE-Highspeed sowie Minuten-/SMS-Paket an. Eine Allnet-Flat mit bis zu 50 Mbit/s Highspeed ist bei yourfone ab 14,99 Euro erhältlich und setzt sich somit deutlich vom Wettbewerb ab.

Zu den rund 100 eigenen Shops, mit denen yourfone im Juli gestartet ist, haben sich in der Folgezeit über 100 weitere Partner-Shops (Stand: 30.09.2015) dem yourfone Vertriebsnetz angeschlossen. Mit dem praktischen Shop-Finder auf der Webseite www.yourfone.de (siehe Seite 43 im Bericht) finden Interessenten schnell und einfach den nächstgelegenen Standort. Mit weiteren bis zu 100 Partner-Shops soll yourfone die Nähe zum Kunden und somit die Präsenz in vielen deutschen Innenstädten weiter ausbauen. Begleitet wird der Shop-Start durch bundesweite Radio-Kampagnen, gezielte Plakat- und Info-Screens-Werbung im Umfeld der Shops sowie Print-Anzeigen, Medienkooperationen und Promotion Aktionen vor Ort. Eine TV-Kampagne in reichweitenstarken Sendern und Werbe-Spots in Kinos runden den vielfältigen Media-Mix ab.

Des Weiteren konnte Drillisch Lekkerland als Vertriebspartner für die yourfone Prepaid-Produkte gewinnen. So sind zum Beispiel der yourfone 8 Cent Prepaid Tarif und Guthabekarten zur Guthabenaufladung nicht nur in den yourfone Shops, sondern auch bei vielen Tankstellen, die exklusiv von Lekkerland beliefert werden, erhältlich.

Phone House öffnet weitere Vertriebskanäle und unterstützt die yourfone Shops

Der seit Anfang Mai 2015 zur Drillisch-Gruppe gehörende Distributor Phone House ermöglicht Drillisch den Zugang zum freien Fachhandel. Mit der Anbindung des indirekten Handels eröffnet Phone House weitere Vertriebskanäle. Die ersten Vertriebskooperationen wurden bereits Anfang Juli 2015 geschlossen. Mit Partnern wie der Stahlgruber Communication sowie EinsAmobile, Faro-com, Selectric und WES werden yourfone-Produkte zukünftig deutschlandweit vertrieben. Des Weiteren übernimmt Phone House für die yourfone-Shops die Steuerung der IT-Prozesse, leistet Vertriebsunterstützung und stellt die Hardware-Versorgung sicher. Zusätzlich koordiniert Phone House die regionalen Marketingmaßnahmen. Mit ihrer langjährigen Erfahrung im stationären Vertrieb, qualifizierten Mitarbeitern sowie bewährten Prozessen unterstützt Phone House yourfone mit allen notwendigen Kompetenzen im Bereich des Offline-Vertriebs.

Drillisch setzt mit Online-Marken auf starke Vertriebskooperationen und einzigartige Aktionsangebote

Drillisch hat in den vergangenen Monaten die Bekanntheit der Premiummarke smartmobil.de nachweisbar und dynamisch weiter ausgebaut. Anfang Oktober hat die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) eine dritte repräsentative Befragung zur Markenbekanntheit im deutschen Mobilfunkmarkt durchgeführt. Bei der ungestützten Frage nach Mobilfunkmarken steigerte smartmobil.de nach 2,1 Prozent im April 2015 und 4,7 Prozent im August die Bekanntheit auf nunmehr 6,3 Prozent. Während Wettbewerber im gleichen Zeitraum

Der Mobilfunkmarkt

nicht oder nur im geringen Umfang steigern konnten, hat die Premiummarke smartmobil.de deutlich zugelegt.

„Highspeed-Surfen mit LTE“ steht hierbei klar im Fokus der Kommunikation, die medial durch den aktuellen Werbespot mit Heino und der Botschaft „Ja, ja, so schnell, schnell, schnell ist das LTE“ begleitet wird. Zusätzlich setzte die Ende August gestartete Aktion „LTE Hammer“ für 12,99 Euro im Monat mit einer Allnet-Flat und LTE-Highspeed von bis zu 50 Mbit/s eine einzigartige Preismarke. Im Gegensatz zu vielen Wettbewerbern bietet smartmobil.de jedoch LTE-Tarife auch ohne langfristige Vertragslaufzeit an. Ein klarer Wettbewerbsvorteil, der auch im Werbespot deutlich kommuniziert wird.



Der „LTE Hammer“ markiert zudem eine weitere erfolgreiche Medienkooperation mit dem Springer-Verlag. In Zusammenarbeit mit bild.de erreichen die preisführenden Angebote von smartmobil.de so neue Zielgruppen.

Als zusätzliches Highlight war smartmobil.de Anfang Oktober in der Sonderausgabe der BILD-Zeitung zu „25 Jahre Deutsche Einheit“ präsent, die an über 42 Millionen deutsche Haushalte kostenlos verteilt wurde. Aus Anlass des Jubiläums der Wiedervereinigung hat smartmobil.de das Angebot noch einmal verbessert und neben einem 6-monatigen Preisvorteil auch einen 25 Euro Bonus bei Mit-

nahme der Rufnummer ausgelobt.

Attraktive Aktionstarife für alle Nutzer-typen bei weiteren Online-Marken

Über die weiteren etablierten Online-Marken, wie DeutschlandSIM, simply, winSIM, maXXim oder helloMobil hat Drillisch in den vergangenen Monaten verschiedene Aktionstarife für unterschiedliche Nutzergruppen angeboten. Bei den „Summer-Specials“ erhielten die beliebten Allnet-Flatrates LTE 1500 und LTE 3000 bei gleichbleibendem Preis von

19,99 Euro bzw. 24,99 Euro pro Monat jeweils ein doppeltes Datenvolumen.

So konnten sich Vielsurfer über extra viel Surfvergnügen mit 3 GB bzw. 6 GB zu einem einzigartigen Preis freuen. Mit diesen Aktionen trägt Drillisch dem steigenden Datenbedarf Rechnung und bietet intensiven Nutzern attraktive Tarifpakete, die bei anderen Anbietern nur für deutlich höhere Monatsentgelte erhältlich sind.

Gleichzeitig bedient Drillisch mit den LTE Mini-Tarifen auch die Nutzer, die nicht die volle Leistung einer Allnet-Flat, aber dennoch mehr Datenvolumen als den marktüblich für Smartphone-Tarife mit Minuten-/SMS-Paketen angebotenen 500 MB benötigen. Insbesondere die Marken winSIM und maXXim konnten mit den LTE Mini-Tarifen punkten. Neben 1 GB bzw. 2 GB LTE Datenvolumen enthalten

Der Mobilfunkmarkt

diese Aktionstarife eine SMS-Flatrate sowie 50 bzw. 100 monatliche Freiminuten. Diese Tarife sind die ideale Wahl für alle Smartphone-Nutzer, die häufig online sind, aber eher per Messenger oder in

Sozialen Netzwerken kommunizieren und nur gelegentlich telefonieren. Bereits ab 4,99 Euro ermöglicht Drillisch so den kostengünstigen Einstieg in die LTE-Welt.



Quelle: test 10/2015

Tabellenauszug der fünf günstigsten Tarifanbieter (im Test 2 Tarifkategorien)

Volumentarife mit mindestens 200 Minuten, 100 SMS, 1.000 Megabyte

Anbieter (Netz)	Tarifname + Optionen	Preis	Enthaltene SMS/Minuten	Enthaltenes Datenvolumen (MB)
Expressmobil (O ₂)	Expressmobil + Clever L	9,95 Euro	200/200	1.000 MB
N-tv go! (O ₂)	N-tv go! + Clever L	9,95 Euro	200/200	1.000 MB
Yourfone (O ₂)	8 Cent Prepaid + Clever L	9,95 Euro	200/200	1.000 MB
BigSim (O ₂)	All-in 1000	12,95 Euro	250/250	1.000 MB
DeutschlandSim (O ₂)	Smart 1000	12,95 Euro	250/250	1.000 MB

Dreifach-Flatrates mit mindestens 1.000 Megabyte

Anbieter (Netz)	Tarifname + Optionen	Preis	Enthaltene SMS/Minuten	Enthaltenes Datenvolumen (MB)
Phonex (O ₂)	LTE S	14,95 Euro	Flatrate	1.000 MB
Sim.de (O ₂)	LTE Eins	14,95 Euro	Flatrate	1.000 MB
DiscoPlus (O ₂)	Flat L 1000	19,95 Euro	Flatrate	1.000 MB
maxxim (O ₂)	Flat XM 1000 plus	19,95 Euro	Flatrate	1.000 MB
DeutschlandSim (O ₂)	LTE 1500	19,99 Euro	Flatrate	1.500 MB

Stiftung Warentest bestätigt erneut: Drillisch-Marken günstigste Anbieter für jeden Nutzertyp

In der Ausgabe 10/2015 der Zeitschrift „test“ hat die Stiftung Warentest Volumentarife und Allnet-Flats gegenübergestellt. In beiden Kategorien belegten Drillisch-Produkte die vordersten Plätze. Bei den Allnet-Flats untersuchten die Tester Tarife mit einer Dreifach-Flat, bestehend aus Telefonie-, SMS- und Internet-Flat. Hier belegten Drillisch-Marken die Plätze 1-5, u.a. die bekannte TV-Marke sim.de sowie maXXim, discoPLUS, DeutschlandSIM und Phonex.

Für Nutzer, die nicht die volle Leistung einer Full-Flat benötigen, sind Volumentarife eine günstige Alternative. Im Test wurden Tarife mit mindestens 200 Minuten, 100 SMS und 1 GB Datenvolumen verglichen. Das Ergebnis ist überzeugend: Unter den Top 10 belegen Drillisch-Marken die Plätze 1-8. Allen voran überzeugen die Prepaid-Tarife Express Mobil, n-tv go! und der yourfone 8 Cent Prepaid-Tarif, gefolgt von den Smartphone-Tarifen von DeutschlandSIM und BigSIM.

