

Resultaten Tweede Kwartaal 2017

Hoofdpunten

- Gebundelde diensten leveren opnieuw sterke resultaten op in Consumentenmarkt
 - Meer dan 60% van de mobiele abonnees KPN-merk heeft een vast-mobiele bundel (Kw2 2016: 51%)
 - +8k breedbandklanten, +25k interactieve TV-klanten en +9k¹ mobiele abonnees, gedreven door goede prestaties van het KPN-merk
 - Postpaid ARPU stabiel op EUR 26, ARPU per huishouden stijgt met 5,0% j-o-j naar EUR 42
 - Klanttevredenheid Consumentenmarkt verder verbeterd naar NPS van +13 (Kw2 2016: +9)
- Voortgang transformatie Zakelijke Markt
 - MKB: vast-mobiele bundeling op schema, +39k multi play werkplekken gedreven door KPN ÉÉN; goed gepositioneerd voor groei in IT
 - Grootzakelijk en Corporate: focus op waarde in competitieve mobile-only markt; groei in IT gerelateerde diensten, Internet of Things en Security
 - Vastbesloten om klanttevredenheid Zakelijke Markt verder te verbeteren; NPS -6 (Kw2 2016: -9)
- Vereenvoudigingsprogramma levert jaarlijkse besparingen van circa EUR 65 mln eind Kw2 2017

Kerncijfers* (uit voortgezette activiteiten)

Groepsresultaten	Kw2 2017	Kw2 2016	Δ j-o-j	H1 2017	H1 2016	Δ j-o-j
<i>(in EUR mln, tenzij anders aangegeven)</i>						
Omzet	1.631	1.676	-2,7%	3.279	3.365	-2,6%
Omzet (geschoond)**	1.623	1.676	-3,2%	3.271	3.365	-2,8%
Omzet Nederland (geschoond)**	1.455	1.486	-2,1%	2.935	2.989	-1,8%
EBITDA	587	579	1,4%	1.143	1.138	0,4%
EBITDA (geschoond)**	601	592	1,5%	1.185	1.160	2,2%
EBITDA marge Nederland (geschoond)	41,0%	39,5%	+150bps	40,1%	38,5%	+160bps
Operationeel resultaat (EBIT)	232	205	13%	433	346	25%
Resultaat na belasting (netto resultaat)	191	162	18%	283	210	35%
Investeringen	238	312	-24%	504	630	-20%
Operationele vrije kasstroom	363	280	30%	681	530	28%
Vrije kasstroom	296	254	17%	331	214	55%

* Alle non-IFRS posten worden uitgelegd in de safe harbor sectie van het Engelstalige financiële kwartaalverslag

** Geschoonde omzet en geschoonde EBITDA worden uitgelegd op pagina 8 en 9 van Engelstalige persbericht

Financiële prestaties

- De omzet (geschoond) in Nederland daalde met 2,1% j-o-j in Kw2 2017. Omzetstijging in Consumentenmarkt dankzij klantgroei en hogere ARPU per huishouden, tenietgedaan door Zakelijke Markt en Wholesale. Omzetzijging in Zakelijke Markt door migraties naar geïntegreerde diensten, rationalisatie en prijsdruk in mobiel, terwijl de Wholesale omzet daalde door minder internationaal verkeer en minder omzet van MVNO's
- EBITDA (geschoond) steeg met 1,5% j-o-j in Kw2 2017, gesteund door verbeterde operationele efficiëntie dankzij het Vereenvoudigingsprogramma en lagere kosten voor het aantrekken en behouden van mobiele klanten
- De operationele winst steeg met 13% j-o-j in Kw2 2017 gedreven door EUR 19 mln minder amortisatielasten. Het netto resultaat steeg met 18% j-o-j naar EUR 191 mln in Kw2 2017
- Investeringen in H1 2017 waren 20% lager j-o-j, vooral door een andere fasering van de investeringen ten opzichte van vorig jaar
- De vrije kasstroom (excl. TEFD dividend) van EUR 261 mln in H1 2017 was EUR 157 mln hoger dan een jaar eerder door lagere investeringen en rentelasten

