

Freitag, den 28. Mai 2010



Drillisch AG

Herzlich Willkommen zur
ordentlichen Hauptversammlung
für das Geschäftsjahr 2009



Nico Forster

7. Oktober 1962

16. Februar 2010

Freitag, den 28. Mai 2010



Drillisch AG

Herzlich Willkommen zur
ordentlichen Hauptversammlung
für das Geschäftsjahr 2009

-  **Rückblick 2009**
-  **Marktumfeld**
-  **Marktpositionierung**
-  **Strategie und Ausblick**

Die Drillisch Aktie 2009



Unser Ziele 2009 und die Highlights

Unsere Ziele für 2009:

- EBITDA-Prognose €41 - €42 Millionen ✓
- Qualitative Verbesserung des Teilnehmerbestands ✓
- Entwicklung der Wachstumsbereiche Discount und Mobiles Internet ✓

Highlights des Jahres 2009:

- Bestes Ergebnis der Unternehmensgeschichte
- Dynamische, erfolgreiche Entwicklung des Discountmarktes
- Guidance 2009 übertroffen - Erreicht: €43,5 Mio.
- Net Debt EBITDA-Ratio €52,6 Mio. : €50,7 Mio. = 1,04 : 1 (Vj.: 2,25 :1)
- Liquide Mittel 26,9 Millionen Euro (2008: 4,3 Mio. EUR)
- Cash-Flow aus lfd. Geschäftstätigkeit 53,9 Millionen Euro (2008: 42,6 Mio. EUR)

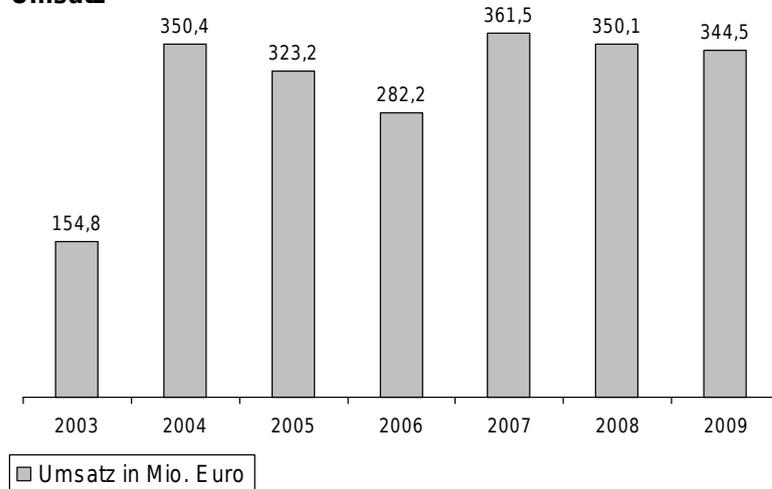
Dividendenpolitik (vorbehaltlich entsprechender Beschlüsse):

