

direkt

Informationen aus erster Hand 1/2005

Redaktionsschluss: 11. März 2005

DIVIDENDENVORSCHLAG: 0,62 EURO JE AKTIE

Konzernüberschuss von 4,6 Mrd. Euro erwirtschaftet.

Die Deutsche Telekom hat Umsatz und Gewinn im abgelaufenen Geschäftsjahr deutlich gesteigert. Damit wurde das Ziel, weiter profitabel zu wachsen, klar erreicht und die Erwartungen wurden sogar noch übertroffen. Durch die gute unternehmerische Entwicklung konnte auch die Entschuldung des Konzerns konsequent fortgesetzt werden. Angesichts der positiven Entwicklung schlugen Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung die Zahlung einer Dividende von 0,62 Euro je dividendenberechtigter Aktie vor.



Konnte einen Konzernüberschuss von 4,6 Mrd. Euro vermelden: Vorstandsvorsitzender Kai-Uwe Ricke.

„Auf dem Boden bleiben“

Bei der Vorstellung der vorläufigen Geschäftszahlen im März sagte Vorstandsvorsitzender Kai-Uwe Ricke, die Zahlen seien „wirklich sehr gut. Das ist nicht unbedingt selbstverständlich.“ Schließlich musste vor zwei Jahren zu gleicher Zeit das schlechteste Ergebnis der Unternehmensgeschichte verkündet werden.

Seitdem wurde hart gearbeitet. Ricke: „Wir haben dem Konzern, seinen Beschäftigten und auch seinen Aktionären sehr viel abverlangt.“ Gleichzeitig betonte der Vorstandsvorsitzende aber auch, es sei ganz klar, dass man „auf dem Boden bleiben“ müsse. „Der Erfolg von heute ist kein Garant für den Erfolg von morgen. Dessen sind wir uns sehr bewusst. Und deshalb werden wir weiterhin alles Notwendige tun, um die eingeleitete Entwicklung auf eine langfristige und nachhaltige Basis zu stellen.“

Umsatz: Anstieg auf 57,9 Mrd. Euro

Der Konzernumsatz stieg um 3,7 Prozent auf 57,9 Mrd. Euro. Organisch, also bereinigt um umsatzmindernde Wechselkurseffekte und Konsolidierungskreisveränderungen, betrug das Wachstum sogar 5,8 Prozent. 39 Prozent vom Gesamtumsatz, dies entspricht 22,7 Mrd. Euro, wurden im Ausland erwirtschaftet.

EBITDA legt um 5,9 Prozent zu

Noch stärker als der Umsatz präsentierte sich die EBITDA-Entwicklung: Ohne Sondereffekte konnte ein Anstieg um 5,9 Prozent auf 19,4 Mrd. Euro gegenüber 18,3 Mrd. Euro im Vorjahr verbucht

Themen

**Geschäftsjahr 2004:
sehr gute Zahlen**

**Fusionsprozess: Umtausch-
verhältnis festgelegt**

**T-Online Umsatz erreicht
Zwei-Milliarden-Marke**

10 Jahre Deutsche Telekom AG

**T-Mobile:
profitables Wachstum
zu vertretbaren Kosten**

werden. Das organische EBITDA-Wachstum betrug sogar 7,1 Prozent. Die bereinigte EBITDA-Marge verbesserte sich von 32,8 auf 33,5 Prozent. Das Ergebnis vor Steuern hat sich ebenfalls deutlich erhöht – von 1,4 Mrd. Euro im Vorjahr auf nun 6,5 Mrd. Euro.

Betriebsergebnis um 4,4 Mrd. Euro gesteigert

Der ausgewiesene Konzernüberschuss für das Berichtsjahr beläuft sich auf 4,6 Mrd. Euro, um Sondereffekte bereinigt betrug er 2,2 Mrd. Euro. Die entsprechenden Vergleichszahlen für das vorangegangene Geschäftsjahr waren 1,3 Mrd. Euro für den ausgewiesenen bzw. 0,2 Mrd. Euro für den um Sondereffekte bereinigten Konzernüberschuss. Ursachen für den starken Anstieg beim Konzernüberschuss sind vor allem das verbesserte Finanzergebnis und die positive Entwicklung des Betriebsergebnisses: Lag dieses 2003 noch bei rund 5,4 Mrd. Euro, so erwirtschaftete der Konzern im abgelaufenen Jahr 9,9 Mrd. Euro – ein Anstieg von rund 83 Prozent.

Netto-Finanzverbindlichkeiten erneut deutlich reduziert

Durch die gute Entwicklung konnte auch der Stand der Netto-Finanzverbindlichkeiten gegenüber 2003 um 11,4 Mrd. Euro auf 35,2 Mrd. Euro reduziert werden. Möglich war dies insbesondere durch den weiter gestiegenen Free Cash-Flow – dieser lag 2004 bei 10,2 Mrd. Euro nach 8,3 Mrd. Euro im Vorjahr – und Erlöse aus Beteiligungsverkäufen wie dem Verkauf von 15 Prozent der Anteile an dem russischen Mobilfunkunternehmen MTS.

Dividende: „Berechtigte Erwartungen sollen erfüllt werden“

Die Zahlen belegen, so Ricke, „dass wir auf einem guten Weg sind. Und dies ist schließlich auch die Voraussetzung, um nach zwei dividendenlosen Jahren wieder die berechtigten Erwartungen unserer Aktionäre erfüllen zu können.“ Das Versprechen, eine attraktive Dividende zu zahlen, will der Vorstand daher auch halten und wird der Hauptversammlung die Ausschüttung einer Dividende von 0,62 Euro je Aktie vorschlagen, was beim aktuellen Kurs einer Dividendenrendite von 3,9 Prozent entspräche. „Wir liegen damit auf dem oberen Rand der Spanne, die wir als Zielkorridor ins Auge gefasst hatten.“

Entwicklung der strategischen Geschäftsfelder

Maßgebliche Treiber des Umsatzanstiegs auf Konzernebene waren insbesondere das Mobilfunk- und das Breitbandgeschäft. Aber auch T-Online und T-Systems verzeichneten eine positive Entwicklung.

T-Com: Einnahmen im Anschlussbereich kompensieren Rückgänge bei den Verbindungsminuten weitgehend

Mit Umsatzerlösen in Höhe von 27,8 Mrd. Euro im Gesamtjahr 2004 blieb T-Com größter Umsatzträger des Konzerns. Für das Gesamtjahr ergab sich ein Umsatzrückgang von 4,8 Prozent. Auf vergleichbarer Basis – ohne Berücksichtigung der in 2003 verkauften restlichen Kabelgesellschaften – belief sich der Rückgang auf 4,4 Prozent. Einen wesentlichen Einfluss auf die Umsatzentwicklung im deutschen Markt hatten nach wie vor die Call-by-Call- bzw. Preselection-Angebote der Wettbewerber und der Rückgang bei den konzerninternen Umsätzen.

Im Anschlussbereich stiegen die Umsatzerlöse im Geschäftsjahr 2004 durch Preismaßnahmen sowie steigende T-DSL Umsätze (ohne T-DSL Business) um rund 8 Prozent. Dem stehen Umsatzrückgänge von insgesamt 13 Prozent bei den Verbindungsminuten gegenüber. Ausschlaggebende Faktoren waren dabei regulierungsbedingte Einflüsse, Verluste von Marktanteilen sowie die verstärkte Nachfrage nach günstigeren Optionstarifen.

Ungebrochen ist die starke Nachfrage nach breitbandigen Festnetzanschlüssen im Massenmarkt. Die Zahl der DSL-Anschlüsse legte im Jahresverlauf 2004 um 48,8 Prozent auf insgesamt 6,1 Mio. zu. 5,8 Mio. davon entfielen auf Deutschland, wobei 628.000 neue Breitbandanschlüsse allein im vierten Quartal hinzugewonnen wurden. Von den im Berichtsjahr insgesamt erzielten Neuanmeldungen in Deutschland wurden knapp 250.000 über das neu implementierte Resale-Geschäftsmodell vermarktet. Auch in den von T-Com geführten Beteiligungsgesellschaften in Ungarn, Kroatien und der Slowakei bildete das Geschäft mit Breitbandanschlüssen bei einem Zuwachs um knapp 140 Prozent einen unternehmerischen Schwerpunkt.

Das bereinigte EBITDA von T-Com konnte um 1,1 Prozent auf 10,5 Mrd. Euro gesteigert werden, auf vergleichbarer Basis (ohne die 2003 verkauften Kabelaktivitäten) um rund 2 Prozent. Die bereinigte EBITDA-Marge erhöhte sich gegenüber 2003 um 2,1 Prozentpunkte auf 37,6 Prozent.

T-Mobile: Kundenwachstum hält weiter an

Das Mobilfunkgeschäft stellte seine Rolle als Wachstumsmotor des Konzerns auch im abgelaufenen Geschäftsjahr unter Beweis. Treiber war dabei erneut T-Mobile USA. Auch die Erlösentwicklung verbesserte sich weiter. Einen detaillierten Überblick über die Entwicklung von T-Mobile lesen Sie auf Seite 7.

