



© Krowenka/Hutchison Drei Austria

3 Shop der Zukunft Alle Standorte der 3 Shops sollen ein neues, offenes Design erhalten und in Lounges verwandelt werden.

sierung investiert und damit das erste österreichweite LTE-Netz des Landes geschaffen. Im nächsten Schritt plant „Drei“ noch in diesem Jahr den kommerziellen Rollout von Pre5G. Pre5G basiert auf Massive MIMO, einem Kernbestandteil der nächsten Mobilfunkgeneration, kann jedoch bereits mit den bestehenden 4G-Smartphones und -Modems genutzt werden.

5G-Ausbau

Der eindeutige Marktführer bei mobilem Internet mit 38,6% Marktanteil steht aber auch schon in den Startlöchern für die nächste Entwicklungsstufe der für Herbst 2018 geplanten Auktion der 5G-Netze. Das neue Netz wird ein Frequenzspektrum von 390 Megahertz im Bereich zwischen 3,4 und 3,8 Gigahertz belegen. Ein so großer Frequenzbereich wurde zuvor noch nie versteigert.

Das Mindestgebot für das volle Frequenzspektrum beträgt 30 Mio. €. Das klingt nach einem Schnäppchen, wenn man be-

„*Es muss genug Raum für Investitionen geben, der Schritt zu 5G ist nicht selbstverständlich.*“

Jan Trionow

denkt, das im Jahr 2013 für die LTE-Frequenzen das Mindestgebot bei 526 Millionen lag. Doch was sich die Mobilfunkbetreiber bei der 5G-Auktion einsparen, soll laut RTR in den raschen Netzausbau fließen, denn die Mindestgebote sind auch an verschiedene Bedingungen gebunden.

Im Gegenzug erwartet der 3CEO für den weiteren 5G-Ausbau vernünftige Rahmenbedingungen und rechtliche

Sicherheit: „Das Rennen um die globale 5G Marktführerschaft hat längst begonnen, Österreich hinkt aber derzeit hinterher. Deshalb benötigen wir jetzt eine nationale 5G-Strategie, die ihren Namen verdient, sowie eine 5G-Frequenzvergabe, die investitionsfreundlich und komplexitätsmindernd wirkt.“

Shop-Offensive

Außerdem investiert „Drei“ in den weiteren Ausbau seiner

Shops. Mit aktuell 83 3Shops hat das Unternehmen das dichteste Filialnetz des Landes. In den nächsten drei Jahren erhalten alle Standorte ein neues, offenes Shop-Design: „Wir verwandeln unsere 3Shops in Lounges, in denen unsere Kundinnen und Kunden in Zukunft unser gesamtes Produktportfolio – von 3TV bis zu neuesten Smartphones und VR-Lösungen – erleben und ausprobieren können“, so Trionow.

2017: Stabiles Ergebnis mit Umsatzwachstum

| Total inkl. Tele2 (in Mio. €) | 2017 | 2016 | ± |
|--------------------------------------|------------|------------|------------|
| Net Customer Service Revenue | 655 | 624 | +5% |
| Handset Revenue | 120 | 125 | -4% |
| Other Revenues | 38 | 24 | +60% |
| Total Revenue | 812 | 772 | +5% |
| Av. Rev. per Active User (ARPU) in € | 21,68 | 20,72 | +5% |
| Net Customer Service Margin | 553 | 529 | +4% |
| Operating Expenses (OPEX) | (194) | (166) | +17% |
| EBITDA | 342 | 342 | ±0% |
| EBIT | 242 | 245 | -1% |
| Capital Expenses (CAPEX) | (115) | (90) | +27,3% |

Quelle: Hutchison Drei Austria