

Lothar Pauly ist neuer T-Systems Chef.

Seit dem 1. Oktober steht der international erfahrene Top-Manager Lothar Pauly an der Spitze der Telekom-Tochter T-Systems und ist damit auch Mitglied des Konzernvorstands. Er folgt dem verstorbenen Konrad Reiss nach. Zuletzt war Lothar Pauly als Chief Executive Officer (CEO) des Unternehmensbereichs Communications der Siemens AG tätig. Nach dem Studium hatte der Betriebswirt unterschiedliche Managementfunktionen bei Siemens inne, unter anderem in den Bereichen Nachrichten- und Sicherheitstechnik, Leiterplattentechnik sowie Telekommunikationstechnik. Internationale Stationen in Paulys Karriere waren Indonesien und Osteuropa. Lothar Pauly

soll zugleich CEO der Geschäftseinheiten Business Services und Enterprise Services werden, die rund 160.000 Geschäftskunden der Deutschen Telekom betreuen.

„Mit Lothar Pauly“, sagte Telekom-Aufsichtsratsvorsitzender Klaus Zumwinkel, „haben wir eine herausragende Persönlichkeit mit großem Potenzial gewonnen, die das Vorstandsteam ideal ergänzt.“ Telekom-Chef Kai-Uwe Ricke ergänzte: „Mit seiner Management-Erfahrung und seinen Erfolgen sowie der hervorragenden Marktkenntnis wird Lothar Pauly wichtige Impulse für die Weiterentwicklung dieses strategischen Geschäftsfelds geben.“



Lothar Pauly hatte verschiedene Managementpositionen bei der Siemens AG inne.

KURZMELDUNGEN

erklärte Kamyar Niroumand, Mitglied des Executive Committee von T-Systems.

■ **Joint Venture erschließt den internationalen Flugzeugkabinenbau.** Gemeinsam mit CSH Cabin Systems Holding (CSH), einem Systemhaus für Inneneinrichtungen von Flugzeugen, hat T-Systems das Gemeinschaftsunternehmen CSI Cabin Systems Information Technologies gegründet. T-Systems hält 51 Prozent der CSI-Anteile, CSH die übrigen 49 Prozent. Ziel ist es, den stark wachsenden Markt für Kabineneinrichtungen zu erschließen und mit integrierten Lösungen zu einem Komplettanbieter zu werden. Dazu wird CSI das Branchenwissen von CSH und die Lösungskompetenz von T-Systems nutzen. Mit diesem Ansatz ist CSI eines der ersten Unternehmen auf dem europäischen Markt. „Gerade die großen Flugzeughersteller und Luftverkehrsgesellschaften stellen verstärkt die Forderung, Leistungen von einem zentralen Partner zu beziehen. Genau das können wir als integrierter Systemlieferant mit Cabin Systems Holding an unserer Seite bieten“, erläuterte Dirk Frowein, Geschäftsführer von CSI.

■ **Katalonische Regierung verlängert Großauftrag.** Für weitere vier Jahre, bis 2009, wurde T-Systems beauftragt, Informations- und Kommunikationstechnik bereitzustellen und zu betreiben. Der Auftrag der autonomen katalonischen Regierung im Wert von 87 Mio. Euro umfasst unter anderem den Betrieb des Rechenzentrums und das Sichern und Wiederherstellen von Daten. Lothar Pauly, Telekom-Vorstand und T-Systems Chef, verweist auf den „Vorbildcharakter der erfolgreich durchgeführten Projekte mit Katalonien für ganz Europa. Sie gewannen mehrere internationale Preise.“

■ **IAA: Lösungen für Navigation und Fahrzeugelektronik im Fokus.** Auf der Internationalen Automobilausstellung präsentierte sich T-Systems mit einer ganzen Reihe neuer Lösungen und Beratungsdienstleistungen. Die Palette reichte von computergestützten Diagnoseplattformen über TÜV-geprüfte Verkehrsinfos für Navigationssysteme bis hin zur Informationstechnik für die Vertriebs- und Serviceorganisationen von Automobilherstellern. So prüft T-Systems die komplette Fahrzeugelektronik über den gesamten Lebenszyklus hinweg. Dabei werden die einzelnen Komponenten bereits im Labor getestet, noch bevor die Ingenieure ein Fahrzeug entwickeln. Präsentiert wurde weiterhin der Datendienst TMCpro, der bundesweit Verkehrsmittelungen privater Rundfunkstationen über UKW überträgt. Als bislang einziger Dienst überhaupt erhielt TMCpro das TÜV-Siegel für Verkehrsinformationen.

■ **5-Jahres-Vertrag mit Thomas Cook.** T-Systems wird die Telekommunikationssysteme des Reiseveranstalters in Großbritannien und Irland erneuern und betreiben. Thomas Cook UK & Ireland will damit die Ausgaben für Telefonie in den nächsten fünf Jahren um rund 29 Mio. Euro reduzieren und sich zugleich eine zukunftssichere Plattform für weitere Entwicklungen sichern. „Internationale Abschlüsse dieser Größenordnung und Komplexität belegen immer wieder, dass T-Systems komplexe Lösungen im Bereich Informations- und Kommunikationstechnologie auf globaler Ebene verlässlich liefern kann“,

Impressum
Forum T-Aktie „direkt“
Ausgabe 3/2005, 9. 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:
fischerAppelt, ziegler GmbH, Hamburg

direkt

Informationen aus erster Hand 3/2005

Redaktionsschluss: 10. November 2005

ZWEIJAHRESPLAN MIT FORCIERTEM MARKTANGANG ANGEKÜNDIGT

3. Quartal: Operative Entwicklung verlief plangemäß.

Die Deutsche Telekom hat ihren Kurs zu den Konzernzielen 2005 weiter fortgesetzt und die entsprechenden Zielgrößen für das Gesamtjahr bestätigt. Umsatz, EBITDA und Ergebnis wurden weiter verbessert. Das im Vergleich zur Vorjahresperiode erzielte Umsatzwachstum von 3,6 Prozent auf 44,2 Mrd. Euro in den ersten neun Monaten 2005 wurde erneut insbesondere durch die positive Entwicklung des Geschäftsfelds Mobilfunk getragen. Im Rahmen seines Ausblicks auf die beiden kommenden Jahre kündigte Telekom-Chef Kai-Uwe Ricke ein umfassendes Maßnahmenpaket an, das „die Deutsche Telekom zukunftssicher machen“ soll.



- der rasante technologische Fortschritt
- der insbesondere in Deutschland hohe Grad der Regulierung, der die Deutsche Telekom in ihren Wettbewerbsmöglichkeiten beschränkt

Der Konzern wird daher insbesondere die Aktivitäten zur Vermarktung neuer Produkte und Services forcieren und die Wettbewerbsposition auch durch den angekündigten Personalumbau verbessern.

2006: Absatz- und Umsatzwachstum hat Vorrang vor Steigerung der Ertragskraft

Beispiele für den forcierten Marktangang sind die Planungen von einer Mio. Triple-Play-Kunden bis 2007, eines Absatzes von 0,5 Mio. DualPhones innerhalb der kommenden zwei Jahre und die Überschreitung der Schwelle von einer Mio. web'n'walk-Kunden in 2007. Gleichzeitig soll das Breitbandgeschäft weiter ausgebaut werden. Für das Jahr 2007 ist ein Wachstum auf 11,5 Mio. DSL-Anschlüsse geplant – von derzeit 7,3 Mio. Auch im Mobilfunkgeschäft werden bis zum Jahr 2007 zusätzlich netto rund 8,2 Mio. neue Vertragskunden erwartet. Der weltweite Kundenbestand soll dann deutlich mehr

Nach der Vorlage der Ergebnisse für das dritte Quartal hat die Deutsche Telekom die Konzernziele fest im Blick.

Erhöhte Aufwendungen zur Stärkung der Kunden- und Umsatzbasis

Um die Strategie des profitablen Wachstums langfristig abzusichern, wird der Konzern im kommenden Jahr erhöhte Aufwendungen für die Kundengewinnung und den Launch neuer Produkte tätigen. Damit soll die Kunden- und Umsatzbasis deutlich gestärkt werden. Die Deutsche Telekom reagiert damit auf die starken Umbrüche auf dem Telekommunikationsmarkt, der im Wesentlichen durch drei Trends gekennzeichnet ist:

- das hohe Innovationstempo und das Wegbrechen traditioneller Märkte

Themen

Konzern bestätigt Zielgrößen für Gesamtjahr

Umfangreicher Personalumbau vorgesehen

T-Com plant neues 50-Megabit-Netz

T-Mobile mit stärkstem Quartal der Unternehmensgeschichte

Ergebnisvorgaben für T-Online in Reichweite

SYSTEMS 2005 im Zeichen des Mittelstands

als 90 Mio. betragen. Im Geschäftskundenbereich soll der IT-Umsatz im Segment der kleinen und mittelgroßen Geschäftskunden auf mehr als eine Mrd. Euro ausgeweitet werden.