T-Systems: deutliches Plus bei den TK-Umsätzen

Das Geschäft mit Geschäftskunden wurde von anhaltendem Margendruck und dem dynamischen Strukturwandel des Marktes geprägt. In diesem Umfeld hat sich T-Systems gut behauptet. Der Gesamtumsatz konnte mit 10,5 Mrd. Euro in etwa auf Vorjahresniveau gehalten werden, bei vergleichbarem Konsolidierungskreis ergibt sich eine leichte Steigerung um gut 1 Prozent.

Das bereinigte EBITDA erhöhte sich sowohl im vierten Quartal als auch in der Jahresbetrachtung gegenüber dem Vergleichszeitraum deutlich. Die Verbesserung um über 4 Prozent auf knapp 1,5 Mrd. Euro im Gesamtjahr sowie die Steigerung um knapp 4 Prozent auf 414 Mio. Euro allein im vierten Quartal spiegeln die Verbesserung der operativen Ertragskraft von T-Systems wider. In Summe ist dies wesentlich auf optimierte Kostenstrukturen und Effizienzsteigerungen der Division zurückzuführen.

Gut entwickelt haben sich insbesondere die IT-Umsätze, hier wurde ein Plus von 4,8 Prozent auf 5,8 Mrd. Euro erzielt. Betrachtet man die IT-Umsätze mit Kunden außerhalb des Konzerns, liegt der Zuwachs bei überdurchschnittlichen 10,4 Prozent. Bei den TK-Erlösen war – im Einklang mit dem allgemeinen Markttrend – ein Rückgang um 6,8 Prozent auf 4,7 Mrd. Euro zu verbuchen.

Insgesamt verzeichnete der Geschäftskundenbereich einen guten Auftragseingang, der zu einem Auftragsbestand am Jahresende 2004 in Höhe von 13,4 Mrd. Euro geführt hat.

T-Online: Umsatz und EBITDA legen erneut zu

T-Online hat den Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 6,9 Prozent auf knapp 2 Mrd. Euro gesteigert. Deutlich überproportional ist dabei der EBITDA-Zuwachs mit 35,5 Prozent auf 0,4 Mrd. Euro ausgefallen. Lesen Sie zu den Details der Geschäftsentwicklung von T-Online bitte den Artikel auf Seite 10.

Erreichtes systematisch ausbauen

Die bislang erreichten Erfolge sollen systematisch abgesichert bzw. weiter ausgebaut werden. Denn, so Kai-Uwe Ricke, „nichts ist so vergänglich wie der Erfolg von gestern.“ Vielmehr erfordern die Märkte, die in den kommenden Jahren durch weitere tiefgreifende Umbrüche geprägt sein werden, „langfristige Weichenstellungen, bei denen man sich keine Fehler erlauben kann.“

Excellence Program

Vor diesem Hintergrund hat die Deutsche Telekom ein auf drei Jahre angelegtes, strategisches Excellence Program aufgelegt. Es umfasst drei Kernelemente:

- Wachstumsprogramme in den drei strategischen Geschäftsfeldern

- Konzernübergreifende Offensiven zur Bearbeitung zentraler Themen
- Die nachhaltige Veränderung der Unternehmenskultur

Alle zahlen auf das übergeordnete Ziel ein: nämlich „Excellence vor dem Kunden“ in den Mittelpunkt allen Handelns zu stellen.

Der Vorstand geht davon aus, dass sich erste Ergebnisse des Excellence Program bereits 2005 niederschlagen werden, wenngleich sich die vollen Effekte erst in 2006 auswirken werden.

Ordentliche Hauptversammlung in Hannover.

Die ordentliche Hauptversammlung der Deutschen Telekom AG findet in diesem Jahr am 26. April auf dem Gelände der TUI-Arena in Hannover statt. Sollte die Tagesordnung an diesem Tag nicht abschließend behandelt werden können, wird die Hauptversammlung am folgenden Tag an gleicher Stelle fortgesetzt. Die entsprechende Einladung ist den Aktionären bereits auf dem Postweg zugegangen.

Zur Teilnahme an der Hauptversammlung und zur Ausübung des Stimmrechts müssen die Anmeldeunterlagen – entweder schriftlich oder elektronisch über das Internet (<http://www.hv-telekom.de>) – bis spätestens Dienstag, 19. April, vorliegen. Später eingehende Anmeldungen können nicht berücksichtigt werden.

Sollten beim Ausfüllen der Formulare Fragen auftauchen, können Sie sich als Aktionärin oder Aktionär an das Forum T-Aktie wenden. Unter der bekannten und kostenlosen Rufnummer 0800 33 02100 helfen Ihnen unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter montags bis freitags in der Zeit von 8 bis 18 Uhr gerne weiter.

Wie immer werden wir in der zweiten Jahresausgabe von „direkt“ ausführlich über die Hauptversammlung berichten.

REINTEGRATION T-ONLINE

Fusionsprozess – Umtauschverhältnis vereinbart.

0,52 T-Aktien für eine T-Online Aktie

Deutsche Telekom AG und T-Online International AG haben am 8. März eine endgültige Vereinbarung über das Umtauschverhältnis bei der geplanten Verschmelzung der T-Online auf die Deutsche Telekom getroffen. Danach werden T-Online Aktionäre für jeweils 25 T-Online Aktien 13 T-Aktien erhalten. Dies entspricht rechnerisch 0,52 Aktien der Deutschen Telekom für je eine T-Online Aktie.

Verschmelzungsprüfer: Umtauschverhältnis angemessen

Der vom Landgericht Frankfurt am Main bestellte unabhängige Verschmelzungsprüfer hat erklärt, dass das vorgeschlagene Umtauschverhältnis nach seinen Feststellungen angemessen ist.

Umtauschverhältnis basiert auf Unternehmensbewertungen

Das Umtauschverhältnis wurde auf Grund von Unternehmensbewertungen ermittelt, die Deutsche Telekom und T-Online International AG mit Unterstützung der Wirtschaftsprüfungsgesellschaften KPMG und Warth & Klein durchgeführt haben. Beide

waren jeweils von Deutscher Telekom bzw. T-Online separat beauftragt worden, sie bei der Vorbereitung der Bewertungen auf der Grundlage des anwendbaren Ertragswertverfahrens zu unterstützen. Der Unternehmenswert, der auf der Grundlage des Entwurfs der neuen Fassung des vom Institut der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e.V. herausgegebenen Standards zur Durchführung von Unternehmensbewertungen (IDW ES1 neue Fassung) ermittelt wurde, beläuft sich auf 28,31 Euro je Aktie für die Deutsche Telekom und auf 14,71 Euro je Aktie für T-Online. Die Unternehmenswerte sowohl der Deutschen Telekom als auch von T-Online basieren auf den aktuellen, von den Vorständen der Deutschen Telekom und T-Online erstellten mittel- und langfristigen Planungen sowie auf den geprüften konsolidierten Konzern-Bilanzen von Deutscher Telekom und T-Online zum 31. Dezember 2004.

Deutsche Telekom hält Mehrheit an T-Online

Nach Ablauf der Frist des freiwilligen öffentlichen Kaufangebots an die T-Online Aktionäre am 4. Februar hielt die Deutsche

Telekom 88,02 Prozent an T-Online. Insgesamt wurden ihr im Rahmen des Kaufangebots 172,44 Mio. T-Online Aktien übertragen. Zusammen mit den ihr gehörenden 904,85 Mio. Aktien und weiteren, in der Zwischenzeit am Markt erworbenen Aktien (Stand: 11. März) hält die Deutsche Telekom insgesamt 90,14 Prozent des Grundkapitals von T-Online.

Fortgang des Verschmelzungsprozesses

- Seit dem 15. März 2005 liegen unter anderem der Verschmelzungsvertrag, der gemeinsame Verschmelzungsbericht und der Verschmelzungsprüfungsbericht für die Aktionäre zur Einsicht aus; sie werden auf Wunsch in Kopie zugesandt.
- Die Aktionäre von T-Online stimmen über den Verschmelzungsvertrag auf der ordentlichen Hauptversammlung am 28. (und ggf. 29.) April ab.
- Die Verschmelzung bedarf anschließend der Eintragung im Handelsregister beider Gesellschaften; erst mit dieser Eintragung wird die Verschmelzung wirksam.

www.telekom.de/tender-offer: alle Pflichtveröffentlichungen zum Kaufangebot

Diese Mitteilung enthält bestimmte in die Zukunft gerichtete Aussagen, die auf den gegenwärtigen Annahmen und Prognosen der Unternehmensleitung der Deutschen Telekom AG beruhen. Verschiedene bekannte wie auch unbekannt Risiken, Ungewissheiten und andere Faktoren können dazu führen, dass die tatsächlichen Ergebnisse einschließlich der Finanzlage und der Profitabilität der Deutschen Telekom AG wesentlich von den hier gegebenen Einschätzungen abweichen. Diese Faktoren schließen diejenigen ein, die wir in Berichten an die Frankfurter Wertpapierbörsen sowie die amerikanische Wertpapieraufsicht (inkl. Form 20-F) beschrieben haben. Die Gesellschaft übernimmt keinerlei Verpflichtung, solche zukunftsgerichteten Aussagen fortzuschreiben und an zukünftige Ereignisse und Entwicklungen anzupassen.