- 2010 für 2009: Dividende je Drillisch-Aktie in Höhe von 0,30 Euro

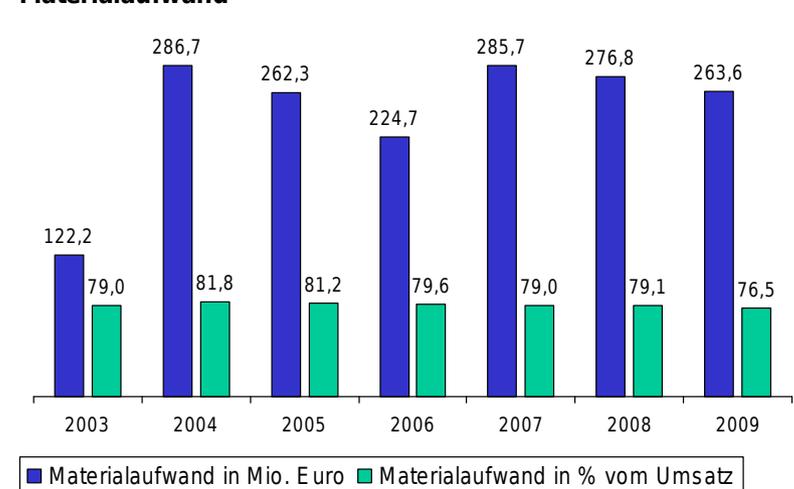
Positionierung ab 2005

Als Trendsetter mit Innovationen das Gewinnwachstum der Zukunft gesichert

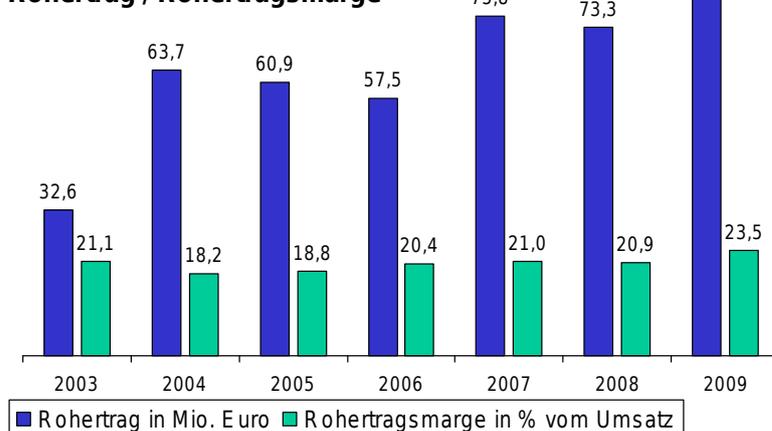
Umsatz



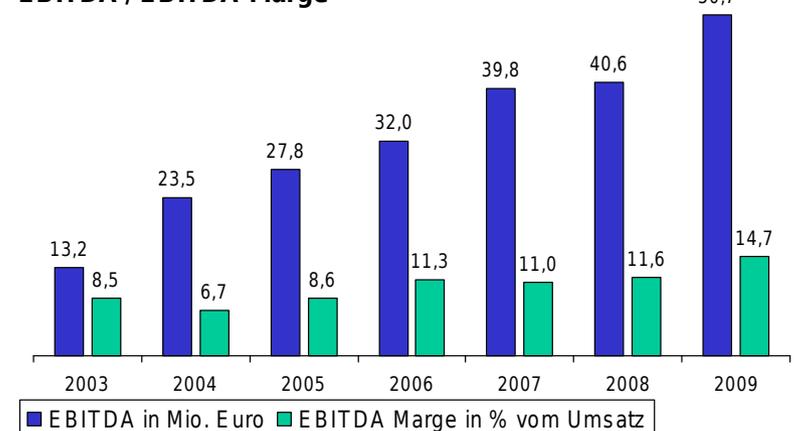
Materialaufwand



Rohrertrag / Rohertragsmarge



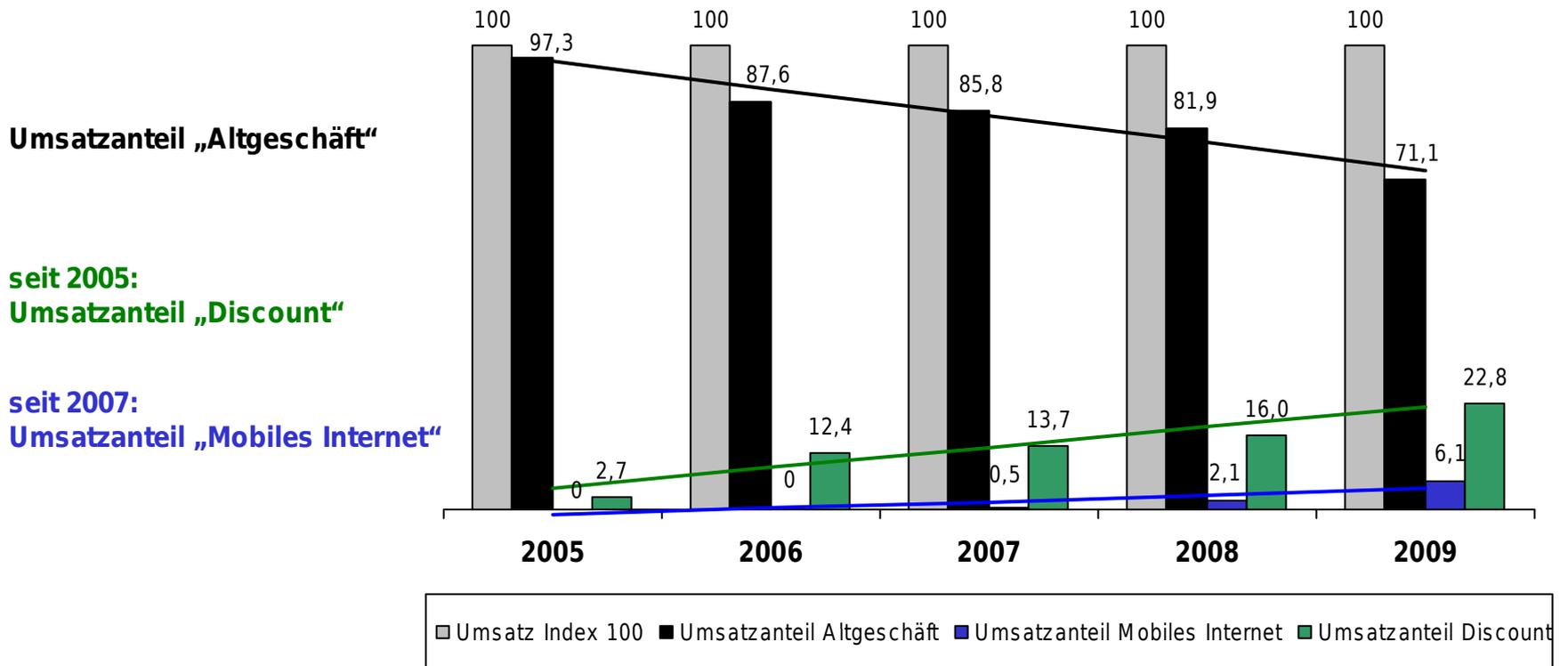
EBITDA / EBITDA-Marge



* Rohrertrag = Umsatz ./. Materialaufwand

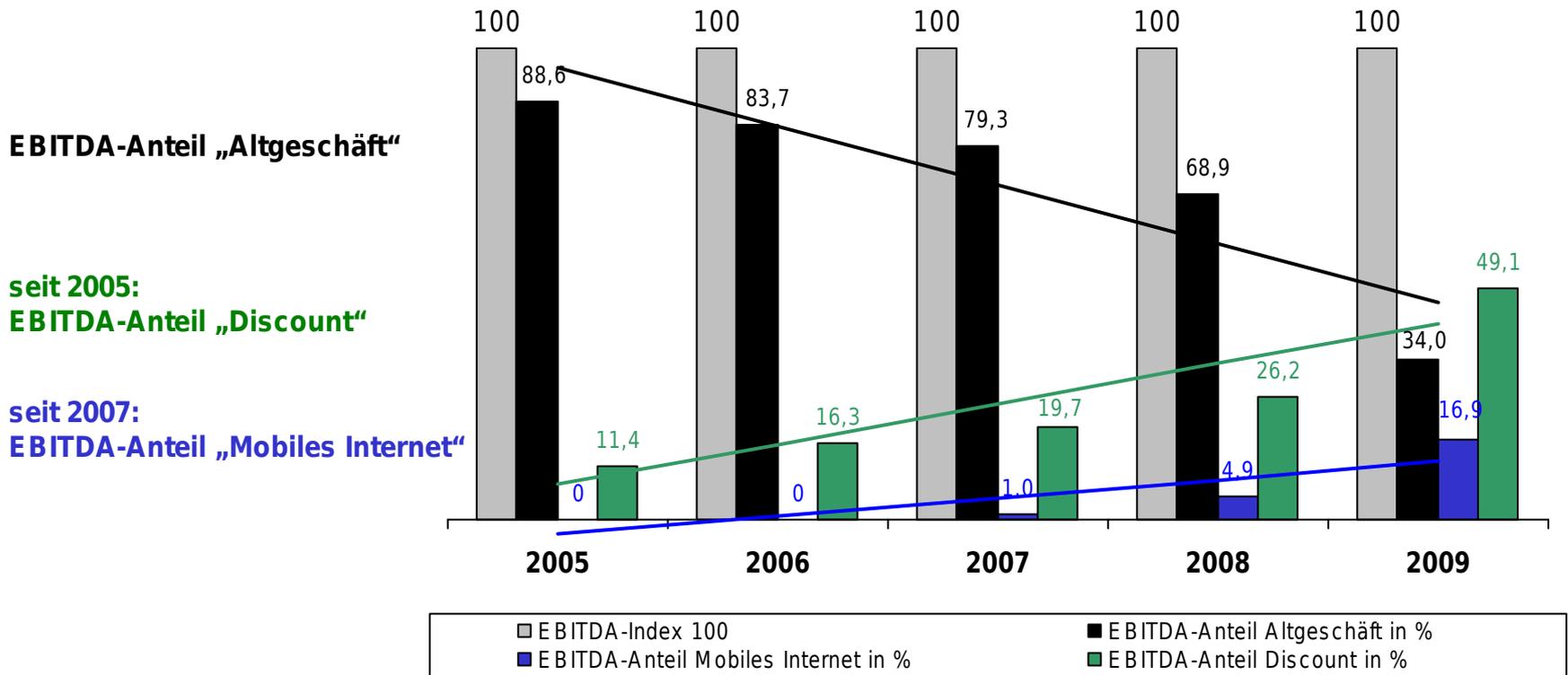
Entwicklung der Geschäftsfelder

Beitrag zum Umsatz in Prozent



Entwicklung der Geschäftsfelder

Beitrag zum EBITDA in Prozent



Drillisch Bilanz (IFRS)

AKTIVA			
		31.12.2009	31.12.2008
	Anhang		
	Nr.	TEUR	TEUR
Langfristige Vermögenswerte			
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	9	14.044	15.912
Firmenwerte	10	67.206	66.400
Sachanlagen	11	1.274	1.723
Nach der Equity-Methode bilanzierte Finanzanlagen	12	0	52.219
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	13	145.960	0
Latente Steuern	8	1.877	2.922
Langfristige Vermögenswerte, gesamt		230.361	139.176
Kurzfristige Vermögenswerte			
Vorräte	14	6.267	5.615
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	15	33.434	24.603
Forderungen gegen verbundene Unternehmen		3	105
Forderungen gegen Beteiligungsunternehmen		0	23
