

Resultaten derde kwartaal 2016

Hoofdpunten

- Klantgroei in Consumentenmarkt door voortdurende verbeteringen in klantervaring
 - Toenemend aantal klanten heeft vast-mobiele bundel: 40% van de mobiele abonnees en 35% van breedbandklanten (was respectievelijk 28% en 25% in kw3 2015)
 - +6k breedbandklanten, +22k interactieve TV-klanten, +36k mobiele abonnees, gedreven door wederom goede prestaties van het hoogwaardige KPN merk
 - Klanttevredenheid Consumentenmarkt verder verbeterd naar NPS van 9 voor Consumenten Thuis en 10 voor Consumenten mobiel
- Omstandigheden in Zakelijke Markt blijven uitdagend door impact van daling prijsniveaus en migratie van traditionele telecomdiensten naar IP-diensten
 - Groei multi play en IT-diensten bemoedigend
 - Programma's ter verbetering van klanttevredenheid leveren sterke verbetering op in NPS Zakelijke Markt naar -5 (kw3 2015: -10)
- Vereenvoudigingsprogramma: gerealiseerde besparingen van circa EUR 405 mln eind kw3 2016

Kerncijfers* (uit voortgezette activiteiten)

Groepsresultaten	Kw3 2016	Kw3 2015	Δ j-o-j	t/m kw3 2016	t/m kw3 2015	Δ j-o-j
<i>(in EUR mln, tenzij anders aangegeven)</i>						
Omzet	1.718	1.764	-2,6%	5.083	5.263	-3,4%
Omzet (geschoond)**	1.711	1.764	-3,0%	5.076	5.273	-3,7%
EBITDA	665	602	10%	1.803	1.746	3,3%
EBITDA (geschoond)**	662	640	3,4%	1.822	1.837	-0,8%
EBITDA marge Nederland (geschoond)	43,3%	40,7%		40,1%	39,2%	
Operationeel resultaat (EBIT)	292	204	43%	638	548	16%
Resultaat na belasting (netto resultaat)	45	87	-48%	255	270	-5,6%
Investerings	265	305	-13%	895	945	-5,3%
Operationele vrije kasstroom***	397	335	19%	927	892	3,9%
Vrije kasstroom	146	213	-31%	360	475	-24%

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

** Geschoonde omzet en geschoonde EBITDA zijn de omzet (inclusief overige inkomsten) en EBITDA, geschoond voor herstructureringskosten en eenmalige posten

*** Geschoonde EBITDA min Investerings

Financiële prestaties

- Omzet (geschoond) daalde met 3,0% j-o-j in kw3 2016. Het positieve effect van klantgroei en prijsaanpassingen in Consumentenmarkt werd tenietgedaan door de daling van traditionele telecomdiensten in Zakelijke Markt en lagere omzet uit wholesale spraakdiensten bij iBasis
- EBITDA (geschoond) steeg met 3,4% j-o-j in kw3 2016, gesteund door kostenbesparingen uit het Vereenvoudigingsprogramma
- Het operationeel resultaat steeg met 43% j-o-j in kw3 2016, door hogere EBITDA en lagere afschrijvingen. Het netto resultaat was EUR 42 mln lager dan in kw3 2015 vanwege EUR 160 mln additionele financiële kosten gerelateerd aan het bod op obligatieleningen in september. Zonder deze transactie zou de nettowinst bijna zijn verdubbeld j-o-j naar EUR 165 mln
- Investerings t/m kw3 2016 waren 5,3% lager j-o-j, door lagere klantinvesterings en structureel lagere investeringen in het netwerk na een periode van een hoog investeringsniveau
- De vrije kasstroom (excl. TEFD dividend) t/m kw3 2016 was EUR 250 mln, positief beïnvloed door hogere operationele vrije kasstroom, maar met negatieve impact van werkkapitaal vanwege lagere uitgaveniveaus, fasering door het jaar en verkorte betalingstermijnen met meerdere leveranciers. De betaling van lopende rente van de bond tender in kw3 had een negatieve impact van EUR 23 mln

