



Dr. Thorsten Grenz & Michael Grodd

1. Halbjahr 2005

Hamburg, 8. August 2005



Agenda

- 1. mobilcom Konzern im 1. Halbjahr**
- 2. Geschäftsbereich Mobilfunk**
- 3. Geschäftsbereich Festnetz / Internet**

[€ Mio.]

	▼			▼		
	Q2/05	Q2/04*	Abw.	1.HJ/05	1.HJ/04	Abw.
Umsatz	509,6	466,6	+43,0	960,2	934,3	+25,9
Rohertrag	126,0	107,0	+19,0	250,3	224,0	+26,3
Marge	24,7%	22,9%	+1,8%	26,1%	24,0%	2,1%
EBITDA	51,7	42,4	+9,3	108,9	88,2	+20,7
Marge	10,1%	9,1%	+1%	11,3%	9,4%	+1,9%
Abschreibungen	- 15,2	-16,6	- 1,5	- 28,2	-33,3	- 5,1
EBIT	36,6	25,8	+10,8	80,7	54,9	+25,8
Marge	7,2%	5,5%	+1,7%	8,4%	5,9%	2,5%
Ergebnis	25,3	15,7	+9,6	53,6	32,7	20,9
davon	-6,2	-6,0	+0,2	-14,7	-9,2	+5,5
Anteile Dritter						

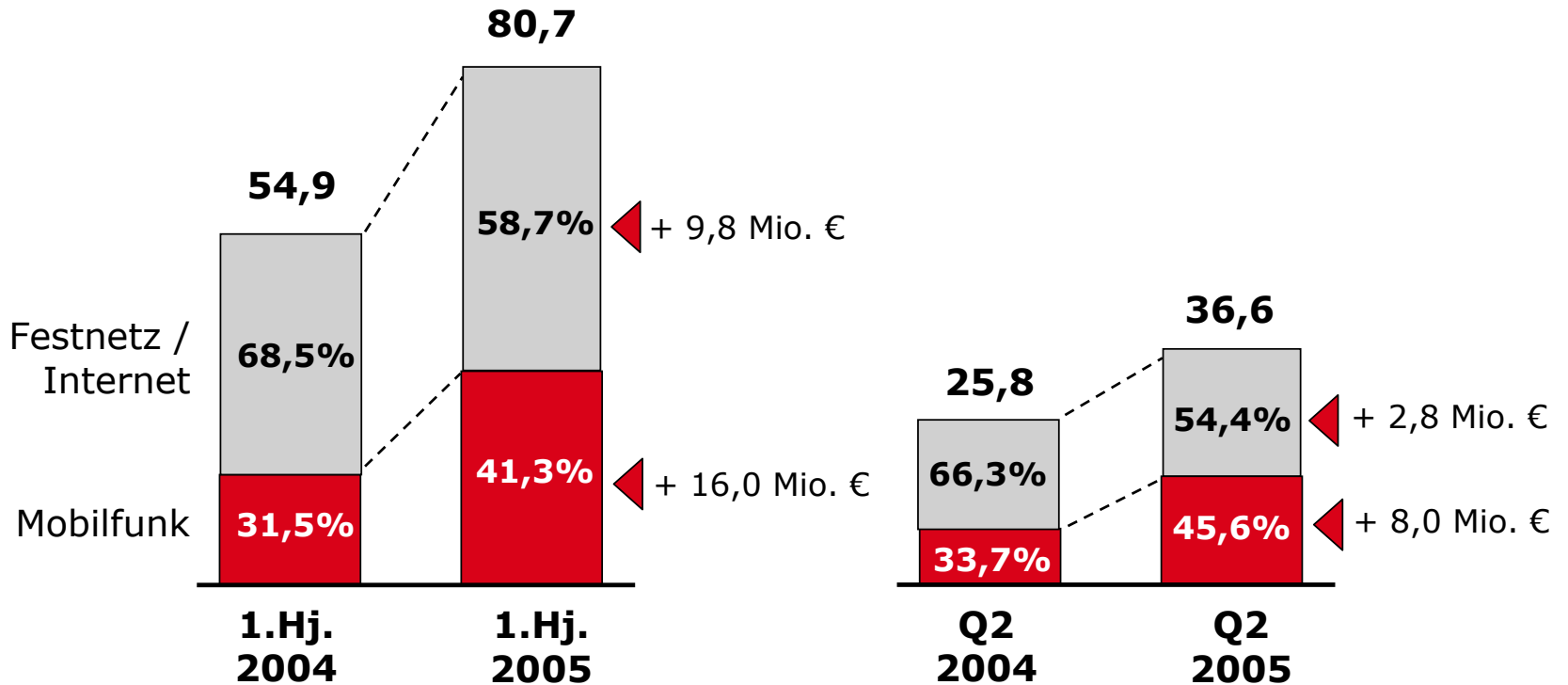


Halbjahr mit neuem operativen Rekordergebnis!

