

Resultaten Eerste Kwartaal 2017

Hoofdpunten

- Sterke resultaten in Consumentenmarkt door focus op waarde en gebundelde diensten
 - Toenemend aantal klanten heeft een vast-mobiele bundel: 45% van de mobiele abonnees en 39% van de breedbandklanten (was respectievelijk 35% en 31% in Kw1 2016)
 - +12k breedbandklanten, +27k interactieve TV-klanten en +2k¹ mobiele abonnees, gedreven door goede prestaties van het KPN-merk
 - Postpaid ARPU stijgt 4,0% j-o-j naar EUR 26, ARPU per huishouden stijgt met 5,0% j-o-j naar EUR 42
 - Klanttevredenheid Consumentenmarkt verder verbeterd naar NPS van +13 (Kw1 2016: +10)
- Voortdurende migratie naar geïntegreerde diensten (+36k multi play seats) en nieuwe technologieën in Zakelijke Markt versterkt klantrelaties, maar drukt financiële prestaties
 - Verbetering van de klanttevredenheid Zakelijke Markt j-o-j naar NPS van -6 (Kw1 2016: -11)
- Veelbelovende start tweede fase Vereenvoudigingsprogramma levert verbetering van de kwaliteit van dienstverlening op en besparingen van circa EUR 35 mln eind Kw1 2017
- EUR 200 mln aandeleninkoopprogramma in de komende periode

Kerncijfers* (uit voortgezette activiteiten)

Groepsresultaten (in EUR mln, tenzij anders aangegeven)	Kw1 2017	Kw1 2016	Δ j-o-j
Omzet	1.648	1.689	-2,4%
Omzet (geschoond)**	1.648	1.689	-2,4%
EBITDA	556	559	-0,5%
EBITDA (geschoond)**	584	568	2,8%
EBITDA marge Nederland (geschoond)	39,1%	37,6%	+150bps
Operationeel resultaat (EBIT)	201	141	43%
Resultaat na belasting (netto resultaat)	92	48	92%
Investeringen	266	318	-16%
Operationele vrije kasstroom	318	250	27%
Vrije kasstroom	35	-40	n.m.

* 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 9 van Engelstalige persbericht

Financiële prestaties

- Omzet (geschoond) daalde met 2,4% j-o-j, vooral door het effect van prijsdruk, in de wholesale voice carrier markt, op de omzet van iBasis (-10%). In Nederland daalde de omzet (geschoond) met 1,5% j-o-j in Kw1 2017. Omzetsdaling in Zakelijke Markt kwam door migraties naar geïntegreerde diensten, rationalisatie en prijsdruk in mobiel. Omzetstijging in Consumentenmarkt dankzij klantgroei en hogere ARPU per huishouden
- EBITDA (geschoond) steeg met 2,8% j-o-j in Kw1 2017, gesteund door verbeterde operationele efficiëntie dankzij het Vereenvoudigingsprogramma
- De operationele winst steeg met 43% j-o-j in Kw1 2017 gedreven door EUR 60 mln minder amortisatielasten, waarvan EUR 45 mln gerelateerd was aan een afschrijving bij iBasis in Kw1 2016. Het netto resultaat steeg met 92% j-o-j in Kw1 2017, vooral door de hogere operationele winst
- Investeringen in Kw1 2017 waren 16% lager j-o-j, door lagere investeringen in het netwerk na een periode van een hoog investeringsniveau
- De vrije kasstroom (excl. TEFD dividend) van EUR 35 mln in Kw1 2017 was EUR 75 mln hoger dan in het eerste kwartaal van 2016, vooral door lagere rentelasten en investeringen

¹ Aangepast voor opschoning van 4.000 inactieve abonnees bij Simyo

CEO Eelco Blok

“Ons toonaangevende aanbod voor Nederlandse huishoudens leverde ook in het eerste kwartaal van 2017 weer goede resultaten op in de Consumentenmarkt. In Zakelijke Markt migreren we steeds meer klanten naar geïntegreerde diensten. Met de afronding van twee acquisities hebben we in het eerste kwartaal onze Security en Cloud- activiteiten versterkt.

