

direkt

Informationen aus erster Hand

3/2001

Redaktionsschluss: 29. November 2001

BILANZ DER ERSTEN DREI QUARTALE

Umsatz um 20% gesteigert.

Die Zahlen für die ersten drei Quartale 2001 belegen: Die Deutsche Telekom ist operativ erfolgreich und solide durchfinanziert. Umsatz und operative Ertragskraft wurden weiter erhöht. Auch die Finanzierungsstruktur steht auf einer stabilen Basis. Außerdem entscheidend: Die Maßnahmen, die eingeleitet wurden, um Geschäftsentwicklung und Fundamentaldaten weiter voranzubringen, beginnen zu greifen.



Die Konzerndivisionen T-Online und T-Mobile – hier auf der SYSTEMS 2001 – sind auch im dritten Quartal deutlich gewachsen

Konzernumsatz: 35 Mrd. ⌘

Der Konzernumsatz konnte im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 19,7% von 29,2 auf rund 35 Mrd. ⌘ gesteigert werden. Als einer der Wachstumsmotoren hat sich bereits die erst in diesem Jahr erworbene und ab dem 1. Juni vollkonsolidierte US-Mobilfunkgesellschaft VoiceStream etabliert: Sie steuerte rund 1,5 Mrd. ⌘ zum Gesamtumsatz bei.

Ausweitung des Auslandsumsatzes belegt erfolgreiche Internationalisierung

Insgesamt hat das Auslandsgeschäft mit einem Anstieg um 68,3% gegenüber dem Vergleichszeitraum auf 8,9 Mrd. ⌘ überproportional stark zum Gesamtumsatz beigetragen. In dieser kräftigen Ausweitung des Auslandsumsatzes zeigt sich der Erfolg der Strategie, die Geschäftsbasis zu internationalisieren und damit weitere Wachstumspotenziale für die Zukunft zu erschließen.

Deutsche Telekom wächst stärker als die deutsche Wirtschaft

Trotz eines konjunkturell gedämpften Wirtschaftsumfelds konnte die Deutsche Telekom auch im Inland die Umsätze um 9% auf 26,1 Mrd. ⌘ steigern. Damit weist der Konzern ein im Vergleich zur übrigen Wirtschaft erheblich stärkeres Wachstum auf. Allein im dritten Quartal 2001 stieg der Konzern-Umsatz um rund ein Viertel auf 12,5 Mrd. ⌘.

Im Überblick: Umsatzanteile der Divisionen

Zum Konzernumsatz trugen die T-Com 41%, die T-Systems 24%, T-Mobile International 26%, T-Online International 3% und der Bereich „Sonstige“ 6% bei. Der Anstieg des Konzernumsatzes ohne VoiceStream (einschließlich Powertel) betrug im Berichtszeitraum rund 15%.

T-Com: unverändert starke Nachfrage nach T-DSL und T-ISDN

In der Division T-Com erwies sich die starke Nachfrage nach T-DSL Anschlüssen unverändert als Motor der dynamischen Entwicklung. Die Zahl der installierten Anschlüsse konnte per 30. September gegenüber dem Jahresende 2000 mit

Themen

Konzern:
Bilanz 3. Quartal 2001

Schuldenabbau:
ABS-Anleihe geplant

Kommunikationsoffensive
angelaufen

T-Online: Zahlen erste
neun Monate 2001

T-Mobile: 9-Monats-
EBITDA verdoppelt

T-Systems: Vorreiter bei
Sicherheitslösungen

Service:
Wir beantworten Ihre Fragen

1,1 Mio. mehr als versiebenfacht werden. Auch die Zahl der ISDN-Kanäle stieg weiter deutlich an: nämlich gegenüber dem gleichen Zeitpunkt des Vorjahres um rund 22 % auf somit 19,8 Mio. Die starke Nachfrage nach T-DSL und T-SDN Anschlüssen spiegelt sich in erhöhten Erlösen aus Anschlussentgelten wider, die um rund 0,3 Mrd. € stiegen. Insgesamt erwirtschaftete die Division T-Com in den ersten drei Quartalen 2001 einen Umsatz von 19,6 Mrd. €.

T-Systems: positive Geschäftsentwicklung

Der Umsatzanstieg der Division T-Systems um rund 42 % auf 10,1 Mrd. € resultiert vor allem aus der erstmaligen Einbeziehung der debis Systemhaus Gruppe in den Konsolidierungskreis. Daneben wirkte sich das Geschäft mit nationalen Carriern und Systemlösungen für Großkunden positiv aus. Weitere Erläuterungen zur Entwicklung bei T-Systems lesen Sie auf Seite 10.

T-Mobile: VoiceStream und Neukundengeschäft als Wachstumstreiber

Der Umsatzanstieg um rund 40 % auf 10,2 Mrd. € bei T-Mobile ist neben den Umsatzzuwächsen aus den Erstkonsolidierungen von VoiceStream (einschließlich Powertel) und RADIOMOBIL vor allem auf das deutliche Teilnehmerwachstum bei T-D1 und One 2 One zurückzuführen: Allein im 3. Quartal konnten die Mobilfunkgesellschaften und -beteiligungen der Deutschen Telekom 3,7 Mio. Neukunden auf mehr als 62 Mio. Teilnehmer hinzugewinnen. Auch die ausgesprochen positive Entwicklung in der Säule T-Mobile analysieren wir auf Seite 7 detailliert.

T-Online: Portalgeschäft wächst stark

Die Säule T-Online konnte den Gesamtumsatz – einschließlich DeTeMedien – um 33 % auf rund 1 Mrd. € steigern; 809 Mio. € entfallen dabei auf die T-Online International AG (mit ihren Gesellschaften in Deutschland, Frankreich, Spanien, Portugal, Österreich und der Schweiz), 49 % mehr als im Vergleichszeitraum. Bestätigt hat sich der positive Trend bei den Portalumsätzen: Sie konnten in den ersten neun Monaten 2001 um 77 % auf 108 Mio. € und damit überproportional gesteigert werden. Über die weiteren Eckpunkte der Geschäftsentwicklung von T-Online International berichten wir auf Seite 5.

Osteuropäische Beteiligungen: fortgesetztes Wachstum

Im Bereich „Sonstige“ – hier sind Konzern-einheiten zusammengefasst, deren Tätigkeit nicht direkt einer einzelnen Säule zugeordnet werden kann, zum Beispiel einige ausländische Tochterunternehmen und

Beteiligungen – stieg der Umsatz in den ersten neun Monaten 2001 um 8,5 % von 5,1 auf 5,6 Mrd. €. Dazu trugen neben höheren Umsätzen im Bereich Mobilfunk der ungarischen MATÁV im Wesentlichen die in der Vergleichszeit noch nicht konsolidierten Gesellschaften Maktel (über MATÁV) und Slovenské Telekomunikácie bei.

Bereinigtes Konzern-EBITDA legt zweistellig zu

Die 9-Monats-Zahlen zeigen, dass die Maßnahmen zur kontinuierlichen Steigerung der operativen Ertragskraft greifen. Auf vergleichbarer Grundlage stieg das bereinigte EBITDA um rund 15 % auf 11,3 Mrd. €. Diese äußerst positive Entwicklung liegt somit unverändert im Rahmen der Erwartungen.

Der um Goodwill-Abschreibungen und UMTS-Kosten (unter Berücksichtigung des Steuereffekts) bereinigte Konzernüberschuss lag bei 1,7 Mrd. €. Darin enthalten sind der steuerfreie Verkauf der Sprint-FON- und Sprint-PCS-Anteile (+1,8 Mrd. €) und der Verkauf der Kabelgesellschaft Baden-Württemberg (+0,9 Mrd. € nach Steuern). Ergebnismindernd wirkten sich kursbedingte Abschreibungen im Finanzanlagevermögen von rund 0,8 Mrd. €, insbesondere Sonderabschreibungen auf den Buchwert der Beteiligung an France Telecom aus.

Die Goodwill-Abschreibungen stiegen insbesondere infolge der Akquisitionstätigkeit zum Ausbau der internationalen Geschäftsbasis in den ersten drei Quartalen auf 1,8 Mrd. € und lagen damit um 125 % höher als in der Vorjahresperiode (0,8 Mrd. €). Die UMTS-Kosten beliefen sich – unter Berücksichtigung des Steuereffekts – in den ersten drei Quartalen 2001 auf 0,9 Mrd. € gegenüber 0,4 Mrd. € im selben Zeitraum des Vorjahres. Das Konzern-Ergebnis nach Steuern betrug Ende September 2001 rund minus 1,0 Mrd. € gegenüber 8,4 Mrd. € im Vorjahreszeitraum.

EBITDA im Mobilfunk: auf 2,2 Mrd. € verdoppelt

Wesentlich zur Stärkung der operativen Ertragskraft hat wie erwartet die dynamische Entwicklung im Mobilfunkbereich beigetragen. Insbesondere die Strategie, sich verstärkt auf das Vertragskundengeschäft zu konzentrieren und die Subventionen im Prepaid-Segment sukzessive zurückzufahren, hat sich dabei positiv niedergeschlagen. In der Summe konnte das EBITDA im Mobilfunk (inkl. VoiceStream) im Berichtszeitraum im Vergleich zu den

ersten neun Monaten des letzten Geschäftsjahres von 0,95 Mrd. € auf rund 2,2 Mrd. € mehr als verdoppelt werden.

