

direkt

Informationen aus erster Hand 1/2003

Redaktionsschluss: 17. März 2003

RICKE: „KÜNFTIGE ERGEBNISENTWICKLUNG VERBESSERT“

Geschäftsjahr 2002: kräftiges viertes Quartal.

Die Deutsche Telekom hat das Geschäftsjahr 2002 trotz schwieriger konjunktureller Rahmenbedingungen mit einer positiven Entwicklung bei Umsatz und operativem Ergebnis abgeschlossen. Der Verlauf des Geschäftsjahres zeige, so Vorstandsvorsitzender Kai-Uwe Ricke, dass die Deutsche Telekom „auf dem richtigen Weg“ sei.



„Die eingeleiteten Maßnahmen haben die Situation des Unternehmens bereits verbessert“: Kai-Uwe Ricke auf der Bilanz-Presskonferenz in Hannover

„Ernsteste Lage im vergangenen Jahr“

„Das abgelaufene Geschäftsjahr war das schwierigste Jahr überhaupt“, resümierte Ricke. Es war auf der einen Seite geprägt durch den weiterhin dynamischen Zuwachs bei Umsatz und operativem Ergebnis; auf der anderen Seite stand ein Konzernfehlbetrag von rund 24,6 Milliarden Euro. Dieser Fehlbetrag ist im Wesentlichen auf einmalige, nicht cashwirksame Sonderabschreibungen im Rahmen der strategischen Überprüfung im dritten Quartal 2002 zurückzuführen. „Wir sind uns der Dimen-

sion dieser Zahl bewusst“, betonte Ricke. „Das Ergebnis spiegelt die ernste Lage wider, in der sich das Unternehmen im vergangenen Jahr befand. Da gibt es nichts zu beschönigen.“ Die operativen Zahlen zeigen jedoch, so der Vorstandsvorsitzende weiter, dass die eingeleiteten Maßnahmen die Situation des Unternehmens bereits verbessern konnten. Ricke kündigte an, die Deutsche Telekom werde sich auf dieser Basis weitere Optimierungspotenziale erschließen.

Umsatz: Wachstum vor allem durch T-Mobile getragen

Die Deutsche Telekom konnte ihren Umsatz im Berichtsjahr deutlich um 11 Prozent steigern: von 48,3 Milliarden Euro auf 53,7 Milliarden Euro. Finanzvorstand Dr. Karl-Gerhard Eick hob in diesem Zusammenhang den positiven Einfluss von T-Mobile USA auf das Wachstum im Konzern hervor: „Ohne die Auswirkungen der Neukonsolidierungen, im wesentlichen T-Mobile USA, wären die Umsatzerlöse um 4,3 Prozent gestiegen.“ Zur positiven Umsatzentwicklung im Gesamtjahr hat vor allem das sehr starke vierte Quartal beigetragen, in dem der Konzernumsatz auf 14,5 Milliarden Euro stieg und damit um 1,1 Milliarden Euro höher lag als noch im dritten Quartal.

Themen

Ergebnisse Geschäftsjahr 2002

Schuldenabbau: Zielgröße für 2003 erreichbar

T-Com: Wachstumsmarkt W-LAN

T-Mobile: USA-Geschäft wächst weiter deutlich

UMTS-Start bekräftigt

T-Online: erstmalig auch auf Jahresbasis positives EBITDA erreicht

EBITDA: deutliche Zunahme im vierten Quartal

Mit einem EBITDA ohne Sondereinflüsse von 4,35 Milliarden Euro im Schlussquartal legte die Deutsche Telekom noch einmal gegenüber dem dritten Quartal (4,2 Milliarden Euro) zu. Das Konzern-EBITDA ohne Sondereinflüsse lag im Gesamtjahr mit 16,3 Milliarden Euro um knapp 1,2 Milliarden Euro oder 7,8 Prozent über dem des Vorjahres. Das gute Ergebnis wurde im Wesentlichen aus dem Umsatzwachstum gespeist. Damit lag die Deutsche Telekom zudem voll im Rahmen der Erwartungen des Kapitalmarktes.

Das EBITDA einschließlich Sondereinflüssen betrug 16,1 Milliarden Euro. Die Differenz von rund 0,2 Milliarden Euro ergibt sich aus 0,5 Milliarden Euro Erträgen aus Anteilsverkäufen (Satelindo und T-Online) sowie 0,7 Milliarden Euro Aufwendungen aus Restrukturierungen bei T-Com und T-Systems und einer zusätzlichen Pensionsrückstellung.

„Unser neues Vorstandsteam hat die Basis für nachhaltig profitables Wachstum gelegt.“

Kai-Uwe Ricke,
Vorstandsvorsitzender Deutsche Telekom AG

Konzernfehlbetrag: „Bilanz einmalig bereinigt“

Der Konzernfehlbetrag für das Gesamtjahr 2002 betrug 24,6 Milliarden Euro und erhöhte sich damit nur noch geringfügig gegenüber dem für die ersten neun Monate 2002 ausgewiesenen Verlust von 24,5 Milliarden Euro. Der gegenüber dem Vorjahr um 21,1 Mrd. Euro höhere Verlust ist im Wesentlichen auf die außerplanmäßigen Abschreibungen von 21,4 Milliarden Euro aus der im Herbst 2002 durchgeführten strategischen Überprüfung des Konzerns zurückzuführen. Diese einmalige Maßnahme ist nicht cashwirksam und belastet daher nicht die Finanzkraft des Konzerns. Ricke: „Wir haben die Bilanz einmalig bereinigt und damit die Ergebnisentwicklung der kommenden Jahre deutlich verbessert“. Die Einmaligkeit wird auch belegt durch den geringen Quartalsverlust in Höhe von 100 Millionen Euro im vierten Quartal 2002.

Netto-Finanzverbindlichkeiten: Fortschritte bei der Reduzierung

Die Deutsche Telekom konnte die Netto-Finanzverbindlichkeiten im Vergleich zum Ende des dritten Quartals 2002 um 2,9 Milliarden Euro auf 61,1 Milliarden Euro

reduzieren. Zu diesem erheblichen Fortschritt bei der Entschuldung des Unternehmens haben unter anderem die bereits umgesetzten Anteilsverkäufe – darunter die Veräußerung verschiedener Immobilien und die Abgabe von 120 Millionen T-Online Aktien – sowie die Verbesserung des Free Cash-Flow beigetragen (lesen Sie dazu auch den Artikel auf Seite 3).

