



# Drillisch AG

Unternehmenspräsentation

Diese Präsentation enthält zukunftsgerichtete Aussagen und Prognosen, mit der die gegenwärtige Einschätzung des Management der Drillisch AG zum Ausdruck kommt. Diese Einschätzungen und Aussagen können Veränderungen bzw. unsicheren Rahmenbedingungen unterliegen, die zum Großteil schwierig zu prognostizieren sind und außerhalb der Kontrolle der Drillisch AG liegen.

Die Drillisch AG hat keine Verpflichtung bei Veränderungen der Rahmenbedingungen die zugrunde liegenden Informationen zu veröffentlichen bzw. revidierte Informationen zu veröffentlichen.

Drillisch AG  
Investor Relations  
Wilhelm-Röntgen-Straße 1-5  
D - 63477 Maintal  
Telefon: + 49 (0) 61 81 / 412 218  
Internet: [www.drillisch.de](http://www.drillisch.de)  
E-Mail: [ir@drillisch.de](mailto:ir@drillisch.de)

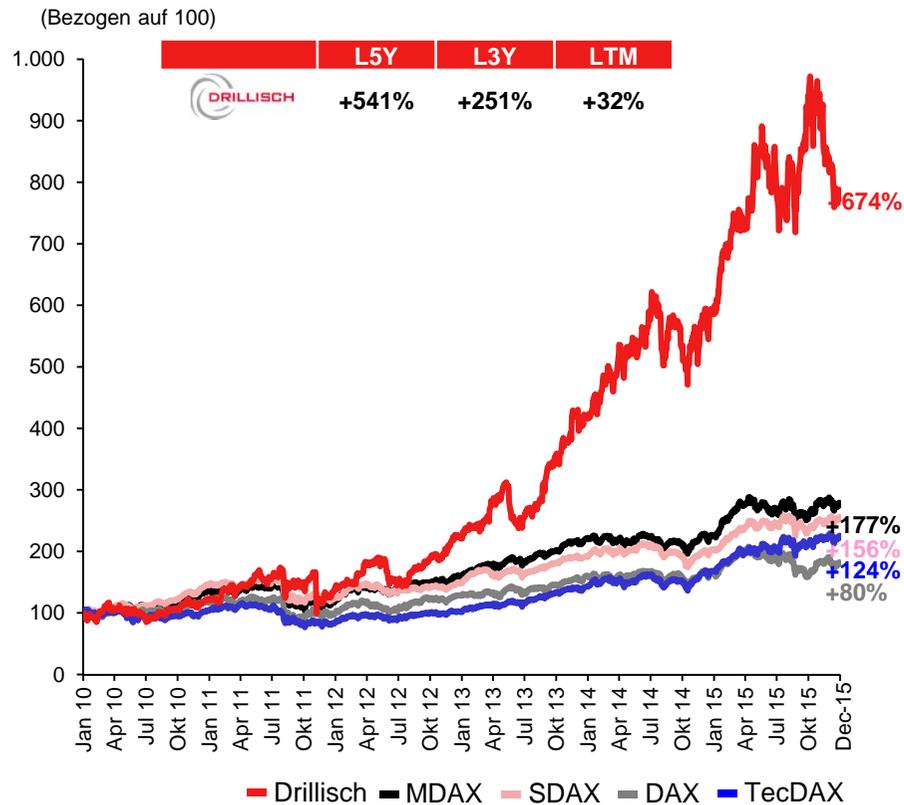
 **Highlights**

 **Finanzkennzahlen**

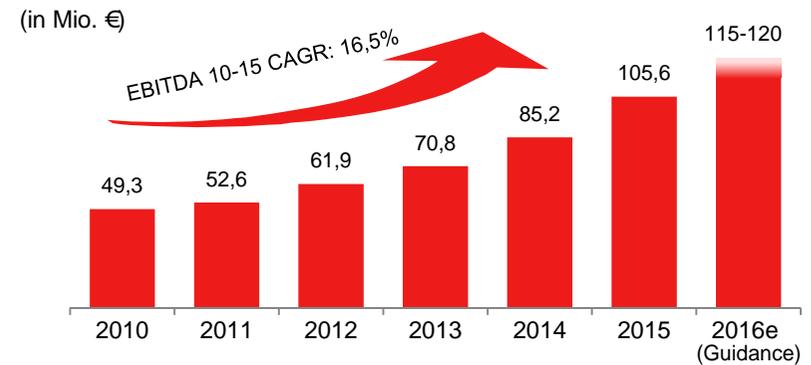
 **Ausblick**

# Die Drillisch Aktie 2010–2015

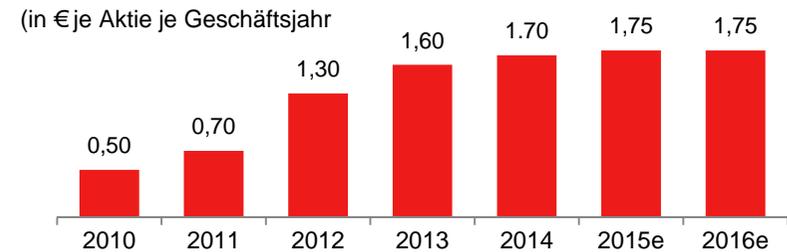
## Kontinuierlich bessere Entwicklung als Indizes



