

direkt

Informationen aus erster Hand

1/2004

Redaktionsschluss: 2. April 2004

RICKE: „DOPPELSTRATEGIE IST AUFGEANGEN“

Geschäftsjahr 2003: Rückkehr zur Profitabilität.

Die Deutsche Telekom hat ihre 2003 gesetzten Finanzziele nicht nur erreicht, sondern in wichtigen Punkten sogar übererfüllt. Die Verschuldung wurde deutlicher gesenkt als geplant. In allen Divisionen wurden die EBITDA-Margen und damit auch die Profitabilität des gesamten Konzerns verbessert. Die zentrale Botschaft lautet: Die Deutsche Telekom ist zur Profitabilität zurückgekehrt und schreibt wieder schwarze Zahlen.

„Unsere Doppelstrategie aus Schuldenreduzierung einerseits und Förderung des profitablen Wachstums andererseits ist aufgegangen“, bilanzierte Kai-Uwe Ricke, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Telekom AG, auf der Bilanzpressekonferenz am 10. März in Bonn das abgelaufene Geschäftsjahr. Die wichtigsten Kennzahlen unterstreichen dieses positive Resümee:

- Neben dem Verkauf nicht strategischer Assets war der Free Cash-Flow maßgeblich für den konsequent vorangetriebenen Schuldenabbau verantwortlich. Das obere Ende der anvisierten Spanne wurde um mehr als 2 Milliarden Euro übertroffen. Damit konnten die Netto-Finanzverbindlichkeiten zum Jahresende bereits auf 46,6 Milliarden Euro gedrückt werden.

- Das bereinigte EBITDA stieg um 12,1 Prozent auf 18,3 Milliarden Euro. Ursprünglich war ein Ergebnis von 16,7 bis 17,7 Milliarden Euro angepeilt worden.

- Beim Konzernüberschuss wurde die Trendwende vollzogen. Trotz der Belastungen durch Toll Collect konnte das Ziel, eine „Schwarze Null“ zu schreiben, erreicht werden.



Die Jahrespressekonferenz der Deutschen Telekom AG stieß wie immer auf eine große Medienresonanz.

Themen

**Geschäftsjahr 2003:
Rückkehr zur Profitabilität**

**CeBIT 2004: Breitband
und W-LAN im Fokus**

**Deutsche Telekom Stiftung
gegründet**

**T-Online International:
2003 wieder mit positivem
Vorsteuerergebnis**

**T-Online: Tarifsystem auf
Breitband ausgerichtet**

**T-Mobile: erneut
wachstumsstärkste Division**

**T-Com: noch leistungs-
fähigere T-DSL Anschlüsse**

**T-Systems: neue Unter-
nehmensstrategie vorgestellt**

Umsatz: stärkste Performance aller vergleichbaren TK-Konzerne

Der Konzernumsatz stieg im Geschäftsjahr 2003 um 2,1 Milliarden Euro auf 55,8 Milliarden Euro. Im Vergleich zum Vorjahr ist dies ein Plus von vier Prozent. Kein anderes vergleichbares TK-Unternehmen in Europa wuchs im vergangenen Jahr stärker als die Deutsche Telekom. Unter Berücksichtigung von Veränderungen im Konsolidierungskreis und bei konstanten Wechselkursen betrug das organische Umsatzwachstum sogar acht Prozent. Vor dem Hintergrund eines weiter verschärften Wettbewerbs – unter anderem durch Call by Call und Preselection im Ortsnetz – ist diese Umsatzentwicklung umso erfreulicher.

Fast 38 Prozent im Ausland Erlöst

Deutlich positiv entwickelte sich auch das Auslandsgeschäft. Mit 21,1 Milliarden Euro lag es 14,9 Prozent über dem Vorjahresniveau. Trotz anhaltender negativer Wechselkurseffekte vor allem im vierten Quartal stieg der Anteil des im Ausland erwirtschafteten Umsatzes auf 37,9 Prozent nach 34,3 Prozent im Geschäftsjahr 2002. Die Umsatzeffekte auf Grund von Wechselkursveränderungen summierten sich allein im Schlussquartal auf rund 550 Millionen Euro.

EBITDA: weit über Plan

Durch ein bereinigtes EBITDA von 18,3 Milliarden Euro konnte die Deutsche Telekom ihre Planung von ursprünglich 16,7 bis 17,7 Milliarden Euro deutlich übertreffen. Mit einem Plus von 12,1 Prozent lag der Zuwachs beim EBITDA deutlich oberhalb der Umsatzentwicklung. Die durchweg erfreulichen Zahlen zeigen, wie nachhaltig die Maßnahmen zur Kostensenkung und Effizienzsteigerung auf dem Weg zum profitablen Wachstum greifen.

EBITDA-wirksame Sondereinflüsse im vierten Quartal basierten im Wesentlichen auf Rückstellungen für den Personalbereich in Höhe von 300 Millionen Euro. Konzernweit verbesserte sich die bereinigte EBITDA-Marge auf 32,8 Prozent gegenüber 30,4 Prozent im Geschäftsjahr 2002. Zu diesem Erfolg haben alle Divisionen beigetragen.

Konzernüberschuss: Trendwende vollzogen

Während der Konzernfehlbetrag im Vorjahr noch 24,6 Milliarden betrug, erzielte die Deutsche Telekom im Geschäftsjahr 2003 einen Konzernüberschuss von 1,3 Milliarden Euro. Damit ist die Trendwende vollzogen. Der bereinigte Konzernüberschuss lag bei 0,2 Milliarden Euro, nach einem Verlust von 4,8 Milliarden Euro im Vorjahr.

Die im Vergleich zu den ersten neun Monaten im vierten Quartal rückläufige Entwicklung des Konzernüberschusses ist vor allem auf die Belastung aus dem Projekt Toll Collect zurückzuführen. Aus heutiger Sicht sind mit dem Gesamteffekt von 442 Millionen Euro auch mögliche kommende Belastungen abgesichert. Trotz dieser negativen Auswirkung hat die Deutsche Telekom damit ihr Ziel eines Konzernüberschusses im Gesamtjahr auch auf bereinigter Basis erreicht.

Entwicklung der Divisionen im Überblick

■ **T-Com** war mit einem Umsatz von 29,2 Milliarden Euro auch im Geschäftsjahr 2003 der größte Umsatzträger im Konzern. Das vergangene Geschäftsjahr stand dabei weiter im Zeichen kräftiger Wachstumsraten im Breitband. Dabei war die Umsatzentwicklung jedoch von regulatorischen und konjunkturellen Einflüssen geprägt und lag, bereinigt um die Erlöse aus dem Verkauf der Kabelgesellschaften, vier Prozent unter dem Vorjahresniveau.

Das kumulierte EBITDA stieg im Jahresvergleich leicht um 1,1 Prozent von 10,3 Milliarden Euro auf 10,4 Milliarden Euro. Das um Sondereinflüsse bereinigte EBITDA lag mit 10,2 Milliarden Euro ebenfalls rund ein Prozent über Vorjahresniveau.

Der Trend zu höherwertigen, insbesondere breitbandigen Anschlüssen ist ungebrochen. Allein in Deutschland stieg die Anzahl der in Betrieb befindlichen T-DSL Anschlüsse im abgelaufenen Geschäftsjahr um über 40 Prozent auf 4 Millionen. Im europäischen Vergleich ist T-Com damit führender Anbieter in diesem Wachstumssegment. Zudem konnte durch die weitere Aufwertung der Anschlüsse der Anteil der Netzzugangsentgelte an den Gesamtsätzen erhöht und damit den Umsatzrückgängen bei den Verbindungsentgelten entgegengewirkt werden.

Jetzt geht es darum, die positive unternehmerische Entwicklung weiter zu stabilisieren, um den Konzern auf Erfolgskurs zu halten. Dabei ist die nachhaltige Förderung des profitablen Wachstums in den Mittelpunkt gerückt.

Kai-Uwe Ricke,
Vorstandsvorsitzender Deutsche Telekom AG

Free Cash-Flow: Haupttreiber beim Schuldenabbau

Der Free Cash-Flow betrug vor Ausschüttung 8,3 Milliarden Euro bzw. 8,5 Milliarden Euro seit der strategischen Überprüfung im dritten Quartal 2002. Damit wurde das angestrebte Ziel, im Geschäftsjahr 2003 einen Free Cash-Flow von mehr als 6 Milliarden Euro zu erwirtschaften, um gut 2 Milliarden Euro übertroffen. Der Free Cash-Flow trug damit erheblich zum erfolgreichen Schuldenabbau bei.

