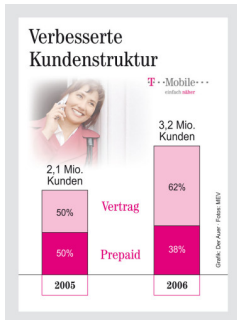


T-Mobile erfolgreich aufgestellt für 2007



Verbesserte Kundenstruktur

Credit: T-Mobile Austria

Fotograf: Hans Auer

Wien (OTS) -

- Steigerung bei Umsatz und EBITDA nach Konsolidierung
- Investitionen von über 200 Mio. Euro
- Bekenntnis zur 2-Marken Strategie
- Steigerung der Mobilfunkminuten auf 67%

2006 war für T-Mobile Austria ein sehr erfolgreiches Jahr in einem äußerst schwierigen Marktumfeld. Mit dem Kauf von tele.ring hat das Unternehmen seine Kundenbasis von 2,1 Millionen auf 3,2 Millionen Kunden gesteigert. Aber nicht nur durch den Kauf ist die Gesamtkundenanzahl des Unternehmens gestiegen, sondern beide Marken konnten jeweils ihre Kundenbasis erhöhen. Im Vergleich zum Vorjahr telefonieren 100.000 Kunden mehr im Netz von T-Mobile und tele.ring. Im vergangenen Jahr hat sich auch die Kundenstruktur erfreulich entwickelt: der Anteil der Vertragskunden ist von 50% auf 62% gestiegen, die Businesskunden um 17% von 290.000 auf 340.000. "Das Jahr 2006 war wie erwartet, ein Jahr der Weichenstellungen," sagt der scheidende Vorsitzende der Geschäftsführung von T-Mobile Austria Dr. Georg Pölzl. "Mit der Integration von tele.ring: dem Umzug der Mitarbeiter in das T-Center und der Zusammenführung von Organisationen, Netzen und IT-Systemen war T-Mobile mit großen Herausforderungen konfrontiert. Dass diese Herausforderungen von den Mitarbeitern bravourös gemeistert wurden, kann man auch an den Unternehmenszahlen ablesen."

Steigerung bei Umsatz und EBITDA nach Konsolidierung

Trotz des starken Wettbewerbs mit einem Preisverfall von 10% im letzten Jahr sowie der Konsolidierungseffekte durch den tele.ring Merger konnte T-Mobile einen Umsatz im Kerngeschäft von 1,15 Mrd. Euro erzielen. Noch stärker als der Umsatz konnte das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) von 225 Mio Euro im Jahr 2005 um nahezu 50% auf 331 Mio. Euro im Jahr 2006 gesteigert werden*.

Im Vergleich zu den anderen Mobilfunkbetreibern ist der ARPU (Average Revenue per User) bei T-Mobile nur geringfügig von Euro 34,7 auf Euro 34,2 zurückgegangen, weil der Non-Voice Anteil (SMS, MMS, web'n'walk) um ca. 20% gestiegen ist. Verantwortlich für den starken Anstieg ist die Erfolgsgeschichte von Mobile Internet. Mit über 200.000 web'n'walk Kunden setzt sich der Trend des mobilen Internets unaufhaltsam fort.

Investitionen von über 200 Mio. Euro

2006 hat T-Mobile Austria soviel investiert wie noch nie zuvor in der Unternehmensgeschichte. 200 Millionen Euro wurden in das weltweit erste flächendeckende HSDPA Netz und in die Integration von tele.ring investiert. "200 Millionen Euro ist eine bedeutende Investition in den Wirtschaftsstandort Österreich. Wir haben mit diesen Investitionen das modernste und leistungsfähigste GSM/UMTS Netz Österreichs aufgebaut. Dieses steht künftig sowohl den T-Mobile als auch den tele.ring Kunden zur Verfügung", freut sich Pölzl.

Bekanntnis zur 2-Marken Strategie

Im Jahr der Übernahme von tele.ring gab T-Mobile ein klares Bekanntnis zur 2-Marken Strategie auf dem österreichischen Markt ab. So wird die Marke tele.ring weiterhin für Preisführerschaft und T-Mobile für Serviceführerschaft mit internationalen Hintergrund auf dem österreichischen Mobilfunkmarkt stehen. Erst kürzlich wurde mit tele.ring Mücke ein neues innovatives Wertkartenangebot auf den Markt gebracht; mit jüngsten Produktinnovationen wie dem AMEO oder der Tarifoffensive Supercent 9 hat auch T-Mobile erneut starke Impulse gesetzt. Mit der Senkung der Roaming-Preise um 30% profitieren T-Mobile Kunden von den Preissenkungen innerhalb der T-Mobile Gruppe und der FreeMove Allianz.

Steigerung der Mobilfunkminuten auf 67%

2006 wurden 67% aller Telefonieinheiten über den Mobilfunk

abgewickelt; eine deutliche Steigerung im Vergleich zu 2005. "Auch in Zukunft wird der Anteil des Mobilfunks weiter steigen, da in Österreich im Europa Vergleich preisgünstigste Mobiltelefonie relativ teurem Festnetz gegenüber steht. Diese Preisrelation und die hohe Leistungsfähigkeit des Mobilfunks im Bereich der Datenübertragung wird künftig auch zu einer Verdrängung des Festnetzes beim Internetzugang durch den Mobilfunk führen", so Pölzl. T-Mobile wird auch 2007 mit zahlreichen neuen und innovativen Produkten und Tarifen diese Entwicklung vorantreiben. Dabei wird auch künftig der Fokus auf Kundenmehrwert, Einfachheit des Produktes und Benutzerfreundlichkeit liegen.

*ab Q2/2006 inkl. tele.ring

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an Andrea Karner, T-Mobile Austria, unter der Telefonnummer +43 1 79 585 6030. Diese und alle anderen T-Mobile Austria Pressemitteilungen finden Sie auf der T-Mobile Austria Homepage unter: www.t-mobile.at im Menü Unternehmen / Bereich Presse. Unter diesem Link gelangen Sie auch zu unseren Pressefotos.

~

SIM Karten österr. Mobilfunkmarkt	Mio. 9,2
Teilnehmer T-Mobile Austria	Mio. 3,2
davon Vertragskunden	% 62
Umsatz TMA	Mrd. 1,15
EBITDA	Mio. 331
Investitionen	Mio. 200
Roamingländer	149
Roamingpartner	293
GPRS- & MMS- Roaming Länder	78
GPRS- & MMS- Roaming Partner	152
UMTS Roaming Länder	28
UMTS Roaming Partner	50

~

Bild(er) zu dieser Meldung finden Sie im AOM/Original Bild Service, sowie im APA-OTS Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

Rückfragehinweis:

Andrea Karner

T-Mobile Austria

Tel.: +43 1 79 585 6030

www.t-mobile.at

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0077 2007-03-01/10:27

011027 Mär 07

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20070301_OTS0077