¹ Aangepast voor migratie van 15.000 abonnees naar Zakelijke Markt

CEO Eelco Blok

“We liggen goed op schema met de belangrijkste prioriteiten van onze strategie. In de concurrerende Consumentenmarkt onderscheiden we ons met een aanbod gericht op huishoudens. Onze abonnementen die veel keuzevrijheid bieden en onze gerichte marketing inspanningen leiden tot een stijgende waarde per huishouden. In Zakelijke Markt krijgen we erkenning als de beste ICT dienstverlener en leidende IoT speler. De bundeling van vaste en mobiele diensten trekt verder aan in het MKB en biedt ons mogelijkheden om daar ook IT diensten te verkopen. Desondanks moeten we de klanttevredenheid in Zakelijke Markt nog verder verbeteren naar een positief niveau en we ervaren sterke prijsconcurrentie in de mobiele markt voor Grootzakelijke en Corporate klanten.

Ik ben trots op onze samenwerking met Tencent voor de lancering van de WeChat Go simkaart voor Chinese toeristen in Europa. Ons Vereenvoudigingsprogramma levert opnieuw substantiële verbetering van de kwaliteit en de klantervaring in alle segmenten, en een structureel lagere kostenbasis. Al met al staan we er goed voor om de doelen te realiseren die we ons aan het begin van het jaar hebben gesteld.”

Vooruitzichten 2017 (voortgezette activiteiten)

- EBITDA (geschoond) in lijn met 2016
 - Inclusief ongeveer EUR 40 tot 50 mln impact van roaming regulering
- Investerings ~EUR 1,15 mrd
- Groei van de vrije kasstroom (excl. dividend Telefónica Deutschland)²
- Additionele kasstroom via dividend uit 9,5% belang in Telefónica Deutschland

Aandeelhoudersuitkeringen en financieel profiel

Het is de intentie van KPN om over 2017 een regulier dividend van EUR 0,11 per aandeel uit te keren en het reguliere dividend daarna verder te groeien, in lijn met het groeiprofiel van de vrije kasstroom. Op 2 augustus 2017 zal een interim dividend van 3,7 eurocent per gewoon aandeel worden betaald. De ex-dividend datum is 28 juli 2017.

Het 9,5% belang in Telefónica Deutschland wordt gezien als een financiële investering. KPN profiteert van dividendbetalingen door Telefónica Deutschland en additionele financiële flexibiliteit. KPN heeft het dividend van Telefónica Deutschland over 2016 uitgekeerd aan KPN aandeelhouders op 22 mei 2017 in de vorm van een speciaal interim dividend van 1,7 eurocent per gewoon aandeel. De verkoop van aandelen in Telefónica die KPN had verkregen als onderdeel van de ruil van 6% in Telefónica Deutschland is in het tweede kwartaal afgerond.

Aan het einde van het tweede kwartaal was het EUR 200 mln aandelen inkoopprogramma van KPN voor ~60% afgerond.

KPN blijft gecommitteerd aan een ‘investment grade’-kredietprofiel en verwacht kasoverschotten in te zetten voor operationele en financiële flexibiliteit, (kleine) binnenlandse overnames en/of uitkeringen aan aandeelhouders.

² Vergeleken met 2016 vrije kasstroom, na aanpassing voor impact cash optimization acties, van EUR 683 mln

Hoofdpunten Consumentenmarkt

In het tweede kwartaal heeft KPN nieuwe abonnementen aangekondigd die klanten nog meer keuzevrijheid bieden. In het nieuwe portfolio voor thuis kiezen klanten voor een basisabonnement met Internet óf Internet en TV. Daarbovenop kunnen zij zelf extra diensten kiezen zoals vaste telefonie, een snellere internetverbinding, Spotify, of extra TV zenders. De nieuwe mobiele abonnementen bieden ruimere databundels en meer keuzevrijheid. In de competitieve mobiele markt onderscheidt KPN zich van de mobile-only spelers door zich te focussen op gebundelde diensten en gerichte marketing op huishoudens in plaats van marketingcampagnes gericht op de massa. Hiermee is KPN in staat om de dienstverlening richting klanten te verbeteren wat leidt tot grotere loyaliteit en een hogere waarde per huishouden tegen lagere marketingkosten.

