

telekom + it Report
26.03.2010

7
➤ Orange

Das Jahr des iPhones

Der Netzbetreiber Orange kann von der Beliebtheit des iPhones profitieren. Der durch die Smartphones steigende Datenverbrauch spornt Orange an, die Angebote für das mobile Breitband auszubauen.

2009 war das Jahr des iPhones. Die Einführung des Kulthandys von Apple trug im letzten Jahr zum Erfolg des Netzbetreibers Orange bei. Derzeit hat Orange 120.000 iPhone-Kunden. Jeder zweite Neukunde entscheidet sich mittlerweile für das iPhone oder ein vergleichbares Smartphone. Diese Entwicklung führte zu einer Verdoppelung des verbrauchten Datenvolumens: Die durchschnittliche Datennutzung eines Kunden liegt bei 6 MB. Ein iPhone-User verbraucht monatlich etwa 252 MB, also ungefähr 42-mal mehr Daten als der Besitzer jedes anderen Handys.

Ziel Qualitätsführer beim mobilen Breitband

An diesem Punkt möchte Orange nun ansetzen. Das erklärte Ziel des Netzbetreibers ist es, Qualitätsführer beim mobilen Breitband zu werden. Bis jetzt hält Orange in diesem Bereich mehr als eine Viertelmillion Kunden. 2010 sollen rund 10 % des Umsatzes in Breitbandleistungen fließen. Beim Preis für den Datenverbrauch wird sich nicht mehr viel ändern. In den letzten vier Jahren ist der Preis pro Gigabyte von 28,8 auf 1,8 Euro gesunken. »Wir könnten den Kunden jetzt noch goldene Uhren oder eine Riesentonne Omo dazu schenken, aber ansonsten sind wir hier, was die Preisentwicklung angeht, am Boden angelangt«, scherzt Orange-CEO Michael Kramer. Um der steigenden Breitbandnutzung entgegenzukommen, wird Orange gemeinsam mit Ericsson eine Übertragungsrate von 42 Mbits/s ins Live-Netz bringen, um die Netzkapazitäten zu steigern. Die Umsetzung dieses Vorhabens beginnt in Wiener Neustadt und soll bis Ende 2010 auf das gesamte Netz ausgedehnt werden. Der Outsourcing-Vertrag mit dem Netzbetreiber Alcatel-Lucent wurde auf drei Jahre verlängert.

Anhaltende Promotion

Der Umsatz des Unternehmens ist im letzten Jahr um 3,8 % auf 569 Mio. Euro gesunken. Zurückführen lässt sich das auf die anhal-



Orange-CEO Michael Kramer: »Orange soll Qualitätsführer beim mobilen Breitband werden.«

tenden regulatorischen Maßnahmen und auf einen massiven Preiskampf. »Seit dem dritten Quartal des Jahres 2008 gab es keine Zeit ohne Promotionkampagnen. Die Angebote variierten von »6 Monate ohne Grundgebühr« bis »Keine Grundgebühr bis Jahresende«, erklärt Kramer. Insgesamt konnte Orange 2009 jedoch den Nettogewinn von 15,5 auf 35,7 Mio. mehr als verdoppeln.

Karitativer Tarif

Mit dem Projekt »Orange hilft« wird eine Initiative der Orange Gruppe in Österreich fortgeführt: Das Unternehmen verwandelt Freiminuten der aktuellen Team 2010-Tarife, die monatlich übrigbleiben, in Spenden für Projekte von Caritas, Licht ins Dunkel und Make-A-Wish Austria. Auch auf Facebook kann man zur Initiative beitragen: Für jeden Fan der Site »Orange Hilft« spendet Orange 50 Cent für karitative Zwecke.