

direkt

Informationen aus erster Hand 3/99

BILANZ DES ERSTEN HALBJAHRS 1999

Konzernüberschuss auf Vorjahresniveau gehalten

Die Zahlen für das erste Halbjahr 1999 zeigen, dass die Deutsche Telekom eine sehr hohe Wettbewerbsfitness erreicht und sich trotz des harten Preiskampfes ganz hervorragend im Wettbewerb behauptet hat. Aufgrund der ausgesprochen positiven Entwicklung in den wichtigsten Zukunftsmärkten haben wir allen Grund, optimistisch in die Zukunft zu blicken.



Beispielloser Wettbewerb seit Marktöffnung

In Deutschland hat sich seit der Liberalisierung des Telekommunikationsmarktes der weltweit härteste Wettbewerb in der gesamten Branche entwickelt. So ist das Preisniveau im ersten Wettbewerbsjahr deutlich stärker gefallen, als dies im selben Zeitraum in allen Vergleichsmärkten der

Fall war. Nur ein Beispiel: In Deutschland sanken die Preise bei nationalen Ferngesprächen um 72 Prozent, in Großbritannien dagegen nur um 31 Prozent. Im Jahr 1999 hat sich der Preisverfall weiter fortgesetzt und heute ein Niveau erreicht, das nach übereinstimmender Meinung von Branchenexperten kaum noch Spielraum nach unten bietet.

Themen

**Bilanz des
1. Halbjahrs**

**Übernahme
von One 2 One**

**Die Deutsche Telekom
auf der IFA**

**Rückblick:
Äußerst erfolgreiche
Kapitalerhöhung**



Die Halbjahreszahlen '99 zeigen, dass wir eine sehr hohe Wettbewerbsfitness erreicht und uns unter den gegebenen Bedingungen ganz hervorragend im Wettbewerb gehalten haben.

Dr. Ron Sommer,
Vorstandsvorsitzender der Deutschen Telekom,
auf der Halbjahres-Pressekonferenz
am 25. August 1999 in Bonn

Der Markt konsolidiert sich

Als direkte Folge des harten Preiswettbewerbs ist der Markt nun in eine Konsolidierungsphase eingetreten. Für viele der neuen Anbieter ist mit dem derzeitigen Preisniveau eine wirtschaftlich vertretbare Grenze bei den Tarifen erreicht oder bereits überschritten worden. Erste Anbieter ziehen sich teilweise bereits aus dem Markt zurück.

Preissenkungen führen zu gemäßigtem Umsatzrückgang

Der Umsatzrückgang der Deutschen Telekom im ersten Halbjahr geht zu einem erheblichen Teil auf diese Preissenkungen zurück – und damit auf Maßnahmen, mit denen wir die Wettbewerbsfähigkeit im Kerngeschäft langfristig sichern wollen. Das Wachstum der Verbindungsminuten von Kunden der Deutschen Telekom in unserem Netz um 1 Prozent auf 94 Milliarden belegt, dass auch die Deutsche Telekom am Marktwachstum partizipiert hat.

Zur Erinnerung: Bereits 1998 hat die Deutsche Telekom die Preise gesenkt, insgesamt um ein Volumen von etwa 2 Milliarden DM. Die beiden großen Preissenkungen im Jahr 1999 – zum ersten Januar und zum ersten April – werden zusammen mit weiteren Tarifmaßnahmen, über das Jahr gerechnet, insgesamt rund 6 Milliarden DM ausmachen.

Auf den Konzernumsatz haben sich die Umsatzeinbußen im Festnetzbereich insgesamt mit einem Rückgang von 4 Prozent gegenüber dem Vorjahr ausgewirkt. Diese Entwicklung belegt aber auch, dass unsere Wachstumsmotoren den Preisrückgang im Festnetz zu einem erheblichen Teil kompensieren konnten.

Marktanteil im Festnetzbereich konnte stabilisiert werden

Wir haben aber durch unsere Preismaßnahmen in diesem Jahr unseren Marktanteil stabilisieren können. Diese Maßnahmen haben sich also ausgezahlt. Der Umsatz im ersten Halbjahr '99 beträgt 16,8 Milliarden Euro gegenüber 17,5 Milliarden Euro im Vorjahreszeitraum.