Es wird empfohlen, nach Verfügbarkeit den Prospekt über den hier beschriebenen Unternehmenszusammenschluss zu lesen, da dieser wichtige Informationen enthält. Die Deutsche Telekom AG geht davon aus, dass ein Prospekt bei der Securities and Exchange Commission (SEC) in den USA eingereicht wird. Eine Kopie des Prospekts und weitere damit zusammenhängende Unterlagen, die von der Deutschen Telekom AG eingereicht werden, können Sie nach Verfügbarkeit kostenlos auf der Website der SEC unter www.sec.gov herunterladen oder sich im Lesesaal der SEC, 450 Fifth Street, NW, Washington D.C. 20549, im Lesesaal der SEC in New York, New York, oder in Chicago, Illinois, aushändigen lassen. Sollten Sie nähere Informationen zu den Lesesälen benötigen, rufen Sie bitte die SEC unter der Nummer 1-800-SEC-0330 an. Sobald der Prospekt und die übrigen Unterlagen vorliegen, können Sie diese auch über die Deutsche Telekom AG, Investor Relations, Friedrich-Ebert-Allee 140, 53113 Bonn, Deutschland, bzw. über die Deutsche Telekom Inc., Attention of Investor Relations, 101 East 52nd Street, 17th Floor, New York, New York 10022, beziehen.

10 Jahre Deutsche Telekom.

Am 1. Januar 1995 wurde die Deutsche Telekom im Zuge der Privatisierung in eine Aktiengesellschaft umgewandelt. Damit feierte die Deutsche Telekom zum Jahresbeginn ihren 10. Geburtstag. Die Privatisierung bedeutete für den Telekom Konzern den Start in ein neues Zeitalter seiner Unternehmensgeschichte. Und „auch heute stehen wir wieder am Beginn einer neuen Zeit – für unser Unternehmen, unsere Kunden, für die Menschen und Unternehmen in Deutschland“, wie Vorstandsvorsitzender Kai-Uwe Ricke unterstrich. „Eine neue Zeit“ lautet daher auch das Motto der Telekom im Jubiläumsjahr.



Auch Bundeskanzler Gerhard Schröder gehörte zu den zahlreichen Gästen der Jubiläumsveranstaltung in der Berliner Hauptstadtrepräsentanz.

Mehr als einmal neu erfunden

Vor zehn Jahren schlug die Geburtsstunde der Deutschen Telekom als – damals noch nicht börsennotierte – Aktiengesellschaft. In den folgenden zehn Jahren wandelte sich das Gesicht des Unternehmens wie auch der internationalen Kommunikationsmärkte beträchtlich. In rasantem Tempo ebnete der Konzern Deutschland den Weg in die Informationsgesellschaft. Börsengänge, Liberalisierung und stetig zunehmender Wettbewerb sind die Schlagworte der ersten Phase. Ab dem Jahr 2000 standen Internationalisierung und Ausrichtung auf vier Divisionen im Vordergrund der Unternehmensgeschichte. Ab Ende 2002 wurden die Weichen neu gestellt, das Unternehmen auf eine neue Zeit ausgerichtet.

Bundeskanzler Schröder unter den Gratulanten

„Die Erfolgsgeschichte der Telekom ist etwas, auf das man mit Recht stolz sein kann“, würdigte Bundeskanzler Gerhard Schröder Rolle und Bedeutung des Unter-

nehmens bei der offiziellen Jubiläumsveranstaltung im Januar in der Hauptstadtrepräsentanz. Im Beisein von zahlreichen Gästen aus Politik und Wirtschaft lobte Schröder die Telekom als einen der führenden Innovationstreiber des Landes, als einen der wichtigsten Arbeitgeber und als sozial verantwortlichen Partner. Insbesondere ihre maßgebliche Rolle bei der Durchdringung Deutschlands mit modernen Kommunikationstechnologien hob der Bundeskanzler hervor: „Da sind wir richtig gut geworden.“ Außerdem betonte Gerhard Schröder in seinem Grußwort den „reibungslosen Start“ der Maut (lesen Sie dazu auch den Artikel auf der gegenüberliegenden Seite) und die „vorbildliche“ internationale Orientierung der Telekom.

Ricke: „Das Unternehmen hat gekämpft und hart an sich gearbeitet“

Den Bogen von den Anfängen als öffentliches Unternehmen im Jahr der Wiedervereinigung über die Gegenwart bis hin zu den Zielen für die Zukunft schlug Vorstandsvorsitzender Kai-Uwe Ricke in seiner Rede. So war beispielsweise bereits der „Aufbau Ost“ „eine riesige Herausforderung, der sich die junge Telekom zu stellen hatte.“ Insgesamt hat die Deutsche Telekom rund 25 Mrd. Euro in die Telekom-

munikations-Infrastruktur in den neuen Bundesländern investiert.

Weitere Highlights, die Ricke hervorhob, waren der Wandel vom Staatsunternehmen und Monopolinhaber zum kundenorientierten und wettbewerbsstarken Anbieter, die vollständige Liberalisierung des Marktes für Sprachkommunikation zum 1. Januar 1998, die konsequente Internationalisierung und die sukzessive Aufstellung nach der 4-Säulen-Strategie, mit der die Abhängigkeit vom früheren Kerngeschäft deutlich zurückgefahren wurde. Mit Blick auf Gegenwart und Zukunft unterstrich der Telekom Vorstandsvorsitzende, dass der Konzern seit 2005 mit den drei strategischen Geschäftsfeldern neu ausgerichtet wurde. „Wir wollen vom Kunden her denken. Nur so werden wir unseren neuen Kurs nachhaltig absichern.“ Ricke weiter: „Und damit haben wir uns wieder einmal ‚neu erfunden‘ – und stehen damit zugleich wieder am Beginn einer neuen Zeit.“

„Haben unseren Aktionären viel abverlangt müssen“

Im Zusammenhang mit der besonderen Rolle der T-Aktie, deren Erstemission eine der größten Neuemissionen der Wirtschaftsgeschichte war, ging Ricke auch auf die starken Schwankungen des T-Aktien Kurses ein. „Die T-Aktie hat sich als fester Wert im DAX etabliert, aber – und auch das will ich nicht verschweigen – sie hat auch dessen Höhenflüge und Talfahrten mitgemacht. Wir haben unseren Aktionären in den vergangenen Jahren viel abverlangt müssen. Das bedauere ich.“ Die Dividende, die man für das Geschäftsjahr 2004 ausschütten wolle, soll daher auch „ein erster Schritt sein, die Zufriedenheit der Eigner zu steigern.“



Zehntausende Schulen in Deutschland erhielten im Rahmen von T@school einen kostenlosen Internetzugang.

Meilensteine:

- 1995** ■ Umwandlung der öffentlich-rechtlichen Deutschen Bundespost Telekom in die Deutsche Telekom AG
- 1996** ■ Börsengang: eine der größten Neuemissionen der Wirtschaftsgeschichte, Platzierung von rund 713,7 Mio. Aktien
- 1997** ■ Abschluss der Netz-Digitalisierung und des Programms „Aufbau Ost“
 - Jan Ullrich gewinnt die Tour de France
- 1998** ■ Der deutsche Telekommunikationsmarkt ist vollständig liberalisiert
- 1999** ■ Hrvatski Telekom: Markteinstieg in Kroatien
 - Kapitalerhöhung (DT 2): erste paneuropäische Aktienemission, Platzierung von rund 280,9 Mio. Aktien – und damit größte Sekundäremission in Deutschland
- 2000** ■ Konzernumbau auf Basis der 4-Säulen-Strategie
 - Start der Breitbandoffensive mit T-DSL
 - Übernahme von One 2 One (heute T-Mobile UK)
 - 3. Börsengang (DT 3): rund 200 Mio. Aktien aus dem Bestand der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) platziert; der Anteil des Bundes sinkt auf unter 40 Prozent
- 2001** ■ T@school: Innerhalb von 20 Monaten erhalten 36.000 Schulen einen kostenlosen Internetzugang
 - Marktstart von T-Systems – Betreuung der 1.500 größten Kunden des Konzerns mit IT- und TK-Lösungen aus einer Hand
 - Abschluss des Erwerbs von VoiceStream und Powertel (heute T-Mobile USA)
 - Schuldenstand: 67 Mrd. Euro Verbindlichkeiten
- 2002** ■ T-Mobile Day: zeitgleicher Start der Marke in Großbritannien, Österreich und Tschechien
 - Wechsel an der Spitze: Dr. Ron Sommer legt den Konzernvorsitz nieder
 - Akquisition des verbleibenden 49,9%-Anteils des debis Systemhaus
 - T-DSL Boom: bereits 3 Mio. Breitbandanschlüsse
 - Neuer Konzernchef: Kai-Uwe Ricke zum Vorstandsvorsitzenden bestellt
 - Umstrukturierung des Konzernvorstands – die vier Divisionen werden stärker im Konzernvorstand abgebildet
- 2003** ■ Turn-Around eingeleitet: Die Deutsche Telekom meldet sich in der Erfolgsspur zurück
 - Netto-Finanzverbindlichkeiten auf 46,6 Mrd. Euro reduziert
 - T-Com präsentiert sich mit eigenem Markenauftritt
- 2004** ■ Deutsche Telekom Stiftung gegründet
 - Halbjahreszahlen: deutlich steigender Jahresüberschuss erkennbar
 - Die Vorstände beider Unternehmen legen die Grundlagen für eine vollständige Integration (Verschmelzung) der T-Online in den Konzern Deutsche Telekom

Gelungener Mautstart.