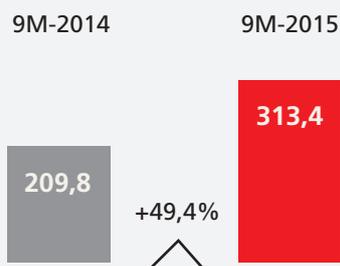
Umsatz- und Ertragslage

Umsatz und Ertragslage

Mit einem weiteren EBITDA-Wachstum in den ersten neun Monaten 2015 unterstreicht Drillisch erneut ihre operative Ertragskraft. Die gute Geschäftsentwicklung wird von der anhaltenden Dynamik in den Bereichen Mobilfunk und mobiles Internet getragen. Hinzu kommt die erstmalige Konsolidierung vor allem der yourfone AG. Mit innovativen Produkten sowie effizienten Marketing- und Vertriebskonzepten belegt Drillisch weiterhin eine Spitzenposition in der deutschen Telekommunikationsbranche.

Die „Service Revenues“, also im Wesentlichen die Erlöse im Zusammenhang mit der Bereitstellung der laufenden Mobilfunkleistung (Sprach- und Datenübermittlung) und deren Abrechnung auf Basis der bestehenden Kundenverhältnisse, betragen in den ersten neun Monaten 2015 313,4 Millionen Euro (Vj.: 209,8 Millionen Euro).

Service Umsatz (in Mio. €)



Die margenschwachen „Other Revenues“ stiegen um 138,4 Millionen auf 141,7 Millionen Euro (Vj.: 3,3 Millionen Euro). Die Veränderung zum Vorjahreszeitraum resultiert im Wesentlichen aus den Vermittlungs- und Hardwareumsätzen der Anfang Mai 2015 erworbenen Phone House, die erstmalig in den Konzernzwischenabschluss zum 30. Juni 2015 einbezogen wurden. Außerdem sind in dieser Position

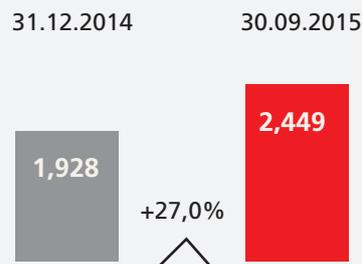
noch die Umsätze aus Software-Dienstleistungen in Höhe von 13 Tausend Euro (Vj.: 50 Tausend. Euro) enthalten.

Insgesamt betrug der Umsatz in den ersten neun Monaten 2015 455,1 Millionen Euro (Vj.: 213,0 Millionen Euro).

Im Segment Online erhöhten sich die Umsätze mit fremden Dritten um 32,7 Millionen auf 244,7 Millionen Euro (Vj.: 212,0 Millionen Euro). Die Umsatzerlöse im Segment Offline betragen im Berichtszeitraum 81,9 Millionen Euro (Vj.: 0,0 Euro) und beinhalten im dritten Quartal neben den Umsätzen aus der Bereitstellung von Telekommunikationsleistungen auch Umsatzerlöse aus einer Vereinbarung mit Telefónica im Rahmen des Starts des stationären Vertriebs nach der Übernahme von Telefónica-Standorten Ende Juni 2015. Im Segment Distribution betragen die Umsätze mit fremden Dritten 127,8 Millionen Euro (Vj.: 0,0 Euro). Im Segment Sonstiges / Holding reduzierten sich die Umsätze mit fremden Dritten von 1,1 Millionen Euro zum 30. September 2014 um 0,3 Millionen Euro auf 0,8 Millionen Euro zum 30. September 2015.

Der Bestand an MVNO Teilnehmern erhöhte sich seit Jahresbeginn weiter um 521 Tausend bzw. 27,0 Prozent auf 2,449 Millionen Teilnehmer (31. Dezember 2014: 1,928 Millionen MVNO Teilnehmer).

MVNO Teilnehmer (in Mio.)



Umsatz- und Ertragslage

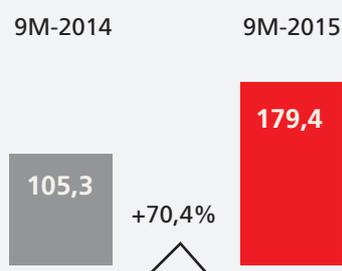
Die Anzahl der qualitativ hochwertigeren Budget-Teilnehmer erhöhte sich dabei um 46,1 Prozent auf 1,769 Millionen Teilnehmer zum 30. September 2015 (31. Dezember 2014: 1,211 Millionen Teilnehmer). Die Anzahl der Volumen-Teilnehmer reduzierte sich geringfügig von 717 Tausend Teilnehmern zum 31. Dezember 2014 auf 679 Tausend Teilnehmer zum 30. September 2015.

Im klassischen Service Provider Geschäft verringerte sich die Zahl der Teilnehmer auf 98 Tausend (31. Dezember 2014: 143 Tausend Teilnehmer). In Summe hat sich die Zahl der Kunden um 477 Tausend auf 2,547 Millionen (31. Dezember 2014: 2,070 Millionen) erhöht.

Der Materialaufwand erhöhte sich in den ersten neun Monaten 2015 um 155,9 Prozent auf 275,7 Millionen Euro (Vj.: 107,7 Millionen Euro).

Der Rohertrag erhöhte sich von 105,3 Millionen Euro in den ersten neun Monaten 2014 um 74,1 Millionen auf 179,4 Millionen Euro in den ersten neun Monaten 2015.

Rohertrag (in Mio. EUR)

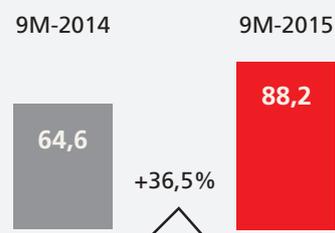


Die Rohertragsmarge betrug 39,4 Prozent (Vj.: 49,4 Prozent). Bedingt durch die deutlich gestiegene Mitarbeiteranzahl erhöhte sich der Personalaufwand um 64,5 Prozent auf 31,1 Millionen Euro (Vj.: 18,9 Millionen Euro). Die Personalaufwandsquote reduzierte sich in den ersten neun Monaten 2015 um 2,1

Prozentpunkte auf 6,8 Prozent (Vj.: 8,9 Prozent). Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen stiegen insgesamt um 51,9 Millionen Euro auf 76,0 Millionen Euro (Vj.: 24,1 Millionen Euro). Die Veränderung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum resultiert im Wesentlichen aus den um 34,0 Millionen auf 42,4 Millionen Euro (Vj.: 8,4 Millionen Euro) deutlich gestiegenen Werbekosten u.a. im Rahmen der TV-, Radio- und Out of Home-Kampagnen für die Marke smartmobil.de. Die Aufwendungen für Fremdleistungen erhöhten sich von 1,2 Millionen in den ersten neun Monaten 2014 um 7,3 Millionen auf 8,5 Millionen Euro. Hauptsächlich bedingt durch die Unternehmenserwerbe im Berichtszeitraum stiegen außerdem die Rechts- und Beratungskosten um 4,0 Millionen auf 6,3 Millionen Euro (Vj.: 2,3 Millionen Euro).

Das Konzern-EBITDA (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen) – eine der wichtigsten Steuerungsgrößen im Drillisch-Konzern – stieg um 36,5 Prozent auf 88,2 Millionen Euro (Vj.: 64,6 Millionen Euro).

Konzern-EBITDA in Mio. EUR



Die EBITDA-Marge erreichte 19,4 Prozent (Vj.: 30,3 Prozent). Das um einmalige Aufwendungen für Beratungs- und Due Diligence Leistungen bereinigte Konzern-EBITDA betrug 90,5 Millionen Euro (Vj.: 64,6 Millionen Euro).

Vermögens- und Finanzlage

Im Wesentlichen bedingt durch deutlich gestiegene Werbeaufwendungen erhöhte sich das EBITDA im Segment Online nur geringfügig um 0,4 Millionen Euro auf 67,5 Millionen Euro (Vj.: 67,1 Millionen Euro). In den Segmenten Offline und Distribution betrug das Segment EBITDA 28,8 Millionen Euro bzw. -4,0 Millionen Euro. Das EBITDA im Segment Sonstiges / Holding betrug zum 30. September 2015 -4,1 Millionen Euro (Vj.: -2,5 Millionen Euro). Die Veränderung zum Vorjahreszeitraum ist im Wesentlichen durch höhere Rechts- und Beratungskosten verursacht, die im Berichtszeitraum im Rahmen der Unternehmenserwerbe angefallen sind.

Die Abschreibungen stiegen um 10,9 Millionen Euro auf 18,3 Millionen Euro (Vj.: 7,4 Millionen Euro). Der Anstieg der Abschreibungen resultiert im Wesentlichen aus der erstmaligen Einbeziehung von yourfone und Phone House in den Konzernzwischenabschluss sowie aus dem im Zusammenhang mit dem MBA MVNO-Modell mit Telefónica vereinbarten Beitrag von Drillisch zu den von Telefónica bereits geleisteten und künftig noch zu tätigen Investitionen in den Ausbau des LTE-Netzes und in zukünftige Technologien in Höhe von 150 Millionen Euro, der als Sonstiger immaterieller Vermögenswert aktiviert wurde und gemäß der zu erwartenden Nutzungsdauer über 15 Jahre abgeschrieben wird. Das EBIT (Ergebnis vor Zinsen und Steuern) betrug im Berichtszeitraum 69,8 Millionen Euro (Vj.: 57,2 Millionen Euro). Die EBIT-Marge reduzierte sich um 11,5 Prozentpunkte auf 15,4 Prozent (Vj.: 26,9 Prozent).

Das Zinsergebnis der ersten 9 Monate 2015 betrug -2,5 Millionen Euro (Vj.: -2,0 Millionen Euro).