*angepasst gemäß IAS 1 und IFRS 2

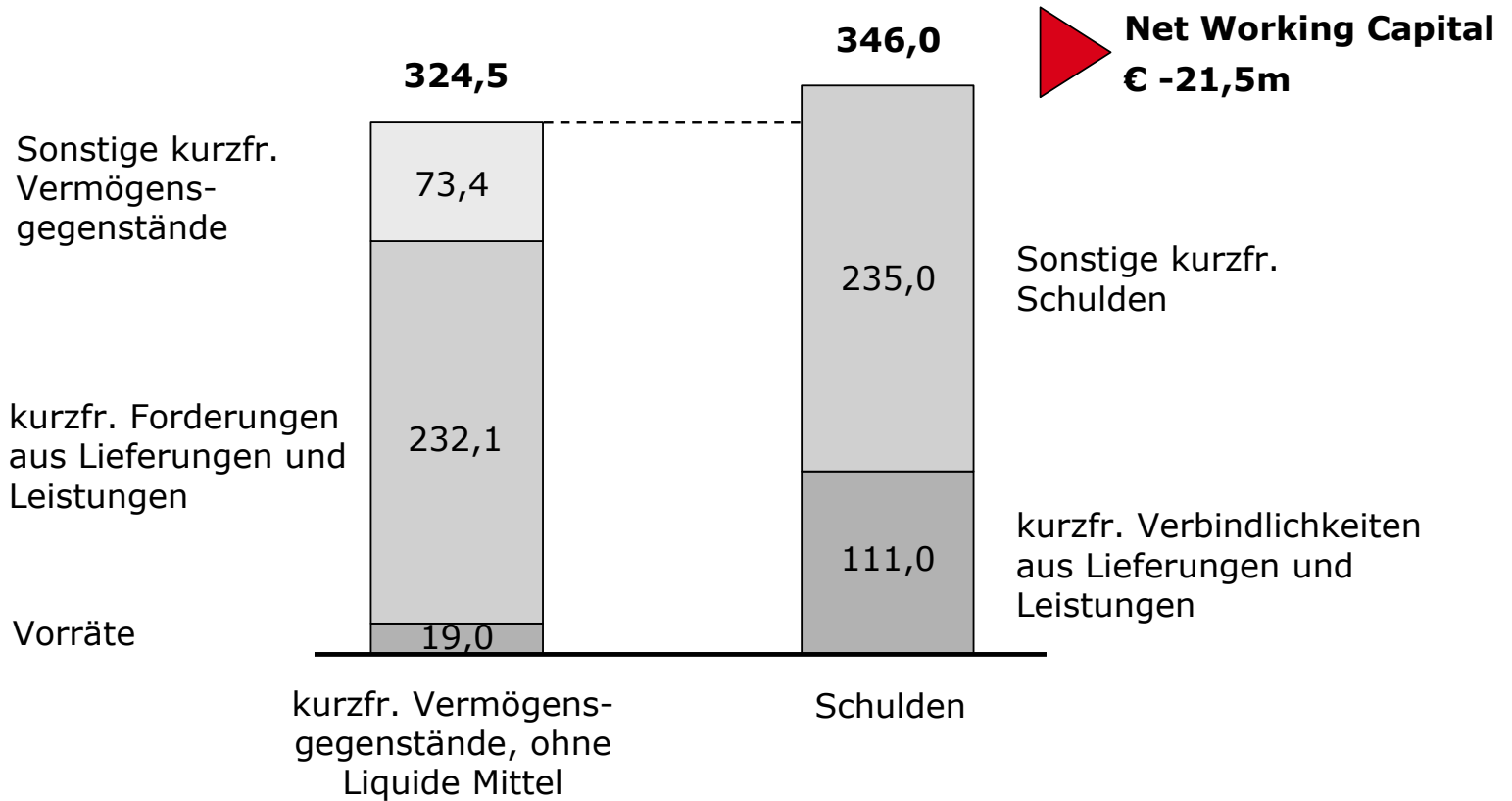
mobilcom Konzern: EBIT nach Geschäftsbereichen


[€ Mio.]



mobilcom Konzern: Net Working Capital

[€ Mio. per 30.06.05]



