

freenet Group bestätigt Guidance 2019 auf Basis stabiler Ergebnisse im ersten Quartal 2019

- **Konstanter Abo-Kundenstamm¹ (8,168 Millionen Kunden) sorgt für Umsatz auf Vorjahresniveau**
- **EBITDA ohne Berücksichtigung von IFRS 16 in Q1/2019 stabil (96,5 Millionen Euro) im Vergleich zum Vorjahresquartal (96,8 Millionen Euro)**
- **Free Cashflow mit 45,3 Millionen Euro wegen niedrigerer Investitionen über Erwartungen**
- **Prognose für das Gesamtjahr unverändert**
- **Vertriebskooperation zwischen waipu.tv und Telefónica Deutschland (TEFD) startet Anfang Mai 2019**

Büdelsdorf, 08. Mai 2019 – Die freenet AG [ISIN DE000A0ZZZZ5] hat heute die Ergebnisse für das erste Quartal 2019 bekannt gegeben.

Konzern: Auftakt nach Plan in das neue Geschäftsjahr 2019

Wichtige Konzernkennzahlen im Überblick

| in Mio. EUR | Q1/2019 | Q1/2018 angepasst ² | Ergebnis- veränderung |
|----------------------------------------|---------|-----------------------------------|--------------------------|
| Umsatzerlöse | 689,9 | 689,6 | 0,3 |
| EBITDA | 107,9 | 96,8 | 11,1 |
| davon IFRS 16 | 11,4 | --- | 11,4 |
| Free Cashflow | 45,3 | 38,3 | 7,0 |
| Abo-Kundenstamm ¹ (in Mio.) | 8,168 | 7,848 | 0,320 |

Die **Umsatzerlöse** liegen im ersten Quartal 2019 mit 689,9 Millionen Euro auf dem Niveau des Vorjahresquartals (Q1/2018: 689,6 Millionen Euro). Das **EBITDA** beträgt im Berichtszeitraum 107,9 Millionen Euro und liegt 11,1 Millionen Euro über dem Vergleichsquartal des Vorjahres (Q1/2018: 96,8 Millionen Euro). Der Anstieg steht überwiegend im Zusammenhang mit dem zum 1. Januar 2019 erstmalig anzuwendenden Rechnungslegungsstandard IFRS 16 (Effekt Q1/2019: 11,4 Millionen Euro). Das EBITDA ohne Berücksichtigung von IFRS 16 belief sich auf 96,5 Millionen Euro und läge damit auf dem Niveau des Vorjahresquartals. Der **Free Cashflow** erhöhte sich vor allem wegen niedrigerer Investitionen bei der Media Broadcast Group um 7,0 Millionen Euro auf 45,3 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahr (Q1/2018: 38,3 Millionen Euro). Der **Abo-Kundenstamm¹** wächst im Vergleich zum Vorjahresquartal (Q1/2018: 7,848 Millionen Kunden) um 4,1 Prozent auf 8,168 Millionen Kunden und bleibt gegenüber dem Jahresende 2018 konstant.

Segment Mobilfunk: Qualität und Profitabilität im Fokus

Wichtige Kennzahlen im Segment Mobilfunk

| in Mio. EUR | Q1/2019 | Q1/2018 angepasst ² | Ergebnis- veränderung |
|--------------------------------------------------|---------|-----------------------------------|--------------------------|
| Umsatzerlöse | 624,7 | 621,0 | 3,7 |
| EBITDA | 96,5 | 90,3 | 6,2 |
| davon IFRS 16 | 6,2 | --- | 6,2 |
| davon Segmentverrechnung | -1,8 | 6,9 | -8,7 |
| EBITDA exkl. IFRS 16 und Segmentverrechnungen | 92,1 | 83,4 | 8,7 |
| Postpaid-Kunden (in Mio.) | 6,862 | 6,770 | 0,092 |
| Postpaid-ARPU ohne Hardware (in EUR) | 18,77 | 18,95 | -0,18 |

Der gesättigte deutsche Mobilfunkmarkt zeigt sich im ersten Quartal unverändert wettbewerbsintensiv und promotionsgetrieben. Zwar stieg die Zahl der strategisch wichtigen **Postpaid-Kunden** im Vergleich zum Vorjahresquartal um 92.000 Kunden auf 6,892 Millionen, sank jedoch verglichen zum Jahresende 2018 leicht um 34.000 Kunden. In dieser jüngsten Entwicklung spiegelt sich eine ergebnisorientierte und qualitätsbezogene Strategie wider, die im ersten Quartal aktiv verfolgt wurde und auch zukünftig im Fokus steht. Die Wirksamkeit zeigt sich auch in nahezu gleichbleibenden Postpaid-Serviceumsätzen (Q1/2019: 387,2 Millionen Euro) im Vergleich zum Vorquartal (Q4/2018: 389,5 Millionen Euro) sowie Vorjahresquartal (Q1/2018: 382,8 Millionen Euro). Der **Postpaid-ARPU** ohne Hardware bleibt stabil.