Verbindlichkeiten: seit Jahresmitte um 5,8 Mrd. € reduziert

Ziel ist es, die Netto-Verbindlichkeiten bis Ende 2002 auf rund 50 Mrd. € zu senken. Im dritten Quartal des laufenden Geschäftsjahres sind wir dabei ein großes Stück vorangekommen: Es wurde bereits eine Reduktion um 5,8 Mrd. € auf 65,2 Mrd. € erreicht.

Der Schuldenabbau, der integraler Teil des im Newsletter 2/2001 vorgestellten „5-Punkte-Programms für Wachstum und Stabilität“ ist, wird konsequent fortgesetzt. Für die kommenden Monate rechnen wir zum einen mit Mittelzuflüssen aus dem Verkauf weiterer Nicht-Kernaktivitäten, zum anderen aus weiteren Finanzierungstätigkeiten wie der geplanten Auflage sogenannter „Asset Backed Securities“. Lesen Sie speziell zu diesem Thema auch den Artikel auf der nebenstehenden Seite.

KUNDENENTWICKLUNG FESTNETZKOMMUNIKATION

	30.9.00 Mio.	31.12.00 Mio.	30.9.01 Mio.	30.9.01/00 in %
Telefonanschlüsse (mit ISDN-Kanälen)	53,4	53,9	55,0	3,0
Telekom				
AktivPlus Kunden	48,9	49,4	50,5	3,3
T-DSL Verträge	0,2	0,6	1,4	600,0
ISDN-Kanäle	16,2	17,3	19,8	22,2
MATÁV	2,9	2,9	2,9	0,0
Slovak Telekom¹	1,6	1,6	1,6	n.a.

¹Die Gesellschaft war in den ersten neun Monaten 2000 noch nicht vollkonsolidiert, ist aber zur besseren Vergleichbarkeit pro forma dargestellt

Kundenentwicklung in ausgewählten Diensten

Die Kundenzahl hat sich quer durch alle wichtigen Geschäftsbereiche positiv entwickelt.

■ Rund 62 Mio. Kunden zählten die Mobilfunkbeteiligungen des Telekom Konzerns zum Stichtag 30. September – damit wurde die Position als einer der weltweit führenden Mobilfunkbetreiber weiter ausgebaut.

■ Weiter auf Wachstumskurs befindet sich das T-DSL Geschäft. Mit einer Steigerung von rund 133 % auf 1,4 Mio. konnte die Zahl der vermarkteten Hochgeschwindigkeits-Anschlüsse für das Internet gegenüber dem Jahresende 2000 kräftig erhöht werden.

■ Auch T-Online International konnte die Kundenzahl deutlich steigern und wies Ende des dritten Quartals nunmehr 9,8 Mio. Teilnehmer aus. Im Vergleich zum Ende des vergangenen Jahres bedeutet dies eine Zunahme um ca. 1,9 Mio. Kunden.

ABS-Anleihe: Beitrag zum forcierten Schuldenabbau.

Mit der Ausgliederung eines Teils der Forderungen gegen Kunden soll der Schuldenabbau zusätzlich forciert werden. Durch die Transaktion, die in Fachkreisen als Asset Backed Securities (ABS) bezeichnet wird, können die Zinskosten um jährlich etwa 20 Millionen € vor Steuern gesenkt werden. Wichtig: Für die Telekom Kunden ändert sich in der täglichen Praxis nichts. Gegenüber den Kunden ist sie in allen Fällen auch künftig alleiniger Ansprechpartner.

ABS-Modell bereits vielfach praktiziert

Das Grundprinzip solcher forderungsbesicherter Anleihen sieht wie folgt aus: Ein Unternehmen gibt einen Teil der Forderungen, die es aus dem Verkauf von Produkten und Diensten an seine Kunden hat, an eine eigens zu diesem Zweck gegründete Gesellschaft ab. Diese wiederum zahlt an das Unternehmen einen Preis in Höhe des Gegenwertes der Kundenforderungen. Die Finanzierung des Kaufpreises erfolgt in der Regel über die Begebung einer Anleihe durch die Zweckgesellschaft. Da sie in ihren Büchern erstklassige Kundenforderungen stehen hat, kann sie im Allgemeinen ein besseres Rating erzielen, als es dem forderungsabgebenden Unternehmen möglich wäre, woraus sich der genannte Zinsvorteil ergibt.

Forderungen aus Festnetz-Telefonrechnungen als Sicherheit

Analog erfolgt das Vorgehen bei der Deutschen Telekom AG: In unseren Büchern stehen zu jedem Zeitpunkt Kundenforderungen im Umfang von rund 3,5 Milliarden €. Dieses Volumen ergibt sich – vereinfacht – daraus, dass zwischen der Rechnungsstellung und der Bezahlung der Rechnung durch die Kunden eine gewisse Zeitspanne liegt.

Rund 2 bis 2,5 Milliarden € dieser Kundenforderungen sollen an eine noch zu gründende unabhängige Gesellschaft verkauft werden. Diese kümmert sich ausschließlich um den Aufkauf der Forderungen und finanziert sich dann über den Kapitalmarkt – letztlich im Wesentlichen über die Emission von Wertpapieren. Da diese Zweck-

gesellschaft die erstklassigen Kundenforderungen als Sicherheit vorweisen kann, dürfte sie aller Voraussicht nach ein besseres Rating als die Deutsche Telekom erhalten und damit bessere Konditionen am Kapitalmarkt erhalten.

Senkung der Refinanzierungskosten

Dr. Karl-Gerhard Eick, Finanzvorstand der Deutschen Telekom, strebt ein „AAA-Rating“ für die noch zu gründende Gesellschaft an – das höchste Bonitätsurteil, das überhaupt vergeben wird. Die Deutsche Telekom selbst liegt mit einem Rating von „A-“ bzw. „A3“ momentan unterhalb einer „Dreifach-A-Bonität“.

Das Unternehmen rechnet durch diese bessere Bewertung mit einem Zinsvorteil von jährlich etwa 20 Millionen € vor Steuern. Darüber hinaus können durch die von der Zweckgesellschaft zufließenden Mittel für den Ankauf der Telekom Forderungen die Verbindlichkeiten der Deutschen Telekom abgesenkt werden. Für die Kunden ändert sich in der Praxis nichts. Zwar müssen für die Möglichkeit, die Kundenforderungen an einen Dritten abzugeben, die Allgemeinen Geschäftsbedingungen geändert werden. Durch den Abschluss eines Service-Vertrages zwischen der Deutschen Telekom und der Zweckgesellschaft ist jedoch gesichert, dass die Deutsche Telekom auch künftig für alle Vertragsangelegenheiten der Kunden alleiniger Ansprechpartner bleibt.

IM FOKUS: INNOVATIONSFÄHIGKEIT UND GLOBALE WETTBEWERBSPOSITION

Breite Kommunikationsoffensive gestartet.

Seit dem 9. Oktober läuft bundesweit – zunächst in wichtigen Tageszeitungen – die neue Kommunikationskampagne der Deutschen Telekom. Gestartet wurde außerdem das Magazin „T-Forum“, das seit Anfang November regelmäßig beim TV-Nachrichtensender n-tv ausgestrahlt wird. Ziel der umfangreichen Medienaktivitäten ist es, Position, Stärken und Chancen des Telekom Konzerns breit zu kommunizieren.

teilung des Unternehmens an den Kapitalmärkten. Die Kampagne demonstriert daher anhand ausgesuchter Themen die hervorragenden Zukunftsperspektiven, die sich die Deutsche Telekom auf der Basis ihrer weiter internationalisierten Marktpräsenz sowie des innovativen Produktportfolios für alle Segmente des TIMES-Marktes erschlossen hat. Gerade auch angesichts der schwierigen Situation an den Kapitalmärkten und der negativen gesamtwirtschaftlichen Entwicklung ergreifen wir so offensiv die Gelegenheit, die Leistungsstärke der Deutschen Telekom umfassend darzustellen.

T-Forum: Dialog mit Aktionären und der Öffentlichkeit

Ergänzend wurde Anfang November mit dem „T-Forum“ ein neues Fernsehformat gestartet, das vom Nachrichtensender n-tv ausgestrahlt wird. Jeweils dienstags informiert die 10-minütige Magazinsendung über die wichtigsten Entwicklungen in Europas größtem Telekommunikationsunternehmen.

DAS T-FORUM: NEWS, SERVICE UND TALK

Jeweils mittwochs um 11.50 Uhr, 19.50 Uhr, 22.50 Uhr und donnerstags um 8.50 Uhr auf n-tv.

Ihre Fragen zur Sendung im T-Forum im Dialog:
Jeweils donnerstags um 11.56 Uhr, 19.56 Uhr, 22.42 Uhr und freitags um 8.56 Uhr auf n-tv.

Fragen erwünscht!

Die Zuschauer können sich aktiv beteiligen und noch während der Sendung oder auch später ihre Fragen per E-Mail ins Studio schicken. Einige werden vom jeweiligen Studiogast entweder noch während der Sendung oder aber am jeweils folgenden Tag in der Sendung „T-Forum im Dialog“ beantwortet. Mehr Informationen zum TV-Magazin „T-Forum“ finden Sie im Internet unter www.telekom.de/t-forum. Dort können Sie sich die Sendung per Live-Streaming anschauen oder Hintergrundinformationen abrufen.

