

KPN resultaten 2012

Financiële positie aanpassen aan strategie

Hoofdpunten

Resultaten 2012

- Gemengd beeld
- Stabilisatie marktposities in Nederland, sterke groei in TV
- Zeer waardevolle frequenties gekocht in Nederland
- Financiële outlook grotendeels gehaald, ondersteund door verkoop van activa

Strategie

- Nederland; stabilisatie verwacht richting 2014
- Volgende fase in strategie Duitsland; groei dienstenomzet verwacht, bij lagere marges
- 4 miljard euro claimmissie om financiële positie en strategische flexibiliteit te ondersteunen
- Strategische marktdoelen aangepast

Kerncijfers KPN* (In miljoenen euro tenzij anders aangegeven)	4 ^e kw '12	4 ^e kw '11	Δ	Geheel 2012	Geheel 2011	Δ
Opbrengsten en baten	3.274	3.375	-3,0%	12.708	13.163	-3,5%
- waarvan opbrengsten	3.053	3.295	-7,3%	12.409	13.022	-4,7%
EBITDA	1.121	1.316	-15%	4.528	5.138	-12%
Herstructureringskosten	90	22	>100%	173	130	33%
EBITDA (excl. herstructureringskosten)	1.211	1.338	-9,5%	4.701	5.268	-11%
Bedrijfsresultaat (EBIT)**	129	436	-70%	1.820	2.549	-29%
Resultaat na belastingen (netto resultaat)**	-160	176	n.m.	693	1.549	-55%
Winst per aandeel (in euro)**	-0,11	0,13	n.m.	0,49	1,06	-54%
Kasstroom uit operationele activiteiten	930	1.390	-33%	3.007	4.003	-25%
Investerings	-766	-652	17%	-2.209	-2.047	7,9%
Inkomsten uit verkoop vastgoed	479	81	>100%	519	156	>100%
Belastingverrekening E-Plus	92	92	0%	335	337	-0,6%
Vrije kasstroom	735	911	-19%	1.652	2.449	-33%

*Alle non-IFRS items worden uitgelegd in de safe harbour sectie aan het eind van het Engelstalige financiële rapport

**Inclusief impairment van EUR 314 mln in Kw4 2012, gerelateerd aan Corporate Market (Kw4 2011: EUR 298 mln)

"In 2012 had KPN nog steeds te maken met uitdagende marktomstandigheden. De macro economische omstandigheden bleven een negatief effect hebben op het consumentenvertrouwen en op de investeringsplannen van onze zakelijke klanten. Bovendien nam de concurrentie toe in onze mobiele markten. De financiële resultaten waren grotendeels in lijn met onze outlook, maar ondersteund door verkoop van activa en wat lager dan onze verwachtingen aan het begin van het jaar. Operationeel hebben we goede voortgang geboekt met de uitvoering van onze strategie en stappen gezet om onze marktposities in Nederland te stabiliseren. In Duitsland hebben we echter een vertraging van de omzetgroei ervaren.

We hebben te maken met een periode van lagere onderliggende winstgevendheid in alle drie de kernmarkten. Dit wordt deels veroorzaakt door de blijvende druk zoals hierboven beschreven. Het geeft ook de kosten weer die we moeten maken voor onze toekomstige positionering om onze operationele strategie succesvol te implementeren - investeringen in klanten en in service, netwerk- en IT- kosten en strategische investeringen zoals spectrum en glasvezel. In Nederland naderen we een nieuwe balans tussen een focus op marktposities en het bereiken van een stabiele financiële prestatie. In Duitsland en België breekt een nieuwe fase aan van onze Challenger strategie die de onderliggende groei in 2013 en daarna zal aanwakken.

Corporate Communicatie
Mediarelaties
T: +31 70 4466300
E: press@kpn.com

Investor Relations
T: +31 70 4460986
E: ir@kpn.com

We moeten onze balans versterken om onze strategie te kunnen blijven uitvoeren en het bedrijf te positioneren voor toekomstige groei. KPN's financiële positie is in de afgelopen jaren beïnvloed door een opgelopen schuldniveau in combinatie met toenemende commerciële investeringen. De 4 miljard euro claimemissie die vandaag is aangekondigd en het al eerder aangekondigde lagere dividend zullen onze financiële positie in de komende jaren ondersteunen."