Entschuldungsprogramm über Plan

Die Netto-Finanzverbindlichkeiten konnten im vierten Quartal um weitere 2,6 Milliarden Euro auf 46,6 Milliarden Euro zum Jahresende zurückgeführt werden. Insgesamt wurden die Netto-Finanzverbindlichkeiten seit der strategischen Überprüfung im September 2002 bereits um 17,7 Milliarden Euro reduziert. Zu dieser Entwicklung haben nicht nur die Verkäufe nicht strategischer Assets im Gesamtwert von 6,7 Milliarden Euro beigetragen, sondern ebenso die fortgesetzten Anstrengungen zur Erhöhung der Profitabilität und das anhaltende Wachstum in den Kernbereichen des Konzerns.

■ **T-Mobile** bewies einmal mehr ihre Position als wachstumsstärkste Division im Konzern. Gegenüber dem Vorjahr stieg der Gesamtumsatz um mehr als 15 Prozent auf 22,8 Milliarden Euro. Lesen Sie mehr zu T-Mobile auf Seite 8.

■ **T-Systems** konnte sich trotz der schwierigen Marktbedingungen im Geschäftsjahr gut behaupten. Der Umsatz stieg gegenüber dem Vorjahr leicht um 1,2 Prozent auf 10,6 Milliarden Euro. Das EBITDA ohne Sondereinflüsse betrug 1,4 Milliarden Euro. Gegenüber dem Geschäftsjahr 2002 ist das ein Plus von 0,3 Milliarden Euro oder 23 Prozent. Die bereinigte EBITDA-Marge verbesserte sich 2003 auf Grund eines konsequenten Kostenmanagements und gesteigerter Effizienz der Organisation durch verbesserte betriebliche Abläufe um zwei Prozentpunkte von elf auf rund 13 Prozent.

Eine Vielzahl bedeutender Großaufträge aus dem In- und Ausland wirkte sich positiv auf die Auftragslage bei T-Systems aus. Mit 12,6 Milliarden Euro lag der Auftragseingang 18 Prozent über dem Gesamtjahresumsatz 2003.

■ **T-Online** erzielte im Geschäftsjahr 2003 eine deutliche Steigerung des Gesamtumsatzes. Beim EBITDA verzeichnete die Division ein eindrucksvolles Wachstum von 0,1 Milliarden Euro auf mehr als 0,3 Milliarden Euro. Einen ausführlichen Beitrag zu T-Online finden Sie auf Seite 6.

Ausblick

Auch im Geschäftsjahr 2004 wird das ertragsorientierte Wachstum im Vordergrund stehen. Nach der guten Entwicklung im Geschäftsjahr 2003 strebt die Deutsche Telekom im laufenden Geschäftsjahr ein bereinigtes Konzern-EBITDA von mindestens 19,2 Milliarden Euro an. Die Verwendung des Free Cash-Flow wird entsprechend den sich bietenden Möglichkeiten genutzt: zur weiteren Reduzierung der Verschuldung sowie für die Steigerung der Investitionen, sofern diese werterhö-

hend sind. Sollten sich Chancen für eine weitere Steigerung des Konzernwerts ergeben, sind auch selektive Akquisitionen nicht ausgeschlossen.

Agenda 2004: wichtige Initiativen zur Wertsteigerung

Mit dem Ziel, das profitable Wachstum und damit den Wert des Unternehmens weiter auszubauen, wird sich die Deutsche Telekom im laufenden Geschäftsjahr verstärkt der Umsetzung ihres Masterplans „Agenda 2004“ zuwenden. Divisionsübergreifende Initiativen in den Bereichen Breitband, Geschäftskunden, Personal, Innovation sowie Qualität und Effizienz haben dabei allerhöchste Priorität. Mit dieser klaren Fokussierung und der Einbindung aller vier Divisionen steht die Agenda 2004 im Zeichen zunehmender Integration und Erschließung neuer Wachstumspotenziale. So stellt sie zugleich einen logischen Schritt dar, den Mehrwert eines integrierten Konzerns wie der Deutschen Telekom sichtbar zu machen.



Auf einer Klausurtagung zu Beginn des Jahres diskutierte Kai-Uwe Ricke mit den Führungskräften die Eckpunkte der Agenda 2004.

Josef Brauner legt Vorstandsamt nieder

Zum 30. April 2004 wird Josef Brauner sein Amt als Vorstand T-Com der Deutschen Telekom AG niederlegen. Nach dem Rücktritt Brauners wird T-Com zunächst kommissarisch geführt: Kai-Uwe Ricke leitet die T-Com Deutschland, Dr. Karl-Gerhard Eick verantwortet die Auslandsaktivitäten der T-Com.

„Josef Brauner hat entscheidend zur Entwicklung der T-Com beigetragen. Mit großem Engagement hat er die Festnetzsparte der Deutschen Telekom neu positioniert“, sagte Ricke.

Der Aufsichtsrat der Deutschen Telekom bedankte sich bei Josef Brauner für seine Verdienste um die Festnetzsparte. Brauner wird dem Konzern künftig mit seinem umfangreichen Know-how als Berater zur Verfügung stehen, insbesondere für das T-Com Auslandsgeschäft.

Kurzmeldung Konzern

■ **Immer stärkere Nutzung des Internets.** Deutschland liegt in Europa bei der Internetnutzung auf dem zweiten Platz hinter Großbritannien. Insgesamt 47 Prozent der Bevölkerung nutzen das Internet. Großbritannien liegt mit 49 Prozent nur knapp darüber, Frankreich mit 41 Prozent auf dem dritten Platz. Das ist das Ergebnis einer Studie der European Interactive Advertising Association (EIAA), einem paneuro-

päischen Industrieverband von Online-Vermarktern. 34 Prozent der europäischen Internetnutzer gehen täglich online und 72 Prozent der Befragten nutzen das Internet, um sich über Produkte zu informieren. In Deutschland sind vor allem der Online-Buchkauf sowie Online-Auktionen stark gefragt: Fast jeder zweite Nutzer hat bereits ein Buch online gekauft und in der Nutzung von Auktions-Websites liegt Deutsch-

land mit 46 Prozent rund 27 Prozentpunkte über dem europäischen Durchschnitt. Für die Online-Vermarkter ist ein weiteres positives Ergebnis der Studie, dass rund ein Drittel der Befragten glauben, dass Marken durch Online-Werbung ein fortschrittlicheres Image bekommen.

Deutsche Telekom Stiftung gegründet.

Mit dem Ziel, den Wissens- und Ideentransfer zwischen Staat, Gesellschaft und Wirtschaft weiter zu vertiefen, hat die Deutsche Telekom AG die Deutsche Telekom Stiftung gegründet. Zahlreiche Projekte aus den Bereichen Bildung, Forschung und innovative Technologie will die gemeinnützige Stiftung künftig fördern.



Stehen der Deutsche Telekom Stiftung vor (v. l.): Hans-Willi Hefekäuser (Geschäftsführer), Kai-Uwe Ricke (Mitglied des Vorstands), Dr. Klaus Kinkel (Vorstandsvorsitzender) und Prof. Dr. Siegmund Wittig (Mitglied des Vorstands).

Dialog zwischen Wirtschaft und Wissenschaft

Anlässlich der Auftaktveranstaltung in Berlin sagte Kai-Uwe Ricke: „Die Deutsche Telekom hat immer schon gesellschaftliche Verantwortung übernommen und praktiziert. Wir sind der Ansicht, dass sich die Wirtschaft gerade auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten einbringen und einen Beitrag zum gesellschaftlichen Fortschritt leisten sollte, der über die reine Geschäftstätigkeit hinausgeht.“

Schul- und Hochschulprojekte im Fokus

Schwerpunkt der operativen Arbeit der Stiftung bilden derzeit verschiedene Projekte aus den Bereichen Schule, Hochschule und Wissenschaft – mit Fokus auf naturwissenschaftlich-technischem Gebiet. Der ehemalige Bundesminister Dr. Klaus Kinkel, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Telekom Stiftung, erläuterte in Berlin: „Für ein rohstoffarmes und bevölkerungsreiches Land ist technologischer Fortschritt Motor von Wohlstand und Wachstum, maßgeblich bestimmt durch das Bildungsniveau, das Forschungsklima sowie die Akzeptanz und die Förderung neuer technologischer Entwicklungen.“

Zahlreiche Einzelprojekte gestartet

Zur Förderung der schulischen Bildung wurde ein Startprogramm entwickelt, das sich zunächst auf Schul- und Hochschulprojekte in den naturwissenschaftlich-technisch-mathematischen Fächern konzentriert.