Leistungsstärke und Innovationskraft werden sich durchsetzen

Dies ist die Kernbotschaft unserer neuen Kampagne. Hintergrund: Die Innovationskraft ist nicht nur ein maßgebliches Kriterium für das Unternehmensimage und die Attraktivität des Produktportfolios, sondern auch für die Beur-



T@School: 34.000 Schulen ans Internet angeschlossen.

Deutschlands Schulen sind dank „T@School“ und der Deutschen Telekom online – diese positive Bilanz konnten Bildungsministerin Edelgard Buhlmann und Dr. Ron Sommer, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Telekom AG, im Oktober ziehen. Rund 34.000 Schulen im gesamten Bundesgebiet wurden im Rahmen des Projektes ans Internet angeschlossen.



Bilanzierten eine beispielhafte Initiative: Dr. Ron Sommer, Berlins regierender Bürgermeister Klaus Wowereit und Bundesbildungsministerin Edelgard Buhlmann

Eine beispielhafte Initiative

Mit T@School bietet die Deutsche Telekom den Schulen in Deutschland einen kostenlosen T-ISDN oder T-DSL Anschluss und T-Online Zugang zum Surfen im Internet an. Auch das Online-Entgelt für die Internet-Nutzung entfällt.

Bereits 20 Monate nach dem Start der Initiative konnten bis zum Oktober alle der Deutschen Telekom vorliegenden Aufträge realisiert werden. Damit erhielten nicht allein 34.000 staatliche und staatlich anerkannte Schulen einen kostenfreien Zugang zum Internet, sondern darüber hinaus zusätzlich 5.000 Schulen „T-CI@ss-Medienecken“ mit insgesamt 20.000 Internet-PCs. Bundesbildungsministerin Edelgard Buhlmann sagte bei der T@School Abschlussveranstaltung in Berlin: „Es ist uns in kurzer Zeit gelungen, das ehrgeizige Ziel zu verwirklichen, alle Schulen ans Internet anzuschließen. Damit ist ein Meilenstein der Initiative ‚Schulen ans Netz‘, die maßgeblich vom BMBF und der Deutschen Telekom AG getragen wird, erreicht.“

T@School ist weltweit ohne Vergleich

Dr. Ron Sommer hebt vor allem die gesamtgesellschaftliche Bedeutung des Projekts hervor: „T@School ist beispielhaft für eine zukunftsweisende Kooperation von Wirtschaft und Politik. Die flä-

chendeckende Ausstattung ist weltweit einzigartig – in keinem anderen Land sind Schulen auch in ländlichen Bereichen so konsequent ans World Wide Web angebunden worden, um das Prinzip der Chancengleichheit zwischen Ballungsräumen und ländlichen Regionen zu gewährleisten“, sagte der Vorstandsvorsitzende anlässlich der Einrichtung des 30. T-CI@ssrooms im Oktober in Berlin.

„Schülern die Möglichkeit eröffnen, das Netz sinnvoll zu erschließen, ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe. Die Deutsche Telekom hat sich dieser Aufgabe offensiv gestellt.“

Dr. Ron Sommer

Nachdem durch das Projekt alle allgemein bildenden Schulen die Möglichkeit haben, kostenfrei online zu gehen, wird die Deutsche Telekom den Schulen stufenweise in einem nächsten Schritt einen Highspeed-Internetzugang auf Basis der T-DSL Technik bereitstellen. Bereits heute verfügen rund 3.000 Schulen über einen T-DSL Anschluss – auch diese konsequente Nutzung der Breitbandtechnik ist weltweit einzigartig.

KURZMELDUNGEN KONZERN

■ **Deutsche Telekom erhält Steuerrückzahlung von 1,4 Milliarden €.** Die Deutsche Telekom hat von der zuständigen Finanzbehörde eine Mitteilung erhalten, wonach dem Unternehmen im Jahr 2000 sowie im bisherigen Jahresverlauf geleistete Steuervorauszahlungen im Umfang von rund 1,4 Milliarden € zurück-erstattet werden. Darüber hinaus werden geplante Vorauszahlungen im laufenden Jahr von weiteren rund 0,2 Milliarden € nicht fällig. Das genannte Steuervolumen bezieht sich auf von der Deutschen Telekom zu leistende Körperschaftsteuerzahlungen. Die Beträge sind in vollem Umfang cash-wirksam und werden zur weiteren Schuldenreduzierung verwendet. Hintergrund dieser Entscheidung ist eine Wertberichtigung im handelsrechtlichen Jahresabschluss 2000 der Deutschen Telekom AG im Umfang von rund 6,6 Milliarden € auf die NAB Beteiligungs GmbH, die die Anteile an der Sprint-Corporation hielt. Diese Abschreibung war u. a. als Folge des allgemeinen Kursverfalls von Telekom Werten an den Börsen erforderlich, nachdem zum Jahresende 1999 die Beteiligung noch mit 9,8 Milliarden € bilanziert worden war. Die im zweiten und dritten Quartal am Markt erzielten Veräußerungserlöse in Höhe von 3,4 Milliarden € aus dem Verkauf der Sprint-FON- und PCS-Anteile bestätigten die nach der Abschreibung verblie-

benen Buchwerte. Nach Prüfung des Sachverhaltes wurde die Wertberichtigung nunmehr von der Finanzverwaltung auch steuerlich weitgehend anerkannt.

■ **Mehrheit an Hrvatski Telekom erworben.** Die im Juli angekündigte Aufstockung der Beteiligung an dem führenden kroatischen Telekommunikationsunternehmen Hrvatski Telekom (siehe „direkt“ 2/2001) zur Mehrheit von 51 Prozent ist perfekt. Vorstandsvorsitzender Dr. Ron Sommer und der kroatische Ministerpräsident Ivica Racan unterzeichneten im Oktober in Zagreb die Verträge. Die Deutsche Telekom, die seit zwei Jahren an Hrvatski Telekom (HT) mit 35 Prozent beteiligt ist, erwirbt für 500 Millionen € nun weitere 16 Prozent. Dr. Ron Sommer: „Eine starke Präsenz in Mittel- und Osteuropa sowie Mehrheitsbeteiligungen sind die Kernelemente beim Ausbau unserer internationalen Geschäftsbasis. Die Deutsche Telekom hat die Chancen, die sich im gesamten ost- und südosteuropäischen Raum eröffnen, früher als jeder andere erkannt und den Markt zielstrebig erschlossen. Wir sind in dieser Großregion besser aufgestellt als jeder unserer Wettbewerber.“ Bis zum Jahr 2004 sollen mehr als 700 Millionen € in HT investiert werden. Das Unternehmen beschäftigt derzeit 11.000 Mitarbeiter und steigerte im vergangenen Jahr seinen

Umsatz von 694 Millionen € auf 763 Millionen €. HT erwirtschaftete zugleich einen Gewinn nach Steuern von 120 Millionen €.

■ **Deutsche Telekom weltweit unter den Top-Ten-Carriern.** Mit 4,52 Milliarden über die Landesgrenzen hinweg übertragenen Telefonminuten belegt die Deutsche Telekom den vierten Platz bei den Top Ten der internationalen Carrier. Zu diesem Ergebnis kamen die Analysten des US-Marktforschungsunternehmens Telegeography. Die beiden ersten Plätze belegen die US-Unternehmen Worldcom (12,4 Milliarden international übertragene Telefonminuten) und AT&T (9,1 Milliarden). Auf Platz drei ermittelten die Analysten die British Telecom (4,55 Milliarden). Auf die Deutsche Telekom folgen auf den Plätzen fünf bis zehn France Télécom, Sprint, Cable&Wireless, Telecom Italia, China Telecom und die Swisscom. Weltweit, so die Studie, stieg die Zahl an international übertragenen Telefonminuten im vergangenen Jahr um 21 Prozent auf 132,7 Milliarden. Das Wachstum war besonders hoch in den wettbewerbsstarken Märkten Nordamerika und Westeuropa. Der im internationalen Telefongeschäft erwirtschaftete Umsatz stieg in 2000 um fünf Prozent auf insgesamt mehr als 70 Milliarden US-

T-Online: EBITDA im Deutschlandgeschäft positiv.

Die T-Online International AG konnte auch im dritten Quartal 2001 bei Konzernumsatz und Kundenzahl kräftig zulegen und das EBITDA deutlich verbessern. Im Deutschlandgeschäft konnte T-Online erstmals schwarze Zahlen schreiben. Die Eckdaten für die ersten neun Monate des laufenden Geschäftsjahres zeigen, dass der T-Online Konzern mit der neu ausgerichteten Unternehmensstrategie auf dem richtigen Kurs ist.

Konzernumsatz steigt um rund 50%

In einem national wie international nach wie vor stark umkämpften Marktumfeld hat T-Online International den Gesamtumsatz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 49% gesteigert: von 543 Mio. € auf 809 Mio. €. Die ausländischen Tochterunternehmen, insbesondere Ya.com und Club-Internet, trugen mit 9% zum Gesamtumsatz bei.

Das Access-Geschäft ist nach wie vor der wichtigste Umsatztreiber und profitierte vom fortgesetzten Teilnehmerwachstum bei den nationalen und internationalen Gesellschaften sowie von der kontinuierlichen Steigerung der Nutzung in allen Tarifen. Insgesamt steuerte dieser Bereich 685 Mio. € zum Konzernumsatz bei – 46% mehr als im gleichen Zeitraum des Vorjahres.