CEO Eelco Blok

“In het derde kwartaal van 2016 hebben we de financiële prestaties verbeterd dankzij kostenbesparingen en goede commerciële prestaties in de Consumentenmarkt, waar inmiddels meer dan 1 miljoen huishoudens een combinatie van vaste en mobiele diensten bij ons afneemt. We streven naar voortdurende verbetering van de klantervaring. Het afgelopen kwartaal hebben we onze vaste en mobiele abonnementen verder verbeterd. Tijdens een 4G test realiseerden we een constante downloadsnelheid van 1,1 Gbps. Ook zien we resultaten van de klanttevredenheidsprogramma's in de Zakelijke Markt. We houden wel uitdagingen in dit segment vanwege de migratie van klanten van traditionele telecomdiensten naar geïntegreerde dienstverlening, en de prijsdruk in mobiel blijft.

Ik ben trots op de erkenning die we hebben gekregen voor ons maatschappelijk beleid. Het CDP heeft ons tot klimaatleider benoemd en we zijn voor het vijfde jaar op rij opgenomen in de Dow Jones Sustainability World Index. Ons Vereenvoudigingsprogramma ligt op schema en levert solide kostenbesparingen op, net als operationele verbeteringen.”

Hoofdpunten Consumentenmarkt

KPN richt zich in Consumentenmarkt op het leveren van toonaangevende diensten aan huishoudens. De focus ligt op het KPN merk in het hoogwaardige segment van de markt, wat resulteert in voortdurende innovatie, een verbeterde klantervaring en een hogere klantloyaliteit. KPN heeft in het derde kwartaal nieuwe vaste en mobiele abonnementen geïntroduceerd. Mobiele klanten kunnen met hun nieuwe KPN abonnement in de hele EU internetten, bellen en sms'en. Voetballiefhebbers kregen in het derde kwartaal toegang tot live Eredivisie voetbal tegen een aantrekkelijke prijs. Bovendien werd Eredivisie voetbal één van de gratis zenderpakketten waaruit 'KPN Compleet'-klanten kunnen kiezen. In het derde kwartaal van 2016 steeg het aantal breedbandklanten per saldo met 6.000 en er kwamen per saldo 22.000 nieuwe interactieve TV-klanten bij. Het aantal mobiele abonnees steeg per saldo met 36.000. Aan het einde van het derde kwartaal had 35% van het aantal breedbandklanten - 1.003.000 huishoudens – een combinatie van vast-mobiele diensten van KPN (25% eind kw3 2015). 1,461 miljoen mobiele klanten – 40% van het totaal aantal abonnees – heeft een vast-mobiele bundel (28% in kw3 2015). Bij het KPN merk ligt dit percentage al op 53% (41% in kw3 2015).

Hoofdpunten Zakelijke Markt

De zakelijke markt verandert door nieuwe technologieën en een veranderende vraag. De vraag naar multi play en IT-diensten groeit, maar dit is nog niet voldoende om de daling in traditionele telecomdiensten te ondervangen. In de zakelijke markt is KPN een sterke ICT-speler, waarbij de leidende positie op het gebied van toegang en connectiviteit wordt gecombineerd met een versterkte positie in IT. Als onderdeel van de strategie om te groeien in digitale securitydiensten, investeerde KPN in het derde kwartaal in SecurityMatters, een toonaangevende leverancier van geavanceerde cybersecurity-oplossingen. In het kwartaal werden nieuwe, meerjarige contracten gesloten met een aantal grote zakelijke klanten. En de programma's ter verbetering van de klanttevredenheid leverden een sterke stijging van de NPS onder zakelijke klanten op.

KPN investeerde ook in het derde kwartaal in zijn toonaangevende netwerken en hoogwaardige IT-infrastructuur. Recent heeft KPN tijdens een test een constante downloadsnelheid van 1,1 Gbps gerealiseerd in een indoornetwerk door het stapelen van 4G frequenties. De voortdurende capaciteitsuitbreiding van vaste en mobiele netwerken is erop gericht om een uitstekende klantbeleving te verzorgen en heeft geleid tot verder stijgende klanttevredenheid in alle segmenten.

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