

freenet Group entwickelt sich insgesamt stabil – Management bestätigt Guidance für das Gesamtjahr

- Umsätze steigen leicht um 2,8 Millionen Euro auf 1,389 Milliarden Euro
- EBITDA mit 215,5 Millionen Euro über dem Wert des Vorjahres (H1/2018: 204,9 Millionen Euro); ohne Berücksichtigung regulatorischer Effekte Entwicklung stabil
- Free Cashflow erreicht mit 126,7 Millionen Euro den prognostizierten Korridor zwischen 110,0 und 130,0 Millionen Euro
- Abo-Kundenstamm steigt auf 8,224 Millionen

Büdelsdorf, 08. August 2019 – Die freenet Group [ISIN DE000A0Z2ZZ5] hat heute die Ergebnisse für das erste Halbjahr 2019 bekannt gegeben.

Konzern: Gesamtentwicklung erwartungsgemäß

Wesentliche Kennzahlen des Konzerns

In Mio. EUR bzw. lt. Angabe	H1/2019	H1/2018 ²	Delta	Q2/2019	Q2/2018 ²	Delta
Umsatzerlöse	1.389,0	1.386,2	2,8	699,1	696,6	2,5
EBITDA	215,5	204,9	10,5	107,5	108,1	-0,6
davon regulatorische Effekte:						
IFRS 16	22,3	0,0	22,3	10,9	0,0	10,9
International Calls/ Roaming	-2,0	0,0	-2,0	-2,0	0,0	-2,0
UKW Divestment	-3,7	8,5	-12,2	-1,5	7,7	-9,2
EBITDA ohne regulatorische Effekte	198,8	196,4	2,4	100,2	100,4	-0,2
Free Cashflow	126,7	135,1	-8,4	81,5	96,8	-15,4
Abo-Kundenstamm ¹ (in Mio.)	8,224	8,003	0,221	8,224	8,003	0,221

Die **Umsatzerlöse** liegen im ersten Halbjahr 2019 mit 1.389,0 Millionen Euro leicht über dem Vorjahr (H1/2018: 1.386,2 Millionen Euro). Das **EBITDA** erhöht sich hingegen gegenüber dem ersten Halbjahr 2018 um 10,5 Millionen Euro auf 215,5 Millionen Euro. Es enthält dabei regulatorisch bedingte Effekte (IFRS 16, International Calls/ Roaming und UKW Divestment), die einen Vergleich mit dem Vorjahr nur eingeschränkt ermöglichen. Das um diese Effekte adjustierte EBITDA zeigt auf Halbjahresbasis, bei einem leichten Anstieg um 2,4 Millionen Euro auf 198,8 Millionen Euro (H1/2018: 196,4 Millionen Euro), ebenso eine nahezu stabile Entwicklung, wie auch auf Quartalsbasis (Q2/2019: 100,2 Millionen Euro; Q2/2018: 100,4 Millionen Euro).

Der **Free Cashflow** erreicht mit 126,7 Millionen Euro den zum Halbjahr prognostizierten Korridor zwischen 110,0 und 130,0 Millionen Euro (H1/2018: 135,1 Millionen Euro). Im zweiten Quartal 2019 wird ein Free Cashflow in Höhe von 81,5 Millionen Euro erzielt, der damit ebenfalls im Rahmen der quartalsweisen Prognose (75,0 bis 85,0 Millionen Euro) liegt. Der Rückgang gegenüber dem Vorjahresquartal (Q2/2018: 96,8 Millionen Euro) um 15,4 Millionen Euro erklärt sich im Wesentlichen durch höhere Auszahlungen aus der Tilgung von Leasingverbindlichkeiten aufgrund der erstmaligen Anwendung von IFRS 16 (Q2/2019: -19,3 Millionen Euro; Q2/2018: -5,4 Millionen Euro).

Der **Abo-Kundenstamm** wächst im ersten Halbjahr 2019 um rund 62.000 Kunden auf 8,224 Millionen. Im Vergleich zum 30. Juni 2018 (8,003 Millionen Kunden) steigt die Zahl der Abo-Kunden somit um rund 221.000 Kunden. Maßgeblichen Anteil an der positiven Entwicklung des Abo-Kundenstamms hatten die waipu.tv Abo-Kunden.