Kundenzahl: 10-Millionen-Marke überschritten

Europaweit zählte der T-Online Konzern zum Ende des 3. Quartals 2001 rund 9,8 Mio. Kunden. Dies entspricht bei der Vergleichszahl von rund 7,0 Mio. Kunden zum selben Zeitpunkt des Vorjahres zuvor einer deutlichen Steigerung von 39%. Die ausländischen Tochtergesellschaften trugen mit 681.000 Neukunden in einem Jahr zu dieser positiven Entwicklung bei. Auch nach Ende des dritten Quartals hielt die dynamische Kundenentwicklung weiter an: Im November konnte T-Online den zehnmillionsten Kunden begrüßen.

Portalumsätze um 77% gesteigert

Die größten prozentualen Zuwächse verzeichnete das Portalgeschäft. Die Umsätze aus Werbung und E-Commerce legten von 61,1 Mio. € in den ersten drei Quartalen 2000 auf 108,2 Mio. € in den ersten drei Quartalen 2001 zu – dies entspricht einer Steigerung um 77%. Im Vergleich zum zweiten Quartal des laufenden Geschäftsjahres wuchsen die Portalumsätze in den Monaten Juli bis September von 36,6 Mio. € auf 40,3 Mio. € und damit um rund 10%. Grund für die überpropor-

tionale Steigerungsrate sind vor allem die gestiegenen Besucherzahlen auf den Portalen, welche die Grundlage für die Berechnung der Gebühren aus Online-Werbung bilden.

EBITDA deutlich verbessert

Besonders erfreulich entwickelte sich das EBITDA – also das Ergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen, das die operative Ertragskraft widerspiegelt. Gegenüber dem Wert des zweiten Quartals 2001 verbesserte sich das Ergebnis deutlich um ca. 40%: von minus 56,9 Mio. € auf minus 34,8 Mio. €. Das EBITDA der seit dem 30. Juni 2001 erstmals konsolidierten Gesellschaften t-info und T-Online Travel belief sich auf minus 7,7 Mio. € im dritten Quartal 2001. Ohne diese Gesellschaften würde sich das Gesamt-EBITDA des Konzerns auf minus 28 Mio. € belaufen.

Deutschlandgeschäft positiv

Im Deutschlandgeschäft konnte T-Online – zwei Quartale früher als erwartet – mit einem EBITDA von plus 0,9 Mio. € schwarze Zahlen schreiben. Ursache ist zum

einen die erfolgreiche Migration der Kunden aus der Verlust bringenden Schmalbandflatrate in andere Tarife, zum anderen trugen auch die Maßnahmen zur Effizienzsteigerung maßgeblich dazu bei.

T-DSL Flatrate: starke Nachfrage

Dynamisch entwickelte sich die Nachfrage nach der T-DSL Flatrate. Waren es zum Ende des ersten Halbjahres 2001 noch 335.000 Kunden, die diesen Tarif für die breitbandige Internet-Nutzung nutzten, so verzeichnete T-Online zum Ende des dritten Quartals 578.000 Kunden – eine Steigerung von rund 73% innerhalb nur eines Quartales. Über diese Kundenzahl hinaus nutzt noch eine große Anzahl von T-DSL Kunden die anderen T-Online Tarife. Die Anzahl der Schmalband-Flatratekunden sank hingegen erwartungsgemäß auf rund 133.000.

Holtrop: „T-Online ist auf richtigem Weg“

„Alle Indikatoren zeigen, dass wir den richtigen Weg eingeschlagen haben. Langfristiges Ziel von T-Online ist und bleibt jedoch Profitabilität bei anhaltendem Wachstum, nicht Profitabilität auf Kosten des Wachstums“, kommentierte Thomas Holtrop, Vorstandsvorsitzender von T-Online International, die Geschäftsentwicklung des Unternehmens. „Dabei stehen für uns vor allem neue Produkte und unsere Kunden im Vordergrund.“

Die Portale der T-Online Tochterunternehmen Club-Internet in Frankreich und Ya.com in Spanien zählen zu den stark besuchten Internet-Seiten in ihren Ländern



T-Online und Axel Springer Verlag bündeln Vermarktungsaktivitäten.

Die T-Online International AG wird sich mit 50 Prozent an der Interactive Media CCSP AG, einer hundertprozentigen Tochter der Axel Springer Verlag AG, beteiligen. Die neue Gesellschaft wird künftig sämtliche Online-Auftritte der beiden Partner exklusiv vermarkten. Das Joint Venture steht noch unter Gremien- und Kartellvorbehalt.



Vereinbaren eine weitere Zusammenarbeit der beiden Unternehmen: T-Online Chef Thomas Holtrop und Dr. Mathias Döpfner, Mitglied des Vorstands der Axel Springer Verlags AG

Strategie des profitablen Wachstums weiter gestärkt

Die Werbevermarktung der Portalseiten stellt für T-Online ein strategisches Kerngeschäft dar, dessen Potenziale noch wesentlich stringenter als bislang ausgeschöpft werden sollen. Die Beteiligung an Interactive Media ist dabei ein entscheidender Schritt, denn damit integriert

der T-Online Konzern diesen wichtigen Teil der Wertschöpfungskette seines Geschäfts und sichert sich zudem den Zugriff auf eine bereits etablierte und eingespielte Vermarktungsorganisation.

Marketingvorstand Burkhard Graßmann: „Das Joint Venture wird einen entscheidenden Beitrag leisten, um uns neue Einnahmequellen zu erschließen. Zum anderen werden wir das Potenzial, das in unseren qualitativ hochwertigen Kundenbeziehungen steckt, noch viel zielstrebigere als bisher monetarisieren können.“

Subanzielle Synergieeffekte

Weiterhin ganz entscheidend: T-Online wird die Vermarktung aller Werbeflächen des Konzerns zukünftig nicht nur schneller und effektiver, sondern auch kostengünstiger steuern können. Dazu Vorstandsvorsitzender Thomas Holtrop: „Die Beteiligung an Interactive Media spart T-Online Kosten und sehr viel Zeit, die der Aufbau einer eigenen Organisation mit sich gebracht hätte. Auf diese Weise sichern wir uns zeitnah Kompetenz, Kapazität und Funktionalität.“

Auch die Wettbewerbsposition von T-Online im momentan schwierigen Markt der Online-Werbevermarktung wird nachhaltig gestärkt. T-Online wird seinen Kunden ein wesentlich breiteres Platzierungsangebot unterbreiten können – und zwar aus einer Hand.

Wunschpartner gewonnen

Interactive Media war bislang bereits für die Vermarktung der T-Online Werbeflächen verantwortlich und betreut derzeit insgesamt 35 Websites mit mehr als 640 Millionen Page Impressions (Seitenaufrufe) pro Monat. In Deutschland ist Interactive Media an fünf Standorten und darüber hinaus in Österreich sowie über die Büros des Mutterkonzerns schon jetzt europaweit vertreten. Nach dem Erwerb von 50 Prozent der Anteile am Gemeinschaftsunternehmen wird T-Online zum 31. Dezember 2002 die Option haben, durch Übertragung einer „Golden Share“ die unternehmerische Führung der Gesellschaft zu übernehmen.

„Die Marktbedeutung unserer zukünftigen Vermarktungstochter wird zweifelsohne so groß sein, dass kaum ein Werbetreibender auf eine Schaltung bei uns verzichten kann.“

Burkhard Graßmann,
Vorstand Marketing und Vertrieb,
T-Online International AG

KURZMELDUNGEN T-ONLINE

■ **Business Services: neues Komplettangebot für Geschäftskunden.** Mit den T-Online Business Services bietet T-Online kleinen und mittelständischen Unternehmen Produkte und Dienstleistungen für die professionelle Nutzung des Internets als Vertriebskanal an. „Herzstück“ dieses Angebots ist die „Business Homepage“. Damit eröffnet T-Online den Geschäftskunden einen individuellen Weg zu einer professionellen Internet-Präsenz. Die Business Homepage umfasst als Basispaket zu einem monatlichen Grundpreis von DM 29,00 eine eigene Domain, fünf E-Mail-Boxen, 200 MByte Speicherplatz und 10 GByte Transfervolumen. Zur einfachen Erstellung und Wartung der Homepage stehen leistungsstarke Online-Tools und Media-Services zur Verfügung. Für höchste Sicherheitsstandards bei der sensiblen Unternehmenskommunikation sorgen zudem die neu ins Leistungsspektrum genommenen Produkte „T-Online

secureMail“ zum Schutz vor fremdem Zugriff und zur zweifelsfreien Identifizierung des Absenders sowie „T-Online secureVPN“ für die sichere Kommunikation in geschlossenen Benutzergruppen (virtuelle Intranets).

■ **T-Online mit neuem Web-Auftritt.** Mit der Vorstellung des grundlegend überarbeiteten Designs seines Web-Auftritts hat T-Online einen wichtigen strategischen Schritt auf dem Weg zum umfassenden Mediennetzwerk vollzogen. Kernelemente sind ein komplett überarbeitetes Design, neu gestaltete Navigationsebenen und ein wesentlich erweitertes Informationsangebot. Die Benutzer kommen „mit weniger Klicks noch schneller ans Ziel“, so Marketing-Vorstand Burkhard Graßmann. Das neue Design trägt zudem der Fortentwicklung des Internets Rechnung, die insbesondere durch den verstärkten

Einsatz größerer Bildschirmformate und spezielle Angebote für Breitbandnutzer geprägt wird. In diesem Zusammenhang, so Graßmann, unterstreicht das Redesign die „Entwicklung von T-Online vom Portal zum Programm“. Der neue Auftritt wird zunächst mit einer Auswahl von Portalen umgesetzt und in der Folge sukzessive auf das komplette Angebot ausgedehnt.