Dr. Eick: Entschuldung liegt im Plan

„Bezogen auf die letzten 18 Monate konnten wir unsere Netto-Finanzverbindlichkeiten um rund 10 Milliarden Euro reduzieren. Ohne die einmaligen Auszahlungen von 8,3 Milliarden Euro für die verbliebenen Anteile an Debis, Ben in den Niederlanden und die Dividende für das Geschäftsjahr 2001 hätten wir damit unsere Netto-Finanzverbindlichkeiten um ca. 18 Milliarden Euro über 18 Monate reduzieren können“, betonte Dr. Eick. „Die in diesem Zeitraum erzielte durchschnittliche monatliche Entschuldungsgröße von 1 Milliarde Euro bestärkt uns darin, dass wir unsere Nettoverschuldung wie geplant auf das Dreifache des für 2003 erwarteten EBITDA zum Jahresende abbauen können.“

Free Cash-Flow mehr als vervierfacht

Trotz des saisonal bedingten Anstiegs bei den Investitionen konnte die Deutsche Telekom im vierten Quartal einen positiven Free Cash-Flow (Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit minus Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit) von 0,2 Milliarden Euro generieren. Auf das Gesamtjahr bezogen stieg der Free Cash-Flow damit auf 4,8 Milliarden Euro an. Der operative Cash-Flow stieg um 2,4 Prozent auf 16,7 Milliarden Euro, während sich der Cash-Flow aus Geschäftstätigkeit, das heißt nach der Netto-Zinszahlung, um 4,4 Prozent auf 12,5 Milliarden Euro verbesserte.

Überblick: Entwicklung der Divisionen

■ Im deutschen Geschäft der **T-Com** hat sich der Umsatzrückgang von nur 1,3 Prozent auf Jahresbasis fast stabilisiert. Dies ist sowohl auf den anhaltend starken Anstieg der Anschlussumsätze (plus 12 Prozent) als auch auf die Stabilisierung der Verbindungsumsätze, die über die letzten beiden Quartale angestiegen sind, zurückzuführen. Treiber für das starke Wachstum bei den Anschlussumsätzen war das fortgesetzte kräftige Wachstum bei T-DSL und T-ISDN. Ende 2002 waren 3,1 Millionen T-DSL Verträge und 22,4 Millionen T-ISDN Kanäle vermarktet.

Das EBITDA ohne Sondereinflüsse stieg leicht um 0,4 Prozent von 10,1 Milliarden Euro auf 10,2 Milliarden Euro. Das EBITDA einschließlich Sondereinflüssen ging um 8,9 Prozent von 10,9 Milliarden Euro auf 9,9 Milliarden Euro zurück.

■ **T-Mobile** blieb der wichtigste Wachstumstreiber im Konzern. Der Umsatz konnte um knapp 35 Prozent auf 19,7 Milliarden Euro gesteigert werden, das EBITDA um gut 60 Prozent auf mehr als 5 Milliarden Euro. Eine ausführliche Analyse des Geschäftsjahrs im Bereich Mobilkommunikation lesen Sie auf Seite 6.

■ Auch **T-Online** (T-Online International inklusive DeTeMedien) konnte eine Umsatzsteigerung von 26,3 Prozent auf 1,8 Milliarden Euro verzeichnen. Das EBITDA verbesserte sich im Jahresverlauf auf 207 Millionen Euro von minus 78 Millionen Euro und unterstreicht eindrucksvoll die erfolgreiche Orientierung auf Steigerung der Profitabilität. Lesen Sie zur Geschäftsentwicklung von T-Online bitte auch den Artikel auf Seite 5.

■ **T-Systems** hat konjunkturbedingt einen leichten Umsatzrückgang von 4,9 Prozent auf 11,3 Milliarden Euro verzeichnet. Dennoch entwickelte sich das Unternehmen besser als die Branche insgesamt. Das bereinigte EBITDA im Jahresvergleich konnte um knapp 30 Prozent auf 1,15 Milliarden Euro gesteigert werden. Besonders hervorzuheben ist die positive EBITDA-Entwicklung in den Quartalen im Vergleich zum Vorjahr. Die Quartalsübersicht 2002 zeigt, dass die eingeleiteten Maßnahmen zur Integration und Effizienzsteigerung greifen.

T-Systems: neuer Marktangang

Der neue T-Systems Chef Konrad F. Reiss (siehe Kasten auf der rechten Seite) kündigte auf der CeBIT eine Neuausrichtung der Telekom Systemsparte an. Demnach richtet die T-Systems ihre Vertriebs- und Service-Einheiten zukünftig vertikal nach vier Branchen aus (Telecommunications, Services & Finance, Public & Healthcare sowie Manufacturing) und konzentriert sich im Key-Account-Management auf die größten Kunden des Konzerns. Mit der neuen Struktur forciert T-Systems den Ausbau von Branchen-Know-how und Service-Qualität. Bei der Akquisition von Großprojekten sorgen Expertenteams künftig für mehr Schlagkraft.

Die Führung des Unternehmens übernimmt ein operativ ausgerichtetes Executive Board. „Wir optimieren die Prozesse, senken die Kosten und verbessern ihre Ergebnissituation nachhaltig“, erläuterte Reiss. „Mit unserem fokussierten, vertikal aufgestellten Kunden-Management tragen wir gezielt zur Wertschöpfung unserer Kunden bei und erhöhen unsere eigene Schlagkraft.“

Neuordnung der Führungs- und Leitungsgremien abgeschlossen.

Nach der erfolgreich abgeschlossenen Neuordnung des Vorstandes im Jahr 2002 ist nun auch im Aufsichtsrat eine umfassende Neuordnung vorgesehen. Nach dem altersbedingten Ausscheiden von Dr. André Leysen zum 28. Februar 2003 werden mit Ablauf der Hauptversammlung im Mai 2003 auch Prof. Dr. Helmut Sihler und Gert Becker ihr Aufsichtsratsmandat aus Altersgründen niederlegen. Der bisherige Vorsitzende des Aufsichtsrats, Dr. Hans-Dietrich Winkhaus, hat am 14. März 2003 sein Mandat niedergelegt. Als Nachfolger wurde Dr. Klaus Zumwinkel zum Vorsitzenden des Aufsichtsrats gewählt.

■ Dr. Klaus Zumwinkel ist anstelle des ausgeschiedenen Dr. Leysen gerichtlich in den Aufsichtsrat bestellt worden. Dr. Zumwinkel ist Vorstandsvorsitzender der Deutschen Post World Net. Als Kandidaten für die weiteren Vakanzen sollen der Hauptversammlung, vorbehaltlich einer entsprechenden Empfehlung des Aufsichtsrats, die international renommierten Spitzenmanager Dr. Hans-Jürgen Schinzer, Vorstandsvorsitzender der Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft AG, und Dr.-Ing. Wendelin Wiedeking, Vorstandsvorsitzender der Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG, vorgeschlagen werden.

„Das Unternehmen dankt Dr. Winkhaus für sein großes persönliches Engagement. Dr. Winkhaus hat als Vorsitzender des Aufsichtsrates die Entwicklung des Unternehmens maßgeblich mitgestaltet“, sagte Kai Uwe Ricke, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Telekom.

