

Angesagter Aufwärtstrend

Trotz finanzieller Rückschläge sollen eine Zweimarkenstrategie, die Steigerung des Datenverbrauchs sowie der weitere LTE-Rollout den Aufwärtstrend bei T-Mobile bringen.

Von *Valerie Uhlmann*



Andreas Bierwirth, Geschäftsführer, und Wolfgang Kniese, Finanzgeschäftsführer, bei der Jahrespressekonferenz 2013 von T-Mobile Austria.

Der Mobilfunker T-Mobile musste im Geschäftsjahr 2012 einige Rückgänge verzeichnen. So sank der Umsatz von 924 Mio. Euro im Jahr 2011 auf 878 Mio. Euro um fünf Prozent. Auch das EBITDA ging 2012 im Vorjahresvergleich von 253 Mio. Euro auf 234 Mio. Euro um 7,5 Prozent zurück. Weiters schrumpfte auch der durchschnittliche Umsatz pro Kunde von 18 Euro auf 16 Euro, obwohl die Zahl der Kunden gemessen an den verkauften Sim-Karten im Jahr 2012 um 1,1 Prozent auf 4,1 Mio. Kunden stieg. »Die rückläufigen Zahlen entsprechen ganz dem allgemeinen Branchentrend«, so Wolfgang Kniese, Finanz-Geschäftsführer von T-Mobile Austria. Trotz des anhaltenden Umsatzrückganges konnte T-Mobile die EBITDA-Marge mit rund 27 Prozent stabil halten. Regulatorische Eingriffe wie die Einführung des 60-Euro-Limits für zusätzliche Datenpakete und die Absenkung der Roaminggebühren hätten zuzüglich zum harten Wettbewerb am Mobilfunkmarkt den Preisverfall beschleunigt. »Die österreichische Politik wäre gut beraten, sich zu überlegen was sie will, denn es gibt nicht

viele Unternehmen, die wie wir jährlich 100 Mio. Euro in den Wirtschaftstandort Österreich investieren. Dafür müssen allerdings auch die Rahmenbedingungen stimmen«, meint Kniese.

Aufwärtstrend durch Zweimarkenstrategie

Auch in diesem Geschäftsjahr wird T-Mobile mit den marktdynamischen Folgen der regulatorischen Eingriffe zu kämpfen haben. Man rechne mit einem »Minus in zweistelliger Millionenhöhe«, so Andreas Bierwirth, Geschäftsführer von T-Mobile. Dennoch strebe man in den kommenden Jahren eine Trendwende an. »Wir wollen den Umsatzverfall reduzieren und auf stabiler Basis ein moderates Wachstum erreichen.« Den Aufwärtstrend soll vor allem ein Ausbau der Zweimarkenstrategie von T-Mobile herbeiführen. Da sich der österreichische Mobilfunkmarkt immer mehr in die zwei Segmente Low-Cost und Premium aufspaltet, verschwindet der mittlere Konsumbereich langsam. Mit der Marke tele.ring, die bisher versuchte, den preislich

mittleren bis unteren Bereich des Marktes abzudecken, will man sich nun vor allem auf das Low-Cost-Segment spezialisieren. Mit entsprechend günstigen Tarifen und Endgeräten, die nicht im obersten Bereich angesiedelt sind, sowie Aktionen wie Geld-zurück-Garantien sollen Bestandskunden gehalten und Neukunden gewonnen werden. Im Neukundenbereich sollen Sim-only-Angebote an Bedeutung gewinnen. Auch die Shop-Landschaft der Marke tele.ring soll dem Low-Cost-Segment angepasst werden. Die etwa 30 Shops werden auf eine Handvoll Flagship-Stores reduziert und die tele.ring-Angebote in die T-Mobile-Shops integriert. Der Vertrieb der Marke wird aber vor allem über den E-Commerce-Bereich forciert. Im Premiumsegment soll die Marke T-Mobile bei Privat- und Geschäftskunden vor allem durch Angebote mit Highend-Geräten punkten. So werden, wie schon im Weihnachtsgeschäft, Super-Smartphones um null Euro zusammen mit Datenpaketen um beispielsweise 50 Euro angeboten. Mit einem neuen Brand-Design möchte T-Mobile zukünftig wesentlich lebendiger auftreten.

Wachstum des Datenvolumens und LTE-Rollout

Weitere positive Impulse erwartet Bierwirth vor allem vom ungebrochenen Wachstum des Datenvolumens. Die Datenmenge im T-Mobile-Netz hat sich im Vorjahr annähernd verdoppelt und das Datenvolumen soll bis 2016 weltweit jährlich etwa um 33 Prozent ansteigen. »Mit jeder neuen Generation von Smartphones oder Tablets steigert sich der individuelle Datenverbrauch der Kunden«, so Bierwirth. Durch die Ausweitung des 3G-Versorgungsgebietes im Vorjahr von 75 auf 94 % sowie den weiteren Rollout des LTE-Netzes soll die Verbindungsgeschwindigkeit gesteigert und so auch der Datenverbrauch begünstigt werden. Diese Trends möchte T-Mobile durch gezielte Angebote von Datenpaketen mit höherer Verbindungsgeschwindigkeit je nach Bedarf für sich nutzen. Die Rollout-Geschwindigkeit von LTE werde dieses Jahr rasant zunehmen. »Derzeit beträgt die LTE-Abdeckung in Österreich auf die Bevölkerung gerechnet eine Million. Ende dieses Jahres wird sie voraussichtlich zwei Millionen betragen«, so Unternehmenssprecher Helmut Spudich. □