Eelco Blok, CEO KPN

Update strategie

Juiste balans tussen groei en winstgevendheid

Na een periode van dalende marktaandelen in Nederland is KPN er in geslaagd om in 2012 de marktposities te stabiliseren door het uitvoeren van onze 'Strengthen-Simplify-Grow' strategie zoals aangekondigd in mei 2011. De winstgevendheid is echter gedaald, als gevolg van investeringen in klanten die hiervoor noodzakelijk waren. KPN is actief in een uitdagende markt, die wordt gekenmerkt door druk vanuit regelgeving, lage economische groei en sterke concurrentie in alle mobiele markten. De telecomsector staat op een kruispunt met nieuwe technologieën en mogelijk lange termijn duidelijkheid op het vlak van Europese regelgeving. Vandaag bereikt KPN circa 18% van de Nederlandse bevolking met zijn glasvezelnetwerk en opereert het een geüpgraded VDSL netwerk, waarbij het aan circa 70% van de Nederlandse huishoudens een minimumsnelheid van 40Mbps kan aanbieden. In de mobiele markt heeft KPN het doel om in 2014 een landelijk dekking 4G netwerk operationeel te hebben in Nederland terwijl HSPA+ grotendeels is uitgerold in Duitsland en België. Deze netwerken vormen de basis voor KPN om een verbeterde klantervaring aan te bieden en, volgend op de huidige periode met hogere investeringen in netwerken en diensten, de winstgevendheid in de verschillende markten te verbeteren op de middellange termijn.

KPN zal zich focussen op een goede balans tussen winstgevendheid en marktposities, met als doel de leidende marktposities en financiële resultaten in Nederland verder te stabiliseren. De strategie in Nederland is gebaseerd op een sterke klantfocus door de levering van de hoogste kwaliteit diensten en een breed palet aan producten op de beste netwerken. Tegelijkertijd wordt een efficiënte operationele structuur van het bedrijf nagestreefd. De mobiele consumentenmarkt krijgt te maken met een veranderende marktstructuur, waarin KPN zichzelf kan onderscheiden van de concurrentie door de beste klantervaring te bieden door een combinatie van mobiele 4G diensten en een landelijk dekking vast netwerk. Bij Consumenten Thuis is KPN in 2012 succesvol geweest. Het succes werd gedreven door interactieve televisie en leidde tot de verkoop van meer producten en een stijgende omzet per klant. KPN zal deze strategie voortzetten. KPN heeft per 1 januari 2013 delen van Corporate Market geïntegreerd met Zakelijke Markt, om zo beter in te kunnen spelen op de toenemende behoefte in de zakelijke markt om altijd en overal toegang te hebben tot informatie.

In Duitsland is KPN jarenlang in staat geweest om het marktaandeel significant te laten groeien in combinatie met hoge winstgevendheid. De laatste tijd is deze outperformance echter afgevlakt. In 2012 is de groei van de omzet uit mobiele diensten afgenomen, terwijl de marge sterk bleef. In de laatste twee jaar heeft E-Plus het mobiele netwerk geüpgrade met HSPA+ technologie, waarmee het nu meer dan 85% van de Duitse bevolking bereikt. Dit netwerk vormt de basis voor de volgende fase in de Challenger strategie waarin mobiele data centraal staat en naar verwachting zal zorgen voor nieuwe groeikansen. E-Plus zal zich richten op groei van marktaandeel in regio's waar het nog niet sterk is vertegenwoordigd, door een combinatie van een kwaliteitsnetwerk, uitbreiding van distributiecapaciteit, marketing en aantrekkelijke aanbiedingen voor klanten. Deze strategie zal naar verwachting leiden tot groei van de dienstenomzet en outperformance van de markt, gecombineerd met lagere marges op de korte termijn, waarna deze weer zullen verbeteren op de lange termijn.

De Belgische mobiele markt onderging in 2012 een verandering. Net als in Duitsland, vormt het geüpgrade netwerk van KPN Group Belgium de basis voor de volgende fase in de Challenger strategie. In België richt KPN zich op groei door het aanbieden van het snelste netwerk dat tegen lage kosten zal worden uitgerold gebaseerd op innovatieve partnerships. Het is de verwachting dat aan het eind van 2014 LTE beschikbaar zal zijn voor de meerderheid van de bevolking. Dit wordt gecombineerd met een sterke commerciële focus middels aantrekkelijke diensten en het betreden van regio's waarin KPN nog niet sterk vertegenwoordigd is. Tevens ziet KPN Groep België mogelijkheden om de markt voor communicatie via de vaste lijn te betreden. Deze strategie zal naar verwachting leiden tot groei van de dienstenomzet en market outperformance, in combinatie met lagere marges.