Einzelne Ansätze sind beispielsweise:

- Die Telekom Fachhochschule Leipzig
- Die Didaktik naturwissenschaftlich-technischer Schulfächer
- Unterstützung multinationaler Schulprojekte im Rahmen des EU-Comenius-Programms (EU-Programm u. a. zur qualitativen Verbesserung des Unterrichts)
- Kooperation mit den Europäischen Schulen in München, Karlsruhe und Frankfurt/Main
- Unterstützung des Lindauer Nobelpreisträger-Treffens
- Eliteförderung junger Wissenschaftler

Namhafte personelle Besetzung

Neben Dr. Klaus Kinkel sind Professor Siegmund Wittig, Vorstandsvorsitzender des Deutschen Zentrums für Luft- und Raumfahrt, und Kai-Uwe Ricke Mitglieder des Stiftungsvorstands. Gleichzeitig konnte ein namhaft besetztes Kuratorium aus Politik, Wissenschaft und Wirtschaft gewonnen werden, das die Stiftungsarbeit beratend begleitet.

13. INTERNATIONALES PRESSEKOLLOQUIUM

Breitband steht für neuen Innovationszyklus.

Schwerpunktthema des 13. Internationalen Presse Kolloquiums (IPK) der Deutschen Telekom, das Ende Januar traditionell in Berlin stattfand, waren neue Entwicklungen und Trends der Breitbandtechnologie. Spitzenmanager der Deutschen Telekom und namhafte Referenten aus dem In- und Ausland diskutierten vor mehr als 300 Journalisten.

„Breitband für alle“

Telekom Vorstandschef Ricke unterstrich in Berlin die wichtige Rolle von Breitband als Innovationsmotor für die Telekommunikation und die gesamte Wirtschaft und Gesellschaft: „Mit unserer Industrie stehen wir am Beginn eines neuen Innovationszyklus und damit auch eines neuen Wachstumszyklus.“ Nur wenige Unternehmen im Telekommunikationsmarkt verfolgten eine so ausgeprägte

Innovationsstrategie wie die Deutsche Telekom. Ricke gab den Startschuss zu einer Innovationsoffensive für den Breitbandmassenmarkt. Ziel und Botschaft dieser Initiative sei: „Telekom macht Breitband für alle möglich.“

Gemeinsame Projekte mit France Télécom

Vor dem Hintergrund, dass die europäische Kommission den Ausbau der Breitband-

technologie vorantreiben will, damit Europa im globalen Wettbewerb eine führende Position einnehmen kann, wollen Deutsche Telekom und France Télécom ihre Kräfte bündeln und gemeinsame Projekte im Bereich Forschung und Entwicklung anstoßen. Thierry Breton, Vorstandschef der France Télécom, gehörte in Berlin zu den Gastrednern.

Noch leistungsfähigere T-DSL Anschlüsse präsentiert

Im Rahmen des IPK stellte Telekom Vorstand und T-Com Chef Josef Brauner die neuen T-DSL Anschlussvarianten mit 1, 2 oder 3 Megabit Übertragungsrate pro Sekunde vor. T-Com will die Zahl der T-DSL Anschlüsse bis zum Jahr 2007 von aktuell rund vier Millionen auf zehn Millionen erhöhen. (Lesen Sie dazu auch den Artikel auf Seite 10.)

Auf komplett neuem Stand: „Alles, was uns verbindet“.

Auf der diesjährigen CeBIT, der weltgrößten Fachmesse für den IT- und TK-Markt, präsentierte sich die Deutsche Telekom vom 18. bis zum 24. März mit einem vollständig neu konzipierten Stand. Aktuelle Produkthighlights der Divisionen und Innovationen aus dem gesamten Konzern standen im Vordergrund – unter dem Messemotto „Alles, was uns verbindet“.

Service für die Besucher

Die Messepräsentation der Deutschen Telekom hatte in diesem Jahr zwei Schwerpunkte: Breitband und Geschäftskundenlösungen. In der Mitte des Standes befand sich ein großer Servicebereich, in dem alle vier Divisionen den Messebesuchern Hilfestellung zu ihren Produkten anboten. Ob Handy-Klingelton, W-LAN-Zugang für das Laptop oder einfach eine Frage zu Telefon-Tarifen – jeder Besucher wurde umfassend und kompetent beraten.

Innovationen und Neuheiten aus den Divisionen

Konkret präsentierten die vier Divisionen folgende Highlights:

■ **T-Com:** In anwenderfreundlichen Produktdarstellungen zeigte T-Com einen Überblick über das breite Produktspektrum. Dazu gehörten vor allem breitbandige Anwendungen für die private und geschäftliche Nutzung. Einen Blick in die Zukunft gewährten die Präsentationen rund um W-LAN: T-Com stellte zum Beispiel den „mobilen Festnetzanschluss“ vor, ein Produkt, das im Januar 2005 eingeführt werden soll. T-DSL Kunden können damit an jedem HotSpot über die eigene Telefonrechnung telefonieren. Alles, was der Kunde braucht, ist lediglich ein W-LAN-fähiges Endgerät wie zum Beispiel ein multimediafähiges Notebook oder ein PDA.

■ **T-Online:** Im Mittelpunkt der Präsentation von T-Online stand die nächste Generation des Internets: Mit verschiedenen Shows, Online-Demos, Expertenrunden und Interviews präsentierte T-Online die Vielfalt und Benutzerfreundlichkeit seiner Internetangebote. Das Spektrum reichte von Breitbandangeboten wie den per Internet bestellbaren Hollywood-Filmen fürs TV-Gerät bis hin zu Musicload, der lega-

len Musik-Downloadplattform. Am Service-Desk konnten sich die Besucher aus erster Hand über die neuen DSL-Tarife und weitere Produkte informieren. Für Geschäftskunden wurden innovative Lösungen aus den Bereichen Sicherheit und Kommunikation vorgestellt.

■ **T-Systems:** Der ICT-Dienstleister (Information and Communications Technology, ICT) für die Großkunden der Deutschen Telekom konzentrierte sich bei seinem Auftritt auf die so genannten Focus Solutions. Diese Lösungen bieten Kunden hohe Wertschöpfungspotenziale und kommen aus den drei Segmenten des Serviceportfolios. Diese umfassen die ICT-Infrastruktur, die Anwendungen und die Geschäftsprozesse. Am Stand wurde demonstriert, wie die Focus Solution den Kunden die Reaktionsfähigkeit und Beweglichkeit verschafft, die sie für ihren Geschäftserfolg brauchen. Beispiele sind die Netztechnik MPLS, die Unternehmen in einem Netz

reichte von Soundlogos über Messaging bis hin zu den neuen Tarifen. Geschäftskunden konnten sich über neue Endgeräte informieren, deren Anwendungsmöglichkeiten eine effektive, produktivitätssteigernde Kommunikation im geschäftlichen Umfeld ermöglichen.

UMTS: Start im Mai

Auf der CeBIT gab T-Mobile außerdem bekannt, dass das Unternehmen im Mai die kommerzielle Vermarktung seiner UMTS-Netze in Deutschland, Großbritannien und Österreich beginnen wird. Kunden erhalten dann Angebote für die mobile, schnelle Datenkommunikation. Über das neue Netz werden in der Spitze Bandbreiten von bis zu 384 Kilobit pro Sekunde erreicht. „Mit dem neuen Netz fügen wir unserem Multimedia-Network einen weiteren wichtigen Baustein hinzu“, erklärte René Obermann, Vorstandsvorsitzender von T-Mobile International. Wir bieten unseren Kunden T-Mobile Multimedia, oder – kurz gesagt – tm3. Das ist mehr als UMTS. Tm3 steht für mobile Multimedia-Dienste auf der Basis von GPRS, UMTS und W-LAN. Dies ist unser Gütesiegel in Sachen Mobile Multimedia.“



Traditionell ein Zuschauermagnet: der Messestand der Deutschen Telekom auf der CeBIT.

die Übertragung von Daten und Sprache erlaubt. Für die Fertigungsindustrie stellt „Product Lifecycle Management“ das durchgängige Management aller relevanten Informationen über den gesamten Lebensweg eines Produktes sicher – von der Produktentwicklung über die Konstruktion und Erprobung, die Fertigung, den Vertrieb und den Service bis hin zum Recycling.