Um diese Zielsetzung und damit die breitere Basis für das künftige profitable Wachstum zu erreichen, gibt die Deutsche Telekom im kommenden Jahr dem Absatz- und Umsatzwachstum Vorrang vor dem Anstieg der operativen Ertragskraft.

Konzernumsatz steigt auf 44,2 Mrd. Euro

Im Neun-Monats-Vergleich betrug der Zuwachs damit 3,6 Prozent. Auf Quartalebene erhöhte sich der Konzernumsatz im dritten Quartal 2005 von 14,4 Mrd. Euro um 4,8 Prozent auf mehr als 15 Mrd. Euro. Der Anstieg fiel damit deutlich stärker als in den Vorquartalen aus: So hatte die Steigerung im Halbjahresvergleich drei Prozent betragen.

Während das Ergebnis vor Ertragssteuern im Berichtszeitraum durch das verbesserte Finanzergebnis und den Wegfall von Abschreibungen auf die US-Mobilfunklizenzen von 1,8 Mrd. Euro auf 3,4 Mrd. Euro fast verdoppelt werden konnte, legte auch der Konzernüberschuss deutlich zu. Im Halbjahresvergleich wurde ein Anstieg von 1,2 auf 2,0 Mrd. Euro verbucht; bereinigt um Sondereinflüsse betrug der Zuwachs 2,0 Prozent auf knapp 2 Mrd. Euro.

Mobilfunk bleibt wichtigster Umsatzmotor

Wesentlicher Wachstumstreiber war unverändert das Geschäftsfeld Mobilfunk. Die Umsatzsteigerung im Neun-Monats-Vergleich auf 21,6 Mrd. Euro beruht – neben der erstmaligen Konsolidierung der T-Mobile Slovenko – insbesondere auf dem anhaltenden Kundenwachstum des USA-Geschäfts.

Einen Rückgang des Gesamtumsatzes verzeichnete das Geschäftsfeld Breitband/Festnetz: Im Vergleich der ersten neun Monate sanken die Erlöse von 20,4 Mrd. Euro in 2004 um 3,8 Prozent auf 19,6 Mrd. Euro im Berichtszeitraum. Umsatzzuwächsen bei T-Online stand ein Umsatzminus bei T-Com von vier Prozent gegenüber. Allerdings konnte der Umsatzrückgang bei T-Com im dritten Quartal auf zwei Prozent im Jahresvergleich verringert werden.

Der Umsatz des Geschäftsfeldes Geschäftskunden bewegte sich im Neun-Monats-Vergleich mit knapp 9,5 Mrd. Euro auf dem Niveau des Vorjahres. Während die Geschäftseinheit Enterprise Services vor allem durch die positive Entwicklung

des Bereichs Computing & Desktop Services zulegen konnte, verringerten sich die Erlöse in der Einheit Business Services.

Bereinigtes EBITDA bei 5,5 Mrd. Euro

Das um Sondereinflüsse bereinigte EBITDA des Konzerns erhöhte sich im dritten Quartal um 3,7 Prozent bzw. 0,2 Mrd. Euro auf 5,5 Mrd. Euro. Auf Neun-Monats-Ebene wurde ein Plus von fünf Prozent auf 15,6 Mrd. Euro erreicht. Der maßgebliche Beitrag kam auch hier vom Geschäftsfeld Mobilfunk mit einem Anstieg des bereinigten EBITDA um 15,7 Prozent von 6,3 Mrd. Euro auf 7,3 Mrd. Euro. Dadurch

WICHTIGE KENNZAHLEN IM ÜBERBLICK

In Mio. €	Q1– Q3 2004	Q1– Q3 2005	Q3 2004	Q3 2005
Gesamtumsatz	42.620	44.167 (+3,6%)	14.353	15.043 (+4,8%)
Bereinigtes EBITDA	14.891	15.630 (+5,0%)	5.293	5.487 (+3,7%)
Bereinigter Konzernüberschuss	3.065	3.414 (+11,4%)	1.152	1.463 (+27,0%)

konnten die EBITDA-Rückgänge der Geschäftsfelder Breitband/Festnetz mit minus 2,8 Prozent sowie des Bereiches Konzernzentrale & Shared Services deutlich überkompensiert werden.

Bereinigter Konzernüberschuss legt um 11,4 Prozent zu

Der ebenfalls bereinigte Konzernüberschuss der ersten neun Monate 2005 belief sich auf 3,4 Mrd. Euro, was einem Zuwachs von rund 11 Prozent bzw. 0,3 Mrd. Euro entspricht. Im Quartalsvergleich betrug der Anstieg 27 Prozent auf knapp 1,5 Mrd. Euro. Der ausgewiesene Konzernüberschuss legte auf rund 4,4 Mrd. Euro zu, während in der Vergleichsperiode des Vorjahres noch ein Fehlbetrag von rund 0,2 Mrd. Euro auszuweisen war.

Ursächlich für die Steigerung war neben der positiven Entwicklung des Ergebnisses vor Steuern, das sich in den ersten neun Monaten des Berichtsjahres um rund 5,5 Mrd. Euro auf gut 6,6 Mrd. Euro erhöhte, vor allem der Wegfall ergebnisbelastender Vorjahreseffekte. Zu nennen sind hier Wertminderungen von Mobilfunklizenzen in den USA und Goodwill-Wertminderungen bei T-Mobile UK und Slovak Telecom. Dem gegenüber gab es im dritten Quartal 2005 erhebliche positive Sondereffekte in Gesamthöhe von rund einer Mrd. Euro, insbesondere durch den

Verkauf der restlichen Anteile an der russischen MTS.

Auf 3,5 Mrd. Euro verringerter Free-Cash-Flow

Der Free-Cash-Flow hat sich im Neun-Monats-Vergleich um 3,2 Mrd. Euro auf 3,5 Mrd. Euro verringert. Ursachen waren insbesondere deutlich höhere Steuerzahlungen sowie ein erhöhtes Investitionsvolumen. Im dritten Quartal hingegen hat sich der Free-Cash-Flow um 5,8 Prozent auf rund 2,6 Mrd. Euro verbessert. Neben verminderten Zinszahlungen beruht die Steigerung vor allem auf dem gestiegenen operativen Cash-Flow.

Verbindlichkeiten im dritten Quartal wieder deutlich gesunken

Die Netto-Finanzverbindlichkeiten des Konzerns lagen per Ende September mit 40,8 Mrd. Euro um rund 1,3 Mrd. Euro über dem Stand zum Jahresende 2004. Nachdem zum ersten Halbjahr jedoch noch ein Anstieg um rund fünf Mrd. Euro zu verzeichnen war, reduzierten sich die Verbindlichkeiten im dritten Quartal 2005 wieder deutlich um 3,7 Mrd. Euro, insbesondere durch die positive Entwicklung des Free-Cash-Flows. Hinzu kamen Zuflüsse aus dem Anteilsverkauf an der MTS und dem Verkauf der Anteile an der comdirect bank von zusammen rund 1,4 Mrd. Euro.

Die Entwicklung in den drei strategischen Geschäftsfeldern

Im Folgenden erläutern wir die Eckpunkte der unternehmerischen Entwicklung in den Geschäftsfeldern. Eine detaillierte Analyse des dritten Quartals mit der jeweiligen Kundenentwicklung im Geschäftsfeld Mobilfunk sowie von T-Online lesen Sie in separaten Artikeln dieser „direkt“-Ausgabe.

Breitband/Festnetz

Während der Gesamtumsatz des Geschäftsfeldes in den ersten neun Monaten um 3,8 Prozent auf 19,6 Mrd. Euro zurückging, verringerten sich die Umsatzeinbußen im dritten Quartal: Mit rund 6,5

Mrd. Euro lagen die Erlöse um 2,3 Prozent unter der Vergleichsziffer des Vorjahres. Wie der Umsatz verringerte sich im Vergleich der ersten neun Monate 2004 und 2005 auch das EBITDA um 3,8 Prozent, und zwar auf rund 7,3 Mrd. Euro. Auf bereinigter Basis betrug der EBITDA-Rückgang 3,7 Prozent auf knapp 7,4 Mrd. Euro.

