

## Zahl der MTN-Kunden steigt auf 61,4 Millionen - Gruppe liefert weiter solide Leistung

Johannesburg, Südafrika (ots/PRNewswire) -

- HÖHEPUNKTE DES JAHRESERGEBNISSES für das Geschäftsjahr per 31. Dezember 2007

- Kundenzahl der Gruppe um 53 % auf 61,4 Millionen gestiegen
- Umsatzanstieg von 42 % auf 73,1 Mrd. südafrikanische Rand (ZAR)
- EBITDA um 42 % auf 31,8 Mrd. ZAR gesteigert
- Nettoverschuldung zu EBITDA 0,5 %
- Berichtigte Headline-EPS von 681,9 Cents
- Dividende je Aktie 136 Cents

Die MTN Group ist erfreut, bekannt zu geben, dass der Konzern in seinen 21 Unternehmen 61,4 Millionen Kunden per 31. Dezember 2007 ausweisen kann. Dies bedeutet einen Anstieg um 53 % verglichen mit 40,1 Millionen Vertragskunden per 31. Dezember 2006. Darüber hinaus hat die MTN Group eine Dividende von 136 Cents je Aktie ausgeschüttet, somit eine höhere Dividende als jemals zuvor.

Die früheren Investcom Betriebe verzeichneten einen Vertragskundenzuwachs von 66 % auf 13,9 Millionen und zeichnen somit für 23 % der gesamten Kundenbasis der Gruppe verantwortlich. In der Wirtschaftsregion Süd- und Ostafrika (SEA, South and East Africa) stieg die Zahl der Kunden um 23 % auf 19,3 Millionen. In der Wirtschaftsregion West- und Zentralafrika (WECA, West and Central Africa) stieg die Vertragskundenanzahl um 43 % auf 28 Millionen, und der Wirtschaftsraum Naher Osten und Nordafrika (MENA, Middle East and North Africa) verzeichnete einen phänomenalen Anstieg um 186 % auf 14 Millionen, angetrieben vom sehr starken Wachstum von MTN Irancell.

Zusammenfassung der Ergebnisse

Der Umsatz der MTN Group stieg um 42 % auf 73,1 Mrd. ZAR, zum 31.

Dezember 2006 wurden noch 51,6 Mrd. ZAR ausgewiesen. Der Umsatzanstieg ist hauptsächlich auf das signifikante Wachstum der Nutzerzahl zurückzuführen.

Der Jahresüberschuss vor Steuern, Zinsen, Abschreibung und Amortisation (EBITDA) der Gruppe stieg im Vergleich zum 31. Dezember 2006 um 42 % auf 31,8 Mrd. ZAR. Dies ist auf das starke Umsatzwachstum und Initiativen zur Verbesserung der betrieblichen Effizienz zurückzuführen. Die Wirtschaftsregionen SEA und WECA trugen mit 36 % bzw. 52 % zum EBITDA der Gruppe bei.

Im Vergleich zum Geschäftsjahr per 31. Dezember 2006, für das ein berichtigter Headline-EPS (Earnings per Share, nach Headline-EPS-Methode ermittelte Gewinne je Aktie) von 584,7 Cents ausgewiesen wurde, fällt der Headline-EPS der betrachteten Periode (Geschäftsjahr per 31. Dezember 2007) mit 681,9 Cents günstig aus.

Der durchschnittliche Umsatz pro Benutzer (ARPU, Average Revenue per User) sank leicht in den meisten Betrieben, was bei der verstärkten Durchdringung der Segmente mit geringerer Nutzung normal ist.

Die Steuerbelastung der Gruppe stieg um 5,2 Mrd. ZAR auf 7,79 Mrd. ZAR im Vergleich zum Geschäftsjahr per 31. Dezember 2006. Dies ist grösstenteils dem Ende der Pioneer-Steuerfreijahre in Nigeria im März 2007 zuzuschreiben.