T-Mobile: 9-Monats-EBITDA verdoppelt.

T-Mobile International war auch im 3. Quartal einer der wesentlichen Treiber von Umsatz- und EBITDA-Wachstum im Konzern der Deutschen Telekom. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen konnte bei allen Mehrheitsbeteiligungen gegenüber dem 2. Quartal weiter gesteigert werden. Insbesondere die Konzentration auf die hochwertigen Kundensegmente hat dazu entscheidend beigetragen.

Kundenwachstum: T-Mobil und One 2 One führend in ihren Märkten

T-Mobile International hat seine Position als einer der weltweit führenden Mobilfunkanbieter im dritten Quartal weiter gefestigt. Ende September 2001 betreuten alle Mobilfunkbeteiligungen der Deutschen Telekom 62,4 Mio. Kunden, dies entspricht einer Steigerung von 3,7 Mio. Kunden gegenüber dem Stand Ende Juni.

Mit nunmehr 22,6 Mio. Kunden und einem Zuwachs von 473.000 neuen Teilnehmern im dritten Quartal ist T-Mobil – die deutsche Tochter von T-Mobile – unverändert größtes Mitglied der Gruppe. Das Wachstum im letzten Quartal entsprach fast 75 % des Gesamtkundenwachstums auf dem deutschen Mobilfunkmarkt. Ebenfalls Spitzenreiter beim Kundenwachstum im nationalen Markt war die britische One 2 One, die Ende September fast 10 Mio. Kunden zählte. Im Vergleich zum selben Zeitpunkt des Vorjahres bedeutet dies eine Steigerung von knapp 40 %. VoiceStream wuchs im dritten Quartal inklusive Powertel um 373.000 Kunden und hat nunmehr insgesamt 6,3 Mio. Teilnehmer.

Die Minderheitsbeteiligungen (BEN in den Niederlanden, PTC in Polen und MTC in Russland) verzeichneten Ende des dritten Quartals zusammen sieben Mio. Kunden, alle anderen Mobilfunkbeteiligungen der Deutschen Telekom – darunter Westel in Ungarn – noch einmal 12,2 Mio. Teilnehmer.

Strategie des qualitativen Wachstums greift

Besonders erfreulich entwickelte sich der Anteil der Vertragskunden am Gesamtkundenwachstum. Dieser machte im dritten Quartal bei allen Mehrheitsbeteiligungen von T-Mobile insgesamt bereits 43 % aus. Die Strategie von T-Mobile, sich nach den Jahren des stürmischen Kundenwachstums zunehmend auf ertragsstarke

Kunden anstatt auf ein generelles Wachstum zu konzentrieren, erweist sich somit bereits als erfolgreich.

Bei T-Mobil entfielen zum Beispiel im Zeitraum Juli bis September 60 % des Zuwachses auf Vertragskunden, was zudem die weitaus höchste Marke aller nationalen Wettbewerber bedeutet. Bei der US-amerikanischen T-Mobile Tochter stellten die Vertragskunden sogar 99 % des Nettowachstums. Insgesamt sind rund 73 % aller VoiceStream Teilnehmer Vertragskunden. Dieses Kundensegment ist in den USA mit durchschnittlich deutlich mehr als 50 Dollar je Kunde und Monat entscheidender Umsatztreiber.

EBITDA: Verdopplung gegenüber Vergleichszeitraum

Die Erfolge bei den Anstrengungen zur Steigerung der Profitabilität spiegelt auch die EBITDA-Entwicklung wider. Insgesamt erwirtschaftete T-Mobile in den ersten neun Monaten 2001 ein EBITDA von 2,2 Mrd. ₤, was einer Verdoppelung gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres entspricht und zugleich ein wesentlicher Treiber des EBITDA-Wachstums auf Konzern-Ebene war.

Besonders erfreulich: Bei den wichtigsten Mehrheitsbeteiligungen der T-Mobile Gruppe – T-Mobil in Deutschland, max.mobil in Österreich, One 2 One in Großbritannien, RADIOMOBIL in der Tschechischen Republik und VoiceStream in den USA –

wurde das EBITDA im Vergleich zum vorangegangenen Quartal weiter verbessert. Dazu Kai-Uwe Ricke, im Telekom Vorstand für die Bereiche Mobile und Online verantwortlich und Vorstandsvorsitzender von T-Mobile International: „Alle Ergebnisse zeigen, dass wir uns konsequent und mit Erfolg auf die hochwertigen Kundensegmente und die Steigerung der Profitabilität fokussieren.“

One 2 One richtet sich neu aus

One 2 One hat mittlerweile die erste Phase des Ende Oktober begonnenen Prozesses zur Optimierung der Marktausrichtung abgeschlossen. Das Unternehmen will sich so im Hinblick auf die Herausforderungen und Chancen des Mobilfunkgeschäfts optimal positionieren. Eine Konsequenz dieses Prozesses ist die Reorganisation einiger Bereiche. In diesem Zusammenhang wird One 2 One insgesamt bis zu 900 Arbeitsplätze einsparen. Dies geschieht durch das Auslaufen befristeter Verträge, Aufhebungsverträge sowie den Verzicht auf die Wiederbesetzung freier Stellen. „Unsere Planungen haben in erster Linie das Ziel, sowohl unsere Rolle als wichtigen Player auf dem britischen Telekommunikationsmarkt als auch als wesentliche Komponente innerhalb des T-Mobile Konzerns zu stärken und auszubauen“, erläutert Harris Jones, Chief Executive Officer von One 2 One.

GPRS: Motor für steigende Umsätze

T-Mobile rechnet nach Aussage von Vorstandschef Ricke mit weiter deutlich steigenden Umsätzen. Einer der Motoren wird dabei die GPRS-Technologie sein, die die T-Mobile Gesellschaften sukzessive einführen. Damit erhält die mobile Datenübertragung eine vollkommen neue Dimension. „Die hohen Übertragungsraten, kombiniert mit der breiten internationalen Verfügbarkeit im T-Mobile Verbund, machen die neuen Datendienste noch attraktiver und werden in verstärktem Maße zu steigenden Umsätzen beitragen“, so Ricke.

Die Zentrale von T-Mobil in Bonn – Sitz des deutschen Tochterunternehmens im T-Mobile Konzern



VoiceStream: Quartalszahlen verdeutlichen positive Geschäftsentwicklung.

VoiceStream Wireless, das US-Tochterunternehmen von T-Mobile International, konnte auch im dritten Quartal des laufenden Geschäftsjahres beim Kundenzuwachs zulegen. Von den insgesamt 373.000 Neukunden konnten 99 % im Vertragskundengeschäft gewonnen werden.

Fast ausschließlich Vertragskunden neu hinzugewonnen

Der Anteil der Vertragskunden an der gesamten Kundenbasis stieg von 71 % zum Ende des zweiten Quartals auf 73 % zum Ende des dritten Quartals an. Im Vergleich zum vorhergehenden Quartal konnte eine Steigerung des Durchschnittsumsatzes pro Vertragskunde von 53 Dollar auf 54 Dollar verzeichnet werden. Der Gesamt-

umsatz von VoiceStream betrug im 3. Quartal über eine Mrd. US-Dollar.

Erneut auch Verbesserung beim Ergebnis

Verbessert werden konnte auch das EBITDA. In Prozent des Gesamtumsatzes verbesserte es sich von minus 11 % im zweiten Quartal auf minus 9 % im dritten Quartal 2001, bereinigt um Einmaleffekte.

Damit hat VoiceStream sein operatives Ergebnis seit dem ersten Quartal 2001 kontinuierlich verbessert. Insgesamt verzeichnete das US-Geschäft einen bereinigten EBITDA-Verlust von 95 Mio. Dollar im 3. Quartal. Nicht darin enthalten sind die Incentive-Boni von 39 Mio. Dollar im dritten Quartal für die Beschäftigten im Zusammen-

hang mit der Akquisition von VoiceStream und Powertel durch die Deutsche Telekom.

VoiceStream ist für die künftige Marktentwicklung ausgezeichnet aufgestellt

„Als Teil des globalen GSM-Netzes von T-Mobile ist VoiceStream in einer hervorragenden Position, US-Kunden modernste GPRS-Dienste anbieten zu können – Dienste, die wir bereits in Deutschland und auf anderen europäischen Märkten erfolgreich eingeführt haben“, erklärte T-Mobile Chef Kai-Uwe Ricke. „Die Kunden von VoiceStream werden auch künftig von den Innovationen im Mobilfunk auf GSM-Basis profitieren können.“

KUNDENENTWICKLUNG VON VOICESTREAM



VoiceStream und Cingular gründen Joint Venture.

VoiceStream Wireless und der Mobilfunkanbieter Cingular Wireless – gemeinsames Mobilfunkunternehmen der US-Kommunikationsfirmen SBC Corp. und BellSouth – haben ein Joint Venture gegründet. Die beiden Unternehmen können so GSM-Netzinfrastruktur in New York (bisher nur VoiceStream) sowie Kalifornien und Nevada (bisher nur Cingular) gemeinsam zu nutzen.

