



Persbericht
23 juli, 2009

KPN Group Belgium toont sterke resultaten met winstgevende groei
BASE groeit sneller dan de Belgische mobiele markt

- KPN's totale inkomsten van Belgische activiteiten gaan van € 202 miljoen in Q2 2008 naar € 204 miljoen (+1%)
- Diensteninkomsten van BASE groeien met 3.1% (ondanks de MTR impact van 3.1%)
- Totaal klantenbestand stijgt naar 3 487 335 (+13%), met netto toename in postpaid

Brussel, 23 juli 2009 – Vandaag maakt KPN Group Belgium zijn resultaten bekend voor het 2e kwartaal 2009. Het zakencijfer en andere inkomsten stegen in België met 1 %, van 202 miljoen Euro (2008) naar 204 miljoen Euro (2009) voor het 2^e kwartaal. De groei is te danken aan BASE, die de Belgische mobiele markttrend voorbij beent ondanks een negatieve MTR impact van 3.1 % op zijn diensteninkomsten. De stijging is het resultaat van het vernieuwde BASE aanbod aan producten en de BASE Wholesale klanten. In het 2^e kwartaal vertoont BASE een sterke toename in postpaid klanten (29.000) en een stijgend marktaandeel meer dan 17% (*) in diensteninkomsten van. Het is het 7^e kwartaal op rij dat gekenmerkt wordt door groei, sinds een moeilijker jaar 2007.

Financiële details

Tijdens het 2^e kwartaal zag BASE haar diensteninkomsten stijgen met 3.1% op jaarbasis, van 162 miljoen Euro naar 167 miljoen Euro, niettegenstaande een negatieve MTR impact van 3.1%.

Hierdoor vertoonde KPN's Belgische activiteiten, ondanks het huidige economische klimaat, een lichte stijging van 1% op jaarbasis in het zakencijfer en andere inkomsten.

De groei is te danken aan inkomsten verkregen door toename in mobiele activiteiten. De daling van EBITDA in België met 2.9% in het tweede kwartaal naar 68 miljoen Euro is vooral toe te schrijven aan een positief éénmalige MTR effect in het 2^e kwartaal 2008 van 3 miljoen €. De EBITDA marge voor BASE was 33.3 % tijdens dit kwartaal ten gevolge van een lichte stijging van operationele uitgaven m.n. hogere algemene en administratieve kosten.

Operationele hoogtepunten

Tijdens het 2e kwartaal 2009 telde het BASE totale bestand 3,487,355 klanten, wat een stijging van 13% op jaarbasis betekent, maar 10,000 minder dan het eerste kwartaal 2009. Een goede huishouding leidde BASE naar een éénmalig verlies van ongeveer 180.000 inactieve klanten, waarvan het grootste deel uit het Ortel klantenbestand kwam. Maar in hetzelfde kwartaal mocht BASE dan weer zo'n 29.000 postpaid klanten erbij rekenen (2^e kwartaal 2008 : 15000 postpaid).

De toename van postpaid klanten is te danken aan de succesvolle lancering op 20 april van de nieuwe BASE producten portfolio, gecombineerd met de herlancering van het BASE merk. Dit laatste legde de nadruk op kernwaarden zoals eenvoud, flexibiliteit, doorzichtigheid en eerlijkheid. De producten zijn gebaseerd op een eenvoudig tariefplan, met één prepaid aanbod en vier postpaid (abonnementen) aanbiedingen "postpaid 0", "postpaid 1", "postpaid 3" en "postpaid 5" (zie www.base.be).



BASE partnership met RTL-TVi drijft verdere groei in Wallonië

Het partnership met RTL-TVi in België leidde tot de ontwikkeling van een nieuw "Allo RTL" aanbod dat op 24 juni 2009 op de markt werd gebracht. RTL-TVi maakt deel uit van de internationale RTL Group en is de meest populaire zender in Franstalig België. Via deze bekende mediagroup wil KPN Group Belgium een vertrouwd merk en een uiterst competitief product aanbieden aan klanten in het Waalse landsgedeelte.

Netwerk ontwikkeling

In de huidige markt, gericht op 3G strategie, ontwikkelt KPN Group Belgium een combinatie van EDGE technologie met nationale dekking en specifieke UMTS/HSPA technologie, voldoende om aan de huidige marktvraag naar mobiel datadiensten in België te voldoen.

De groep gebruikt UMTS zo efficiënt mogelijk om zo aan de licentie voorwaarden te voldoen en zal HSPA aanbieden in steden en hot-spots waar er specifiek vraag naar is.

Regulerende ontwikkelingen

In mei 2009 heeft de Raad voor Mededinging een uitspraak gedaan in de klacht van KPN Group Belgium tegen Belgacom Mobile voor misbruik van haar dominante positie tussen 2004 en 2005 om BASE en andere concurrenten uit de zakelijke markt te houden. De Raad voor Mededinging legde Belgacom Mobile een boete op van 66,3 miljoen Euro, te betalen voor eind juni 2009. Belgacom Mobile is hiertegen in beroep gegaan en KPN Group Belgium heeft eveneens beroep aangetekend tegen de beslissing om te vermijden dat de Raad voor Mededinging de andere redenen voor misbruik, die in hun mei 2009 uitspraak niet weerhouden werden, niet accepteert.

Op 30 juni 2009 heeft het Brusselse Hof van Beroep deels de beslissing van het BIPT geannuleerd met betrekking tot de regularisatie van de MTR tarieven voor de 3 mobiele operatoren, voor de periode van november 2006 tot januari 2008. KPN Group Belgium analyseert op dit ogenblik de gevolgen van deze uitspraak.

(*) KPN schatting

KPN Group Belgium 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 2008, had KPN Group Belgium 732 mensen in dienst (BASE + ALLO telecom), en een marktaandeel in klanten van ca. 24%. In 2008 had KPN Group Belgium 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. KPN Group Belgium commercialiseert de merken BASE, Ortel, Ay Yildiz, Chiama, Zoniq en apart Tele2.

Voor meer informatie :

KPN Group Belgium, Bart Vandesompele
E-mail: bart.vandesompele@kpngroup.be