Die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag erhöhten sich um 3,1 Millionen Euro auf 19,7 Millionen Euro (Vj.: 16,6 Millionen Euro). Das Konzernergebnis betrug 47,6 Millionen Euro (Vj.: 38,7 Millionen Euro). Das Konzerngesamtergebnis zum 30. September 2015 betrug ebenfalls 47,6 Millionen Euro (Vj.: 38,7 Millionen Euro) und spiegelt ausschließlich die Ertragskraft des operativen Geschäfts wider. Das unverwässerte Ergebnis je Aktie betrug 0,88 Euro (Vj.: 0,81 Euro).

Vermögens- und Finanzlage

Die langfristigen Vermögenswerte erhöhten sich in den ersten neun Monaten 2015 insgesamt um 320,9 Millionen auf 422,8 Millionen Euro (31. Dezember 2014: 101,9 Millionen Euro). Der Anstieg resultiert zum einen aus den im Rahmen der Erwerbe von yourfone, von GTCOM und von Phone House bis zum Abschluss der Kaufpreisallokation vorläufig bilanzierten Geschäfts- und Firmenwerten dieser Gesellschaften in Höhe von insgesamt 75,2 Millionen Euro. Im Anstieg der Sonstigen immateriellen Vermögenswerte in Höhe von 219,8 Millionen Euro nach Abschreibungen spiegeln sich zum anderen der im Zusammenhang mit dem MBA MVNO-Modell mit Telefónica vereinbarte Beitrag von Drillisch zu den von Telefónica bereits geleisteten und künftig noch zu tätigen Investitionen in den Ausbau des LTE-Netzes und in zukünftige Technologien in Höhe von 150,0 Millionen Euro sowie die bisher im Rahmen der Kaufpreisallokation der yourfone vorläufig identifizierten Vermögenswerte in Höhe von 76,9 Millionen Euro wider. Die aktiven latenten Steuern erhöhten sich um 18,4 Millionen auf 19,1 Millionen Euro (31. Dezember 2014: 0,7 Millionen Euro). Der Anstieg resultiert im Wesentlichen aus der Erstkonsolidierung von Phone House.

Vermögens- und Finanzlage

Die liquiden Mittel reduzierten sich im Saldo um 199,6 Millionen auf 117,5 Millionen Euro (31. Dezember 2014: 317,1 Millionen Euro). Der Rückgang war im Wesentlichen bedingt durch Abflüsse aus dem Erwerb von yourfone und der damit einhergehenden Zahlung des Kaufpreises, der Zahlung des mit Telefónica vereinbarten Beitrags von Drillisch im Rahmen des MBA MVNO-Modells sowie aus der Dividendenzahlung im Mai 2015. Positiv wirkten sich neben dem Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit auch die im Rahmen des Erwerbs von Phone House übernommenen liquiden Mittel aus. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen betrugen 80,5 Millionen Euro (31. Dezember 2014: 47,5 Millionen Euro). Der Anstieg resultiert ebenfalls im Wesentlichen aus der erstmaligen Einbeziehung von yourfone und Phone House. Insgesamt reduzierten sich die kurzfristigen Vermögenswerte um 113,3 Millionen auf 260,3 Millionen Euro (31. Dezember 2014: 373,6 Millionen Euro).

Die Bilanzsumme des Drillisch-Konzerns erhöhte sich zum 30. September 2015 um insgesamt 207,6 Millionen auf 683,1 Millionen Euro (31. Dezember 2014: 475,6 Millionen Euro).

Das Eigenkapital erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr insgesamt um 23,3 Millionen auf 354,4 Millionen Euro (31. Dezember 2014: 331,1 Millionen Euro). Der Anstieg des Gezeichneten Kapitals sowie der Kapitalrücklage resultiert aus der Ausgabe von 1.575.634 neuen Aktien zum Nennwert von 1,10 Euro je Aktie im Rahmen des Erwerbs von Phone House. Das Gezeichnete Kapital erhöhte sich dabei um 1,7 Millionen auf 60,2 Millionen Euro (31. Dezember 2014: 58,5 Millionen Euro) und die Kapitalrücklage um 64,3 Millionen auf 295,5 Millionen Euro (31. Dezember 2014: 231,2 Millionen Euro). Der Bilanz-

gewinn reduzierte sich bedingt durch die Dividendenzahlung im Mai 2015 saldiert mit dem Neunmonatsergebnis um insgesamt 42,8 Millionen auf -32,0 Millionen Euro (31. Dezember 2014: 10,8 Millionen Euro). Die Position Sonstiges Eigenkapital in Höhe von -0,6 Millionen Euro (31. Dezember 2014: -0,6 Millionen Euro) spiegelt die erfolgsneutral zu erfassenden versicherungsmathematischen Gewinne und Verluste aus der Bewertung der Pensionsrückstellungen gemäß IAS 19 wider. Die Eigenkapitalquote betrug zum 30. September 2015 51,9 Prozent (31. Dezember 2014: 69,6 Prozent).

Die langfristigen Verbindlichkeiten erhöhten sich um 27,6 Millionen auf 126,4 Millionen Euro (31. Dezember 2014: 98,8 Millionen Euro). Ursächlich hierfür ist im Wesentlichen der Anstieg der Sonstigen Verbindlichkeiten. Diese betreffen mit 9,7 Millionen Euro hauptsächlich Verbindlichkeiten aus dem Erwerb von Phone House und GTCOM im Rahmen langfristiger Earn-Out Komponenten.

Im Dezember 2013 wurde von der Drillisch AG eine nicht nachrangige Wandschuldverschreibung (Anleihe) mit einem Gesamtvolumen von 100,0 Millionen Euro und einer Laufzeit von fünf Jahren emittiert, die zum 30. September 2015 mit 90,8 Millionen Euro bilanziert wurde (31. Dezember 2014: 88,8 Millionen Euro). Die Wandelanleihe ist mit einem jährlichen Kupon von 0,75 Prozent ausgestattet. Die Anleihe wurde zu 100 Prozent des Nennwertes begeben und ist auch zu 100 Prozent zurückzuzahlen. Die Anleihe läuft bis zum 12. Dezember 2018.

Die kurzfristigen Verbindlichkeiten erhöhten sich gegenüber dem Geschäftsjahresende 2014 um 156,8 Millionen auf 202,3 Millionen Euro (31. Dezember 2014: 45,6 Millionen Euro). Hierbei erhöhten sich die

Chancen und Risiken der künftigen Geschäftsentwicklung

Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 25,2 Millionen auf 47,0 Millionen Euro (31. Dezember 2014: 21,8 Millionen Euro). Im Wesentlichen resultiert der Anstieg aus der erstmaligen Einbeziehung von yourfone und Phone House in den Konzernzwischenabschluss. Die kurzfristigen Rückstellungen erhöhten sich, im Wesentlichen bedingt durch im Rahmen des Erwerbs von Phone House und yourfone zu bilanzierenden Rückstellungen, um 43,4 Millionen Euro (31. Dezember 2014: 0,1 Millionen Euro). Die Sonstigen Finanziellen Verbindlichkeiten in Höhe von 40,0 Millionen Euro (Vj.: 0,0 Millionen Euro) resultieren ebenfalls aus der erstmaligen Einbeziehung von Phone House in den Konzernzwischenabschluss von Drillisch. Die Steuerverbindlichkeiten erhöhten sich um 9,7 Millionen auf 17,1 Millionen Euro (31. Dezember 2014: 7,4 Millionen Euro). Die Erhaltenen Anzahlungen reduzierten sich geringfügig auf 5,6 Millionen Euro (31. Dezember 2014: 5,9 Millionen Euro). Die Sonstigen Verbindlichkeiten stiegen um 38,9 Millionen auf 48,4 Millionen Euro (31. Dezember 2014: 9,5 Millionen Euro) und betreffen mit 29,9 Millionen Euro Verbindlichkeiten aus dem Erwerb von Phone House im Rahmen einer langfristigen Earn-Out Komponente.

Cashflow

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit betrug in den ersten neun Monaten des Jahres 2015 65,6 Millionen Euro (Vj.: 53,2 Millionen Euro) und spiegelt mit einer erneuten Steigerung gegenüber dem Vorjahrszeitraum die Ertragskraft des operativen Geschäfts wider.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit in Höhe von insgesamt -165,2 Millionen Euro (Vj.: -2,2 Millionen Euro) betrifft mit 160,9 Millionen Euro (Vj.: -2,7 Millionen Euro) Auszahlungen für Investi-

tionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte, mit -4,1 Millionen Euro (Vj.: 0,0 Millionen Euro) Auszahlungen für Akquisitionen abzüglich erworbener liquider Mittel sowie mit 0,3 Millionen Euro erhaltene Zinsen (Vj.: 0,5 Millionen Euro).

Aus Finanzierungstätigkeit entstand in den ersten neun Monaten 2015 in Summe ein Mittelabfluss von 100,0 Millionen Euro (Vj.: Mittelabfluss von 77,7 Millionen Euro), der mit 90,4 Millionen Euro (Vj.: 76,8 Millionen Euro) im Wesentlichen die im Mai 2015 gezahlten Dividenden sowie mit 7,6 Millionen Euro (Vj.: 0,0 Millionen Euro) die Veränderung der Sonstigen Finanziellen Verbindlichkeiten und mit 1,3 Millionen Euro (Vj.: 0,5 Millionen Euro) gezahlte Zinsen betrifft.

Chancen- und Risikobericht

Das Risikomanagementsystem ist integraler Bestandteil der Unternehmenspolitik, nach der frühzeitig Chancen genutzt und Risiken erkannt und begrenzt werden sollen. Drillisch betreibt die kontinuierliche Früherkennung sowie standardisierte Erfassung, Bewertung, Steuerung und Überwachung von Risiken durch ein konzernweites Risikomanagementsystem. Ziel ist es, möglichst frühzeitig Informationen über negative Entwicklungen und die damit verbundenen finanziellen Auswirkungen zu gewinnen, um mit geeigneten Maßnahmen diesen entgegenwirken zu können. Die Steuerung der Unternehmensergebnisse und des Unternehmenswertes greifen das Instrumentarium des Risikomanagements auf. Es kann damit zum strategischen Erfolgsfaktor der Unternehmensführung werden, für die Tochtergesellschaften wie für Drillisch selbst.

