

## Vierde kwartaal en Jaarresultaten 2015

### Hoofdpunten

- Stijgende klanttevredenheid ondersteunt sterke groei Consumentenklanten in kw4 en heel 2015
  - +40k nieuwe breedbandklanten (2015: +139k) en +69k interactieve TV-klanten (2015: +265k)
  - +80k nieuwe abonnees bij Consumenten Mobiel (2015: +289k)
  - Toenemend aantal klanten heeft vast-mobiele bundel: 33% van de abonnees bij Consumenten Mobiel en 28% van breedbandklanten (was respectievelijk 21% en 17% in kw4 2014)
  - Klanttevredenheid Consumentenmarkt verbetert. NPS stijgt naar +9 (was +2 in kw4 2014)
- Transformatie van Zakelijke Markt gaande. Terugloop traditionele diensten en lagere mobiele prijsniveaus deels tenietgedaan door groei multi play en nieuwe diensten
- Vereenvoudigingsprogramma: gerealiseerde besparingen van ongeveer EUR 280 mln eind 2015
  - Besparingsdoel verhoogd naar circa EUR 450 mln eind 2016

### Kerncijfers\* (uit voortgezette activiteiten)

Groepsresultaten**	kw4 2015	kw4 2014	Δ j-o-j	Boekjaar 2015	Boekjaar 2014	Δ j-o-j
<i>(in EUR mln, tenzij anders aangegeven)</i>						
Omzet	1.745	1.933	-9,7%	7.008	7.409	-5,4%
<b>Omzet (geschoond)***</b>	<b>1.745</b>	<b>1.898</b>	<b>-8,1%</b>	<b>7.018</b>	<b>7.352</b>	<b>-4,5%</b>
EBITDA	578	656	-12%	2.324	2.866	-19%
<b>EBITDA (geschoond)***</b>	<b>582</b>	<b>630</b>	<b>-7,6%</b>	<b>2.419</b>	<b>2.417</b>	<b>0,1%</b>
<i>EBITDA marge Nederland (geschoond)</i>	<i>37,8%</i>	<i>38,9%</i>		<i>39,6%</i>	<i>38,2%</i>	
Operationeel resultaat (EBIT)	160	235	-32%	708	1.212	-42%
Resultaat na belasting (netto resultaat)	254	-16	n.m.	524	261	>100%
<b>Investerings</b>	<b>355</b>	<b>414</b>	<b>-14%</b>	<b>1.300</b>	<b>1.239</b>	<b>4,9%</b>
<b>Vrije kasstroom****</b>	<b>223</b>	<b>-179</b>	<b>n.m.</b>	<b>698</b>	<b>-151</b>	<b>n.m.</b>

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

\*\* BASE Company valt vanaf 15 april 2015 onder niet-voortgezette activiteiten

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

\*\*\*\* De vrije kasstroom t/m kw4 2015 was EUR 552 mln, exclusief het dividend van Telefónica Deutschland van EUR 146 mln.

### Financiële prestaties

- Omzet (geschoond) daalde met 8,1% j-o-j in kw4 2015. Exclusief de ontvangen belastingteruggaaf van EUR 44 mln in kw4 2014 daalde de omzet met 5,9% j-o-j. De groeiende omzet bij Consumentenmarkt werd tenietgedaan door de aanhoudende krimp van de zakelijke markt en lagere omzet bij iBasis. De geschoonde omzet voor het hele jaar 2015 daalde met 4,5% j-o-j
- EBITDA (geschoond) daalde met 7,6% j-o-j in kw4 2015. Exclusief de ontvangen belastingteruggaaf van EUR 44 mln in kw4 2014 daalde de EBITDA met 0,7% j-o-j. Groei van het aantal klanten en het positieve effect van kostenbesparingen werden tenietgedaan door de daling van de omzet in Zakelijke Markt en hogere acquisitiekosten bij Consumenten Mobiel. De geschoonde EBITDA voor het hele jaar 2015 steeg met 0,1% j-o-j
- Het resultaat na belasting steeg j-o-j met EUR 270 mln naar EUR 254 mln in kw4 2015, voornamelijk door een verbetering in netto financieringsresultaat gedreven door een boekwinst op de verkoop van aandelen in Telefónica Deutschland (EUR 184 mln) en een lagere bruto schuld in kw4 2015, en betaalde bond tender premies in kw4 2014. De nettowinst voor het hele jaar was EUR 263 mln hoger j-o-j op EUR 524 mln
- Investerings in kw4 2015 waren 14% lager j-o-j, gedreven door een andere fasering door het jaar heen. Voor het hele jaar 2015 lagen de investeringen 4,9% hoger j-o-j door de consolidatie van Reggefiber per 1 november 2014
- De 2015 vrije kasstroom (excl. EUR 146 mln dividend van Telefónica Deutschland) van EUR 552 mln was EUR 703 mln hoger j-o-j gedreven door lagere rentebetalingen in 2015, en een groot aantal eenmalige posten (EUR 574 mln) die impact hadden op de vrije kasstroom in 2014

