E-Plus CEO im SPIEGEL Interview: Eine große Chance

E-Plus CEO im SPIEGEL Interview: "Eine große Chance

E-Plus Gruppe und Telefónica Deutschland sollen gemeinsam einen neuen starken Mobilfunkanbieter im hiesigen Mobilfunkmarkt formen. Eine entsprechende Ankündigung der Unternehmen und ihrer Mutterkonzerne sorgte am 23. Juli 2013 für ein gewaltiges Medienecho und war Aufmacher in alle Nachrichtensendungen und Wirtschaftstiteln. In der aktuellen Ausgabe des Nachrichtenmagazins "DER SPIEGEL äußert sich E-Plus CEO Thorsten Dirks zu den Chancen, die sich aus dieser Fusion für die beiden Unternehmen, die Mitarbeiter und ihre Kunden ergeben.
Lesen Sie an dieser Stelle Auszüge aus diesem Interview. Den vollständigen Interviewtext finden Sie in der Print-Ausgabe des SPIEGEL vom 29. Juli 2013.
SPIEGEL: Herr Dirks, es gab schon mehrere gescheiterte Versuche von Telefónica und KPN, ihre deutschen Mobilfunktöchter O2 und E-Plus zusammenzulegen. Warum hat es diesmal geklappt?
Dirks: Es gab zunächst einmal zwei Teams, die den Deal wollten und bei denen keine persönlichen Eitelkeiten im Wege standen. So etwas ist wichtig. Zum anderen war es natürlich die bestechende industrielle Logik dieses Geschäftes.
SPIEGEL: E-Plus und O2 als Nummer drei und vier im deutschen Mobilfunkmarkt schließen sich zusammen, weil sie alleine zu schwach sind. Meinen Sie das mit "industrieller Logik"?
Dirks: Das ist Unsinn. Wir sind nicht schwach. Schauen Sie sich alleine die Quartalszahlen an: Vodafone hat 14 000 Vertragskunden verloren, O2 hat 60 000 gewonnen und wir haben mit E-Plus 210 000 neue Vertragskunden im Netz. Die Telekom-Zahlen stehen noch aus. Auch im Netz sind wir hervorragend aufgestellt und heute im schnellen UMTS-Netz vielleicht schon besser als Vodafone. Da haben sich keine Verlierer zusammengeschlossen, sondern zwei erfolgreiche Mobilfunkfirmen.
[...]
SPIEGEL: Was heißt das für die nun immerhin rund 43 Millionen Kunden der beiden Firmen?
Dirks: Für unsere Kunden wird sich - wenn überhaupt - nur etwas zum Positiven verändern. Durch die Zusammenlegung der Netze können wir eine noch bessere Qualität und Abdeckung in schnellerer Zeit bieten. Das wird sich für alle positiv bemerkbar machen.
SPIEGEL: Und was wird aus Marken wie BASE, simyo oder blau mobil, die E-Plus in den vergangenen Jahren in den Markt gebracht hat. Gehen die jetzt in einer einheitlichen Lifestylemarke unter?
Dirks: Natürlich haben wir noch nicht alle Details geklärt. Aber an der Mehrmarkenstrategie wird sich nichts ändern. Das ist unser Erfolgsrezept.

E-Plus Gruppe
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/
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=540319" width="1" height="1">

Pressekontakt

E-Plus Gruppe

40468 Düsseldorf

eplus-unternehmen.de/
info@eplus.de

Firmenkontakt

E-Plus Gruppe

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.