■ Mit den Veränderungen im Aufsichtsrat schließt die Deutsche Telekom die Neustrukturierung ihrer Führungs- und Leitungsgremien ab. Zuvor wurde bereits der Konzernvorstand mit der Bestellung von Konrad F. Reiss (44) zum Bereichsvorstand T-Systems komplettiert (siehe auch die Meldung in „direkt“ 4/2002). Reiss wird zugleich Vorsitzender der Geschäftsführung der T-Systems International. Er tritt damit die Nachfolge von Christian A. Hufnagl an.

„Konrad Reiss ist ein exzellenter Kenner des Systemlösungsgeschäfts im IT- und Telekommunikationssektor. Mit ihm gewinnt der neue Vorstand seine volle Schlagkraft mit Blick auf die verstärkte Verlagerung von Verantwortung in die vier Säulen“, sagte Kai-Uwe Ricke. Zugleich dankte Ricke Hufnagl für seinen engagierten Einsatz in den vergangenen Jahren. Hufnagl werde dem Konzern in anderer Funktion weiter zur Verfügung stehen und als Beauftragter des Vorstandes einen Kunden-Beirat aufbauen und führen.



VERKÄUFE ÜBER 4,4 MILLIARDEN EURO ABGESCHLOSSEN

Schuldenabbau: Zielgröße für 2003 erreichbar.

Bereits im November des vergangenen Jahres hatte die Deutsche Telekom auf der Grundlage der strategischen Überprüfung die Zielgröße für den Abbau der Nettofinanzverbindlichkeiten fixiert: Der Schuldenstand soll das dreifache Konzern-EBITDA zum Jahresende 2003 nicht überschreiten. Der Weg dorthin wird markiert durch das Programm „6 plus 6“. Es bildet in diesem Jahr die Eckpfeiler für die Maßgaben Entschuldung und profitables Wachstum.

Ricke: „Werden uns nicht zu Tode schrumpfen.“

Kern des Programms ist die Entschuldung des Konzerns aus zwei unterschiedlichen Richtungen. So sollen bis Ende des Jahres insgesamt 6 Milliarden Euro aus dem Verkauf von Unternehmensbeteiligungen erzielt werden, die nicht unmittelbar zum Kerngeschäft gehören. Gleichzeitig plant die Deutsche Telekom, weitere 6 Milliarden Euro aus dem Free Cash-Flow des operativen Geschäfts zu generieren. Diese 12 Milliarden Euro werden dann direkt zur Reduktion der Verbindlichkeiten eingesetzt.

Die inhaltlichen Schwerpunkte des „6 plus 6“-Programms verdeutlichen, dass die Deutsche Telekom nicht ausschließlich auf Entschuldung setzt, sondern gleichzeitig auch auf die Förderung des profitablen Wachstums, um das EBITDA zu steigern. „Wir werden einen Fehler nicht begehen“, versicherte Kai-Uwe Ricke, „uns kurzfristig gesundzusparen und mittelfristig zu Tode

schrumpfen.“ Dazu zählt für den Konzern auch, die richtige Balance zu finden zwischen notwendigen Einsparungen und unverzichtbaren Investitionen, um das profitable Wachstum abzusichern.

Eingeleitete Maßnahmen greifen

In den vergangenen Monaten stand zunächst die Entschuldung im Mittelpunkt. Dass die Deutsche Telekom dabei auf einem guten Weg ist, belegen die bereits realisierten Kontrakte. So sind seit Ende September 2002 zahlreiche Verkäufe oder entsprechende Verträge abgeschlossen worden, die mit einem Gesamtvolumen von rund 4,4 Milliarden Euro deutlich zur Reduzierung des Schuldenstandes beitragen:

■ Nach dem „grünen Licht“ von den europäischen Kartellbehörden hat die Deutsche Telekom Mitte März den Verkauf der sechs verbliebenen regionalen Kabel-TV-Aktivitäten zu einem Transaktionswert von 1,725 Milliarden Euro in bar plus eines

potenziellen zusätzlichen Erlöses von bis zu 375 Millionen Euro, abhängig von der zukünftigen Geschäftsentwicklung der Kabel-TV-Aktivitäten, abgeschlossen.

■ Der Verkauf eines Teils des Immobilienportfolios im vierten Quartal 2002 erbrachte einen Erlös von ungefähr 1,1 Milliarden Euro.

■ Der Verkauf eines Anteils von gut 10 Prozent der Beteiligung an der T-Online International an institutionelle Investoren weltweit erzielte einen Transaktionswert von rund 730 Millionen Euro.

■ Der Verkauf der rund 11-prozentigen Beteiligung an dem Satellitenbetreiber EUTELSAT S.A. steuerte einen Transaktionswert von rund 210 Millionen Euro bei.

■ Für den Verkauf der rund 16-prozentigen Beteiligung an der ukrainischen Mobilfunkgesellschaft UMC an die russische MTS wurde ein Verkaufspreis von 55 Millionen Dollar vereinbart.

■ T-Systems hat das Tochterunternehmen Telecash an die US-amerikanische First Data Corporation (FDC) verkauft. Der Vertrag wurde Ende Februar unterzeichnet.

■ Jüngste Vereinbarung: T-Systems plant den Verkauf ihrer französischen Tochter Siris mit ihren nationalen Festnetzaktivitäten an LDCOM (Louis Dreyfus Communications), einen der führenden französischen Telekommunikationsanbieter. Dem Verkauf müssen noch die relevanten französischen Behörden zustimmen. LDCOM würde damit 100 Prozent der Siris-Aktien zum Preis von 25 Millionen Euro übernehmen.

Darüber hinaus hat T-Systems im Rahmen einer Asset-Backed-Securities-Transaktion Forderungen gegenüber Kunden im Volumen von rund 273 Millionen Euro abgegeben.

Vorgegebene Cash-Flow-Ziele gut zu erreichen

Auch mit Blick auf das zweite Ziel, 6 Milliarden Euro aus dem Cash-Flow heraus zu generieren, ist die Deutsche Telekom gut vorangekommen. Beispielsweise wur-

den im vergangenen Jahr bereits rund 0,7 Milliarden Euro Ausgabensenkungen gegenüber den ursprünglichen Budgets erreicht. Abhängig von der Erreichung spezifischer EBITDA-Ziele werden die Investitionen im laufenden Jahr voraussichtlich 6,7 bis 7,7 Milliarden Euro betragen. Davon sind bisher 80 Prozent genehmigt worden. Die Genehmigung der verbliebenen 20 Prozent erfolgt nur dann, wenn die vorgegebenen EBITDA-Ziele von den Divisionen tatsächlich erreicht werden. Das führt dann zu einem erwarteten Free Cash-Flow von 5,3 bis 5,8 Milliarden Euro. Konkret bedeutet das: In Verbindung mit den noch geplanten Verkäufen von Sachanlagen in einer Größenordnung von 1,8 bis 4,1 Milliarden Euro würde die Deutsche Telekom damit zum Jahresende 2003 das gewünschte Verhältnis von Nettofinanzverbindlichkeiten zu bereinigtem Konzern-EBITDA von rund 3 erreichen.