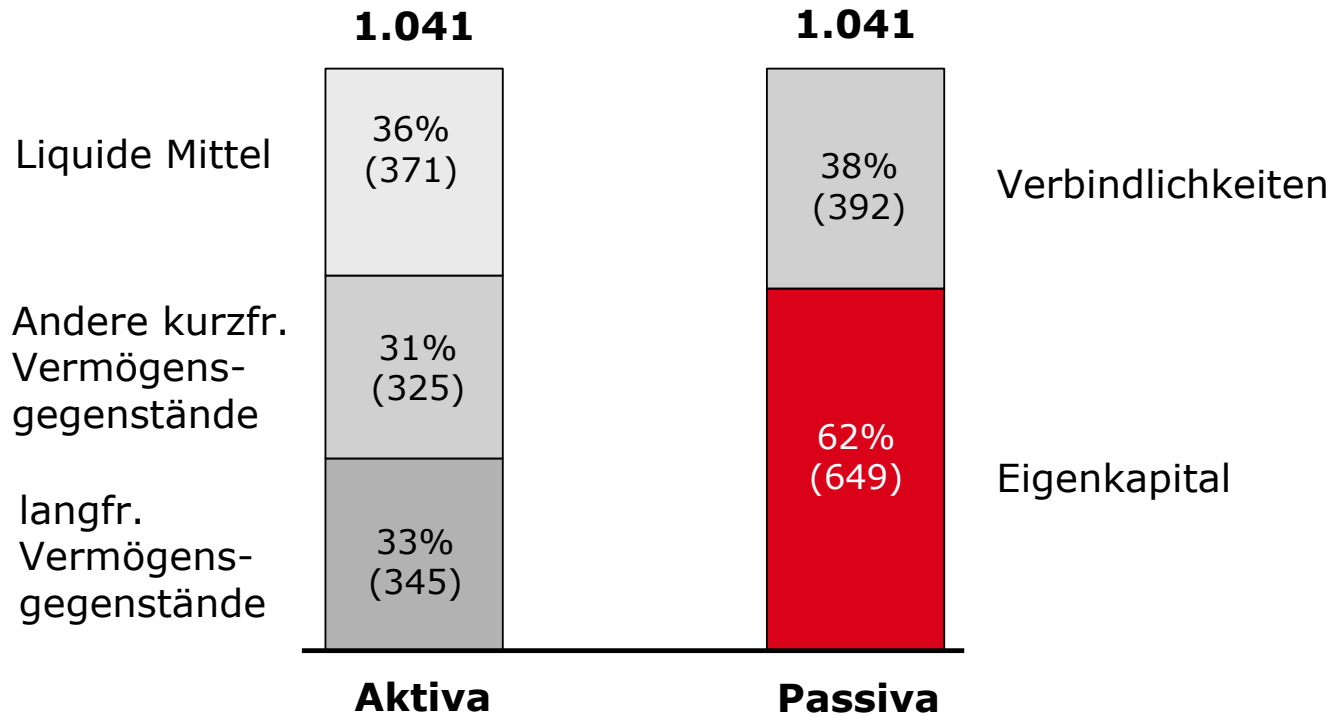

 mobilcom Konzern:
 Kapitalflussrechnung (Cashflow), 1. Halbjahr 2005
 [€ Mio.]

Operativer Cashflow	118,6	◀ Mobilfunk freenet.de
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-73,9	◀ Kauf Strato & Talkline ID
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-40,5	◀ Dividende (15,6) & Aktienrückkauf (23,9)
Fondsveränderung	4,2	

mobilcom Konzern: Bilanzstruktur 30.Juni 2005

[€ Mio.]

- ▶ Hohe Eigenkapitalquote, hohe Liquidität und geringe langfristige Kapitalbindung





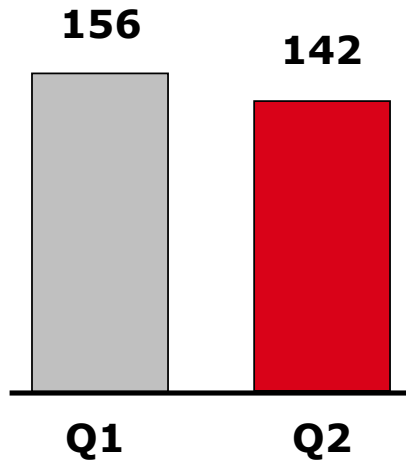
Agenda

- 1. mobilcom Konzern im 1. Halbjahr**
- 2. Geschäftsbereich Mobilfunk**
- 3. Geschäftsbereich Festnetz / Internet**