T-Com ist es gelungen, den Umsatzrückgang abzubremesen. Nach einem Minus von 4,9 Prozent zum ersten Halbjahr 2005 gingen die Erlöse im abgelaufenen Quartal nur noch um zwei Prozent auf 6,1 Mrd. Euro zurück. Hier wirkten sich positive Entwicklungen bei den Anschlusszahlen dämpfend aus. Unter dem Strich resultiert der dennoch zu verzeichnende Umsatzrückgang im Wesentlichen aus rückläufigen Verbindungsumsätzen – insbesondere durch die Mobilfunksubstitution – und Verlusten bei schmalbandigen Anschlüssen. Allerdings hat sich der Rückgang bei den Schmalbandanschlüssen im Berichtsquartal bereits abgeschwächt. Den rückläufigen Tendenzen wirkte nicht zuletzt auch die starke Nachfrage nach den „Wünsch-Dir-Was“-Tarifen, deren Kundenstamm bereits auf 10,4 Mio. Kunden angewachsen ist, entgegen. Dadurch konnten das Mengengeschäft stabilisiert und vor allem die Kundenbasis und -bindung gestärkt werden.

Der Breitbandbereich konnte diese Entwicklungen nur teilweise durch wachsende Umsätze und Vorleistungen für Wettbewerber kompensieren. Die Zahl der im In- und Ausland im dritten Quartal neu geschalteten DSL-Anschlüsse lag bei 0,6 Mio., sodass der Konzern per Ende September 7,7 Mio. breitbandige Anschlüsse in Betrieb hatte. 7,3 Mio. davon entfallen auf Deutschland, was einem Anstieg im Quartalsverlauf um 0,5 Mio. entspricht. Am generellen Marktwachstum, angetrieben nicht zuletzt durch ein sinkendes Preisniveau, partizipierte T-Com insbesondere durch das DSL-Resale-Geschäft an Dritte. Insgesamt konnte das Geschäftsfeld Breitband/Festnetz im abgelaufenen Quartal rund 147.000 eigene und 379.000 Resale-Neuananschlüsse in Betrieb nehmen.

Positiv entwickelte sich auch T-Online: In den ersten neun Monaten 2005 legte der Umsatz um 4,3 Prozent auf über 1,5 Mrd. Euro zu, auf Quartalsbasis lagen die Erlöse mit rund 0,5 Mrd. Euro um 4,1 Prozent über dem Niveau des Vergleichszeitraums 2004.

Mobilfunk

Erneut konnte das Mobilfunkgeschäft eine deutliche Umsatzsteigerung verbuchen: Auf Neun-Monats-Basis betrug das

Wachstum 8,9 Prozent auf 21,6 Mrd. Euro. Neben der erstmals konsolidierten slowakischen Mobilfunktochter trug T-Mobile USA mit einem Anstieg der Erlöse von mehr als 25 Prozent ein weiteres Mal entscheidend zur guten Entwicklung des Geschäftsfeldes bei. Die Zahl der Mobilfunkkunden in den voll konsolidierten Gesellschaften stieg in den vergangenen zwölf Monaten um rund 7,7 Mio., dies entspricht einem Kundenwachstum von mehr als zehn Prozent.

Überproportional in Relation zum Umsatz entwickelte sich die operative Ertragslage: mit einer Steigerungsrate von 15,7 Prozent im Neun-Monats-Vergleich legte das bereinigte EBITDA wiederum deutlich zu.

Geschäftskunden

Mit einem Gesamtumsatz von knapp 9,5 Mrd. Euro in den ersten drei Quartalen des laufenden Geschäftsjahres lagen die Erlöse auf Vorjahresniveau. Ein Umsatzplus von 1,9 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum konnte dabei die Geschäftseinheit Enterprise Services erzielen. Treibender Faktor war insbesondere die konsequente Umsetzung der „Focus on Growth“-Maßnahmen des Geschäftsfeldes im Rahmen des konzernweiten Excellence Program. Weitgehend aufgefangen werden konnten dadurch die Umsatzverluste der Einheit Business Services, die 4,6 Prozent betrugen.

Wie der Gesamtumsatz konnte auch das Niveau der Außenumsätze gehalten werden. Von den erzielten 6,7 Mrd. Euro entfielen 3,6 Mrd. Euro auf die Geschäftseinheit Enterprise Services und rund 3,1 Mrd. Euro auf Business Services. Gleichfalls bewegte sich auch die Ertragslage weitgehend auf Vorjahreshöhe. Das EBITDA des Geschäftsfeldes lag mit rund 1,2 Mrd. Euro auf dem Niveau des Vorjahres. Das bereinigte EBITDA war mit 1,6 Prozent auf rund 1,3 Mrd. Euro leicht rückläufig.

Ausblick: Erwartungen für laufendes Geschäftsjahr bestätigt

Für das laufende Jahr werden die Planungen des Konzerns bestätigt: Der Umsatz wird sich nach gegenwärtiger Einschätzung in einer Spanne von 59,5 bis 60 Mrd. Euro bewegen. Wie erwartet geht der Vorstand beim bereinigten EBITDA von einem Wert zwischen 20,7 und 21 Mrd. Euro aus. Auch sollen die Aktionäre weiterhin am Erfolg des Konzerns partizipieren, sodass die bereits bekannten Aussagen zur Dividendenpolitik unverändert bleiben: Die Ausschüttung ist von der tatsächlichen Ertragsentwicklung im 4. Quartal und damit vom Konzernüberschuss des

Gesamtjahres 2005 abhängig. Die 62 Euro-cent, die für das vergangene Geschäftsjahr gezahlt wurden, sind dabei Richtschnur für künftige Dividenden.

2006/2007: Wachstumsstrategie soll langfristig abgesichert werden

Die Deutsche Telekom muss und wird laut Vorstandschef Kai-Uwe Ricke entschlossen auf die starken Umbrüche auf dem Telekommunikationsmarkt reagieren. Drei Handlungsfelder werden dabei im Mittelpunkt stehen:

1. So wird der Konzern die Aktivitäten in der Vermarktung neuer Produkte und Services und zur Kundengewinnung forcieren. „Wir werden mit aller Kraft und Entschlossenheit unsere bestehenden Marktanteile verteidigen und verlorene wieder zurückholen“, so Ricke. Auf diesem Weg soll der Konzernumsatz in den beiden kommenden Jahren um jeweils rund fünf Prozent auf 65,2 bis 66,2 Mrd. Euro im Jahr 2007 wachsen.

Die geplanten höheren Aufwendungen für den intensivierten Marktengang sind mit einem EBITDA-Volumen von rund 1,2 Mrd. Euro eingeplant, sodass für das Jahr 2006 – zusammen mit den positiven Ergebniseffekten aus der angestrebten Umsatzsteigerung – mit einem Rückgang des bereinigten Konzern-EBITDA auf 20,2 bis 20,7 Mrd. Euro zu rechnen ist. In 2007 soll das bereinigte EBITDA dann zwischen 21,7 und 22,2 Mrd. Euro liegen.

2. Weiterhin sollen, so Ricke, „tragfähige Kostenstrukturen“ sichergestellt werden. Dazu gehört entscheidend der Anfang November angekündigte Personalab- und -umbau im Konzern. Zum einen werden 32.000 Mitarbeiter den Konzern verlassen, zum anderen sind aber auch rund 6.000 Neueinstellungen in neuen Geschäftsfeldern und Bereichen vorgesehen, die eine hohe Kunden- und Servicenähe haben. Der Stellenwegfall erfolgt vor allem in Feldern, die direkt durch den rasanten technologischen Fortschritt betroffen sind.

3. Schließlich müssen Verbesserungen bei der von den Kunden wahrgenommenen Qualität der Produkte und Dienste erreicht werden. Die entsprechenden Maßnahmen im Rahmen des Excellence Program laufen und zeigen bereits Erfolge.

INSGESAMT 32.000 MITARBEITER WERDEN KONZERN ÜBER DREI JAHRE VERLASSEN - BINNEN DREI JAHREN 6.000 NEUEINSTELLUNGEN GEPLANT

Deutsche Telekom steht vor umfangreichem Personalumbau.

Angesichts gewaltiger Umbrüche in der Telekommunikationsbranche steht die Deutsche Telekom vor einem umfangreichen Personalumbau. Dieser sieht zum einen sozialverträgliche Maßnahmen zur Senkung der Mitarbeiterzahl, zum anderen aber auch Neueinstellungen von jungen Experten und Nachwuchskräften sowie die Veräußerung von Vivento-Einheiten vor.

32.000 Mitarbeiter sollen Konzern verlassen

Im Vorfeld der Bekanntgabe der Geschäftszahlen für das dritte Quartal informierte der Vorstand den Sozialpartner über die zugrunde liegenden Pläne und nahm die entsprechenden Moratoriumsgespräche auf. Die Personalmittelfristplanung 2006 bis 2008 sieht vor, dass in den nächsten drei Jahren rund 32.000 Mitarbeiter den inländischen Konzern verlassen. Dazu zählen auch rund 7.000 Mitarbeiter der Business Lines, z.B. Vivento Customer Services GmbH und Vivento Technical Services GmbH. Deren Beschäftigungsverhältnisse sollen endgültig aus der konzerninternen Beschäftigungsgesellschaft Vivento ausgegliedert werden. Diese Mitarbeiter werden also zukünftig nicht mehr bei der Telekom, sondern für andere Unternehmen tätig sein.