Einsparungen in Millionenhöhe erwartet

Die Unternehmen gehen davon aus, dass sie in Zukunft durch den gemeinsamen Zugang zu den vorhandenen Netzinfrastrukturen in den genannten Regionen hunderte Millionen Dollar an Investitions- und Betriebsaufwand einsparen werden. Die vorhandenen Netze decken Gebiete ab, in denen 55 Millionen Menschen leben, darunter drei der zehn wichtigsten Ballungsräume der USA.

„Diese Vereinbarung ist bereits die zweite internationale Kooperation, die für T-Mobile erhebliche Kosteneinsparungen beim Ausbau von Mobilfunknetzen erbringt“, sagte Kai-Uwe Ricke, Vorstand Deutsche Telekom für Mobilfunk und Online sowie Chief Executive Officer (CEO) von T-Mobile International. Im Juni 2001 hatten T-Mobile International und BT Wireless – das heu-

tige mm02 – für den Aufbau und Betrieb ihrer UMTS-Netze in Deutschland und Großbritannien eine weit reichende Zusammenarbeit vereinbart (lesen Sie dazu „direkt“ 2/2001).

Der Marktauftritt beider Unternehmen bleibt unverändert

VoiceStream und Cingular werden im Rahmen einer Reihe von Vereinbarungen Funk- und bestimmte Vermittlungseinrichtungen in Kalifornien, Nevada und New York in das Joint Venture einbringen. Obwohl beide Unternehmen Netzdienste in diesen Märkten von dem Joint Venture kaufen werden, wird jedes Unternehmen weiter unabhängig mobile Sprach- und Datendienste anbieten, seine Dienste unter der eigenen Marke an die Kunden vermarkten und auch in den Bereichen Vertrieb, Marketing, Abrechnung und Kundenbetreuung selbstständig arbeiten.

Cingular überträgt künftig auch im GSM-Standard

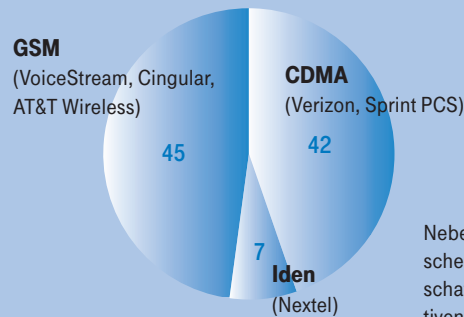
VoiceStream und Cingular werden sich auch hinsichtlich der verwendeten Netztechnik hervorragend ergänzen. Denn

Cingular wird – wie zuvor bereits AT&T Wireless – sein gesamtes Netz auf den Mobilfunkstandard GSM umstellen. Bisher nutzte nur VoiceStream landesweit diese Technologie. GSM ist mit etwa 600 Millionen Kunden in 171 Ländern die weltweit erfolgreichste Mobilfunktechnologie.

Das „Umdenken“ der großen amerikanischen Mobilfunkgesellschaften im Hinblick auf die verwendete Netztechnologie ist eine klare Bestätigung unserer Strategie: denn die Deutsche Telekom hat mit VoiceStream von Anfang an – wie nun immer mehr Unternehmen in den USA – auf den erfolgreichen Standard GSM gesetzt.

USA: GSM-STANDARD ÜBERRUNDET KONKURRENZ

Von US-Unternehmen genutzte Mobilfunkstandards und deren Kundenzahl (in Millionen, geschätzt für 2002)



Quelle: Financial Times Deutschland, 1.11.2001

Neben VoiceStream nutzen inzwischen immer mehr Mobilfunkgesellschaften in den USA statt der alternativen Standards CDMA oder Iden den in Europa etablierten und führenden Mobilfunkstandard GSM.

T-MOBILE CHEF: KOOPERATION MIT CINGULAR WIRKT SICH POSITIV AUF DAS VOICESTREAM ERGEBNIS AUS

„Unsere Marktpräsenz wird ab sofort erweitert.“



Kai-Uwe Ricke, Vorstandsvorsitzender der T-Mobile International AG, erläutert im Interview die Hintergründe der aktuellen Transaktion von VoiceStream.

Herr Ricke, welche Vorteile bietet dieses Joint Venture der T-Mobile Tochter VoiceStream?

Kai-Uwe Ricke: Die Zusammenarbeit mit Cingular ist für uns eine ideale Ergänzung unserer bisherigen Aktivitäten. Dadurch können wir schneller als geplant unsere

Marktpräsenz erweitern. Die ursprüngliche Planung sah vor, dass wir in etwa drei Jahren in Kalifornien und Nevada aktiv am Markt präsent sein würden. Nun haben wir mit den Cingular-Netzen in diesen Regionen praktisch ab sofort eine verfügbare Netzinfrastruktur.

Mit welchen Einsparungen rechnen Sie bei der Transaktion?

Kai-Uwe Ricke: VoiceStream spart in den kommenden drei Jahren rund eine Milliarden Dollar, da wir nun kein eigenes Netz in Kalifornien und Nevada aufbauen müs-

sen. Und mittelfristig wird sich diese Transaktion sehr positiv auf das EBITDA – also das Ergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen – von VoiceStream auswirken. Bei der im September vereinbarten Zusammenarbeit mit mmO2 (Anm. der Red.: früher BT Wireless) ist das ganz ähnlich. Hier erwarten wir beim Aufbau der UMTS-Netze in Deutschland und Großbritannien Einsparungen bis zu 30 Prozent.

KURZMELDUNGEN T-MOBILE

■ **Eigener Geschäftsbereich für mobile Datenkommunikation.** Mit dem neuen Bereich „Mobile Business Solutions“ bietet T-Mobile Geschäftskunden ein umfangreiches Produkt- und Serviceangebot für die mobile Datenkommunikation. Damit reagiert T-Mobile auf das Zusammenwachsen von Informationstechnologie und Telekommunikation. Ziel der neuen Geschäftseinheit von T-Mobile ist es, in dem durch GPRS und UMTS rasant wachsenden Markt für professionelle Geschäftskunden-Lösungen die Innovationsführerschaft zu übernehmen. Zum Leistungsspektrum von Mobile Business Solutions gehören Lösungen, die den mobilen Zugriff auf Unternehmensdaten ermöglichen, sowie ein breites Angebot an Service- und Beratungsleistungen, mit denen Unternehmen aller Größen die Potenziale mobiler Datenkommunikation erschließen können – wie zum Beispiel mobile Unternehmensportale oder mobiles

„Multimedia Conferencing“. Kunden von T-Mobile profitieren durch den neuen Geschäftsbereich von den Wissensressourcen im Konzern bei Mobilfunktechnologien und Anwendungen sowie der engen Zusammenarbeit von T-Mobile mit Top-Partnern aus der IT-Branche wie Microsoft, Compaq oder Siemens.

■ **Breite Markenpräsenz in Großbritannien.**

Im Rahmen einer neuen Vertriebsstrategie zeigt One 2 One,ritisches Tochterunternehmen von T-Mobile, zusammen mit der Konzernmutter in den Innenstädten Großbritanniens verstärkte Markenpräsenz. 136 Shops der im vergangenen Jahr übernommenen „Pocket-Phone“-Kette werden zu exklusiven „One 2 One-Stores“ umgerüstet, in denen ausschließlich eigene Produkte angeboten werden. Das T-Mobile Logo wird dabei prominent platziert. Speziell geschulte Mitarbeiter sorgen zudem für die

kompetente Beratung der Kunden. Erste Testläufe in sechs Städten Großbritanniens haben gezeigt, dass die Kundenzufriedenheit und die Umsätze mit diesen Maßnahmen deutlich verbessert werden konnten.

■ **UMTS-Meilenstein: erste mobile Datenverbindung mit 384 kbit/s.**

T-Mobile hat über das gemeinsam mit Siemens in München aufgebaute Testnetz für UMTS erstmals eine breitbandige mobile Datenverbindung realisiert. Mit einer Übertragungsgeschwindigkeit von 384 Kilobit pro Sekunde (kbit/s) – das entspricht etwa sechsfacher ISDN-Geschwindigkeit – wurden erfolgreich Videostreamings und Datenverbindungen zu fünf UMTS-Testendgeräten durchgeführt. Mit den im November abgeschlossenen Tests hat T-Mobile planmäßig einen weiteren Meilenstein auf dem Weg zur dritten Mobilfunkgeneration hinter sich gelassen.

T-Systems: Umsatz- erwartungen im Plan.

T-Systems hat die Umsatzerwartungen für das laufende Geschäftsjahr 2001 bekräftigt. Christian Hufnagl, Vorstandsvorsitzender der T-Systems Geschäftsführung, rechnet weiter mit einem Umsatzwachstum von rund zehn Prozent. Im vergangenen Geschäftsjahr hatte T-Systems insgesamt rund 11 Mrd. € erwirtschaftet.

Rückgang im IT-Bereich kompensiert

Hufnagl äußerte sich am Rande der internationalen IT-Fachmesse SYSTEMS, die wie in jedem Jahr im Oktober in München stattfand. Die weltweite Nachfrageschwäche in der Informationstechnologie treffe das Unternehmen nur in Teilbereichen. So sei das Geschäft mit SAP-Anwendun-

gen zwar um rund 20 % gesunken. Dies werde allerdings durch die „explosionsartig gestiegene Nachfrage“ nach Systemen für Audio- und Videokonferenzen mehr als ausgeglichen.

