

direkt

Informationen aus erster Hand

3/2003

Redaktionsschluss: 16. September 2003

IM BRANCHENVERGLEICH STÄRKSTES UMSATZWACHSTUM

Erstes Halbjahr 2003: positive Tendenz gefestigt.

Die Deutsche Telekom hat im ersten Halbjahr den Kurs des ertragsorientierten Wachstums fortgesetzt und die Entschuldung weiter vorangetrieben. Insbesondere die gute Ertragsentwicklung zeigt deutlich, dass sich die massiven Maßnahmen zur Effizienzsteigerung positiv auswirken. Vor diesem Hintergrund strebt der Vorstand für das kommende Geschäftsjahr die Rückkehr zur Dividendenzahlung an.



Konnten den Medien einen positiven Verlauf des ersten Halbjahres im Geschäftsjahr 2003 berichten: Vorstandsvorsitzender Kai-Uwe Ricke und Finanzvorstand Dr. Karl-Gerhard Eick

Ricke: „Neuausrichtung zeigt klare Wirkung“

„Als wir vor drei Monaten die Ergebnisse des ersten Quartals präsentiert haben, lautete die Botschaft: Der Turnaround ist eingeleitet. Die Halbjahreszahlen bestätigen, dass sich diese Tendenz im zweiten Quartal fortgesetzt hat“, sagte Vorstandsvorsitzender Kai-Uwe Ricke bei der Bekanntgabe der Halbjahreszahlen in Bonn. Und weiter: „Die Neuausrichtung der Telekom zeigt klare Wirkung.“

Umsatz: plus 5,7 Prozent

Der Konzernumsatz stieg gegenüber dem ersten Halbjahr 2002 um 5,7 Prozent bzw. rund 1,5 Milliarden Euro auf 27,2 Milliarden Euro. Ricke: „Kein anderes vergleichbares Unternehmen unserer Industrie hat beim Umsatz stärker zugelegt.“

Dynamische Entwicklung der Divisionen und des Auslandsgeschäfts

Die wesentlichen Beiträge zum Umsatzwachstum im zweiten Quartal 2003 wie auch im Halbjahr 2003 lieferten die Divisionen T-Mobile und T-Online. Insgesamt stieg der Konzernumsatz im zweiten Quartal um 4,7 Prozent auf rund 13,6 Milliarden Euro. Die Entwicklung des Auslandsgeschäfts war mit einem Plus von 15,4 Prozent auf knapp 5 Milliarden Euro im Quartal bzw. fast 18 Prozent im Halbjahr auf 10,1 Milliarden Euro ebenfalls positiv.

EBITDA: plus 27 Prozent

Das Konzern-EBITDA verbesserte sich im ersten Halbjahr 2003 um 27,2 Prozent auf 9,6 Milliarden Euro – im Vergleich zu 7,6 Milliarden Euro in der Vorjahresperiode. Das bereinigte EBITDA ist im Berichtszeitraum um 17 Prozent auf knapp 9,1 Milliarden Euro gestiegen.

Themen

**Geschäftszahlen
erstes Halbjahr**

Neues Konzernleitbild

**T-Com: ab sofort
mit eigenständigem
Markenauftritt**

**T-Mobile: Teilnehmer-
wachstum bei allen
Tochtergesellschaften**

**T-Online: Breitband
weiterhin Wachstumstreiber**

**T-Systems: mehrere
bedeutende Großaufträge**

Im Quartalsvergleich stieg das Konzern-EBITDA von April bis Juni um knapp 25 Prozent auf 4,7 Milliarden Euro. Bereinigt um Sondereinflüsse verbesserte es sich um knapp 16 Prozent auf 4,6 Milliarden Euro. Besonders wichtig: Zum Anstieg der operativen Ertragskraft haben alle Divisionen beigetragen. Zudem wirkten sich im zweiten Quartal Sondereinflüsse von saldiert rund 0,1 Milliarden Euro positiv aus. Diese resultierten insbesondere aus Veräußerungsgewinnen von Finanzanlagen. Denen gegenüber standen im Wesentlichen Aufwendungen aus zinssatzbedingten höheren Zuführungen zu Pensionsrückstellungen – hauptsächlich bei T-Com.

Effizienzsteigerung und Kosteneinsparungen

Die EBITDA-Entwicklung zeigt deutlich, dass die Maßnahmen zur Effizienzsteigerung spürbar greifen. Durch das Programm „E hoch 3“ hat der Konzern im ersten Halbjahr 2003 aus Kosteneinsparungen und Skaleneffekten einen ergebniswirksamen Beitrag von rund 0,8 Milliarden Euro realisiert. T-Com und auch T-Systems konnten bei den Sachkosten zusammen gut 0,4 Milliarden Euro einsparen. T-Mobile und T-Online erzielten bei steigenden Umsätzen gleichfalls erhebliche Skaleneffekte von rund 0,4 Milliarden Euro.

Konzernüberschuss: deutlich positiv

Die gute Entwicklung der operativen Ertragskraft spiegelt sich auch im Konzernüberschuss wider: Das Netto-Ergebnis wurde um rund 5 Milliarden Euro von negativen 3,9 Milliarden Euro auf 1,1 Milliarden Euro gesteigert. Diese Verbesserung des Konzernüberschusses im Halbjahresvergleich resultiert neben der Verbesserung des Ergebnisses der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit auch aus positiven Steuereffekten, die im ersten Quartal angefallen waren. Bereinigt um die jeweiligen Sondereffekte beträgt der Konzernüberschuss im ersten Halbjahr 275 Millionen Euro – gegenüber einem Minus von rund 3,1 Milliarden Euro im Vorjahreszeitraum.

Nettofinanzverbindlichkeiten: Entschuldungsziel 2003 schon nahezu erreicht

Seit Initiierung der Maßnahmen zur Reduzierung der Netto-Finanzverbindlichkeiten im vierten Quartal 2002 wurde die Verschuldung bis zum 30. Juni 2003 insgesamt um 11,3 Milliarden Euro zurückgeführt. Damit ist praktisch bereits zur Jahresmitte 2003 das Entschuldungsvolumen erreicht, das im Rahmen des Programms „6+6“ im November vergangenen Jahres angekündigt worden war.

2. Quartal: Schulden um weitere 3,3 Milliarden Euro zurückgeführt

So wurden zum 30. Juni 2003 die Netto-Finanzverbindlichkeiten auf 53,0 Milliarden Euro reduziert. Dies bedeutet gegenüber dem schon im ersten Quartal des laufenden Jahres erreichten Schuldenabbau von 4,8 Milliarden Euro eine weitere, zusätzliche Rückführung um 3,3 Milliarden Euro im zweiten Quartal – unter anderem bedingt durch Zuflüsse aus der Veräußerung von Beteiligungen. Zudem trugen eine im zweiten Quartal erfolgte Steuererstattung sowie Cash-Flows aus der Geschäftstätigkeit und Währungseffekte zur Entschuldung bei.