Wesentliche Ereignisse nach dem 30. September 2015 Ausblick

Die Chancen- und Risikosituation hat sich in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2015 im Vergleich zu den im Geschäftsbericht für das Jahr 2014 beschriebenen Risiken bezogen auf das laufende Geschäft als MBA MVNO nicht wesentlich verändert. Durch die Übernahme von Phone House sind jedoch Chancen und Risiken hinzugekommen. So kann Drillisch einerseits auf langjährige Erfahrung im stationären Vertrieb und einen ausgezeichneten Zugang zum freien Fachhandel zugreifen und dadurch zusätzliche eigene Kunden gewinnen. Die Änderung von Netzbetreiberkonditionen kann bei Phone House als einem der größten Distributoren im deutschen Mobilfunkmarkt andererseits zu einer Verschlechterung der Margensituation führen, da die Vermittlung von Netzbetreiberverträgen einen wesentlichen Teil der Umsatzströme von Phone House ausmacht. Das hieraus resultierende Ergebnis- und Liquiditätsrisiko wird von Drillisch aber als nicht existentiell angesehen.

Für alle aktuell bestehenden identifizierten Risiken wurde aus Sicht des Vorstands ausreichend Vorsorge getroffen.

Wesentliche Ereignisse nach dem 30. September 2015

Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag lagen nicht vor.

Ausblick

Der Vorstand erwartet für 2015 nach aktuellem Stand ein bereinigtes Konzern-EBITDA am oberen Ende der Prognose von ca. 95 bis 100 Millionen Euro sowie für 2016 eine weitere Steigerung auf 115 bis 120 Millionen Euro. Der Anstieg des Kundenbestandes soll sich dabei weiter fortsetzen.



VERKÜRZTER KONZERNZWISCHENABSCHLUSS
ZUM 30. SEPTEMBER 2015

Gesamtergebnisrechnung des Konzerns

	I-III/2015	I-III/2014	III/2015	III/2014	II/2015	II/2014	I/2015	I/2014
	TEUR							
Umsatzerlöse	455.130	213.024	201.562	71.261	154.368	70.439	99.200	71.324
Andere aktivierte Eigenleistungen	1.805	1.449	519	510	606	419	680	520
Sonstige betriebliche Erträge	14.077	857	4.407	227	4.807	336	4.863	294
Materialaufwand / Aufwand für bezogene Leistungen	-275.732	-107.734	-125.339	-34.000	-98.966	-35.337	-51.427	-38.397
Personalaufwand	-31.087	-18.898	-14.303	-6.269	-9.651	-6.313	-7.133	-6.316
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-76.011	-24.092	-31.982	-9.492	-24.774	-7.702	-19.255	-6.898
Abschreibungen	-18.339	-7.371	-11.208	-2.458	-3.695	-2.438	-3.436	-2.475
Betriebsergebnis	69.843	57.235	23.656	19.779	22.695	19.404	23.492	18.052
Zinserträge	484	760	156	100	155	373	173	287
Zinsaufwendungen	-3.006	-2.707	-947	-904	-1.055	-913	-1.004	-890
Finanzergebnis	-2.522	-1.947	-791	-804	-900	-540	-831	-603
Ergebnis vor Steuern	67.321	55.288	22.865	18.975	21.795	18.864	22.661	17.449
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-19.740	-16.609	-6.334	-5.697	-6.527	-5.632	-6.879	-5.280
Konzernergebnis	47.581	38.679	16.531	13.278	15.268	13.232	15.782	12.169
Posten, die zukünftig erfolgswirksam werden können	0	0	0	0	0	0	0	0
Posten, die zukünftig nicht erfolgswirksam werden können	0	0	0	0	0	0	0	0
Konzerngesamtergebnis	47.581	38.679	16.531	13.278	15.268	13.232	15.782	12.169
Ergebnis je Aktie (in EUR)								
Unverwässert	0,88	0,81	0,30	0,28	0,28	0,28	0,30	0,25
Verwässert	0,85	0,77	0,29	0,26	0,28	0,27	0,28	0,24

Konzern-Bilanz

AKTIVA	30.09.2015	31.12.2014
	TEUR	TEUR
Langfristige Vermögenswerte		
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	251.143	31.302
Firmenwerte	142.357	67.206
Sachanlagen	10.038	2.596
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	96	93
Latente Steuern	19.157	743
Langfristige Vermögenswerte, gesamt	422.791	101.940
Kurzfristige Vermögenswerte		
Vorräte	18.933	5.488
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	80.540	47.503
Steuererstattungsansprüche	11.585	1.507
Liquide Mittel	117.467	317.090
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	31.799	2.023
	260.324	373.611
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte	25	0
Kurzfristige Vermögenswerte, gesamt	260.349	373.611
AKTIVA, GESAMT	683.140	475.551

Konzern-Bilanz

PASSIVA	30.09.2015	31.12.2014
	TEUR	TEUR
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	60.241	58.508
Kapitalrücklage	295.559	231.232
Gewinnrücklagen	31.123	31.123
Sonstiges Eigenkapital	-550	-550
Bilanzverlust /-gewinn	-32.010	10.830
Eigenkapital, gesamt	354.363	331.143
Langfristige Verbindlichkeiten		
Pensionsrückstellungen	1.561	1.525
Latente Steuerverbindlichkeiten	23.159	3.051
Schuldverschreibungen	90.783	88.787
Leasingverbindlichkeiten	694	1.212
Sonstige Verbindlichkeiten	10.248	4.267
Langfristige Verbindlichkeiten, gesamt	126.445	98.842
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Kurzfristige Rückstellungen	43.500	106
Steuerverbindlichkeiten	17.120	7.382
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	46.949	21.784
Erhaltene Anzahlungen	5.638	5.890
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	40.000	0
Leasingverbindlichkeiten	688	885
Sonstige Verbindlichkeiten	48.437	9.519
Kurzfristige Verbindlichkeiten, gesamt	202.332	45.566
PASSIVA, GESAMT	683.140	475.551

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

	Anzahl Aktien	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen	Sonstiges Eigenkapital	Bilanzverlust /- gewinn	Eigenkapital Gesamt
		TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Stand 1.1.2014	48.000.000	52.800	96.368	31.123	-204	37.555	217.642
Dividendenzahlungen		0	0	0	0	-76.800	-76.800
Kapitalerhöhung	0	0	0	0	0	0	0
Konzerngesamtergebnis		0	0	0	0	38.679	38.679
Stand 30.9.2014	48.000.000	52.800	96.368	31.123	-204	-566	179.521
Stand 1.1.2015	53.189.015	58.508	231.232	31.123	-550	10.830	331.143
Dividendenzahlungen		0	0	0	0	-90.421	-90.421
Kapitalerhöhung	1.575.634	1.733	64.327	0	0	0	66.060
Konzerngesamtergebnis		0	0	0	0	47.581	47.581
Stand 30.9.2015	54.764.649	60.241	295.559	31.123	-550	-32.010	354.363

Konzern-Kapitalflussrechnung

	I-III/2015	I-III/2014
	TEUR	TEUR
Konzernergebnis vor Zinsen und Steuern	69.843	57.235
Gezahlte Ertragsteuern	-18.035	-9.655
Erhaltene Ertragsteuern	2.425	1.062
Abschreibungen	18.339	7.371
Ergebnis aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	54	0
Veränderung der Vorräte	-3.647	1.135
Veränderung der Forderungen und sonstigen Vermögenswerte	-24.834	1.823
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und anderen Verbindlichkeiten und Rückstellungen	22.157	-4.167
Veränderung von erhaltenen Anzahlungen	-694	-1.567
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	65.608	53.237
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	-160.939	-2.650
Auszahlung für Akquisitionen abzüglich erworbener liquider Mittel	-4.584	0
Erhaltene Zinsen	285	503
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-165.238	-2.147
Dividendenzahlungen	-90.421	-76.800
Gezahlte Zinsen	-1.257	-450
Veränderung von Sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten	-7.600	0
Veränderung von Investitionsverbindlichkeiten	-715	-403
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-99.993	-77.653
Veränderung der liquiden Mittel	-199.623	-26.563
Liquide Mittel am Ende der Periode	117.467	160.469
Liquide Mittel am Beginn der Periode	317.090	187.032

Verkürzter Konzern-Anhang

1. Allgemeine Angaben

Die Drillisch AG ist eine börsennotierte Aktiengesellschaft und bietet Telekommunikationsdienstleistungen an. Drillisch wurde 1997 gegründet. Das Kerngeschäft des Drillisch-Konzerns ist die Telekommunikation und ist im Wesentlichen bei den hundertprozentigen Tochtergesellschaften Drillisch Online AG und yourfone AG, beide mit Sitz in Maintal, angesiedelt. Die Distribution wird von der Phone House Deutschland GmbH und deren Tochtergesellschaften, alle mit Sitz in Münster, verantwortet.

Anfang April 2015 wurden die ehemals operativ tätigen Gesellschaften MS Mobile Services GmbH, Maintal, und eteleon AG, München, sowie die MSP Holding GmbH, Maintal, auf die Drillisch Telecom GmbH verschmolzen. Die Gesellschaft, die ihren Sitz in Maintal hat, wurde am 24. September 2015 in Drillisch Online AG umfirmiert.

Die Drillisch AG hat am 2. Januar 2015 mit der E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG den Kauf von 100 Prozent der Anteile der yourfone GmbH, Hamburg, vollzogen und die Gesellschaft einschließlich aller Markenrechte und Kunden erworben. Die yourfone GmbH wurde im Rahmen der Integration in den Drillisch Konzern am 24. September 2015 in die yourfone AG umfirmiert. Die yourfone AG ist ein in Deutschland tätiger Mobilfunkanbieter. Mit dem Erwerb erweitert Drillisch sein Portfolio um eine weitere, im deutschen Mobilfunkmarkt gut etablierte Marke und erhöht somit nicht nur den Kundenbestand, sondern auch ihr künftiges Wachstumspotential, denn die yourfone AG richtet sich mit ihrer Marke

und ihren Tochtergesellschaften an die Kunden, die ihren Mobilfunkvertrag in einem stationären Ladengeschäft abschließen möchten.