■ **T-Mobile:** Die Mobilfunkdivision präsentierte ihren Privatkunden zahlreiche Neuheiten rund um das Thema „Spaß und Infos auf dem Handy“. Die Bandbreite

T-Online: positives Vorsteuerergebnis für das Geschäftsjahr 2003.

Das Geschäftsjahr 2003 war für die T-Online International AG geprägt durch profitables Wachstum und kontinuierlichen Ausbau des Produktportfolios. Das EBITDA ohne Sondereffekte stieg auf 320,7 Millionen Euro von 74,1 Millionen Euro im Vorjahr.* Das Ergebnis vor Steuern ist mit 56,4 Millionen Euro für das Gesamtjahr positiv. Neben dem Erwerb von Scout24 hat sich T-Online im Geschäftsjahr 2003 mit der Markteinführung von Produkten wie Musicload und Video on Demand frühzeitig in wichtigen Zukunftsmärkten des Internets positioniert.



Umsatz: plus 18 Prozent

Im Geschäftsjahr 2003 konnte T-Online den Umsatz um 18,1 Prozent auf 1,9 Milliarden Euro steigern. Im Vorjahr hatte das Unternehmen einen Umsatz von 1,6 Milliarden Euro erwirtschaftet. Beim Umsatzwachstum profitierte T-Online vor allem von der weiterhin steigenden Kundenbasis und der intensiveren Nutzung des Internets.

Erstmals wieder positives Vorsteuerergebnis

Das Gesamt-EBITDA für 2003 erhöhte sich auf 320,7 Millionen Euro. Im Jahr zuvor hatte es bei 74,1 Millionen Euro gelegen, das bedeutet eine Steigerung um 333 Prozent. Erstmals seit den internationalen Akquisitionen im Jahr 2000 konnte T-Online mit 56,4 Millionen Euro ein positives Ergebnis vor Steuern für ein Gesamtjahr ausweisen.

Umsatz- und EBITDA-Verbesserung im Ausland

Zur Ergebnisverbesserung des T-Online Konzerns trugen auch die internationalen Gesellschaften bei. Die EBITDA-Verluste des Segments „Übriges Europa“ halbierten sich praktisch auf minus 45,3 (Vorjahr minus 84,0) Millionen Euro. Der Umsatz verbesserte sich um 37 Prozent auf 170,6 Millionen Euro. Der Umsatzanteil des internationalen Geschäfts konnte sich so auf 9,2 Prozent erhöhen, nachdem er 2002 noch bei 7,9 Prozent gelegen hatte. Ein Beispiel: In Spanien konnte das Reiseportal Viajar.com der T-Online Tochter Ya.com die Zahl der Buchungen auf rund 126.000 verdreifachen und seine Position in diesem wichtigen E-Commerce-Segment festigen.

Kunden: 27 Prozent mehr Breitbandkunden

Die Zahl der Kunden nahm um 7,3 Prozent auf 13,1 Millionen zu. Vor allem im Breitbandsegment konnte T-Online mit einem Wachstum von mehr als 27 Prozent die Zahl der Kunden auf 3,57 Millionen erhöhen. Der Anteil der Breitbandkunden von T-Online liegt damit in Deutschland nun bei 30,7 Prozent und im Konzern bei 27,2 Prozent. Rund zwei Millionen Breitbandnutzer in Deutschland gehen mit dem Tarif T-Online dsl flat ins Internet.

Premiere: Video on Demand für den PC

Im Kerngeschäft Deutschland lag 2003 einer der Schwerpunkte im Ausbau des Produktportfolios beim Geschäft mit Inhalten, Diensten und Services. T-Online hat als erster Internet-Service-Provider in Deutschland ein Angebot realisiert, das Top-Kinofilme der US-Major Filmstudios als Video on Demand auf dem PC ermöglicht. Mit dem Launch der Plattform Musicload, die zum Jahresende 2003 bereits 100.000 Musiktitel im Angebot hatte, hat sich T-Online zudem im Markt für Musikdownloads etabliert. Das Angebot soll im Jahr 2004 auf rund 300.000 Titel erweitert werden.

Mehrwertangebote werden gut angenommen

Mit den Produkten LernenOnline und der Vericon-Ratgeberreihe hat T-Online sein Nutzwertangebot im Bereich Weiterbildung vervollständigt. Im Bereich Paid Services haben sich in 2003 alleine 140.000 Kunden für den T-Online Fotoservice registriert. Rund 700.000 Bündelprodukte wie z. B. Antivirus-Pakete oder eMail-Zusatzleistungen wurden verkauft.

* Alle Zahlen beziehen sich auf den IAS-Abschluss der T-Online International AG

Holtrop: T-Online prägt den Markt für hochwertige Inhalte

Im Dezember 2003 hat das Unternehmen mit dem Erwerb von Scout24 zudem sein Marken- und Produkt-Portfolio um den attraktiven Bereich der Online-Anzeigenmärkte verstärken können. „Nach Jahren der Kostenlos-Kultur hat sich das Internet jetzt immer stärker als Vertriebsplattform für hochwertige Inhalte und Dienstleistungen etabliert. Wir haben als T-Online diesen Trend in Deutschland entscheidend mitgeprägt und wollen ihn auch in Zukunft weiter aktiv mitgestalten“, sagte Thomas Holtrop, Vorstandsvorsitzender der T-Online International AG und Mitglied des Vorstands der Deutschen Telekom AG, bei der Bekanntgabe der Geschäftszahlen.

Finanzdaten für das 4. Quartal 2003

In Mio. Euro	4. Quartal 2003	4. Quartal 2002	Veränderung (in %)
Umsatz	504,2	459,3	10
EBITDA	83,2	53,1	57
Operatives Ergebnis	63,4	21,5	195
Konzernergebnis	5,4	(61,6)	-

ANPASSUNG AN ANSPRUCHSVOLLERE NACHFRAGE

Neue Tarife setzen Weichen für die Breitbandzukunft.

T-Online richtet sein Tarifsystem ganz auf die Anforderungen der breitbandigen Zukunft aus: Neben neuen Tarifen für die Nutzung gelten seit Anfang Februar Leistungserweiterungen bei bestehenden Tarifen für das Breitbandinternet. Das T-Online Tarifportfolio ist damit vor allem für Kunden mit T-DSL und T-DSL 1500 noch attraktiver.

Breitbandinternet: „Viel versprechende Zukunft“

„Der wichtigste Wachstumsimpuls für die Branche ist und bleibt das Breitbandinternet“, sagte Thomas Hille, Mitglied des Vorstands von T-Online, bei der Vorstellung des neuen Tarifkonzepts. „Multimedial vernetzte Inhalte bieten den Nutzern einen entscheidenden Mehrwert und wir stehen bei den attraktiven Inhalteangeboten erst ganz am Beginn einer vielversprechenden Zukunft.“

Ungebrochenes Wachstum

Alleine im vierten Quartal 2003 haben sich bei T-Online 220.000 Kunden für den Start in die Zukunft des Internets entschieden. Damit surften zum Jahresende 2003 bereits über 3,3 Millionen T-Online Kunden in Deutschland breitbandig, ein Anteil von 30 Prozent an der Gesamtkundenzahl in Deutschland. Wichtige Erfolgskriterien für die weitere Entwick-

lung sind innovative Inhalte und attraktive Tarife, die sich an den multimedialen Nutzungsszenarien orientieren. Hille: „T-Online passt sein Tarifportfolio der wachsenden Nachfrage nach Breitbandinternet an – mit Zugangsangeboten, die der schnellen Entwicklung gerecht werden.“

Neues Tarifsystem für die Zukunft des Internets

Der Schwerpunkt des neuen Tarifsystems liegt auf neuen Angeboten und Leistungserweiterungen bestehender Tarife für die Nutzung von Breitbandanschlüssen. Neue Zeittarife und ein Wochenend-Pauschaltarif ergänzen das Angebot an Internetzugangstarifen. Darüber hinaus wird das Inklusivvolumen der Volumentarife T-Online dsl 1000 MB und T-Online dsl 5000 MB bei gleich bleibender Grundgebühr erweitert. Die monatliche Grundgebühr im Tarif T-Online dsl flat 1500 wird gesenkt. T-Online trägt mit den neuen Tarifen der zunehmenden Ausdifferenzierung bei der Nutzung Rechnung.