## **CEO Eelco Blok**

*“In 2015 hebben wij een sterke klantgroei in de Consumentenmarkt gerealiseerd als gevolg van de continue focus op het leveren van een excellente klantervaring, ondersteund door onze toonaangevende netwerken en innovatieve diensten. We waren opnieuw succesvol met onze onderscheidende vast-mobiele bundels, die ervoor zorgen dat de klantloyaliteit aanzienlijk is toegenomen. De omstandigheden in de zakelijke markt blijven uitdagend. We zien hier de klantbehoefte veranderen van traditionele naar nieuwe diensten. Daarom rationaliseren en standaardiseren we de organisatie van de Zakelijke Markt om daarmee de klanttevredenheid te verbeteren, in te spelen op groei van nieuwe diensten en de winstgevendheid te verbeteren. Gesteund door onze sterke commerciële resultaten in de Consumentenmarkt en gedisciplineerde focus op kosten in de Nederlandse organisatie, hebben wij verbeterde financiële prestaties geleverd in 2015. Onze belangrijkste prioriteiten in 2016 zijn de groei van het aantal diensten en opbrengsten per huishouden in de Consumentenmarkt, de verdere transformatie van de Zakelijke Markt en de uitvoering van ons Vereenvoudigingsprogramma.*

*In het laatste kwartaal van 2015 hebben wij 5% van de aandelen van Telefónica Deutschland verkocht. We zullen 70% van deze opbrengst uitkeren aan onze aandeelhouders in 2016. Dit laat zien dat we ons enerzijds sterk inzetten voor aandeelhoudersrendement en tegelijkertijd vasthouden aan ons solide financiële profiel.”*

## **Vooruitzichten en aandeelhoudersuitkeringen**

### **2016 (voortgezette activiteiten)**

- EBITDA (geschoond) in lijn met 2015
- Investerings ~ EUR 1,2 mld
- Vrije kasstroom (excl. dividend Telefónica Deutschland) > EUR 650 mln
- Additionele kasstroom via verwacht dividend uit 15,5% belang in Telefónica Deutschland

Het is de intentie van KPN om over 2015 een gewoon dividend van EUR 0,08 per aandeel uit te keren (exclusief dividenduitkeringen die betrekking hebben op Telefónica Deutschland). Het reguliere dividend per aandeel over 2016 zal naar verwachting EUR 0,10 per aandeel bedragen en zal daarna verder groeien, in lijn met het groeiprofiel van de vrije kasstroom.

In november 2015 heeft KPN 150 miljoen aandelen in Telefónica Deutschland verkocht voor een bedrag van in totaal EUR 805 miljoen. KPN zal circa 70% van deze opbrengst uitkeren aan aandeelhouders in de vorm van een terugbetaling van kapitaal. De terugbetaling van kapitaal van EUR 0,13 per aandeel moet worden goedgekeurd door de Algemene Vergadering van Aandeelhouders op 13 april 2016. KPN verwacht de terugbetaling van kapitaal in juni 2016 uit te keren. Het 15,5% belang in Telefónica Deutschland wordt gezien als een financiële investering. KPN profiteert van dividendbetalingen door Telefónica Deutschland en additionele financiële flexibiliteit.

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.

## Hoofdpunten per segment kw4 2015

### Consumenten Thuis

KPN innoveert voortdurend om zo beter aan de wensen van de klant te voldoen, en deze zelfs te overtreffen. In het vierde kwartaal heeft KPN via *Méér TV* populaire Over-The-Top (“OTT”) apps als Youtube en Netflix aan het interactieve TV-aanbod toegevoegd. Met de toevoeging van Netflix is interactieve TV van KPN de eerste televisiedienst in Nederland waarmee zowel traditionele televisie als Netflix gekeken kan worden. Onderscheidend zijn door innovatieve diensten te leveren heeft een belangrijk positief effect op de verbetering van de klantloyaliteit en klanttevredenheid. De NPS bij Consumenten Thuis steeg in het vierde kwartaal van 2015 naar +9 (+2 in kw4 2014).