Free Cash-Flow: plus 40 Prozent im Halbjahresvergleich

Im ersten Halbjahr 2003 betrug der Free Cash-Flow vor Ausschüttung 4 Milliarden Euro und lag damit um rund 40 Prozent über dem Wert des ersten Halbjahres 2002 von 2,8 Milliarden Euro. Zudem hat der Wegfall der im Jahr 2002 erfolgten Dividendenauszahlungen für das Jahr 2001 den Anstieg des Free Cash-Flows nach Ausschüttung auf 3,9 Milliarden Euro nach 1,3 Milliarden Euro im Vergleich der beiden Halbjahre begünstigt.

Halbjahresergebnisse der Divisionen im Überblick

■ **T-Com** verzeichnete im ersten Halbjahr 2003 einen Rückgang des Gesamtumsatzes von rund 2,7 Prozent. Grund

waren das schwierige konjunkturelle Umfeld sowie die Dekonsolidierung der restlichen Kabelgesellschaften. Starke Fortschritte erzielte T-Com bei der Effizienzverbesserung: Gegenüber der Vergleichsperiode konnten im ersten Halbjahr 2003 Kosten von mehr als 300 Millionen Euro eingespart werden. Getragen durch diese Effizienzfortschritte erzielte T-Com im ersten Halbjahr eine Steigerung des EBITDA um 1,7 Prozent auf gut 5,1 Milliarden Euro. Unter Berücksichtigung der Sondereinflüsse betrug der Anstieg des bereinigten EBITDA sogar 3,5 Prozent auf 5,2 Milliarden Euro.

■ Die Entwicklung bei **T-Mobile** war vor allem gekennzeichnet durch die deutlich erhöhte Teilnehmerbasis und die in fast allen Märkten gestiegenen Umsätze je Kunde. Einen ausführlichen Bericht zu T-Mobile lesen Sie auf Seite 5.

■ **T-Systems** verzeichnete vor dem Hintergrund eines schwierigen Branchenumfelds im Berichtszeitraum insgesamt eine stabile Entwicklung. Der Gesamtumsatz lag mit rund 5,1 Milliarden Euro im ersten Halbjahr auf einem leicht höheren Niveau als in der Vergleichsperiode. Das bereinigte EBITDA stieg um gut 22 Prozent auf 623 Millionen Euro gegenüber 509 Millionen Euro per 30.6.2002. Auch T-Systems verzeichnete damit erhebliche Effizienzfortschritte. Im Halbjahr wurden Kosteneinsparungen von knapp 140 Millionen Euro realisiert.

■ Die Division **T-Online** konnte auch im ersten Halbjahr 2003 ihren Kurs des profitablen Wachstums fortführen. Lesen Sie zur Entwicklung bei T-Online bitte den Artikel auf Seite 6.

Ausblick: Rückkehr zur Dividendenzahlung angestrebt

Zwar hat sich das Geschäftsjahr 2003 bisher sehr positiv für die Deutsche Telekom entwickelt. Die konjunkturelle Situation hat sich aber bislang nicht entspannt. Ziel bleibt daher ein stabiler Geschäftsverlauf und das Erreichen des für das Gesamtjahr geplanten Konzern-EBITDA in einer Spanne von 17,2 bis 17,7 Milliarden Euro. Die Prioritäten für das Jahr 2004 lauten weiterhin: Optimierung des operativen Cash-Flows sowie Fortführung des Schuldenabbaus.

Darüber hinaus strebt der Vorstand für das Geschäftsjahr 2004 – zahlbar im Jahr 2005 – die Rückkehr zur Zahlung einer Dividende an. Damit unterstreicht der Vorstand sein Vertrauen in die mittelfristig positive Ertragsentwicklung des Konzerns und gibt gleichzeitig ein Bekenntnis gegenüber den Aktionären des Unternehmens ab.

„T-Spirit“ – das neue Konzernleitbild der Deutschen Telekom

Nach einer Phase der Neuorientierung in wirtschaftlich schwierigen Zeiten haben Vorstand und die Top-Führungskräfte der Deutschen Telekom ein neues Konzernleitbild erstellt. Es bildet künftig die Grundlage für Leistungsfähigkeit und Erfolg des Unternehmens. Mit dem neuen Konzernleitbild wird vor allem der Kunde in den Mittelpunkt gestellt. Zugleich markiert es die Grundlage für eine neue Unternehmens- und Führungskultur im Unternehmen.

Aufgehängt wird das neue Konzernleitbild an dem Begriff „Spirit“. Im Zentrum von T-Spirit steht die Vision des Unternehmens. Sie lautet: „Als das führende Dienstleistungsunternehmen der Telekommunikations- und Informationstechnologie-Industrie verbinden wir die Gesellschaft für eine bessere Zukunft. Mit höchster Qualität, effizient und innovativ zum Nutzen unserer Kunden. In jeder Beziehung.“

Mit dieser neuen Vision steht das „T“ für Qualität, Innovation und Effizienz und ist das verbindende Element im Konzern. Und es ist das gemeinsame Leistungsversprechen an die Kunden. Das neue Konzernleitbild T-Spirit umfasst neben der Vision ein in sechs zentrale Werte gegliedertes einheitliches Wertegerüst, die so genannten „Corporate Values“. Die Vision und die sechs zentralen Werte gelten für alle Konzerneinheiten. Die sechs zentralen Werte lassen sich aus dem SPIRIT-Begriff ableiten: **S**teigerung des Konzernwertes, **P**artner für den Kunden, **I**nnovation, **R**espekt, **I**ntegrität und **T**op Exzellenz.

■ **Restliche Beteiligung an Kabel Baden-Württemberg verkauft.** Die Deutsche Telekom hat die bisher noch bei ihr verbliebenen Minderheitsanteile in Höhe von 40 Prozent am Kabel-TV-Geschäft in Baden-Württemberg verkauft. Mit dem Verkauf der bisher bei der Deutschen Telekom verbliebenen Gesellschaftsanteile an der Kabel Baden-Württemberg GmbH und Co. KG befinden sich diese nunmehr zu 100 Prozent im Besitz eines Konsortiums verschiedener Private-Equity-Firmen unter der Führung von The Blackstone Group, New York.