Internet-Übertragungen von Showacts – wie hier der Band „Naturally 7“ auf der CeBIT – werden mit den neuen T-DSL Tarifen auch für den heimischen PC immer attraktiver.

■ **T-Online erwirbt mit Scout24 dynamischen Anbieter von Online-Marktplätzen.** Nach der Genehmigung durch das Bundeskartellamt konnte T-Online den Kauf der Scout24 AG vollständig abschließen. T-Online verfolgt mit der Akquisition konsequent die Strategie, die Wertschöpfung in Internet-Wachstumsbranchen durch ein Portfolio eigener potenzialstarker Online-Marktplätze zu ergänzen. Unter dem Dach der Scout24 erwirbt T-Online damit alle von der Scout24 AG gehaltenen Anteile an Unternehmen wie AutoScout24, ImmobilienScout24 oder JobScout24. AutoScout24 ist gemessen an Umsatz, Bekanntheit und Reichweite ein führender europäischer Player in diesem Segment. Die Datenbank enthält mehr als 900.000 Fahrzeuge von Händlern und Privatkunden. Das Immobilien-Scout24-Angebot umfasst in Deutschland über 250.000 Immobilien und verfügt über die mit Ab-

stand höchste Nutzerzahl im Wettbewerbsvergleich. Die Scout24-Portale sind in Deutschland, der Schweiz sowie weiteren europäischen Ländern aktiv. Für das laufende Geschäftsjahr erwartet die Scout24 AG einen Umsatz von rund 70 Millionen Euro und ein positives EBITDA. Scout24 wird als eigenständiges Unternehmen im T-Online Konzern fortgeführt und mit der etablierten Markenfamilie seine Kooperationen und Partnerschaften weiter ausbauen.

■ **Drahtloser Internetzugang an über 400 Agip-Tankstellen.** Seit dem 1. April können T-Online Kunden an zunächst über 400 Stationen der Tankstellenkette Agip Internet-HotSpots – öffentliche, drahtlose Internetzugangspunkte – („HotSpots“) nutzen. Die Abrechnung des Dienstes erfolgt über T-Online und weitere Roaming-Partner sowie über

Voucherkarten, die in der Tankstelle verkauft werden. Kunden von T-Online können dabei ihre persönlichen Zugangsdaten benutzen.

■ **Musik-Downloads in Kooperation mit BILD und RTL.** Internetnutzer können über die Internetseiten Bild.T-Online.de und RTLmusik.de legal Musikstücke downloaden. Hinter beiden Angeboten steht T-Online mit seiner digitalen Musikplattform „Musicload“. Darauf stehen derzeit über 100.000 Titel großer Plattenfirmen wie BMG, Sony Music oder EMI zur Verfügung. Der Download einzelner Songs kostet je nach Aktualität zwischen 0,99 Euro und 1,29 Euro und wird entweder über die Telefonrechnung der Deutschen Telekom oder per Kreditkarte abgerechnet. Die Songs können auf dem PC gespeichert oder auf CD gebrannt werden.

STÄRKSTER WACHSTUMSIMPULS AUS DEN USA

T-Mobile: Datenkommunikation in 2003 deutlich gewachsen.

T-Mobile International hat im Geschäftsjahr 2003 das profitable Wachstum fortgesetzt und ihre Rolle als Wachstumstreiber im Telekom Konzern bestätigt. Die Zahl der Neukunden wuchs nochmals dynamischer als im Jahr zuvor.

Kräftiges Kundenwachstum

Insgesamt verzeichnete T-Mobile International im Geschäftsjahr 2003 ein höheres Kundenwachstum als im Jahr zuvor. Die Zahl der Kunden in den Mehrheitsbeteiligungen stieg im Jahr 2003 von 53,9 Millionen auf 61,1 Millionen. Gegenüber dem Vorjahr ist das ein Plus von 7,2 Millionen oder 13 Prozent. Wesentlichen Anteil daran hatte T-Mobile USA mit einem kräftigen Zuwachs von rund 32 Prozent. Hier stieg die Kundenzahl um mehr als 3,2 Millionen Neukunden auf 13,1 Millionen Teilnehmer zum Jahresende 2003.

Wie Telekom Vorstandschef Kai-Uwe Ricke kommentierte, habe T-Mobile mit der weiteren Steigerung der Kundenzahl seine beiden wichtigen strategischen Ziele realisiert: „erstens auch in Europa profitabel zu wachsen, das heißt, den Anteil des hochwertigen Segments der Laufzeitver-

tragskunden weiter zu erhöhen, und zweitens in den USA weiter hohe Neukundengewinne zu erreichen und gleichzeitig die Profitabilität zu steigern.“

Umsatz: erneut wachstumsstärkste Division

Beim Umsatz unterstrich T-Mobile im Geschäftsjahr 2003 erneut ihre Position als wachstumsstärkste Division im Telekom Konzern. Der Gesamtumsatz betrug 22,8 Milliarden Euro, eine Steigerung von mehr als 15 Prozent oder rund 3 Milliarden Euro im Vergleich zum Vorjahr. Selbst ohne Berücksichtigung der ab dem vierten Quartal 2002 erstmals vollkonsolidierten T-Mobile Netherlands (vormals Ben) betrug das Umsatzwachstum rund zwölf Prozent. Getrieben wurde das Umsatzwachstum sowohl durch den Anstieg der Teilnehmerzahlen als auch durch Verbesserungen beim durchschnittlichen monatlichen Kundenumsatz.

Bedeutung mobiler Datendienste am Gesamtumsatz nimmt stetig zu

Besonders erfreulich ist die Entwicklung der Umsätze im Bereich Datenkommunikation. Allein im vierten Quartal 2003

entfielen in Europa mehr als 17 Prozent des durchschnittlichen monatlichen Kundenumsatzes auf die Datendienste. In den USA lag dieser Wert bei rund vier Prozent. Zum Jahresende 2003 nutzten rund 5,5 Millionen Kunden T-Mobile Datendienste via Mobilfunk (neben SMS), zwei Millionen mehr als noch zum Anfang des Jahres. Im Vergleich zu 2002 sind die Umsätze mit diesen Services (ohne SMS) um fast das Vierfache auf knapp 350 Millionen Euro gestiegen. Damit leisteten sie einen wesentlichen Beitrag zur Gesamtumsatzentwicklung.

EBITDA: plus 32 Prozent

Das um Sondereffekte bereinigte Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) verbesserte sich um mehr als 32 Prozent auf 6,7 Milliarden Euro. Damit wuchs das bereinigte EBITDA mehr als doppelt so schnell wie der Umsatz. Die bereinigte EBITDA-Marge der Division verbesserte sich insgesamt von 25,5 Prozent auf 29,3 Prozent – eine Steigerung von fast vier Prozentpunkten.

T-Mobile Deutschland: Position als Marktführer verteidigt

Mit mehr als 26,3 Millionen Teilnehmern konnte T-Mobile Deutschland ihre marktführende Stellung halten. Im Gesamtjahr wurden 1,7 Millionen Neukunden hinzugewonnen, davon 60 Prozent Laufzeitvertragskunden. Insgesamt lag der Kundenzuwachs höher als im Geschäftsjahr 2002. Der durchschnittliche Kundenumsatz pro Monat konnte im Jahresvergleich

stabil bei 24 Euro gehalten werden. Gesenkt werden konnten dagegen die durchschnittlichen Akquisitionskosten pro gewonnenen Kunden. Diese sanken von 98 Euro im Jahr 2002 auf 93 Euro am Ende des Geschäftsjahres 2003.

T-Mobile USA: qualitatives Kundenwachstum

Der stärkste Wachstumsimpuls für T-Mobile kam aus den USA. T-Mobile USA konnte den zweithöchsten Netto-Kundenzuwachs unter den US-Mobilfunkbetreibern realisieren. Bei der Verbesserung des durchschnittlichen Kundenumsatzes pro Monat war T-Mobile USA mit einem Plus von drei Dollar je Kunde zum Teil deutlich besser als viele andere Mobilfunkanbieter in den USA. Diese Zahlen belegen, dass T-Mobile USA sowohl quantitativ als auch qualitativ deutlich zugelegt hat. Zum Jahresende 2003 waren 89 Prozent aller Kunden von T-Mobile USA Laufzeitvertragskunden. Der Umsatz stieg gegenüber dem Vorjahr auf 7,4 Milliarden Euro von zuvor 6,1 Milliarden Euro. Beim operativen Ergebnis wurde eine Verdreifung von 0,5 Milliarden Euro auf 1,5 Milliarden Euro erreicht.

