

1 + 1 + 1 = Drei

Nach der Übernahme von Orange (2013) hat Drei auch Tele2 geschluckt und hegt große Pläne in Festnetz und IT.

WIEN. Von einem „historischen Tag“ sprach Drei-CEO Jan Trionow am Dienstag im neuen APA-Pressezentrum am Wiener Naschmarkt. Nach dem Mobilfunk- (Orange, 2013, Anm.) sei jetzt auch ein Festnetz-Merger gelungen. Vergangene Woche war das Closing; jetzt ist Tele2 Austria eine Tochter der Hutchison Drei Austria, die damit groß in den Festnetz- und IT-Markt einsteigt. Drei sei somit, so Trionow, der „größte alternative Telekomanbieter Österreichs“, ein konvergenter Komplettanbieter. Das Umsatzziel für die nächsten Jahre: die Milliarden-Euro-Grenze überspringen. Derzeit kommen die beiden Unternehmen zusammen auf knapp 900 Mio. € Jahresumsatz. Das sei „nicht ein Effizienzdeal, sondern ganz klar ein Wachstums-case“, so Trionow. Das ist auch eine klare Ansage in Richtung des Marktführers A1.



© APA/Georg Hochmuth

Kopf an Kopf mit A1

Im Gesamt-Mobilfunkbereich habe Drei heute einen Marktanteil von 28%, bei Privatkunden im Mobilfunk liegt Drei mit einem Marktanteil von 32,3% aller aktiven SIM-Karten schon jetzt quasi Kopf an Kopf mit A1 (35,7%). Trionow: „Auf der Festnetz-Seite ist der Anteil von einem Prozent zu vernachlässigen.“ Durch die Tele2-Übernahme erhöhe sich der Marktanteil beim Festnetz auf einen Schlag auf 24%.

Investitionsvolumen bleibt

„Das Festnetz schwächt aber nicht unser Interesse an 5G“, so Trionow. Man werde daher die Investitionen nicht zurückfahren. In den vergangenen Jahren habe man in Österreich jeweils dreistellige Millionenbeträge investiert; insgesamt waren es in den letzten fünf Jahren inklusive Übernahmen und Frequenzinvestitionen zwei Mrd. €, die

Wettbewerb

„Mit der Übernahme von Tele2 wollen wir nun auch den heimischen Preis- und Angebotswettbewerb im Festnetz beleben“, betonte Drei-CEO Jan Trionow.

in den österreichischen Markt gepumpt wurden.

In den nächsten Monaten werden die beiden Unternehmen zusammengeführt, in Q2/2018 erfolgt im Zuge der gesellschaftsrechtlichen Verschmelzung ein Rebranding, die Marke Tele2 verschwindet und eine neue Marke Drei wird vorgestellt. Tele2-Chef Alfred Pufitsch verlässt das Unternehmen, es

Verschmelzung

Rebranding und erste gemeinsame Produkte sind im zweiten Quartal 2018 geplant.

Wachstum bei Drei

Hutchison Drei Austria			
	2016	2013	±
Kunden (per 31.12. in Mio.)	3,8	3,4	+11%
Umsatz (Mio. €)	772	745	+4%
EBITDA (Mio. €)	342	182	+88%
EBIT (Mio. €)	245	106	+131%

Quelle: Hutchison Drei Austria

Zugewinne bei Tele2

Tele2	1. Hj.	1. Hj.	±
	2017	2016	
Umsatz (Mio. €)	59	58	+1%
EBITDA (Mio. €)	11	9	+18%
EBIT (Mio. €)	6	2	+139%

121,5 Mio. € Umsatz (2016), 210.000 Kunden (Accounts), 235 MA; Quelle: Tele2 Interim Report Q2 2017.

übernimmt das Management von Drei.

Die Bundeswettbewerbsbehörde, die die Übernahme Mitte Oktober freigegeben hat, geht davon aus, dass sie sich „positiv auf den Wettbewerb auswirken kann, da mehr Konkurrenz im Hinblick auf Bündelprodukte (Mobilfunk-/Festnetztelefonie und Breitband) auf dem Markt entsteht“.

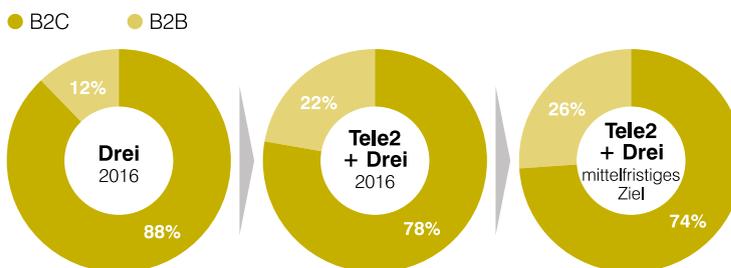
Thema Businesskunden

Mit Tele2 baut Drei vor allem seinen Marktanteil bei Unternehmenskunden sprunghaft aus. Jedes vierte heimische Unternehmen und jeder dritte Großbetrieb – hier ist Tele2 sehr gut positioniert – ist künftig Kunde von Drei. Während Drei bisher mit seinem breiten Portfolio vor allem im KMU-Sektor präsent war, hat sich Tele2 mit Individual-Kommunikationslösungen auf Großunternehmen spezialisiert. Bei Neuvertragsabschlüssen will Drei, so Trionow, in Zukunft für heimische Unternehmen die erste Wahl sein – als „Marktführer bei neuen Business-Kunden“. (sb)

Fokus auf B2B

Folgen des Mergers

Drei will mit Tele2 mehr als ein Viertel der Umsätze im Business-Segment erzielen



Quelle: Drei, Tele2