



innogy SE: Zwischenmitteilung Januar bis März 2017
Telefonkonferenz für Journalisten
Essen, 12.05.2017, 10:00 Uhr (MESZ)
Sprechzettel Bernhard Günther, Finanzvorstand

Es gilt das gesprochene Wort.

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

einen guten Morgen aus Essen und herzlich willkommen zur Bekanntgabe unserer Unternehmenszahlen für das erste Quartal 2017.

Hinter uns liegt ein Jahr der Veränderungen. Und auch ich habe bei unserer Telefonkonferenz zu den ersten drei Quartalen 2016 die Chance genutzt, etwas anders zu machen. Anstatt unsere Zwischenmitteilung zu wiederholen, habe ich mich auf die Einordnung unseres Ergebnisses und einige wenige Kernaussagen konzentriert.

Mein Eindruck: Sie als Journalisten konnten damit arbeiten. Deshalb bleibe ich diesem Format treu. Und anschließend stehe ich wie immer für Nachfragen parat.

Unsere Quartalszahlen unterstreichen, was wir auf unserer Hauptversammlung betont haben: Wir haben ein erfolgreiches und zukunftsfähiges Unternehmen auf die Beine gestellt.

In Zahlen ausgedrückt: innogy hat in den Monaten Januar bis März ein bereinigtes Nettoergebnis von 684 Millionen Euro erzielt.

Wir haben unser bereinigtes EBITDA im Vergleich zum Vorjahresquartal um 4 Prozent auf rund 1,6 Milliarden Euro steigern können. Das bereinigte EBIT belief sich auf knapp 1,3 Milliarden Euro. Es lag damit ca. 6 Prozent über dem Vorjahr. Das Jahr des finanziellen Übergangs liegt hinter uns – es geht aufwärts!

Maßgeblich für unsere positive Entwicklung war das deutsche Netzgeschäft. Zum einen hatten wir dort 2016 Mehraufwendungen durch die Bildung von Rückstellungen für Altersteilzeit. Zum anderen profitieren wir nun ganz erheblich von geringeren Aufwendungen für Betrieb und Instandhaltung unserer Netze.

An dieser Stelle gleich der erste Punkt, den ich betonen möchte: Wir begreifen es als Daueraufgabe, unsere Netze fit für die Energiewende zu machen.

Maßgeblich für unsere steigenden Investitionen im ersten Quartal ist aber der Kauf von Belectric. Das zeigt: innogy investiert in langfristiges Wachstum.

Wir haben schon mehrfach betont: Unser Börsengang gibt uns Spielraum für Investitionen in Zukunftsgeschäft. Im Bereich der Erneuerbaren schließen wir mit dem Solar- und Batteriespezialisten nun eine strategische Lücke. Wir setzen auf kostengünstige Freiflächen-Solarkraftwerke und Batterietechnologie; wir erschließen uns ein neues Geschäftsfeld und tragen zu einer bezahlbaren Energiewende bei.

Mit der Integration von Belectric in die innogy SE stärken wir unsere operativen Strukturen. Und gleichzeitig gewinnen wir eine namhafte, eigenständige Marke hinzu.

Wir streben in unserem neuen Geschäftsfeld eine starke Marktposition in Deutschland an – als Basis für ein starkes Auftreten im Ausland. Und wir sind überzeugt: Jetzt ist es auch in Deutschland Zeit für Freiflächen-Solarkraftwerke. Bayern und Baden-Württemberg flexibilisieren die Möglichkeiten für zulässige Ausschreibungsflächen. Andere Bundesländer müssen und werden nachziehen!

Meine Damen und Herren,

innogy setzt auf Stabilität und Wachstum mit Augenmaß. Eine erneute Bestätigung ist unsere erste eigene Anleihe Anfang April, die mehrfach überzeichnet wurde.

Wir haben einen klaren, erfolgversprechenden, auf Wertsteigerung ausgelegten Kurs eingeschlagen. Nun geht es darum, innogy durch den geschäftlichen Alltag zu führen.

Zweifelsohne: Dieser Alltag birgt Herausforderungen. Das zeigt das erste Quartal 2017 in unserem britischen Vertriebsgeschäft.

Sie wissen: Unsere Unternehmenstochter npower hatte massive Probleme. Wir haben im März 2016 ein umfangreiches Maßnahmenpaket vorgelegt, um dem entgegen zu wirken. Damit legen wir größtes Augenmerk darauf, dass sich npower erholt.