Mobilfunk: Postpaid-Teilnehmerentwicklung geprägt durch Q1/2019; Trendumkehr erkennbar

Wesentliche Kennzahlen im Segment Mobilfunk

In Mio. EUR bzw. lt. Angabe	H1/2019	H1/2018 ²	Delta	Q2/2019	Q2/2018 ²	Delta
Umsatzerlöse	1.256,0	1.238,2	17,8	631,3	617,2	14,1
EBITDA	186,9	181,8	5,1	90,4	91,5	-1,1
davon regulatorische Effekte:						
IFRS 16	11,8	0,0	11,8	5,6	0,0	5,6
International Calls/ Roaming	-2,0	0,0	-2,0	-2,0	0,0	-2,0
davon Segmentallokation	-3,8	9,3	-13,1	-2,0	2,4	-4,4
EBITDA ohne regulatorische Effekte/ Segmentallokationen	180,8	172,5	8,4	88,7	89,0	-0,3
Postpaid-Kunden (in Mio.)	6,834	6,828	0,006	6,834	6,828	0,006
Postpaid-ARPU ohne Hardware (in EUR)	18,8	19,0	-0,2	18,8	19,0	-0,3
freenet FUNK-Kunden (in Mio.)	0,020	0,000	0,020	0,020	0,000	0,020

Der Mobilfunkmarkt ist im ersten Halbjahr 2019 weiterhin geprägt durch Einflüsse wie Marktsättigung, EU-Preisregulierungen sowie Wettbewerbsbeschränkungen auf dem mobilen Hardware-Markt. Den Herausforderungen begegnet die freenet Group aktiv mit verschiedenen Gegenmaßnahmen, die insbesondere auf die qualitative Verbesserung des Kundenbestands sowie Stabilität der finanziellen Kennzahlen abzielen. Im strategisch wichtigen **Postpaid-Kundensegment** verzeichnet die freenet Group im Vergleich zum Vorquartal zwar erneut einen leichten Kundenrückgang (-27.500 Kunden), allerdings schwächt sich der Trend durch die ergriffenen Maßnahmen gegenüber dem ersten Quartal 2019 (-34.200 Kunden) bereits wieder ab. Insgesamt liegen die Postpaid-Kunden mit 6,834 Millionen Kunden rund 62.000 Kunden niedriger als zu Jahresbeginn, aber über dem Vorjahreswert (30. Juni 2018: 6,828 Millionen Kunden). Mit dem neu eingeführten, voll digitalen Tarif **freenet FUNK** wurden im zweiten Quartal 2019 rund 20.400 Kunden gewonnen, die zwar nicht im Postpaid-Bestand gezählt werden, jedoch die Innovationskraft, Marktstellung sowie Vertriebsstärke der freenet Group unterstreichen.

Der **Postpaid-ARPU** ohne Hardware mit 18,8 Euro (H1/2018: 19,0 Euro) wie auch die korrespondierenden Serviceumsätze mit aktuell 772,5 Millionen Euro (H1/2018: 770,4 Millionen Euro) entwickeln sich im Vergleich zum ersten Halbjahr 2018 stabil. Insgesamt steigen die **Umsatzerlöse** im Segment Mobilfunk, getrieben durch das niedrigmarginige Hardwaregeschäft, um 17,8 Millionen Euro auf 1.256,0 Millionen Euro (H1/2018: 1.238,2 Millionen Euro).

Das **EBITDA** steigt im ersten Halbjahr 2019 um 5,1 Millionen Euro auf 186,9 Millionen Euro (H1/2018: 181,8 Millionen Euro). Nach Herausrechnung der regulatorischen Effekte aus IFRS 16 und International Calls/Roaming sowie Segmentallokationen ergibt sich ein EBITDA von 180,8 Million Euro, das aufgrund geringerer Kundenakquisitionskosten 8,4 Millionen über dem Vorjahr liegt (H1/2018: 172,5 Millionen Euro). Im Quartalsvergleich entwickelt sich das entsprechende EBITDA stabil (Q2/2019: 88,7 Millionen Euro; Q2/2018: 89,0 Millionen Euro).