PSA: innovatives Instrument für sozialverträgliche Personalanpassungen

Neben den bereits skizzierten Einsparmöglichkeiten werden auch Personalbedarfsreduzierungen in allen Konzernbereichen vorgenommen. Dabei geht die Deutsche Telekom innovative Wege – vor allem auch, um der besonderen Verantwortung gegenüber den betroffenen Mitarbeitern gerecht zu werden. Basisarbeit leistet hier die neu gegründete Personal-Service-Agentur (PSA), die den Mitarbeitern u. a. die Möglichkeit bietet, sich weiterzuqualifizieren und ggf. eine neue Aufgabe innerhalb und außerhalb der Deutschen Telekom zu übernehmen. Dabei können individuelle Entwicklungsmöglichkeiten und neue Perspektiven entstehen. Bis Ende Februar sind insgesamt 4.500 Beschäftigte in die PSA überführt worden – 1.500 davon konnten bereits intern oder extern wieder vermittelt werden.

GESCHÄFTSENTWICKLUNG BESTÄTIGT WERTHALTIGKEIT VON ONE2ONE

„DT III“: Börsenprospekt enthielt alle Informationen.

Vom Fernsehmagazin „Report“ wurden im Februar Vorwürfe geäußert, die dem Unternehmen Unregelmäßigkeiten im Zusammenhang mit dem dritten Börsengang (DT III) unterstellen. Die Deutsche Telekom weist diese Vorwürfe energisch zurück.

„Report“: Vorwürfe zur Akquisition von One2One

In dem Beitrag wurden eine Reihe von Vorwürfen geäußert, insbesondere mit Blick auf die Akquisition des britischen Mobilfunkanbieters One2One (heute T-Mobile UK). Der Deutschen Telekom wird vorgeworfen, sie hätte sich für einen deutlich zu hohen Kaufpreis für One2One entschieden, obwohl Analysen eine geringere Werthaltigkeit des Unternehmens ergeben hätten. Das habe in der Folge zu hohen Sonderabschreibungen geführt und so den Kurs der T-Aktie negativ beeinflusst.

Werthaltigkeit von One2One war gegeben

Tatsache ist: Mit Blick auf die bisherige Geschäftsentwicklung von One2One lässt sich feststellen, dass die Werthaltigkeit der Akquisition gegeben war und ist: Die heutige T-Mobile UK schreibt operativ schwarze Zahlen. Das heißt, wesentliche Geschäftszahlen liegen deutlich über den Annahmen, die dem Kauf zugrunde lagen. Außerplanmäßige Abschreibungen auf den Firmenwert hat es bislang aufgrund des

Rebrandings gegeben. Mit der Einführung des Markennamens „T-Mobile UK“ in 2001 wurde lediglich der Markenname „One2One“ in Höhe von 1 Milliarde Euro abgeschrieben. Im Rahmen der strategischen Überprüfung 2002 wurde die UMTS-Lizenz in UK in Höhe von 2,2 Milliarden Euro abgeschrieben. Dies steht allerdings mit dem Business-Plan für One2One zum Zeitpunkt der Akquisition in keinem Zusammenhang.

Börsenprospekt in Ordnung

Auch der Börsenprospekt, der dem dritten Börsengang der Deutschen Telekom AG zugrunde liegt, ist in Ordnung und stellt alle relevanten Unternehmensdaten umfassend und angemessen dar.

Das gilt im Übrigen ebenso im Hinblick auf Vorwürfe, wonach der bilanzielle Ansatz der Immobilien in der Eröffnungsbilanz zu hoch ausgewiesen worden sei und somit ebenfalls unrichtige Daten in den Prospekt des dritten Börsengangs eingeflossen seien. Sowohl die Eröffnungsbilanz 1995 als auch die Prospekte der drei Platzierungen von Aktien der Deutschen Telekom sind in Ordnung. Daher besteht kein Haftungsanspruch – weder gegen die Verkäuferin (also die Kreditanstalt für Wiederaufbau, KfW, aus deren Besitz T-Aktien beim dritten Börsengang abverkauft wurden) noch gegen die Deutsche Telekom AG.

Emissionspreis am Börsenkurs orientiert

Der Börsengang im Jahr 2000 war kein erstmaliger Börsengang eines Unternehmens (so genanntes „Initial Public Offering“). Es handelte sich hier um den Abverkauf von Aktien des Bundes beziehungsweise der KfW (so genanntes „Secondary Offering“). Der Preis für die Emission orientierte sich daher an den damaligen Börsenkursen. Der Schlusskurs am letzten Handelstag vor der Emission betrug 68,06 Euro. Der Preis für institutionelle Anleger wurde auf 66,50 Euro, für Privatanleger in der Frühzeichner-Phase auf 63,50 Euro festgelegt.

Die Öffentlichkeit wurde umfassend und transparent informiert

Die Deutsche Telekom hat im Vorfeld der Emission alle relevanten Unternehmensinformationen der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Dabei hat die Deutsche Telekom die Öffentlichkeit und die Kapitalmärkte auch außerhalb des Prospektes stets umfassend und transparent, angemessen und richtig über die Lage des Unternehmens unterrichtet, so dass jeder Vorwurf ins Leere geht, der Kurs sei durch Zurückhalten von Informationen auf einem noch immer recht hohen Niveau gehalten worden.

T-Online: erstmals positives Konzern-EBITDA auf Jahresbasis.

Im Geschäftsjahr 2002 hat die T-Online International AG ein weiteres stetiges Wachstum in allen wichtigen Bereichen verzeichnet. Insbesondere die deutliche Verbesserung des EBITDA um fast 0,3 Milliarden Euro belegt dabei die Nachhaltigkeit und Profitabilität des kombinierten Geschäftsmodells und bestätigt die Unternehmensstrategie.

Umsatz: plus 76 Prozent im Non-Access-Bereich

Die T-Online International AG konnte den Konzernumsatz im vergangenen Jahr um 39 Prozent auf rund 1,6 Milliarden Euro steigern. Mit etwa 1,2 Milliarden Euro (plus 31 Prozent) trug das Zugangsgeschäft den größten Teil zum Umsatz bei. Die Umsätze im Non-Access-Bereich stiegen im Berichtsjahr deutlich um über 146 Millionen Euro auf 339 Millionen Euro (plus 76 Prozent).