In het vierde kwartaal van 2015 was er opnieuw sprake van een goede klantgroei. Het aantal breedbandklanten nam per saldo met 40.000 toe en er kwamen per saldo 69.000 nieuwe interactieve TV-klanten bij. Ook het aantal ‘triple play’-klanten – klanten die via KPN vast bellen, internet en tv afnemen – steeg met 46.000. Inmiddels heeft 56% van de breedbandklanten een ‘triple play’-pakket, vergeleken met 50% in het vierde kwartaal van 2014.

Over het hele jaar kwamen er per saldo 139.000 breedbandklanten en 265.000 interactieve TV-klanten bij. Ook stegen de marktaandelen van KPN in de Consumentenmarkt in 2015. Het breedband marktaandeel van KPN steeg in 2015 van 40% naar 41%. Het marktaandeel in televisie groeide in 2015 van 26% naar 29%.

KPN heeft een leidende positie op het gebied van geïntegreerde dienstverlening in de Nederlandse markt. Dat vertaalt zich in een toenemend aantal klanten dat vast-mobiele bundels afneemt. Aan het einde van het vierde kwartaal had 28% van het aantal breedbandklanten – in totaal 811.000 klanten – een combinatie van vast-mobiele diensten van KPN (17% in kw4 2014).

KPN investeerde ook in het vierde kwartaal in zijn toonaangevende netwerken en hoogwaardige IT-infrastructuur. De uitrol van glasvezel in combinatie met innovatieve kopertechnologieën zorgde ervoor dat 68% van de Nederlandse huishoudens aan het einde van het vierde kwartaal toegang had tot downloadsnelheden van minimaal 100Mbps of meer (51% in kw4 2014).

### Consumenten Mobiel

KPN is in de Nederlandse mobiele markt sterk gepositioneerd met landelijke 4G-dekking, aantrekkelijke proposities met veel data en unieke vast-mobiele bundels. Dit heeft ook in het vierde kwartaal van 2015 geleid tot een sterke groei van het aantal mobiele klanten, met name op het KPN-merk. Er zijn in het vierde kwartaal per saldo 80.000 nieuwe abonnees bijgekomen. Inmiddels hebben meer dan 1,1 miljoen klanten – 33% van het totaal aantal abonnees – een vast-mobiele bundel (21% in kw4 2014). Ook de klanttevredenheid nam in dit segment toe: de NPS bij Consumenten Mobiel steeg naar +9 in het vierde kwartaal van 2015 (+2 in kw4 2014).

KPN investeert in het verhogen van de capaciteit en snelheid van het mobiele netwerk, met de uitrol van 1800MHz-opstelpunten en de stapeling van frequenties. Hierdoor is de gemiddelde 4G-downloadsnelheid van het mobiele netwerk sterk gestegen, naar 50Mbps (36Mbps eind kw3 2015). KPN is daarnaast gestart met een landelijke test van bellen over 4G (Voice over LTE) en verwacht deze technologie in 2016 aan KPN klanten te kunnen bieden. Bellen via 4G zal de geluidskwaliteit en de klantervaring verder verbeteren.

### **Zakelijke Markt**

De zakelijke markt is aan veranderingen onderhevig. Daarom is KPN het segment Zakelijke Markt aan het transformeren door producten, diensten en processen te vereenvoudigen, een strikte kostenbeheersing te implementeren en sterk in te zetten op de groei van multi play werkplekken en nieuwe diensten. Het is de verwachting dat deze transformatie de klanttevredenheid zal verhogen, kansen schept om te profiteren van de vraag naar nieuwe diensten en de vaste kosten structureel zal verlagen.

Er was in het vierde kwartaal opnieuw sprake van een daling in traditionele spraakdiensten. Klanten zijn nog steeds aan het rationaliseren en migreren naar VoIP-diensten. Het aantal zakelijke mobiele abonnees nam met 4.000 af in het vierde kwartaal. Het aantal multi play werkplekken steeg met 42.000, dat nu 21% van de zakelijke mobiele klanten vertegenwoordigt.

*Noot voor de redactie:*

*Dit is een samenvatting en verkorte versie van het Engelse persbericht dat leidend is. Alle overige gepubliceerde Nederlandstalige en Engelstalige documenten die betrekking hebben op de kwartaal – en jaarcijfers zijn beschikbaar op [www.kpn.com/resultaten](http://www.kpn.com/resultaten). Tevens zal een video met Eelco Blok beschikbaar worden gesteld, waarin hij een toelichting geeft op de resultaten.*