Steuererstattungsansprüche	16	877	349
Liquide Mittel		26.915	4.325
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	17	7.410	8.063
Kurzfristige Vermögenswerte, gesamt		74.906	43.083
AKTIVA, GESAMT		305.267	182.259

PASSIVA			
		31.12.2009	31.12.2008
	Anhang		
	Nr.	TEUR	TEUR
Eigenkapital			
Gezeichnetes Kapital	18	58.508	54.706
Kapitalrücklage		126.469	119.480
Gewinnrücklagen		31.123	31.123
Marktbewertungsrücklage		4.439	0
Bilanzverlust		-72.468	-173.568
Den Aktionären der Drillisch AG zustehendes Eigenkapital		148.071	31.741
Minderheitsanteile		445	0
Eigenkapital, gesamt		148.516	31.741
Langfristige Verbindlichkeiten			
Pensionsrückstellungen	20	956	975
Latente Steuerverbindlichkeiten	8	3.500	6.726
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	23	59.531	75.413
Leasingverbindlichkeiten	19	62	468
Langfristige Verbindlichkeiten, gesamt		64.049	83.582
Kurzfristige Verbindlichkeiten			
Kurzfristige Rückstellungen	21	2.096	3.200
Steuerverbindlichkeiten	22	9.567	8.305
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	23	20.003	20.000
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	24	27.541	7.915
Erhaltene Anzahlungen	25	26.169	15.663
Leasingverbindlichkeiten	19	404	668
Sonstige Verbindlichkeiten	26	6.922	11.185
Kurzfristige Verbindlichkeiten, gesamt		92.702	66.936
PASSIVA, GESAMT		305.267	182.259