Anfang Februar 2015 hat die Drillisch AG 97,5 Prozent der Gesellschaftsanteile an der GTCOM GmbH, Düsseldorf, direkt erworben. Die GTCOM GmbH ist ein in Deutschland tätiger Mobile Virtual Network Operator (MVNO) und hat langjährige Erfahrungen in der Vermarktung von Prepaid Produkten.

Des Weiteren hat die Drillisch AG mit einem am 5. Mai 2015 vollzogenen Kaufvertrag mit der Dixons Carphone PLC sämtliche Geschäftsanteile der The Phone House Deutschland GmbH, Münster, erworben. Die The Phone House Deutschland GmbH verfügt über eine langjährige Erfahrung im stationären Vertrieb, hat einen ausgezeichneten Zugang zum freien Fachhandel und besitzt alle notwendigen technischen Voraussetzungen, um sowohl Partner- als auch Eigene Shops vollumfänglich und inklusive Hardwareversorgung zu betreuen.

Die yourfone AG hat Ende Juni 2015 die mit der Telefonica Germany GmbH & Co. OHG geschlossene Absichtserklärung über den Kauf von 100% der Anteile an den Gesellschaften yourfone Retail AG (vormals: Telefonica Germany Shoptransfer AG) und yourfone Shop GmbH (vormals: Telefonica Germany Retail Ausgliederungs GmbH), beide mit Sitz in Düsseldorf, vollzogen und die Gesellschaften erworben.

Nähere Erläuterungen zu den Zukäufen erfolgen unter Punkt 3. Veränderung des Konsolidierungskreises.

Verkürzter Konzern-Anhang

Der Konzern hat mit dem Netzbetreiber O₂ eine MBA MVNO und mit dem Netzbetreiber Vodafone eine MVNO Vereinbarung abgeschlossen und besitzt neben diesen Vereinbarungen Service-Provider-Lizenzen der Netze Telekom, Vodafone, E-Plus und O₂. Drillisch vermarktet im Wesentlichen Postpaid- und Prepaid- Produkte in den Netzen von O₂ und Vodafone.

Anschrift und Sitz der Drillisch AG als Konzernobergesellschaft ist die Wilhelm-Röntgen-Straße 1-5 in 63477 Maintal, Deutschland. Die Gesellschaft ist beim Amtsgericht Hanau unter HRB 7384 eingetragen.

2. Angewandte Rechnungslegungsgrundsätze

Der verkürzte Konzernzwischenabschluss wurde nach den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der EU anzuwenden sind, aufgestellt. Hierbei wurden alle von der EU übernommenen und ab dem 1. Januar 2015 verpflichtend anzuwendenden IFRS berücksichtigt.

Es wurden die gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden angewandt wie im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014. Dieser verkürzte Zwischenbericht zum 30. September 2015 wurde in Übereinstimmung mit IAS 34 „Zwischenberichterstattung“ sowie dem Deutschen Rechnungslegungs Standard DRS 16 „Zwischenberichterstattung“ erstellt. Der Konzernenertragsteuersatz beläuft sich unverändert auf 30,25%. Die Erstellung des Zwischenberichts erfordert von Seiten des Managements eine Reihe von Annahmen und Schätzungen. Hierdurch kann es zu Abweichungen zwischen den im Zwischenbericht ausgewiesenen Werten und den tatsächlichen Werten kommen.

Im Dezember 2013 wurden von der Drillisch AG nicht nachrangige Wandelschuld-

verschreibungen (Anleihen) mit einem Gesamtvolumen von EUR 100,0 Mio. und einer Laufzeit von fünf Jahren emittiert. Die Wandelanleihe ist mit einem jährlichen Kupon von 0,75% ausgestattet. Die Anleihe wurde zu 100% des Nennwertes begeben und wird auch zu 100% zurückgezahlt. Die Anleihen können seit dem 22. Januar 2014 im Nennwert von je TEUR 100 in Aktien der Drillisch AG gewandelt werden. Das Wandlungsrecht ist mit EUR 12,4 Mio. in der Kapitalrücklage erfasst. Gemäß den Anleihebedingungen wurde nach Ausschüttungen von Bardividenden im Mai 2014 und im Mai 2015 der Wandlungspreis von ursprünglich EUR 24,2869 auf EUR 21,9783 pro Aktie angepasst. Dies entspricht 4.549,942 Aktien je Teilschuldverschreibung. Die Anleihe läuft bis zum 12. Dezember 2018.

Die Verbindlichkeit für die Anleihe wird über die Laufzeit gemäß der Effektivzinsmethode aufgezinnt.

Unter der Position „Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte“ wird die 100-prozentige Beteiligung an der The Phone House Management GmbH ausgewiesen, die mit Weiterveräußerungsabsicht Anfang Mai erworben wurde.

3. Veränderung des Konsolidierungskreises

Die Drillisch AG hat am 2. Januar 2015 die im November 2014 mit der E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG geschlossene Absichtserklärung über den Kauf von 100 Prozent der Anteile an der yourfone GmbH, Hamburg, vollzogen und die Gesellschaft einschließlich aller Markenrechte und Kunden erworben. Die yourfone GmbH wurde im Rahmen der Integration in den Drillisch Konzern in yourfone AG umfirmiert. Die yourfone AG ist ein in

Verkürzter Konzern-Anhang

Deutschland tätiger Mobilfunkanbieter. Mit dem Erwerb erweitert Drillisch sein Portfolio um eine weitere, im deutschen Mobilfunkmarkt gut etablierte Marke und erhöht somit nicht nur den Kundenbestand, sondern auch ihr künftiges Wachstumspotential. Der vorläufige saldierte Nettokaufpreis betrug EUR 51,4 Mio. und ergab sich aus dem Kaufpreis abzüglich erworbener liquider Mittel und einer Forderung gegenüber der Verkäuferin. Eine finale Ermittlung des Kaufpreises sowie eine abschließend detaillierte Aufteilung des Kaufpreises auf die identifizierbaren Vermögenswerte und Schulden zu den beizulegenden Zeitwerten gemäß der Regelungen des IFRS 3 kann im vorliegenden Zwischenabschluss noch nicht final erfolgen, da endgültige Werte und deren Allokation zum Erstellungszeitpunkt noch nicht vorlagen. Die bisher identifizierten Vermögenswerte in Form von Kundenbeziehungen und der Marke yourfone wurden mit ihren vorläufigen Werten als immaterielle Vermögenswerte aktiviert. Der aus dem Kaufpreis abzüglich der liquiden Mittel und der bereits identifizierten Vermögenswerte verbleibende aufzuteilende Wert wurde vorläufig der Position Geschäfts- und Firmenwert zugeordnet.

Die Drillisch AG hat Anfang Februar 2015 97,5 Prozent der Gesellschaftsanteile an der GCom GmbH, Düsseldorf, direkt erworben. Die GCom GmbH ist ein in Deutschland tätiger Mobile Virtual Network Operator (MVNO) und hat langjährige Erfahrungen in der Vermarktung von Prepaid Produkten. Der Kaufpreis für diese Anteile betrug EUR 1,6 Mio. Für die verbliebenen 2,5 Prozent der Gesellschaftsanteile besteht eine wechselseitige Call-Put-Option zum gleichen variablen Ausübungspreis, die Drillisch jederzeit

ausüben kann. Bilanziell wird daher in Anwendung der anticipated acquisition-Methode bereits ein 100-prozentiger Erwerb unterstellt. Die sich aus der Optionskomponente ergebene variable Kaufpreisverbindlichkeit wurde im Zwischenabschluss in Höhe des Maximalbetrags von EUR 6,8 Mio. berücksichtigt. Eine detaillierte Aufteilung des Kaufpreises auf die identifizierbaren Vermögenswerte und Schulden zu den beizulegenden Zeitwerten gemäß der Regelungen des IFRS 3 kann im vorliegenden Zwischenabschluss noch nicht erfolgen, da eine endgültige Kaufpreisallokation zum Erstellungszeitpunkt noch nicht vorlag. Daher wurde der sich aus dem Kaufpreis abzüglich der liquiden Mittel ergebende aufzuteilende Wert vorläufig der Position Geschäfts- und Firmenwert zugeordnet. Im Rahmen der Kaufpreisallokation wird der sich aus dem Kaufpreis ergebende aufzuteilende Wert voraussichtlich im Wesentlichen auf den Kundenbestand der GCom GmbH sowie einen Geschäfts- und Firmenwert entfallen.

Des Weiteren hat die Drillisch AG mit einem am 15. April 2015 geschlossenen und am 5. Mai 2015 vollzogenen Kaufvertrag mit der Dixons Carphone PLC sämtliche Geschäftsanteile der The Phone House Deutschland GmbH, Münster, erworben. Die The Phone House Deutschland GmbH verfügt über eine langjährige Erfahrung im stationären Vertrieb, hat ausgezeichneten Zugang zum freien Fachhandel und besitzt alle notwendigen technischen Voraussetzungen, um sowohl Partner- als auch Eigene Shops vollumfänglich und inklusive Hardwareversorgung zu betreuen. Der vorläufige Kaufpreis betrug EUR 66,6 Mio. und wurde mit der Ausgabe von 1.575.634 Stückaktien der Drillisch AG, direkt an die Verkäuferin, beglichen.

