



Pressemitteilung

Paris, den 5. Juli 2010

Orange enthüllt sein neues Projekt: „conquests 2015“

Stéphane Richard, der Generaldirektor von France Télécom-Orange, hat am Montag, 5. Juli, der Presse sein neues Unternehmensprojekt vorgestellt: Einen auf fünf Jahre ausgerichteten Aktionsplan mit dem Namen „Conquests 2015“, der die Herausforderungen und Perspektiven der Gruppe definieren, die Geschäftsbereiche klären und bei den Mitarbeitern Wettbewerbsgeist sowie Stolz auf die Firmenzugehörigkeit zu Orange wecken soll.

conquests 2015: Die Herausforderungen angehen

Drei Hauptherausforderungen haben den Plan geprägt:

- Die beispiellose **soziale Krise** in Frankreich.
- **Ein Ökosystem in vollem Wandel** mit der immer schnelleren technologischen Entwicklung und insbesondere der visuellen Nutzung: 50 Milliarden vernetzte Terminals weltweit im Jahre 2020, 6 Trillionen Bytes monatlicher Datentransfer über das Internet, Videos von einer Abspieldauer von 2000 Jahren auf You Tube,... und Kunden, die makellose Qualität, angemessene Preise und Datensicherheit etc. erwarten.
- **Eine gespannte Wettbewerbs- und Gesetzeslage**: der Markteintritt neuer Player im Internetbereich, die Auswirkungen von regulierten Preissenkungen auf den Großhandelsmärkten, etc.

conquests 2015: Eine innovative Art der „Zusammen“-Arbeit

Um diese Herausforderungen in Angriff zu nehmen, hat Orange eine neue Art der Zusammenarbeit sowohl in geographischer Hinsicht als auch in Bezug auf die Aktivitätsbereiche ins Leben gerufen. Seit dem Monat März haben sich ungefähr 50 Personen aus den verschiedenen Ländern und Geschäftsbereichen des Konzerns zusammengefunden, um den Kurs des Unternehmens festzulegen, der in einem weiteren Schritt in einem Kreis von 500 Personen weiterentwickelt wurde. Diese 500 Manager aus den verschiedenen Geschäftsbereichen und Ländern haben sich dann mit ihren Teams über die gemachten Überlegungen ausgetauscht. Aus der Zusammenführung all dieser Sichtweisen und Denkanstöße ist das Projekt „Conquests 2015“ entstanden.

conquests 2015: Ein Projekt auf 4 Pfeilern

Mit „Conquests 2015“ richtet sich Orange gleichzeitig an seine Angestellten, an seine Kunden, an die Aktionäre und in einem weiteren Sinne an die Gesellschaft, in der sich das Unternehmen entwickelt und mit seinen Aktionsplänen konkret engagiert.

- **Die Eroberung der Angestellten der Gruppe mit ihrem Engagement**: Erste Priorität hat für Orange das Gewinnen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Orange. Das Unternehmen bemüht sich, dank einer neuen Vision von Human Resources, einem neuen Managementstil und gemeinsamen Werten den Mitarbeitern ein optimales Arbeitsumfeld zu bieten. Schon mit dem Aufbau von Orange Campus hat Orange die Initiative gestartet, Manager in einem Bund zusammenzuschließen. Ab Januar 2011 wird in Paris damit begonnen, ab Frühling 2011 in Serock in Polen, Madrid, Bordeaux, Marseille, Nancy, Rennes und an sechs Standorten außerhalb Europas (Atlanta, Dakar, Nairobi, Neu Delhi, Rio und Singapur). Die Informationssysteme, die im Laufe der Jahre immer komplexer wurden, werden stark vereinfacht und teilweise von Grund auf überholt. Um den demographischen Herausforderungen in Frankreich nachzukommen, sieht die Gruppe vor, von 2010 bis 2012 10'000 Mitarbeiter einzustellen. Die Maßnahmen, die im Rahmen des neuen Sozialvertrags in Frankreich



getroffen werden, belaufen sich für dieselbe Periode insgesamt auf eine Summe von 900 Millionen Euro, erwartete Einsparungen durch das TPS Programm (Teilzeitprogramm für Senioren) und natürliche Abgänge nicht miteinbezogen.

