



Flatrates und Daten-Nachfrage beschleunigen Vertragskundengeschäft der E-Plus Gruppe

Flatrates und Daten-Nachfrage beschleunigen Vertragskundengeschäft der E-Plus Gruppe
E-Plus Geschäftsergebnis des 1. Quartals 2013
Die E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG ("E-Plus Gruppe") hat im Zuge des ersten Quartals 2013 ihre kommerziellen Ausgaben erhöht. Zielsetzung für das Jahr ist ein weiteres Wachstum im Vertragskunden- und Datengeschäft sowie eine erhöhte Präsenz in Regionen, in denen das Unternehmen bislang vergleichsweise geringe Marktanteile hat. Über ein verstärktes Marketing, eine Ausweitung der Vertriebsaktivitäten und die intensiviertere Vermarktung von Smartphones konnte das Unternehmen in den ersten drei Monaten des Jahres weiter starke Zugewinne im Vertragskundensegment und Umsatzsteigerungen im Geschäft mit mobilen Daten generieren. Für die Umsetzung seiner Wachstumspläne hatte das Unternehmen für 2013 signifikante zusätzliche Investitionen angekündigt.
Die Branche befindet sich in einer grundlegenden Transformationsphase hin zu einem datenzentrierten Markt. Wir wollen diesen Umbruch und unsere gesteigerte Netzperformance nutzen, um über zusätzliche Marktinvestitionen unsere Position auszubauen. Dafür sind wir bereit, zeitweise wie im abgelaufenen Quartal Rückgänge in der Profitabilität hinzunehmen, um damit aber die Basis für künftiges Umsatzwachstum zu legen", erklärt E-Plus CEO Thorsten Dirks das Vorhaben der E-Plus Gruppe.
Zuwachs im Datenumsatz und starkes Plus bei Vertragskunden
Der Gesamtumsatz der E-Plus Gruppe erreichte im ersten Quartal 760 Millionen Euro. Die Umsätze aus Mobilfunkleistungen, die so genannten Serviceumsätze, lagen in diesem Zeitraum bei 714 Millionen Euro und damit bereinigt um Regulierungseffekte 2,5 Prozent unter dem Wert des vergleichbaren Vorjahresquartals. Ursächlich dafür ist insbesondere ein sich veränderndes Wettbewerbsumfeld im deutschen Mobilfunk. Dieses zeigt sich in einem steigenden Preisdruck im Markt, einem anhaltend intensiven Wettbewerb im Prepaid-Segment sowie durch Tarif- und Nutzungsoptimierungen auf Kundenseite. Neben den genannten Effekten hat die im Berichtszeitraum voll wirksam werdende Absenkung der Durchleitungsgebühren durch die Bundesnetzagentur maßgeblich für den ausgewiesenen Serviceumsatzrückgang um insgesamt 6,9 Prozent gesorgt. Die rasante Veränderung hin zu einem datenzentrierten Mobilfunkmarkt zeigt sich hingegen positiv im signifikanten Anstieg der Datenumsätze. Diese stiegen für die E-Plus Gruppe im Vergleich zum 1. Quartal des Vorjahres um über 60 Prozent. So genannte Non-Voice-Services aus mobilem Internet und SMS machten im 1. Quartal 2013 bereits 45 Prozent der Umsätze pro Kunde aus - ein Plus von 6 Prozentpunkten im Vergleich zu einem Jahr zuvor.
Treiber für diesen Trend ist die hohe Popularität von Smartphones und Allnet-Flatrates sowie eine steigende Datennutzung bei den Verbrauchern. Hier setzen die seit Jahresbeginn intensivierten Vertriebs- und Marketinginitiativen der Marken der E-Plus Gruppe sowie neue Tarife und das Angebot an Value Added Services an und fördern so die Nachfrage nach Mobilfunkverträgen und Datentarifen.
Wir haben uns eine führende Position im Prepaid-Geschäft erarbeitet. Jetzt bauen wir auch im Vertragskunden-Segment unsere Position aus und steigern unsere Präsenz in den Regionen, in denen wir unterdurchschnittliche Marktanteile haben", sagt der E-Plus CEO. Im ersten Quartal konnte der nach Kunden drittgrößte Mobilfunkhersteller ein starkes Plus von 265.000 Vertragskunden verzeichnen. Auch das Plus im Prepaid-Segment fiel höher aus als im Vorjahr. Im ersten Quartal gewann das Unternehmen so 547.000 Kunden hinzu und zählte zum 31. März 23,9 Millionen Kunden in seinem Netz.
Die zusätzlichen Investitionen in den Markt im laufenden Geschäftsjahr legen die Basis für die künftige Umsatz- und Ergebnisentwicklung, beeinflussen jedoch Betriebsergebnis und Ergebnismarge. Die ausgewiesenen Rückgänge im EBITDA sind auf höhere Betriebsausgaben wie zur Kundengewinnung und für Marketingaktivitäten sowie auf Regulierungseffekte, Umsatzrückgänge und gestiegene Kosten des Netzbetriebs durch den massiven Ausbau des Datennetzes zurückzuführen. So sind das EBITDA und die Ergebnismarge im ersten Quartal gesunken: das EBITDA auf 195 Millionen Euro, die Marge im Rahmen der Erwartungen auf 25,7 Prozent.
Verbesserte Netzperformance in Kombination mit Investitionen in den Markt liefert zusätzliche Vermarktungschancen
Die Wachstumsambitionen der E-Plus Gruppe werden von einer verbesserten Netzperformance gestützt. Begleitet von beschleunigten Maßnahmen für Netzabdeckung, Kapazität und Datengeschwindigkeit orientiert sich der Ausbau des E-Plus Netzes an einem optimalen mobilen Surferlebnis für Smartphone-Nutzer. Die Fortschritte dokumentieren unter anderem positive Kundenfeedbacks, ein deutlicher Rückgang von Kundenanfragen zu Netzthemen an der Hotline und regelmäßig durchgeführte Testreihen unter Lesern der ComputerBild. Diese bescheinigen dem Anbieter im Vergleich zum Ende 2012 eine verbesserte Netzabdeckung und im Durchschnitt um 30 Prozent, zum Teil sogar um über 60 Prozent gestiegene Datengeschwindigkeiten. Aktuell bietet E-Plus Datenspitzensraten von bis zu 21,6 Mbit/s im Netz und kann im bestehenden Netz technisch diese Geschwindigkeit noch einmal verdoppeln.
Mit diesem verbesserten Datennetz im Rücken und den erhöhten Investitionen in den Markt wollen wir in diesem Geschäftsjahr die Basis für nachhaltiges und profitables Wachstum und damit den weiteren Erfolg der E-Plus Gruppe legen", beschreibt Dirks die Zielsetzung des Mobilfunkanbieters.
Nettokunden-Zuwachs im 1. Quartal 2013: 547.000 Nutzer
E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG
E-Plus-Platz
40468 Düsseldorf
Deutschland
Telefon: +49 (211) 448-0
Telefax: +49 (211) 448-2222
Mail: info@eplus.de
URL: http://www.eplus-unternehmen.de/  http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pnr_530297" width="1" height="1"/>