Die stärker profitabilitätsorientierte Ausrichtung des Kundenportfolios reflektiert sich auch in der Entwicklung des **EBITDA**, welches um 6,2 Millionen Euro auf 96,5 Millionen Euro steigt (Q1/2018: 90,3 Millionen Euro). Wesentliche Treiber – IFRS 16 Effekte sowie Segmentverrechnung unberücksichtigt – hierfür sind insbesondere geringere Kundenakquisitionskosten durch die Fokussierung auf ertragsstärkere Postpaid-Kunden und die damit einhergehende Reduzierung der Bruttoneukundenanzahl. Ein weiterer nachhaltiger Effekt aus dem Ausbau der Kundenqualität offenbart sich in vergleichsweise geringeren Forderungsausfällen.

Segment TV und Medien: waipu.tv bereits vor Start der Kooperation mit TEFD auf Kurs

Wichtige Kennzahlen im Segment TV und Medien

| in Mio. EUR | Q1/2019 | Q1/2018 angepasst ² | Ergebnis- veränderung |
|--------------------------------------------------|---------|-----------------------------------|--------------------------|
| Umsatzerlöse | 61,0 | 71,5 | -10,5 |
| EBITDA | 14,3 | 7,8 | 6,6 |
| davon IFRS 16 | 4,8 | --- | 4,8 |
| davon Segmentverrechnung | -1,7 | -9,7 | 8,0 |
| EBITDA exkl. IFRS 16 und Segmentverrechnungen | 11,3 | 17,4 | -6,1 |
| waipu.tv registrierte Kunden (in Tsd.) | 1.515,2 | 608,8 | 753,1 |
| waipu.tv Abo-Kunden (in Tsd.) | 286,3 | 133,1 | 153,3 |
| freenet TV Abo-Kunden (RGU) (in Tsd.) | 1.020,2 | 945,1 | 75,0 |

Im Segment TV und Medien ist **waipu.tv** im ersten Quartal 2019 weiter auf Wachstumskurs. Rund 1,5 Millionen Kunden haben sich per Ende März 2019 registriert (Q1/2018: 0,6 Millionen registrierte Kunden); 286.300 Kunden nutzen eines der angebotenen Abo-Modelle. Gegenüber dem Vorjahresquartal entspricht dies einem Anstieg der Abo-Kunden um rund 153.300 Kunden und gegenüber dem Jahresende 2018 um rund 34.600 Abo-Kunden. waipu.tv nimmt damit Kurs auf die anvisierten 350.000 Abo-Kunden zum Jahresende.

freenet TV erwartungsgemäß stabil: Per Ende März 2019 lagen die freenet TV-Abo Kunden (RGU) bei 1,020 Millionen und damit nahezu auf dem Jahresendniveau 2018 (Q4/2018: 1,014 Millionen Abo-Kunden (RGU)). Im Vergleich zum Vorjahresquartal steigt die Zahl der umsatzgenerierenden freenet TV Kunden um rund 75.000 Kunden (Q1/2018: 0,945 Millionen Abo-Kunden (RGU)).

Das **EBITDA** im Segment TV und Medien steigt um 6,6 Millionen Euro auf 14,3 Millionen Euro (Q1/2018: 7,8 Millionen Euro) nicht zuletzt aufgrund der Effekte aus der Erstanwendung von IFRS 16 (+4,8 Millionen Euro) und geringeren Belastungen aus der Segmentverrechnung (+8,0 Millionen Euro). Gegenläufig zu diesen positiven Effekten sind im Wesentlichen planmäßig höhere Content-Kosten im Bereich freenet TV (B2C) sowie wegfallende Beiträge aus dem analogen Radiogeschäft der Media Broadcast Group (B2B).

Unveränderte Guidance für das Geschäftsjahr 2019

Die freenet Group geht für das Gesamtjahr insgesamt von stabilen Umsätzen, einem EBITDA zwischen 420 und 440 Millionen Euro sowie einem Free Cashflow zwischen 240 und 260 Millionen Euro aus.

Internet-Übertragung der Telefonkonferenz

Die freenet AG lädt am **09. Mai 2019** um **11:00 Uhr** zu einer **Analystentelefonkonferenz** ein. Alle Interessierten können die Konferenz per Web-Cast unter <https://webcast.meetyoo.de/reg/pTTrmkYC1KGA> verfolgen. Eine Aufzeichnung der Konferenz wird im Anschluss verfügbar sein.

Die **Quartalsmitteilung** zum **31. März 2019** steht im Bereich Investor Relations unter <https://www.freenet-group.de/investor-relations/publikationen/index.html> zur Verfügung.

¹ Summe aus Postpaid-Kunden, freenet TV Abo-Kunden (RGU) und waipu.tv Abo-Kunden.

² Die Vergleichszahlen wurden aufgrund der Neufokussierung des ab 2019 gültigen internen Steuerungssystems und der damit einhergegangenen Neudefinition verschiedener Leistungskennzahlen angepasst. Zu den Änderungen verweisen wir auf die Abschnitte „Steuerungssystem“ und „Alternative Leistungskennzahlen“ im Geschäftsbericht 2018.

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Investor Relations Kontakt: freenet Aktiengesellschaft Investor Relations Deelbögenkamp 4c 22297 Hamburg Tel.: +49 (0) 40 / 513 06 778 Fax: + 49 (0) 40 / 513 06 970 E-Mail: ir@freenet.ag www.freenet-group.de</p> | <p>Public Relations Kontakt: freenet Aktiengesellschaft Public Relations Deelbögenkamp 4c 22297 Hamburg Tel.: +49 (0) 40 / 513 06 777 Fax: + 49 (0) 40 / 513 06 977 E-Mail: pr@freenet.ag www.freenet-group.de</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|