Verkürzter Konzern-Anhang

Des Weiteren wurde mit der Verkäuferin eine variable Kaufpreiskomponente vereinbart, die sich aus bestimmten zukünftigen Cash Flow Überschüssen der The Phone House ergibt. Die hieraus resultierende Kaufpreisverbindlichkeit wurde im Zwischenabschluss in Höhe des Maximalbetrages von EUR 32,8 Mio. berücksichtigt. Eine finale Ermittlung des Kaufpreises sowie eine detaillierte Aufteilung des Kaufpreises auf die identifizierbaren Vermögenswerte und Schulden zu den beizulegenden Zeitwerten gemäß der Regelungen des IFRS 3 kann im vorliegenden Zwischenabschluss noch nicht erfolgen, da endgültige Werte und deren Allokation zum Erstellungszeitpunkt noch nicht vorlagen. Daher wurde der sich aus dem Kaufpreis abzüglich der liquiden Mittel ergebende aufzuteilende Wert vorläufig der Position Geschäfts- und Firmenwert zugeordnet. Im Rahmen der Kaufpreisallokation wird der sich ergebende aufzuteilende Wert voraussichtlich im Wesentlichen auf immaterielle Vermögenswerte sowie einen Geschäfts- und Firmenwert entfallen.

Mit Kaufvertrag vom 26. Juni 2015 hat die Drillisch AG über ihre hundertprozentige Tochtergesellschaft yourfone GmbH von der Telefónica Germany GmbH & Co. OHG sämtliche Aktien an der Telefonica Germany Shoptransfer AG erworben und diese in die yourfone Retail AG umfirmiert. Die yourfone Retail AG hält wiederum 100 Prozent der Anteil an der yourfone Shop GmbH (vormals: Telefonica Germany Retail Ausgliederungs GmbH). Der Vollzug des Kaufvertrages erfolgte am 29. Juni 2015. Beide Gesellschaften haben ihren Sitz in Düsseldorf und sind für den

Betrieb der von Telefónica übernommenen Shop-Standorte zuständig. Der vorläufige Kaufpreis für diese Aktien betrug TEUR 38. Eine detaillierte Aufteilung des Kaufpreises auf die identifizierbaren Vermögenswerte und Schulden zu den beizulegenden Zeitwerten gemäß der Regelungen des IFRS 3 kann im vorliegenden Zwischenabschluss noch nicht erfolgen, da eine endgültige Kaufpreisallokation zum Erstellungszeitpunkt noch nicht vorlag.

4. Kapitalerhöhung

Der Vorstand wurde durch die Hauptversammlung am 21. Mai 2014 ermächtigt, das Grundkapital der Gesellschaft bis zum 20. Mai 2019 mit Zustimmung des Aufsichtsrats einmalig oder in Teilbeträgen um insgesamt bis zu EUR 23.403.166,60 durch Ausgabe neuer Stückaktien gegen Bar- und/oder Sacheinlagen zu erhöhen (genehmigtes Kapital).

Im Mai 2015 hat der Vorstand von der Ermächtigung Gebrauch gemacht und 1.575.634 neue Stückaktien zu einem Preis von EUR 42,2687 ausgegeben. Die Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage ist unter Ausnutzung des genehmigten Kapitals und unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre erfolgt und diente dem Zweck, eine Komponente des Kaufpreises für den Erwerb der The Phone House Deutschland GmbH zu leisten.

Der Gesamtausgabewert betrug EUR 66,6 Mio. Die Anzahl der Aktien beträgt nach der Kapitalerhöhung 54.764.649. Das gezeichnete Kapital beträgt seitdem EUR 60,2 Mio.

Verkürzter Konzern-Anhang

5. Eigene Aktien

Der Vorstand der Drillisch AG wurde durch die Hauptversammlung vom 21. Mai 2015 ermächtigt, bis zum 20. Mai 2020 eigene Aktien bis zu insgesamt 10% des Grundkapitals zum Zeitpunkt der Hauptversammlung 2015 zu erwerben (auch unter dem Einsatz von Derivaten). Zum Stichtag 30. September 2015 hatte die Drillisch AG keine Eigenen Aktien im Bestand.

6. Ergebnis je Aktie

Zur Ermittlung des unverwässerten Ergebnisses je Aktie gemäß IAS 33.9 ff. wird das Konzernergebnis aus dem fort-

zuführenden Geschäft durch den gewichteten Durchschnitt der im Umlauf befindlichen Stammaktien dividiert.

Zur Ermittlung des verwässerten Ergebnisses je Aktie gemäß IAS 33.30 ff. wird das um die Nachsteuerwirkungen der in der Periode erfassten Zinsen im Zusammenhang mit potentiellen Stammaktien bereinigte Konzernergebnis aus dem fortzuführenden Geschäft durch den gewichteten Durchschnitt der im Umlauf befindlichen Stammaktien zuzüglich der gewichteten Anzahl an Stammaktien, welche nach der Umwandlung aller potentiellen Stammaktien mit Verwässerungseffekten in Stammaktien ausgegeben würden, dividiert.

	I-III/2015	I-III/2014
Konzernergebnis in TEUR	47.581	38.679
Gewichteter Durchschnitt abzgl. eigener Anteile (Anzahl)	53.771.942	48.000.000
unverwässertes Konzernergebnis je Aktie in EUR	0,88	0,81
Konzernergebnis in TEUR	47.581	38.679
Nettoergebniseffekt aus Wandelanleihe in TEUR	1.785	1.733
bereinigtes Konzernergebnis in TEUR	49.366	40.412
Gewichteter Durchschnitt abzgl. eigener Anteile (Anzahl)	53.771.942	48.000.000
durchschnittlich einzubeziehende Aktien aus Wandelanleihe (Anzahl)	4.549.942	4.276.240
verwässertes Konzernergebnis je Aktie in EUR	0,85	0,77

7. Erläuterung zur Kapitalflussrechnung

Die in der Kapitalflussrechnung ausgewiesene Liquidität (Finanzmittelfonds) umfasst Kassenbestände und Guthaben bei Kreditinstituten, die in der Konzernbilanz unter den liquiden Mitteln ausgewiesen sind.

Die Kapitalflussrechnung wurde in Übereinstimmung mit IAS 7 erstellt und gliedert die Veränderungen der liquiden Mittel nach den Zahlungsströmen aus laufender Geschäfts-, Investitions- und Finanzierungstätigkeit. Dabei wird der Cash-flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit nach der indirekten Methode ermittelt.

Verkürzter Konzern-Anhang

8. Segmentdarstellung

Im Zuge der Ausweitung der Geschäftstätigkeit und der damit verbundenen Anpassung der Konzernstruktur wurde die Segmentberichterstattung der geänderten internen Organisations- und Berichtsstruktur des Konzerns angepasst.

Die in den beiden Segmenten Online und Offline operativ tätigen Unternehmen des Drillisch-Konzerns vermarkten im Wesentlichen Mobilfunkdienstleistungen im Netz von Telefónica O₂ Germany GmbH & Co. Die auf Basis der MBA MVNO Vereinbarung von Telefónica erworbenen Vorleistungen werden auf eigene Rechnung und zu Tarifen, die von Drillisch aufgrund eigener Kalkulationen gestaltet werden, selbst an den Endverbraucher weitervertrieben.

Das Segment Online beinhaltet neben den Aktivitäten des Drillisch Konzerns im Bereich des Vertriebs von Telekommunikationsleistungen über das Internet auch deren laufende Bereitstellung sowie die Betreuung des gesamten Kundenbestandes aller etablierten Drillisch Marken. Des Weiteren werden im Segment Online auch die Aktivitäten der Drillisch Online AG als Diensteanbieter gegenüber anderen Konzernschwester-gesellschaften erfasst.

Das Segment Offline beinhaltet die Aktivitäten des Drillisch Konzerns im Bereich des stationären Vertriebs und der laufenden Bereitstellung von Telekommunikationsleistungen unter der Marke yourfone. Die Gewinnung von Neukunden erfolgt im Wesentlichen über selbst betriebene yourfone-Shops und über exklusive yourfone Partner.

Segmentbericht 1.1.2015 - 30.9.2015	ONLINE	OFFLINE	DISTRI- BUTION	SONSTIGES / HOLDING	KONSOLI- DIERUNG	Gesamt
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Umsätze mit Dritten	244.677	81.850	127.777	827	0	455.130
Innenumsätze	7.619	1.917	1.277	7.989	-18.803	0
Segmentumsätze	252.296	83.767	129.054	8.815	-18.803	455.130
Materialaufwand fremde Dritte	-117.307	-36.944	-121.163	-319	0	-275.732
Materialaufwand aus Innenbeziehungen	-1.446	-8.995	-285	-179	10.905	0
Segmentmaterialaufwand	-118.753	-45.939	-121.448	-497	10.905	-275.732
Segmentrohertrag	133.543	37.828	7.607	8.318	-7.898	179.398
Segment EBITDA	67.488	28.803	-3.991	-4.118	0	88.182

Verkürzter Konzern-Anhang

Segmentbericht* 1.1.2014 - 30.9.2014	ONLINE	OFFLINE	DISTRI- BUTION	SONSTIGES / HOLDING	KONSOLI- DIERUNG	Gesamt
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Umsätze mit Dritten	211.969	0	0	1.055	0	213.024
Innenumsätze	57	0	0	5.521	-5.578	0
Segmentumsätze	212.026	0	0	6.576	-5.578	213.024
Materialaufwand fremde Dritte	-107.656	0	0	-78	0	-107.734
Materialaufwand aus Innenbeziehungen	-7	0	0	-57	64	0
Segmentmaterialaufwand	-107.663	0	0	-135	64	-107.734
Segmentertrag	104.363	0	0	6.441	-5.514	105.290
Segment EBITDA	67.138	0	0	-2.533	0	64.605

* angepasst

Das Segment Distribution umfasst alle Aktivitäten der The Phone House – Gruppe aus der Vermittlung von originalen Netzbetreibertarifen an den Fachhandel, sowie die Logistikleistungen für den Offline-Vertrieb.

Im Segment Sonstiges / Holding sind im Wesentlichen die übrigen Geschäftsaktivitäten der Drillisch AG aus ihrer Holding-Tätigkeit sowie die Aktivitäten der IQ-optimize Software AG im Bereich der Entwicklung und Vermarktung der eigenen Workflow-Management-Software zusammengefasst.