Das neue LKW-Mautsystem hat die ersten Härtetests bestanden und arbeitet seit dem Start am 1. Januar dieses Jahres reibungslos. Nach dem erfolgreichen Start der satellitengesteuerten Mauterfassung steigt das Interesse des Auslands am deutschen System.

Härtetests bestanden

Sowohl die Premiere am Neujahrstag als auch die eigentlichen Härtetests mit „normalem“ Verkehrsaufkommen an den Folgetagen hat das von Toll Collect verantwortete LKW-Mautsystem mit Bravour bestanden. Es kam weder an den Grenzübergängen noch vor den Terminals, an denen sich die Fahrer für die entsprechenden Strecken einbuchen bzw. bezahlen, zu langen Wartezeiten. Ein Toll Collect Sprecher betonte, das Konsortium habe sich auf den Start in die Zeit mit dem üblichen Lastwagen-Verkehr gut vorbereitet und die Erfahrungen der ruhigeren Tage genutzt.

Zum Start der LKW-Maut waren 321.000 der so genannten On-Board-Units (OBU), die fest in den LKW installiert sind, eingebaut. Bis Mitte März konnte diese Zahl auf über 400.000 erhöht werden. Am 3. Januar, dem ersten Werktag nach dem Mautstart, lag das Verhältnis von auto-

matischen zu manuellen Buchungen per Internet oder an den Buchungsterminals bei 29.000 zu 7.000.

Tschechien und Großbritannien erwägen ähnliche Systeme

Der gelungene Mautstart hat die Aufmerksamkeit anderer Länder, die über die Einführung von Mautsystemen nachdenken, verstärkt. Laut Tschechiens Transportminister soll dort bereits im kommenden Jahr auf Autobahnen und Hauptstraßen ein elektronisches Mautsystem eingeführt werden. Im Gespräch sind sowohl die deutsche Variante als auch das österreichische Mikrowellensystem. Großbritannien, laut Financial Times Deutschland das Land mit den am stärksten verstopften Straßen in Europa, hatte bereits im vergangenen Jahr angekündigt, bis 2008 ein flächendeckendes Erfassungssystem aufzubauen.

Für die Partner im Toll Collect Konsortium – Deutsche Telekom, DaimlerChrysler und Cofiroute – zeigen diese Beispiele, dass das von ihnen konzipierte System auch für andere Länder interessant sein könnte. „Wenn sich das System bewährt, haben deutsche Unternehmen auch im Ausland eine Chance“, so ein Sprecher des Bundesverkehrsministeriums.

Soziales Engagement ausgezeichnet.

Für ihre langjährige Unterstützung der „Nummer gegen Kummer“, einem Beratungsangebot der Bundesarbeitsgemeinschaft (BAG) Kinder-, Jugend- und Elterntelefone e.V., ist die Deutsche Telekom von der Initiative „Freiheit und Verantwortung“ in der Kategorie Großunternehmen mit dem ersten Preis ausgezeichnet worden. Träger der im Jahr 2000 ins Leben gerufenen Initiative sind die Spitzenverbände der Wirtschaft und das Wirtschaftsmagazin Capital, der Preis wird einmal jährlich vergeben. Das Kinder-, Jugend- und Elterntelefon ist ein Netzwerk von 93 bundesweiten Telefon- und E-Mail-Beratungsplätzen, das Heranwachsenden und Eltern eine telefonische, anonyme und kostenlose Beratung zum Umgang mit deren Sorgen und Nöten anbietet. Die Unterstützung der Deutschen Telekom umfasst neben technologischer Hilfestellung durch Software und kostenlose T-DSL Anschlüsse auch den Einsatz zahlreicher ehrenamtlich tätiger Mitarbeiter des Konzerns, die für zwei bis vier Stunden pro Woche den Dienst übernehmen. Ulrich Lissek, Leiter Unternehmenskommunikation der Telekom, der die Auszeichnung aus den Händen von Bundesratspräsident Matthias Platzeck entgegennahm, unterstrich bei der Preisverleihung „das vielfältige und nachhaltige soziale Engagement unseres Unternehmens.“

Innovationen für eine neue Zeit.

Passend zum Motto des Jubiläumjahres stand das diesjährige Pressekolloquium unter dem Motto „10 Jahre Deutsche Telekom – Innovationen für ‚Eine neue Zeit‘“. Kernthemen waren unter anderem die Ergebnisse einer von der Telekom in Auftrag gegebenen Zukunftsstudie und eine gemeinsam mit Partnern gestartete Sicherheitsoffensive.



T-Mobile Chef René Obermann mit einem Handy der neuesten Generation.

Die Megatrends der kommenden zehn Jahre

Rund 240 Journalisten aus 15 Ländern haben sich Anfang Februar im Rahmen des schon traditionellen Internationalen Pressekolloquiums über die wichtigsten Themen und Entwicklungen aus allen Bereichen des Telekom Konzerns informiert. Im Anschluss an die Vorstellung einer vom international renommierten Marktfor- schungsunternehmen RAND erstellten Studie über Auswirkungen und Bedeutung von Informationstechnik und Telekommuni- kation (ITK) auf unser Leben im Jahr 2015 diskutierten die Teilnehmer des Kolloquiums Innovationen und ihre Ein- satzmöglichkeiten in zahlreichen The- menfeldern.

Ergebnisse der Zukunftsstudie

Die von RAND vorgelegte Studie zeichnet ein umfassendes Bild der möglichen Aus- wirkungen der ITK-Technologien auf die deutsche Gesellschaft im Jahr 2015. Ins- besondere wurden die Folgen für den Familienalltag, Aus- und Weiterbildung, für Gesundheit, Arbeitswelt, Behörden und für das politische Leben analysiert.

Leben und Arbeiten im Jahr 2015

- Die Breitbandkommunikation sowohl über das Festnetz als auch via Mobilfunk ist für die meisten Standard
- ITK-Dienste werden intensiv zur Kontaktpflege im Familien- und Freundeskreis genutzt
- Der Informationszugriff an praktisch jedem Ort und zu jeder Zeit ist selbstverständlich
- Das vernetzte Arbeiten im Wissen- schaftsbereich bereichert die Lehre und führt zu höheren Forschungs- leistungen
- Information und Kommunikation wer- den zu entscheidenden Produktions- und Wettbewerbsfaktoren
- Die öffentlichen Verwaltungen wer- den ihre Dienstleistungen auf eine neue Grundlage gestellt haben

Telekom Vorstandsvorsitzender Kai-Uwe Ricke betonte, die RAND-Studie zeige eindrucksvoll, „wie die Möglichkeiten der ITK-Technologien unser Leben und Zu- sammenleben in den nächsten Jahren

verändern werden“, und spannte den Bogen zum Motto des Jubiläumjahres: „Diese Veränderungen werden so nach- haltig sein, dass wir bei der Deutschen Telekom davon überzeugt sind, am Beginn ‚Einer neuen Zeit‘ zu stehen.“

Qualitätsversprechen dokumen- tieren Kulturwandel

Dies gilt aus Sicht der Deutschen Telekom jedoch nicht nur technologisch. Denn eine neue Zeit, so Ricke weiter, beginne nicht zuletzt auch im Hinblick auf die von den Kunden wahrgenommene Qualität. Denn erstmals hat das Unternehmen eindeutige Leistungszusagen – Qualitätsversprechen – formuliert, auf die sie sich berufen können. „Diese Versprechen stehen für einen grundsätzlichen Kulturwandel im Verhält- nis zu unseren Kunden“, so Ricke.

Schlüsselthema: Datenschutz und Übertragungssicherheit

Ein wichtiger Aspekt für alle Anwendun- gen, die die RAND-Studie beschreibt, sind ein zuverlässiger Datenschutz und eine sehr hohe Übertragungssicherheit. Sicherheitslösungen auf neuestem Stand bilden daher – seit Langem – einen Arbeits- schwerpunkt des Telekom Konzerns. Gemeinsam mit starken Partnern wurde deshalb die Sicherheitsinitiative „Deutsch- land sicher im Netz“ gestartet (lesen Sie dazu bitte die Kurzmeldung auf Seite 11). Sowohl T-Online als auch T-Mobile ent- wickeln entsprechende Lösungen konti- nuierlich weiter. So wurden bei T-Online im ersten Quartal dieses Jahres sämtliche T-Online Postfächer mit einem individuel- len Viren- und Spamschutz ausgestattet – ohne Aufpreis. Und T-Mobile beteiligt sich aktiv an der Entwicklung einer Viren- schutzlösung für Handys und mobile Rechner.

