



Persbericht
28 april 2009

BASE rondt de kaap van 3,5 miljoen klanten
en laat stijgende inkomsten uit diensten optekenen

- Klantenbestand stijgt met 16,9%, naar 3,5 miljoen op het einde van Q1 2009
- 52.000 bijkomende netto klanten in Q1: marktaandeel van meer dan 25%¹
- Zakencijfer en andere inkomsten stijgen met meer dan 7,3%

Brussel, 28 april 2009 – BASE stelt vandaag zijn resultaten voor het eerste kwartaal van 2009 voor. De mobiele operator realiseerde een groei van 6,2% van de inkomsten uit diensten, in vergelijking met het eerste trimester in 2008. BASE zet ook verder in op een 3G strategie (een combinatie van UMTS en EDGE), wanneer de regelgever erin slaagt om een evenwaardig speelveld te ontwikkelen met betrekking tot frequenties etc..., samen met de uitrol van HSPA tegen eind 2009. Nieuwe partnerships zoals met RTL Belgium zullen de toekomstige invloed en groei in Wallonië ondersteunen.

Financiële details

Tijdens het eerste kwartaal van 2009 stegen het zakencijfer en andere inkomsten met 7,3%, van €150 miljoen in Q1 2008 tot €161 miljoen in Q1 2009, dankzij het stijgende klantenbestand en hoge handelsinkomsten. De inkomsten uit diensten kenden een groei van 6,2% (€154 miljoen vs €145 miljoen). De ARPU daalde van €17 tot €15.

De EBITDA steeg met 5,5% of €57 miljoen, tegenover €54 miljoen in Q1 2008. Dit was vooral te danken aan stijgende inkomsten.

Operationele hoogtepunten

Het totale klantenaantal ligt momenteel op 3.497.000. BASE noteerde 52.000 bijkomende netto klanten in Q1 2009. Dat is minder dan in vorige kwartalen omwille van de schrapping van 93.000 inactieve prepaid klanten.

Het postpaid bestand kende een uitbreiding met 14.000 netto klanten, in lijn met de vorige kwartalen. De groei van de inkomsten uit postpaid bleef zich doorzetten dankzij de tariefplannen Gold en Platinum. BASE gaat door met de uitbreiding van zijn partnerships, wat de mobiele operator toelaat de focus op zijn kernactiviteiten te versterken. BASE tekende een commercieel samenwerkingsakkoord met RTL Belgium, marktleider in Wallonië. Sud Presse mobile werd gelanceerd. Dit nieuwe partnership biedt een voordeel van differentiëring tegenover onze concurrenten. De klant staat opnieuw in het middelpunt van de bekommernissen van BASE, en BASE concretiseert deze strategie door de lancering van een nieuwe merkimgo campagne die focust op de klanten.

¹ KPN Management estimates



Gefocuste 3G strategie, een netwerk gebaseerd op een combinatie van EDGE en UMTS

Na de realisering van het door de regelgever opgelegde objectief , een dekking van 50% in 2007, heeft BASE zijn focus verlegd naar de lancering van HSPA. In een eerste fase zal BASE HSPA uitrollen in de belangrijkste steden van België. De lancering van de eerste HSPA diensten wordt verwacht tegen eind 2009. In een tweede fase zal BASE zijn HSPA netwerk uitbreiden naar de middelgrote steden. BASE bevestigt dat de huidige UMTS investeringen in zijn netwerk al operationeel zijn om capaciteit te creëren voor het groeiende klantenbestand.

Regelgevende ontwikkelingen

De regelgever startte eind 2008 een project om de MTA tarieven vanaf 2010 vast te leggen. In afwachting past BASE de huidige MTA tarieven toe.

BASE n.v./s.a. is een 100% dochterbedrijf van KPN Mobiel N.V., de mobiele divisie van Koninklijke KPN N.V. KPN biedt mobiele spraak- en datadiensten aan in Duitsland (E-Plus), België (BASE) en Nederland (KPN, Hi en Telfort). Op het einde van maart 2009, had BASE 573 mensen in dienst, en een marktaandeel in klanten van ca. 24%. In 2008 had BASE een jaaromzet van 647 miljoen euro. Het bedrijf heeft zijn hoofdzetel in Brussel en positioneert zich als innovator in producten en diensten via een gesegmenteerde aanpak.

Voor verdere informatie:

BASE

Bart Vandesompele

E-mail: bart.vandesompele@base.be