Konzernüberschuss etwa auf Vorjahresniveau

Trotz des Umsatzrückgangs und der Kosten für die Kapitalerhöhung von rund 200 Millionen Euro bewegt sich der Konzernüberschuß mit 951 Millionen Euro etwa auf dem Niveau des Vorjahres, als er 996 Millionen Euro betrug. Dazu haben die verlängerten Abschreibungszeiten, andere Sonder-

effekte und die niedrigere Steuerquote beigetragen, aber auch die positiven Trends beim Zinsaufwand und beim Beteiligungsergebnis.

Wachstumstreiber: Nachfrage ungebremst

Besonders positive Entwicklungen konnten wir in jenen Geschäftsfeldern verzeichnen, die zu den zukunftsträchtigsten und innovativsten zählen: bei T-D1, T-Online und bei T-ISDN. Unsere Wachstumstreiber haben den Trend der vergangenen Jahre auch in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres mit großem Tempo fortgesetzt und unsere Position als ein führendes Unternehmen in diesen Bereichen sowie als richtungweisender Innovationsmotor gestärkt.

T-D1 mit stärkstem Zuwachs

Die stärksten Zuwächse verzeichnete der Mobilfunkbereich. Die Zahl der T-D1 Kunden stieg im Jahresvergleich um 64 Prozent – auf 6,8 Millionen Kunden zum Stichtag 30. Juni. Mitte Juli haben wir bereits die 7-Millionen-Marke überschritten. Seit Jahresbeginn hat sich die Kundenzahl damit um mehr als 1,5 Millionen erhöht.

Wir gehen davon aus, dass sich dieser positive Trend auch im weiteren Jahresverlauf fortsetzen wird. Mehr als 8,5 Millionen T-D1 Kunden bis zum Jahrtausendwechsel sind unser nächstes Ziel.

T-Online: Nutzung nimmt rapide zu

Nicht zuletzt vorangetrieben durch die neuen Online-Tarife, boomt auch T-Online weiterhin ungebrochen. Die Kunden surfen häufiger, länger und zu allen Tageszeiten.

Damit ist klar: Unser neues Preismodell von T-Online erhöht die Nutzung des Internet in Deutschland ganz entscheidend. Allein in den ersten sechs Monaten wählten sich die Kunden fast 700 Millionen Mal in T-Online ein. Somit ist das Gesamtergebnis von 1998 – 840 Millionen Verbindungen – schon zur Jahresmitte zu über 80 Prozent erreicht.

Neben der Nutzungsdauer stieg auch die Kundenzahl erneut deutlich: Mit 3,3 Millionen Online-Kunden hat die Deutsche Telekom ihre Position als

führender Internet-Service-Provider in Europa weiter ausgebaut. Im ersten Halbjahr '99 wurde das Wachstum gegenüber dem Vorjahreszeitraum verdoppelt – wir konnten 600 000 Neukunden verzeichnen.

ISDN-Boom hält an

Unverändert positiv entwickelt sich auch T-ISDN. Mit 11,7 Millionen ISDN-Kanälen hat die Deutsche Telekom eine im Vergleich zu internationalen Wettbewerbern einmalige Penetrationsrate von rund 25 Prozent aller Telefonanschlüsse erreicht. Wir rechnen damit, dass wir auch weiterhin ein starkes Wachstum – insbesondere im Privatkundensegment – erreichen können.

Reduzierung von Personal und Verbindlichkeiten planmäßig vorangetrieben

Mit der Rückführung von Personal und Finanzverbindlichkeiten liegen wir auch im ersten Halbjahr 1999 weiterhin über Plan. Bis zur Jahresmitte konnten rund 4 400 Stellen sozialverträglich abgebaut werden. Die Finanzverbindlichkeiten betragen infolge der Kapitalerhöhung netto rund 26,5 Milliarden Euro. Das ist bereits deutlich weniger als die bis zum Jahr 2000 angestrebten 65 Milliarden Mark.

Fortschritte beim Kabelverkauf

Im zweiten Halbjahr erwartet die Deutsche Telekom unter anderem erste Vertragsabschlüsse beim Verkauf von Mehrheitsbeteiligungen an den Regionalgesellschaften des Breitbandkabelnetzes. Wir rechnen damit, dass sich der Verkauf positiv auf das Ergebnis für das zweite Halbjahr auswirken wird.



Ausblick: ausgesprochen optimistisch

Bei dem derzeitigen Preisniveau besteht wenig Grund, für einen Zehntelpfennig mehr oder weniger den Anbieter zu wechseln. Und auch bei anderen Differenzierungsmerkmalen hat die Deutsche Telekom ohnehin die Nase vorn.