Nettostellenabbau in Höhe von 19.000

Den übrigen 25.000 Mitarbeitern, die den Konzern verlassen, stehen etwa 6.000 Neueinstellungen gegenüber. Dies werden beispielsweise junge Know-how-Träger und Nachwuchskräfte für T-Punkte sein. Somit reduzieren sich die Arbeitsplätze per Saldo um 19.000 über die nächsten drei Jahre.

Der Gesamtaufwand für das Programm beträgt rund 3,3 Mrd. Euro, verteilt über drei Jahre.

Keine betriebsbedingten Kündigungen

„Der vorgesehene Abbau erfolgt über den Einsatz freiwilliger Personalabbauinstrumente wie unter anderem zur Altersteilzeit und durch Abfindungen. Mit Blick auf

Beamte sind Gespräche mit dem Bund hinsichtlich einer Vorruhestandsregelung notwendig. Die Gespräche sollen nach Konstituierung der neuen Bundesregierung aufgenommen werden“, äußerte sich Personalvorstand Dr. Heinz Klinkhammer im Umfeld der Bekanntgabe der Umbaupläne. „Es wird wie vereinbart bei der Deutschen Telekom bis Ende 2008 keine betriebsbedingten Kündigungen geben“.

Im Hinblick auf die Gründe für den umfangreichen Personalumbau verwies Vorstandsvorsitzender Kai-Uwe Ricke auf den harten Wettbewerb, dem sich der Telekom-Konzern gegenwärtig und auch in der Zukunft zu stellen habe: „Der weltweite Umbruch der Branche, die rasante technologische Entwicklung und besonders der regulierungsbedingt harte Wettbewerb im Festnetz- und Breitbandbereich in Deutschland stellen den gesamten Konzern vor verschärfte Herausforderungen“, hob Ricke hervor. „Einerseits müssen wir in bisherigen Kernmärkten Stellen abbauen, andererseits besteht die Chance, in neuen innovativen Märkten Stellen zu schaffen.“

KURZMELDUNGEN

■ **Zwei Stiftungsprofessuren stärken Wissenschaftsstandort.** Die Deutsche Telekom Stiftung engagiert sich weiter in der Spitzenförderung. Zum Sommersemester 2006 wird die Freie Universität Berlin einen Lehrstuhl „Wertschöpfungsorientiertes Wissensmanagement“ besetzen, die Ludwig-Maximilians-Universität München wird den Lehrstuhl „Kommunikationsökonomie“ einrichten. Beide Professuren erforschen die Auswirkungen der Informations- und Wissensgesellschaft auf Unternehmen und Individuen im Wirtschaftsprozess. „Mit unseren Aktivitäten zur Spitzenförderung wollen wir den Wissenschaftsstandort Deutschland wirkungsvoll und dauerhaft stärken“, erläutert Dr. Klaus Kinkel, Vorsitzender der Deutsche Telekom Stiftung. Die Stiftungslehrstühle leisten einen wichtigen Beitrag, „nationale Kompetenzzentren zu schaffen, um sich im internationalen Vergleich messen zu können“.

■ **Berufsausbildung: erneut 4.000 Ausbildungsplätze bereitgestellt.** Damit ist die Deutsche Telekom auch weiterhin einer der größten Ausbildungsbetriebe in Deutschland. Am 1. September begann bundesweit das neue Ausbildungsjahr: 3.840 Auszubildende starteten bei der Telekom Training in fünf kaufmännischen Berufen, vier IT-Berufen oder als Elektroniker für Gebäude- und Infrastruktursysteme. Darüber hinaus stellte die konzerninterne Fachhochschule Leipzig 160 Studenten einen Studienplatz zur Verfügung. „Die Deutsche Telekom ist auch in wirtschaftlich schwieriger Situation bestrebt, ihre soziale Verantwortung zu wahren und die hohen Ausbildungskapazitäten zu erhalten“, betonte Personalvorstand Dr. Heinz Klinkhammer.

■ **Fußball-WM: Telekom einer der fünf bekanntesten Sponsoren.** Nach einer repräsentativen Umfrage der Universität Hohenheim liegen Adidas und Coca-Cola knapp ein Jahr vor der Mega-Veranstaltung in der Bekanntheit mit 68 bzw. 51

Prozent vorne. Eng beieinander die folgenden Plätze: McDonald's (46), Mastercard (44) und die Deutsche Telekom (42). Die WM ist für die Telekom nicht nur ein Schaufenster für das Unternehmen und seine Leistungen, sondern bietet auch hervorragende Möglichkeiten, neue Produkte zu entwickeln und Geschäftsfelder zu erschließen. „Auf dieser Plattform können wir unsere Marken in all ihren Facetten präsentieren“, so Stephan Althoff, Leiter Konzernsponsoring der Deutschen Telekom AG. Beispiele wie die Bereitstellung wesentlicher Komponenten der Kommunikationsinfrastruktur in zehn der zwölf WM-Stadien zeigen zudem laut Althoff, dass „unsere Engagements mit konkreten Geschäftsmodellen unterlegt sind. Schließlich ist Sponsoring für uns kein Selbstzweck. Jeder Euro muss sich auch rechnen“.

KURZMELDUNGEN (FORTSETZUNG)

■ **Auszeichnungen für Klima-Strategie des Telekom-Konzerns.** Die Deutsche Telekom ist für ihre Anstrengungen gegen den globalen Klimawandel ausgezeichnet worden. Zum einen hat das von 155 institutionellen Anlegern unterstützte Carbon Disclosure Project die Reaktionen der 500 bedeutendsten Unternehmen (lt. Financial Times 500) auf den Klimawandel bewertet. Daraus wurde der sogenannte Climate Leadership Index erstellt, in dem 60 Unternehmen enthalten sind, die mit ihren Maßnahmen gegen den Klimawandel besonders überzeugen konnten. Die Deutsche Telekom gehört zu dieser Gruppe. Auch die Züricher Agentur Sustainable Asset Management (SAM) würdigte das Umwelt-Engagement des Telekom-Konzerns. SAM stellt aus mehr als 2.000 internationalen Konzernen jährlich den Dow Jones Sustainability Index (DJSI) neu zusammen. Nur zehn Prozent der von SAM befragten Unternehmen schaffen die Aufnahme in den Index. Die Deutsche Telekom konnte sich zum siebten Mal in Folge qualifizieren und ist damit im DJSI seit seiner Einführung ohne Unterbrechung vertreten.

„Bringen Deutschland in die Spitzengruppe der Breitbandstaaten“

Laut T-Com Chef Walter Raizner „ist der Markt für die Breitbandkommunikation jetzt reif für den nächsten Entwicklungsschritt. T-Com hat in den vergangenen Jahren den Massenmarkt für die schnelle Internet-Kommunikation konsequent entwickelt.“ Für Raizner steht fest: „Unser Breitbandangebot gehört zum Besten in der internationalen Telekommunikationsbranche. Und dieses Angebot werden wir jetzt mit dem neuen Highspeed-Netz auf eine noch höhere Leistungsstufe heben.“

Telekom-Konzernchef Kai-Uwe Ricke verwies in diesem Zusammenhang allerdings darauf, dass sich solche Investitionen rechnen müssen: „Diese und weitere Investitionen sind natürlich auch vor dem Markterfolg und den Rahmenbedingungen eines neuen Marktes zu sehen.“

Breitbandmarkt ist reif für den nächsten Entwicklungsschritt

In der Telekommunikationsbranche war ebenso wie in der Unterhaltungselektronik und in der Medienwirtschaft in den vergangenen Jahren viel die Rede davon, dass die Branchen zusammenwachsen. Konvergenz lautete das entsprechende

NEUE LEISTUNGSQUALITÄT DER INTERNET-KOMMUNIKATION

IFA: Zukunftsprojekt für Deutschland angekündigt.

Highspeed für Deutschland – dies ist die Zielsetzung des neuen Hochgeschwindigkeitsnetzes, das T-Com in den beiden kommenden Jahren in bis zu 50 deutschen Großstädten aufbauen will. Die T-DSL Anschlüsse von T-Com erreichen mit dem neuen Netz eine neue Leistungsstärke. T-Com plant dabei Investitionen von bis zu drei Mrd. Euro für den Standort Deutschland.

Stichwort. Bislang war dieser Konvergenzprozess eher von verhaltener Dynamik gekennzeichnet. „Das ändert sich derzeit erkennbar“, so Walter Raizner. Denn die Möglichkeiten des breitbandigen Internets und die steigende Zahl der Kunden, die diese Möglichkeiten nutzen, haben eine Entwicklung in Gang gesetzt, in der beispielsweise die klassischen Anwendungen der Unterhaltungselektronik wie Entertainment, Spiele oder Filme mit der Internet-Kommunikation verschmelzen.