Mobilfunk: Neukundengeschäft und Marktanteil im 1. Halbjahr 2005

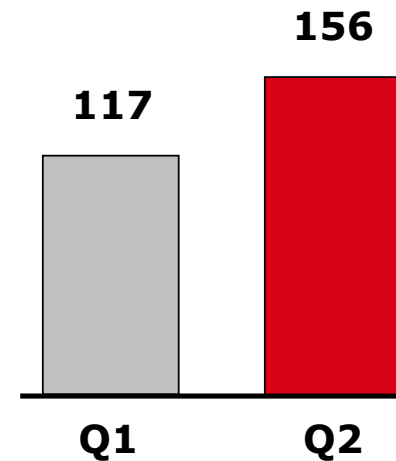
[in Tsd.]

Vertrags-Kunden



Marktanteil*: 7,8% 6,5%

Prepaid-Kunden



4,8% 6,3%

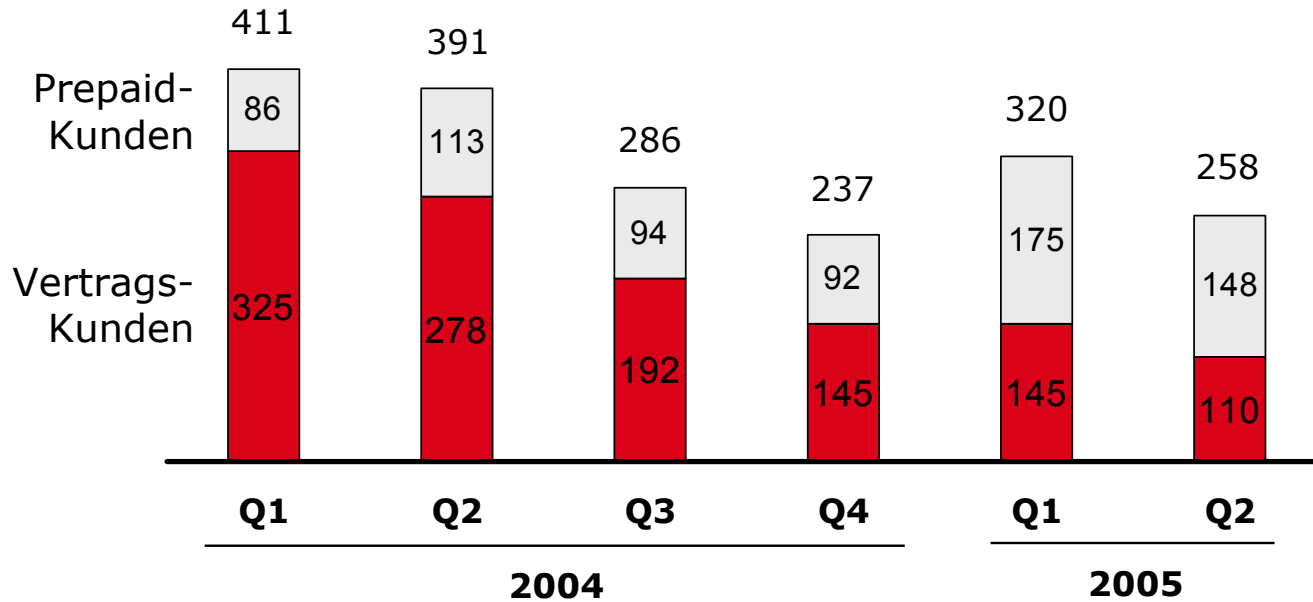
→ Marktanteil gesamt 1.HJ 2005: 6,4%

→ Marktanteil Bestand 30.06.2005: 6,1%

