28. Februar 2008

O_2 Germany gewinnt 2007 1,4 Mio Kunden

- Zahl der Mobilfunk-Kunden steigt auf 12,5 Mio.
- Telefónica Deutschland erreicht 1,5 Mio. DSL-Kunden
- Quartalsumsatz entwickelt sich stabil zum Vorjahr

MÜNCHEN. O_2 Germany konnte sich 2007 im hart umkämpften Mobilfunkgeschäft dank attraktiver Produkte behaupten. Das Unternehmen hat nun 12,5 Mio. Postpaid- und Prepaidkunden. Auch Telefónica Deutschland legte bei der Kundenzahl deutlich zu, sie hat sich in 12 Monaten um 700 Tsd. erhöht und damit nahezu verdoppelt: Rund 1,5 Mio. Kunden nutzen mittlerweile Breitband-Services über das Telefónica Deutschland Netz.

Im vierten Quartal hat O_2 in Deutschland 303 Tsd. Mobilfunkkunden gewonnen und erreicht nun 12,5 Mio. Kunden, ein Zuwachs um 13,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Das Unternehmen hat im vierten Quartal eine Bereinigung der Kundenbasis nach den Richtlinien der Telefónica S.A. durchgeführt. O_2 zählt nur Prepaidkunden als aktiv, die in den letzten drei Monaten einen Anruf durchgeführt haben. Ohne diese einmalige Bereinigung lag der Netto-Zuwachs im viertes. Quartal sogar bei 613 Tsd. Neukunden. Auf Basis einer Ganzjahresbetrachtung, können wir 14,3 Mio. Gesamtkunden ausweisen.

Starkes Partnergeschäft

Zu diesem hohen Wachstum im Weihnachtsgeschäft trug die Marke Fonic 129 Tsd. Mobilfunkkunden bei, insgesamt zählte Fonic Ende 2007 nach dem Start im September bereits 200 Tsd. Kunden. Die Partnerschaften mit Tchibo und Hansenet steuerten ebenfalls zum hohen Kundenzuwachs bei. Tchibo konnte seine Kundenbasis im vierten Quartal um 81 Tsd. auf 1,2 Mio erhöhen. Hansenet konnte im gleichen Zeitraum 148 Tsd. Kunden gewinnen und seine Kundenbasis in nur drei Monaten annähernd verdoppeln. Hansenet erreicht nun 316 Tsd. Mobilfunkkunden.

O_2 Germany hat im vierten Quartal 244 Tsd. Postpaidkunden gewonnen, insgesamt waren es im vergangenen Geschäftsjahr 756 Tsd. neue Vertragskunden. Der monatliche ARPU (durchschnittliche Umsatz je Kunde) der Postpaid-Kunden ist mit 32,3 Euro 17,6 Prozent niedriger als im Vorjahresquartal. Der Rückgang des durchschnittlichen Kundenumsatzes ist insbesondere auf die Senkung der Terminierungsentgelte in den Jahren 2006 und 2007 sowie auf den intensiven Preis-Wettbewerb zurückzuführen.

Zudem hat O_2 im vierten Quartal 369 Tsd. Prepaidkunden gewonnen. Durch die Anpassung der Kundenzählung an die Standards von Telefónica S.A. wurde die Kundenbasis zum Jahresende um 310 Tsd. Kunden bereinigt. Nach der Bereinigung zählt O_2 noch einen Nettozuwachs von 59 Tsd. Prepaidkunden oder insgesamt 691 Kunden im Gesamtjahr.

Der monatliche ARPU der Prepaidkunden lag bei 6,4 Euro und damit 22,8 Prozent niedriger als im Vorjahr. Auch dies ist auf die Senkung der Terminierungsentgelte und den intensiven Preis-Wettbewerb in Deutschland zurückzuführen. Der über Postpaid und Prepaid gemittelte ARPU lag im vierten Quartal bei 19,4 Euro und damit 17,9 Prozent niedriger als vor einem Jahr.

Entwicklung DSL-Kundenbasis

Im vierten Quartal konnte O_2 Germany 38 Tsd. DSL-Kunden gewinnen und erreicht zum Jahresende 75 Tsd. Kunden für das Breitbandprodukt O_2 DSL. Weitere 50 Tsd. Kunden haben bereits einen Vertrag abgeschlossen, konnten aber auf Grund der langen Aktivierungszeiten im DSL-Markt nicht bis 31. Dezember 2007 für O_2 DSL freigeschaltet werden. Telefónica Deutschland hat zum Jahresende 1,5 Mio. Kunden erreicht. Diese Kunden sind entweder per ULL (Unbundled Local Loop) angebunden oder sie nutzen DSL-Breitbanddienste von Telefónica Deutschland. Die Gesamtzahl der Telefónica Deutschland Kunden ist damit in einem Jahr um 87 Prozent gestiegen.

Umsatz und Ergebnis

Der Umsatz für O_2 Germany und Telefónica Deutschland lag im vierten Quartal bei insgesamt 929 Mio Euro und blieb damit stabil gegenüber dem Vorjahresquartal. Im Gesamtjahr errechnet sich der Umsatz für 2007 zu 3,541 Mrd. Euro, im Vergleich zu 2006 ein Rückgang um 1,9 Prozent. Das ist auf den deutlichen Umsatzrückgang Anfang des Jahres 2007 zurückzuführen. Der Umsatz hat sich im Lauf des Jahres kontinuierlich stabilisert. Der Mobilfunkserviceumsatz lag im vierten Quartal bei 725 Mio. Euro und ist damit um 6,5 Prozent zum vierten Quartal 2006 gesunken. Darin spiegelt sich die ARPU-Schwäche im deutschen Markt wider, die durch das starke Kundenwachstum zum Teil wieder ausgeglichen werden konnte.