Der Erfolg unserer Qualitätsoffensive zeigt sich deutlich: Aufgrund unserer hohen Servicestandards und des guten Preis-Leistungs-Verhältnisses konnten wir Kunden im Bereich Ferngespräche und auch eine Reihe attraktiver Großkunden wieder zurückgewinnen. Die Deutsche Telekom hat im Vergleich mit den Wettbewerbern spürbar an Ansehen gewonnen. Das Lob unserer Kunden zeigt uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Wir werden ihn auch weiter beschreiten und uns – wo immer möglich – weiter verbessern.

„Der Abbau der Konzern-Finanzverbindlichkeiten wurde weiterhin planmäßig fortgesetzt.“

Dr. Joachim Kröske,
Vorstand Finanzen, Controlling der Deutschen Telekom,
auf der Halbjahres-Pressekonferenz
am 25. August 1999 in Bonn

ZUKUNFT DES TV-KABELNETZES

VERKAUF DES KABELNETZES LIEGT VOLL IM PLAN

Der beabsichtigte Verkauf von Teilen unseres TV-Kabelnetzes macht weiterhin große Fortschritte. Nach Ablauf der Frist des offiziellen Bietverfahrens werden die eingegangenen Angebote derzeit eingehend und sorgfältig geprüft. Die Auswertung wird aller Voraussicht nach noch einige Wochen in Anspruch nehmen. Wir werden die Öffentlichkeit und unsere Aktionäre selbstverständlich über das weitere Vorgehen informieren, sobald der Prozess ein neues Stadium erreicht hat.

Auf der Halbjahres-Pressekonferenz äußerte sich der Vorstandsvorsitzende der Deutschen Telekom, Dr. Ron Sommer, zum großen Interesse am Kabelnetz: „Das Ergebnis des vorläufigen Bietverfahrens ist sehr positiv ausgefallen und entspricht voll unseren Erwartungen. Die unverbindlichen Preisangaben in den Geboten sind aus unserer Sicht sehr ermutigend. In den Angeboten spiegeln sich sowohl der strategische Wert des Kabelgeschäfts als auch das große Zukunftspotenzial, das über die derzeitigen Dienste, die über das Kabel geführt werden, weit hinausreicht.“

Parallel arbeitet die Deutsche Telekom weiterhin daran, die Attraktivität des Kabelnetzes kontinuierlich zu erhöhen. Dazu gehören insbesondere Maßnahmen, die den Einsatz und die Nutzung einer Vielzahl von leistungsfähigen Multimediaanwendungen ermöglichen.

So haben wir in Berlin ein Pilotprojekt gestartet, durch das 5 000 Haushalte ihren Kabelanschluss interaktiv nutzen und sich per Fast-Internet die gesamte Multimedia-Welt ins Haus holen können. Parallel dazu bauen wir das Breitbandkabelnetz in Berlin von 450 auf 862 MHz aus. Davon werden rund 600 000 Wohneinheiten mit einem verbreiterten Programmangebot profitieren: Die zusätzlichen Übertragungskanäle ermöglichen die Einspeisung von weiteren 13 analogen Programmen, zusätzlich werden 25 Kanäle mit digitalen Programmpaketen und Multimediadiensten belegt.

Darüber hinaus wurde erst vor kurzem auf der Internationalen Funkausstellung in Berlin eine neue Vermarktungs-Plattform vorgestellt, mit der sich in Zukunft jeder Abonnent aus einer breiten Angebotspalette digitaler Fernseh- und Hörfunkprogramme sein individuelles Programmpaket zusammenstellen kann.

Auf dem Weg zur führenden europäischen Mobilfunkmarke

Durch die Übernahme der britischen Mobilfunkgesellschaft One 2 One ist die Deutsche Telekom künftig in einem der attraktivsten Wachstumsmärkte in der Telekommunikation vertreten. Mit dieser strategisch wichtigen Weichenstellung treiben wir unsere Internationalisierung ein großes Stück voran.

Hohe strategische Bedeutung

Die Übernahme von One 2 One ist jedoch nicht allein ein wichtiger Schritt auf dem Weg zur führenden europäischen Mobilfunkmarke. Vielmehr hat sie für unser Unternehmen noch eine viel weitreichendere strategische Bedeutung: Die Deutsche Telekom erweitert auf diesem Weg ihre Platt-

form zur Durchsetzung ihrer Innovationen und erwirbt somit sehr viel mehr als nur eine Mobilfunkgesellschaft.