Strategische doelen:

KPN heeft zijn strategische doelen aangepast naar een niveau waarop de activiteiten naar verwachting zullen presteren op de midden tot lange termijn, rekening houdend met de specifieke kenmerken van de markten waarin die activiteiten opereren, met als doel een goede balans tussen marktposities en winstgevendheid.

Nederland:

- Breedband marktaandeel Nederlandse huishoudens van > 40%; op de lange termijn 45%
- Groei in gemiddelde omzet en hoeveelheid producten per klant bij Consumenten Thuis
- Marktaandeel Nederlandse mobiele markt van >40% op de lange termijn
- Leidende speler zakelijke & ICT markt met stabiele marktposities
- Afronding 4.000-5.000 FTE reductieprogramma eind 2013, FTE kosten efficiëntie in 2014 en daarna
- EBITDA-marge van 40-45% voor middellange termijn

Internationaal:

- Lange termijn marktaandeel Duitse mobiele markt 20%, EBITDA-marge van 30-35% op middellange termijn
- Lange termijn marktaandeel Belgische mobiele markt 25%, EBITDA-marge van 25-30% op middellange termijn

Financiële positie aanpassen aan strategie

In de afgelopen jaren is KPN's financiële positie beïnvloed door stijgende schulden in combinatie met lagere winstgevendheid. De gerapporteerde netto schuld / EBITDA ratio is in de afgelopen 12 maanden geleidelijk opgelopen van 2,3x in het vierde kwartaal van 2011, naar 3,0x in het vierde kwartaal van 2012, als de 1,352 miljard euro die KPN in januari 2013 betaald heeft voor het verkregen spectrum in de Nederlandse frequentieveiling wordt meegerekend. Indien rekening wordt gehouden met het effect van de consolidatie van Reggefiber (ceteris paribus) zou de ratio 3.2x zijn. Vooruitkijkend is KPN's strategie erop gericht zijn marktposities en financiële prestaties in Nederland verder te stabiliseren, gebruik makend van het recent verkregen spectrum en middels het geüpgrade vaste netwerk. In Duitsland en België gaat KPN zijn commerciële activiteiten verder opschroeven, wat naar verwachting leidt tot groei van de dienstenomzet, met lagere marges op de korte termijn.

Om de financiële positie aan te laten sluiten bij de strategie heeft KPN een claimemissie van 4 miljard euro aangekondigd. De transactie zal de balans van KPN versterken en zal zorgen voor een stabiele financiële positie in de komende jaren. De opbrengst van de claimemissie zal KPN's financiële en strategische flexibiliteit vergroten en zal worden gebruikt om te blijven investeren in KPN's activiteiten en de netto schuld te verlagen. De 4 miljard euro claimemissie zou de netto schuld / EBITDA ratio in het vierde kwartaal van 2012 met ongeveer 0,9x verlagen. KPN heeft een netto schuld / EBITDA ratio tussen 2,0-2,5x als doel aan het eind van 2013. KPN is gecommitteerd een "investment grade" kredietprofiel te behouden en gelooft dat de claimemissie dit zal ondersteunen. De kapitaalverwerving moet worden goedgekeurd tijdens een Bijzondere Algemene Vergadering van Aandeelhouders die zal worden gehouden op 19 maart 2013. KPN zou kunnen overwegen of, afhankelijk van marktomstandigheden, een gedeelte van het op te halen bedrag van 4 miljard euro vermogen als alternatief door middel van eigen vermogen gerelateerde of andere kapitaalsinstrumenten kan worden opgehaald.