Über einen Breitbandanschluss lassen sich Datenmengen, wie sie bei solchen Medienanwendungen entstehen, problemlos transportieren. Der Trend: Das Internet wird zur universellen Informations-, Kommunikations- und Entertainmentplattform.

Ausreichend Kapazität für völlig neue Internet-Anwendungen

Datenübertragungsraten von bis zu 50 Megabit pro Sekunde machen nicht nur das Surfen im Internet und die Nutzung von Multimedia-Angeboten erst richtig attraktiv. Mit dem neuen Hochgeschwindigkeitsnetz eröffnet T-Com den Kunden darüber hinaus neue Internet-Anwendungen. Mit dem ambitionierten Projekt legt T-Com dafür zunächst einmal die technischen Grundlagen. Mittelfristig rücken dann auch Anwendungen des sogenannten Triple-Play – der Verbindung von Internet-Zugang,

Kommunikation und Unterhaltung – für viele Kunden in greifbare Nähe. Lesen Sie auf Seite 8 mehr zum geplanten Highspeed-Netz von T-Com.

Ein IFA-Schwerpunkt: integrierte Festnetz-Mobilfunk-Produkte

T-Mobile und T-Com präsentierten auf der IFA zielgruppenspezifische Lösungen, die Festnetz und Mobilkommunikation miteinander verbinden. Für alle, die beispielsweise auch in den eigenen vier Wänden per Handy komfortabel und festnetzgünstig kommunizieren möchten, entwickelt T-Mobile ein neues Produkt: mobile@home. Der Radius beträgt dabei bis zu zwei Kilometer. Der kommerzielle Start ist für das erste Quartal 2006 geplant.

Das Konvergenz-Produkt auf Festnetz-basis ist das DualPhone. Damit kommt ein völlig neues Gerät auf den Markt für all diejenigen, die die Vorteile des Festnetzes weiterhin nutzen möchten, aber zugleich Wert auf mehr Mobilität legen – ohne das Gerät wechseln zu müssen: Zu Hause telefoniert der Kunde über das Festnetz, an einem Hotspot, etwa im Flughafen oder Bahnhof, geht er über W-LAN ins Netz. Und mobil telefoniert er über die bewährte GSM-Qualität.

Mit dem DualPhone wurde auf der IFA ein völlig neues Konvergenz-Produkt angekündigt.



MEHR ALS 25 PROZENT UMSATZWACHSTUM IN DEN USA

T-Mobile überzeugt mit stärkstem Quartal der Unternehmensgeschichte.

Kundenwachstum des zweiten Quartals übertroffen

In den vergangenen zwölf Monaten ist die Zahl der Mobilfunkkunden in den vollkonsolidierten Gesellschaften der T-Mobile International um rund 7,7 Mio. auf nunmehr 83,1 Mio. gestiegen, ein Zuwachs von 10,2 Prozent bzw. 2,2 Mio. Neukunden im Vergleich der dritten Quartale 2004 und 2005. Damit wurde zugleich auch das Kundenwachstum des zweiten Quartals übertroffen. Zum Gesamtkundenwachstum trugen sämtliche Gesellschaften bei. Die stärksten Impulse kamen dabei erneut von T-Mobile USA und T-Mobile Deutschland:

- T-Mobile USA überzeugte im Zeitraum des Berichtsquartals knapp 1,1 Mio. Neukunden, sodass die Gesamtkundenzahl auf insgesamt 20,3 Mio. stieg. Mit dem Überspringen der 20-Millionen-Kunden-grenze wurde ein wichtiger Meilenstein erreicht. Innerhalb eines Jahres erhöhte sich die Kundenzahl der US-Tochter damit um rund vier Mio. Gleichzeitig konnten die Kosten für die Neukundengewinnung im Vergleich mit dem Vorjahresquartal um 28 Euro gesenkt werden.
- Der nationale Marktführer T-Mobile Deutschland gewann im Berichtsquartal 530.000 Kunden neu hinzu, sodass die Gesellschaft per Ende September insgesamt 28,7 Mio. Teilnehmer zählte. An die starke Entwicklung des Vorquartals mit 623.000 Netto-Neukunden konnte damit angeschlossen werden. Der Kundenzuwachs verteilt sich zu einem Drittel auf Vertrags- und zu zwei Dritteln auf Prepaid-Kunden, wobei die Steigerung entsprechend der Strategie des werthaltigen Wachstums mit geringeren Kundengewinnungskosten als im Vorjahresquartal erzielt werden konnte: Sie sanken um 16 Euro von 112 Euro auf 96 Euro.
- Auf dem unverändert schwierigen britischen Markt zeichnet sich für T-Mobile UK eine nachhaltige Stabilisierung ab. Nachdem die Gesamtteilnehmer im vor-

angegangenen Quartal netto noch rückläufig war, erzielte die T-Mobile Tochter im Berichtszeitraum wieder ein Wachstum von 259.000 Teilnehmern (inkl. Virgin) bzw. 7,3 Prozent auf 16,3 Mio. Kunden.

- Die Gesellschaften in den osteuropäischen Beteiligungen verzeichneten im Vergleich zum Vorjahresquartal durchweg erfreuliche Kundenzuwächse. Am deutlichsten zeigte sich der Anstieg bei der kroatischen T-Mobile Gesellschaft mit 21,5 Prozent auf nunmehr 1,7 Mio. Teilnehmer.

Gruppen-Umsatz steigt um mehr als 10 Prozent

T-Mobile International legte überzeugende Finanzzahlen vor, denn die positive Kundenentwicklung schlug sich zusammen mit einer gesteigerten Profitabilität deutlich in den Ergebnissen der Gruppe nieder.

So steigerte T-Mobile International den Umsatz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum im dritten Quartal deutlich um 10,6 Prozent auf über 7,6 Mrd. Euro. Gegenüber dem vorangegangenen zweiten Quartal bedeutet dies eine Zunahme um 6,3 Prozent. Hierbei war T-Mobile USA neben der im Vorjahr noch nicht konsolidierten T-Mobile Slovensko der entscheidende Treiber: Das Umsatzplus der US-Gesellschaft in Höhe von mehr als 25 Prozent liegt mit Abstand an der Spitze aller Gesellschaften. Auch die Ländergesellschaften in Kroatien, Tschechien und der Slowakei erwirtschafteten ein deutliches Umsatzplus im zweistelligen Bereich.

T-Mobile Deutschland mit werthaltigem Wachstum

Bei T-Mobile Deutschland waren die Umsätze im Vergleich mit dem Vorjahresquartal mit 2,2 Prozent leicht rückläufig. Maßgeblicher Grund ist der Rückgang bei den margenschwachen Endgeräten, deren Subventionierung zudem im Rahmen des „Save for Growth“-Programms

Mit einem deutlichen Umsatzwachstum von mehr als 10 Prozent im dritten Quartal und insgesamt überzeugenden Finanzzahlen hat das Geschäftsfeld Mobilfunk seine Rolle als wichtigster Wachstumstreiber des Telekom-Konzerns bestätigt.

im Sinne eines werthaltigen Wachstums zurückzuführen wurde. Erfreulich ist unter anderem, dass der Anteil von Kunden, die sich für einen Vertrag ohne Handy entscheiden – also auf subventionierte Geräte verzichten –, steigt. Dazu beigetragen haben nicht zuletzt die attraktiven Tarifangebote von T-Mobile Deutschland. Der durchschnittliche monatliche Kundenumsatz blieb mit 23 Euro gegenüber dem Vorquartal stabil.

EBITDA steigt überproportional zum Umsatz

EBITDA und bereinigtes EBITDA stiegen im Verhältnis zum Umsatz überproportional – dies ist ein deutlicher Beleg für die positive Entwicklung bei T-Mobile USA und die erfolgreiche Umsetzung von „Save for Growth“. Das EBITDA des dritten Quartals stieg im Vergleich mit dem Vorjahresquartal um 15 Prozent oder 256 Mio. Euro auf über 2,7 Mrd. Euro. Bezogen auf die ersten neun Monate des laufenden Geschäftsjahres wurde ein EBITDA-Wachstum von 13,6 Prozent auf 7,3 Mrd. Euro erzielt.

Parallel dazu konnte das bereinigte EBITDA, ebenfalls auf Neun-Monats-Ebene, um 15,7 Prozent auf 7,3 Mrd. Euro gesteigert werden. Mit mehr als 0,9 Mrd. Euro lagen dabei im dritten Quartal 2005 die EBITDA-Beiträge von T-Mobile USA und T-Mobile Deutschland erstmals auf gleichem Niveau.

Die bereinigte EBITDA-Marge des Geschäftsfelds verbesserte sich in den ersten neun Monaten auf 33,9 Prozent gegenüber 31,9 Prozent in der Vergleichszeit des Vorjahres. Die EBITDA-Marge des dritten Quartals 2005 betrug in Deutschland 43 Prozent, in den USA 30 und in Großbritannien 37 Prozent. Die Marge der osteuropäischen Gesellschaften lag im dritten Quartal bei jeweils mindestens 40 Prozent.