EBITDA: weitere Verbesserung im Ausland

Beim operativen Ergebnis hat sich der positive Trend der vorangegangenen Quartale 2002 auch für das Gesamtjahr bestätigt: Das Konzern-EBITDA für das Gesamtjahr 2002 betrug rund 104 Mio. Euro. Die T-Online International AG hatte den operativen EBITDA Break Even bereits im zweiten Quartal 2002 – und damit deutlich früher als erwartet – erreicht. Diese starke Verbesserung des operativen Ergebnisses ist auf drei Faktoren zurückzuführen:

1. Das weiterhin starke Umsatzwachstum.
2. Die erfolgreiche Ausschöpfung von Skaleneffekten.

3. Die Steigerung der Kosteneffizienz in 2002, zum Beispiel durch eine bessere Auslastung und die verbesserte Abstimmung zu der Produktentwicklung durch einen internationalen Rollout von Produkten.

Zur positiven Gesamtentwicklung beim EBITDA haben auch die Beteiligungsgesellschaften – insbesondere Club Internet in Frankreich und ya.com in Spanien – beitragen können. Dort konnte das EBITDA von minus 140 Millionen Euro in 2001 um 53 Millionen Euro auf minus 87 Millionen Euro verbessert werden.

Kundenentwicklung: starker Anstieg im Breitbandsegment

Trotz der allgemein schlechten gesamtwirtschaftlichen Lage im Jahr 2002 steigerte T-Online die Zahl der Kunden in Europa auf 12,2 Millionen. Dies entspricht einem Zuwachs von 15 Prozent gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres.

„Mit der zunehmenden Reife des Internetmarktes gewinnt neben dem reinen Kundenwachstum die Werthaltigkeit der Kundenbasis mehr und mehr an Bedeutung“, sagte der Vorstandsvorsitzende der T-Online International AG, Thomas Holtrop. Diese Werthaltigkeit bemisst Holtrop unter anderem anhand der zunehmenden Kundenzahlen im hochwertigen Breitbandsegment. Ende 2002 surfte in Europa rund 2,8 Millionen T-Online Kunden breitbandig im Internet. Dies entspricht einem Anteil von 23 Prozent an der Gesamtkundenzahl. T-Online konnte damit im europäischen Branchenvergleich mit Abstand die größte Anzahl an Breitbandkunden akquirieren. Im Heimatmarkt Deutschland nutzen insgesamt rund 2,6 Millionen Kunden die schnelle Zugangstechnologie.

Konzernergebnis durch einmalige Abschreibung belastet

Das Konzernergebnis nach HGB verbesserte sich 2002 um 337,5 Millionen Euro auf minus 459,3 Millionen Euro. Nach US-GAAP betrug das Konzernergebnis minus 205 Millionen Euro. Im Konzernergebnis nach HGB enthalten ist die nicht cashrelevante Abschreibung auf die Min-

derheitsbeteiligung an der comdirect AG in Höhe von 224 Millionen Euro. Diese wurde im dritten Quartal 2002 zur Risikovorsorge aufgrund der Aktienkursentwicklung der comdirect vorgenommen.

Paid Content: Inhalte und Services werden gut angenommen

Im vergangenen Jahr hatte T-Online eine Pionierrolle bei der Einführung kostenpflichtiger Inhalte und -services übernommen. Mittlerweile können Kunden aus rund 3.000 Angeboten aus diesem Bereich wählen. Der frühe Vorstoß hat sich bereits ausgezahlt: Bei den Nutzern wird eine immer stärkere Akzeptanz im Hinblick auf Paid Content verzeichnet. Dazu Holtrop: „Unsere Erfahrungen bei der Markteinführung von Bezahlhalten haben bestätigt, dass die Werthaltigkeit der Inhalte, die Nutzerfreundlichkeit im Kaufprozess sowie die Einzigartigkeit der Angebote die zentralen Voraussetzungen für eine erfolgreiche Vermarktung sind.“

Kontinuierlicher Ausbau des Breitbandportals

Neben den Bezahlhalten brachte T-Online im vergangenen Jahr eine Vielzahl weiterer Produkte und Dienstleistungen auf den Markt. Zu den Highlights zählt vor allem das Breitbandportal T-Online Vision, das in den vergangenen zwölf Monaten sukzessive um attraktive Inhalte und Services erweitert wurde.

T-Online Vision on TV: neue Dimensionen für die Internet-Nutzung

Eine Erweiterung des Breitbandportals und einen nächsten konsequenten Schritt im Rahmen der Gesamtstrategie von T-Online stellt das auf der CeBIT vorgestellte Produkt „T-Online Vision on TV“ dar. Damit präsentiert T-Online eine Innovation, mit der bisher nur im Internet zu erhaltende Inhalte und Services auch über das TV abrufbar sind. Das neue Angebot soll Ende des Jahres verfügbar sein. „Die Grenzen zwischen der klassischen Mediennutzung, der Online- und der Mobilkommunikation verschwinden immer mehr“, erläuterte Holtrop. „Mit T-Online Vision on TV bieten wir den Kunden unsere Services in einer völlig neuen Nutzungssituation an auf einem für diese Dienste bisher unbekanntem neuen Endgerät.“

Neue Produkte erschließen zusätzliche Wachstumspotenziale

Auf der CeBIT präsentierte T-Online weitere Produktinnovationen, darunter die neue T-Online Software 5.0, die neben höchsten Komfortansprüchen interessante neue Funktionen bietet. Zum Thema Sicherheit stellte T-Online unter anderem das T-Online FamilienPaket vor. Das Paket enthält eine T-Online Kinderschutz-Software mit eigener Kinder-Suchmaschine und Surfzeit-Budget.



T-Online präsentierte auf der CeBIT u. a. die neue Software 5.0

T-Mobile: USA-Geschäft wichtigster Wachstumstreiber.

Sowohl in Deutschland als auch bei den europäischen Mehrheitsbeteiligungen und in den USA konnte sich die T-Mobile International AG im Geschäftsjahr 2002 sehr gut entwickeln. Künftige strategisch Stoßrichtung wird der Bereich Mobile Multimedia sein.

Umsatz: plus 35 Prozent

Die Division T-Mobile verzeichnete im Gesamtjahr 2002 ein starkes Umsatzwachstum um 5,1 Milliarden Euro auf 19,7 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anstieg von knapp 35 Prozent. Damit unterstreicht T-Mobile deutlich ihre Position als Wachstumstreiber im Telekom Konzern. In Europa lag das Umsatzwachstum bei knapp 15 Prozent auf 13,6 Milliarden Euro. Insgesamt erreichte der Auslandsanteil am Gesamtumsatz der Division T-Mobile rund 60 Prozent.



René Obermann

T-Mobile Vorstandsvorsitzender René Obermann will mit den erweiterten t-zones die bereits erzielten Erfolge in der Datenkommunikation weiter pushen und die Kunden auf das Angebot von UMTS-Diensten vorbereiten

EBITDA: kraftvoller Zuwachs in den USA

Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) wurde um 61 Prozent oder 1,9 Milliarden Euro auf 5,0 Milliarden Euro gesteigert. Das stärkste EBITDA-Wachstum verzeichnete T-Mobile USA, die sich von minus 0,3 Milliarden Euro auf plus 0,5 Milliarden Euro verbesserte.