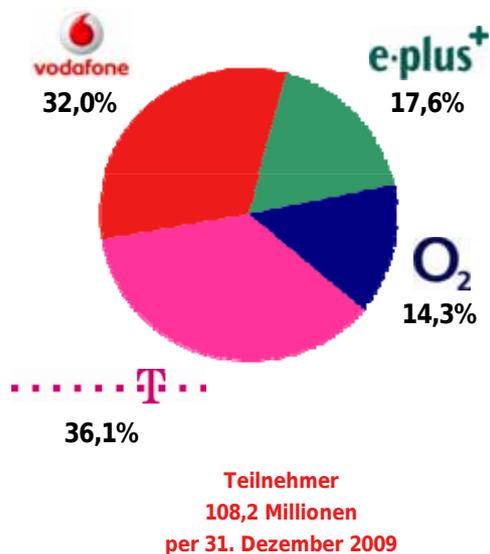
Cashflow im Konzern nach IFRS (verkürzte Version)

	2009	2008	Veränderung
	TEUR	TEUR	TEUR
Konzernergebnis	101.199	-184.075	285.274
Ergebnis aus nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen	-67.735	202.432	-270.167
Über den Ertragsteueraufwand hinausgehende Steuerzahlungen bzw. -erstattungen	-713	14.664	-15.377
Abschreibungen	6.297	6.702	-405
Veränderung aus dem Abgang von Sonstigen finanziellen Vermögenswerten	0	0	0
Veränderung der Vermögenswerte und Schulden	14.849	2.993	11.856
Sonstiges	29	-102	131
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	53.926	42.614	11.312
Auszahlung für Akquisitionen abzüglich erworbener Liquider Mittel	-1.869	0	-1.869
Auszahlung für den Erwerb von Anteilen an Beteiligungsunternehmen	0	0	0
Erlöse aus dem Abgang von und Investitionen in Sonstige finanzielle Vermögenswerte	0	0	0
Investitionen in nach der Equity-Methode bilanzierte Finanzanlagen	-19.597	-123.172	103.575
Erhaltene Dividenden bzw. Sonderdividenden	0	0	0
Sonstiges	-3.066	10.367	-13.433
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-24.532	-112.805	88.273
Veränderung eigener Anteile	9.745	-12.382	22.127
Dividendenzahlungen	0	-5.152	5.152
Kapitalerhöhungen	0	0	0
Veränderung von Finanzkrediten	-15.879	7.527	-23.406
Sonstiges	-670	-158	-512
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-6.804	-10.165	3.361
Veränderung der liquiden Mittel	22.590	-80.356	102.946
Liquide Mittel am Beginn der Periode	4.325	84.681	-80.356
Liquide Mittel am Ende der Periode	26.915	4.325	22.590

-  **Rückblick 2009**
-  **Marktumfeld**
-  **Marktpositionierung**
-  **Strategie und Ausblick**

Die Penetrationsrate liegt zum 31. Dezember 2009 bei ~130% (2008:130,6%; 2007: 118,1%)

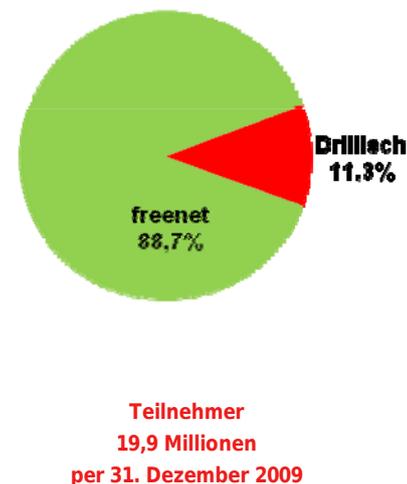
Mobilfunk-Netzbetreiber (100%)