Zudem sei generell ein deutlicher Anstieg bei sicherheitstechnischen Anwendungen

sowie bei Lösungen im Bereich Netzwerkmanagement und bei Konvergenzthemen festzustellen. Hufnagl: „Zahlenmäßig verzeichnen wir zwar etwas weniger Projekte als im vergangenen Jahr, dennoch gibt es keinen Abschwung bei den Margen.“ Für das laufende Jahr bestätigte der T-Systems Chef daher das geplante Umsatzplus von rund zehn Prozent.

Ausbau des Auslandsgeschäfts

Weiter ausgebaut werden soll in Zukunft das Auslandsgeschäft, das bisher rund 15 % zum Gesamtumsatz beiträgt. Dieser Anteil sei noch ausbaufähig: „Da können und müssen wir noch mehr auf die Beine stellen“, so Hufnagl.

Seit Jahresbeginn verzeichnet T-Systems eine leichte Steigerung des im Ausland erzielten Umsatzes. So wurden mehrere Aufträge international tätiger Konzerne wie Agfa, IBM oder Hewlett-Packard gewonnen.

KURZMELDUNGEN T-SYSTEMS

■ **Über 13.500 Filialen der Deutschen Post vernetzt.** In einem Zeitraum von nur zwölf Monaten hat T-Systems den größten IT-Roll-Out in der Geschichte der Deutschen Post AG realisiert, mit dem der größte Logistikdienstleister Europas seine Geschäftsprozesse beschleunigen und den Kundenservice weiter verbessern will. Ohne die Geschäftsabläufe zu unterbrechen, hat T-Systems als Generalunternehmer für die Ausrüstung von 13.500 Filialen mit rund 25.000 Computersystemen, 50.000 Druckern, Scannern und 13.500 Routern sowie die Anbindung an das zentrale Unternehmensnetz gesorgt. In Zukunft wird T-Systems den Betrieb und die Wartung des Netzes und des zentralen Rechenzentrums sowie die zentrale Servicekoordination übernehmen.

■ **Großauftrag in Ungarn gesichert.** „T-Systems debis IT Services Unisoftware“, das ungarische Tochterunternehmen von T-Systems, hat sich den Auftrag für das komplette IT-Outsourcing der Budapester Verkehrsbetriebe BKV gesichert. Das Auftragsvolumen für die nächsten 10 Jahre beträgt 100 Mio. €.

T-Systems wird für den vereinbarten Zeitraum die gesamte IT-Infrastruktur sowie alle computergesteuerten Abläufe, wie die Lohn- und Gehaltsbuchhaltung und das Fahrplanmanagement, übernehmen. Durch die Ausgliederung dieser Prozesse kann sich die BKV wieder voll auf ihre Kernkompetenzen – das Befördern von Personen – konzentrieren. Bei der Ausschreibung hatte sich T-Systems gegen vier Konkurrenten durchgesetzt, darunter Compaq. Bereits Ende der 90er-Jahre hatte T-Systems die gesamte Informatik der BKV neu strukturiert und dabei u. a. ein SAP-System installiert sowie verkehrsspezifische Applikationen entwickelt.

■ **High-Speed-Datenaustausch mit DataExpress.** Speziell für kleine und mittlere Unternehmen mit unternehmensübergreifenden Produktionsprozessen und hohem Termindruck bietet T-Systems gemeinsam mit Geschäftsbereichen der Division T-Com ein neues „schlüsselfertiges“ Lösungspaket für die Hochgeschwindigkeits-Datenübertragung an. Auf Basis des High-Quality-Service T-ATM bietet das neue Produkt

„DataExpress“ schnelle gewählte Verbindungen auf Knopfdruck bis zu 6 Megabit pro Sekunde. Hohe Geschwindigkeiten, Sicherheit und vor allem garantierte Bandbreite zeichnen DataExpress aus. DataExpress ist auch eine schnelle Zugangsvariante zur Plattform „Grapheno“ – der Client-Server-Lösung für die Druck- und Medienbranche. Über diese Applikation ist der Datenaustausch zwischen DataExpress und anderen System- und Netzwelten möglich. Egal ob es sich um die Zugangsnetze T-ATM, T-SDN oder T-DSL handelt oder ob unterschiedliche Betriebssysteme wie Windows, MacOS, Linux oder UNIX eingesetzt werden – die neue Plattform garantiert die schnelle und kostengünstige Übertragung und das komfortable Management der Daten. So können Druck- und Medienunternehmen mit „Grapheno“ Dokumente und Bilder von Partnern und Kunden beschaffen, an diese verteilen oder für den Zugriff aller Beteiligten zentral archivieren. Weitere auf spezifische Branchen zugeschnittene Anwendungen für DataExpress sind in Zusammenarbeit mit Software-Herstellern in Vorbereitung. DataExpress mit Grapheno ist seit Oktober 2001 verfügbar.

SYSTEMS 2001: POSITIVE BILANZ

Vorreiterrolle bei IT-Sicherheitslösungen.

Im immer wichtiger werdenden Bereich der IT-Sicherheit wird T-Systems seine bereits heute führende Position weiter ausbauen. Das bekräftigte T-Systems Chef Christian Hufnagl auf der traditionellen Pressekonferenz zu Beginn der SYSTEMS 2001. Auf dieser Messe, eine der führenden internationalen Fachmessen für Informationstechnik, Telekommunikation und neue Medien, präsentierte T-Systems eine breite Palette an Sicherheitslösungen für Großkunden und den Mittelstand.

IT-Sicherheit wird noch immer vernachlässigt

Hochwirksame Sicherheitstechnologien in die unterschiedlichsten Anwendungen zu integrieren, wird immer mehr zu einer Pflichtaufgabe für Unternehmen jeder Größe. Denn je stärker sich Prozesse und Abläufe in den Unternehmen auf die Telekommunikationsnetze und die Informationstechnik stützen, desto wichtiger wird es, einen zuverlässigen und geschützten Informationsfluss sicherzustellen. Dennoch – so eine aktuelle Studie des Beratungsunternehmens Pricewater-

houseCoopers – verschickt noch immer rund ein Drittel der Unternehmen ihre Daten völlig unverschlüsselt übers Netz. Der TÜV Rheinland schätzt die daraus resultierenden volkswirtschaftlichen Schäden durch Sicherheitsmängel beim E-Commerce auf rund 20 Milliarden DM allein im Jahr 2000. T-Systems hat daher die Entwicklung und Realisierung von Produkten und Services für die IT-Sicherheit zu einem Schwerpunkt seiner Arbeit gemacht.

T-Systems bietet Lösungen für viele Branchen

Auf der SYSTEMS präsentierte T-Systems zahlreiche richtungweisende Sicherheitslösungen für unterschiedliche Anwendungsgebiete. Dazu zählt etwa „LineCrypt“,

den Urheberrechtsschutz im Internet sicherstellen, integriert T-Systems in die Online-Systeme von Unternehmen, die digitale Inhalte über das Web vertreiben. So werden das sichere Vermarkten von Filmen und Musikstücken über das Internet sowie die dazu notwendigen Bezahlvorgänge ermöglicht.

M-Commerce: T-Systems ist für den künftigen Boommarkt gut aufgestellt

Das Mobile Commerce, also der elektronische Handel im Mobilfunkbereich, wird sich spätestens mit dem Start der kommenden Mobilfunkgeneration UMTS zu einem Wachstumstreiber für das gesamte E-Commerce entwickeln. T-Systems hat dafür auf der SYSTEMS mit „WebSIM“ ein

„Unsere Projekte und Lösungen belegen, dass T-Systems im hochdynamischen IT- und Telekommunikationsmarkt eine treibende Kraft ist.“

Christian A. Hufnagl,
Vorsitzender der Geschäftsführung, T-Systems International GmbH

ASP: weiterer Tätigkeitsschwerpunkt bei Systemlösungen

Neben Systemlösungen für den Bereich IT-Sicherheit konzentriert sich T-Systems auch auf den Bereich des Application Service Providing (ASP), das heißt die Nutzung von Software aus dem und über das Netz. Vor dem Hintergrund immer schnellerer Innovationszyklen in der Informationstechnik sowie eines gestiegenen Kostenbewusstseins der Unternehmen gewinnt ASP immer stärker an Bedeutung. T-Systems verfügt bei ASP-Anwendungen über ein weit reichendes Know-how. Beispielsweise bietet T-Systems neben Shops und Marktplätzen mit „BusinessMail“ maßgeschneiderte ASP-Lösungen für effiziente E-Mail-Kommunikation im Unternehmen – etwa zur Anbindung der internen Kommunikationsinfrastruktur an die Außenwelt oder auch für das komplette Hosting eines E-Mail-Systems.

Auch der Mittelstand profitiert von der Systemlösungskompetenz von T-Systems

Von der Kompetenz und dem umfassenden Know-how von T-Systems profitieren nicht allein nur Großunternehmen – auch immer mehr mittelständische Unternehmen partizipieren an den Technologien und Lösungen, die T-Systems entwickelt und umsetzt. Dabei spielen die beiden eng verzahnten Telekom Divisionen T-Systems und T-Com sowie die daraus resultierenden Synergieeffekte eine wichtige Rolle. Denn vor allem bei Sicherheitslösungen finden Produkte und Dienstleistungen von T-Systems schnell ihren Weg in die T-Com und damit zu den Mittelstandskunden der Deutschen Telekom.