## EBITDA mit starker Wachstumskurve



## Nachhaltige Beteiligung der Aktionäre am Erfolg

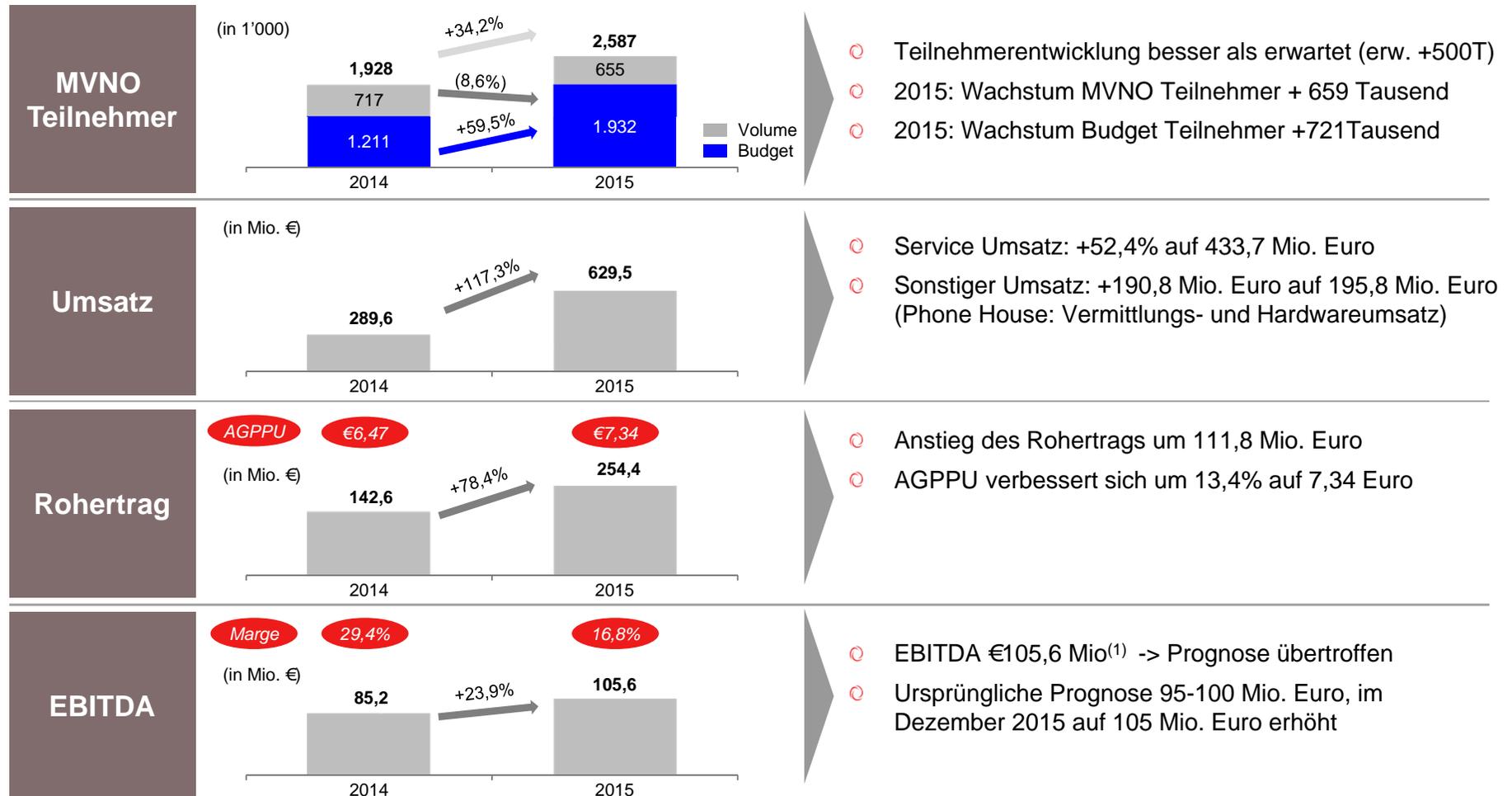


## Langfristige und signifikante Wertsteigerung der Drillisch Aktie

Quelle: FactSet, 31 December 2015

(1) EBITDA 2015 mit Erlösen aus aufgegebenen Geschäftsbereichen (310 TEUR)