■ **Angebot zur Abgabe des Anteils an malaysischem Mobilfunkanbieter Celcom angenommen.** Die Deutsche Telekom hat ein Angebot der Telekom Malaysia (TM) zur Abgabe ihres 6-prozentigen Aktienpakets am malaysischen Mobilfunkbetreiber Celcom angenommen. Bei einem Angebotspreis von MYR 2,75 je Aktie erwartet die Deutsche Telekom für die von der DeTeAsia Holding GmbH gehaltenen rund 158 Millionen Aktien einen Gesamterlös von umgerechnet rund US-\$ 115 Millionen. Der Erlös wird zum weiteren Schuldenabbau der

Deutschen Telekom verwandt werden. Gleichwohl verfolgt die Deutsche Telekom auch nach dieser Veräußerung weiter ihr Ziel, einen Preis von MYR 7 je Anteil zu erzielen. Entsprechende Schritte sind bereits eingeleitet.

ANGEBOTE RUND UM VIRENSCHUTZ UND DATENSICHERUNG

T-Com: Innovationen für mehr Internet-Sicherheit.

Die jüngsten „Angriffe“ gefährlicher und sich immer schneller verbreitender Computerviren machen deutlich: Der Schutz vor Hackern, Viren und anderen „ungebetenen Gästen“ aus dem Internet wird immer wichtiger. Die Deutsche Telekom hat von jeher dem Thema Internet-Sicherheit und Schutz vor Datenmissbrauch einen hohen Stellenwert eingeräumt. Für Privat- und Geschäftskunden hält T-Com ein umfangreiches Angebot an leistungsfähigen Sicherheitslösungen bereit.

Hoher volkswirtschaftlicher Schaden durch Computerviren

Mit millionenfacher Verbreitung innerhalb eines Tages war das so genannte „SobigF“-Computervirus Anfang August bisher das sich am schnellsten ausbreitende Virus. Die Bedrohung durch solch aggressive Viren ist immens: Weltweit summieren sich die durch Viren und kriminelles Eindringen von Hackern in fremde Netzwerke verursachten wirtschaftlichen Schäden auf jährlich zweistellige Milliardenbeträge. Schätzungen zufolge verursachte allein das Computervirus „SQL-Slammer“, das zu Jahresbeginn in den Netzwerken „wütete“, Schäden von rund einer Milliarde Dollar.

Effizientes Virenschutzprogramm von T-Com

Schützen können sich private wie geschäftliche Anwender etwa durch Software, die ein Antivirenprogramm mit einer so genannten „Firewall“, die das Netzwerk oder die Festplatte vor „Eindringlingen“ schützt, kombiniert. Mit der Sicherheitslösung Personal Security Service hat T-Com eine solche kombinierte Virenschutz- und Firewalllösung entwickelt,

die mit drei Virenschaltern gleichzeitig arbeitet. Sie sorgt dabei auf breiter Basis auch für den Schutz von Archivdateien. Für den privaten PC-Nutzer zu Hause wie für kleinere Unternehmen, die keine größere Mehrplatzlösung benötigen, ist dieses Paket die ideale Lösung.

Datensicherung für Privat- und Geschäftskunden

Zusammen mit T-Systems hat T-Com das Angebot „OnlineBackup“ als innovativen Service zur kostengünstigen und komfortablen Datensicherung von Einzel-PCs und Laptops sowie von Arbeitsplatzrechnern in Firmennetzwerken entwickelt. Bei OnlineBackup werden die zu sichernden Daten in einer geschützten Verbindung über das Internet übertragen und in den hochsicheren Rechenzentren der Deutschen Telekom gespeichert. T-Com bietet damit als erster Anbieter auf dem deutschen Markt ein einfaches und effizientes Datensicherungsverfahren, das auf die Anforderungen kleiner und mittelständischer Geschäftskunden zugeschnitten ist und dieser Kundengruppe ermöglicht, modernste Datensicherungssysteme zu nutzen.



Virenschutz und Personal Firewall zum Schutz für Bürorechner und mobile PCs: der T-Telesec Personal Security Service von T-Com

T-Com mit eigenständigem Markenauftritt.

Die Festnetzsparte des Konzerns tritt seit dem 1. August als eigenständige Marke am Markt auf. Unter dem Markennamen T-Com werden kreative, intelligente Produkte und Lösungen rund um das Telekommunikationsfestnetz wie zum Beispiel T-DSL und W-LAN angeboten.

Konzernstrategie konsequent fortgeführt

Mit dem Start von T-Com setzt der Telekom Konzern die konsequente strategische Ausrichtung auf den Teilmärkten Festnetz, Mobilkommunikation, Internet und Systemgeschäft fort. Zu den Marken T-Mobile, T-Online und T-Systems kommt nun T-Com. Dazu erklärte Josef Brauner, Vorstandsvorsitzender T-Com: „Die Platzierung der Marke T-Com ist ein logischer

Schritt im Rahmen unserer Konzernstrategie, in den relevanten Wachstumsfeldern im Telekommunikationsmarkt die führende Position einzunehmen.“

Führende Position im Festnetzgeschäft

In der neuen Marke werden die Stärken von T-Com gebündelt. Die Division betreut in Deutschland rund 40 Millionen Kunden und ist einer der größten Festnetzanbieter Europas. Darüber hinaus führt T-Com die Telekom Beteiligungen in Ungarn, Kroatien und in der Slowakei und besitzt damit eine starke Position auch in den osteuropäischen Märkten.

Basis sämtlicher Produkte und Dienstleistungen ist eine hochleistungsfähige Netz-Infrastruktur. In der Branche zählt T-Com seit langem zu den entscheidenden Innovationsmotoren: So gehört T-Com mit fast 3,9 Millionen T-DSL Kunden zu den Top-Anbietern von Highspeed-Anschlüssen ans Internet. Außerdem treibt T-Com die Marktentwicklung zukunftsweisender Telekommunikations-Dienstleistungen konsequent voran. Dazu zählen beispielsweise Wireless-LAN und richtungsweisende Lösungen für mittelständische Unternehmen.