Im Vorjahreszeitraum waren die Geschäftsaktivitäten der Drillisch AG aus ihrer Holding-Tätigkeit dem Segment Telekommunikation zugeordnet. Die Geschäftstätigkeit der IQ-optimize Soft-

ware AG wurde im Vorjahreszeitraum im Segment Softwaredienstleistungen dargestellt.

Die Konsolidierung beinhaltet die Eliminierung der Geschäftsbeziehungen zwischen den Segmenten. Im Wesentlichen handelt es sich hierbei um die Verrechnung der innerkonzernlichen Aufwendungen und Erträge. Die Rechnungslegungsmethoden (IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind) sind für alle Segmente identisch.

Die Verrechnungspreise entsprechen grundsätzlich den Preisen wie unter fremden Dritten. Da der Drillisch-Konzern nur in Deutschland tätig ist, existieren keine geographischen Segmente. Die wesentlichen zahlungsunwirksamen Segmentaufwendungen und -erträge beinhalten die Zuführungen zu den Rückstellungen.

Verkürzter Konzern-Anhang

9. Wesentliche Beziehungen zu nahe stehenden Personen und Unternehmen

Zum 30. September 2015 bestanden Forderungen und Verbindlichkeiten bzw. Erträge und Aufwendungen gegenüber nahe stehenden Personen und Unternehmen in folgender Höhe:

Die Gesellschaft PM Choulidis oHG, Gelnhausen, bestehend aus den Gesellschaftern Paschalis Choulidis und Marianne Choulidis, hat dem Drillisch-Konzern Büroräume in Maintal vermietet. Der Mietvertrag hat eine Laufzeit bis zum 31. Dezember 2020. Der Mietaufwand für die ersten 9 Monate 2015 betrug TEUR 380 (Vorjahr: TEUR 380).

Die Gesellschaft VPM Immobilien Verwaltungs GmbH, Maintal, (Gesellschafter Vlasios Choulidis, Paschalis Choulidis und Marc Brucherseifer) hat dem Drillisch-Konzern Büroräume in Maintal vermietet. Der Mietvertrag hat eine Laufzeit bis zum 31. Dezember 2020. Der Mietaufwand für die ersten 9 Monate 2015 betrug TEUR 134 (Vorjahr: TEUR 112).

Zum 30. September 2015 bestanden keine Forderungen oder Verbindlichkeiten gegenüber den oben erwähnten nahe stehenden Personen und Unternehmen.

Die Gesellschaft Flexi Shop GmbH, Frankfurt am Main, (Gesellschafter Jannis Choulidis) hat in den ersten 9 Monaten 2015 Umsätze in Höhe von TEUR 11 (Vorjahr: TEUR 51) mit dem Drillisch-Konzern

getätigt. Zum 30. September 2015 bestanden Verbindlichkeiten in Höhe von TEUR 0 (Vorjahr: TEUR 4).

Die Gesellschaft Frequenzplan GmbH, Gräfelting, (Gesellschafter Tobias Valdenaire) hat in den ersten 9 Monaten 2015 Umsätze in Höhe von TEUR 773 (Vorjahr: TEUR 260) mit dem Drillisch Konzern getätigt. Zum 30. September 2015 bestanden Verbindlichkeiten in Höhe von TEUR 175 (Vorjahr: TEUR 0).

10. Finanzinstrumente

Für kurzfristige finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten, die keine Derivate sind, stellt der jeweilige Buchwert eine angemessene Approximation des beizulegenden Zeitwerts dar.

Bewertungen nach Stufe 1 (öffentlich notierte Marktpreise) und/oder Stufe 2 (vom Marktwert abgeleitet) der Fair-Value-Hierarchie für langfristige finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten, die zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden, wurden nicht vorgenommen. Die Bewertung der variablen Kaufpreisverbindlichkeit aus dem Erwerb der GT-Com GmbH und der The Phone House Deutschland GmbH erfolgte nach Stufe 3 (keine beobachtbaren Marktwerte, Bewertung anhand von Bewertungsmodellen). Die Bewertung orientiert sich am maximal zu zahlenden Betrag. In der Summe sind der Stufe 3 EUR 39,6 Mio. (Vorjahr: EUR 0,0 Mio.) zuzuordnen.

Finanzkalender · Informationen zur Aktie

1. Finanzkalender

Finanztermine 2015

Änderungen vorbehalten

Datum	Thema
Donnerstag, 12. November	Quartalsabschluss Q3 2015

2. Investor Relations

Die Kommunikation folgt dem Fair Disclosure, d. h. alle Aktionäre und Interessenten werden über alle wichtigen Entwicklungen gleichartig und gleichwertig informiert. Die kontinuierliche Arbeit lässt sich für alle Anlegergruppen gleichermaßen auf unserer Investor Relations Homepage nachvollziehen, auf der alle relevanten Berichte eingesehen werden können. Viele Interessenten nutzen zudem auch die persönliche Kontaktaufnahme via Mail und/oder Telefon.

3. Aktuelle Analysteneinschätzungen (Stand 1. Oktober 2015)

Mit einem EBITDA im Geschäftsjahr 2014 in Höhe von 85,2 Millionen Euro wurde die erhöhte Prognose wieder übertroffen. Für 2015 erwarten wir, dass das bereinigte EBITDA am oberen Ende der bereits prognostizierten Bandbreite in Höhe von 95 bis 100 Millionen Euro liegen wird. Für das Geschäftsjahr 2016 rechnen wir mit einer weiteren Erhöhung des bereinigten EBITDA auf 115 bis 120 Millionen Euro. Mit einer Fortsetzung der positiven Ertragsentwicklung im operativen Geschäft sowie mit einer langfristigen Dividendenpolitik und einer guten strategischen Positionierung am deutschen Mobilfunkmarkt wird die Drillisch-Aktie am Kapitalmarkt insgesamt aussichtsreich bewertet.

Aktuelle Analysteneinschätzungen (Stand 1. Oktober 2015)

Analyse	Votum	Kursziel	Datum
Warburg Research	„Halten“	€43,00	01. Oktober 2015
Hauck & Aufhäuser	„Verkaufen“	€31,00	30. September 2015
Macquarie	„Outperform“	€50,00	24. September 2015
Goldman Sachs	„Kaufen“	€48,00	24. September 2015
Lampe	„Kaufen“	€51,00	24. September 2015
CITI	„Kaufen“	€50,00	09. September 2015
Berenberg	„Kaufen“	€53,00	03. September 2015
Barclays	„Overweight“	€60,00	27. August 2015
Kepler Cheuvreux	„Halten“	€45,00	20. August 2015
Jefferies	„Kaufen“	€51,00	19. August 2015
LBBW	„Halten“	€43,00	18. August 2015
Equinet	„Accumulate“	€50,00	04. August 2015
DZ Bank	„Kaufen“	€44,00	04. August 2015
Commerzbank	„Reduzieren“	€26,00	03. August 2015
ODDO Seydler	„Kaufen“	€44,00	03. August 2015
Redburn	„Halten“	€43,00	29. April 2015

Einen aktuellen Überblick über die Empfehlungen der Analysten findet man auf der IR-Homepage der Drillisch AG.

www.drillisch.de

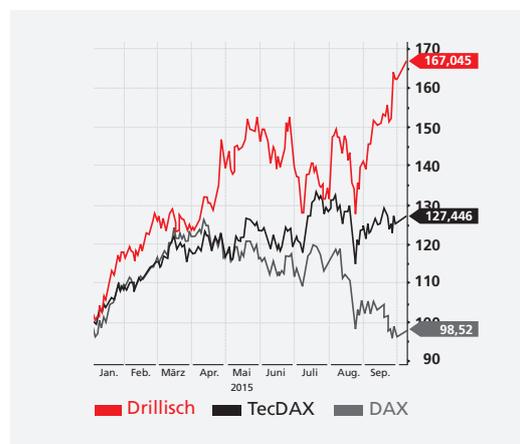
➔ Investor Relations ➔ Analysen

Informationen zur Aktie

4. Kursentwicklung per 30. September 2015

Die Drillisch-Aktie mit überzeugender Kursentwicklung

	Jahresschluss 2014	30. September 2015	%-Veränderung
Drillisch	€29,58	€46,51	+ 57,2
TecDAX	1.366,36	1.727,18	+ 26,4
DAX	9.805,55	9.509,25	- 3,0



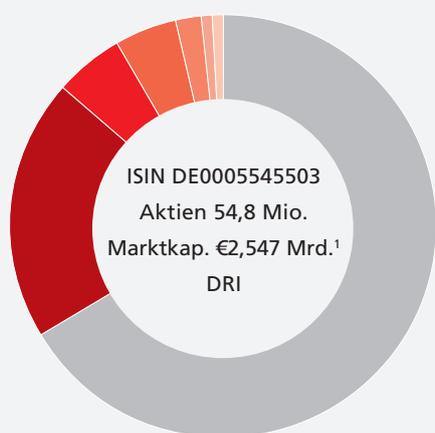
5. Dividendenpolitik

Für das abgelaufene Geschäftsjahr 2014 hat die Hauptversammlung am 21. Mai 2015 eine um 6,25 Prozent erhöhte Dividende in Höhe von 1,70 Euro je stimmberechtigter Aktie beschlossen. Für die Geschäftsjahre 2015 und 2016 wird eine Dividende in mindestens derselben Höhe (1,70 Euro/ Aktie) angestrebt.