KURZMELDUNGEN

- **Exklusive Partnerschaft mit Megastar Robbie Williams.** Schwerpunkte der auf 18 Monate angelegten Zusammenarbeit sind europaweit exklusive Musikangebote über das Handy, Tournee-Events und internationale Werbekampagnen, die die Fans noch näher an die europäische Nummer eins im Musikgeschäft bringen. Durch die Partnerschaft werden Fans unter anderem Inhalte zugänglich gemacht, die auf keinem anderen Weg zu erhalten sind, beispielsweise Live-Übertragungen und das Herunterladen neuer Titel. Die erste Single-Auskopplung aus dem neuen Robbie-Williams-Album konnte etwa bereits vor der Veröffentlichung auf das Handy heruntergeladen werden. Weiterhin werden einige Mobilfunkgeräte von Sony Ericsson mit vorge-speicherten Inhalten rund um Robbie Williams und kostenlosen Downloads bereitgestellt. Die

Zusammenarbeit mit dem Weltstar zeigt, wie intensiv T-Mobile daran arbeitet, Musik und Mobilfunk zu verknüpfen, um so neue Kundengruppen zu erschließen und die Kundenbindung weiter zu verstärken.

- **Marketing: T-Mobile USA setzt auf Basketball.** T-Mobile USA ist eine weit reichende Marketing-Partnerschaft mit dem US-amerikanischen Basketballverband NBA und seinem Pendant der Frauen, der WNBA, eingegangen. Der Drei-Jahres-Vertrag ermöglicht es T-Mobile, über praktisch alle Kanäle von NBA und WNBA für die Mobilfunkdienste zu werben. Zudem wird T-Mobile seine Kunden mit speziellem Content, wie auch Nachrichten und Statistiken, auf dem neusten Stand über die Basketball-Liga halten. „T-Mobile und die NBA passen von Natur aus gut zusammen – beide Marken sind jung und dynamisch und wachsen schnell. Diese Partnerschaft soll den Wachstumsmotor von T-Mobile USA wei-

ter antreiben“, so Mike Butler, Marketing-Chef von T-Mobile USA.

- **Jugendschutz: Mobilfunkanbieter beschließen gemeinsamen Verhaltenskodex.** T-Mobile und weitere deutsche Mobilfunkanbieter haben mit dem „Verhaltenskodex der Mobilfunkanbieter in Deutschland zum Jugendschutz im Mobilfunk“ einheitliche Standards festgelegt, um junge Kunden vor entwicklungsbeeinträchtigenden oder -gefährdenden Inhalten zu schützen. Neben den Inhaltsangeboten betrifft der Kodex die mobile Nutzung von Chatrooms und den Download von Filmen und Spielen sowie die Einsetzung eines Jugendschutzbeauftragten. Die Kommission für Jugendmedienschutz als zuständige zentrale Aufsichtsstelle der Landesmedienanstalten begrüßt den Verhaltenskodex ausdrücklich.

KOMMERZIELLER START ZUR CEBIT 2006

HSDPA bringt mobile Anwendungen auf DSL-Tempo.

Das Kürzel HSDPA steht für eine neue innovative Übertragungstechnologie im Mobilfunk, mit der Daten im bestehenden UMTS-Netz von T-Mobile schon bald mit einer Bandbreite von bis zu 1,8 Megabit pro Sekunde transportiert werden. Damit macht T-Mobile Highspeed-UMTS möglich und unterstreicht seine Rolle als Innovationsführer im Mobilfunkmarkt.

HSDPA erweitert das bestehende Technologieangebot

Ziel von T-Mobile ist es, seinen Kunden an ihrem jeweiligen Standort die schnellstmögliche Übertragungstechnik zur Verfügung zu stellen. HSDPA ist dafür ein wichtiger Baustein, denn die neue Technologie ergänzt das bestehende Angebot mit GPRS, UMTS und W-LAN. Momentan bietet T-Mobile zusammen mit T-Com in Deutschland bereits an rund 5.700 HotSpots W-LAN an.

Verfügbare Bandbreite steigt um das Fünffache

Während die verfügbare Bandbreite (Datenübertragungsrates) im UMTS-Netz derzeit 384 Kilobit pro Sekunde beträgt, steigt sie mit HSDPA um den Faktor 5 auf bis zu 1,8 Megabit pro Sekunde. In Zukunft werden diese Geschwindigkeiten dann schrittweise auf bis zu 7,2 Megabit in der Sekunde weiter erhöht. Damit ist HSDPA schneller als viele heutige DSL-Basisanschlüsse, erlaubt schnelle Zugriffe

auch auf sehr komplexe Intranet-Anwendungen oder Internetseiten und verkürzt noch einmal deutlich die Wartezeit beim Seitenaufbau.

T-Mobile ist erster Anbieter einer HSDPA-fähigen Datenkarte für Laptops

Seit September testet eine Reihe von T-Mobile Geschäftskunden im Rahmen von Pilotversuchen das neue Highspeed-UMTS in mehreren Großstädten. Darüber hinaus vermarktet T-Mobile als erster Mobilfunkbetreiber in Deutschland ein Endgerät für das mobile Hochgeschwindigkeitsnetz: Seit Ende September ist die neue Mobile DSL Card 1800 im Internetshop von T-Mobile erhältlich. Auch wenn der offizielle Startschuss erst zur kommenden CeBIT fällt, können Anwender die Laptop-Karte ab sofort schon im Netz von T-Mobile mit GPRS-Geschwindigkeit nutzen – Zukunftssicherheit in Sachen schnelle mobile Datenübertragung ist also inbegriffen.



Multimedia-Anwendungen wie das Herunterladen von Musiktiteln werden mit HSDPA noch attraktiver und komfortabler.

MILLIARDEN-INVESTITIONEN ZUM AUFBAU EINES HIGHTECH-GLASFASERNETZES

Das neue Highspeed-Netz von T-Com.

Mit einer neuen Übertragungstechnik werden Bandbreiten von bis zu 50 Megabit pro Sekunde (Mbit/s) möglich. Der Aufbau des geplanten hochmodernen Glasfasernetzes wird bis zu drei Mrd. Euro kosten und ebnet den Weg für völlig neue Multimedia-Angebote. Das Investitionsprojekt ist Teil des Maßnahmenpakets, mit dem die Deutsche Telekom zukunftssicher gemacht werden soll.

Mit dem geplanten 50-Megabit-Netz schlägt T-Com ein neues Kapitel der T-DSL Erfolgsgeschichte auf.



Bis zu drei Mrd. Euro für den Standort Deutschland

Bis 2007 will T-Com die 50 größten deutschen Städte mit breitbandigen Highspeed-Anschlüssen ausstatten. Der Aufbau des neuen Netzes erfolgt schrittweise: Die ersten zehn dieser Städte sollen bis Mitte 2006 an das neue Glasfasernetz angeschlossen sein. Dies sind Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, Hannover, Köln, Leipzig, München, Nürnberg und Stuttgart. Damit können dann bereits rund 2,9 Mio. Menschen nicht nur auf superschnelles Internet zugreifen, sondern neue, multimediale Anwendungen in herausragender Qualität nutzen. Bis 2007 plant T-Com weitere 40 Städte an das Hochgeschwindigkeitsnetz anzubinden. Insgesamt bedeutet dies eine Investition von bis zu drei Mrd. Euro – Marktnachfrage und klare regulatorische Rahmenbedingungen vorausgesetzt. Dafür müssen rund 18.000 Kilometer Glasfaserkabel gelegt und 74.000 Verteilerkästen umgebaut werden.

Neue Phase der Breitband-Entwicklung eingeleitet

Über sieben Mio. Kunden können schon heute mit einem T-DSL Anschluss im Internet surfen. Mit T-DSL 6000, dem bislang leistungsfähigsten DSL-Standardanschluss von T-Com, empfangen Privatkunden somit Daten aus dem Internet mit bis zu sechs Mbit/s. Marktüblich sind derzeit Übertragungsraten von ein bis zwei Mbit/s.

Ein Internetanschluss, der eine Übertragungsrate von 50 Mbit/s bereitstellt, stößt in eine neue Dimension vor: Dann können Kunden zum Beispiel Unterhaltungsangebote wie Filme in HDTV-Qualität empfangen, parallel dazu Musik oder Computerspiele individuell abrufen oder ein Videotelefonat führen. Auch neue Formen des E-Learnings im Bereich Weiterbildung und internetbasierte Verwaltungs- und Behördenservices (E-Government) wären damit umsetzbar. Über einen solchen Anschluss lassen

sich alle Formen der Telekommunikation, des Informationszugriffs und der Medienutzung bündeln. Damit ist das neue Hochgeschwindigkeitsnetz zusammen mit der geplanten Verschmelzung von T-Online auf die Deutsche Telekom Basis für die Triple-Play-Strategie des Konzerns.