Kurzmeldungen Konzern

■ **Anleihe über 3 Mrd. Euro begeben.** Die Deutsche Telekom hat am 19. Januar 2005 über ihre niederländische Finanzierungstochter Deutsche Telekom International Finance B.V. eine Anleihe mit einem Volumen von 3 Mrd. Euro begeben. Der Erlös aus der Anleihe dient der allgemeinen Liquiditätsvorsorge. Die Anleihe besteht aus zwei Tranchen mit einer fünf- bzw. zehnjährigen Laufzeit und einer anfänglichen Investorenrendite von 3,426 Prozent für die fünf- und 4,193 Prozent für die zehnjährige Anleihe. Die Nettoverschuldung wird sich durch die Anleihe nicht erhöhen. Die Emission generierte reges Investoreninteresse und war deutlich überzeichnet. Anleihen gehören wie

Aktien zur Gattung der Wertpapiere und können von Unternehmen, öffentlichen Körperschaften, dem Staat und anderen Institutionen begeben werden. Sie beschreiben festverzinsliche Schuldver- schreibungen, bei denen sich der Aussteller zur Zahlung einer bestimmten Geldsumme oder sonstigen Leistung an den Zeichner der Anleihe (Gläubiger) verpflichtet. Im Allgemeinen handelt es sich um verzinsliche Wertpapiere mit Laufzeiten bis zu 30 Jahren.

■ **Verkauf weiterer MTS-Anteile: 1,73 US-Dollar erlöst.** Die Deutsche Telekom hat sich im Dezember 2004 von 15 Prozent ihrer Anteile am russischen

Mobilfunkbetreiber OJSC Mobile TeleSystems (MTS) getrennt. Der Erlös aus dem Verkauf des Finanz- investments betrug 1,73 Mrd. US-Dollar. Auf Grund der hohen Nachfrage wurde das ursprüngliche An- gebot von 12 Prozent um 3 Prozentpunkte auf- gestockt. Bereits Anfang 2003 hatte die Telekom ihren Anteil an MTS von 40,1 auf 25,1 Prozent redu- ziert. Die Telekom bleibt trotz der Anteilsreduzie- rung weiter im wichtigen ost- und mitteleuropäischen Markt engagiert – so unter anderem in Polen, wo sie derzeit 49 Prozent der PTC-Anteile hält. Auch in Ungarn und Kroatien ist das Unternehmen bereits seit einigen Jahren engagiert.

T-Mobile weiter dynamischer Motor des profitablen Wachstums im Konzern

Das Kundenwachstum im Mobilfunkgeschäft hält weiter an. Gleichzeitig blieb T-Mobile mit einem Umsatzanstieg um 9,7 Prozent auf knapp 25 Mrd. Euro im Gesamtjahr 2004 der Wachstumsmotor des Konzerns. Mit einem EBITDA-Zuwachs um fast 15 Prozent trug T-Mobile zudem maßgeblich zum profitablen Wachstumskurs des Konzerns bei.

Neukundenzahl steigt konzernweit um 9,1 Mio.

Die Kundenzahl aller Mehrheitsbeteiligungen der T-Mobile Gruppe hat sich im Geschäftsjahr 2004 von 61,1 Mio. auf 69,2 Mio. erhöht. Das Plus in Höhe von 8,1 Mio. Kunden entspricht einer Steigerung um mehr als 13 Prozent. Der Zuzugewinn aller Mehrheitsbeteiligungen von T-Mobile und Deutscher Telekom betrug 9,1 Mio. Kunden, was einem Zuwachs um mehr als 13 Prozent entspricht. Insgesamt lag die Gesamtzahl aller Mobilfunkkunden im Telekom Konzern damit zum Jahresende 2004 bei 77,4 Mio. gegenüber 68,3 Mio. ein Jahr zuvor.

Unser US-Engagement zahlt sich immer mehr aus.

Kai-Uwe Ricke
Vorstandsvorsitzender Deutsche Telekom

Kundenentwicklung in den T-Mobile Gesellschaften im Überblick

T-Mobile USA verzeichnete im Gesamtjahr 2004 ein Wachstum von 32 Prozent bzw. 4,2 Mio. auf 17,3 Mio. Kunden. Damit war T-Mobile USA abermals die Nummer zwei bei der Neukundengewinnung unter den US-Wettbewerbern. Der Anteil der Vertragskunden an der Gesamtkundenzahl lag zum Jahresende bei 89 Prozent. Weiterer Beleg für die Dynamik des US-Geschäfts sind die rund 411.000 Nutzer des insbesondere für den mobilen E-Mail-Verkehr konzipierten BlackBerry Handhelds. Allein im Verlauf des vierten Quartals 2004 wurden damit 112.000 neue Nutzer gewonnen.

Ihre führende Position behauptet hat T-Mobile Deutschland: Ende Dezember hatten sich rund 27,5 Mio. Kunden für das T-Mobile Netz entschieden. Wie in allen Ländern stand auch in Deutschland das qualitative Wachstum unverändert im Mittelpunkt: Von den insgesamt 1,1 Mio. Netto-Neuzugängen im Jahr 2004 waren über 80 Prozent bzw. 923.000 Vertragskunden.

In Großbritannien konnte T-Mobile UK die Kundenzahl um mehr als 15 Prozent auf über 15,7 Mio. zum Jahresende 2004 steigern und das gesetzte Ziel von 3 Mio. Vertragskunden erreichen. Während T-Mobile Austria den Kundenstamm auf unverändertem Niveau stabil hielt, legten auch die beiden Gesellschaften in Tschechien und den Niederlanden deutlich zu: T-Mobile CZ konnte 400.000 neue Kunden überzeugen – ein Plus von 10,5 Prozent – und zählte zum Jahresende 2004 4,4 Mio. Teilnehmer. T-Mobile NL steigerte die Kundenzahl im Berichtszeitraum mit 13,8 Prozent noch deutlicher auf insgesamt 2,3 Mio..

Umsatz: 25-Milliarden-Marke erreicht

Die erfreuliche Kundendynamik wirkte sich entsprechend positiv auf die Umsatzentwicklung von T-Mobile aus. Die T-Mobile Gruppe erwirtschaftete Umsatzerlöse in Höhe von knapp 25 Mrd. Euro, was einer Steigerung von rund 10 Prozent entspricht. Organisch lag das Wachstum mit 14 Prozent noch deutlich höher.

Bei T-Mobile USA, also der Gesellschaft mit dem prozentual und nominal höchsten Kundenzuwachs aller Mobilfunkgesellschaften im Konzern, stieg der Gesamtumsatz im abgelaufenen Geschäftsjahr um gut 26 Prozent auf 9,4 Mrd. Euro.

EBITDA-Marge weiter ausgebaut

Das bereinigte EBITDA der T-Mobile verbesserte sich um knapp 15 Prozent auf rund 7,7 Mrd. Euro. Wie beim Umsatz war der organische Anstieg mit knapp 18 Prozent deutlich stärker. Die bereinigte EBITDA-Marge der T-Mobile betrug 30,7 Prozent nach 29,3 Prozent im vorangegangenen Geschäftsjahr.

Den wesentlichen Teil zum bereinigten EBITDA erbrachte wiederum T-Mobile Deutschland mit knapp 3,5 Mrd. Euro im Gesamtjahr 2004. Bei einer bereinigten EBITDA-Marge von 43,2 Prozent im Abschlussquartal 2004 wurde das Jahresgesamtziel von 40 Prozent erreicht.

Bei T-Mobile USA ging der höhere Umsatz ebenfalls mit einer deutlichen Steigerung der Ertragskraft einher: Das bereinigte EBITDA stieg um mehr als 1 Mrd. Euro oder 46,7 Prozent auf 2,2 Mrd. Euro. Daraus resultiert unter dem Strich eine auf 23,6 Prozent verbesserte EBITDA-Marge. Auch T-Mobile UK konnte die bereinigte EBITDA-Marge im Jahresverlauf um sieben Prozentpunkte auf 31,5 Prozent erhöhen.



T-Mobile stellt Wachstums- und Effizienzprogramm vor.



T-Mobile, hier die Unternehmenszentrale in Bonn, konzentriert sich auf profitables Wachstum zu vertretbaren Kosten.

Um die Profitabilität weiter zu steigern und gleichzeitig wichtige Wachstumsziele vorantreiben zu können, hat T-Mobile unter dem Motto „Save for Growth“ ein Maßnahmenpaket vorgestellt. Bis zum Jahr 2006 sollen die Maßnahmen abgeschlossen und bis zum Jahr 2008 das Spar- und Wachstumsprogramm in voller Höhe umgesetzt sein. Es soll ein Einsparvolumen von 1 Mrd. Euro erzielt werden. Gut die Hälfte davon soll wieder reinvestiert werden, um wichtige Wachstumsinitiativen umsetzen zu können.