*vorläufig, z.T. geschätzt

© 2005 mobilcom AG

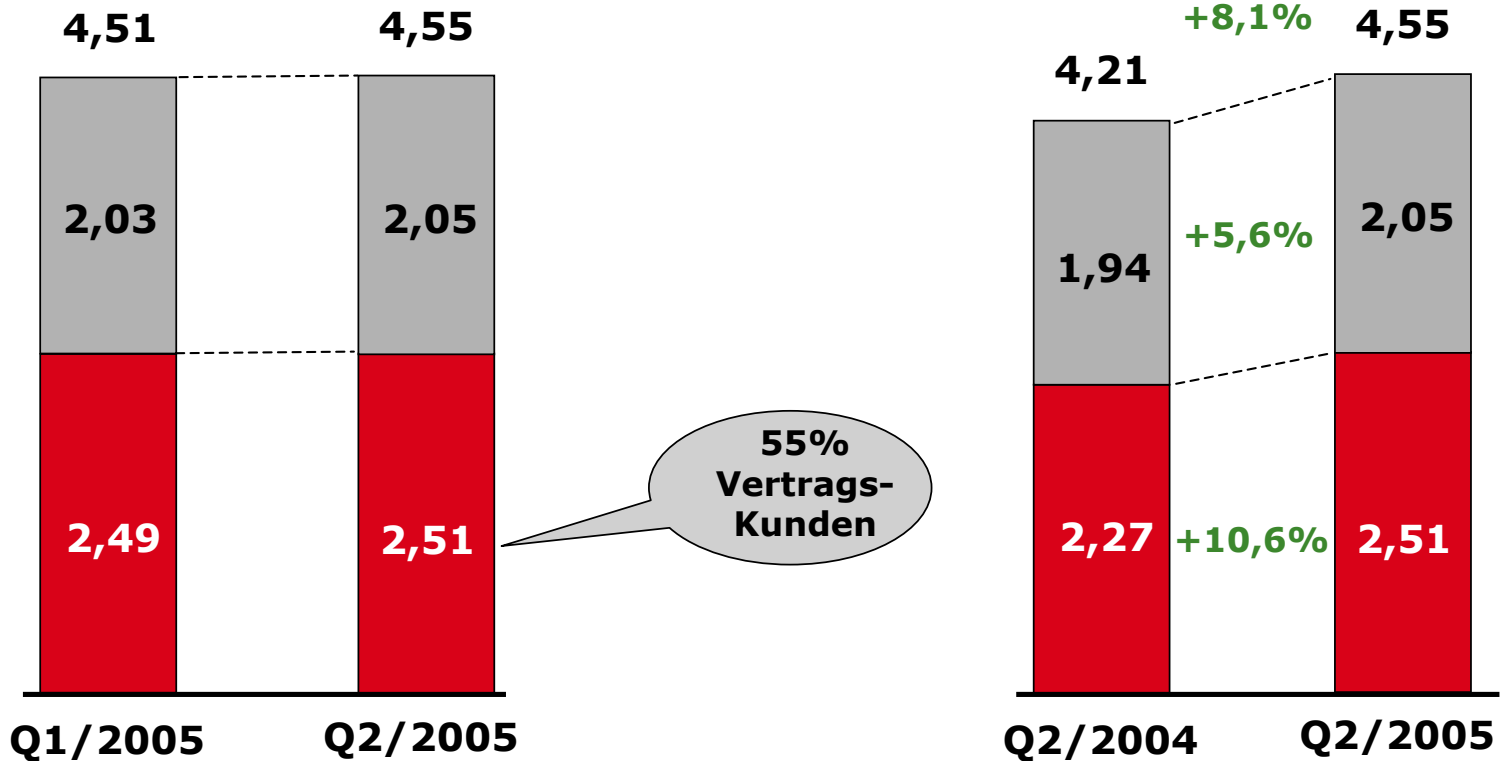
[in Tsd.]



➡ Vertragskundenfluktuation von **278** Tsd. in Q2 2004 auf **110** Tsd. in Q2 2005

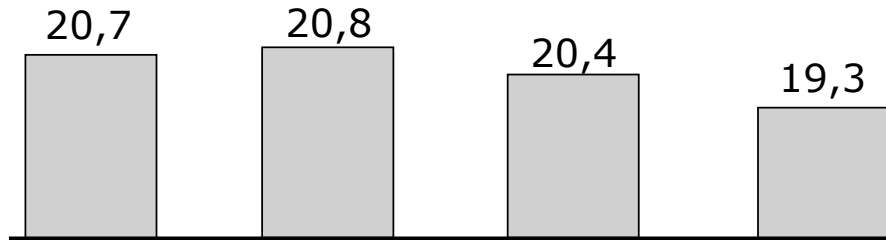
Geschäftsbereich Mobilfunk: Kundenbasis

[in Mio.]