Kundenwachstum: wachsender Anteil von Vertragskunden

Trotz der in vielen Märkten bereits hohen Penetrationsraten stieg die Zahl der Mobilfunkkunden in den T-Mobile Mehrheitsbeteiligungen 2002 erneut von 46,7 Millionen auf 53,9 Millionen.

■ Wesentlichen Anteil daran hatte die T-Mobile USA, die einen Zuwachs von 42 Prozent beziehungsweise mehr als 2,9 Millionen Netto-Neukunden auf 9,9 Millionen verzeichnete. „T-Mobile

war das Mobilfunkunternehmen in den USA, das im Vorjahr organisch am stärksten gewachsen ist“, betonte T-Mobile Vorstandsvorsitzender René Obermann. Allein im vierten Quartal 2002 stieg die Teilnehmerzahl netto um mehr als 1 Million. Die Kundenstruktur wurde zudem weiterhin verbessert. Zum Jahresende waren 86 Prozent aller T-Mobile USA Kunden Vertragskunden, verglichen mit 74 Prozent ein Jahr zuvor.

■ In Deutschland konnte T-Mobile im Vergleich zum Vorjahr ihre marktführende Stellung weiter ausbauen. Der Kundenzuwachs lag bei 1,5 Millionen, davon sind über 56 Prozent Vertragskunden. Im vierten Quartal kamen rund 783.000 Kunden hinzu, daraus ergibt sich für das Jahresende ein Kundenstamm von knapp 24,6 Millionen Teilnehmern.

■ Bei der britischen T-Mobile UK erhöhte sich die Kundenzahl um rund 2 Millionen auf mehr als 12,4 Millionen. Dies schließt 2,4 Millionen Kunden des Joint Ventures Virgin Mobile ein. Auch in Großbritannien lag der Fokus der Kundenakquisitionsstrategie auf der Verbesserung der bestehenden Kundenstruktur.

■ Bei T-Mobile CZ (Tschechische Republik) stieg die Kundenzahl um mehr als 0,6 Millionen auf 3,5 Millionen. Bei T-Mobile Austria konnte trotz umfangreicher Bereinigung der Teilnehmerbestand mit mehr als 2,0 Millionen Kunden nahezu konstant gehalten werden.

„Wir haben unsere Hausaufgaben gemacht, um erfolgreich mit T-Mobile Multimedia in die nächste Mobilfunk-Ära starten zu können.“

René Obermann,
Vorstandsvorsitzender
T-Mobile International AG

■ T-Mobile Netherlands (vormals Ben) trug mit 1,4 Millionen Teilnehmern zur Gesamtkundenzahl bei. In einem schwierigen Marktumfeld mit fünf Providern konnte sich das Unternehmen mittlerweile zum drittgrößten Anbieter in den Niederlanden entwickeln.

■ Im Konzern der Deutschen Telekom – also einschließlich der nicht von der T-Mobile gehaltenen Mobilfunkbeteiligungen – stieg die Gesamtzahl der Mobilfunkkunden in konsolidierten Gesellschaften und Minderheitsbeteiligungen auf 81,7 Millionen Teilnehmer. Das entspricht einem Zuwachs um mehr als 25 Prozent.

Erfolgreiches Rebranding

Mit der Markenumstellung in den Niederlanden ist das Rebranding in den Mehrheitsbeteiligungen abgeschlossen. T-Mobile hat sich durch seine Präsenz in Großbritannien, Österreich, der Tschechischen Republik, den USA und auch den Niederlanden als internationaler Name etabliert. „Was uns besonders freut, ist, dass dieser Name gut arbeitet und heute Bekanntheitswerte erreicht, die denen der abgelegten etablierten Marken entsprechen“, betonte Obermann.

Fokus 2003: werthaltiges Wachstum

Im laufenden Geschäftsjahr will T-Mobile die Marktposition in den USA weiter stärken. T-Mobile USA bleibt integraler Bestandteil der internationalen Geschäftsstrategie des Unternehmens – vor allem wegen des hohen Wachstumspotenzials. In Europa strebt T-Mobile zudem ein weiteres werthaltiges Wachstum an, indem im Auslandsgeschäft die Position auch im Geschäftskundensegment verbessert und das Potenzial im Sprachgeschäft weiter ausgeschöpft wird.

Mobile Multimedia: künftige strategische Stoßrichtung

Zentrale Herausforderung der kommenden Jahre ist insbesondere die Entwicklung und Vermarktung von mobilen Multimediadiens-ten. „Wir wollen zu den Marktgestaltern gehören und den Massenmarkt in diesem Bereich erschließen“, hob René Obermann hervor. „Alles unter 20 Prozent Datenanteil am durchschnittlichen Kundenumsatz bis Ende 2004 wäre nicht akzeptabel.“

Die Ausgangslage ist viel versprechend: T-Mobile hat die kritische Masse erreicht, um dem Datengeschäft entscheidende Impulse zu verleihen: In Europa nutzen 2,2 Millionen Kunden im Monat aktiv das t-zones Portal. Die Zahl der Zugriffe ist im letzten halben Jahr um 50 Prozent gestiegen. Der Datenverkehr auf GPRS-Basis wächst derzeit Monat für Monat um 20 Prozent. Innerhalb eines Jahres konnte T-Mobile in Europa den GPRS-Datenverkehr mehr als verdreifachen. Ebenso erfreulich entwickelt sich der noch junge Datendienst MMS. In Europa und den USA konnten mittlerweile rund 1 Million MMS-fähiger Geräte verkauft werden.

Erfolg bei Datenkommunikation ist Motor für UMTS.

Die Dienstplattform für die mobile Datenkommunikation, die t-zones, wird im Vorfeld von UMTS ab April noch leistungsfähiger und komfortabler. Außerdem hat T-Mobile den Termin für den kommerziellen Start von UMTS noch einmal bekräftigt: Ab dem dritten Quartal 2003 werden T-Mobile Kunden den Mobilfunkstandard der dritten Generation in zunächst rund 200 Städten nutzen können.

Leistungsfähige Endgeräte unterstützen die t-zones

T-Mobile baut sein mobiles Informations-, Entertainment- und Serviceangebot „t-zones“ konsequent aus: So können T-Mobile Kunden ab April mit t-zones Handys komfortabel über eine iconbasierte Menüsteuerung auf verschiedenste Angebote von t-zones zugreifen. In Zusammenarbeit mit namhaften Kooperationspartnern wurde das Portfolio an attraktiven Inhalten deutlich erweitert und die Oberfläche noch benutzerfreundlicher gestaltet.