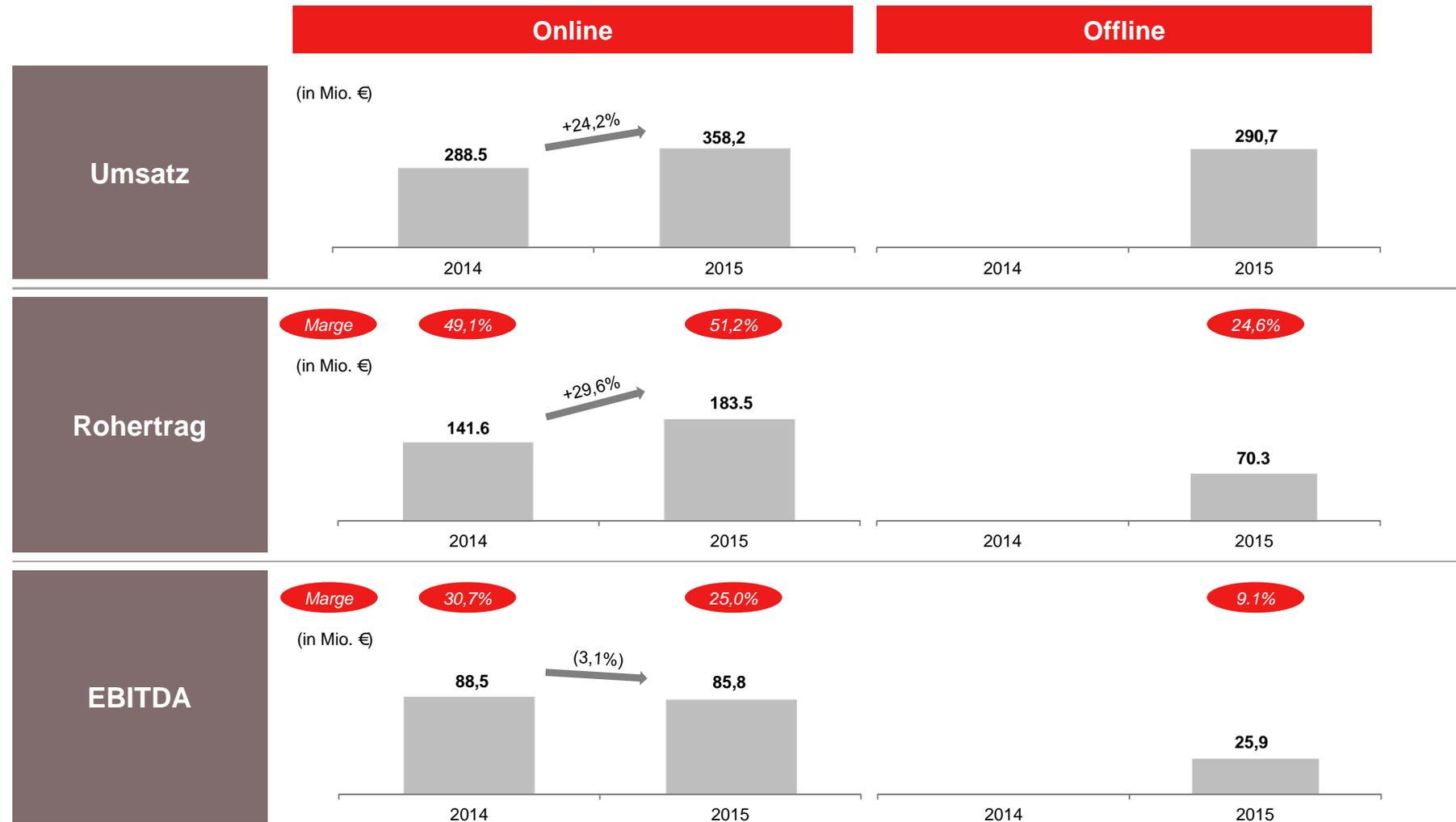
# Highlights Zahlen 2015



**Positive Entwicklung im Geschäftsjahr 2015 - Alle Erwartungen wurden erfüllt bzw. übertroffen**

(1) (1) EBITDA 2015 mit Erlösen aus aufgegebenen Geschäftsbereichen (310 TEUR)

# Highlights Segmentzahlen 2015



**Erfolgreicher Ausbau Online und Aufbau Offline**

# Vertriebsstrategie 2015

## Premium Brand Building



- Allgemeiner Markenaufbau über verschiedene Medien (Marketingkosten 2015: 64,5 Mio. Euro; 2014: 14,1 Mio. Euro)
- Erhöhung der Markenbekanntheit durch z. B. TV Kampagnen mit Heino (smartmobil) und yourfone mit dem Motto „Für Dich. Für Sie. Für Alle.“