Klarer Absender für den Kunden

Im Mittelpunkt der Markenpositionierung von T-Com steht der Kundennutzen. Die Division wird als Anbieter von kreativen und intelligenten Produkten und Services,



Neu im Team: Mit Motiven des Sponsoring-Partners Bayern-München startete die neue Anzeigen-Kampagne von T-Com

von flexiblen Lösungen für Privat- und Geschäftskunden im Markt platziert. Zugleich wird das Branding konsequent im Markt präsentiert. So wird beispielsweise der Technische Kundendienst in Fahrzeugen mit T-Com Logo unterwegs sein. Die öffentlichen Telefonstellen werden sukzessive ebenso mit dem Markennamen T-Com ausgestattet wie Produktverpackungen. Auch in den T-Punkten tritt T-Com als eigene Marke und mit klar abgegrenzten Angeboten auf. Wie die anderen Konzernsäulen präsentiert sich T-Com ab sofort auch mit einer eigenen Website im Internet: Unter www.t-com.de erhalten die Nutzer Informationen zu den Produkten und Diensten der Konzernsäule oder können bequem im Online-Shop einkaufen.

„Aus dem bisherigen Marken-Trio wird nun ein Marken-Quartett. Dadurch stärken wir unsere Stellung im nationalen und internationalen Telekommunikationsgeschäft weiter.“

Josef Brauner,
Vorstandsvorsitzender T-Com

Regulierungsbehörde genehmigt neue Grundentgelte für T-Net Anschlüsse.

Die Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post hat den Tarifantrag der T-Com für analoge T-Net Anschlüsse sowie Preissenkungen im City-Bereich genehmigt. Demnach beträgt das monatliche Grundentgelt für einen T-Net Anschluss seit dem 1. September 15,66 Euro und für einen T-Net 100 Anschluss 18,45 Euro. Das einmalige Bereitstellungsentgelt für Anschlüsse beläuft sich nun auf 59,95 Euro, das Übernahmeentgelt für einen Anschluss beträgt 29,94 Euro. Im Gegenzug zu dieser Preismaßnahme bei Grundentgelten wurden die Preise für Standardverbindungen im Citybereich um bis zu 50 Prozent gesenkt. Zudem wurden die Zeittakte im Citybereich sowohl beim T-Net Anschluss als auch bei T-ISDN Anschlüssen harmonisiert und

vereinfacht. Der günstige City-Tarif gilt nicht allein für Verbindungen im Ortsnetz, sondern auch in alle Nachbarortnetze bis zu 20 Kilometer Entfernung. Mit den Preismaßnahmen kommt die Deutsche Telekom einer Forderung der EU-Kommission nach, die einen deutlicheren Abstand zwischen den Endkundenpreisen der Deutschen Telekom und den Preisen gefordert hatte, zu denen Wettbewerber analoge Anschlüsse von der Deutschen Telekom anbieten können.

Kooperation mit deutscher Phonowirtschaft: Eckpunkte für Musikplattform im Netz vereinbart.

T-Com und die deutsche Phonowirtschaft haben im August Eckpunkte für die Realisierung der technischen Plattform für eine Branchenlösung zum legalen Download von Musikdateien aus dem Internet

vorge stellt. Demnach werden Musikliebhaber bereits ab Herbst des Jahres die Möglichkeit haben, sich ihre Musikwünsche individuell aus einem vielfältigen Angebot der wichtigsten Musikfirmen aus dem Internet zusammenzustellen und direkt auf CD zu brennen. Technische Basis ist die UDS-Plattform (Universal Delivery System) von T-Com. Darauf werden die Musikstücke digitalisiert und für ein Download bereitgehalten. Zusätzliche Dienste von T-Com bieten dem Nutzer komfortable Bezahlmöglichkeiten wie etwa Lastschrift oder Kreditkarte oder auch die Telekom Rechnung. Bei der neuen Branchenlösung wird es sich um das erste Angebot handeln, das sowohl Musik der großen Unternehmen („Majors“) als auch von kleineren Platten-Labeln („Independents“) anbieten und so über ein großes Repertoire verfügen wird.

T-Mobile International: alle Tochtergesellschaften mit weiterem Teilnehmerwachstum.

Die Mobilfunk-Division hat auch im zweiten Quartal 2003 ihre Kennzahlen deutlich steigern können. Es wurde das beste Halbjahresergebnis der Unternehmensgeschichte erzielt. Ausschlaggebend für das gute Resultat waren insbesondere das anhaltende Teilnehmerwachstum – in allen Tochtergesellschaften – und die Steigerung des durchschnittlichen Kundenumsatzes in den meisten Gesellschaften.

Kundenzahl: neun Millionen mehr als im Vergleichshalbjahr

Insgesamt stieg die Kundenzahl der T-Mobile Gruppe im Vergleich zum 30. Juni des Vorjahres um 19 Prozent. In konkreten Zahlen: In den Mehrheitsbeteiligungen nutzten 56,5 Millionen Menschen Mobilfunkangebote von T-Mobile, neun Millionen mehr als zum 30. Juni 2002. Der Anteil der Laufzeit-Vertragskunden liegt nun in der T-Mobile Gruppe bei rund 48 Prozent.

In Deutschland konnte T-Mobile seine Marktführerschaft weiter ausbauen: Auch im abgelaufenen Quartal lag das Unternehmen beim Teilnehmerwachstum vor allen Mitbewerbern.

Umsatz: plus 19 Prozent

Analog verlief auch die Umsatzentwicklung deutlich positiv: So konnte die Gruppe um 19 Prozent auf 10,9 Milliarden Euro zulegen. Das Umsatzwachstum in Europa lag bei 17 Prozent, in den USA bei 23 Prozent.

EBITDA: Anstieg auf 3,3 Milliarden Euro

Das um Sondereffekte bereinigte Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) stieg im Halbjahresvergleich um 27 Prozent auf 3,3 Milliarden Euro. Die entsprechende EBITDA-Marge verbesserte sich weiter auf 30 Prozent. Sondereffekte im zweiten Quartal waren unter anderem der Verkauf von 15 Prozent der Aktien des russischen Mobilfunkbetreibers MTS. Dieser erbrachte einen Erlös in Höhe von rund 500 Millionen Euro, von denen 352 Millionen Euro ergebniswirksam waren. Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit lag bei 398 Millionen Euro. Im Vorjahr hatte es noch bei minus 1,5 Milliarden Euro gelegen.