T-Mobile UK: Verbesserung der Kundenstruktur

Auch bei T-Mobile UK lag der Fokus der Akquisitionsstrategie eindeutig auf der Verbesserung der bestehenden Kundenstruktur. Allein im vierten Quartal wuchs die Kundenzahl einschließlich der von Virgin Mobile betreuten Kunden um mehr als 1,2 Millionen im Vergleich zum Vorquartal. Damit verzeichnete die britische T-Mobile Tochter mehr Neukunden als alle anderen Netzbetreiber am Markt zusammen. Wegen des sehr starken Teilnehmerwachstums sank die EBITDA-Marge in Großbritannien im vierten Quartal um einen Prozentpunkt auf rund 23 Prozent, konnte im Jahresvergleich jedoch von 21 Prozent auf knapp 25 Prozent gesteigert werden.

Solide Kundenbasis in Tschechien und Österreich

Bei T-Mobile in Tschechien stieg die Kundenzahl im Geschäftsjahr 2003 um 0,4 Millionen auf 3,9 Millionen. Der Umsatz verbesserte sich im Geschäftsjahr auf 768 Millionen Euro, von 705 Millionen Euro

im Vorjahr. Das EBITDA stieg von 319 Millionen Euro auf 339 Millionen Euro. Bei T-Mobile Austria konnte mit mehr als zwei Millionen Kunden der Bestand konstant gehalten werden. Erfreulich entwickelte sich hier die monatliche Kündigungsrate: sie ging auf 1,7 Prozent – von 2,3 Prozent im Vorjahr – zurück. Der Umsatz stieg leicht auf 1,1 Milliarden Euro (Vorjahr 1,0 Milliarden Euro), das EBITDA von 310 Millionen Euro auf 340 Millionen Euro.

T-Mobile Netherlands: profitables Wachstum

Zum Jahresende hatte T-Mobile Netherlands fast zwei Millionen Teilnehmer, ein um 550.000 höherer Bestand im Vergleich zum Jahresende 2002. Erfreulich ist die Entwicklung der EBITDA-Marge von negativen zwölf Prozent im vierten Quartal 2002 auf positive 13 Prozent im vierten Quartal 2003.

Der Anteil der Datenkommunikation am Gesamtumsatz wächst weiter – künftig auch durch UMTS. Auf der CeBIT begutachteten T-Mobile CEO René Obermann (l.) und Deutschland-Chef Timotheus Höttges (m.) gemeinsam mit Nokia CEO Jorma Ollila die neue Gerätegeneration.



Kurzmeldungen T-Mobile

■ **Ausstieg bei Virgin Mobile.** T-Mobile hat das Joint Venture mit der britischen Virgin Mobile beendet. Beide Unternehmen haben sich darauf geeinigt, dass Virgin Mobile den 50-Prozent-Anteil von T-Mobile an dem Joint Venture übernimmt. Außerdem wurde eine weitere Zusammenarbeit beschlossen: Für mindestens zehn Jahre wird Virgin Mobile demnach das britische T-Mobile Netz für eigene Angebote nutzen.

■ **T-Mobile und SevenOne Intermedia bringen Teletext aufs Handy.** T-Mobile Deutschland und SevenOne Intermedia, das Multimediaunternehmen der ProSiebenSat.1-Gruppe, machen den Teletext mobil: Auf den t-zones lassen sich

jetzt per Handy die Teletextseiten der Fernsehsender Sat.1, ProSieben und in Kürze auch Kabel 1 abrufen. Wie beim TV-Teletext sind News zum Programm, aber auch tagesaktuelle Nachrichten aus verschiedenen Bereichen in einer für den mobilen Abruf optimierten Form verfügbar. Nach der Ende Februar abgeschlossenen Einführungsphase erhalten Nutzer nun für 0,29 Euro eine Stunde lang unbegrenzten Zugang zu den jeweils angebotenen Teletextseiten.

■ **T-Mobile zeigt alle Tore der Fußball-EM auf dem Handy.** Im Rahmen einer Kooperation mit dem Europäischen Fußballverband UEFA stellt T-Mobile den rund 61 Millionen Mobilfunkun-

den in ihren Mehrheitsbeteiligungen eine breite Palette rund um die Fußball-Europameisterschaft zur Verfügung. Ein Highlight dabei wird die Übertragung entscheidender Spielszenen als farbige Videosequenz sein. Über die t-zones können T-Mobile Kunden noch während des laufenden Spiels oder im Anschluss Clips samt Kommentaren zu Toren, Elfmietern oder Spiel-Zusammenfassungen auf videofähige Handys herunterladen. Damit stehen zum ersten Mal zeitnahe mobile Videoinhalte eines großen internationalen Fußballereignisses zur Verfügung. Abgerundet wird das Angebot durch animierte Bildschirmschoner, Display-Hintergrundbilder, Logos und Klingeltöne.

Ordentliche Hauptversammlung der Deutschen Telekom AG am 18. Mai

Die diesjährige ordentliche Hauptversammlung der Deutschen Telekom AG findet am 18. Mai in der KölnArena statt. Die Einladung dazu wird an alle Aktionärinnen und Aktionäre seit dem 19. April verschickt. Letzter Anmeldetag – sowohl für schriftliche Anmeldungen als auch für Anmeldungen über Internet – ist Dienstag, der 11. Mai 2004. Später eingegangene Anmeldungen können nicht berücksichtigt werden.

Sollten Sie als Aktionärin oder Aktionär Fragen zum Ausfüllen der Formulare haben, stehen Ihnen die Mitarbeiter des Forum T-Aktie unter 0800 33 02100 (innerhalb Deutschlands) montags bis freitags von 8.00 bis 20.00 Uhr zur Beantwortung gern zur Verfügung.

Eine ausführliche Berichterstattung über die Hauptversammlung lesen Sie in der kommenden Ausgabe von „direkt“.

Darüber hinaus möchten wir Sie bereits jetzt auf unser erweitertes Serviceangebot zur Hauptversammlung 2005 aufmerksam machen: Ab sofort können Sie sich für den Versand der Hauptversammlungsunterlagen per E-Mail registrieren lassen. Sie bekommen dann Ihre Unterlagen schnell und bequem an die von Ihnen angegebene E-Mail-Adresse geschickt – und tragen damit zur Kosteneinsparung und Entlastung der Umwelt bei. Wählen Sie dazu im Internet bitte die Seite www.telekom.de/hv-service an. Dort werden Sie Schritt für Schritt durch die Registrierung geführt. Die notwendigen Zugangsdaten finden Sie in den Formularen, die Sie bereits per Post erhalten haben. Alle Aktionäre, die uns mitteilen, auf welchem Wege sie künftig ihre Unterlagen erhalten wollen, nehmen zudem an einer großen Verlosung mit attraktiven Preisen teil.

T-Com: T-DSL Angebot wird veränderten Marktbedürfnissen angepasst.

Um den anspruchsvoller gewordenen Bedürfnissen des Marktes nachzukommen, wird T-Com die Leistungsfähigkeit der DSL-Anschlüsse deutlich erhöhen. Damit entspricht das Unternehmen dem Wunsch vieler Kunden, die bei immer multimedialer werdenden Inhalteangeboten verstärkt höhere Übertragungsraten nachfragen.

Megabitraten werden deutlich höher

In Zukunft sollen T-Com Kunden zwischen Anschlussvarianten mit Übertragungsraten von 1, 2 oder 3 Megabit pro Sekunde wählen können. Aktuell liegt der Standard bei bis zu 768 Kilobit pro Sekunde. Das kündigte Josef Brauner, Vorsitzender des Vorstands von T-Com und Mitglied des Vorstands der Deutschen Telekom, bei der Vorstellung einer Studie des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW) an.