## Offline Shop Roll-out

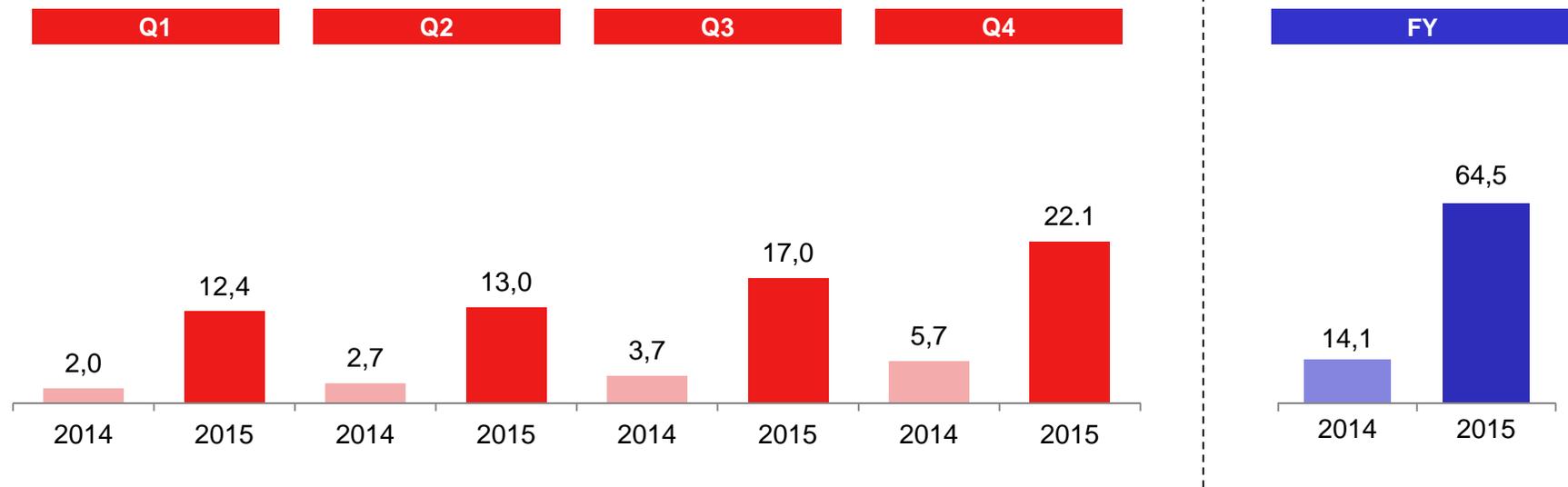


- 101 eigene Shops in allen größeren Städten
- 114 Partner Shops
- In 1a-Lagen, wie z. B. Shopping-Centern und Einkaufsstraßen
- Neugestaltung und Modernisierung
- Neue Vertriebskooperationen mit namhaften Partnern

# Investment in Wachstum

## Entwicklung Werbungskosten 2014 vs. 2015

(in Mio. €)



- Fokus auf die Premiummarken: **smartmobil.de** (online) und **yourfone** (offline)
- **Erhöhung des Marketingbudgets um mehr als 50 Mio. Euro** mit dem klaren Fokus auf einen überregionalen Ansatz für **Print, Radio und Werbeclips im Kino und TV**. **Dazu werden gezielte lokale Aktionen gestartet.**

**Nachhaltige Investitionen in Brand Building für zukünftiges Wachstum**

# smartmobil Produktportfolio

Erfolgreich mit Qualität und Transparenz im größten Mobilfunknetz Deutschlands

	Preis <sup>(1)</sup>	Datenpaket / Internet Speed	Voice & SMS
LTE XS	7 <sup>99</sup> €/Monat	1.5 GB LTE 50 Mbit/s	Flat
LTE S	12 <sup>99</sup> €/Monat	3 GB LTE 50 Mbit/s	Flat
LTE M	17 <sup>99</sup> €/Monat	4 GB LTE 50 Mbit/s	Flat
LTE L	22 <sup>99</sup> €/Monat	5 GB LTE 50 Mbit/s	Flat

... Und der einzige MBA MVNO mit den Möglichkeiten eines Netzbetreibers

(1) SIM-only & 24 Monatsvertrag, ab dem 13. Monat erhöhen sich die monatlichen Preise um jeweils 7 €

# smartmobil Wettbewerbsvergleich

	 LTE S	Telekom Magenta Mobil M	Vodafone Red 1.5 GB	o2 Blue All-in L	1&1 All-Net-Flat Plus
SIM Only	Nur <b>12<sup>99</sup></b> <sup>(1)</sup> €/Monat	35 <sup>95</sup> € <sup>(1)</sup>	32 <sup>49</sup> €	34 <sup>99</sup> € <sup>(1)</sup>	19 <sup>99</sup> € <sup>(1)</sup>
Datenpaket	3.0 GB	2.0 GB	1.5 GB	3.0 GB	3.0 GB
Internet Speed	50 MBit/s	150 MBit/s	225 MBit/s	50 MBit/s	25 MBit/s
Voice & SMS	Flat	Flat	Flat	Flat	Flat
Laufzeit	24 Monate	24 Monate	24 Monate	24 Monate	24 Monate

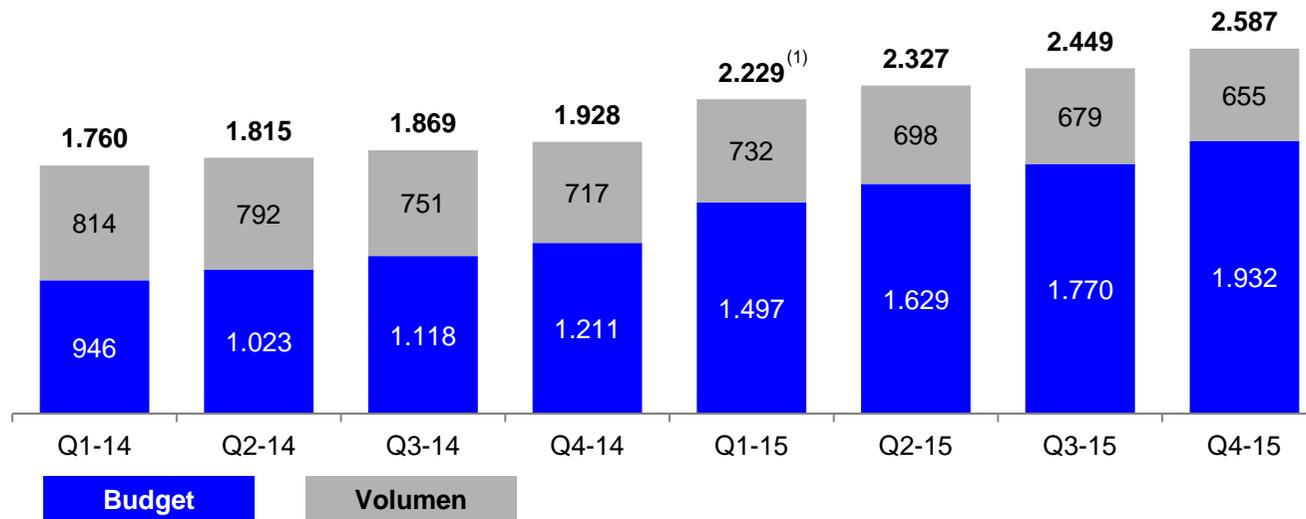
**“Best-in-class” - Drillisch im Vergleich mit dem Wettbewerb**