Präsentierten Lösungen für Großkunden und den Mittelstand: Hans-Albert Aukes, Leiter National Business T-Com, und T-Systems Chef Christian A. Hufnagl

eine Serie von Verschlüsselungsgeräten, die den Austausch vertraulicher Daten auf der Basis des Internet-Protokolls absichern. Solche Systeme sind wichtige Bausteine, zum Beispiel für Anwendungen in der öffentlichen Verwaltung. Denn dort, wo sensible Bürgerdaten über die Netze verschickt werden, müssen die Sicherheitsanforderungen besonders hoch sein.

Auch für künftige Anwendungen im E-Commerce hat T-Systems schon heute entsprechende Lösungen entwickelt. Beispielsweise Systeme für das „Digital Rights Management“. Diese Systeme, die

Sicherheitssystem vorgestellt, das die bewährte Sicherheitsinfrastruktur der GSM-Mobilfunknetze und den elektronischen Zahlungsverkehr über das Internet miteinander verknüpft.

WebSIM unterstützt neben der sicheren Datenübertragung auch den schnellen Zugang zu lokalen Informationsdiensten und ist so das Fundament völlig neuer E-Commerce-Dienstleistungen für mobile Kunden. Damit ist WebSIM – als innovatives Tool für den Bereich des elektronischen Bezahls – ein hervorragendes Beispiel für die Schrittmacherverolle von T-Systems bei der Entwicklung neuer Märkte im Internet.

KURZMELDUNGEN T-COM

■ Neue Leitung der Konzerndivision festgelegt.

Mit neuen Organisationsstrukturen und einem neuen Dienstleistungsportfolio richtet sich im Rahmen des Konzernumbaus auch T-Com konsequent auf die neuen Anforderungen im Markt aus. Gleichzeitig wurde damit ein weiterer wichtiger Schritt für den Aufbau der T-Com Organisation vollzogen: Mit dem Ziel, die Zusammenarbeit zwischen Marketing, Vertrieb, Service und Netzinfrastruktur zu verstärken, hat zum 1. Oktober eine neue Geschäftsführung die Verantwortung übernommen. Neben der Funktion des Vorsitzenden

der Geschäftsführung (CEO) Josef Brauner wird es zukünftig sieben Leitungsbereiche geben:

- ▶ Hans-Albert Aukes, National Business (NB/kommissarisch)
- ▶ Roland Kittel, Chief Technical Officer (CTO)
- ▶ Dr. Ralph Rentschler, Finanzen und Controlling (F)
- ▶ Karl Knoll, Personal (HR)
- ▶ Hans-Albert Aukes, International Business (IB)
- ▶ Klaus Vitt, Informations- und Prozessmanagement (CIO)
- ▶ Dr. Erbil Kurt, Corporate Functions (CF)

Hans-Albert Aukes sagte zur neuen Struktur: „Damit können wir T-Com Kunden noch besser mit maßgeschneiderten Produkten und Lösungen bedienen. Ein Schwerpunkt dabei ist es, die Deutsche Telekom als den Lösungspartner für die Kunden aus dem Bereich der mittelständischen Wirtschaft zu etablieren.“

Wir beantworten Ihre Fragen.

Kompakt, kompetent und aus erster Hand zu berichten – das ist Aufgabe des FTA Newsletters „direkt“. Dabei ist es unser Ziel, auch schwierige Themen so verständlich wie möglich aufzubereiten. Einige Themen sind jedoch so komplex, dass dazu häufig noch Fragen gestellt werden. An dieser Stelle werden wir daher noch einmal zwei der meistgestellten Fragen aus dem FTA Call-Center beantworten.

Wie wurde die Übernahme von VoiceStream finanziert?

Wie bei Transaktionen dieser Größenordnung üblich erfolgte der Erwerb des US-Mobilfunkunternehmens VoiceStream Wireless im Wesentlichen über einen Aktien-tausch. Pro Aktie wurden den VoiceStream Aktionären ursprünglich 3,2 Aktien der Deutschen Telekom plus jeweils 30 US-Dollar in bar geboten. Zum Zeitpunkt der Offerte an die VoiceStream Aktionäre im Juli 2001 belief sich dieses Angebot auf insgesamt 50,7 Milliarden US-Dollar (rund 58 Milliarden €). Bis zum Zeitpunkt des Abschlusses der Transaktion reduzierte sich dieser Preis jedoch aufgrund des niedrigen Aktienkurses beider Unternehmen auf rund 28 Milliarden US-Dollar (etwa 32,6 Milliarden €).

Die Deutsche Telekom hat im Rahmen der Transaktion rund 1,2 Milliarden T-Aktien aus einer vom Aufsichtsrat genehmigten Kapitalerhöhung ausgegeben. Damit liegt die Gesamtzahl der T-Aktien nach der Transaktion bei nunmehr rund 3.858 Millionen Stück. Der direkt und indirekt gehaltene Anteil des Bundes (inkl. KfW) sank von 59,6 Prozent auf aktuell 43 Prozent.

Um den Erwerb von VoiceStream durch die Deutsche Telekom angemessen zu bewerten, muss vor allem die hohe strategische Bedeutung des US-Unternehmens gesehen werden. Denn VoiceStream ist für die Deutsche Telekom ein idealer Partner: Das Unternehmen ist der einzige flächendeckende amerikanische Anbieter von Mobilfunkdiensten auf der Basis des weltweit erfolgreichsten technischen Standards GSM, der von der Telekom bereits in Europa eingesetzt wird.

Außerdem ist für die Beurteilung des Kaufpreises für VoiceStream vor allem die Reichweite entscheidend, also die Zahl der im Lizenzgebiet erreichbaren Kunden. Denn in den USA benutzen im Vergleich zu Europa prozentual deutlich weniger Menschen ein Handy – die Penetrationsrate im US-Mobilfunk lag zu Beginn dieses Jahres bei gerade 40 Prozent (in Europa: rund 60 Prozent). Bis zum Jahr 2009 soll sie sich auf 85 Prozent mehr als verdoppeln. Der US-Markt hat also noch ein enormes Wachstumspotenzial im Mobilfunk.

Was plant die Deutsche Telekom an Übernahmen und Beteiligungen?

Nach einer Phase des kapitalintensiven Wachstums, das auch durch viele Akquisitionen gekennzeichnet war, steht für die Deutsche Telekom nun das qualitative Wachstum im Vordergrund. Das heißt: Bei der Deutschen Telekom folgt auf die Phase der Internationalisierung nun die Phase der Integration, in der der Konzern auf die Verbesserung der Profitabilität ausgerichtet wird. Denn nur durch eine erfolgreiche Integration werden die Werte und Potenziale der erworbenen Unternehmen erst realisiert. Damit ist Integration ein Schlüsselfaktor zur Steigerung des Shareholder Value.

Dazu Vorstandsvorsitzender Dr. Ron Sommer: „Die Integration unserer US-Töchter sowie die internationale Positionierung von T-Systems läuft auf vollen Touren. Zudem arbeiten wir daran, auch die osteuropäischen Töchter und Beteiligungen so in die einzelnen Säulen zu integrieren, dass sie sich nahtlos mit den anderen Einheiten ergänzen. Und das heißt kurz gesagt: Festnetz zu Festnetz, Mobilfunk zu Mobilfunk.“

Gerade die starke Präsenz in den Telekommunikationsmärkten Mittel- und Osteuropas sowie Mehrheitsbeteiligungen sind Kernelemente beim Ausbau der internationalen Geschäftsbasis der Deutschen Telekom. Die Deutsche Telekom hat die Chancen, die sich im gesamten ost- und südosteuropäischen Raum eröffnen, früher als jeder andere erkannt und den Markt

zielstrebig erschlossen. Nicht zuletzt deshalb war der Erwerb der Mehrheitsanteile an dem kroatischen Telekommunikationsunternehmen Hrvatski Telekom (HT) im Oktober ein weiterer konsequenter Schritt zum Ausbau der Position in diesem Raum. Heute ist die Deutsche Telekom in der Großregion von Polen über die Slowakische und Tschechische Republik, über Ungarn, Kroatien und Mazedonien bis hin nach Russland und in der Ukraine präsent und damit besser aufgestellt als jeder unserer Wettbewerber – mit ausgezeichneten Wachstumschancen für die weitere Entwicklung in diesen Ländern.

Die Deutsche Telekom ist neben dem eigenen hervorragenden Entwicklungspotenzial auch durch die in den vergangenen Jahren getätigten Akquisitionen und eingegangenen Beteiligungen in ihren vier Geschäftsfeldern ein Wachstumskonzern und bei Innovationen führend. Im Fokus steht nun zunächst die Wert schaffende Integration der Unternehmen in die vier Divisionen. Mittelfristig ist es das Ziel, die neu hinzugekommenen Unternehmen in die Gewinnzone zu führen. VoiceStream wird ein positives EBITDA voraussichtlich bereits nächstes Jahr erreichen.

Impressum

Forum T-Aktie „direkt“
Ausgabe 3/2001, 5. Jahrgang

Herausgeber: Deutsche Telekom AG, Bonn
Geschäftsbereich Presse und
Konzernkommunikation
Verantwortlich: Jürgen Kindervater

Anschrift der Redaktion: Forum T-Aktie der
Deutschen Telekom AG, 70121 Stuttgart

Leserservice Tel.: 0800 33 02100
Fax: 0800 33 01100
Internet: www.telekom.de
E-Mail: ForumT-Aktie@t-online.de

Konzeption, Text und Gestaltung:
Citigate SEA GmbH & Co. KG,
Düsseldorf