Mobilfunk-Markt Deutschland *

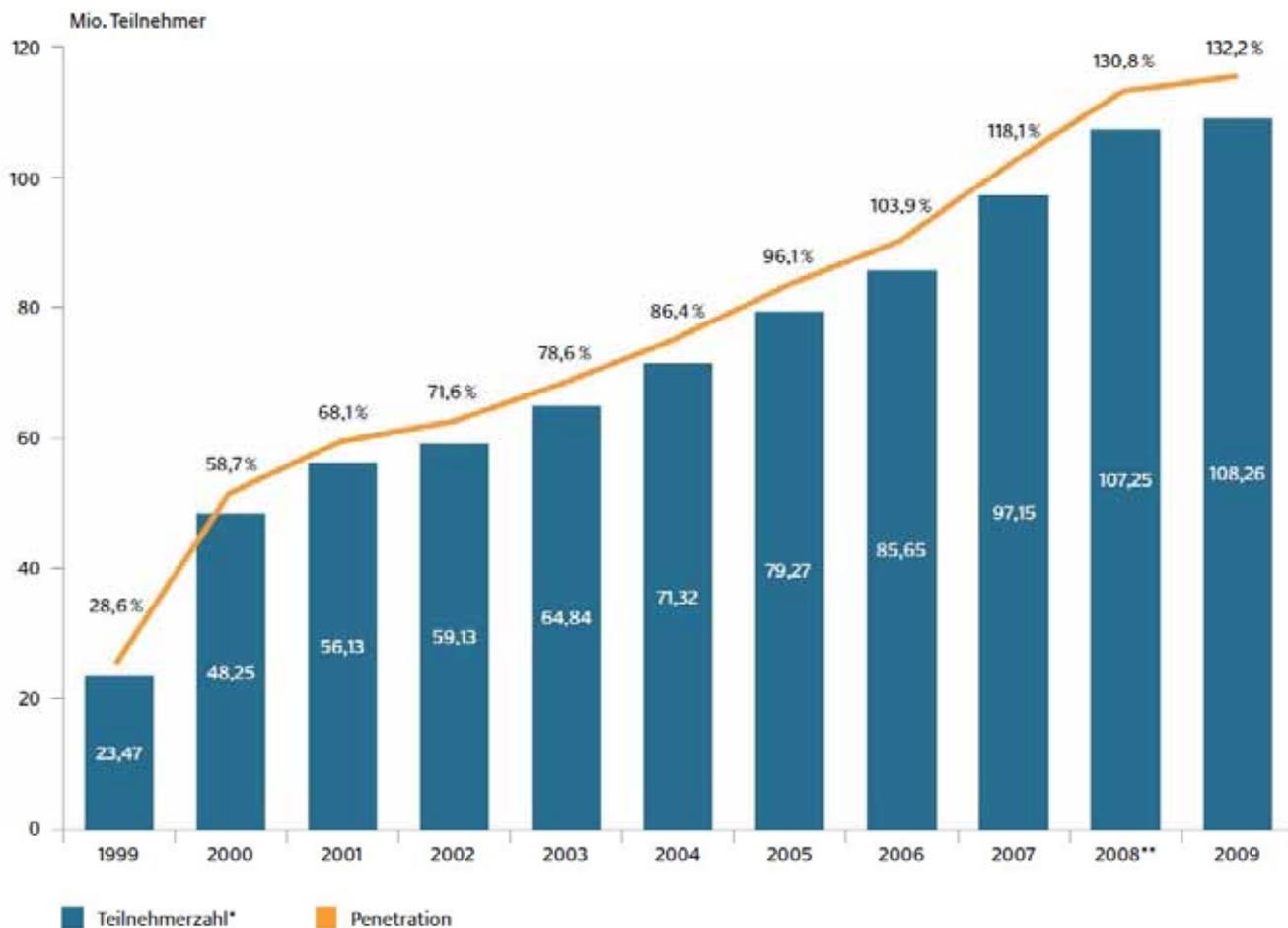
	Teilnehmer	Marktanteil
T-Mobile	39,1	36,1%
Vodafone	34,6	32,0%
E-plus	19,0	17,6%
O ₂	15,5	14,3%
Markt gesamt *	108,2 Mio.	100,0%
freenet	17,6	16,2%
Drillisch	2,3	2,1%

Mobilfunk-Service-Provider (18,4%)



- ① **Rückblick 2009**
- ① **Marktumfeld**
- ① **Marktpositionierung**
- ① **Strategie und Ausblick**