6. Directors' Holdings zum 30. September 2015

Vorstand	Stückaktien
Paschalis Choulidis	425.000 → 0,78 Prozent
Vlasios Choulidis	400.000 → 0,73 Prozent
Aufsichtsrat	Stückaktien
Dipl.-Kfm. Marc Brucherseifer (Vorsitzender)	1.077.565 → 1,97 Prozent
Dr.-Ing. Horst Lennertz	2.407 → 0,01 Prozent

7. Aktionärsstruktur der Drillisch AG



66,28 % Streubesitz St. 36.288.378
20,11 % United Internet Ventures AG St. 11.012.730
5,13 % Alken Luxemburg St. 2.810.681
5,00 % Allianz Global Investors Europe GmbH St. 2.737.449
1,97 % Dipl.-Kfm. M. Brucherseifer St. 1.077.565
0,78 % P. Choulidis St. 425.000
0,73 % V. Choulidis St. 400.000
0,00 % Dr. H. Lennertz St. 2.407

Quelle: Meldungen der Gesellschaften nach §521 ff Wertpapierhandelsgesetz soweit der Gesellschaft nicht ein aktuellerer Wert mitgeteilt wurde.
1) Auf Grundlage des XETRA-Schlusskurses (€46,51) am 30.09.2015. Streubesitz gem. Regelwerk Dt. Börse 79,89%.

Veröffentlichungen · Ihre Ansprechpartner · Informations- und Bestellservice

Veröffentlichungen

Der vorliegende 9 Monats Bericht 2015 ist auch in einer englischen Fassung erhältlich.

Unter www.drillisch.de können Sie unsere Geschäfts- und Quartalsberichte, Ad hoc- und Pressemitteilungen sowie weitere Veröffentlichungen der Drillisch AG einsehen und downloaden.

Informations- und Bestellservice

Bitte nutzen Sie unseren Online-Bestellservice unter der Rubrik Investor Relations auf unserer Webseite www.drillisch.de

Selbstverständlich übersenden wir Ihnen gern die gewünschten Informationen auch per Post oder Fax. Für persönliche Fragen stehen wir Ihnen darüber hinaus auch gern am Telefon zur Verfügung.

Ihre Ansprechpartner

Bei Fragen zur Drillisch AG und unseren Marken, steht Ihnen gerne zur Verfügung:

Oliver Keil,
Head of Investor Relations

Wilhelm-Röntgen-Straße 1-5
D – 63477 Maintal

Telefon: +49 (0) 6181 / 412 200
Fax: +49 (0) 6181 / 412 183
E-Mail: ir@drillisch.de

Peter Eggers,
Pressesprecher (Fachpresse)

Wilhelm-Röntgen-Straße 1-5
D – 63477 Maintal

Telefon: +49 (0) 6181 / 412 124
Fax: +49 (0) 6181 / 412 183
E-Mail: presse@drillisch.de

4GLTE

Preisführer: LTE Tarife in bester Qualität!

Ab 4,99 € mtl.

Bis zu 50 Mbit/s

Ab 500 MB und bis zu 10 GB

Sie haben noch nicht den passenden Tarif gefunden? Sie haben die Wahl!

yourfone
FÜR DICH. FÜR SIE. FÜR ALLE.

www.yourfone.de

► [Kontaktformular](#)

smartmobil.de

www.smartmobil.de

► kontakt@smartmobil.de

simply
Und gut.

www.simplytel.de

► kontakt@simplytel.de

maxxim

www.maxxim.de

► kontakt@maxxim.de

sim.de
...ganz einfach besser!

www.sim.de

► [Kontaktformular](#)

McSIM

www.mcsim.de

► kontakt@mcsim.de

hello mobil

www.hellomobil.de

► kontakt@hellomobil.de

DeutschlandSIM
Alles drin

www.deutschlandsim.de

► [Kontaktformular](#)

DISCOTEL

www.discotel.de

► [Kontaktformular](#)

PHONEX

www.phonex.de

► kontakt@phonex.de

PremiumSIM
Exklusive Smartphone-Tarife

www.premiumsim.de

► [Kontaktformular](#)

winSIM

www.winsim.de

► [Kontaktformular](#)

Impressum



Sitz der Gesellschaft:

Wilhelm-Röntgen-Straße 1-5
63477 Maintal

Telefon: +49 (0) 6181 / 412 3
Fax: +49 (0) 6181 / 412 183

Verantwortlich:

Drillisch AG

Vorstand:

Paschalis Choulidis (Sprecher)
Vlasios Choulidis
André Driesen, seit dem 1. April 2015

Aufsichtsrat:

Dipl.-Kfm. Marc Brucherseifer
(Vorsitzender)
Dr. Susanne Rückert
(stellvertretende Vorsitzende)
Dr.-Ing. Horst Lennertz
Dipl.-Kfm. Frank A. Rothauge
Dr. Bernd H. Schmidt
Dipl.-Kfm. Johann Weindl
(bis 22. Juli 2015)

Investor Relations-Kontakt:

Telefon: +49 (0) 6181 / 412 200
Fax: +49 (0) 6181 / 412 183
E-Mail: ir@drillisch.de

Handelsregistereintrag:

HRB 7384 Hanau
Umsatzsteuer-IdNr.: DE 812458592
Steuernr.: 03522506037
Finanzamt Offenbach-Stadt

Haftungsausschluss:

Die bereitgestellten Informationen in dieser Publikation wurden sorgfältig geprüft. Wir können jedoch keine Gewähr dafür übernehmen, dass alle Angaben zu jeder Zeit vollständig, korrekt und aktuell dargestellt sind. Es ist zu beachten, dass es aufgrund des Zahlenformats bei Zwischen- und Endsummen rechnerische Rundungsdifferenzen geben kann.

Zukunftgerichtete Aussagen:

Dieser Bericht enthält bestimmte in die Zukunft gerichtete Aussagen, die auf den gegenwärtigen Annahmen und Prognosen der Unternehmensleitung des Drillisch-Konzerns beruhen. Verschiedene bekannte wie auch unbekannte Risiken, Ungewissheiten und andere Faktoren können dazu führen, dass die tatsächlichen Ergebnisse, die Finanzlage, die Entwicklung oder die Performance der Gesellschaft wesentlich von den hier gegebenen Einschätzungen abweichen. Diese Faktoren schließen diejenigen ein, die wir in Berichten an die Frankfurter Wertpapierbörse beschrieben haben. Die Gesellschaft übernimmt keinerlei Verpflichtung, solche zukunftsgerichtete Aussagen fortzuschreiben und an zukünftige Ereignisse oder Entwicklungen anzupassen.

DIE NEUEN KOMMEN. FÜR DICH. FÜR SIE. FÜR ALLE.



yourfone-Shops – auch in Ihrer Nähe

Aachen 2x
Aalen 2x
Ahrensfelde 1x
Augsburg 1x
Aurich 2x
Bad Hersfeld 1x
Bad Kreuznach 1x
Bad Oldesloe 1x
Bad Segeberg 1x
Baunatal 1x
Berlin 12x
Bernau 1x
Bocholt 1x
Bochum 2x
Bonn 1x
Braunschweig 1x
Bremen 3x
Bruchsal 2x
Chemnitz 3x
Cottbus 1x
Cuxhaven 1x
Datteln 2x
Deggendorf 1x
Dessau 1x
Dinslaken 2x
Dormagen 2x
Dorsten 1x

Dortmund 2x
Dresden 2x
Duisburg 1x
Düren 1x
Düsseldorf 2x
Eggenfelden 1x
Erfurt 1x
Erlangen 1x
Eschwege 1x
Essen 3x
Esslingen 1x
Euskirchen 1x
Eutin 1x
Flensburg 1x
Frankfurt am Main 2x
Freiburg 1x
Freising 1x
Friedberg 1x
Fürth 1x
Gaggenau 1x
Geesthacht 1x
Gera 2x
Gerbsen 1x
Gelsenkirchen 1x
Gevelsberg 1x
Gießen 1x
Gladbeck 1x

Goslar 1x
Göppingen 1x
Greifswald 1x
Grevenbroich 1x
Gummersbach 1x
Halle 1x
Haltern 1x
Hamburg 7x
Hameln 1x
Hamm 1x
Hanau 1x
Hannover 3x
Hattingen 1x
Heidelberg 1x
Heidenheim 1x
Helmstadt 1x
Hennef 1x
Herford 1x
Idar-Oberstein 1x
Ingolstadt 1x
Iserlohn 1x
Itzehoe 1x
Jena 1x
Kaiserslautern 1x
Karlsruhe 1x
Kassel 1x

Kiel 2x
Koblenz 1x
Köln 8x
Konstanz 1x
Krefeld 1x
Landshut 1x
Langenhagen 1x
Lehrte 1x
Leipzig 3x
Lemgo 1x
Lengerich 1x
Leverkusen 1x
Lübeck 1x
Lübbecke 1x
Lüdenschaid 1x
Ludwigshafen 1x
Lüneburg 1x
Mainz 2x
Mannheim 1x
Marl 1x
Meißen 1x
Menden 1x
Merseburg 1x
Minden 1x
Mönchengladbach 1x
Mülheim a. d. Ruhr 1x
München 3x

Münster 1x
Neumünster 2x
Neunkirchen 1x
Neuss 1x
Nordhausen 1x
Nürnberg 4x
Oberhausen 1x
Offenbach 1x
Oranienburg 1x
Osnabrück 1x
Paderborn 1x
Peine 1x
Pirmasens 1x
Potsdam 2x
Rastatt 1x
Regensburg 1x
Reutlingen 1x
Remscheid 1x
Rostock 1x
Saarbrücken 1x
Saarlouis 1x
Schenefeld 1x
Siegen 1x
Sindelfingen 1x
Schorndorf 1x
Schweinfurt 1x

Schwerin 1x
Schwerte 1x
Solingen 1x
Speyer 1x
St. Ingbert 1x
Stralsund 1x
Straubing 1x
Stuttgart 1x
Trier 2x
Troisdorf 1x
Tübingen 1x
Unna 1x
Velbert 1x
Vellmar 1x
Villingen-Schwenningen 1x
Waiblingen 1x
Weißenfels 1x
Wiesbaden 1x
Wilhelmshaven 1x
Witten 1x
Wolfsburg 1x
Wuppertal 1x
Würzburg 1x
Zwickau 1x

Weitere yourfone-Shop-Eröffnungen folgen...