Denn Innovationen und damit die Zukunft der Telekommunikation werden zu einem wesentlichen Teil den Mobilfunk berühren. Bestes Beispiel dafür ist das schrittweise Zusammenwachsen von Internet und Mobilfunk, wodurch insbesondere die Mobilkommunikation in bezug auf potenzielle Anwendungen und Wachstumspotentiale in ganz neue Dimensionen vorstoßen wird. Erst vor kurzem haben wir auf der IFA in Berlin mit unserem Produkt T-D1@T-Online als einer Weltpremiere verdeutlicht, wohin die Entwicklung geht. Lesen Sie dazu auch den Beitrag auf Seite 5.

One 2 One: Tor zu einem der attraktivsten Telekommunikationsmärkte in Europa

der am schnellsten wachsende Mobilfunkbetreiber und verfügt über das weltweit erste volldigitalisierte GSM-1800-Netz. Seit 1996 konnte die Kundenzahl auf derzeit rund 2,7 Millionen vervierfacht werden. Allein im zweiten Quartal 1999 konnte One 2 One mehr als 400 000 neue Kunden gewinnen.

Der Marktanteil von One 2 One in Großbritannien liegt heute bereits bei 16 Prozent und soll sich mittelfristig auf 20 Prozent erhöhen. One 2 One will damit von den erheblichen Wachstumspotenzialen des britischen Mobilfunkmarktes profitieren. Großbritannien gilt als einer der am schnellsten expandierenden Mobilfunkmärkte überhaupt.

Präsenz im europäischen Mobilfunk wird deutlich gestärkt

Mit One 2 One verstärkt die Deutsche Telekom ihre Präsenz im dynamisch wachsenden europäischen Mobilfunk ganz erheblich. Zu unseren derzeit 7,5 Millionen T-D1-Kunden in Deutsch-

„Der Kauf von One 2 One ist ein wichtiger Schritt hin zu einem tatsächlichen grenzüberschreitenden Mobilfunkangebot.“

Dr. Ron Sommer,
Vorstandsvorsitzender der Deutschen Telekom,
auf der gemeinsamen Pressekonferenz
am 9. August 1999 in London



Vor diesem mittel- und langfristigen strategischen Hintergrund stellt One 2 One für die Deutsche Telekom eine ausgezeichnete Wahl dar. Das Unternehmen ist in Großbritannien



land und den Kunden unserer Tochtergesellschaft max.mobil. in Österreich kommen durch die Übernahme von One 2 One jetzt noch 2,7 Millionen Kunden aus Großbritannien hinzu. Darüber hinaus sind wir an mehreren weiteren europäischen Mobilfunkunternehmen beteiligt.

Mit den vollkonsolidierten Gesellschaften T-Mobil, max.mobil. und One 2 One sind wir mit knapp 11 Millionen Kunden die Nummer 3 im europäischen Mobilfunk. Mit diesen Tochtergesellschaften und Beteiligungen kommen wir unserem Ziel, langfristig eine europäische Mobilfunkmarke zu schaffen, einen großen Schritt näher.

Der Kaufpreis stimmt

Für grundlegende Innovationen in solchen Wachstumssegmenten sind generell erhebliche Investitionen notwendig. Und diese Investitionen rechnen sich umso mehr, je breiter man dieses Angebot anschließend vermarkten kann. Außerdem ergeben sich wertvolle Synergien und Einsparpotenziale beim Einkauf und beim Aufbau der Infrastruktur sowie beim Vertrieb.

Doch selbstverständlich haben wir diese Übernahme wie jede Akquisition zunächst daran gemessen, ob der Preis stimmt – eine Expansion um jeden Preis kommt für die Deutsche Telekom nicht in Frage. Bei der Beurteilung des Kaufpreises für One 2 One von rund 20 Milliarden DM ist zu beachten, dass Mobilfunkgesellschaften –

„One 2 One hat ein immenses Potenzial, welches wir gemeinsam mit der Deutschen Telekom realisieren wollen.“

**Tim Samples,
Managing Director von One 2 One,
auf der gemeinsamen Pressekonferenz
am 9. August 1999 in London**

ebenso wie Internetfirmen – grundsätzlich sehr hoch bewertet werden, da sie in Wachstumssegmenten mit besonderer Dynamik agieren.

