

AD-HOC-MITTEILUNG NACH ART. 17 MAR

United Internet mit erfolgreichem 1. Halbjahr 2019 / Aktienrückkaufprogramm beschlossen

- Kundenverträge: + 440.000 auf 24,29 Mio. Verträge
- Umsatz: + 1,1 % auf 2,576 Mrd. EUR
- EBITDA: + 11,4 % auf 630,0 Mio. EUR nach IFRS 16 (Vorjahr: 565,5 Mio. EUR nach IFRS 15); vergleichbares Wachstum nach IFRS 15: + 3,6 %
- EBIT: + 4,5 % auf 390,8 Mio. EUR
- EPS: 0,84 EUR, ohne Tele-Columbus-Wertminderung 1,01 EUR (+ 11,0 %)
- EPS vor PPA und ohne Tele-Columbus-Wertminderung: 1,25 EUR (+ 7,8 %)
- Prognose 2019 konkretisiert
- Aktienrückkaufprogramm beschlossen

Montabaur, 14. August 2019. Die United Internet AG hat das 1. Halbjahr 2019 erfolgreich abgeschlossen. Dabei gelang es der Gesellschaft, im Segment „Consumer Access“ in einem wettbewerbsintensiven Umfeld die margenstarken Service-Umsätze erneut sichtbar zu steigern. Gleiches gilt für das Segment „Business Access“, das bei Umsatz und Ergebnis deutlich zulegen konnte und das Potenzial des Glasfasernetzes immer stärker ausspielen kann. Gleichzeitig konnte im Segment „Consumer Applications“ die Neupositionierung der Portale und der Aufbau datengetriebener Geschäftsmodelle weiter vorangetrieben werden, während bei „Business Applications“ das Rebranding mit der neuen Marke „1&1 IONOS“ (zuvor: „1&1“) forciert und damit ein weiteren Schritt zum angestrebten IPO gegangen wurde. Dieser soll – nach einer Übergangsphase – unter der zukünftig eigenständigen Marke „IONOS“ stattfinden.

United Internet hat auch im 1. Halbjahr 2019 in neue Kundenverträge sowie den Ausbau bestehender Kundenbeziehungen und damit in nachhaltiges Wachstum investiert. Insgesamt konnte die Zahl der kostenpflichtigen Kundenverträge um 440.000 auf 24,29 Mio. Verträge gesteigert werden. Dabei kamen im Segment „Consumer Access“ 380.000 Verträge hinzu. Aus den Segmenten „Consumer Applications“ und „Business Applications“ resultieren weitere 10.000 bzw. 50.000 Verträge.

Der Umsatz auf Konzernebene stieg im 1. Halbjahr 2019 von 2.548,9 Mio. EUR im Vorjahr um 1,1 % auf 2.575,8 Mio. EUR. Ursächlich für dieses auf den ersten Blick nur moderate Wachstum sind insbesondere unterjährig schwankende (margenschwache) Hardware-Umsätze (-41,4 Mio. EUR gegenüber Vorjahr) sowie Umsatz-Effekte aus der verstärkten Nachfrage von Bestandskunden nach LTE-Mobilfunktarifen (Erlösschmälerungen wegen reduzierter Basispreise im ersten Vertragsjahr in Höhe von -23,1 Mio. EUR; Vorjahr: -4,5 Mio. EUR) im Segment „Consumer Access“. Hinzu kommt die im April 2018 begonnene Werbeflächen-Reduktion im Rahmen der Neupositionierung im Segment „Consumer Applications“ (-11,2 Mio. EUR; Vorjahr: -4,7 Mio. EUR).

Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) des 1. Halbjahres 2019 wurde durch die erstmalige Anwendung von IFRS 16 (+44,3 Mio. EUR) positiv beeinflusst. Gegenläufig wirkten sich im Segment „Consumer Access“ – neben angekündigten One-Offs (-2,3 Mio. EUR; Vorjahr: -7,7 Mio. EUR) – vorläufige Mehrkosten im Vorleistungsbezug (-37,1 Mio. EUR) aus, nachdem der zeitlich befristete Anpassungsmechanismus eines Vorleistungsvertrages zum Jahresende 2018 ausgelaufen ist. Entgegen den ursprünglichen Erwartungen wurde bislang noch nicht über einen Ersatz bzw. eine Kompensation für die ausgelaufene Regelung entschieden. Jedoch sind die entsprechenden Vorleistungspreise derzeit Gegenstand eines schiedsgutachterlichen Verfahrens, in dessen Rahmen es nunmehr bis Ende Oktober 2019 eine verbindliche Entscheidung über die Art und Höhe einer dauerhaften Preisanpassung geben wird. Aus dieser gutachterlichen Entscheidung erwartet die Gesellschaft rückwirkend niedrigere Vorleistungspreise. Zudem wirkten sich plangemäß umgesetzte Zukunftsinvestitionen, wie die Neupositionierung des Segments „Consumer Applications“ (-9,9 Mio. EUR; Vorjahr: -5,1 Mio. EUR) sowie erhöhte Marketing-Ausgaben im Segment „Business Applications“ (-26,8 Mio. EUR), zunächst negativ aus. Ein Anteil von -13,7 Mio. EUR der erhöhten Marketing-Ausgaben entfiel auf One-Offs für Rebranding-Maßnahmen (Vorjahr: -6,2 Mio. EUR One-Offs für Integrationsprojekte).

Insgesamt stieg das EBITDA des United Internet Konzerns im 1. Halbjahr 2019 von 565,5 Mio. EUR (gemäß IFRS 15) um 11,4 % auf 630,0 Mio. EUR (gemäß IFRS 16). Das vergleichbare Wachstum nach IFRS 15 betrug 3,6 %.

Das von der IFRS-16-Bilanzierung nahezu unbeeinflusste Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) stieg von 373,8 Mio. EUR um 4,5 % auf 390,8 Mio. EUR. Auch im EBIT sind die vorgenannten Ergebnisbelastungen und One-Offs enthalten.

Das Ergebnis pro Aktie (EPS) ging von 0,91 EUR auf 0,84 EUR zurück. Ursächlich hierfür waren stichtagsbedingte nicht-cashwirksame Wertminderungen in Höhe von -34,2 Mio. EUR auf die gehaltenen Tele Columbus Aktien, die im 1. Quartal noch mit -43,1 Mio. EUR erfasst wurden und in Abhängigkeit vom Aktienkurs unterjährig fortzuschreiben sind. Ohne Berücksichtigung der Wertminderungen (EPS-Effekt: -0,17 EUR) belief sich das operative EPS des 1. Halbjahres 2019 auf 1,01 EUR - ein Anstieg um 11,0 % im Vergleich zum Vorjahr. Das EPS vor PPA-Abschreibungen legte von 1,16 EUR auf 1,25 EUR zu.

Ausblick 2019

Insbesondere aufgrund des schwächer laufenden (margenschwachen) Hardware-Geschäfts sowie der unterjährig verstärkten Nachfrage von Bestandskunden nach LTE-Mobilfunktarifen konkretisiert der Vorstand von United Internet seine Umsatz-Prognose für das Geschäftsjahr 2019. Bei den um Hardware bereinigten Umsätzen wird nunmehr ein Anstieg um ca. 3 % erwartet. Inklusiv der Hardware-Umsätze wird ein Anstieg des Gesamtumsatzes von ca. 2 % (bisher: ca. 4 %) erwartet. Aufgrund des geringen Ergebnisbeitrags des Hardware-Geschäfts und des vorteilhaften LTE-Einkaufsmodells ergeben sich dadurch beim EBITDA keine wesentlichen Auswirkungen.

Infolge des erst nach der Planerstellung 2019 neu regulierten TAL-Entgelts (Erhöhung ab Juli 2019 um ca. -10 Mio. EUR) sowie initialer Kosten im Zusammenhang mit Planungen und Vorbereitungen für das 5G-Mobilfunknetz (ca. -5 Mio. EUR) konkretisiert der Vorstand seine EBITDA-Prognose auf ein Wachstum von ca. 11 % statt bisher ca. 12 % (bzw. ca. 7 % statt bisher ca. 8 % gemäß IFRS 15).