- **Die Eroberung der Netze:** Orange betont, dass die Netzwerke den Kern ihrer Tätigkeit und ihrer Zukunft darstellen. Die Gruppe basiert auf dem Netzwerk und dem Wissen der Techniker, aber auch auf dem Stolz der Mitarbeiter. Die Netze sollen durch höhere Abdeckung und Bandbreite im Fest- und Mobilnetz sowohl in Industrie- als auch in Entwicklungsländern ausgebaut werden. Bis 2015 investiert Orange 2 Milliarden Euro in den Aufbau eines Glasfasernetzes in Frankreich, das 40% der Haushalte abdecken, bis 2012 in allen Festlandregionen und bis 2015 in allen Departements (einschließlich Übersee-Departements) verfügbar sein soll. Außerdem bleibt der Anbieter in technischer und technologischer Hinsicht auf dem neusten Stand und ist bereit, LTE einzuführen, sobald die gesetzlichen Bestimmungen es erlauben. Ebenso investiert Orange in die Monetarisierung des Datenverkehrs auf Mobilgeräten und in den Einsatz von „grünen“ Netzwerken wie bei dem Programm Oryx in Afrika, dessen Antennen mit Solarenergie funktionieren.
- **Die Eroberung der Kunden:** Orange ist der „universelle“, populäre Anbieter und will auch zum Anbieter des Vertrauens werden. Um das Vertrauen der Kunden zurückzuerobern, müssen zunächst die Qualität der Dienste und die Kundenbeziehung verbessert werden sowie die Treue der bestehenden Kunden Wertschätzung erfahren. Orange will seinen Kunden die beste Kundenerfahrung unter allen Anbietern gewähren, und dies in den verschiedenen Etappen der Beziehung: Bedürfnisanalyse, Beratung, Unterstützung beim Gebrauch, Migration auf neue Dienste, Kostenkontrolle, etc. Orange soll zum „Multimedia-Coach“ seiner Kunden werden und sie unterstützend durch ihr digitales Leben begleiten. Das Unternehmen wird seine Strategie des innovationsgestützten Wachstums weiter verfolgen, ob bei der Optimierung der Stimmqualität, dem Ausbau der Kapazitäten der SIM-Karte, aber auch bei der Entwicklung von neuen Angeboten wie Orange Care (Garantie, Versicherung, Onlinehilfe), Angeboten im Gesundheits- und Bildungsbereich sowie Zahlungs- und Überweisungsdiensten (Orange Money Programm in Afrika).
- **Die Eroberung der internationalen Märkte:** Der Konzern will auch im Bereich der internationalen Entwicklung zurück zum „Eroberungsgeist“ finden und dabei unverändert auf die bestehende Akquisitionspolitik ohne geplante Transformationsprozesse vertrauen. In den Entwicklungsländern ist in den nächsten 5 Jahren eine Verdoppelung des Umsatzes vorgesehen.

Insgesamt will Orange auf all seinen Märkten die Kundenzahl von heute 200 Millionen auf 300 Millionen im Jahr 2015 erhöhen.

Der Konzern will dieses Projekt mit höchster Qualität umsetzen und so beweisen, dass er Profit aus dem digitalen Wachstum ziehen kann und die Investoren für sich gewinnen will. Die Umsetzung dieser vier strategischen Pfeiler wird auf Basis einer Quantifizierung der Aktionspläne bis 2015 genau verfolgt. Die genauen Vorgaben werden in der zweiten Phase des Projekts von Mitte Juli bis Herbst 2010 erarbeitet. France Télécom bestätigt sein Ziel, in den Jahren 2010 und 2011 einen freien Cashflow von 8 Milliarden Euro zu generieren, einschließlich Gewinne und Nettoausgaben aus dem Projekt „Conquests 2015“. Davon ausgenommen sind Kosten für Lizenz- und Spektrumserwerb sowie für Streitigkeiten über die Gewerbesteuer. Die weiteren Aspekte der Finanzpolitik der Unternehmensgruppe bleiben unverändert.

Über France Telecom

France Telecom, einer der weltweit führenden Telekommunikationsbetreiber, erzielte im Jahr 2008 einen Umsatz von 53,5 Milliarden Euro und verfügt über eine Kundenbasis von über 182 Millionen Kunden in 30 Ländern. Orange, die Konzern-Marke für Internet-, Fernseh- und Mobilfunkdienste in den meisten Ländern, in denen das Unternehmen tätig ist, erreicht nun 123 Millionen Kunden. Ende 2008 zählte der Konzern 122 Millionen Mobilfunkkunden weltweit und 13 Millionen Breitbandinternetkunden (ADSL) in Europa. Orange ist der drittgrößte Mobilfunkbetreiber und der größte Anbieter von Breitbandinternetdiensten in Europa. Unter der Marke Orange Business Services zählt er zu einem der weltweit führenden Anbieter von Telekommunikationsdiensten für multinationale Unternehmen. Die Konzernstrategie baut auf Konvergenz und Innovation auf. Sie zeichnet sich durch effektives Kostenmanagement aus und hat es sich zum Ziel gesetzt Orange zum Maßstab für Telekommunikationsdienste in Europa zu machen. Weiterhin konzentriert sich der Konzern auf seine Kerngeschäfte als Netzwerkbetreiber, während er gleichzeitig seine Position auf den neuen

Wachstumsfeldern ausbaut. Um die Kundenerwartungen zu erfüllen, bietet der Konzern einfache und benutzerfreundliche Produkte und Dienste an, was durch sein nachhaltiges und verantwortliches Geschäftsmodell, das es erlaubt sich an die Anforderungen eines schnelllebigen und sich rasant verändernden Ökosystems anzupassen., möglich ist. France Telecom (NYSE:FTE) ist am Eurolist-Markt der Pariser Börse Euronext (Abteilung A) sowie an der New Yorker Börse notiert.

Weitere Informationen: www.orange.com, www.francetelecom.com, www.orange-business.com

Pressekontakt:

Béatrice Mandine – +33 (0)1 44 44 93 93 – service.presse@orange-ftgroup.com