Drei Wachstumsinitiativen im Fokus

Mit den angestrebten Einsparungen schafft T-Mobile die nötigen Ressourcen, um drei Wachstumsinitiativen voranzutreiben:

- Weiterentwicklung des mobilen Internets für Freizeit und Büro
- Angebot günstiger und einfacher Mobilfunktarife
- Weiterentwicklung nahtlos integrierter Netzplattformen (GPRS, UMTS, W-LAN)

„Wachstum zu vertretbaren Kosten statt um jeden Preis“

Alle drei Stoßrichtungen tragen den veränderten Rahmenbedingungen im Mobilfunkmarkt Rechnung. Denn die Anbieter müssen angesichts der erreichten hohen Mobilfunk-Nutzungsraten in den meisten europäischen Märkten ihre Strategien

neu definieren. T-Mobile Chef René Obermann: „Die Mobilfunkindustrie steht vor einem Wandel: Der Schwerpunkt liegt nicht nur bei den reinen Verkaufszahlen an Handys bzw. SIM-Karten, sondern deutlich stärker auf der Entwicklung und Pflege intensiver Kundenbeziehungen.“ T-Mobile wolle sich, so der T-Mobile Chef, gezielt darauf konzentrieren, den Umsatz pro Kunde zu erhöhen. Der Kurs ist klar: „Profitables Wachstum zu vertretbaren Kosten statt Wachstum um jeden Preis.“

Dazu soll unter anderem das Sortiment angebotener Handys von derzeit über 50 Modellen auf rund 30 bis 40 Typen gestrafft werden und die Subventionierung der Geräte reduziert bzw. besser gesteuert werden. Die Subventionen für im Voraus bezahlte Guthabekarten

(Prepaid) wurden bereits deutlich heruntergefahren. Ansatzpunkte zur Senkung der Kosten sind außerdem die Optimierung der Lieferantenbeziehungen, das Auslagern bestimmter Produkte und Dienste – beispielsweise die Entwicklung von Inhalten – und Einsparungen bei den Gemeinkosten (Beratung, Gebäude-, Miet- und Reisekosten).

Sozialverträglicher Stellenabbau

In Summe will T-Mobile mit diesen und weiteren Maßnahmen den Löwenanteil der Einsparsumme erzielen. Der verbleibende Teil soll durch die Steigerung der Personalproduktivität erreicht werden. Die dafür notwendigen Einsparungen sehen in den nächsten zwei Jahren einen Abbau in Deutschland von 550 Stellen vor. Die T-Mobile Führung hat mit den Sozialpartnern sozialverträgliche Lösungen für die betroffenen Mitarbeiter vereinbart. Betriebsbedingte Kündigungen konnten so vermieden werden.

Günstigere Tarife sollen Nutzung mobiler Anwendungen steigern

Alle diese Maßnahmen sollen ermöglichen, die oben genannten Wachstumsziele konsequent und auf profitabler Basis anzugehen. René Obermann: „Das dadurch insgesamt gesparte Geld nutzen wir, um beispielsweise günstigere Tarife anzubieten und so Telefonate und mobile Datendienste attraktiver zu machen. Und das in Verbindung mit realistischen Handy-Preisen.“ Denn, so Obermann: „Das Teuerimage des Mobilfunks muss weg.“ Die Tarife müssten so günstig werden, dass „für die Kunden keine Hemmschwelle mehr besteht.“ Zugleich setzt T-Mobile verstärkt auf mobile Geräte, die große Displays und PC-Funktionen besitzen, wie den MDA IV und den BlackBerry.

T-Mobile USA wirbt weiter sehr erfolgreich um neue Kunden.

Nach mehr als 17,3 Mio. Kunden zum Jahresende 2004 erwartet die USA-Tochter im laufenden Geschäftsjahr ein weiteres Wachstum der Kundenbasis. Gerade vor dem Hintergrund der aktuellen Fusionen auf dem US-Mobilfunkmarkt und der damit einhergehenden Verunsicherung bei den Kunden bestehen gute Voraussetzungen für weiteres Wachstum, wie Kai-Uwe Ricke und René Obermann in Pressegesprächen betonten.

Bei Privatkunden sehr gut positioniert

Trotz der jüngsten Zusammenschlüsse auf dem US-amerikanischen Mobilfunkmarkt schätzt Obermann diesen Markt nicht grundlegend anders ein. In einem Interview mit der Tageszeitung „Die Welt“ sagte der T-Mobile Chef, die Fusionswelle biete dem Unternehmen „eher Chancen und Wachstumsmöglichkeiten, denn die neuen Großunternehmen haben keine unmittelbaren Vorteile am Markt.“ Obermann weiter: „Es gibt keinen Grund zur Besorgnis.“

Vielmehr sei insbesondere die klare Konzentration auf das Privatkundensegment ein entscheidender Vorteil, den das Unternehmen weiter konsequent ausschöpfen will. T-Mobile ist in den USA die Marke, die sehr erfolgreich um Neukunden wirbt. Dies belegt nicht zuletzt die Tatsache, dass T-Mobile USA auch im vergangenen Jahr abermals die Nummer 2 bei der Neukundengewinnung unter den US-Wettbewerbern war.

Ricke: „Wir werden unseren Weg weitergehen“

Gegenüber der Financial Times Deutschland bekräftigte auch Telekom Chef Kai-Uwe Ricke, dass die Telekom „trotz der Fusionen ihre Strategie in den USA nicht ändern“ werde. „Wir werden unseren Weg weitergehen.“ Da die Wettbewerber mit den Zusammenschlüssen und Integrationsherausforderungen beschäftigt seien, würden sich in den kommenden zwei Jahren große Chancen für T-Mobile USA eröffnen, weitere Kunden zu gewinnen.

Hinzu kommen die generellen Wachstumspotenziale, die aus der im Vergleich zu den meisten europäischen Märkten niedrigeren Mobilfunk-Penetrationsrate resultieren. Ricke: „Amerika ist ein riesiger Markt mit 280 Millionen Menschen, von denen nur etwa 60 Prozent ein Handy besitzen.“ Außerdem bestehe weiteres Potenzial im lukrativen Geschäftskundensegment, das trotz der klaren Fokussierung auf die Privatkunden nicht aus dem Auge gelassen werde. Laut Ricke ist eine eigene Geschäftskundenmarke nicht ausgeschlossen, entsprechende Überlegungen würden geprüft. Gegenüber „Die Welt“ wies René Obermann in diesem Zusammenhang auch auf den „Bereich standardisierter Business-Produkte wie dem BlackBerry“ hin. „Damit sind wir sehr erfolgreich.“

Kurzmeldungen T-Mobile

■ **SMS beliebtestes Kommunikationsmittel an Silvester.** Auch beim zurückliegenden Jahreswechsel dürfte die SMS laut dem Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten e.V. (VATM) wieder das beliebteste Kommunikationsmittel in Deutschland gewesen sein. Schätzungsweise rund 500 Mio. der textbasierten Kurzmitteilungen wurden allein an Silvester und dem Neujahrstag von Handy zu Handy verschickt – und damit fünfmal mehr als sonst im Jahr. Damit erhält und verschickt jeder deutsche Handy-Nutzer im Schnitt je fünf Silvester-SMS. Besonderer Vorteil der SMS: Die kurzen Textmitteilungen können sich auch bei besetzten Anschlüssen an Sprache und Bild vorbei durch die Mobilfunknetze bewegen. Insgesamt war Deutschland mit fast 30 Mrd. SMS und MMS, der multimedialen „Schwester“ des Kurznachrichten-Klassikers, auch 2004 erneut Europameister im Versenden von Kurzmitteilungen.

■ **T-Mobile UK: bei Kundenzufriedenheit top.** T-Mobile UK ist in einer Studie des renommierten Marktforschungsinstituts J.D. Power and Associates über die Zufriedenheit von Mobilfunkshop-Kunden in Großbritannien auf den ersten Platz gewählt worden. Nach Ansicht der Umfrage-Experten sind besonders drei Faktoren für die Kundenzufriedenheit verantwortlich: Gestaltung und Übersichtlichkeit des Shops, günstige Angebote sowie vor allem die Mitarbeiter selbst. Die Zufriedenheit des Kunden gehört zu den wichtigsten Zielen von T-Mobile. Brian McBride, Managing Director bei T-Mobile UK, unterstrich ebenfalls die Bedeutung der Kunden- und Servicequalität und lobte den Erfolg seiner Mitarbeiter: „Unser Ziel bleibt, genauso weiterzumachen.“

■ **T-Mobile Beteiligung in Polen: „Supermarke“.** Era, die Mobilfunkmarke der polnischen T-Mobile Beteiligungsgesellschaft PTC, ist bei einer Endverbraucherumfrage in Polen als „Supermarke“ ausgezeichnet worden. Dabei war Era der einzige Vertreter des Telekommunikationssektors, der eine Auszeichnung für das „Gewinnen der Sympathie seiner Kunden und den Aufbau einer starken Marke auf dem polnischen Markt“ erhält. Die von einem Marktforschungsinstitut und einem Marketing-Fachmagazin durchgeführte Initiative hat das Ziel, die Bedingungen für Marken in Polen 15 Jahre nach dem politischen Systemwechsel einzuschätzen. Entscheidend dabei ist, dass nicht Fachleute aus Marketing und Markenforschung, sondern die Verbraucher selbst die Gewinner auswählen. Laut der Studie ist Era nach acht Jahren Marktpräsenz für die Verbraucher zu der Marke geworden, die ihnen unter allen Telekommunikationsunternehmen des Landes am vertrautesten und in ihrer Wahrnehmung die freundlichste und am besten erkennbare Marke ist.