Der OIBDA (Operational Income before depreciation and amortization) lag 2007 bei insgesamt 473 Mio. Euro, ein Rückgang um 24,2 Prozent zum Vorjahr. Werden die im letzten Jahr für Sondereffekte anfallenden Kosten nicht einberechnet, liegt der adjusted OIBDA hingegen bei 720 Mio. Euro, 15,4 Prozent höher als im Vorjahr. Die Sondereffekte setzen sich zusammen aus Restruktierungskosten und der Beendigung des 2G National Roaming zum Ende 2009.

Ausblick: Investition in Kundenzufriedenheit

O_2 investiert im Jahr 2008 in Maßnahmen zur Kundenbindung und Kundengewinnung. Dazu gehört unter anderem der Ausbau des GSM- und UMTS-Mobilfunknetzes. So kann das Unternehmen Produkte wie O_2 Genion oder mobiles Internet auf einer nahezu flächendeckenden, einheitlichen und qualitativ hochwertigen Netzwerk-Plattform anbieten. Zusätzlich zum Netzausbau wird O_2 schnelle Datentechnologien einführen. So wird HSDPA im gesamten UMTS-Netz verfügbar sein und HSUPA für den schnellen Upload von Daten eingeführt. Außerhalb des UMTS-Netzes wird O_2 EDGE anbieten, um auch im 2G Netz schnelles Internet-Surfen zu ermöglichen.

Um näher am Kunden zu sein, wird das Unternehmen im Jahr 2008 die Zahl der O_2 Shops und Partnershops von 570 auf 720 ausbauen. In den O_2 Shops können Kunden neue Produkte wie mobiles Internet oder aktuelle Geräte ausprobieren und sich zu Tarifen und Handys beraten lassen.

O_2 (Germany) GmbH & Co. OHG, ein Tochterunternehmen der Telefónica O_2 Europe plc und Teil des spanischen Telekommunikationskonzerns Telefónica S.A., bietet seinen Kunden in Deutschland Post- und Prepaid-Mobilfunkprodukte sowie innovative mobile Datendienste auf Basis der GPRS- und UMTS-Technologie an. Darüber hinaus stellt das Unternehmen als integrierter Kommunikationsanbieter auch DSL-Festnetztelefonie und Highspeed-Internet zur Verfügung. Telefónica O_2 Europe plc hat 42 Millionen Mobil- und Festnetzkunden in Großbritannien, Irland, der Tschechischen Republik, der Slowakei und Deutschland.

Weitere Informationen:

Stephan Becker- Sonnenschein
O_2 Germany
Georg-Brauchle-Ring 23-25
80992 München
Tel.: 089/ 24 42 – 12 08
Fax: 089/ 24 42 – 12 95
E-Mail: stephan.becker-sonnenschein@o2.com

Dr. Roland Kuntze
O_2 Germany
Georg-Brauchle-Ring 23-25
80992 München
Tel.: 089/ 24 42 – 12 14
Fax: 089/ 24 42 – 12 09
E-Mail: roland.kuntze@o2.com

http://www.de.o2.com/presse

Übersicht Geschäftsentwicklung O_2 Germany

Mobilfunk-Kunden in Mio.

	31. Dez. 2006	*30. Sept. 2007*	***31. Dez. 2007***	***Veränderung gegenüber Vorjahr***
Postpaid	5,481	5,993	**6,237**	**13,8%**
Prepaid[1)]	5,544	6,175	**6,235** [2)]	**12,5%**
Insgesamt	11,025	12,168	**12,472**	**13,1%**
DSL	19	37 Tsd.	**75 Tsd.**	**295%**

1) in den letzten 3 Monaten aktive Kunden 2) Nach neuer Definition seit Q4 2007

Durchschnittlicher Umsatz je Kunde in Euro

	31. Dez. 2006	***30. Sept 2007***	***31. Dez. 2007***	***Veränderung gegenüber Vorjahr***
Postpaid	39,2	34,9	**32,3**	**- 17,6%**
Prepaid[1)]	8,3	6,8	**6,4**	**- 22,9%**
Blended	23,7	20,8	**19,4**	**- 17,9%**

1) in den letzten 3 Monaten aktive Kunden

Daten

	Q4 bis 31. Dez. 2006	***Q3 bis 30. Sept 2007***	***Q4 bis 31. Dez. 2007***	***Veränderung gegenüber Vorjahr***
Datenanteil am Serviceumsatz	22,6%	25,9%	**25,8 %**	**+3,2 PPT**
SMS-Nachrichten in Mio.	734	735	**783**	**+7%**

Umsatz

In Mio. Euro	***Q4 bis 31. Dez. 2006***	***Q3 bis 30. Sept. 2007***	***Q4 bis 31. Dez. 2007***	***Veränderung gegenüber Vorjahr***
Umsatz (O_2 und Telefónica De)	931	909	929	**-0,3 %**
Serviceumsatz Mobilfunk	775	753	725	**-6,5%**

Investitionen

In Mio. Euro	***Q4 bis 31. Dez. 2006***	***Q3 bis 30. Sept. 2007***	***Q4 bis 31. Dez. 2007***	***Veränderung gegenüber Vorjahr***
Capex	412	197	245	**-41%**