Weiterentwicklung der ADSL-Technologie

Die schnellen Datenverbindungen basieren auf der sogenannten VDSL-Technologie (Very High Data Rate Digital Subscriber Line), einer Weiterentwicklung der heute verwendeten ADSL-Technologie, auf der die bekannten DSL-Anschlüsse basieren. Der praktische Einsatz wird derzeit in Pilotprojekten in Stuttgart, Hamburg und Hannover erprobt, wobei den Kunden Übertragungsgeschwindigkeiten von bis 25 Mbit/s zur Verfügung stehen. Die technische Herausforderung besteht darin, die neue Technologie so nahe wie möglich an die Kunden heranzubringen, da die hohen Datenraten sich nur über

eine vergleichsweise kurze Distanz realisieren lassen. Daher müssen die technischen Komponenten direkt in die Kabelverzweiger in den Wohngebieten eingebaut werden.

Nächstes Kapitel der T-DSL Erfolgsgeschichte

Nicht zum ersten Mal beweist sich die Deutsche Telekom als Motor der technischen Entwicklung in Deutschland. Bereits 1999 führte sie den schnellen Zugang zum Internet per DSL-Technik ein. Auch kleinen Firmen und privaten Haushalten ermöglichte T-Com auf diese Weise, die Vorteile der Breitbandkommunikation zu nutzen, die bis dahin zumeist Großkunden mit Glasfaseranschlüssen vorbehalten war. Einen weiteren Quantensprung bedeutete die Einführung der W-LAN-Technologie im Jahr 2002, mit der nun auch kabellos im Internet per Breitband gesurft werden konnte. Diese Erfolgsgeschichte von T-DSL setzt das jetzt angekündigte Hochgeschwindigkeitsnetz mit noch

höheren Übertragungsraten und innovativen Anwendungsfeldern nahtlos fort.

Auch im UMTS-Mobilfunk werden die breitbandigen Zugänge noch einmal schneller. Laut René Obermann, Vor-

stand Mobilfunk der Deutschen Telekom, wird der Startschuss für die kommerzielle Nutzung auf der Basis der HSDPA-Technologie (lesen Sie dazu den Artikel auf Seite 7) zur CeBIT 2006 fallen.



Beim Aufbau des hochmodernen Netzes sind umfangreiche Arbeiten an der Netzinfrastruktur erforderlich.

KURZMELDUNGEN

T-ONLINE ■ Neuer Online-Marktplatz ElectronicScout24. ElectronicScout24 ist die neue Online-Handelsplattform für Unterhaltungselektronik, Telekommunikation, IT- und Haushaltsgeräte. Pünktlich zum Weihnachtsgeschäft baut T-Online damit seine Markenfamilie weiter aus. Die Vermarktung erfolgt unter der bekannten Marke Scout24. Auf dem Internet-Marktplatz bieten Händler ihre Produkte, Neu- und Gebrauchsgüter, zum Festpreis an. Die Verkaufsgebühren liegen dabei mit 3,5 Prozent des Verkaufspreises deutlich unter denen anderer Marktplätze. „Nachdem sich der Online-Handel zunehmend etabliert, wollen wir noch intensiver an den glänzenden Perspektiven dieses Geschäftssegments partizipieren“, erklärt Rainer Beaujean, Vorstandsvorsitzender der T-Online International AG. „Wir haben bei T-Online in der Vergangenheit etwa mit unserer Erfolgsstory Musicload bereits gezeigt, dass wir es verstehen, uns in umkämpften Wachstumsmärkten sehr erfolgreich zu etablieren und zu behaupten.“

T-COM ■ Personalien: neues Innovationsressort, Wechsel im Personalbereich. Bernd Kolb, Gründer und bis vor kurzem Vorstandschef des seit 1999 börsennotierten Multimedia-Unter-

nehmens ID Media AG, ist zum Innovationsvorstand der T-Com berufen worden. In dem neu geschaffenen Ressort werden alle Innovationsaktivitäten von T-Com gebündelt. Kolb wird künftig ganzheitlich für die Weiterentwicklung von Endgeräten, Produkten und Services verantwortlich sein. Darüber hinaus steuert der 42-jährige auch die kürzlich gegründete T-Com Innovationsgesellschaft in Berlin. Für seine Arbeiten bei ID Media gewann Kolb mehr als 90 nationale und internationale Auszeichnungen.

Einen Wechsel geben wird es im T-Com Personalvorstand: Thomas Edig, bislang Personalchef der Alcatel S.A. in Paris, wechselt spätestens zum 1. April 2006 von der Seine an den Rhein. Mit dem 44-jährigen Edig wurde ein ausgewiesener Telekommunikations- und Personalexperte gefunden. Der gegenwärtige Personalvorstand Karl Knoll legt die Leitung des Bereichs aus persönlichen Gründen nieder. Dietmar Welslau, Chef der Telekom-eigenen Beschäftigungsagentur Vivento, hat die Aufgaben übergangsweise übernommen.

■ Aktion „Mark und Pfennig“ nach großem Erfolg verlängert. Rund 7.000 Kunden nutzen täglich das T-Com Angebot, mit „Mark und Pfennig“ im Telefongehäuse zu bezahlen. Seit Juni 2005 sind auf diese Weise rund eine Mio. Gespräche geführt worden, insgesamt wurden so bis Ende Oktober rund 10 Tonnen der alten Währung „eingesammelt“. Um den Kunden die

Möglichkeit zu geben, ihre alten Münzen auf sinnvolle und einfache Weise zu nutzen, hat T-Com die Akzeptanz der ehemaligen Währung bis auf weiteres verlängert. Bundesweit können T-Com Kunden an über 60.000 öffentlichen Telefonstellen mit Münzgeld bezahlen. Der Umrechnungskurs beträgt seit dem 1. November 2:1; also 2 D-Mark = 1 Euro.

■ Kooperation mit Microsoft bündelt Know-how für kleine Unternehmen. Dadurch profitieren Geschäftskunden von der hohen Beratungskompetenz in den T-Punkt Business und den integrierten Softwarelösungen des Softwareherstellers. In einem speziellen IT-Bereich innerhalb ausgewählter T-Punkt Business zeigen Experten am Beispiel des von Microsoft gegründeten virtuellen Musterunternehmens „Contoso Tours GbR“ verständlich und nachvollziehbar die Potenziale integrierter Softwarelösungen im Hinblick auf mehr Produktivität, Wirtschaftlichkeit und die bessere Ausnutzung von Wettbewerbsvorteilen. Und zwar in einer Weise, die auch für Unternehmer ohne IT-Know-how nachvollziehbar ist. „Unseren Experten in den T-Punkt Business steht mit Contoso nun ein weiterer Produktbaustein der speziell für kleine Unternehmen konzipierten IT-BüroLösungen von T-Com zur Verfügung“, sagte Andreas Riedel, Vorsitzender der Geschäftsführung der T-Punkt Vertriebsgesellschaft mbH.

342.000 NEUE DSL-TARIFKUNDEN IN DEUTSCHLAND

T-Online erzielt im 3. Quartal weitere Effizienzverbesserungen.

T-Online hat die Zahl der Breitbandkunden in ihrem Kernmarkt im dritten Quartal auf inzwischen mehr als vier Mio. gesteigert. Bei den Umsatzerlösen legte insbesondere das Segment Übriges Europa deutlich zu.

Plus 35,3 Prozent beim Auslandsumsatz

Besonders stark expandierte T-Online im Berichtszeitraum in Frankreich und Spanien. Im entsprechenden Segment Übriges Europa gelang es im dritten Quartal, den Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um 35,3 Prozent zu steigern. Verglichen mit den ersten neun Monaten 2004 betrug das Umsatzwachstum der europäischen T-Online Aktivitäten 19,2 Prozent: von 168,9 Mio. Euro auf 201,3 Mio. Euro. Damit konnte das Segment allein im dritten Quartal 13,1 Prozent zum Konzernumsatz beisteuern – im Vergleich zu 11,5 Prozent zum Vorjahreszeitpunkt.

Insgesamt erwirtschaftete der T-Online Konzern in den ersten neun Monaten mehr als 1,5 Mrd. Euro und wuchs damit um 4,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Auf

besserungen weitere Fortschritte und eine Steigerung der Rohertragsmarge (um den Materialaufwand bereinigter Umsatz im Verhältnis zum Umsatz): Nach den ersten drei Quartalen 2005 beträgt die Kennziffer 66,2 Prozent nach 65,1 Prozent zum Vorjahreszeitpunkt. In Deutschland lag die Rohertragsmarge für die ersten neun Monate 2005 bei 70,1 Prozent nach 67,2 Prozent für die ersten drei Quartale des Vorjahres. Belastend wirkten sich die strategischen Aufwendungen zur Kundenbindung und -gewinnung aus. So führte T-Online in Deutschland Werbekampagnen für Breitbandangebote fort und wendete im Segment Übriges Europa mehr Finanzmittel für den aggressiven Marktengang auf.