Teilnehmerentwicklung und Penetration in deutschen Mobilfunknetzen

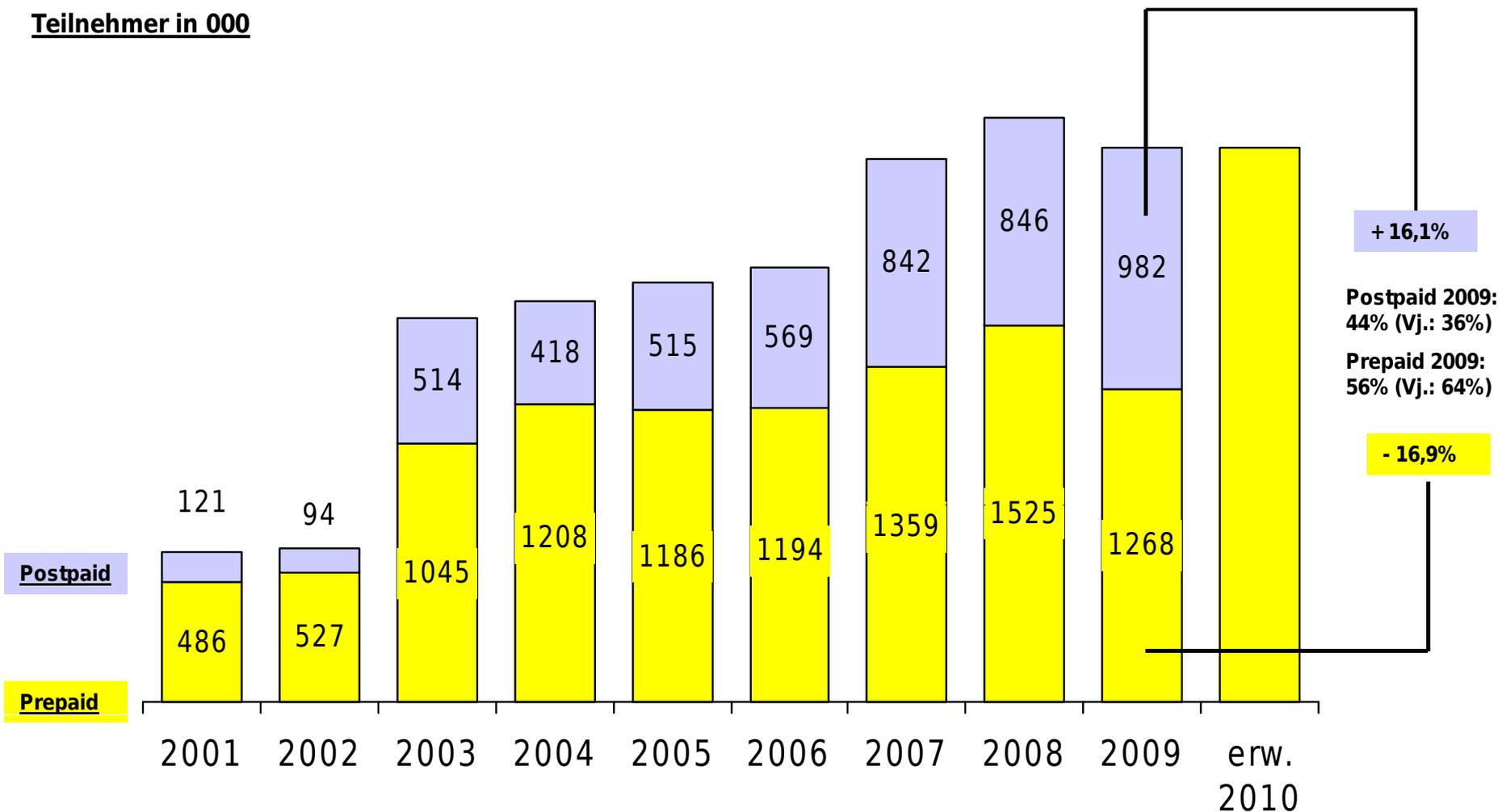


* Vertragsverhältnisse. Ein Nutzer kann dabei mehrere Vertragsverhältnisse unterhalten. Angaben bis 2000 inkl. G-Netz.

** aktualisierte Werte

Kundenwachstum 2001 bis 2009

Teilnehmer in 000



- 2010: 5 Jahre Mobilfunk-Discount in Deutschland
- Die Revolution des Mobilfunkmarkts hat die Tarifwelt verständlicher gemacht
- Kunden wünschen transparente Tarifmodelle => immer mehr Pauschaltarife / Flatrates
- Discountangebote werden für immer mehr Menschen attraktiv (nicht nur Wenigtelefonierer)
- Smartphone-Trend verlangt attraktive Tarifkombinationen mit Sprach- und Datendiensten
- Mobiles Internet boomt => Tarife ohne Kostenrisiko sind gefragt
- Hardware-Subventionierungen gehen weiter zurück => transparentere Preismodelle