Aan het einde van het tweede kwartaal had 40% van het aantal breedbandklanten (1,156 miljoen huishoudens) een combinatie van vast-mobiele diensten (33% eind Kw2 2016). 1,733 miljoen mobiele klanten (47% van het totaal aantal abonnees en 61% van het KPN-merk) had een vast-mobiele bundel (38% in Kw2 2016). Het aantal interactieve TV-klanten steeg in het tweede kwartaal van 2017 per saldo met 25.000 en er kwamen per saldo 8.000 nieuwe breedbandklanten bij. Aan het eind van juni ronderde KPN de overname van Solcon af. Solcon is een Nederlandse leverancier van internet, (mobiele) telefonie, hosting, televisie en beveiligde email diensten voor zowel particulieren als bedrijven. In totaal heeft Solcon 45.000 klanten. Solcon wordt vanaf het derde kwartaal 2017 geconsolideerd.

Het aantal mobiele abonnees steeg in het tweede kwartaal per saldo met 9.000³, volledig gedreven door groei van het KPN merk, waar het aantal mobiele abonnees per saldo steeg met 21.000. In het voordeelsegment stond het aantal klanten onder druk door de competitieve aard van dit deel van de markt. De klanttevredenheid is in het tweede kwartaal verder gestegen naar +13 (Kw2 2016 +9), voornamelijk door de stijging van gebundelde diensten en de toonaangevende interactieve TV dienst van KPN.

Hoofdpunten Zakelijke Markt

In de Nederlandse zakelijke markt blijft er sprake van rationalisatie en migratie van traditionele telecomdiensten naar nieuwe technologieën en geïntegreerde diensten. Dit leidt aan de ene kant tot een lagere omzet uit traditionele telecomdiensten, maar biedt ook de mogelijkheid om meer geïntegreerde vaste, mobiele én IT-gerelateerde diensten te verkopen, zoals Office365, cloud- en securitydiensten. De groeiende vraag naar multi play en IT-diensten zette in het tweede kwartaal door. In het MKB segment steeg het aantal KPN ÉÉN werkplekken met 39.000 wat het totaal brengt op 391.000. De groei van de multi play omzet bedroeg 34%.

KPN zag ook sterke groei in Internet of Things ('IoT') en Security. In de IoT markt groeide het marktaandeel naar 57% aan het eind van het tweede kwartaal 2017. Om de groeikansen in deze markt verder te kunnen benutten heeft KPN onlangs een nieuw platform geïntroduceerd dat klanten een volledige IoT-oplossing biedt. Van connectiviteit en hard- en software, tot consultancy-, data- en beveiligingsdiensten.

KPN positioneert zich als toonaangevende ICT dienstverlener in Nederland. Dit wordt erkend door Nederlandse CIOs in het IT-Partner Preference onderzoek van IDG en CIO 100. KPN kwam als beste uit de bus in de categorieën IT-dienstverlening, Telecom, Mobility en Internet. Desalniettemin blijven de programma's ter verbetering van de klanttevredenheid in Zakelijke Markt een belangrijk speerpunt. Op jaarbasis steeg de NPS weliswaar naar -6, maar KPN is vastbeloten een verdere verbetering te realiseren.

Noot voor de redactie:

Dit is een samenvatting en verkorte versie van het [Engelse persbericht](#) dat leidend is. Alle documenten die betrekking hebben op de kwartaal- en halfjaarcijfers zijn beschikbaar op www.kpn.com/resultaten.

³ Aangepast voor migratie van 15.000 abonnees naar Zakelijke Markt