Zwischenergebnis: npower liegt bei der Umsetzung dieser Maßnahmen voll im Plan, bekommt seine operativen Probleme in den Griff, hat Prozesse vereinfacht und Kosten reduziert. Um Ihnen eine Vorstellung zu geben, wovon wir reden: Geplant waren bislang Kosteneinsparungen von 200 Mio. Pfund, tatsächlich umgesetzt haben wir bereits Effizienzmaßnahmen, die 100 Mio. Pfund bringen sollen.

Doch Fakt ist: Das geschäftliche Umfeld in Großbritannien verschlechtert sich zusehends. Der Wettbewerb um Kunden ist angespannt; Großhandelspreise und regulierungs-induzierte Kosten haben sich erhöht: Und als Ergebnis dessen – Scottish Power und Centrica haben das schmerzlich erfahren – brechen die Margen weg. Unsere Preiserhöhung bei Standardtarifen hingegen hatte noch keinen nennenswerten Einfluss auf das Ergebnis im ersten Quartal. Sie trat erst zum 16. März in Kraft.

Über all dem schwebt die Gefahr eines weiteren, regulatorischen Eingreifens der britischen Regierung in Form einer Ausweitung von Preisobergrenzen auf den Grundversorgertarif.

Das alles betrifft nicht nur npower, es betrifft alle britischen Energieversorger. Im Wettbewerb untereinander muss npower daher schneller laufen als alle anderen. In diesem veränderten Marktumfeld prüfen wir daher, welche Maßnahmen wir für eine weitere Reduzierung der Kostenbasis bei npower anstoßen müssen.

Meine Damen und Herren,

innogy startet mit guten Aussichten ins zweite operative Geschäftsjahr. Wir stehen dabei vor Herausforderungen. Doch wir kommen voran.

Beispiel Vertriebsgeschäft Deutschland: Hier haben wir effizienzsteigernde Maßnahmen und Kostensenkungen vorangetrieben. Und genau da machen wir weiter. Wir erwarten im Geschäftsjahr 2017 weitere Effizienzsteigerungen in Deutschland, aber auch in den Niederlanden und Belgien.

Das unterstreicht: innogy macht seine Hausaufgaben. Wir stellen uns der Daueraufgabe, das Unternehmen noch stärker auf Leistung zu trimmen. Und wir folgen dabei konsequent unserem Anspruch, digitaler zu werden.

Ein Beispiel ist der vermehrte Einsatz von Automatisierungssoftware beim Kundenservice im B2C-Geschäft – insbesondere bei wiederkehrenden, standardisierten Prozessen. Dadurch schlagen wir zwei Fliegen mit einer Klappe: Wir verbessern unseren ohnehin schon guten Kundenservice weiter und werden gleichzeitig effizienter.



Wir haben mit innogy Erwartungen geweckt. Jetzt liefern wir.

Zweites Beispiel: Wir wollen mit Energie-Plus-Produkten die Kundenbindung erhöhen und einen substanziellen Ergebnisbeitrag liefern. Die Quartalszahlen weisen in die richtige Richtung. Nun wollen wir den Anteil dieser Produkte am bereinigten EBITDA weiter steigern – bis 2018 auf mehr als 150 Millionen Euro.

2018 aber ist Zukunft. Jetzt geht es um 2017. Und damit zum Ausblick.

Wir bestätigen den positiven Ausblick, den wir im März gegeben haben. Von besonderer Bedeutung für unsere Aktionäre ist dabei sicherlich das angepeilte Wachstum beim bereinigten Nettoergebnis. Wir wollen weitere Effizienzmaßnahmen umsetzen, um schwierigen Marktentwicklungen wie im britischen Vertriebsgeschäft entgegenzusteuern.

In der Summe lässt sich sagen: Unser Weg ist nicht frei von Herausforderungen, aber es bleibt ein guter Weg! Ein Weg übrigens, den immer mehr Menschen in Deutschland wahrnehmen. Denn fast jeder zweite Deutsche kennt innogy – und das ein dreiviertel Jahr nach Markteinführung.

Sie werden sich vielleicht wundern, dass ich als Zahlenmensch mein Statement mit einem verhältnismäßig weichen Thema schließe. Aber innogy ist ein junges Unternehmen. Identität und Kundenbindung sind der Nährboden unseres Geschäfts. Und das spiegelt sich über kurz oder lang auch in Bilanzen wider.

Nun aber freue ich mich erstmal auf Ihre Fragen! Vielen Dank!