TV und Medien: Jahresziel waipu.tv Abo-Kunden bereits per Ende Juni 2019 nahezu erreicht

Wesentliche Kennzahlen im Segment TV und Medien

In Mio. EUR bzw. lt. Angabe	H1/2019	H1/2018	Delta	Q2/2019	Q2/2018	Delta
Umsatzerlöse	123,9	148,7	-24,8	62,9	77,3	-14,3
EBITDA	33,2	28,0	5,2	18,9	20,3	-1,4
davon regulatorische Effekte:						
IFRS 16	9,5	0,0	9,5	4,8	0,0	4,8
UKW Divestment	-3,7	8,5	-12,2	-1,5	7,7	-9,2
davon Segmentallokation	-3,5	-14,2	10,6	-1,8	-4,5	2,7
EBITDA ohne regulatorische Effekte/ Segmentallokationen	30,8	33,7	-2,8	17,4	17,0	0,4
waipu.tv Abo-Kunden ³ (in Tsd.)	331,9	174,3	157,6	331,9	174,3	157,6
freenet TV Abo-Kunden (RGU) (in Tsd.)	1.037,5	1.000,6	36,8	1.037,5	1.000,6	36,8

Im Segment TV und Medien unterstreicht die weiterhin positive Entwicklung der **waipu.tv Kunden** die hohe Attraktivität des IPTV-Produkts. Zum 30. Juni 2019 ist die Zahl der registrierten waipu.tv Kunden im Vergleich zum Vorjahr um 923.900 Kunden auf rund 1,748 Millionen registrierte Kunden gestiegen (30. Juni 2018: 0,824 Millionen registrierte Kunden). Von den registrierten Kunden befinden sich rund 332.000 zahlende Kunden in einem Abo-Modell. Dies entspricht nahezu einer Verdopplung gegenüber dem Vorjahr (30. Juni 2018: rund 174.000 Abo-Kunden), wodurch die anvisierten 350.000 Abo-Kunden zum Jahresende 2019 bereits zum jetzigen Zeitpunkt nahezu erreicht werden. Die Zahl der umsatzgenerierenden **freenet TV** Nutzer ist im Vergleich zum Vorjahr um 37.000 Kunden auf 1,037 Millionen Kunden gestiegen (30. Juni 2018: 1,000 Millionen Kunden) und liegt somit weiterhin leicht über dem langfristigen Ziel von über 1,001 Millionen freenet TV Abo-Kunden (RGU).

Die **Umsatzerlöse** im Segment TV und Medien spiegeln die positive Entwicklung der TV-Kundenzahlen nicht wider. Im Wesentlichen bedingt durch den Verkauf des UKW-Geschäfts im Jahr 2018 sinken die Umsatzerlöse im ersten Halbjahr 2019 um 24,8 Millionen Euro auf 123,9 Millionen Euro (H1/2018: 148,7 Millionen Euro).

Das hierbei durch verschiedene Sondereffekte geprägte **EBITDA** steigt hingegen im ersten Halbjahr 2019 um 5,2 Millionen Euro auf 33,2 Millionen Euro (H1/2018: 28,0 Millionen Euro). Ohne Berücksichtigung der regulatorischen Effekte aus IFRS 16 und dem UKW Divestment sowie Segmentallokationen sinkt das EBITDA um 2,8 Millionen Euro auf 30,8 Millionen Euro (H1/2018: 33,7 Millionen Euro). Ursächlich hierfür sind die höheren Content-Kosten im Bereich freenet TV.

Guidance für das Geschäftsjahr 2019 unverändert

Die freenet Group geht für das Gesamtjahr 2019 weiterhin von stabilen Umsätzen, einem EBITDA zwischen 420,0 und 440,0 Millionen Euro sowie einem Free Cashflow zwischen 240,0 und 260,0 Millionen Euro aus.

Internet-Übertragung der Telefonkonferenz

Die freenet AG lädt am 09. August 2019 um 10:00 Uhr zur Analystentelefonkonferenz ein. Alle Interessierten können die Konferenz per Webcast verfolgen: <https://webcast.meetyoo.de/reg/PXfNwhniz44p>

Eine Aufzeichnung der Konferenz wird im Anschluss zur Verfügung gestellt werden.

Der **Halbjahresbericht** zum 30. Juni 2019 steht im Bereich Investor Relations zum Download bereit:

<https://www.freenet-group.de/investor-relations/publikationen/index.html>

¹ Summe aus Postpaid-Kunden, freenet FUNK-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 insbesondere auf die Abschnitte „Steuerungssystem“ und „Alternative Leistungskennzahlen“ im Geschäftsbericht 2018.

³ Inklusive Kundenbeitrag aus der Vertriebskooperation mit Telefónica Deutschland (gestartet im Mai 2019).

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