382 Mitarbeiter - Seit 1998 an der Börse - Anzahl Aktien: 53,19 Millionen

Geschäftsbereiche

Drillisch Telecom GmbH
Prepaid- und Postpaid-Produkte

simply Communication GmbH
MS Mobile Services GmbH
Discount-Produkte

VICTORVOX

PHONEX

 **simply**
Und gut.

McSIM 

 **ALPHATEL**

 **Telco**
... ist Telekommunikation.

 **eteleon**
MOBILE AND MORE

 **maxim**

hello
mobil

DISCOTEL
DISCOUNTGÜNSTIG TELEFONIEREN

**Geschäftsfeld
Software Entwicklung**

IQOPTIMIZE

Drei wichtige Kundensegmente



den Voice und SMS Kunden



den mobilen Internet Kunden



den Smartphone Kunden

Anhaltende Dynamik mit Mehr-Marken Strategie in 3 Netzen

einfache Tarifmodelle
im D1- Netz

Voice-Only

- ✓ Kein Mindestumsatz
- ✓ Keine Grundgebühr
- ✓ Keine Vertragslaufzeit



=> erste Discountmarke

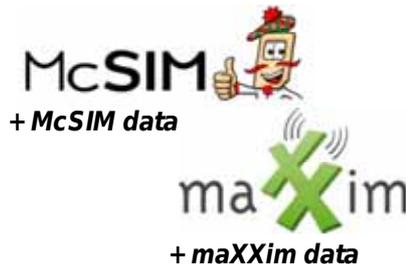


=> erster 8-Cent-Tarif

einfache Tarifmodelle
im D1- **und** D2 - Netz

Voice-Only + Daten-Only

- ✓ Kein Mindestumsatz
- ✓ Keine Grundgebühr
- ✓ Keine Vertragslaufzeit



einfache Tarifmodelle
im D1- **und** D2 - Netz
sowie im O₂-Netz

Voice **mit Datenoptionen**

- ✓ Discountkonditionen
- ✓ **zus.: Bonussystem**
- ✓ **zus.: Datenoptionen**



2005

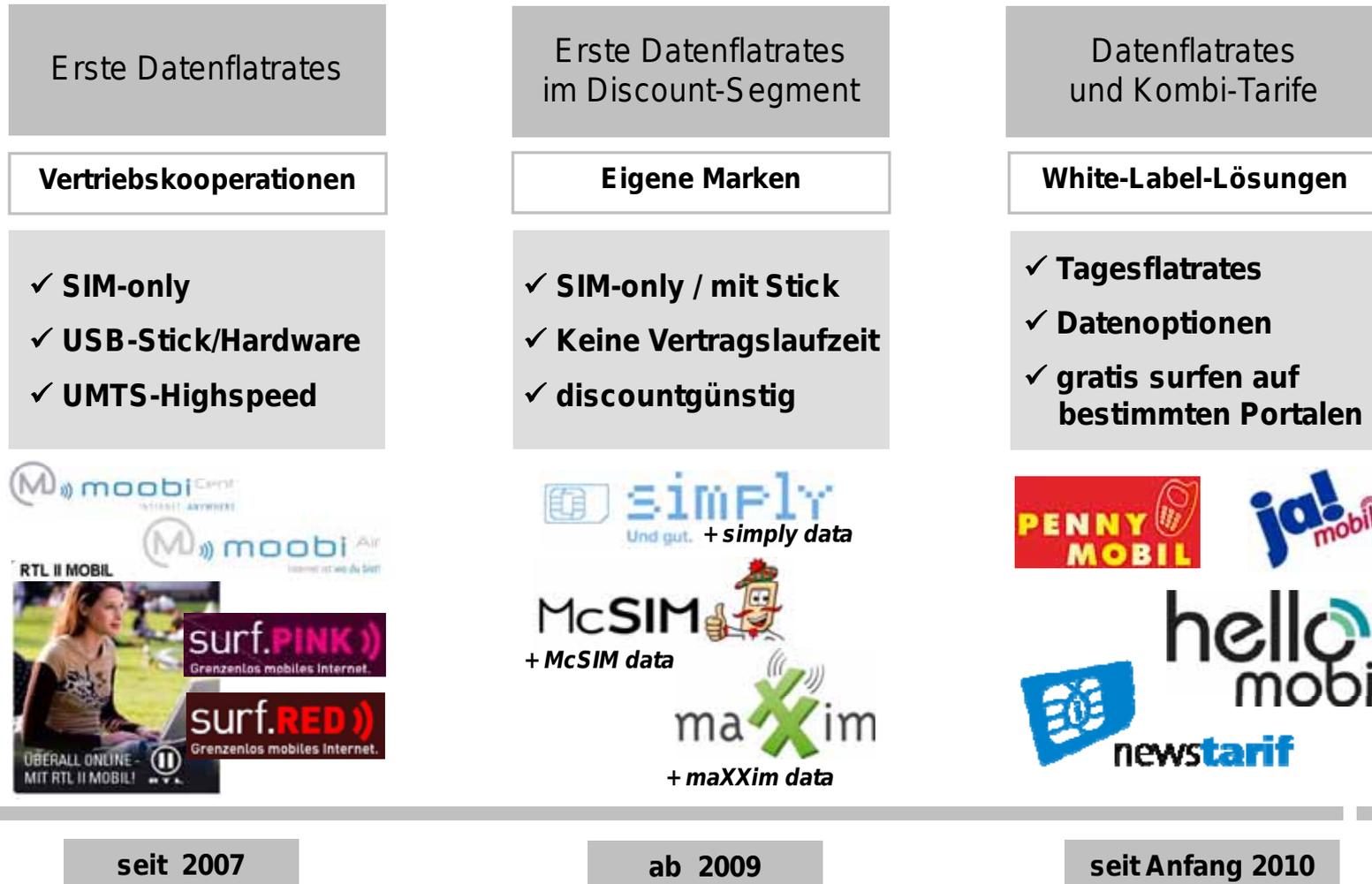
bis

2008

seit 2009

seit Anfang 2010

Neue Wachstumsdynamik mit Mehr-Marken Strategie - Mobiles Internet



Eigene Marken (Voice + Data):



White-Label-Lösungen...

... im LEH:



... im Buch- und Medienhandel:



... in Kooperation mit Verlagen:



für  **Augsburger Allgemeine**

und  **sh:z**
Schleswig-Holsteinischer
Zeitungsverlag GmbH

Vertriebspartner:



Drillisch bietet günstige Produkte ...

... und ausgezeichneten Service.

Januar 2010:

- maXXim erhält **TÜV-Siegel „Service tested“** für Tarifmodelle, Bestellprozess, Kundenservice und Kundenzufriedenheit
- überdurchschnittlich gut bei Einfachheit, Freundlichkeit und Verständlichkeit sowie beim Preis-Leistungs-Verhältnis



Mai 2010:

- TÜV Süd zertifiziert eteleon, discoTEL & fastSIM und verleiht **TÜV-Siegel „s@fer shopping“**
- 3-stufiger Qualitäts-Check bestätigt hohes Maß an Sicherheit und Qualität beim Online-Verkauf sowie hohe technische und organisatorische Zuverlässigkeit



Immer mehr Menschen wechseln zu Discountangeboten

- „**41 Prozent** wollen 2010 bei Telefonkosten sparen“
(Forsa-Umfrage „Sparen und Geldanlagen“, Januar 2010)
- „**31 Prozent** können sich vorstellen, **zu einem Discounter zu wechseln**, das sind 5 Prozentpunkte mehr gegenüber dem Vorjahr.“
(TNS Infratest, Umfrage zur Mobilfunknutzung, Januar 2010)
- „... rund **16 Mio. Discount-Kunden**, was einem Marktanteil von ca. 15% bis 16% Prozent entspricht.“
(Bundesnetzagentur, Tätigkeitsbericht 2008/2009, eigenes Research)

Mobiles Internet boomt

- **2009** waren rund **26 Mio. UMTS-Geräte** in deutschen Mobilfunknetzen eingebucht, davon sind ca. 19 Mio. regelmäßige Nutzer.
2007 waren es nur 9,2 Mio.
(Bundesnetzagentur, Jahresbericht 2009, März 2010)
- **2,6 Mio. Karten** im Umlauf, die nur der **Datenübertragung** dienen.
(Bundesnetzagentur, Jahresbericht 2009, März 2010)
- „2009 wurden über Mobilfunknetze **40 Millionen Gigabyte** (40 Petabyte) übertragen. Im Vergleich zu 2008 ist dies ein **Wachstum um 247 Prozent.**“
(BITKOM, Pressekonferenz zu Eröffnung der CeBIT 2010)