Obermann: „Kurs des werthaltigen Wachstums hat sich bewährt“

„Das EBITDA-Wachstum in den USA lag bei fantastischen 150 Prozent, in Dollar gerechnet sogar bei 214 Prozent. Damit

haben wir ausreichend finanziellen Spielraum, um im zweiten Halbjahr wieder verstärkt Kunden zu werben“, sagte René Obermann, Vorstandsvorsitzender von T-Mobile International, zu den sehr guten Ergebnissen im zweiten Quartal in den USA. Der eingeschlagene Weg habe sich auf beiden Seiten des Atlantiks bewährt: „Unser oberstes Gebot ist und bleibt wertehaltiges Wachstum. Trotz oder gerade wegen des schwierigen wirtschaftlichen Umfeldes sind wir mit den Ergebnissen des zweiten Quartals sehr zufrieden.“

T-Mobile USA: Kosten für Gewinnung neuer Kunden gesenkt

Im zweiten Quartal 2003 konnte T-Mobile USA 606.000 neue Kunden gewinnen. Die Gesamtzahl der Kunden beträgt nun 11,4 Millionen. Nach zwei Quartalen als Nummer eins beim Kundenwachstum aller US-amerikanischen Mobilfunkbetreiber belegte T-Mobile USA im zweiten Quartal dieses Jahres noch Platz zwei. Ausschlaggebend dafür war die Konzentration auf eine gezielte Senkung der Kundengewinnungskosten.

Der Umsatz im ersten Halbjahr stieg im Jahresvergleich um 23 Prozent auf 3,4 Milliarden Euro, in US-Dollar sogar um 52 Prozent. Beim EBITDA konnte T-Mobile USA 766 Millionen Euro im Halbjahr und 443 Millionen Euro im zweiten Quartal erzielen. Die EBITDA-Marge lag im zweiten Quartal bei rund 25 Prozent.

Der durchschnittliche Monatsumsatz pro Kunde (ARPU) stieg um rund drei Dollar gegenüber dem ersten Quartal 2003 auf 50 US-Dollar. In Euro blieb der ARPU mit 44 Euro auf dem Niveau des ersten Quartals.

T-Mobile Deutschland: erstmals mehr als 25 Millionen Kunden

T-Mobile Deutschland konnte im abgelaufenen Quartal erstmals die 25-Millionen-Marke bei den Teilnehmern überspringen. Gegenüber dem 30. Juni 2002 betrug der Zuwachs neun Prozent auf nun 25,3 Millionen Kunden. Mit rund 47 Prozent blieb der Anteil der Vertragskunden stabil. Der Umsatz stieg gegenüber dem ersten Halbjahr des Vorjahres um rund 370 Millionen Euro auf 4,1 Milliarden Euro, das EBITDA um 130 Millionen Euro auf 1,7 Milliarden Euro. Der ARPU blieb mit 24 Euro stabil.

T-Mobile UK: leichter Kundenanstieg im zweiten Quartal

Nach der Bereinigung um inaktive Teilnehmer im ersten Quartal konnte die Kundenzahl im abgelaufenen Quartal wieder um 287.000 Kunden gesteigert werden, so dass sich auf Halbjahresbasis ein Anstieg um 54.000 Kunden ergab. Insgesamt hat das Unternehmen nun 12,5 Millionen Kunden (inklusive der Kunden des Gemeinschaftsunternehmens mit Virgin) und liegt damit um 13 Prozent über dem Vorjahreswert. Der Vertragskundenanteil liegt bei etwa 19 Prozent. Der Umsatz erhöhte sich im Vergleich zum Vorhalbjahr um 13 Prozent auf 2,1 Milliarden Euro, in Britischen Pfund gerechnet stieg er um 25 Prozent. Das EBITDA konnte in diesem Zeitraum um 25 Prozent (in Britischen Pfund sogar 38 Prozent) auf 545 Millionen Euro verbessert werden. Der ARPU stieg um 3 Britische Pfund von 17 auf 20. In Euro betrug der Anstieg wechselkursbedingt nur einen Euro – von 28 auf 29.

T-Mobile Austria: monatlicher Kundenumsatz gestiegen

T-Mobile Austria konnte im abgelaufenen Halbjahr 6.000 neue Kunden gewinnen und die Gesamtkundenzahl auf 2,04 Millionen erhöhen. Im Vergleich zum ersten Halbjahr 2002 stieg der Umsatz um sieben Prozent auf 532 Millionen Euro. Das EBITDA blieb bei ca. 170 Millionen Euro stabil. Der durchschnittliche Monatsumsatz pro Kunde stieg von 29 auf 31 Euro.

T-Mobile Czech Republik: jetzt 3,6 Millionen Kunden

T-Mobile Czech Republic konnte zum 30. Juni 2003 die Teilnehmerzahl leicht auf über 3,6 Millionen ausbauen. Verglichen mit dem ersten Halbjahr 2002 stieg der Umsatz um 44 Millionen Euro auf 369 Millionen Euro, das EBITDA um 24 Millionen Euro auf 174 Millionen Euro. Das EBITDA erreichte damit im ersten Halbjahr 2003 eine Marge von 47 Prozent. Der ARPU lag mit 15 Euro auf dem Niveau des Vorjahres, in lokaler Währung betrug der Anstieg zwei Prozent.

T-Mobile Netherlands: höchster ARPU der Europa-Gesellschaften

Nach dem Rebranding zu T-Mobile Netherlands im ersten Quartal dieses Jahres konnte im zweiten Quartal eine Steigerung des durchschnittlichen Kundenumsatzes pro Monat um fünf Euro verzeichnet werden. Dieser lag im zweiten

Quartal bei 39 Euro und bildete damit den Spitzenwert aller europäischen T-Mobile Gesellschaften. Auch beim EBITDA konnte die T-Mobile Netherlands im zweiten Quartal einen Erfolg verbuchen: Nach einem negativen EBITDA von minus 27 Millionen Euro im ersten Quartal betrug das EBITDA im zweiten Quartal 33 Millionen Euro. Im Halbjahr wurden 254.000 Neukunden gewonnen.

Ausblick: Fortsetzung des ertragsorientierten Wachstums

Die Ergebnisse des ersten Halbjahrs haben gezeigt, dass T-Mobile in praktisch allen Teilmärkten die Ertragskraft weiter deutlich ausbauen konnte. Diesen Kurs, bei dem es nicht um eine kurzfristige EBITDA-Maximierung geht, sondern um die langfristige Kombination von Wachstum und Ertragsorientierung, wird T-Mobile auch im laufenden Quartal weiter fortführen. Neben einem fortgesetzten Teilnehmerwachstum soll mit neuen Produkten und Diensten (siehe Kasten) auch der durchschnittliche Kundenumsatz weiter gesteigert werden.

Wie T-Mobile bereits in der Vergangenheit stets betont hatte, wird sie mit UMTS erst dann starten, wenn sowohl stabile Dienste angeboten werden können als auch entsprechende Endgeräte in ausreichender Zahl zur Verfügung stehen – gerade Letzteres ist derzeit nicht der Fall. In diesem Zusammenhang sagte René Obermann auf der IFA in Berlin: „Ich kann keinen konkreten Starttermin für UMTS nennen.“

T-MOBILE AUF DER IFA 2003

Mobile Multimedia: zahlreiche Neuheiten.