(1) Ab dem 13. Monat erhöhen sich die monatlichen Preise

# Drillisch Teilnehmer Entwicklung

## Fokus auf MVNO Teilnehmer Entwicklung

(in 1,000)

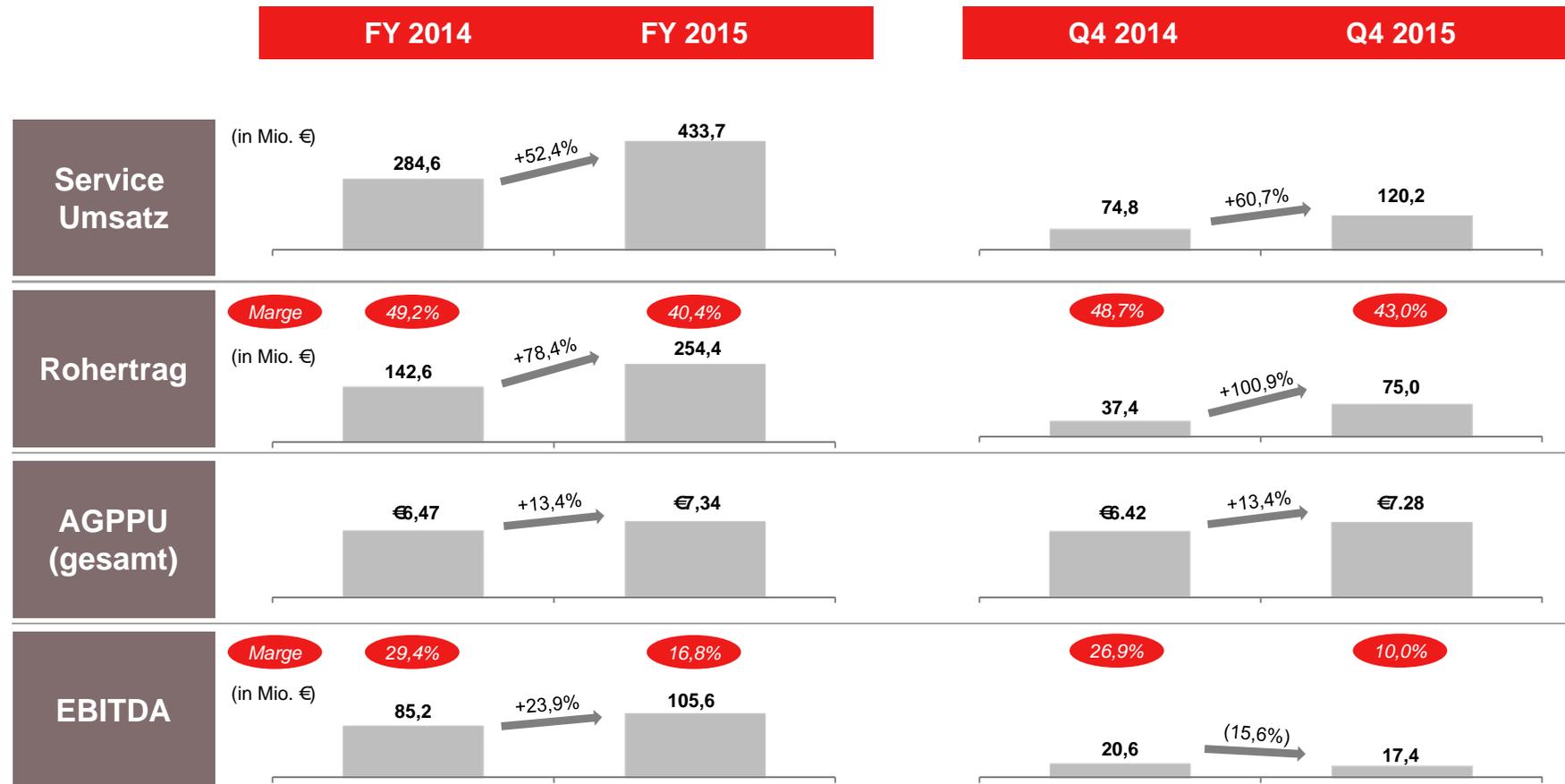


- Nachhaltig dynamische Teilnehmerentwicklung 2015 mit +659.000 MVNO Net Adds (2014: +223 Tausend), nachhaltige Verbesserung des Kundenmix mit einem steigenden Anteil an Budget Teilnehmern (75% in 2015 vs. 63% in 2014)
- Hohe Investitionen in Teilnehmerwachstum
- Net Adds Budget Teilnehmer 2015 +721 Tausend (2014: +355T); Q4 2015: +162 Tausend vs. Q4 2014 +92T

