

HIGHLIGHTS

GESCHÄFTSJAHR 2017

G 04 / Mobilfunkanschlüsse (Postpaid/Prepaid)

In Millionen



In einem dynamischen, aber rationalen Umfeld zeigte der deutsche Mobilfunkmarkt seit Mitte 2017 eine zunehmende Ausrichtung auf größere Datenpakete. Die Telefónica Deutschland Group war mit dem Geburtstagsangebot O₂ Free 15 und der Aktualisierung des O₂ Free Tarifportfolios Anfang September Vorreiter dieser Entwicklung. So konnten wir neue Maßstäbe für die mobile Freiheit unserer Kunden setzen. Wir stimulieren weiter den Verbrauch von mobilen Daten und investieren unter anderem in unsere Kernmarke O₂. So stärken wir unsere Marktpositionierung.

Gleichzeitig setzen wir planmäßig die Integration von Telefónica Deutschland und der E-Plus Gruppe um. 2017 haben wir die Anfang des Jahres erneut erhöhten Synergien mit OIBDA-relevanten Einsparungen von ca. 160 Mio. EUR sowie zusätzlichen CapEx-Synergien in Höhe von ca. 80 Mio. EUR erfolgreich erwirtschaftet. Ebenso machen wir mit der Integration der Netzwerke solide Fortschritte – mit dem Ziel, die Konsolidierung weitestgehend bis Ende 2018 abzuschließen. Nun wenden wir uns zunehmend der digitalen Transformation des Unternehmens zu und stellen dabei den Kunden in den Mittelpunkt unserer Aktivitäten.

Per Ende Dezember 2017 belief sich die Zahl der Kundenanschlüsse der Telefónica Deutschland Group auf 47,6 Mio., ein Rückgang um 3,5% gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Die Mobilfunkanschlüsse gingen dabei auf 43,2 Mio. zurück, ein Minus von 2,6% gegenüber dem Vorjahr. Ursächlich hierfür war insbesondere die aufgrund regulatorischer Veränderungen rückläufige Nachfrage nach mobilen Prepaid-Anschlüssen. Zudem erfolgte hier zum Jahresende eine technische Anpassung der Kundenbasis als Folge der mit der Kundenmigration verbundenen IT-Harmonisierung. Das mobile Postpaid-Geschäft zeigte mit 737 Tsd. Netto-Neuan-schlüssen weiterhin einen positiven Trend. Mit Jahresbeginn 2017 haben wir eine zusätzliche Kundenanzahlzählung auf marktüblicher Berechnungsbasis für Inaktivität eingeführt. Nach dieser neuen Zählweise verfügten wir per Ende Dezember 2017 über 45,9 Mio. Mobilfunkkunden.

Die Umsatzerlöse aus Mobilfunkdienstleistungen (MSR) lagen bei 5.287 Mio. EUR, einem Minus von -2,8 %, was auf regulatorische Einflüsse, anhaltende OTT-Trends, anhaltende Tarifrotationen der Bestandskunden sowie den höheren Anteil an Umsatzerlösen aus dem Wholesale-Geschäft zurückzuführen ist. Bereinigt um regulatorische Effekte aus der Absenkung der Terminierungsentgelte und der europäischen Roaming-Verordnung in Höhe von insgesamt 146 Mio. EUR blieben die MSR im Geschäftsjahr 2017 nahezu stabil mit -0,1 % im Vergleich zum Vorjahr. Damit setzte sich die sequentielle Verbesserung der MSR-Entwicklung weiter fort.

Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (OIBDA) belief sich auf 1.785 Mio. EUR im Vergleich zu 2.069 Mio. EUR im Vorjahr, welches den Nettoveräußerungsgewinn aus dem Verkauf der passiven Infrastruktur von Mobilfunksendemasten an Telxius beinhaltet. Bereinigt um Sondereffekte¹ belief sich das OIBDA im Geschäftsjahr 2017 auf 1.840 Mio. EUR, ein Plus von 2,6 % im Vergleich zu 1.793 Mio. EUR in 2016². Auf dieser Basis stieg die OIBDA-Marge im Jahresvergleich um 1,3 Prozentpunkte auf 25,2 %.