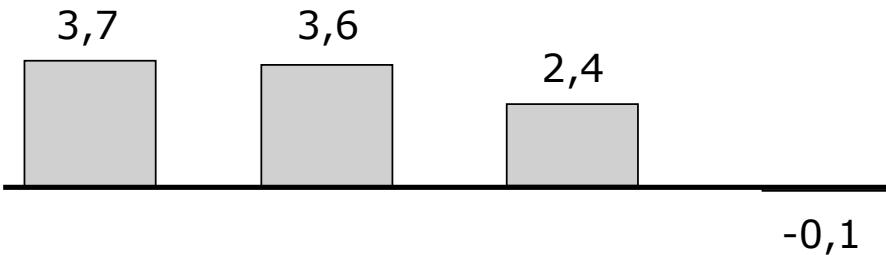


Geschäftsbereich Mobilfunk: Entwicklung ARPU, EBITDA/Kunde und Nettozuwachs

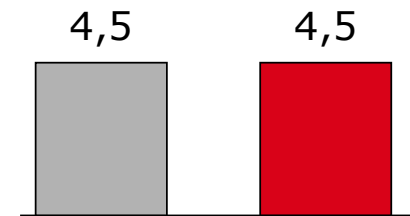
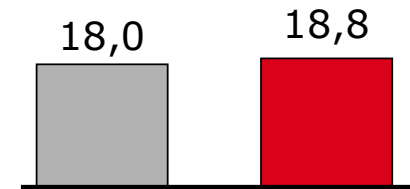
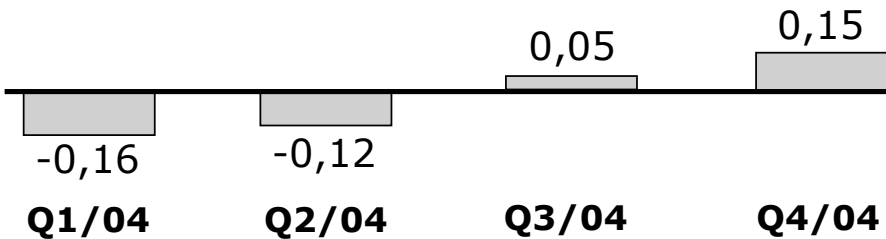
ARPU (Durchschnitt; Vertrag und Prepaid) in €



EBITDA/Kunde



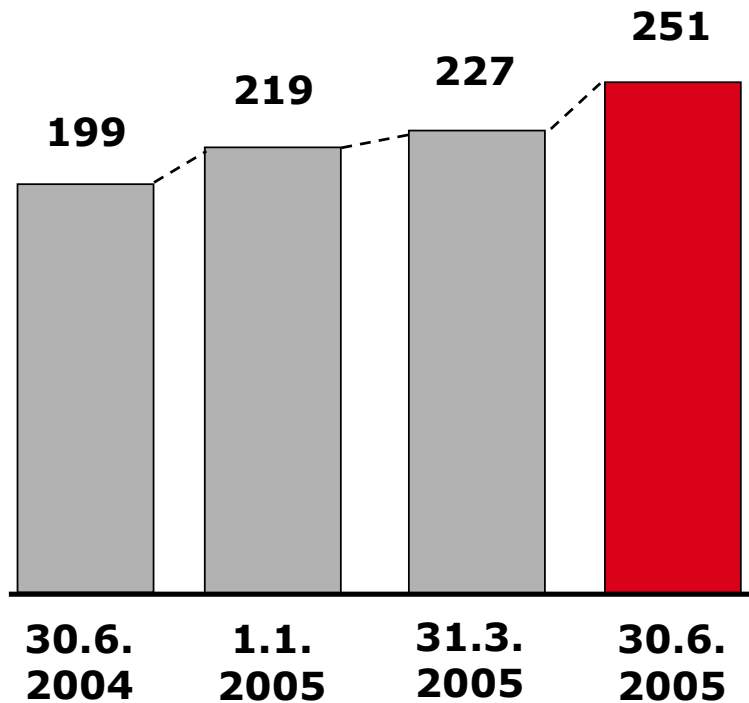
Nettozuwachs (Vertrags-Kunden)