Während des Geschäftsjahres 2007 erleichterte die MTN Group die Erhöhung der Kapitalbeteiligung von regionalen Aktionären in Uganda auf 5 %. MTN senkte in dem Jahr zudem seinen Aktienbesitz in der Elfenbeinküste auf 60 %. Die Gruppe möchte zudem, wo immer möglich, sicherstellen, dass das Unternehmen in allen Betrieben eine Mehrheitsbeteiligung hat. Mit diesem Zweck erhöhte die MTN Group im Jahre 2007 seinen Aktienbesitz an MTN Ruanda von 40 % auf 55 % und an Mascom Botswana von 51 % auf 53 %. Der gestiegene Aktienanteil führte in Botswana zu keiner Änderung der Mehrheitsverhältnisse.

Phuthuma Nhleko, der Präsident und CEO der MTN Group, sagte: "Ich bin erfreut über ein weiteres zufrieden stellendes Jahr in allen Betrieben der MTN Group. Die meisten Betriebe konnten die Nutzerzahlen und den Umsatz signifikant steigern. Die Leistung spiegelt die signifikanten Wachstumsmöglichkeiten der Gruppe mit einem erweiterten Profil wider.

"In der Zukunft werden wir weiter aktiv nach Möglichkeiten zur Mehrwertverbesserung in Schwellenländern Ausschau halten, viel in Infrastruktur investieren und sicherstellen, dass die Gruppe eine gute Ausgangsposition hat, um den schnell wachsenden Technologiemarkt der konvergenten Netze nutzen zu können. Wir werden weiter die betriebliche Effizienz verbessern und uns aktiv mit den Regulierungsbehörden in den zahlreichen Märkten, in denen wir tätig sind, zusammenarbeiten."

#### Betrieblicher Überblick

MTN South Africa lieferte sehr solide Leistungen in einem hart umkämpften Markt und konnte seine Gesamtkundenzahlen gegenüber dem 31. Dezember 2006 um 17 % auf 14,8 Millionen am 31. Dezember 2007 steigern. Die Zahl der Postpaid-Kunden stieg um 9 % auf 2,5 Millionen und die der Prepaid-Kunden stieg um kräftige 19 % auf 12,3 Millionen im Geschäftsjahr. Prepaid-Karten mit geringem Nennwert waren der Schlüssel zur erfolgreichen Stimulation der Nutzung. Der Marktanteil von 36 % per 31. Dezember 2007 blieb unverändert.

Zu den Netzwerkverbesserungen während des Berichtszeitraums gehörten die Inbetriebnahme von 371 2G Funkbasisstationen (BTSS, Base Transceiver Stations) und 590 3G BTSS. Am Jahresende betrug die Gesamtzahl an 3G-Sites 1.379 und es waren 904.000 3G-Mobilgeräte und Datenkarten im Einsatz. In der Zukunft wird MTN South Africa sein eigenes Fiberkabel zur Erhöhung der Kapazität und Qualität der Mobilfunkübertragung und zur effizienten Verwaltung der Margen verlegen.

Das MTN-Datenangebot gewinnt mit einem Anstieg von 42 % beim Datenumsatz auf 2,8 Mrd. ZAR an Bedeutung. Dies ist auf aggressive Preisgestaltung, vermehrte 3G-Nutzung und verbessertes Speichermanagement in den Channels zurückzuführen.

MTN Nigeria steigerte seine Nutzerzahlen um 34 % auf 16,5 Millionen am 31. Dezember 2007. Die Netzwerkskapazität und -qualität wurde durch die Einführung einer neuen Infrastruktur im zweiten Halbjahr 2007 verbessert.

Obschon über den Erwartungen sank der Durchschnittsverbrauch pro Nutzer (ARPU) von 18 US-Dollar (USD) per 31. Dezember 2006 auf 17 USD per 31. Dezember 2007, was bei der verstärkten Durchdringung in Segmenten mit geringerer Nutzung normal ist.

MTN Nigeria konnte mit einem Marktanteil von 44 %, dank aggressiver Preisgestaltung, starker Markenpräferenz und effektiver Wertangebote, seine führende Marktposition behaupten. Während des Abrechnungszeitraumes wurden eine Reihe von Produkten und Innovationen gestartet, beispielsweise GPRS Roaming, Edge, Blackberry(c) Services, Vitrain Top-up und Wimax.

Per 31. Dezember 2007 wurden 785 zusätzliche Sites hinzugefügt, wodurch die Gesamtzahl der Live Sites auf 3.422 steigt; rund 77 Sites verfügen nun über 3G-Technologie. Die Fiberverkabelungen des Lagos Metronetzes (82km) und im Niger Delta (342km) wurden im zweiten Halbjahr 2007 fertig gestellt.