T-Com Planungen decken sich mit Marktforschung

Die von T-Com in Auftrag gegebene DIW-Studie zu den „Rahmenbedingungen einer Breitbandoffensive in Deutschland“ kommt zu dem Schluss, dass sich die Nutzerzahl für einen breitbandigen Internetzugang in Deutschland bis 2008 auf 10,3 bis 17,5 Millionen erhöhen könnte. Dazu Brauner: „T-Com hat sich zum Ziel gesetzt, die Zahl der T-DSL Anschlüsse zunächst bis 2007 auf zehn Millionen zu erhöhen. Die Studie belegt: Diese Planungen sind realistisch.“

Ricke sieht in höherem Wettbewerb Stimulation für Breitband

Nach den Worten des Telekom Vorstandsvorsitzenden Kai-Uwe Ricke ist Breitband in Deutschland mit allein vier Millionen T-DSL Kunden bereits ein Massenmarkt. Jetzt werde die Deutsche Telekom diesen Markt mit hohem Engagement weiterentwickeln – dazu gehört auch ein Ausbau der DSL-Infrastruktur im ländlichen Raum. Überdies wünscht sich Ricke auch ein höheres Engagement anderer Unternehmen, wie etwa Kabelnetzbetreiber: „Ein funktionierender Wettbewerb auf der Infrastrukturebene könnte das Tempo im deutschen Breitbandmarkt noch weiter steigern“, sagte Ricke. Die Deutsche Telekom prüft daher die Konditionen für Vorleistungsangebote an andere Unternehmen, um den Breitbandmarkt weiter zu stimulieren.

Kurzmeldung T-Com

■ **T-Com und T-Mobile starten gemeinsam W-LAN-Offensive.** Die Divisionen T-Com und T-Mobile werden gemeinsam das Angebot an öffentlich zugänglichen, drahtlosen Funknetzen in den kommenden Jahren deutlich erhöhen: Mehr als 5.200 öffentliche Hotspots sollen bis Ende 2004 in ganz Deutschland das schnurlose Surfen im Internet ermöglichen. Dabei liegt der Schwerpunkt für T-Com auf öffentlichen Standorten mit überwiegend privater Nutzung wie Restaurants und Cafés,

während T-Mobile im Wesentlichen Business-Standorte beispielsweise an Flughäfen, auf Messen oder in Hotels ausbaut. Bis Ende Februar 2004 wird dabei die Nutzung des öffentlichen W-LAN-Angebotes in Deutschland kostenfrei sein. Nach Abschluss der Pilotphase werden T-Com und T-Mobile ein kostenpflichtiges Angebot am Markt platzieren. Die Abrechnung erfolgt für T-Com und T-Mobile Kunden bequem über die monatliche Festnetz- bzw. Mobilfunkrechnung. Noch in die-

sem Jahr wird T-Com die ersten 30 HotSpot-Standorte in ausgewählten Cafés und Restaurants in Bonn, Köln und Düsseldorf in Betrieb nehmen. Bis Ende 2004 wird durch T-Com ein massiver Ausbau der HotSpots erfolgen. Geplant werden alleine von der T-Com rund 4.000 HotSpots noch für dieses Jahr. Bequem nutzbar werden diese insbesondere für T-Online Kunden: Sie können sich mit ihren Nutzerdaten einwählen, abgerechnet wird über die monatliche Telefonrechnung.

T-Systems Chef Reiss fokussiert Portfolio auf Kundenwertschöpfung.

Zu Beginn des neuen Geschäftsjahres 2004 stellte Konrad F. Reiss, CEO der Division T-Systems, die neue Strategie seines Unternehmens vor. Dabei geht es um: Fokussieren des Portfolios, strikte Orientierung an Kundenbedürfnissen sowie höchste Qualität und Effizienz. Das Kundenversprechen „Managed business flexibility“ steht als Klammer im Mittelpunkt der Neuausrichtung.



Richtet „seine“ Division weiter auf Erfolg aus: T-Systems Chef Konrad F. Reiss.

Klare Wettbewerbsvorteile für Kunden

T-Systems betreut im Konzern die Großkunden der Deutschen Telekom mit individuellen Lösungen der Informations- und Kommunikationstechnik (Information and Communications Technology, ICT). Insbesondere diese Kunden müssen in ihren Märkten immer kurzfristiger auf Veränderungen reagieren. Schnelles Agieren wird zum Schlüsselfaktor für den Unternehmenserfolg.

Das Fundament dafür sind leistungsfähige ICT-Infrastrukturen und Anwendungslösungen sowie neue Geschäftsmodelle wie die komplette Übernahme von Geschäftsprozessen (Business Process Outsourcing, BPO). Design und Implementierung von Lösungen auf allen drei Ebenen gibt den Kunden die Flexibilität, die sie für ihr Kerngeschäft benötigen.

„Wir versprechen unseren Kunden ‚Managed business flexibility‘ und wir lösen dieses Versprechen ein durch Kernlösungen aus unserem Portfolio, den so ge-

nannten Focus Solutions“, erläutert Reiss. „Diese Lösungen bieten unseren Kunden hohe Wertschöpfungs- und uns wichtige Wachstumspotenziale.“

Die Lösungen kommen aus drei Segmenten des Serviceportfolios:

1. ICT Infrastructure Management,

also das Bereitstellen und Managen von ICT-Infrastrukturen (wie Netzwerke, Rechenzentren, PC-Arbeitsplätze) und infrastrukturnahen Applikationen. Mit knapp 114.000 Millionen Instruktionen pro Sekunde (Million Instructions per Second, MIPS) gehören die Rechenzentren von T-Systems zu den leistungsstärksten in der Welt. Ähnlich beeindruckend ist die Zahl der von T-Systems betriebenen Server mit rund 28.400. Was die betreuten Arbeitsplatzsysteme angeht, so sind es bereits zirka 1,2 Millionen. Mit dieser Infrastruktur bieten wir den Kunden entscheidende Beiträge in puncto Leistung und Effizienz.

2. Business Solution Design & Implementation:

Dazu gehören durchgängige ICT-basierte Lösungen, die T-Systems entwickelt, implementiert und zum Teil auch betreibt – Lösungen, die die Geschäftsprozesse der Kunden effektiv und effizient gestalten. Beispiele dafür sind Händler-Management-Systeme, Abrechnungssysteme oder SAP-Integrations-Lösungen. Die Kunden von T-Systems profitieren von den umfassenden ICT-Lösungen – vor allem auch durch das eingebrachte Branchen- und Prozess-Know-how.

3. Business Process Management,

also die komplette ergebnisverantwortliche Übernahme und der Betrieb ganzer Geschäftsprozesse wie die Gehaltsbuchhaltung oder das gesamte Billing. So übernimmt T-Systems für Kabel Deutschland die komplette Lohn- und Gehaltsabrech-

nung sowie das Reisekostenmanagement. Für die 2.500 Mitarbeiter von Kabel Deutschland führt T-Systems künftig alle Abrechnungsprozesse durch: Hierzu gehören sowohl die Eingabe von Reisekostenbelegen sowie Überstunden- und Erschwerniszuschlägen, die Berechnung der Löhne und Gehälter als auch der Druck und Versand aller Abrechnungen.

Diese T-Systems Lösungen auf den drei beschriebenen Wertschöpfungsebenen bieten den Kunden erhebliche Vorteile: Sie gewinnen Flexibilität, senken Kosten, erschließen Freiräume für ihre operativen Kompetenzen und steigern so ihre Wettbewerbsfähigkeit.

Neuausrichtung zeigt erste Erfolge

Die von Konrad F. Reiss bei seinem Amtsantritt als CEO von T-Systems und Vorstandsmitglied der Deutschen Telekom im Februar 2003 eingeleitete Neuausrichtung zeigte bereits Ende des Jahres erste Erfolge: T-Systems verbuchte beispielsweise Outsourcing-Aufträge von EADS, Vorwerk und der WestLB in je dreistelliger Millionenhöhe. Solche Großaufträge zu gewinnen, darauf spezialisieren sich von der Angebotserstellung bis zum erfolgreichen Abschluss und dann dem Übergang in den Betrieb eigene Teams. Jüngster Erfolg dieser so genannten Strategic Project Acquisition Teams (S-PAT) ist ein Großauftrag von TUI. Der weltweit größte Reiseanbieter lagert sein gesamtes Netzwerk an T-Systems aus. Die Telekom Tochter wird dabei zunächst die bisherigen Teilnetze der rund 2.600 internationalen Standorte zusammenführen. TUI senkt dadurch erheblich Kosten und beschleunigt den internen Datenfluss.