## Verbesserte Dynamik beim Teilnehmerwachstum im Einklang mit Vermarktungsoffensive

(1) Inklusive yourfone und GTCCom

# Highlights Zahlen FY 2015 und Q4 2015

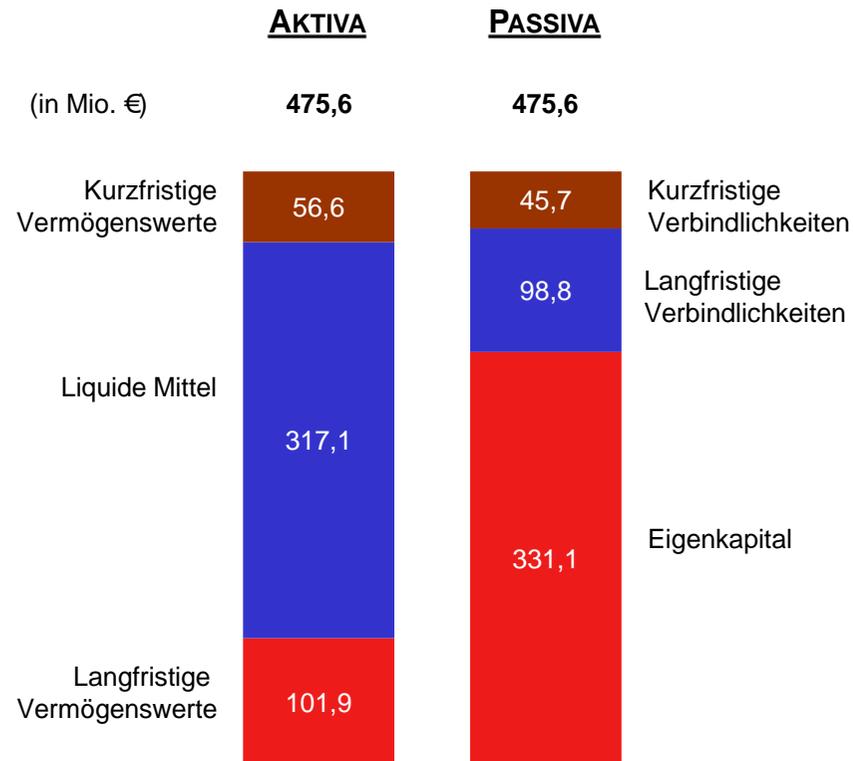


**Positive Entwicklung im Geschäftsjahr 2015**

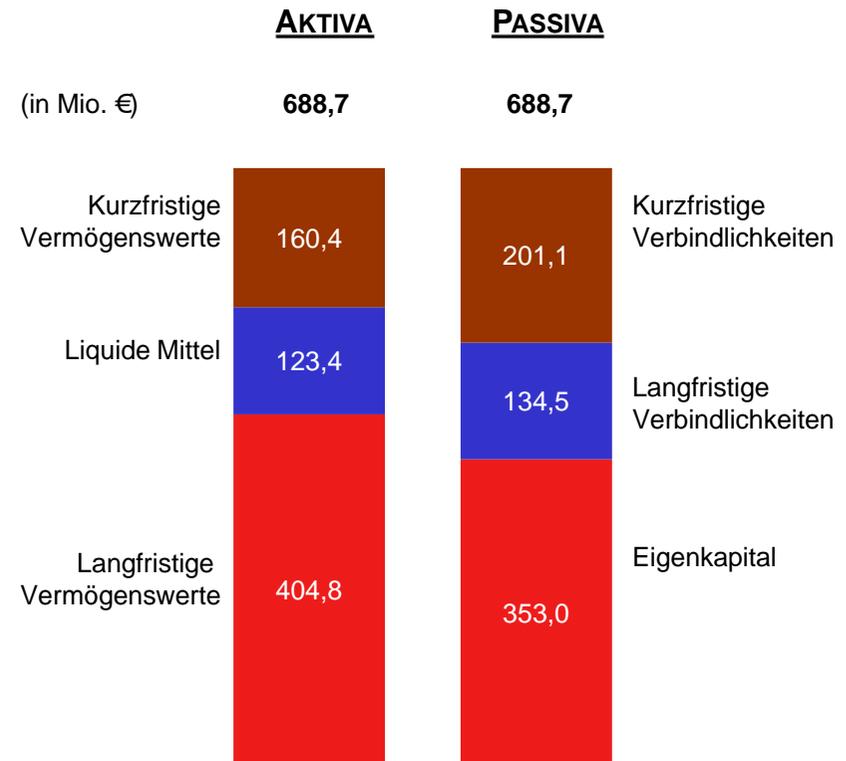
(1) (1) EBITDA 2015 mit Erlösen aus aufgegebenen Geschäftsbereichen (310 TEUR)