Samenvatting resultaten 2012

De financiële resultaten van KPN over 2012 zijn grotendeels conform de ranges van onze outlook, maar voldeden niet volledig aan onze verwachtingen. De EBITDA en vrije kasstroom zijn aan de onderkant van de range uitgekomen voornamelijk vanwege de concurrentiedruk die KPN heeft ervaren in alle mobiele markten. De investeringen kwamen uit aan de bovenkant van de range door de continue investeringen in KPN's marktposities in Nederland en de uitrol van mobiele breedbandnetwerken in Duitsland en België. De omzet en de overige opbrengsten van KPN daalden in 2012 met 3,5% tot 12,708 miljard euro, door de verkoop van Getronics International en daling van de omzet in Nederland. De omzet van Mobile International steeg in 2012 met 3,9%. De lagere omzet en de gemengde resultaten in de diverse segmenten hadden in 2012 een negatief effect op de winstgevendheid van KPN. De EBITDA, exclusief herstructureringskosten, is met 11% gedaald naar 4,701 miljard euro. De nettowinst van KPN kwam 55% lager uit op 693 miljoen euro. De nettowinst is negatief beïnvloed door een aantal factoren, waaronder een lagere operationele winst, een eenmalig belastingvoordeel in 2011, hogere herstructureringskosten. De vrije kasstroom van KPN is in 2012 uitgekomen op 1,652 miljard euro. Met totale investeringen van 2,209 miljard euro, heeft KPN 7,9% meer geïnvesteerd dan in 2011. KPN investeerde meer in de uitrol van mobiele breedbandnetwerken in Duitsland en België, upgrades van het Nederlandse mobiele netwerk en in klantapparatuur in Nederland. Het banenreductieprogramma van 4.000-5.000 FTE in Nederland ligt op schema om naar verwachting eind 2013 te zijn afgerond. Het reductieprogramma heeft tot op heden geresulteerd in een afname van ongeveer 1.900 FTE.

Hoofdpunten vierde kwartaal

Consumenten Thuis: aantal klanten breedband gestegen

Voor het tweede kwartaal op rij steeg het aantal breedbandklanten autonoom in het vierde kwartaal. De autonome stijging met 35.000 klanten kwam doordat er meer glasvezelklanten werden aangesloten en door goede prestaties van Telfort. Mede door de overname van vier service providers van Reggeborgh steeg het breedband marktaandeel in het vierde kwartaal naar 41%, vergeleken met 40% in het vierde kwartaal van 2011. De groei in interactieve televisie zette ook in het vierde kwartaal door. Er kwamen 183.000 nieuwe iTV abonnees bij; KPN heeft inmiddels 1,8 miljoen televisieklanten. Het televisie marktaandeel steeg in het vierde kwartaal naar 23%, vergeleken met 17% een jaar eerder. KPN sloot in het vierde kwartaal 44.000 nieuwe glasvezelklanten aan en heeft nu 368.000 glasvezelklanten, wat resulteert in een FttH penetratie in KPN's glasvezelgebieden van 30%. Deze klanten nemen in de regel meerdere diensten af, met interactieve televisie als een belangrijke stimulans achter de groei. Het aantal klanten met een alles-in-één-pakket steeg in het vierde kwartaal met 163.000 naar 979.000. In 2013 en daarna zal KPN doorgaan met de succesvolle strategie van het segment Consumenten Thuis.

Consumenten Mobiel: stabiliserend marktaandeel in competitieve markt

De onderliggende omzet uit mobiele diensten is in het vierde kwartaal van 2012 gedaald met 8,6% als gevolg van minder bel - en sms verkeer, gedeeltelijk gecompenseerd door een stijging van de gecommitteerde omzet uit abonnementen. Het aantal mobiele consumenten abonnees steeg in het vierde kwartaal met 33.000 en stond aan het eind van 2012 op 3,5 miljoen. Deze stijging in het vierde kwartaal werd gedreven door SIM-only abonnees. Het totale Nederlandse mobiele marktaandeel stabiliseerde in het vierde kwartaal rond circa 45%.

In 2012 heeft KPN een aantal belangrijke stappen gezet op de mobiele markt en in 2013 gaat KPN hier mee door. Het marktaandeel op basis van het aantal abonnees is aan het stabiliseren en er zal meer focus komen op de bestaande klanten. KPN heeft tijdens de frequentievergunning in 2012 een zeer aantrekkelijke combinatie van frequentievergunningen voor de Nederlandse markt verworven. Het pakket aan frequenties garandeert de continuïteit van de huidige dienstverlening en introductie van nieuwe diensten. Hierdoor kan KPN de beste kwaliteit van mobiele diensten blijven bieden aan zijn klanten.

Vanaf 4 februari zijn 4G abonnementen beschikbaar bij KPN en Hi. Vanaf die datum is het 4G-netwerk actief in Amsterdam en het noorden van de Randstad. Hiermee is KPN de eerste aanbieder van 4G-diensten op de Nederlandse markt. KPN's 4G netwerk zal het meest betrouwbare mobiele netwerk worden met een indoor dekking die tot 3 keer beter is dan via een 3G netwerk en met snelheden die tot 10 keer hoger liggen. De hoogste snelheden en de beste dekking zullen zorgen voor de beste klantervaring. In januari heeft KPN onder de noemer 'KPN Compleet' extra voordelen geïntroduceerd voor klanten met een Alles-in-één Pakket (met interactieve televisie, Internet en bellen) én een of meerdere mobiele abonnementen. Later dit jaar kunnen ook andere klanten zich aanmelden voor KPN Compleet.