T-Online: Umsatz erreicht Zwei-Milliarden-Marke.

Mit sehr guten Wachstumszahlen hat die T-Online International ihre Rolle als Schrittmacher und Spitzenreiter im deutschen Breitbandmarkt untermauert. Konzernumsatz und EBITDA entwickelten sich ausgesprochen positiv. Der T-Online Vorstand schlägt die Zahlung einer Dividende in Höhe von 4 Cent je Stückaktie für das Geschäftsjahr 2004 vor.

Sehr gutes DSL-Kundenwachstum

Die T-Online International hat mit einem sehr guten Wachstum im Geschäftsjahr 2004* ihre führende Rolle im deutschen Breitbandmarkt bestätigt. Konzernweit verzeichnet T-Online für 2004 einen Zuwachs um insgesamt 1,2 Mio. DSL-Tariffkunden. Der Konzernumsatz stieg in 2004 auf 2.011,8 Mio. Euro, eine Verbesserung um 9,3 Prozent gegenüber 2003. Das EBITDA wurde von 317,7 Mio. Euro 2003 um 48,7 Prozent auf 472,3 Mio. Euro in 2004 gesteigert. Die T-Online International erzielte mit 300,4 Mio. Euro in 2004 erstmals ein positives Konzernergebnis (mit Einmaleffekten).

Das Musicload-Portal zählt zu den erfolgreichsten Angeboten für den legalen Download von Musiktiteln aus dem Internet.



Die sehr gute Entwicklung bei den DSL-Tariffkunden zeigt sich auch am Marktanteil: Gemessen an den neu geschalteten T-DSL Anschlüssen der Deutschen Telekom bekräftigt T-Online mit einem Anteil von 55 Prozent auch 2004 ihre Stellung als führender Internet-Service-Provider in Deutschland. „Mit dem sehr guten DSL-Kundenwachstum in 2004 haben wir unsere Vorgabe, nach der wir 50 Prozent der T-DSL Neukunden im Gesamtjahr gewinnen wollten, übertroffen“, erklärt der T-Online Vorstandsvorsitzende Rainer Beaujean. Konzernweit zählt T-Online zum Stichtag 3,6 Mio. DSL-Tariffkunden, davon 3,2 Mio. in Deutschland. Der Erfolg basiert auch auf den Werbekampagnen, mit denen T-Online im Rahmen von zeitlich befristeten Aktionen den Einstieg in das Breitband-Internet für Neukunden im deutschen Markt noch attraktiver gestaltet hatte.

Erstmals positives Konzernergebnis, Ausland EBITDA positiv

Die positive Entwicklung des operativen Geschäfts schlägt sich für T-Online auch in weiter gestiegenen Finanzkennzahlen nieder. In einem stark umkämpften Wettbewerbsumfeld konnte T-Online im Geschäftsjahr 2004 Umsatz, EBITDA, operatives Ergebnis und das Konzernergebnis weiter verbessern. Die T-Online International erzielte dabei mit 317,0 Mio. Euro erstmals ein positives Konzernergebnis.

Auf der Umsatzseite verzeichnete T-Online insbesondere auf Grund des Wachstums der Kundenbasis konzernweite Zuwächse bei den festen Umsätzen (Subscription Fees) von 1.011,6 Mio. Euro 2003 auf 1.162,9 Mio. Euro in 2004. Auch der durchschnittliche Umsatz pro Kunde (ARPU – Average Revenue per User) aus festen und nutzungsabhängigen Umsätzen (Blended ARPU) konnte von 14,9 Euro in 2003 auf 15,6 Euro in 2004 verbessert werden. Gleichzeitig steigerte T-Online im abgelaufenen Geschäftsjahr die Ertragskraft erfolgreich weiter. Die Rohertragsmarge, die den Umsatz abzüglich des Materialaufwands darstellt, beträgt Ende 2004 65,8 Prozent nach 59,3 Prozent im Vorjahr. Auf der Ergebnisseite verbesserte sich das EBITDA von 317,7 Mio. Euro 2003 auf 472,3 Mio. Euro in 2004. T-Online profitierte hier auch von der positiven Entwicklung des Segments „Übriges Europa“, das ab dem zweiten Quartal 2004 wie zuvor angekündigt auf EBITDA-profitabler Basis zum Ergebnis beitrug. Gemessen am Umsatz hat sich der Anteil des internationalen Geschäfts von T-Online in 2004 auf 11 Prozent nach 9 Prozent im Vorjahr erhöht.

Dividendenvorschlag von 4 Cent je Aktie

Auf Basis des erzielten Jahresergebnisses schlagen Vorstand und Aufsichtsrat der T-Online International AG der Hauptversammlung vor, eine Dividende von 0,04 Euro je dividendenberechtigter Aktie auszuschütten.

* Die hier genannten Zahlen basieren auf den von der T-Online International AG verwendeten Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätzen (IFRS)

Kurzmeldungen T-Online

■ **Portal Musicload im Dezember mit 1,4 Mio. Downloads.** Beim Musikportal Musicload von T-Online wurden im Dezember 2004 erstmals mehr als 1,4 Mio. Songs heruntergeladen. Damit ist T-Online gut ein Jahr nach dem Start von Musicload einer der erfolgreichsten deutschen Anbieter beim legalen Herunterladen von Musiktiteln aus dem Internet. Nach anfänglich rund 20.000 Zugriffen ist das Portal seither um das 80fache gewachsen. „Diese Zahlen beweisen, wie wichtig der legale Download inzwischen für den Musikmarkt geworden ist“, so Burkhard Graßmann, Vorstand Medien bei

T-Online. Derzeit haben rund 1 Mio. Kunden Zugriff auf mehr als 450.000 Musikstücke. Speziell zum letzten Weihnachtsfest hat T-Online ausgewählte Titel zu besonderen Preisen angeboten und damit die Attraktivität des Portals unterstrichen. „Überzeugt hat die Kunden aber schließlich unser Angebot“, so Graßmann. Dessen Erfolg beruht vor allem auf der breiten Mischung aus Pop, Rock und auch Schlager. Musicload ist besonders bei den Top Ten Single Charts erfolgreich. T-Online arbeitet dafür mit allen großen Plattenfirmen, aber auch mit kleinen Labels zusammen.

■ **T-Online Seitenaufrufe: erster Anbieter über der Milliardenschwelle.** Mehr als 1 Mrd. Seitenaufrufe verzeichnete das Portal „www.t-online.de“ laut der aktuellen Statistik der unabhängigen Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW) im Januar 2005. Als erster Anbieter in Deutschland hat T-Online damit erstmals in einem einzigen Monat die Milliardengrenze überschritten. Die IVW-Messung umfasst alle von den Internetnutzern abgerufenen Einzelseiten des Portals. „Diese beeindruckende Zahl beweist, dass die Internetsurfer T-Online nicht nur als technisch exzellenten Provider schätzen, sondern auch

den Nutzwert unserer vielseitigen Portalwelt erkannt haben“, so T-Online Medien-Vorstand Burkhard Graßmann.

■ **T-Online unterstützt Initiative „Deutschland sicher im Netz“.** T-Online unterstützt die Initiative, weil nur durch das Zusammenwirken von Internetnutzern, Herstellern von Hard- und Software und Internet-Service-Providern das Internet sicher werden kann. Unter der Schirmherrschaft von Bundeswirtschaftsminister Wolfgang Clement haben sich daher zahlreiche Verbände und Unternehmen zu dem von Microsoft-Chef Bill Gates initiierten Bündnis „Deutschland

sicher im Netz“ zusammengeschlossen. Das Ziel: mit konkreten Maßnahmen das Vertrauen der Bürger und kleiner Unternehmen in das Medium Internet zu stärken. T-Online wird hierfür mit Microsoft ein so genanntes Sicherheitsbarometer entwickeln, das die jeweilige „Sicherheitslage“ im Internet anzeigen soll. Ob und wie die Kunden im Bedarfsfall reagieren, können diese selbst entscheiden. „Als Provider wollen wir die Kunden nicht bevormunden, sondern ihnen dabei helfen, ihr persönliches Sicherheitsrisiko realistisch einzuschätzen und zu minimieren“, erklärt Andreas Kindt, Technik-Vorstand von T-Online.