Pressekontakt

E-Plus

40468 Düsseldorf

eplus-unternehmen.de/
info@eplus.de

Firmenkontakt

E-Plus

40468 Düsseldorf

eplus-unternehmen.de/
info@eplus.de

Kommunikation ist ein Grundbedürfnis der Menschen. Wir wollen zu jeder Zeit und an jedem Ort unsere Emotionen mit der Familie und Freunden teilen können, wir müssen immer und überall in der Lage sein, von unterwegs Geschäftliches abzuwickeln. Der Boom des Mobilfunks spiegelt diesen Trend eindrucksvoll wider. E-Plus hat sich auf die Fahnen geschrieben, mobile Kommunikation für seine Kunden einfach und unterhaltsam zu gestalten. Unser Slogan "Ein Plus verbindet" steht dabei für unsere Rolle, Menschen durch mobile Kommunikation miteinander zu vernetzen und ihr Leben damit zu

bereichern, sprich wertvoller zu machen. Damit verbunden sind klare Markenwerte, an denen wir uns messen lassen: Wir bieten unseren Kunden Produkte an, die einfach zu verstehen sind. Wir versuchen, immer ein wenig mehr für's Geld zu bieten und liefern, was wir versprechen. Wir wollen menschlicher, sprich näher am Kunden sein und erfahren, was unsere Kunden wünschen. Und wir suchen die Herausforderung, indem wir den Markt und unsere Kunden mit innovativen Produkten überraschen. All das macht E-Plus als Marke einzigartig und erfrischend anders.