Zakelijk segment: marktposities stabiel

In de zakelijke markt was in het vierde kwartaal, in lijn met voorgaande kwartalen, sprake van een verminderde vraag naar traditionele diensten, dalende verkeersvolumes en prijsdruk. Ook bij KPN Corporate Market was sprake van prijsdruk als gevolg van overcapaciteit in de markt. Per 1 januari 2013 zijn delen van KPN Corporate Market samengevoegd met de Zakelijke Markt en is een nieuwe "B2B organisatie" gevormd. Deze integratie bevestigt de koers van KPN zoals deze in mei 2011 is aangekondigd om de klanten in de zakelijke markt beter te kunnen bedienen, optimaal gebruik makend van de competenties in zowel het Telco als het IT domein. KPN Corporate Market is per 1 januari 2013 omgevormd tot IT Solutions en is verantwoordelijk voor de dienstverlening van KPN naar klanten voor het IT portfolio als data centers, consulting en werkplek beheer in combinatie met innovatieve oplossingen.

Mobile International: toename abonnees Duitsland en sterke groei België

In Duitsland had KPN ook in het vierde kwartaal te maken met prijsconcurrentie in zowel het postpaid als het prepaid segment. Een sterke focus op het aantrekken van nieuwe abonnees zorgde voor het hoogste aantal nieuwe abonnees in jaren. Mede door de introductie van nieuwe proposities sloten 246.000¹ klanten een abonnement af bij E-Plus en het aantal prepaid klanten steeg met 171.000¹ in het vierde kwartaal van 2012. De extra marketing en promotiekosten die hiermee gepaard gingen zorgden ervoor dat de winstmarges in het kwartaal daalden. Stevige concurrentie zorgt er echter voor dat meer klanten hun tarieven optimaliseren, wat heeft geleid tot een lagere omzetgroei uit mobiele

¹ Exclusief clean-up effect in Q4 2012 (576.000 inactieve abonnementen en 439.000 inactieve prepaid SIM-kaarten)

diensten. Het marktaandeel van E-Plus, gemeten in omzet uit mobiele diensten, is als gevolg hiervan gedaald naar 15,6% aan het eind van 2012, van 15,9% een jaar eerder.

KPN's Belgische activiteiten lieten wederom een sterk kwartaal zien, met een onderliggende groei van de dienstenomzet van 8,8%. Net als in voorgaande kwartalen kwam de groei voornamelijk uit B2B, wholesale en dataverkeer. Nieuwe diensten als Spotify en Türk Telekom Mobile zijn in het vierde kwartaal gelanceerd. Het aantal abonnees steeg met 7.000 en het aantal nieuwe prepaid klanten bedroeg in het vierde kwartaal 41.000². Het marktaandeel in België, gemeten in omzet uit mobiele diensten, is naar verwachting gestegen naar ongeveer 20%. Aan het eind van 2012 had KPN bijna 26,8 miljoen mobiele klanten in Duitsland en België, waarvan 23,4 miljoen in Duitsland en 3,4 miljoen in België.

Vooruitzichten

Nederland zal naar verwachting stabiliseren richting 2014. De volgende fase in de strategie van KPN in Duitsland zal naar verwachting leiden tot groei van de dienstenomzet, bij lagere marges, met name in 2013. De investeringen van KPN zullen in 2013 onder de 2,3 miljard euro uitkomen. De totale investeringen in de periode 2013-2015 zullen niet boven 7 miljard euro uitkomen, inclusief investeringen die horen bij een eventuele consolidatie van Reggefiber die niet voor de tweede helft van 2014 wordt verwacht. KPN verwacht een dividend per aandeel van 0,03 euro in 2013 en 2014. Daarna wordt weer groei van het dividend per aandeel verwacht, afhankelijk van de operationele prestaties en de financiële positie.

Dit persbericht is een korte samenvatting van de Engelse versie die leidend is. Het Engelstalige persbericht is beschikbaar op www.kpn.com/resultaten.htm

² Exclusief clean-up effect in Q4 2012 (334.000 inactieve prepaid SIM-kaarten)