De start van de tweede fase van ons Vereenvoudigingsprogramma is veelbelovend. Dit programma leidt tot een substantiële verbetering van de kwaliteit en de klantervaring in alle segmenten, tegen een structureel lagere kostenbasis.

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 verwacht 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. Het reguliere dividend zal daarna verder groeien, in lijn met het groeiprofiel van de vrije kasstroom. Op 13 maart 2017 heeft KPN een belang van 6% in Telefónica Deutschland geruild voor een belang van ongeveer 1.4% in Telefónica. Vervolgens is KPN begonnen met de verkoop van aandelen in Telefónica met een focus op waarde creatie. Het 9,5% belang in Telefónica Deutschland wordt gezien als een financiële investering. KPN profiteert van dividendbetalingen door Telefónica Deutschland en additionele financiële flexibiliteit. Het is de intentie van KPN om het verwachte dividend van Telefónica Deutschland over 2016 uit te keren aan KPN aandeelhouders in de vorm van een speciaal interim dividend van 1,7 eurocent per gewoon aandeel. De voorlopige ex-dividenddatum is 17 mei 2017 en de uitkering zal voorlopig plaatsvinden op 22 mei 2017.

KPN blijft geïnteresseerd aan een ‘investment grade’-kredietprofiel en verwacht kasoverschotten in te zetten voor operationele en financiële flexibiliteit, (kleine) binnenlandse overnames en/of uitkeringen aan aandeelhouders. In de komende periode heeft KPN de intentie om voor EUR 200 mln eigen aandelen in te kopen.

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

Hoofdpunten Consumentenmarkt

In de Nederlandse markt is KPN de toonaangevende speler op het gebied van vast-mobiele dienstverlening. In het eerste kwartaal versterkte KPN deze positie door verdere groei van het aantal huishoudens dat gebundelde diensten afneemt.

Aan het einde van het eerste kwartaal had 39% van het aantal breedbandklanten – 1,122 miljoen huishoudens – een combinatie van vast-mobiele diensten (31% eind Kw1 2016). 1,672 miljoen mobiele klanten – 45% van het totaal aantal abonnees – heeft een vast-mobiele bundel (35% in Kw1 2016). Het aantal interactieve TV-klanten steeg in het eerste kwartaal van 2017 per saldo met 27.000 en er kwamen per saldo 12.000 nieuwe breedbandklanten bij. Het aantal mobiele abonnees steeg per saldo met 2.000³, vooral door groei van het KPN merk, waar het aantal mobiele abonnees per saldo steeg met 22.000. In het voordeelsegment stond het aantal klanten onder druk door de competitieve aard van dit deel van de markt.

De klanttevredenheid is in het eerste kwartaal verder gestegen naar +13 (Kw1 2016 +10), voornamelijk door de stijging in gebundelde diensten en de toonaangevende interactieve TV dienst van KPN.

Hoofdpunten Zakelijke Markt

In alle segmenten van de zakelijke markt migreert KPN klanten naar geïntegreerde diensten en nieuwe technologieën. Dit biedt de mogelijkheid om ook vast-mobiele en IT-gerelateerde diensten te verkopen, maar leidt eveneens tot lagere omzet uit traditionele telecomdiensten. Ook is er sprake van rationalisatie en prijsdruk in de mobiele markt.

De groeiende vraag naar multi play diensten zette in het eerste kwartaal door. In het MKB segment steeg het aantal KPN EEN klanten met 36.000, wat ook zorgde voor een groei van de multi play omzet met 30%.

De programma's ter verbetering van de klanttevredenheid onder zakelijke klanten leverden in het eerste kwartaal opnieuw een stijging van de NPS op naar -6, vergeleken met -11 een jaar geleden.

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 jaarcijfers zijn beschikbaar op www.kpn.com/resultaten.

³ Aangepast voor opschoning van 4.000 inactieve abonnees bij Simyo