T-Mobile hat das Angebot mobiler Datendienste in den letzten beiden Jahren kontinuierlich ausgebaut. Im Mittelpunkt steht das mobile Portal t-zones, das auf der Internationalen Funkausstellung in Berlin mit neuem Auftritt und erweitertem Angebot präsentiert wurde. Wie attraktiv Mobile Multimedia Dienste bei T-Mobile schon heute sind, davon konnten sich die Besucher der diesjährigen Internationalen Funkausstellung in Berlin überzeugen. So konnten die Besucher allein fünf neue Endgeräte testen, deren gemeinsames Merkmal hoch entwickelte Mobile Multimedia Fähigkeiten sind.

Im Mittelpunkt der Neuheiten stand der neue T-Mobile MDA II, der gerade für professionelle Anwendungen mit einer umfassenden Ausstattung aufwartet. Der MDA (Mobile Digital Assistant) ist eine um Telefonfunktionen erweiterte Version eines PDA (Personal Digital Assistant). Dabei handelt es sich um so genannte „Taschencomputer“, die bei kleinsten Abmessungen über ähnlich umfangreiche Funktionalitäten verfügen wie ein PC.

Im Rahmen der strategischen Zusammenarbeit mit Microsoft ist der neue T-Mobile MDA bereits mit dem neuen Betriebssystem „Windows Mobile 2003 für Pocket PC Phone Edition“ ausgestattet: E-Mails lassen sich komfortabel und schnell empfangen, bearbeiten und versenden und auch das Lesen und Bearbeiten von Datei-Anhängen, wie zum Beispiel Microsoft Word und Excel, ist möglich.

Darüber hinaus kann der T-Mobile MDA II auch Bilder und Videos aufnehmen und als MMS verschicken. Professionelle Nutzer wie etwa Architekten, Ingenieure oder Journalisten, die bei ihrer täglichen Arbeit häufig digitale Schnappschüsse zu Dokumentationszwecken anfertigen, können damit auf eine separate Kamera verzichten: Die im T-Mobile MDA II eingebaute Kamera sorgt mit einer Auflösung von 640 mal 480 Pixeln für gestochen scharfe MMS-Fotos.

Im Produktbereich stellte T-Mobile vor allem die um neue Dienste erweiterten t-zones vor. Darunter sind zum Beispiel zwei neue und exklusive Informationsdienste von „n-tv mobil“, mit denen sich T-Mobile Kunden aktuelle Nachrichten direkt aufs Handy holen können.



Noch leistungsfähiger: der neue T-Mobile MDA

OPERATIVES ERGEBNIS UND UMSATZ IM ERSTEN HALBJAHR 2003 WEITER GESTEIGERT

T-Online: Breitband weiterhin entscheidender Wachstumstreiber.

Die T-Online International AG hat den klar auf Profitabilität ausgerichteten Wachstumskurs im ersten Halbjahr 2003 fortgesetzt.* Insbesondere die Breitbandangebote entwickelten sich unverändert positiv: rund 3,2 Millionen Breitbandkunden wurden per Ende Juni gezählt – gut 40 Prozent mehr als zum Ende des Vorjahreszeitraums.

Operatives Ergebnis deutlich positiv

Das operative Ergebnis verbesserte sich ohne den Effekt aus Beteiligungsverkäufen auf 122 Millionen Euro. Im Vorjahr hatte es noch minus 43 Millionen Euro betragen.

Einmalige Effekte aus Beteiligungsverkäufen waren der Verkauf der t-info von 24 Millionen Euro im zweiten Quartal 2003 und der Verkauf des 40-Prozent-Anteils der T-Motion im zweiten Quartal 2002, mit dem 41 Millionen Euro Erlös wurden.

Das EBITDA ohne Effekte aus Beteiligungsverkäufen erhöhte sich im ersten Halbjahr 2003 auf 156 Millionen Euro – von minus 13 Millionen Euro im Vorjahreszeitraum. Das Ergebnis vor Steuern liegt damit bei 23 Millionen Euro nach minus 130 Millionen Euro zuvor.

Die Steigerung der operativen Ertragskraft lässt sich vor allem auf eine positive Entwicklung der Rohertragsmarge bei steigendem Umsatz zurückführen. Verglichen mit dem ersten Halbjahr 2002 ist die Rohertragsmarge von 45,5 Prozent auf 56,7 Prozent angestiegen. Im zweiten Quartal 2003 lag sie sogar bei 57,5 (erstes Quartal: 56,0) Prozent. Positiv wirkten sich dabei der höhere Anteil an Breitbandkunden und die gute Netzauslastung aus.

*Alle Daten basieren auf den von der T-Online International AG nach dem International Financial Reporting Standards (IFRS) aufgestellten Konzern-Zwischenabschluss

Umsatz: plus 22 Prozent

Der Konzernumsatz stieg auf 894 Millionen Euro nach 731 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2002. Er liegt damit rund 22 Prozent über dem Vergleichszeitraum des Vorjahres. Im Segment „Übriges Europa“ verzeichnete T-Online einen Umsatzanstieg von 47 Prozent auf 82 Millionen Euro.

Jeder vierte Kunde surft breitbandig

Der Anteil der Breitbandkunden stieg im zweiten Quartal auf 25 Prozent nach 24 Prozent im Vorquartal. Mit einer monatlichen Nutzung von durchschnittlich 3.240 Minuten je Kunde im zweiten Quartal stabilisierte sich die Nutzung im Vergleich zu den vorherigen drei Monaten (3.248 Minuten) auf hohem Niveau. Zurückzuführen ist dies nicht zuletzt auf das veränderte Medienverhalten, wie dies nach medialen Großereignissen wie etwa der Irak-Krise in den ersten Monaten des Jahres zu beobachten ist.

Hohe Nachfrage nach neuen Volumentarifen

Die Entwicklung der Kundenbasis, die im Vergleich zum Vorjahr um zehn Prozent angestiegen ist, zeigt, dass T-Online mit der konsequenten Umsetzung der Breitbandstrategie auf einen der entscheidenden Wachstumsmärkte des Internets gesetzt hat. Während sich im Schmalbandbereich das Wachstum der vergangenen Jahre konsolidierte, entwickelten sich die Breitbandangebote weiter sehr positiv: Die Zahl der Breitbandnutzer in Deutschland stieg bis Ende Juni 2003 verglichen mit dem entsprechenden Vorjahreszeitpunkt erneut um deutliche 37 Prozent.

