

Pressemitteilung

United Internet mit erfolgreichem 1. Halbjahr 2014

- Umsatz steigt um 11,7 % auf neue Bestmarke von 1,434 Mrd. EUR
- EBITDA legt um 35,7 % auf 237,6 Mio. EUR zu, EBIT um 49,5 % auf 193,5 Mio. EUR
- EPS um 53,5 % auf 0,66 EUR verbessert
- Kundenprognose für das Gesamtjahr erhöht

Montabaur, 13. August 2014. Die United Internet AG hat ihren Wachstumskurs als führender europäischer Internet-Spezialist weiter fortgesetzt, wie die heute vorgelegten Zahlen für das 1. Halbjahr 2014 zeigen. Die Gesellschaft konnte den Umsatz, die Zahl der Kundenverträge sowie die Ergebniskennzahlen erneut deutlich verbessern. Parallel dazu wurde wieder stark in die Neukundengewinnung, den Ausbau bestehender Kundenverhältnisse sowie in neue Geschäftsfelder investiert und damit die Basis für künftiges Wachstum geschaffen.

Geschäftsentwicklung im Konzern

Der in der United Internet AG konsolidierte Umsatz konnte im 1. Halbjahr 2014 auf die neue Rekordmarke von 1,434 Mrd. EUR gesteigert werden – ein Wachstum um 11,7 % im Vergleich zum 1. Halbjahr des Vorjahres.

Auch bei der Anzahl der Kunden konnte United Internet im 1. Halbjahr mit einem Zuwachs um 420.000 Verträge auf 13,64 Mio. Kundenverträge weiter zulegen.

Getragen wurde das Kundenwachstum hauptsächlich vom Segment „Access“, in dem die Gesellschaft um 250.000 Mobile-Internet-Verträge sowie 120.000 DSL-Verträge zulegen konnte. In diesem Segment wurde im 1. Halbjahr 2014 eine Marketingkampagne für 1&1 DSL-Premium-Tarife durchgeführt. Im Rahmen dieser Kampagne konnten sich Neukunden sowie Bestandskunden (beim Wechsel in einen Premium-Tarif) für die Zugabe stark subventionierter (bis kostenfreier) Marken-Tablets entscheiden. Hierfür wurden im 1. Halbjahr 2014 insgesamt rund 20,6 Mio. EUR ergebniswirksam verbucht. Diese Investitionen werden sich bereits im 2. Halbjahr positiv auf die Ergebnisentwicklung des Segments auswirken.

Im Segment „Applications“ wurden im Berichtszeitraum – wie angekündigt – die Marketing- und Vertriebsmaßnahmen für Business-Applikationen umgestellt. Im Zuge dieser Umstellung lag der Fokus im 1. Halbjahr 2014 weniger auf der Neukundengewinnung (+50.000 Verträge im gesamten Segment), sondern verstärkt auf dem Ausbau des Bestandskundengeschäfts. Der Erfolg dieser Maßnahme wird beim Blick auf den stark gestiegenen Segment-Umsatz (+9,8 %) deutlich, der auch auf dem erstmaligen Absatz von 170.000 neuen Top-Level-Domains (nTLDs) beruht. Die Anlaufverluste in neuen Geschäftsfeldern (De-Mail und 1&1 MyWebsite) sowie für die Initiative „E-Mail made in Germany“ haben sich im 1. Halbjahr 2014 – infolge steigender Deckungsbeiträge sowie reduzierter Werbe-Spendings – auf 23,8 Mio. EUR reduziert (Vorjahr: 61,8 Mio. EUR).

Auf Konzernebene stieg das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) von 175,1 Mio. EUR um 35,7 % auf 237,6 Mio. EUR und das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) von 129,4 Mio. EUR um 49,5 % auf 193,5 Mio. EUR. Das Ergebnis pro Aktie (EPS) verbesserte sich von 0,43 EUR im Vorjahr um 53,5 % auf 0,66 EUR.

Die sehr gute Cash-Generierung der gesamten Unternehmensgruppe – bei gleichzeitig hohem und qualitativem Wachstum – wird beim Blick auf den Free Cashflow deutlich. Dieser lag mit 154,2 Mio. EUR deutlich über dem Vorjahresniveau (85,9 Mio. EUR).

Entwicklung im Konzern (in Mio. EUR)	1. HJ 2013	1. HJ 2014	Veränderung
Umsatz	1.283,0	1.433,6	+ 11,7 %
EBITDA	175,1	237,6	+ 35,7 %
EBIT	129,4	193,5	+ 49,5 %
Free Cashflow*	85,9	154,2	+ 79,5 %
EPS (in EUR)	0,43	0,66	+ 53,5 %

* Free Cashflow ist definiert als Nettoeinzahlungen der betrieblichen Tätigkeit, verringert um Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen, zuzüglich Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen

„Mit den im 1. Halbjahr 2014 erreichten Zahlen bei Kundenverträgen, Umsatz und Ergebnis sowie den getätigten Investitionen liegen wir gut auf Kurs“, kommentiert Ralph Dommermuth, CEO von United Internet, das Ergebnis des 1. Halbjahres 2014. „Vor diesem Hintergrund erhöhen wir unsere Prognose für das Gesamtjahr 2014. Wir erwarten nunmehr, dass die Zahl unserer kostenpflichtigen Kundenverträge um ca. 900.000 (bisher: >800.000) zulegen wird. Trotz der damit verbundenen höheren Aufwendungen für die Kundengewinnung bleibt unsere Ergebnisprognose unverändert: Für das EBITDA erwarten wir – nach Anlaufverlusten in neuen Geschäftsfeldern sowie den Werbekosten für die Initiative „E-Mail made in Germany“ – einen Anstieg auf ca. 520 Mio. EUR (Vorjahr: 407,2 Mio. EUR). Der Gewinn je Aktie soll zwischen 1,40 – 1,50 EUR (Vorjahr: 1,07 EUR) liegen. Der Umsatz soll nach wie vor um ca. 10 % wachsen.“

Eine Kennzahlen-Übersicht sowie den Halbjahresfinanzbericht finden sich unter Investor Relations auf www.united-internet.de.

Über United Internet

Die United Internet AG ist mit 13,87 Mio. kostenpflichtigen Kundenverträgen und 31,44 Mio. werbefinanzierten Free-Accounts der führende europäische Internet-Spezialist. Kern von United Internet ist eine leistungsfähige „Internet-Fabrik“ mit 6.700 Mitarbeitern, ca. 2.000 davon in Produkt-Management, Entwicklung und Rechenzentren. Neben einer hohen Vertriebskraft über die etablierten Marken 1&1, GMX, WEB.DE, united-domains, Fasthosts, arsys, InterNetX, Sedo und affilinet steht United Internet für herausragende Operational Excellence bei weltweit rund 45 Mio. Kunden-Accounts.

Kontakt

Marcus Schaps
 Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
 United Internet AG
 Elgendorfer Straße 57
 56410 Montabaur
 Tel: 02602/96-1076
 Fax: 02602/96-1013
 E-Mail: mschaps@united-internet.de
 Internet: www.united-internet.de