MTN Nigeria wurde eine Lizenz zur Nutzung des 2-GHz-Frequenzbandes über 15 Jahre ab dem 1. Mai 2007 für 150 Mio. USD zur Bereitstellung der 3G-Services eingeräumt. Der Betrieb erhielt auch die Lizenz für das 7,5 MHz Frequenzbandes ab dem 23. März 2007 für N288 000, die jährlich verlängert werden kann.

Der Berichtszeitraum ist das erste Gesamtgeschäftsjahr für MTN Irancell. Während dieses Zeitraumes verzeichnete der Betrieb eine aussergewöhnliche Leistung und eine von 154.000 auf sechs Millionen gestiegene Kundenzahl. Das entspricht einer durchschnittlichen Netto-Akquisitionsrate von 488.000 Kunden pro Monat. Prepaid-Kunden stellen den Grossteil der Kundenbasis mit 94 %.

Der ARPU stieg von 9 USD per 31. Dezember 2006 auf 10 USD am 31. Dezember 2007. Das ist die Folge von Paketen, die zur Nutzung anregen sowie von Verbesserungen der Qualität und Kapazität des Netzes. MTN Irancell ist das erste Unternehmen am Markt, das (im Iran) GPRS anbietet, womit E-Mail-Lösungen, MMS, Daten-SIMS und ein Vitrain-Content-Portal möglich wurden.

Nach der langsamen Ausweitung des Netzwerks im Jahr 2006 wurde das Netzwerk signifikant verbessert und hatte genügend Kapazität, um 6,5 Millionen Vertragskunden per 31. Dezember 2007 zu bedienen. Es gibt 2.023 Live Sites in 30 Provinzhauptstädten und 291 Gemeinden. Die geografische Netzabdeckung beträgt 50 %, die demographische 50 % und es besteht eine Netzabdeckung für 1.500 Strassenkilometer.

MTN Ghana verzeichnete im Abrechnungszeitraum aussergewöhnliches Wachstum bei der Vertragskundenzahl, die von 2,6 Millionen im Dezember 2006 auf vier Millionen stieg. Dies wurde von Verbesserungen

in der Netzabdeckung und -qualität sowie verbesserten, aggressiven Angeboten untermauert. Der ARPU sank von 17 USD per 31. Dezember 2006 auf 14 USD am 31. Dezember 2007 aufgrund verstärkter Durchdringung und reduzierter Tarife.

Die Netzwerkverbesserungen wurden im Berichtszeitraum mit der Installation von 718 neuen BTSs fortgesetzt, wodurch die Gesamtzahl auf 1.660 anstieg. Per 31. Dezember 2007 lagen die geographische Abdeckung bei 28 % und die demographische bei 72 %.

MTN Sudan steigerte seine Vertragskundenanzahl um 96 % auf 2,1 Millionen am 31. Dezember 2007. MTN Sudan vergrößerte seinen Marktanteil in einem stark umkämpften Markt von 25 % auf 28 % per 31. Dezember 2007.

Die Kundenakquisition wurde im ersten Quartal 2007 aufgrund technischer Schwierigkeiten während der Migration auf das neue Abrechnungssystem verlangsamt.

Der ARPU sank von 16 USD per 31. Dezember 2006 auf 12 USD am 31. Dezember 2007, aufgrund der starken Anbindung an den Niedrigverbrauchsmarkt und der Vorherrschaft dualer Sim-Karten. MTN Sudan hat eine segmentierte Preisstaffelung gestartet, die den Verbrauch ankurbeln und den ARPU stützen wird.

Während des Abrechnungszeitraums nahm das Unternehmen 575 weitere BTS Sites in Betrieb. Die demographische Abdeckung beträgt 43 % und die geografische 3 %.

MTN Syria lieferte eine stabile Leistung in diesem stark wachsenden Markt und verzeichnete einen Anstieg der Vertragskundenanzahl um 39 % auf 3,1 Millionen per 31. Dezember 2007. Der gemischte ARPU sank von 22 USD per 31. Dezember 2006 auf 20 USD am 31. Dezember 2007. Prepaid-ARPU liegen bei 15 USD und Postpaid-ARPU bei 42 USD. Dies ist auf einen Anstieg der Mobilfunkdurchdringung von 26 % auf 35 % zurückzuführen.