Die im Herbst des vergangenen Jahres eingeführten Volumentarife zeigen eine hohe Resonanz: Mit 177.000 Kunden stieg die Zahl der Nutzer im Vergleich zum Jahresende 2002 um 139 Prozent. Zum Stichtag verzeichnete T-Online in Deutschland 3,01 (Vorjahr 2,19) Millionen Kunden mit Breitbandtarif – 1,82 Millionen davon nutzten den Flatrate-Tarif.

Gute Entwicklung auch bei internationalen Beteiligungen

Die internationalen Beteiligungen konnten die Kundenbasis verglichen zum Vorjahr um rund zehn Prozent steigern und verzeichneten ebenfalls ein starkes Wachstum im Breitbandbereich. Ya.com führte im April als einer der ersten Anbieter im spanischen Markt einen 128-kbit-ADSL-Tarif ein, der aufgrund des niedrigen Preises als Einsteigerprodukt den Markt weiter erschließen soll. Die wirtschaftliche Entwicklung des Segments zeigte sich entsprechend positiv: Das EBITDA verbesserte sich im ersten Halbjahr 2003 auf minus 19 Millionen Euro nach minus 48 Millionen Euro im Vorjahreszeitraum.

Angebot kostenpflichtiger Dienste ausgebaut

Im Bereich Produkte stand auch im zweiten Quartal der Ausbau der kostenpflichtigen Angebote und Services im Fokus. Das Games-on-Demand-Angebot von T-Online Vision wurde um zahlreiche prominente Titel erweitert. Ein besonderer Fokus lag auf der Fortentwicklung des Designs und der Benutzerführung im Hinblick auf das Vermieten und Verkaufen von PC-Spielen. Kunden, die regelmäßig Games on Demand nutzen wollen, können sich für ein spezielles Abonnement anmelden und 20 Games ohne Zeitbegrenzung spielen.

Im Bereich Services wurde das Angebot „Kinoticketing“ etabliert. Nutzer können Kinotickets gegen Entgelt platzgenau vom PC aus reservieren und die Karten vor Ort schnell und bequem am Automaten abholen. Das Angebot wurde im ersten Schritt in Kooperation mit CinemaxX realisiert und steht in ausgewählten Kinos zur Verfügung. Konzeption und Entwicklung der Applikation erfolgte durch die T-Online Beteiligung Atrada Trading Network AG.

Kurzmeldung T-Online

■ **Kooperation mit T-Com und Yahoo!** Der wachsenden Nachfrage nach breitbandigen Internetzugängen kommt T-Online mit einer attraktiven Kooperation nach: Gemeinsam mit der Schwesergesellschaft T-Com und Yahoo! Deutschland bietet T-Online den Nutzern ein leistungsfähiges Paket an, das aus einem T-Online Zugangstarif, einem T-DSL Anschluss von T-Com und einem bei Anmeldung kostenlosen USB-Modem besteht. Die Anmeldung erfolgt über die Internetseite

dsl.yahoo.de. Zur Auswahl stehen die Tarife T-Online dsl flat und T-Online dsl 1000 MB. Der Vorteil dieses Pakets: Der Kunde erhält alles, was er zum breitbandigen Surfen im Internet benötigt, aus einer Hand: einen leistungsstarken Internetzugang und hochwertige Hardware. Nutzer von Yahoo! können sich so sofort mit den Vorteilen moderner Breitbandtechnologie vertraut machen und schnell, effektiv und komfortabel im Netz surfen.

FÜR SIE ERLÄUTERT

Fachbegriffe aus der Finanz- und Produktwelt.

Betriebswirtschaftliche Kennziffern, Finanzkennzahlen und Produktdetails aus IT und TK – sie gehören zu einer ausführlichen Berichterstattung einfach dazu. In dieser Ausgabe haben wir wieder einmal einige wichtige und oft wiederkehrende Begriffe für Sie erläutert.

■ **Cash-Flow:** Angelsächsische Bezeichnung für Kapitalfluss. Der Cash-Flow beschreibt die Veränderung der Zahlungsmittel eines Unternehmens in der Berichtsperiode. Vereinfacht formuliert: Das Geld, das am Ende einer Berichtsperiode in der Kasse des Unternehmens nach Abzug aller Auszahlungen und Einzahlungen übrig bleibt. Zur Ermittlung dieser Größe wird zunächst der Cash-Flow aus Geschäftstätigkeit ermittelt, dem der Cash-Flow aus Investitionstätigkeit und der Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit gegenübergestellt werden. Die Summe dieser drei Positionen ergibt die Nettoveränderung der Zahlungsmittel. (Eine detaillierte Beschreibung dieser Positionen finden Sie in den Geschäfts- und Zwischenberichten der Deutschen Telekom unter dem Stichwort „Kapitalflussrechnung“.)

■ **Free Cash-Flow:** Der Free Cash-Flow gilt nach Auffassung der Deutschen Telekom unter Finanzexperten als wichtiger Indikator für die Liquidität eines Unternehmens. Er sollte jedoch nicht alleine zur Betrachtung der Finanzlage herangezogen werden. Die Deutsche Telekom definiert den Free Cash-Flow als den Cash-Flow aus Geschäftstätigkeit abzüglich Auszahlungen für Investitionen in Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen. Vereinfacht formuliert beschreibt der Free Cash-Flow damit die Finanzmittel, die einem Unternehmen aus dem operativen Geschäft heraus zur Schuldentilgung, zur Ausschüttung an die Aktionäre oder für Investitionen in Beteiligungen zur Verfügung stehen.

■ **EBITDA:** Abkürzung für: **E**arnings **b**efore **i**nterests, **t**axes, **d**epreciation and **a**mortization. Das EBITDA ist eine international gebräuchliche Finanzkennzahl, die – wörtlich übersetzt – das Ergebnis vor Steuern, Zinsergebnis und Abschreibungen eines Unternehmens angibt. Insbesondere in investitions- und kapitalintensiven Branchen wie der Telekommunikation ist das EBITDA eine international gebräuchliche Kennziffer, die von Finanzexperten zum Vergleich der operativen Ertragskraft herangezogen wird.

■ **W-LAN:** Ein Wireless LAN (Local Area Network) ist ein drahtloses, lokal begrenztes Netzwerk für hochflexible Datenkommunikation im Inhouse- oder Campus-Bereich. Es kann als Erweiterung oder Alternative zu einem fest verdrahteten LAN dienen. Wireless-LAN-Datenverbindungen erlauben größtmögliche Flexibilität beim Aufbau und hohe Mobilität für den Benutzer.

■ **Content** (Inhalt): Inhalte von Online-Angeboten in Form von Text, Grafik oder Multimedia-Präsentationen.