UNTERNEHMEN WOLLEN MODULARE LÖSUNGEN

T-Systems macht das Kunden-Business flexibel.

Der Wunsch nach modularen, maßgeschneiderten Lösungen im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnik (ICT) prägt das Geschäft von mittelständischen und Großunternehmen gleichermaßen. T-Systems als Anbieter integrierter Lösungen kann IT-Services über das Internet kostengünstiger und in besserer Qualität als die Kunden selbst erbringen. Auf dem Internationalen Pressekolloquium (IPK) waren solche ICT-Lösungen für die so genannte „Business Flexibility“ ein Schwerpunktthema von T-Systems.

Flexibilität ist das unternehmerische Gebot der Stunde

Die globale Wirtschaft wird immer dynamischer und schneller. Dauerhaft erfolgreich sein können dabei nur die Unternehmen, die sich auf ihr Kerngeschäft konzentrieren und ihre ICT-Infrastruktur flexibel einsetzen.

Großunternehmen erwarten individuelle Lösungen für ihre zahlreichen und jeweils sehr speziellen Anforderungen. Mittelständler hingegen setzen eher auf standardisierte, sprich modular aufgebaute Lösungen. Dies gibt ihnen die Möglichkeit, ihre IT-Infrastruktur Schritt für Schritt und kostengünstig aufzubauen bzw. zu erweitern. Das dahinterstehende Kernziel beider Zielgruppen von T-Systems ist identisch:

Sie wollen ihr Geschäft in puncto ICT so flexibel wie möglich gestalten. Konkret bedeutet dies: Um den Investitionsaufwand (Hardware, Software und Personal) in die ICT-Infrastruktur so gering wie möglich zu halten, sollen nur die Services genutzt werden, die für ein konkretes Projekt gebraucht werden.

T-Systems ist der einzige Anbieter, der Netz- und Mehrwertdienste in Kombination mit Service und Beratung modular anbieten kann. Auf dem IPK stellte die Geschäftskundensparte der Deutschen Telekom zusammen mit ausgesuchten Partnern gemeinsame Projekte zum Thema „Business Flexibility“ vor.

Logistik und Transport: „Am liebsten nach Plan“

Immer mehr Güter müssen in einem wachsenden Europa immer schneller ans Ziel. „Am liebsten nach Plan“ ist daher nicht von ungefähr der Leitspruch aller Spediteure. Denn verspätete, beschädigte oder gar verloren gegangene Güter sind im harten Wettbewerb K.o.-Kriterien. Weil aber auch das beste Transportunternehmen Störungen nicht völlig ausschließen kann, muss es dafür sorgen, dass es sie so früh wie möglich erkennt.

Railion: Standortinformationen via SMS

Railion, das größte Schienen-Transportunternehmen der Europäischen Union, stieß mit der herkömmlichen Transportlogistik zunehmend an seine Grenzen. 282 Mio. Tonnen Güter befördert die Tochter der Deutschen Bahn pro Jahr. Um sicherzustellen, dass der Kunde stets weiß, wo sich die Ware befindet und wann sie am Ziel ankommt, greift Railion auf das „intelligent Tracking Management“ (iTM) zurück, das T-Systems entwickelt hat. Gut 13.000 Railion-Waggons sind dazu mit einem Kleincomputer ausgestattet. Der berechnet ständig den aktuellen Standort und sendet die Daten über das GSM-Netz als SMS an Railion. Besonderer Vorteil der T-Systems Lösung: Der Computer weiß auch, wo die Ware wann laut Plan sein soll. Dadurch kann iTM automatisch signalisieren, wenn der Rechner eine Differenz zwischen Soll und Ist feststellt, und dann beispielsweise bei Verzögerungen in einem Bahnhof einen Alternativzug planen bzw. buchen.

Schmitz Cargobull: Ziel sind Ladungs- und Zustandsinformationen

Und auch auf den Straßen kommen Telematik-Lösungen von T-Systems zum Einsatz. Schmitz Cargobull, Europas Marktführer beim Leasen von LKW-Aufliegern – so genannten Trailern –, bietet seinen Kunden bereits heute mit der Trailer-Telematik intelligente Lösungen zur lückenlosen Transportüberwachung. Unabhängig davon, ob der Anhänger an eine Zugmaschine angekoppelt ist oder nicht.

Künftig wird jedoch nicht das Transportmittel, sondern die transportierte Ware im Mittelpunkt stehen. Ziel ist es, den Kunden ein System anzubieten, das ihnen nicht nur eine ständige Transparenz über den Aufenthaltsort gibt, sondern auch Ladungs- und Zustandsinformationen von Ware und Trailer ermöglicht. Dadurch kann der Spediteur insbesondere auch schnell kostenoptimierende Entscheidungen treffen: beispielsweise durch effizienten Fahrzeugeinsatz (Ort), Nachweis der Kühlkette der Ware (Kühltemperatur), Zustand der Reifen (Reifendruck) oder Bremsen (Bremsbelag).

Diesen nächsten Technologieschritt kann Schmitz Cargobull in Kooperation mit T-Systems und einem weiteren Partner machen. Durch standardisierte Technologieschnittstellen wird es auch möglich sein, andere Systeme anzudocken. Dies ist wesentlich für die angestrebte Marktstandardisierung der Telematik-Lösung. Ein enormer Wettbewerbsvorteil liegt auch darin, dass dieses System von einem Erstausrüster direkt verbaut und vertrieben wird.

Kurzmeldungen T-Systems

■ **Aktivitäten der T-Systems Business Services in einer Gesellschaft gebündelt.** Sämtliche Aktivitäten der T-Systems Business Services werden in einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) zusammengefasst. In die neue Gesellschaft werden dazu der Geschäftsbereich Vertrieb Business der T-Com und die Bereiche Network Services und Media & Broadcast aus der T-Systems International GmbH integriert. Seit Jahresanfang gliedert sich das strategische Geschäftsfeld „Geschäftskunden“ der Deutschen Telekom in zwei Geschäftseinheiten. T-Systems Business Services ist für das Geschäft mit großen und mittelständischen Unternehmenskunden verantwortlich und betreut die rund 160.000 großen und mittelständischen Unternehmenskunden der Telekom. Den Kontakt zu multinationalen Konzernen sowie großen öffentlichen Institutionen pflegt T-Systems Enterprise Services. Die Zustimmung der Aufsichtsgremien zur Neuorganisation steht noch aus. Derzeit verhandelt die Unternehmensführung mit den Sozialpartnern über die Übertragung der Mitarbeiter in die neue GmbH.

■ **T-Systems Chef stellt neues Management-Team vor.** Das strategische Geschäftsfeld „Geschäftskunden“ der Deutschen Telekom ist zum 1. Januar 2005 offiziell unter der Marke T-Systems gestartet. Konrad F. Reiss, Telekom Vorstand und T-Systems Chef, hat im Dezember sein zwölfköpfiges Management-Team vorgestellt. Für IT (Information Technology) Operations ist Olaf Heyden (41) zuständig. Das Sales- und Service-Management verantwortet Kamyar Niroumand (44). Der 54-jährige Hans-Joachim Rudnick steuert das Geschäft mit Systemintegration. Helmut Binder (39) leitet Marketing und Produkt-Management für T-Systems Business Services. Für den Bereich TC (Telecommunications) Operations ist Björn Claaßen (42) zuständig. Das Sales- und Service-Management übernimmt Ulrich Kemp (43), früher Deutschland-Chef von Fujitsu Siemens. Den Bereich Human Resources teilen sich Albert Henn (36) und Dr. Herbert Schaaff (44). Den neuen Bereich Corporate Business Development übernimmt Katrin Horstmann (41). Wilfried Peters (47) bleibt für Finance & Controlling verantwortlich. Marketing und Kommunikation steuert wie bisher Dieter Schweer (51).

■ **T-Systems vereinfacht Schriftverkehr der Münchener Rück.** Die Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft vereinfacht ihren gesamten Schriftverkehr mit Hilfe von T-Systems. Eine gemeinsam entwickelte Korrespondenz-Management-Lösung stellt den Mitarbeitern über online-gestützte Anwendungen einheitliche Briefvorlagen zur Verfügung. Vorteil: Die automatisierten Werkzeuge beschleunigen Abläufe wie den internen Freigabeprozess. Damit verkürzt die Münchener Rück die Bearbeitungszeit für ihre Kunden. Mit der neuen Lösung vereinheitlicht der international tätige Versicherer außerdem das Vorlagenmanagement für seine Korrespondenz. Während bislang einige hundert Vorlagen verwaltet werden mussten, arbeitet das neue System nur noch mit einer einzigen Vorlage, deren Gestaltung sich dem Verwendungszweck eines Dokuments selbstständig anpasst.

Impressum

Forum T-Aktie „direkt“
Ausgabe 1/2005, 9. 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 Dewe Rogerson GmbH,
Düsseldorf