Smartphone-Trend treibt Mobiles Internet

- **„Smartphone-Absatz** wird in Deutschland im Jahr 2010 **um 47 Prozent auf 8,2 Millionen Stück** zulegen. Jedes dritte neue Mobiltelefon in diesem Jahr wird ein Smartphone sein, 2009 war es erst jedes fünfte“
(BITKOM, Pressemitteilung v. 11.02.2010)
- **Jeder vierte Internetnutzer surft mobil**
Männer häufiger am Laptop, Frauen bevorzugen das Handy.
(BITKOM, Pressemitteilung v. 05.04.2010)
- **Aber:** Verbraucher haben Angst vor hohen Kosten.
61,7 Prozent: „zu teuer“ – 22,4 Prozent „Preisgestaltung unklar“
(Umfrage Innofact, April 2010)

-  **Rückblick 2009**
-  **Marktumfeld**
-  **Marktpositionierung**
-  **Strategie und Ausblick**

Drillisch bietet Surf-Tarife ohne Kostenrisiko

Tages-Flatrate:



- mobiles Surfen für **2,49 Euro / Tag**
- Prepaid-Angebot - kein Kostenrisiko
- **mit UMTS Surf-Stick** bei toom & ProMarkt

Laptop-Flatrate:



z.B.:
simply data
maXXim data
McSIM data

- UMTS-Flatrate für **19,95 Euro / Monat**
- **ohne Vertragsbindung**
- bis zu 7,2 MBit/s Downloadgeschwindigkeit

Smartphone-Tarif:



- All-in-one-Tarif für Smartphone-Nutzer
- 8 Cent pro Minute/SMS
- Mobiles Surfen ab **4,95 Euro / Monat**

z.B.: Online-Tarifvergleiche



14.03.2010, 16:20

Diskutieren Empfehlen E-Mail Drucken

Ab 7,5 Cent: 4 faire Handy-Discounter für alle Netze

Wer mit einem Angebot der Discounter telefoniert, fährt in der Regel immer günstiger als per Vertrag. Denn Minuten- und SMS-Preise von 8 Cent kann kaum ein Netzbetreiber bieten. Ein weiterer Vorteil: Sie müssen sich nicht zwei Jahre an einen Anbieter binden, sondern können einfach wechseln, wenn es günstigere Minutenpreise woanders gibt.



Discounter: Telefonieren zum Sparpreis.

Mittlerweile buhlen über 50 Discounter um die Gunst der Handy-Kunden. Sämtliche Billig-Anbieter haben wir für Sie in [diesem umfassenden Artikel](#) gesammelt. Da oft die Entscheidung für oder gegen einen Anbieter davon abhängt, in welchem Netz man telefoniert, haben wir für Sie je ein günstiges Angebot pro Netz herausgesucht.

T-Mobile-Netz: discoTEL

Mit dem Discount-Tarif von discoTEL können Kunden schon für 7,5 Cent die Minute in alle Netze telefonieren. Zunächst berechnet der Anbieter volle 8 Cent. Die Differenz wird discoTEL-Nutzern zum Jahresende jeweils am 31. Dezember in Form von Gesprächsguthaben oder auf Wunsch in Euro ausgezahlt. Anrufe zur Mailbox sind bei discoTEL kostenlos, SMS schlagen ebenfalls mit 7,5 Cent zu Buche.

Vodafone-Netz: McSIM

Mit McSIM Prepaid telefonieren und simsen Sie für günstige 8 Cent pro Minute und SMS in alle nationalen Netze. Das ist sogar günstiger als die Vodafone-Prepaid-Marke [Otele](#). Die Mailbox-Abfrage kostet nichts. Der Prepaid-Tarif kommt ohne Grundgebühr, Mindestumsatz und Vertragslaufzeit aus. Wer bis Ende März das Startpaket von 10 Euro bestellt, erhält 60 Freiminuten gratis dazu.

O2-Netz: helloMobil

Hier kostet eine Einheit ins Festnetz, in alle Mobilfunknetze sowie SMS gerade mal 8 Cent. Die Abfrage der Mailbox ist kostenlos. Der Tarif kommt ohne Grundgebühr aus. Das Starterpaket kostet 9,95 Euro und enthält ein Startguthaben von 10 Euro. Für Quasselstreifen lohnt sich die Festnetz-Flatrate. Sie kostet derzeit zehn Euro monatlich. (lbr)

**CHIP online
14.03.2010**

**=> 3 von 4
Empfehlungen
gingen an
Drillisch-
Marken**

z.B.: Printmedien



- Artikelserien „Prepaid für Kinder erste Wahl“ in Tageszeitungen => 3 Drillisch-Marken
 - plus: Themenschwerpunkt „günstig surfen“ in Tageszeitungen => bis zu 5 Drillisch-Marken
- => insgesamt Auflagenreichweite
Januar - März 2010: +/-12 Mio.**

(Stand: 24.03.2010, Quelle: Landau Media)

Wir sind positiv gestimmt für die Drillisch Gruppe.
Der Start in das Jahr 2010 war gut.

Deshalb wollen wir bei unserem operativen Ergebnis weiter wachsen.

Wir haben uns ein EBITDA-Ziel von 46 Millionen Euro gesetzt.
Den Teilnehmerbestand wollen wir insgesamt konstant halten.

Vielen Dank