■ **Paid Content** (Bezahlinhalte): Inhalte von Online-Angeboten in Form von Text, Grafik oder Multimedia-Präsentationen, die gegen Entgelt genutzt werden können. Beispielsweise thematische Ratgeber, Hintergrundberichte oder Online-Spiele.

T-Systems: Großauftrag aus der Finanzbranche.

Die WestLB AG wird ihre Rechenzentrums- und Druckleistungen künftig von T-Systems beziehen. Im Rahmen des Auftrags, der noch unter dem Vorbehalt endgültiger Gremienzustimmung steht, übernimmt T-Systems bis November 2003 die 200 Mitarbeiter und die entsprechende Infrastruktur. Parallel konnte T-Systems eine Reihe weiterer bedeutender Vertragsabschlüsse verbuchen – so wurde etwa die internationale Zusammenarbeit mit DaimlerChrysler weiter ausgebaut.

WestLB: hohes Auftragsvolumen

Bei der Vergabe des Outsourcing-Auftrags setzte sich T-Systems gegen bedeutende Wettbewerber durch. Der Fünf-Jahres-Vertrag hat ein Volumen von rund 200 Millionen Euro. „T-Systems überzeugte durch hohe Professionalität, Flexibilität und Branchenkenntnis sowie durch Effizienz und ein attraktives Preis-Leistungs-Angebot“, sagte Klaus Michael Geiger, Mitglied des Vorstandes der WestLB AG.

Telekom Vorstandsmitglied und T-Systems Chef Konrad F. Reiss kommentierte: „Die Zusammenarbeit mit der WestLB bestätigt eindrucksvoll unsere Leistungsfähigkeit und Erfahrung im Bankenbereich.“ Und weiter: „Wir verbessern kontinuierlich unsere Effektivität und Effizienz und können so die wirtschaftlichen Vorteile an unsere Kunden weitergeben.“

Weitere Aufträge belegen die Attraktivität von T-Systems

Bereits vor dem Großauftrag der WestLB hatte T-Systems in den zurückliegenden Monaten neue Kunden akquirieren beziehungsweise die Zusammenarbeit mit bestehenden Kunden ausbauen können – und das trotz des noch immer schwierigen Branchen- und Konjunkturmehrfelds.

Internationale Zusammenarbeit mit DaimlerChrysler erweitert

Ein Beispiel für die starke Position von T-Systems auch im internationalen Wettbewerb ist der neue Rahmenvertrag mit der DaimlerChrysler AG, mit dem die internationale Zusammenarbeit beider Unternehmen weiter ausgebaut wird. Das im August abgeschlossene Rahmenabkommen bündelt sieben Serviceverträge und bildet die Klammer für alle Dienstleistungen von T-Systems rund um die Informations- und Kommunikationstechnologie. Der neue Vertrag erstreckt sich zunächst auf drei Jahre mit einer Verlängerungsoption bis zum Jahr 2008.

T-Systems betreibt für den Automobilkonzern die Großrechner und verteilten Systeme („Client Server“). Darüber hinaus entwickelt und betreut T-Systems geschäftskritische Anwendungen etwa für Fahrzeugentwicklung, Produktion, Vertrieb, Kundenbetreuung und Konzernsteuerung. Außerdem beziehen die Anwender an den DaimlerChrysler Standorten rund um den Globus Netzwerkleistungen und Services für Arbeitsplatzsysteme von T-Systems.

Bau eines Hochgeschwindigkeitsnetzes für 150 Krankenkassen

T-Systems wird für ISC West, das Dienstleistungshaus der Krankenkassen, ein Redesign des Wide Area Network vornehmen. Das neue Highspeed-Netz basiert auf ATM-Technologie und wird 150 Krankenkassen mit variablen Bandbreiten zwischen 64 Kilobit und 155 Megabit mit dem ISC West Rechenzentrum verbinden. Mit dem flexiblen und hochverfügbaren Netz passt ISC West den Zugang zu seinen Diensten den Anforderungen der einzelnen Kunden an.

Software für Verkehrsleitzentrale der Stadt Stuttgart

Die Stadt Stuttgart steuert Verkehrsströme künftig mit einer integrierten Verkehrsleitzentrale. Die Software dafür liefert T-Systems bis Ende 2004. Die neue Verkehrsleitzentrale soll dabei helfen, Verkehrsstörungen wie Veranstaltungen, Demonstrationen und Baustellen schneller zu erfassen, um so frühzeitig regelnd eingreifen zu können und Informationen für die Verkehrsteilnehmer bereitstellen zu können.

Vernetzung aller Landesfunkhäuser und Regionalstudios für den NDR

Für den Norddeutschen Rundfunk (NDR) wird T-Systems ein Breitbandnetz aufbauen und betreiben. Alle Hörfunk- und Fernsehsignale sowie Datendienste wie Intranet und Filetransfer überträgt das leistungsstarke Netz schnell und sicher. Das so genannte regionale Hybrid-Netz verbindet die Landesfunkhäuser in Hamburg, Kiel, Hannover und Schwerin sowie die Regionalstudios. Es ersetzt alle bisher getrennten Netze der Rundfunkanstalt und ist dank Glasfasertechnik hochflexibel.

T-SYSTEMS:

Highlights der IFA 2003.

Digitales Fernsehen und Radio standen auf der diesjährigen Internationalen Funkausstellung in Berlin bei T-Systems im Mittelpunkt. So präsentierte das Unternehmen Lösungen für Digital Radio, DRM (Digital

Radio Mondial) und DVB-T (Digital Video Broadcasting-Terrestrial), mit denen Zuschauer und Hörer von besserer Übertragungsqualität und größerer Programmvierfalt profitieren. Außerdem stellte T-Systems erstmals eine Lösung vor, die den digitalen Rundfunk mit Mobilfunktechnik verbindet. Über die Mobile Media Distribution Plattform (MMD) können Nutzer mit einem mobilen Endgerät wie Notebook oder Personal Digital Assistant (PDA) nicht nur fernsehen und Radio hören: Sie können auch im Internet surfen oder multimedial aufbereitete Informationen abrufen.

Lies sich auf der IFA die Möglichkeiten des digitalen Fernsehens demonstrieren: T-Systems Vorstandsvorsitzender Konrad F. Reiss



Impressum

Forum T-Aktie „direkt“
Ausgabe 3/2003, 7. Jahrgang

Herausgeber: Deutsche Telekom AG, Bonn
Zentralbereich Unternehmenskommunikation
Verantwortlich: Ulrich Lissek,
Leiter Unternehmenskommunikation

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

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

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