Leistungsfähigkeit mobiler Datenkommunikation demonstriert

Die so ausgebauten mobilen Online-Dienste von T-Mobile sind damit zugleich bereits für UMTS vorbereitet. Im Rahmen der CeBIT demonstrierte T-Mobile, wie sich mobile Inhalte auf Basis der Breitbandfähigkeit von UMTS in Zukunft noch schneller und in grafisch verbesserter Qualität nutzen lassen. Dazu stellte T-Mobile in den einzelnen Bereichen des Datenportals Angebote vor, die jeweils mit hochwertigen Videostreams angereichert sind. Im Bereich t-news beispielsweise wurde ein Live-Streaming von Fernsehbildern des Nachrichtensenders n-tv gezeigt. Im Menüpunkt t-movies wurden Trailer von aktuellen Filmen als Videosequenzen per UMTS bereitgestellt.

Nachfrage-Boom im Bereich Mobile Multimedia

Mit dem Ausbau der t-zones trägt T-Mobile dem gestiegenen Interesse an Angeboten und Services in der mobilen Datenkommunikation Rechnung. Denn die bereits verfügbaren Angebote im Bereich Mobile Multimedia entwickeln sich ausgesprochen gut. Alleine in Deutschland wurden bis Mitte März schon über 300.000 MMS-Endgeräte verkauft und mehr als 3 Millionen Multimedia-Nachrichten versendet. Mit fast 20.000 verkauften T-Mobile MDAs konnte das Unternehmen in Deutschland auch im Marktsegment der professionellen Pocket-PCs die Marktführung übernehmen.

„Schub für die Datenkommunikation“

Um die Nachfrage nach und die Nutzung von mobilen Datendiensten noch weiter zu fördern, wird T-Mobile nun auch die Preise für Datentarife drastisch reduzieren. „Wir sorgen damit schon jetzt für mehr Transparenz“, sagte Timotheus Höttges, T-Mobile Vorstand Sales and Operations Europe, auf der CeBIT. „Wir sind sicher, dass wir mit unserem Preis-Vorstoß der Nutzung der mobilen Datenkommunikation einen maßgeblichen Schub verleihen werden.“ Für die Übertragung von Datenblöcken innerhalb der GPRS-Tarife werden Preissenkungen von bis



zu 70 Prozent erreicht. Für weniger als 5 Euro im Monat können Kunden der T-Mobile Deutschland damit bis zu 300 kurze E-Mails verschicken oder bis zu 1.000 t-zones Seiten aufrufen.

UMTS-Start bekräftigt

Vor diesem Hintergrund hat T-Mobile den bereits mehrfach genannten Termin für den Start des UMTS-Netzes in Deutschland im dritten Quartal auf der CeBIT noch einmal bekräftigt. Von Anfang an wird T-Mobile in rund 200 Städten die Technik für das Mobilfunknetz der dritten Generation bereitstellen und damit die von der Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post geforderte Mindestabdeckung von 25 Prozent der deutschen Bevölkerung deutlich übertreffen. Bundesweit sind bereits jetzt die technischen Vorbereitungen für mehr als 5.500 Standorte abgeschlossen.

Mehr Inhalt: Gemeinsam mit attraktiven Partnern baut T-Mobile das mobile Info- und Serviceangebot t-zones weiter aus

Kurzmeldungen T-Mobile

■ **T-Mobile und Microsoft erweitern Zusammenarbeit.** T-Mobile wird ab Sommer auf ihren Hauptmärkten ein mit Windows-Smartphone-Software von Microsoft ausgerüstetes Mobiltelefon einführen. Mit dem neuen Telefon wird T-Mobile als erster Anbieter die weltweit stark verbreiteten Internet-Dienste MSN Hotmail und MSN Messenger mit Pocket MSN auf den Markt bringen. Pocket MSN ist ein neuer, leistungsfähiger Abonnementdienst speziell für Pocket-PCs und Windows-betriebene Smartphones. Die jüngsten Kooperationsmaßnahmen von T-Mobile und Microsoft bauen auf einer Vereinbarung vom März 2002 auf. Darin ging es um die Zusammenarbeit bei der Entwicklung der nächsten Handy-Generation – darunter das Windows-betriebene Smartphone – und die Bereitstellung eines Zugangs zu häufig genutzten MSN-Mobilfunkdiensten.

■ **UMTS: Kooperation mit O2 Germany erweitert.** T-Mobile Deutschland und der Netzbetreiber O2 Germany erweitern ihre Kooperation zur Nutzung des UMTS-Netzes von T-Mobile. Die Vereinbarung baut auf dem Vertrag vom Sommer 2001 auf. Damals war vereinbart worden, dass T-Mobile und O2 beim Aufbau ihrer UMTS-Netze kooperieren. Die jetzt geschlossene Vereinbarung sieht vor, dass die Kunden von O2 schon von Beginn der kommerziellen Vermarktung von UMTS-Diensten an die Möglichkeit haben, das UMTS-Netz von T-Mobile jenseits der eigenen Ausbaupflichtung von O2 mit zu nutzen. Als Gegenleistung für die Nutzung zahlt O2 an T-Mobile im Jahr 2003 insgesamt 210 Millionen Euro. Damit erhält T-Mobile bereits vor dem eigentlichen Netzstart Einnahmen in dreistelliger Millionenhöhe durch das UMTS-Netz.

■ **T-Mobile übernimmt Tegarons Telematics komplett.** Die T-Mobile International AG hat von der Deutschen Telekom AG und von der DaimlerChrysler Services AG deren jeweils 50-prozentigen Anteil an der Tegarons Telematics GmbH übernommen. Tegarons wird als Kompetenzzentrum für Telematik in T-Mobile integriert und tritt seit Januar 2003 unter dem Namen „T-Mobile Traffic“ am Markt auf. Gegründet wurde Tegarons 1997 als gemeinsames Joint Venture der Deutschen Telekom AG und der damaligen Debis AG. Sie hat sich auf dem deutschen Telematikmarkt einen Namen gemacht als innovativer Entwickler und Betreiber von Telematikdiensten. Erstes Produkt von T-Mobile Traffic ist „T-D1 NaviGate“, der weltweit erste Offboard-Navigationsdienst auf GPRS-Basis. Autofahrer können den neuen Navigationsdienst mit dem T-Mobile MDA und einem entsprechenden Adapter (CarKit) nutzen, um ihr Fahrzeug an Staus vorbei durch den Verkehr zu navigieren.

■ Neue System-Lösungen für E-Government.

Mit neuen Anwendungen hat T-Systems auf der CeBIT ihre Systemlösungskompetenz im Bereich „E-Government“ unter Beweis gestellt. T-Systems realisiert und betreibt etwa in Baden-Württemberg ein einheitliches Internet-Portal, das so genannte „e-Bürgerdienste Portal Baden-Württemberg“. Die Einwohner des Landes können über das Portal viele Dienstleistungen der Ämter abrufen. In Schleswig-Holstein verbindet T-Systems zahlreiche Landesbehörden über ein einziges Breitbandnetz miteinander, das den gesamten Telefon-, Internet- und E-Mail-Verkehr, alle SAP- sowie Office-Anwendungen sicher verarbeitet. Rund 40.000 Mitarbeiter

des Landes sind an über 300 Standorten bereits in das Landesnetz integriert. Dieses von T-Systems entwickelte Landesverwaltungsnetz integriert erstmals in einem Bundesland sowohl Sprache als auch Daten landesweit für alle Behörden.