■ **T-Systems betreut für die Lufthansa Passage weltweit mehr als 9.500 PC-Arbeitsplätze.** Lufthansa Systems hat T-Systems beauftragt, über 9.500 PC-Arbeitsplätze der Lufthansa Passage Airlines im Rahmen einer Infrastruktur-Modernisierung zu betreuen. T-Systems beschafft die gesamte Hardware und installiert sie in Büros und an Flughäfen. Darüber hinaus stellt T-Systems über einen ständig erreichbaren Vor-Ort-Service den laufenden Betrieb der Systeme an rund 350 Standorten der Lufthansa Passage Airlines sicher. In der aktuellen Projektphase richtet T-Systems pro Woche mehr als 300 Arbeitsplätze auf Basis des Standardbetriebsystems Microsoft Windows XP neu ein. Darüber hinaus werden insgesamt 4.000 neue Drucker installiert und 9.400 E-Mail-Adressen sowie 3.000 Internet-Accounts umgestellt. Bis zum Sommer soll die Umstellungsphase abgeschlossen sein.

■ **T-Systems realisiert das Branchennetz für deutsche Versicherer.** Der Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) hat T-Systems beauftragt, sein Verbandsnetz künftig unabhängig vom öffentlichen Internet über das Telekom eigene Datennetz zu betreiben. Der Verband schafft dadurch ein einheitliches Branchennetz für 400 deutsche Versicherer. Diese haben bislang Datenleitungen in eigener Regie gemietet, um auf das Rechenzentrum ihres Verbandes zuzugreifen. Zusammen mit T-Systems tritt der GDV nun auch als Provider für seine Mitglieder auf und bietet ihnen Netz- und Rechenzentrumsdienste aus einer Hand und zu Pauschalтарifen. Mit Blick auf die besonders hohen Anforderungen an die Sicherheit der Daten betreibt T-Systems das Verbandsnetz in einem eigenen Netz. Zusätzlich verschlüsselt T-Systems alle versicherungsrelevanten Informationen im GDV-Netz mit einer speziellen Hardware. Damit nimmt der GDV schon heute eine europäische Richtlinie vorweg, die in naher Zukunft den Datenverkehr bei Banken und Versicherungen regelt.

■ **Neue Einkaufsplattform für Bankenwirtschaft gestartet.** T-Systems und VÖB-Service, ein Unternehmen des Bundesverbandes Öffentlicher Banken Deutschlands, haben gemeinsam eine Einkaufsplattform für die Bankenwirtschaft und die öffentliche Hand gestartet. Auf diesem Portal werden Produkte von Lieferanten und Kooperationspartnern für die Mitglieder des Verbandes Öffentlicher Banken, weitere Kreditinstitute sowie die öffentliche Hand bereitgestellt. Während T-Systems die Einkaufsplattform technologisch betreibt, wird VÖB-Service sie kaufmännisch managen und die Lieferanten und Kunden betreuen. Ziel ist es, den Beschaffungsprozess zu beschleunigen und durch Bedarfsbündelung günstigere Einkaufspreise zu erzielen. Die Lösung basiert auf dem Marktplatz T-Mart, den T-Systems bereits seit Mitte der neunziger Jahre betreibt und den unter anderem auch die Deutsche Telekom nutzt. Auf Wunsch werden die Nutzer der Plattform auch individuell an bestehende IT-Systeme in den Unternehmen angebunden.

LESERSERVICE

Von „Form 20-F“ bis „Überleitungsrechnung“.

Begriffe aus der Finanzwelt und Fachtermini aus dem TK- und IT-Bereich – nicht sofort erschließen sich ihre Bedeutungen auf den ersten Blick. Unsere Serie mit Begriffserläuterungen möchten wir daher auch in diesem Jahr fortsetzen.

■ **Form 20-F:** Ausländische Unternehmen, deren Aktien an der New York Stock Exchange gehandelt werden, unterliegen den Vorschriften der amerikanischen Börsenaufsicht (SEC – Securities and Exchange Commission). Dazu gehört es, neben anderen Erfordernissen, den Konzernjahresabschluss einschließlich umfangreicher Zusatzinformationen auf dem so genannten Formblatt 20-F spätestens sechs Monate nach dem Ende des Geschäftsjahres bei der SEC einzureichen. Den 20-F sowie weitere Berichte, die durch Gesellschaften bei der SEC eingereicht werden, können auf der Webseite www.sec.gov jederzeit eingesehen werden.

■ **MMS:** MMS steht für **M**ultimedia **M**essaging **S**ervices und stellt eine Weiterentwicklung der Versendung von Kurzmitteilungen (**S**hort **M**essaging **S**ervices) bei Handys dar. Hier besteht bei entsprechenden Handys die Möglichkeit, in einer Nachricht neben dem Text auch Grafiken, Video-Ausschnitte und Musik mit zu übertragen.

■ **Pro-forma-Kennzahlen:** Pro-forma-Kennzahlen sind Kennzahlen, die nicht Bestandteil der deutschen handelsrechtlichen (HGB) und US-amerikanischen Rechnungslegungsvorschriften (US-GAAP) sind. Die Deutsche Telekom leitet ihre Pro-forma-Kennzahlen (EBITDA, EBITDA, bereinigt um Sondereinflüsse, Free Cash-Flow sowie Brutto- und Netto-Finanzverbindlichkeiten) aus der nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften erstellten Gewinn- und Verlust-

rechnung und Bilanz sowie der in Übereinstimmung mit dem International Accounting Standard (IAS) Nr. 7, Cash-Flow Statements, und unter Berücksichtigung des Deutschen Rechnungslegungs Standards (DRS) Nr. 2 erstellten Kapitalflussrechnung ab. Eine detaillierte Definition, Erläuterung und Herleitung der Pro-forma-Kennzahlen veröffentlicht die Deutsche Telekom zeitgleich mit der Berichterstattung der Quartals- und Geschäftsjahreszahlen.

■ **Sale-and-Lease-Back:** Beim Sale-and-Lease-Back-Verfahren wird ein Objekt vom ursprünglichen rechtlichen Eigentümer (Verkäufer/Leasingnehmer) an den Käufer (Leasinggeber) veräußert und sofort wieder vom Verkäufer (Leasingnehmer) zurückgeleast. Der Leasingnehmer erhält Kapital, das bisher im Objekt gebunden war, und kann die Leasingraten in voller Höhe steuerlich absetzen. Der Leasingnehmer ist damit in der Lage, den Liquiditätsgrad zu verbessern, die Ertragskraft zu steigern, das Eigenkapital zu stärken und das Objekt weiter zu nutzen.

■ **Sondereinflüsse:** Das Konzernergebnis der Deutschen Telekom sowie das EBITDA des Gesamtkonzerns und der Divisionen wurden sowohl im aktuellen Geschäftsjahr als auch in den Vorjahren durch eine Reihe von Sondereinflüssen beeinflusst, die die gewöhnliche Geschäftstätigkeit überlagern. Der Grundgedanke besteht in der Herausrechnung dieser Sondereinflüsse, um somit eine bessere Vergleichbarkeit des EBITDA und des Konzernergebnisses mit den Vorjahren zu ermöglichen. Die Bereinigungen erfolgen unabhängig davon, ob die betreffenden Erträge und Aufwendungen innerhalb des Ergebnisses der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit, im Außerordentlichen Ergebnis oder im Steueraufwand ausgewiesen werden. Bereinigt werden die im unmittelbaren

Zusammenhang mit den jeweiligen Bereinigungssachverhalten stehenden Erträge und Aufwendungen.

■ **Überleitungsrechnung:** Der Konzernabschluss der Deutschen Telekom AG wird nach deutschen Rechnungslegungsgrundsätzen (HGB) aufgestellt und unterscheidet sich in Ansatz, Ausweis und Bewertung von den amerikanischen Grundsätzen der Bilanzierung (U.S. GAAP). Diese Unterschiede werden in einer so genannten Überleitungsrechnung (auch Reconciliation genannt) dargestellt. Dabei werden, ausgehend vom Konzernabschluss nach HGB, der Konzernüberschuss/-fehlbetrag nach U.S. GAAP als auch das Konzerneigenkapital nach U.S. GAAP ermittelt. Die Überleitungsrechnung wird in Kurzform im Geschäftsbericht der Deutschen Telekom AG und ausführlich im Annual Report on Form 20-F (siehe Erklärung) abgebildet. Die Erstellung einer solchen Überleitungsrechnung ist eine Anforderung der amerikanischen Börsenaufsicht (SEC) und resultiert aus der Registrierung der Aktien der Deutschen Telekom AG an der New York Stock Exchange.

Impressum

Forum T-Aktie „direkt“
Ausgabe 1/2004, 8. Jahrgang

Herausgeber: Deutsche Telekom AG, Bonn
Zentralbereich Unternehmenskommunikation
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