Aktienrückkaufprogramm beschlossen

Der Vorstand der United Internet AG hat heute mit Zustimmung des Aufsichtsrats beschlossen, ein neues Aktienrückkaufprogramm aufzulegen. Im Rahmen dieses Aktienrückkaufprogramms sollen bis zu 6 Mio. Aktien der Gesellschaft (dies entspricht ca. 2,93 % des Grundkapitals von 205.000.000 EUR) zurückgekauft werden. Das Volumen des Aktienrückkaufprogramms beträgt insgesamt bis zu 192,0 Mio. EUR. Das Programm soll am 16. August 2019 starten und längstens bis zum 31. März 2020 durch den Rückkauf von Aktien über die Börse durchgeführt werden.

Damit macht die United Internet AG von der durch die Hauptversammlung der Gesellschaft am 18. Mai 2017 erteilten Ermächtigung Gebrauch, nach der bis zum 18. September 2020 Aktien im Umfang von bis zu 10 % des zum Zeitpunkt der Beschlussfassung bzw., falls dieser Wert geringer ist, des zum Zeitpunkt der Ausübung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals der Gesellschaft zurückgekauft werden dürfen. Von dieser Ermächtigung wurde bisher kein Gebrauch gemacht. Die Gesellschaft hält aus früheren Aktienrückkaufprogrammen aktuell 4.702.990 eigene Aktien. Dies entspricht ca. 2,29 % des Grundkapitals.

Für die Verwendung der zurückgekauften Aktien kommen alle nach der Ermächtigung der Hauptversammlung vom 18. Mai 2017 zulässigen Zwecke in Betracht. Die Aktien können auch eingezogen werden.

Der Aktienrückkauf wird sich an den Regelungen der Verordnung (EU) Nr. 596/2014 vom 16. April 2014, zuletzt geändert am 23. Juni 2016, und der Delegierten Verordnung (EU) 2016/1052 der Kommission vom 8. März 2016 orientieren. Weitere Einzelheiten werden vor Beginn des Aktienrückkaufprogramms veröffentlicht. Die United Internet AG behält sich das Recht vor, das Programm jederzeit einzustellen.

Eine Kennzahlen-Übersicht sowie der Halbjahresfinanzbericht 2019 (ab 15. August 2019) stehen unter www.united-internet.de zur Verfügung.

Über United Internet

Die United Internet AG ist mit über 24 Mio. kostenpflichtigen Kundenverträgen und rund 37 Mio. werbefinanzierten Free-Accounts ein führender europäischer Internet-Spezialist. Kern von United Internet ist eine leistungsfähige „Internet-Fabrik“ mit ca. 9.150 Mitarbeitern, ca. 3.000 davon in Produkt-Management, Entwicklung und Rechenzentren. Neben einer hohen Vertriebskraft über etablierte Marken wie 1&1, GMX, WEB.DE, 1&1 IONOS, STRATO, 1&1 Versatel sowie die Marken von Drillisch Online steht United Internet für herausragende Operational Excellence bei weltweit über 61 Mio. Kunden-Accounts.

Ansprechpartner

United Internet AG

Mathias Brandes

Phone +49 2602 96-1616

presse@united-internet.de

Hinweis

Im Sinne einer klaren und transparenten Darstellung werden in den Jahres- und Zwischenabschlüssen der United Internet AG sowie in Ad-hoc-Mitteilung nach Art. 17 MAR – neben den nach International Financial Reporting Standards (IFRS) geforderten Angaben – weitere finanzielle Kennzahlen wie z. B. EBITDA, EBITDA-Marge, EBIT, EBIT-Marge oder Free Cashflow angegeben. Informationen zur Verwendung, Definition und Berechnung dieser Kennzahlen stehen im Geschäftsbericht 2018 der United Internet AG ab Seite 52 zur Verfügung.