

MobilCom AG: Cellway-Kauf perfekt

Mitteilung gemäß Paragraph 15 WpHG übermittelt von der DGAP.
Für den Inhalt der Mitteilung ist allein der Emittent verantwortlich.

Schleswig (ots-Ad hoc-Service) - Die MobilCom AG hat mit einem Tochterunternehmen der France Telecom einen Kaufvertrag zur Übernahme aller Anteile der Martin Dawes Telecommunication (Deutschland) GmbH, Hallbergmoos, geschlossen. Diese vermarktet den Namen "Cellway" Mobilfunkanschlüsse für die Mobilfunknetze D-1, D-2 und E-Plus. Durch die Übernahme entsteht der zweitgrößte netzunabhängige Mobilfunkanbieter in Deutschland mit über 560.000 Kunden, einem Marktanteil von 8 % und einem Gesamtumsatz von über 1 Milliarde Mark.

Das Management der MobilCom AG sieht als Vorteil der Übernahme, neben einer Stärkung der Marktposition im Mobilfunk, vor allem die Erweiterung der Vertriebswege. Während sich die MobilCom traditionell auf den Direktvertrieb konzentriert, wird die Marke "Cellway" ausschließlich dem Fachhandel vorbehalten bleiben und sich mit dem Produktangebot sowie in der Serviceleistungen voll auf diesen Vertriebsweg ausrichten. Die kräftig erweiterte Kundenbasis soll auch dazu beitragen, die erfolgreich gestarteten Festnetzaktivitäten der MobilCom schneller auszubauen.

Da "Cellway" profitabel arbeitet, ist der Erwerb nach Vorstandsangaben eine "ausgezeichnete Basis, um den Gewinn pro Aktie der MobilCom AG auch für 1998 erheblich zu steigern". In einer außerordentlichen Hauptversammlung Anfang Mai 1998 sollen die Aktionäre über die Details der Übernahme umfassend informiert werden. Der Kaufpreis liegt zwischen 220 und 240 Millionen Mark. Der bei "Cellway" vorhandene Verlustvortrag von über 170 Millionen Mark wird auch dazu beitragen, die Steuerquote der MobilCom AG zu senken.

Ende der Mitteilung
Im Internet recherchierbar: <http://www.newsaktuell.de>

*****ORIGINALTEXT-SERVICE UNTER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS*****

OTS0034 1998-03-31/09:11

310911 Mär 98

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_19980331_OTS0034