Vom prognostizierten EBITDA (jeweils ohne wesentliche Einmaleffekte) in Höhe

Tarifkunden hinzu. Dies entspricht einer Steigerung um 37,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr und sogar um 69,7 Prozent gegenüber dem Vorquartal. Im deutschen DSL-Markt konnte T-Online im Berichtsquartal 342.000 Neukunden überzeugen, die DSL-Tarifkundenbasis stieg damit auf mehr als vier Mio. an, konzernweit sogar auf 4,6 Mio.

Attraktive Preise zum Surfen und Telefonieren im Internet

Damit sich das Tariffkundenwachstum fortsetzt, optimiert T-Online mit neuen transparenten und hochkompetitiven DSL-Tarifen weiter das Portfolio in Deutschland. So bietet T-Online seit Anfang November mit einheitlich 9,95 Euro jeweils für die DSL-Flatrate und auch für die DSL-Telefonie-Flatrate ein attraktives Angebot zum Surfen und Telefonieren im Internet.

Marken-Strategie ist wichtiger Erfolgsfaktor

Um seinen Erfolgskurs fortzusetzen, konzentriert sich T-Online auch auf den Portalbereich, der zuletzt mit zwei neuen Präsenzen weiter ausgebaut wurde. Im August 2005 startete T-Online mit GameLoad ein Shopping-Portal für Computerspiele, im Oktober folgte ElectronicScout24 (s. zugehörige Kurzmeldung).

T-Online verfügt im Aufbau und Entwicklung junger Internetmärkte über eine ausgewiesene Expertise: Zum Beispiel entwickelte der Konzern den Online-Musikmarkt Musicload und den Online-Automarkt AutoScout24 erfolgreich zu Marktführern in ihrem jeweiligen Segment in Deutschland.

Wie viel versprechend die Marktposition von T-Online im wachstumsstarken Portalbereich ist, zeigt das Beispiel Musicload: Mit 9,5 Mio. Downloads in den ersten neun Monaten 2005 hält T-Online nicht nur die Spitzenposition im deutschen Markt, sondern hat bereits jetzt die Download-Ziffer des gesamten Vorjahres übertroffen.

„BÜROWELTEN“ VON T-SYSTEMS BOTEN LÖSUNGEN ZUM ANFASSEN

SYSTEMS 2005 ganz im Zeichen des Mittelstands.

Auf der SYSTEMS, der führenden Fachmesse für Informationstechnologie, Medien und Kommunikation, zeigten in diesem Jahr 1.260 Aussteller vor allem Lösungen für mittelständische Unternehmen. T-Systems präsentierte in vier verschiedenen „Bürowelten“ ganz praxisnah, wie IT- und Kommunikationslösungen das tägliche Geschäft kleinerer und mittlerer Unternehmen erleichtern.

SYSTEMS etabliert sich als „Arbeitszimmer der Branche“

Vom 24. bis 28. Oktober 2005 besuchten rund 33.000 meist mittelständische Unternehmen die SYSTEMS in München – damit etabliert sich die Messe zusehends auch als entscheidende Fachmesse für diese Zielgruppe. „Unser Mittelstandsprogramm wendet sich an Besucher, die keine eigene IT-Abteilung oder IT-Profis im Unternehmen haben“, erläuterte Klaus Dittrich, Geschäftsführer der Messe München International. „Mit speziellen Angeboten wollen wir denjenigen Orientierungshilfe geben, die in Informations- und Telekommunikationstechnik nicht so firm sind.“ Entsprechend positioniert sich die SYSTEMS verstärkt als das „Arbeitszimmer der Branche“. Neben T-Systems waren auch T-Online und T-Mobile mit eigenen Auftritten auf der SYSTEMS vertreten und präsentierten Geschäftskunden-orientierte Lösungen und Produkte.

T-Systems setzte auf praktische Lösungen

Ganz praktische Lösungen, wie Informations- und Kommunikationstechnik ineinander greifen und Abläufe im Unternehmen

vereinfachen, demonstrierte T-Systems auf seinem Messestand. Dazu simulierten vier verschiedene „Bürowelten“ typische Prozesse mittelständischer Unternehmen und zeigten Problemlösungen an konkreten Beispielen auf. „Im Mittelpunkt standen die praxisorientierten Prozessabläufe. So konnten die Messebesucher leichter nachvollziehen, wie unsere Lösungen und Produkte ihr tägliches Geschäft erleichtern“, erläuterte Helmut Binder, Geschäftsführer Marketing & Produkt Management bei T-Systems Business Services, das Präsentationskonzept.

Flexible Lösungen für die Kundenansprache

Die „Welten“ beschäftigten sich unter anderem mit den Themenfeldern Marketing und Vertrieb sowie Beschaffung und Warenwirtschaft. Zum Beispiel gewinnen für das Marketing, also die Kundenansprache und Produktpäsentation, moderne IT-Systeme für die professionelle Pflege von Kundenbeziehungen immer weiter an Bedeutung. T-Systems demonstrierte in der „Bürowelt Marketing/Produktmanagement“, wie auch mittelständische Unternehmen in dieses sogenannte

maßgeschneiderte Lösungen für Standardsoftware des Herstellers SAP, die flexibel zu mieten sind. Auf diese Weise passen die Betriebe ihre IT-Ressourcen dem jeweiligen Geschäftsverlauf individuell und zeitnah an. Indem kleine und mittlere Unternehmen ihre Warenwirtschaft in den sicherheitszertifizierten Rechenzentren von T-Systems betreiben, senken sie zudem ihr Investitionsrisiko und gestalten ihre Kosten variabler.

IT-Sicherheit aktueller denn je

Hohes Interesse im Mittelstand genießt weiter das Thema IT-Sicherheit. Dies hängt auch mit dem Aufkommen neuer Sicherheitsrisiken durch den zunehmenden Einsatz mobiler Lösungen und die Kommunikation auf vernetzten Plattformen (z.B. Telefonieren über das Internet) zusammen. Die Vernetzung von Systemen birgt die Gefahr, dass bisher aus dem Internet bekannte Bedrohungen wie Spam, Viren und Trojaner auch auf diesen Internet-Protokoll-basierten Diensten auftreten und sich verbreiten.

Mittelständler haben die Bedeutung der IT-Sicherheit erkannt und investieren verstärkt in den Schutz ihrer Informationstechnik. Wer sich aber für überdimensionierte Lösungen entscheidet, verursacht unnötige Wartungskosten. T-Systems bietet daher speziell auf den Bedarf kleiner und mittlerer Unternehmen zugeschnittene Sicherheitslösungen an. Komplettpakete schützen Büronetzwerk und PCs zum Beispiel mit Virenskannern, Spam-Filtern und sogenannten Firewalls gegen Angriffe aus dem Internet. Eine weitere Lösung sind automatische Sicherungsroutinen (Back-ups), die geschäftskritische Daten durch doppeltes Abspeichern gegen Datenverlust sichern. Die entsprechenden Programme aktualisieren sich selbstständig über das Internet und funktionieren wartungsfrei.

Mieten statt kaufen

Dieses Motto gilt auch für weitere betriebswirtschaftliche Anwendungen wie etwa die Warenwirtschaft. So zeigte T-Systems



Die SYSTEMS positioniert sich zunehmend als „Arbeitszimmer der Branche“.

Der Erfolg elektronischer Marktplätze wie ElectronicScout24 belegt die Kompetenz von T-Online im Portalbereich.



Quartalsebene, also im Vergleich der beiden dritten Quartale, betrug die Zunahme ebenfalls 4,3 Prozent. Der Quartalsumsatz stieg von 485 Mio. Euro auf 506 Mio. Euro.

Ergebnisvorgaben in Reichweite

Im dritten Quartal 2005 erzielte T-Online ein jeweils um Sondereffekte bereinigtes Konzernergebnis von 23,4 Mio. Euro und ein EBITDA von 77,0 Mio. Euro.

Insbesondere auch auf der Kostenseite erzielte T-Online durch Effizienzver-

von 285 Mio. Euro wurden bereits 266 Mio. Euro erreicht, beim Konzernergebnis wurden von insgesamt erwarteten 150 Mio. Euro bereits 146 Mio. Euro im Berichtszeitraum erzielt. Entsprechend befindet sich T-Online nach Ablauf des dritten Quartals auf einem guten Weg, die eigenen Ergebnisvorgaben für das Geschäftsjahr 2005 klar zu erfüllen.

Europaweit 4,6 Mio. DSL-Kunden

Insgesamt gewann T-Online konzernweit im dritten Quartal 405.000 neue DSL-