# Bilanz in Mio. Euro

## 31. Dezember 2014



## 31. Dezember 2015



**Eigenkapitalquote 51,3% (31.12.2014: 69,6%)**

(1) Leverage Ratio = Net Debt / EBITDA

# Cashflow Entwicklung

(in €m)	FY 2014	FY 2015
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	71,8	76,2
Cashflow aus Investitionstätigkeit	(4,8)	(169,2)
Davon Capex	(5,3)	(162,7)
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	63,1	(100,7)
Davon Dividenden	(76,8)	(90,4)
Free Cashflow <sup>(1)</sup>	66,4	(86,5)
<b>Liquide Mittel</b>	<b>317,1</b>	<b>123,4</b>

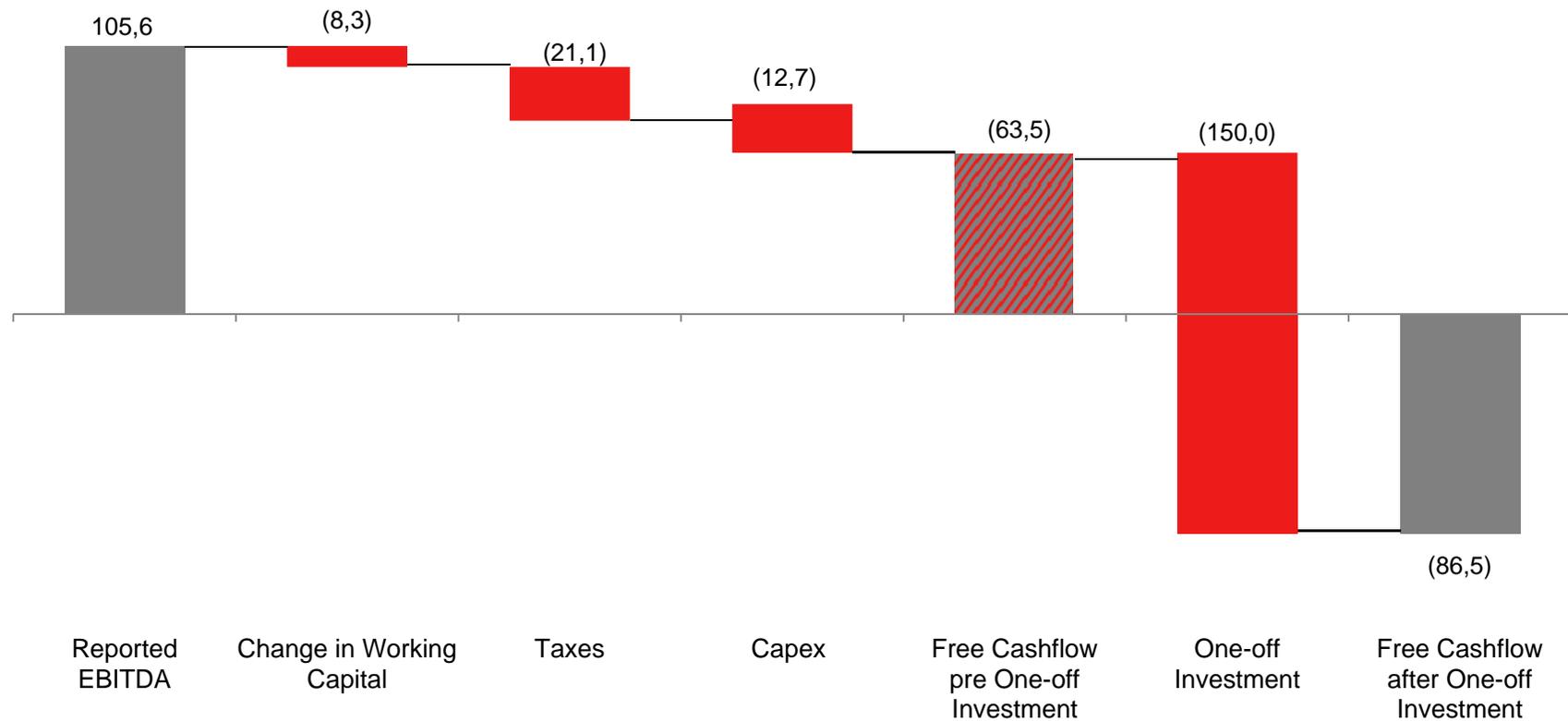
- Auszahlungen über 162,7 Mio. Euro für Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte
- Auszahlungen für Akquisitionen abzüglich erworbener liquider Mittel (7,3 Mio. Euro)
- 2014: Platzierung der eigenen Aktien (139,7 Mio. Euro) und Dividendenzahlung in Höhe von 76,8 Mio. Euro
- 2015: Dividende 90,4 Mio. Euro
- 2015 FCF durch Einmalzahlung an TEF D in Höhe von 150 Mio. Euro (vereinbarer Beitrag zu den bereits geleisteten und zukünftig noch zu tätigen Investitionen in den Ausbau des LTE-Netzes)