MTN Syria konzentrierte sich weiter darauf, die Abdeckung in wichtigen Städten des Landes sowie in ländlichen Gebieten und den Küstenregionen zu verbessern. Es wurden 337 neue BTSs im Geschäftsjahr per 31. Dezember 2007 in Betrieb genommen. Die demographische Abdeckung lag bei 98 % und die geografische bei 78 %.

"Die Aussichten für die Gruppe für 2008 bleiben weiter positiv in unseren wichtigsten Märkten. Im Verlauf dieses Jahres erwarten wir eine Vergrößerung unserer Vertragskundenzahl um rund 22 Millionen", schloss Nhleko.

(i) Gemischter ARPU

~

	31.Dez.2006	31.Dez.2007	31.Dez.06	31.Dez.07
			ARPU	ARPU
MTN Group Kunden	(000)	(000)	(ZAR/USD)	(ZAR/USD)
<b>Süd- und Ostafrika</b>				
Südafrika	12.483	14.781	(i)159 ZAR	(i)149 ZAR
Swasiland	268	380	20 USD	18 USD
Botswana	600	874	19 USD	15 USD
Sambia	187	262	19 USD	10 USD
Uganda	1.595	2.799	12 USD	10 USD
Ruanda	384	652	17 USD	12 USD
Zwischensumme	15.517	19.329		
<b>West- und Zentralafrika</b>				
Nigeria	12.281	16.511	18 USD	17 USD
Ghana	2.585	4.016	17 USD	14 USD
Kamerun	1.783	2.559	15 USD	14 USD
Elfenbeinküste	1.625	2.679	18 USD	13 USD
Kongo Brazzaville	280	316	20 USD	20 USD
Liberia	218	304	18 USD	19 USD
Benin	476	652	21 USD	12 USD
Guinea Conakry	276	727	17 USD	15 USD
Guinea Bissau	98	235	12 USD	17 USD
Zwischensumme	19.622	27.999		
<b>Naher Osten und Nordafrika</b>				
Sudan	1.066	2.090	16 USD	12 USD
Iran	154	6.006	9 USD	10 USD
Afghanistan	218	1.200	14 USD	11 USD
Syrien	2.237	3.109	17 USD	20 USD
Jemen	1.161	1.507	10 USD	9 USD
Zypern	76	113	35 USD	39 USD
Zwischensumme	4.912	14.025		
TOTAL	40.051	61.354		

~

## Unternehmensprofil MTN Group

Die 1994 gegründete MTN Group ist ein multinationaler Telekommunikationskonzern, der in 21 Ländern in Afrika, Asien und dem Nahen Osten aktiv ist. Die Aktien der MTN Group werden am JSE Securities Exchange in Südafrika unter dem Symbol "MTN" gehandelt. Per 31. Dezember 2007 wies MTN 61,4 Millionen Kunden für seine Betriebe in Afghanistan, Benin, Botswana, Kamerun, Elfenbeinküste, Zypern, Ghana, Guinea Bissau, Republik Guinea, Iran, Liberia, Nigeria, Republik Kongo (Kongo Brazzaville), Ruanda, Südafrika, Sudan, Swasiland, Syrien, Uganda, Jemen und Sambia aus. Die MTN Group ist globaler Sponsor der Fussballweltmeisterschaft 2010 ("2010 FIFA World Cup South Africa(TM)") und ist Inhaber des Exklusivrechts für mobile Inhalte für Afrika und den Nahen Osten. Weitere Informationen finden Sie unter <http://www.mtn.com>.

### Rückfragehinweis:

Weitere Informationen erhalten Sie von: Pearl Majola unter +27-83-212-2459 oder [Majola\\_p@mtn.co.za](mailto:Majola_p@mtn.co.za); Lwazi Stuurman unter +27-83-212-1057 oder [stuurm\\_l@mtn.co.za](mailto:stuurm_l@mtn.co.za)

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

OTS0270 2008-03-20/22:22

202222 Mär 08

### Link zur Aussendung:

[http://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20080320\\_OTS0270](http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20080320_OTS0270)