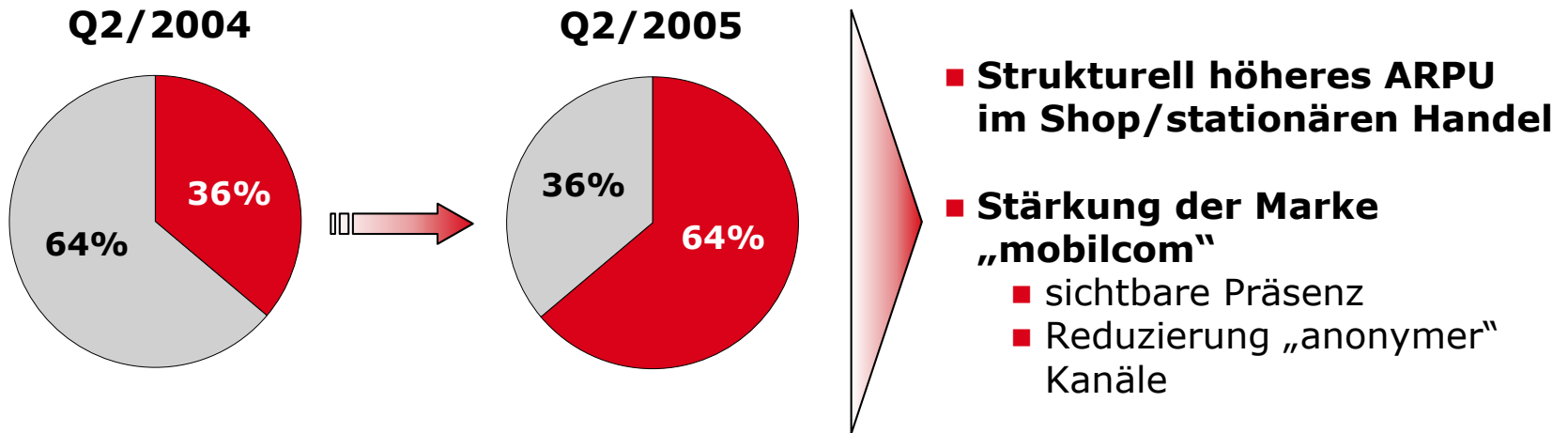
Q1/05

Q2/05

[Anzahl Shops]



- „Jahresziel 250 Shops“ bereits zum Halbjahr erreicht
- Größte netzunabhängige Mobilfunkvertriebs-Kette
- Erfolgreiche Absatzmengensteigerung

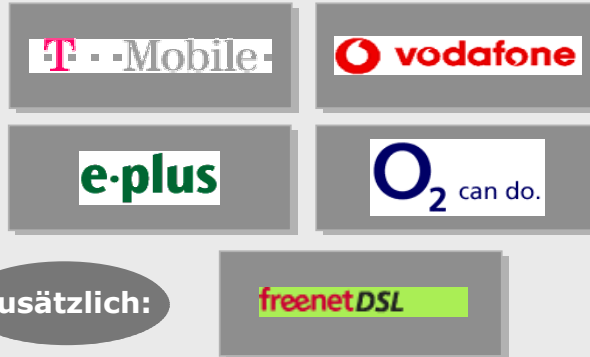


■ Anteil mc-Shops und stationärer Handel am Neukundengeschäft steigt deutlich

mobilcom Produktstrategie: Produkte aller 4 Netzbetreiber aus einer Hand, ergänzt um exklusive Topinnovationen

Alle relevanten Produkte im Markt

Alle Netze,
alle
relevanten
Tarife



Alle
wichtigen
Endgeräte-
hersteller



Nur bei mobilcom 2005

Q2/2005

- Preiswertes Einfachtarif-Konzept: Immer ein Preis in alle Netze rund um die Uhr
- Preisbrecher und Testsieger Stiftung Warentest: Discount-13- und -9,9-Cent-Tarif
- Neue Geschäftskunden-Tarifwelt
- O2-Vermarktungsstart (Vertragskundengeschäft)
- Ausbau Handy-Navigation: mobilcom-Navigator
- freenetDSL und VoIP
- Redesign Partnercard

Alle relevanten Produkte im Markt

2. Halbjahr 2005

- Vermarktung „No Frills“-Produkte: Simyo, Base, Xtra Click&Go
- Ab der zweiten Minute gratis telefonieren: Vodafone CallYa Open End (Prepaid)
- Festnetz-Substitution: „Vodafone Zuhause“
- Datenoption für mobilen Webzugang mit T-Mobile Web'n Walk
- Multi Cards (Vodafone, O2)
- O2 Surf@home
- Blackberry Enterprise Solution

Nur bei mobilcom 2005

2. Halbjahr 2005

- mobilcom O2-Tarifwelt
- Eigener Email-Push-Dienst: „Email-to-go“
- Mobile Software Download-Portal: mobile Anwendungen
- Voice-Mehrwertdienstportal
- Handy-Konfigurator
- Adresssynchronisation (SynchML)
- SMS-Rechnungsinfo-Service (SMS 2455)
- Hosting Blackberry Enterprise Solution (mobilcom/Strato)
- Preselection und Call-by-Call



Geschäftsbereich Mobilfunk: Vertrieb deutlich verstärkt **mobilcom bietet alles aus einer Hand!**

- Seit 5. August kooperiert mobilcom mit NT plus
 - 6.000 zusätzliche Vertriebspunkte für den Serviceprovider
 - bereits im 4. Quartal sollen 600 NT-plus-Handelspartner mobilcom-Produkte aktiv vermarkten
- Vermarktung von freenet DSL und i-phone in 251 mobilcom Shops und bei 1.000 Fachhandelspartnern
- Fachhandel soll von 1.000 auf 1.200 Händler erweitert werden
- Bis Oktober 2005 wird mobilcom deutschlandweit über **260** eigene Shops verfügen



Wir setzen auf Beratungskompetenz, Service und Leistung!