**FCF im Geschäftsjahr 2015 durch One-Off Investment beeinflusst**

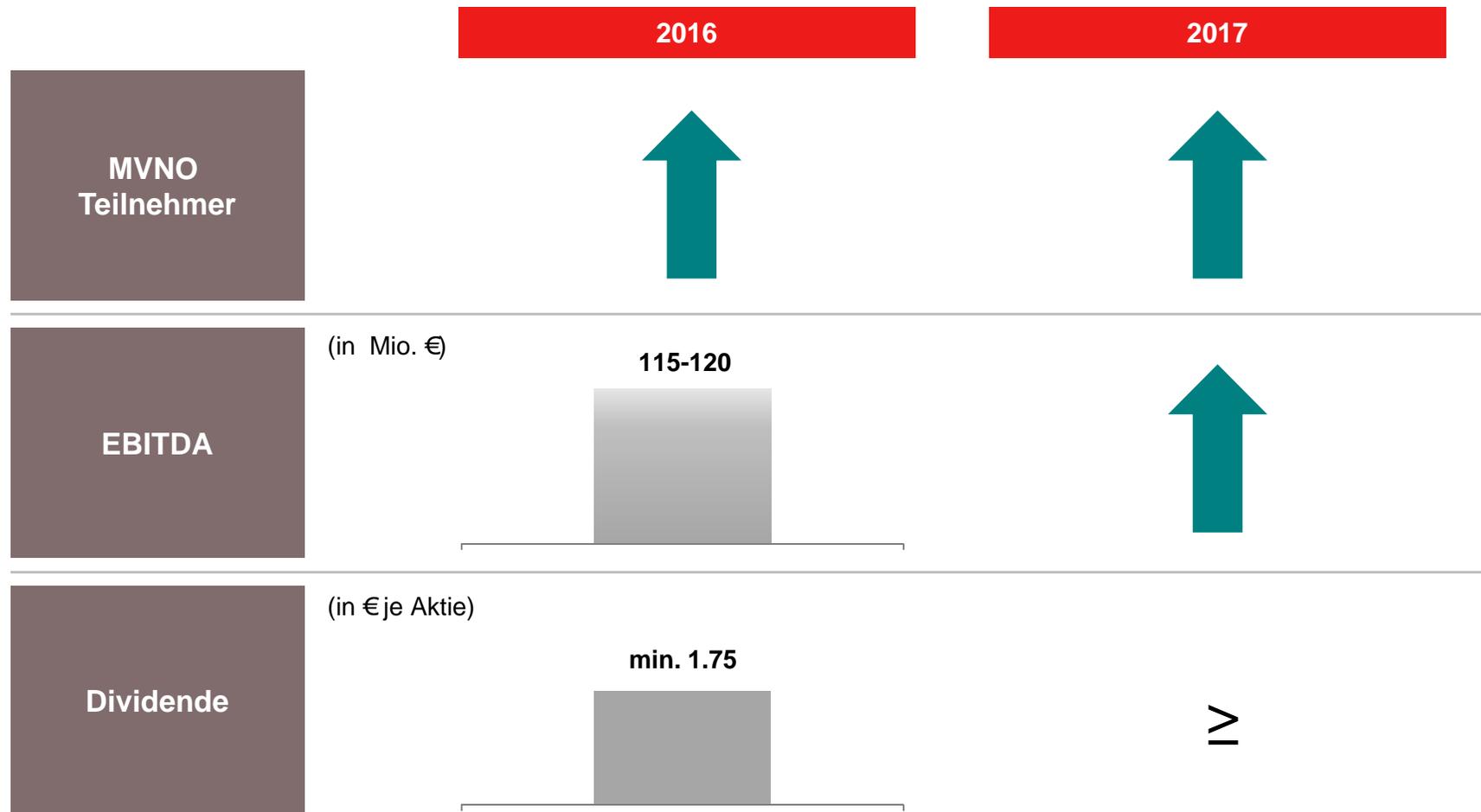
(1) Definition FCF: Cash Flow aus lfd. Geschäftstätigkeit minus Capex

# EBITDA zu FCF

## Free Cashflow Brücke Januar – Dezember 2015 in Mio. €



**FCF 2015 durch One-off Investment beeinflusst**



**Fortsetzung der Erfolgsgeschichte – Profitables Wachstum auch für 2016 geplant**

# Outlook und Takeaways

## Drillisch hat in 2015 Wesentliches erreicht...



Erfolgreicher Aufbau des Offline Kanals für zukünftiges Teilnehmerwachstum



Ursprüngliche EBITDA<sup>(1)</sup> Prognose 2015 95-100 Mio. Euro<sup>(2)</sup> auf 105 Mio. Euro erhöht



Flexibilität für anhaltendes Wachstum



Positionierung der Marken yourphone und smartmobil im Premiumsegment

## ...und bestätigt die positiven Aussichten

Drillisch bietet dem Endkunden das beste Preis- Leistungs-Verhältnis am Markt

Weiteres Teilnehmerwachstum im Online und im Offline Segment

Weitere EBITDA Steigerung für 2016 geplant (das 15. Jahr in Folge)

Attraktive Dividendenpolitik — Vorschlag für 2015 von 1,75 Euro je Aktie und mindestens für 2016

(1) Reported EBITDA

(2) Prognose veröffentlicht am 12. Mai 2014, erhöht 12. Dezember 2015