■ Agfa: weltweiter Foto-Dienst von T-Systems.

T-Systems wird künftig für den Fotokonzern Agfa-Gevaert AG die unter der Marke AGFAnet zusammengefassten Online-Fotodienste für Agfas Laborpartner in über 25 Ländern vertreiben. Kunden können über den AGFAnet Print Service digitale Bilddaten an einen Agfa-Laborpartner senden, der diese wie gewohnt auf qualitativ hochwertigem

Fotopapier ausbelichtet. Der Kunde holt die Bilder entweder persönlich ab oder lässt sie sich per Post zusenden. Ein weiterer Service ist das Digitalisieren und so genannte „Uploading“ von konventionellen Filmen durch Agfa-Laborpartner. Autorisierte Freunde und Verwandte dürfen die Bilder online ansehen und selbst Qualitätsabzüge davon bestellen. Die Bilddaten überträgt T-Systems über schnelle Glasfaserleitungen zu den Fotolaboren. Im Störfall schaltet das Systemhaus automatisch auf Ersatzleitungen um. Auf diese Weise ist die Datenverbindung auch zu Spitzenzeiten wie zu Weihnachten oder zum Feriende gesichert.

W-LAN-MARKT SOLL FRÜHZEITIG BESETZT WERDEN

T-Com: Breitbandoffensive bleibt Motor für Wachstum und Innovationen.

Die T-Com, gemessen an Umsatz und Ertrag die größte Konzernsäule, erntet mehr und mehr die Früchte ihrer umfangreichen Investitionen in eine hochleistungsfähige Festnetz-Infrastruktur. Denn sie ist die Basis, den Millionen privaten Kunden und hunderttausenden mittelständischer Unternehmen immer neue und noch leistungsfähigere Produkte und Services anzubieten. Auf der CeBIT läutete die T-Com jetzt die Eroberung eines neuen Megamarktes ein: WirelessLife.

leistungsfähigerer Anschlussvarianten sein: So können auch private Nutzer heute bereits mit bis zu 1,5 Megabit pro Sekunde im Internet surfen.

Für ihre Geschäftskunden stellt die T-Com ebenfalls leistungsstarke Breitband-Produkte zur Verfügung: Vom „Starter Paket“ T-DSL Business über T-InterConnect als permanente Internet-Anbindung bis zur multimedialen Breitbandübertragung per T-ATM dsl. Durch den Einsatz solcher innovativen und sicheren Breitbandlösungen können mittelständische Unternehmen ihre Produktivität deutlich steigern.

Hinzu kommt die Möglichkeit, immer anspruchsvollere, hochwertigere Produkte und Dienste vermarkten zu können, mit denen die T-Com einen zusätzlichen Umsatzstrom jenseits der Anschlussentgelte etabliert. Stichworte sind Multimedia-Nachricht (MMS) auch im Festnetz oder das Bezahlssystem für den elektronischen Handel, T-Pay.

Wachstumsmarkt W-LAN im Blick

Wie wichtig die Festnetzinfrastruktur für praktisch alle modernen Kommunikationsanwendungen – auch mobile – ist und welche Chancen sich daraus für die T-Com ergeben, zeigt die Wireless-LAN-Technologie. W-LAN ermöglicht den schnurlosen, breitbandigen Internet-Zugang. Angesichts der Vorteile der drahtlosen Technologie und der attraktiven, marktfähigen Preise – rund 200 Euro für eine Komplettlösung – sieht Brauner W-LAN vor einer ähnlich erfolgreichen Entwicklung wie seinerzeit das schnurlose Telefon. Josef Brauner weiter: „Wir zielen mit unserer druckvollen

Marketing-Kampagne, die jetzt startet, auf den privaten Massenmarkt mit Millionen Kunden sowie den von der T-Com betreuten Mittelstand.“

Tor zu Megamarkt WirelessLife aufgestoßen

Erst richtig deutlich wird die Tragweite von W-LAN, wenn man den Blick über die reine Anwendung hinaus richtet. Darauf wies auch Brauner hin: „Tatsächlich stoßen wir mit W-LAN die Tür zu einem noch viel größeren Markt auf: WirelessLife.“ W-LAN gebe jetzt einen Vorgeschmack auf das, was noch vor wenigen Jahren als Phantaserei von Technikfreaks abgetan worden sei: die schrittweise Vernetzung der wichtigen elektronischen Geräte in Haushalt und Unternehmen.

Für Geschäftskunden bildet W-LAN die optimale Grundlage für eine effiziente und produktive Zusammenarbeit. Vor allem die flexible Vernetzung der Rechnerkomponenten im Unternehmen erlaubt eine schnelle und einfache Anpassung interner Strukturen an sich verändernde Anforderungen im Tagesgeschäft. Zudem senkt die drahtlose Übertragungstechnik Installationskosten und steigert die Mobilität der Mitarbeiter im Unternehmen.

Impressum

Forum T-Aktie „direkt“
Ausgabe 1/2003, 7. Jahrgang

Herausgeber: Deutsche Telekom AG, Bonn
Geschäftsbereich Presse und
Konzernkommunikation
Verantwortlich: Ulrich Lissek,
Leiter Unternehmenskommunikation

Anschrift der Redaktion:
Forum T-Aktie der Deutschen Telekom AG,
Postfach 10 37 52, 45037 Essen

Leserservice Tel.: 0800 33 02100
Fax: 0800 33 01100
Internet: www.telekom.de
E-Mail: forum-taktie@telekom.de

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



Mit Anzeigen in wesentlichen Tageszeitungen bedankte sich die T-Com für die Auszeichnung zum „Festnetzanbieter“ und „DSL-Anbieter“ 2003 durch die Fachzeitschrift connect

T-DSL und T-ISDN setzen Höhenflug fort

Während der CeBIT konnte die T-Com den zehnmillionsten Kunden ihres digitalen Anschluss-Klassikers T-ISDN begrüßen. Für T-DSL, den breitbandigen Anschluss an das Multimediazeitalter, haben sich inzwischen bereits gut 3,4 Millionen Kunden entschieden – davon rund 300.000 allein in diesem Jahr. Diese Wachstumsdynamik im Breitbandbe-

reich toppt sogar die von T-ISDN in den Anfangsjahren der Vermarktung.

Basis für dauerhaftes Wachstum gelegt

Wie Telekom Vorstand und T-Com Chef Josef Brauner unterstrich, ist bereits die Basis gelegt, diesen Erfolgskurs auf hohem Niveau fortzusetzen und damit auch weiter eine verlässliche Umsatz- und Ertragssäule für den Konzern zu bleiben. Ein wesentlicher Treiber wird die Einführung immer