Der Investitionsaufwand (CapEx) fiel im Geschäftsjahr 2017 um -13,7% gegenüber dem Vorjahr auf 950 Mio. EUR, wobei zusätzliche Synergien in Höhe von ca. 80 Mio. EUR realisiert wurden. Die Telefónica Deutschland Group fokussierte sich dabei auf die Netzwerkkonsolidierung und den weiteren LTE-Ausbau.

Eine ausführlichere Darstellung des Finanzausblicks für 2018 entnehmen Sie bitte dem Konzernlagebericht, S. 44.

G 05 / Umsatz Mobilfunkdienstleistungen (MSR)

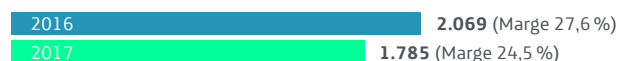
In Millionen EUR



(-1,1 % ohne Regulierungseffekte)

G 06 / OIBDA/OIBDA-Marge vor Sonder- und Spezialeffekten

In Millionen EUR



G 07 / CapEx

In Millionen EUR



¹ Sondereffekte beinhalten zum 31. Dezember 2017 Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von 82 Mio. EUR, akquisitionsbezogene Beraterkosten in Höhe von 2 Mio. EUR sowie Erträge aus dem Verkauf von Vermögenswerten von 30 Mio. EUR. Zum 31. Dezember 2016 enthielten die Sondereffekte Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von 89 Mio. EUR sowie den Nettoveräußerungsgewinn aus dem Verkauf der passiven Infrastruktur von Mobilfunksendemasten an Telxius in Höhe von 352 Mio. EUR.

² Zu Vergleichszwecken haben wir für das OIBDA bereinigt um Sondereffekte einen Vergleichswert für das Jahr 2016 berechnet, der die Operating-Lease-Effekte aus dem Verkauf der passiven Infrastruktur der Sendemasten von Telefónica Deutschland im April 2016 berücksichtigt, als sei dieser am 1. Januar 2016 erfolgt.

„Wir haben alle Versprechen gegenüber dem Kapitalmarkt gehalten.“

Markus Rolle ist seit August 2017 Chief Financial Officer (CFO) der Telefónica Deutschland Holding AG.

MARKUS ROLLE

2017 war für uns ein erfolgreiches Jahr. In einem wettbewerbsintensiven Umfeld haben wir uns sehr gut behauptet und alle Versprechen, die wir dem Kapitalmarkt gegeben haben, auch gehalten. Das ist im Wesentlichen an drei Faktoren festzumachen: Die Umsatzentwicklung konnten wir von Quartal zu Quartal steigern und tatsächlich im vierten Quartal die Null-Linie durchbrechen und wieder Wachstum zeigen. Der zweite Faktor: OIBDA. Bis auf die Netzkonsolidierung haben wir die Integration weitgehend abgeschlossen und es damit geschafft, die versprochenen Synergien einzufahren. Trotz Investitionen in den Markt für zukünftiges Wachstum und starker regulatorischer Belastungen für die gesamte Branche, konnten wir auch das Betriebsergebnis weiter steigern. Als dritter Faktor ist CapEx zu nennen: Auch in 2017 haben wir in die Zukunft unseres Unternehmens investiert und fast eine Milliarde Euro ausgegeben, um insbesondere den Netzbereich zukunftsfähig zu machen.

Unsere finanziellen Ziele für 2017 sind erreicht. Wir werden der Hauptversammlung vorschlagen, die Dividende um 4 % auf 26 Cent je Aktie zu erhöhen. Auch für 2018 setzen wir uns weiterhin ambitionierte Ziele: Wir werden die Netzintegration weitgehend beenden und das nächste Kapitel in der Unternehmensgeschichte von Telefónica Deutschland aufschlagen: Die Transformation zu Deutschlands „Mobile Customer & Digital Champion“. Wir stellen unsere Kunden in den Mittelpunkt und wollen einfacher, schneller und besser werden. Wir sind überzeugt, dass wir damit unsere Profitabilität weiter steigern und an unserer attraktiven Dividendenpolitik festhalten können.