[€ Mio.]

	▼			▼		
	<u>Q2/05</u>	<u>Q2/04</u>	<u>Abw.</u>	<u>1.HJ/05</u>	<u>1.HJ/04</u>	<u>Abw.</u>
Umsatz	333,8	357,4	-23,6	645,2	705,9	-60,7
Rohhertrag	48,5	54,0	-5,5	99,2	104,0	-4,8
<i>Marge</i>	14,5%	15,1%	-0,6%	15,4%	14,7%	+0,7%
EBITDA	20,2	15,0	+5,2	40,5	30,2	+10,3
<i>Marge</i>	6,0%	4,2%	+2,2%	6,3%	4,3%	+2,0%
Abschreibungen	- 3,5	-6,3	+2,8	-7,2	-12,9	-5,7
EBIT	16,7	8,7	+8,0	33,3	17,3	+16,0
<i>Marge</i>	5,0%	2,4%	+2,6%	5,2%	2,5%	+2,7%

	bisherige Prognose	Neue Prognose
EBITDA	60 Mio.€	66 Mio.€
EBIT	32 Mio.€	40 Mio.€
Kunden	4,8 Mio.	unverändert



150.000 Prepaid-Bundles nicht aktiviert, aber bereits an Fachhandel ausgeliefert. Ergebnisbelastung bereits realisiert

- **„No Frills“ – Segment: Stärkere Präsenz im Wachstumssegment kurzfristig erforderlich**
 - Einstieg bisher durch preiswerte Tarife
 - Umfassender Auftritt erforderlich (No-frills-Provider)

- **Vertriebskraft**
 - Profilierung der Shopkette als „größte“ unabhängige Mobilfunk- Vertriebsorganisation
 - Stärkung Handelsvertrieb
 - ❖ Gewinnung leistungsstarker Händler / großer Handelsunternehmen
 - ❖ Tiefere Durchdringung (Exklusivität, Vollsortiment)
 - Cross-Selling freenet



Geschäftsbereich Mobilfunk:

Aktuelle (operative) Herausforderungen – Potenziale der Zukunft (II)

- **Entwicklung des UMTS-Geschäfts**

- **Stabilisierung Prepaid-Geschäft**
 - Verstetigung auf hohem Niveau
 - Verbesserung der Qualität

- **Serviceeffizienz weiter entwickeln**



Agenda

- 1. mobilcom Konzern im 1. Halbjahr**
- 2. Geschäftsbereich Mobilfunk**
- 3. Geschäftsbereich Festnetz / Internet**

Geschäftsbereich Festnetz / Internet: Umsatz- und Ergebnisentwicklung

[€ Mio.]

	▼			▼		
	<u>Q2/05</u>	<u>Q2/04</u>	<u>Abw.</u>	<u>1.HJ/05</u>	<u>1.HJ/04</u>	<u>Abw.</u>
Umsatz	178,1	109,2	+68,9	324,1	228,5	+95,6
Rohertrag	77,5	53,1	+24,4	151,1	49,9	+31,2
<i>Marge</i>	43,5%	48,6%	-5,1%	46,6%	52,5%	-5,9%
EBITDA	31,6	27,4	+4,2	68,4	58,0	+10,4
<i>Marge</i>	17,7%	25,1%	-7,4%	21,1%	25,4%	-4,3%
Abschreibungen	-11,7	-10,3	+1,4	-21,0	-20,4	+0,6
EBIT	19,9	17,1	+2,8	47,4	37,6	+9,8
<i>Marge</i>	11,2%	15,7%	-4,5%	14,6%	16,5%	-1,9%



Geschäftsbereich Festnetz/Internet: Highlights 2. Quartal 2005

- Nettowachstum DSL-Kundenbestand um knapp 60.000 auf 520.000
- Anstieg der Festnetz-Kunden von 4,3 auf 4,6 Mio.
- 3,72 Mio. aktive Internet-Zugangs-Kunden



**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit**

mobilcom 