Welche Preise im britischen Mobilfunksektor gezahlt werden, ist an der Börsenbewertung des One 2 One-Wettbewerbers Orange von 7 000 Dollar pro Kunde abzulesen – gegenüber 4 900 Dollar, die die Deutsche Telekom bei One 2 One zahlt. Wenn man die internationalen Beteiligungen von Orange unberücksichtigt läßt, ist der Kaufpreis von One 2 One noch um rund 25 Prozent günstiger – und damit ein angemessener Preis.

ZUKUNFT DER MOBILKOMMUNIKATION

KONVERGENZ ZWISCHEN MOBILFUNK UND INTERNET

Mit der Weltpremiere T-D1@T-Online hat die Deutsche Telekom als weltweit erstes Unternehmen ein ausgereiftes Produkt vorgestellt, das die Potenziale von Mobiltelefonie und Internet bündelt. Die bislang getrennten Welten von Mobilfunk und Internet werden auf einer einzigen Plattform zusammengeführt.



E-Mails senden und empfangen oder Online-Banking ist damit per T-D1 kein Problem mehr. Auch Informationen aus dem Internet direkt auf das Handy-Display zu senden, wird bald schon Standard sein. Diese Konvergenz zwischen Mobilfunk und Internet ist der zukunftsbestimmende Trend in der Telekommunikation. Wir sind entschlossen, die Entwicklung mit neuen Produkten und Diensten voranzutreiben, um uns so einen deutlichen Wettbewerbsvorsprung zu verschaffen.

VORSTOSS IN NEUE DIMENSIONEN

Schon in wenigen Jahren werden auch die Mobilnetze nicht nur hauptsächlich Sprache, sondern vor allem Daten übertragen: Von E-Mails über unternehmensinterne Anwendungen und Internet bis hin zu kompletten Videos und vielem anderem mehr. Möglich gemacht wird all dies durch die dritte Generation der Mobilfunk-Technologie – die sogenannten UMTS-Netze.

Vor diesem Hintergrund ist die Übernahme von One 2 One mehr als ein reiner Zukauf. Ziel ist es, die Mobilfunknetze modernster Technologie breit zu nutzen, um sie zu wachstumsstarken Daten- und Online-Netzen auszubauen.

Verbundprodukte im Mittelpunkt



„Unsere strategische Marschrichtung ist klar: Wir sind auf dem Weg zum umfassenden Telematikanbieter.“

Dr. Hagen Hultzsch,
Vorstand Technik Dienste der Deutschen Telekom,
auf der Unternehmens-Pressekonferenz
zur Eröffnung der IFA am 26. August 1999 in Berlin

Mit einer Vielzahl zukunftsweisender Lösungen aus dem gesamten Spektrum der Telekommunikation hat sich die Deutsche Telekom vor wenigen Wochen auf der Internationalen Funkausstellung (IFA) in Berlin präsentiert. Im Mittelpunkt standen dabei in diesem Jahr insbesondere Verbundprodukte, mit denen wir unseren Kunden noch mehr Dienste, mehr Mobilität, eine noch größere Unabhängigkeit und einen noch schnelleren Zugang zu Informationen ermöglichen.

Konvergenz – das bestimmende Thema

Die Deutsche Telekom sieht im zunehmenden Zusammenwachsen von Festnetztelefonie, Mobilfunk, Internet und Fernsehen einen der bestimmenden Trends in der Informationstechnologie. Hier entstehen enorme Wachstumspotenziale, die wir durch die Entwicklung und Vermarktung von kundenorientierten Lösungen nutzen wollen.

■ T-Online und T-D1: mobil ins Internet

Mit der Weltpremiere T-D1@T-Online bringt die Deutsche Telekom die bislang getrennten Welten von Mobilfunk und Internet zusammen. Auf der Basis des neuen WAP-Standards (Wireless Application Protocol) können Informationen und Unterhaltungsangebote aus dem Internet mobil von unterwegs abgerufen werden – und zwar fast wie zu Hause am eigenen PC. Schon ab 1.9. gibt es WAP-Handys im Handel.

■ TV und Internet: bald gemeinsam

Auch die Bereiche Internet und Fernsehen werden in Zukunft immer stärker

zusammenwachsen. Branchenkenner gehen davon aus, dass der Fernseher den PC als Zugangsmedium zum Internet schon in ein paar Jahren einholen wird.

Auf der IFA haben wir z. B. den Multimedia Distribution Channel präsentiert: einen Rundfunkdienst für qualitativ hochwertige Multimedia-Inhalte, der eine Verbindung zwischen digitalem TV und Internet darstellt. Mit einem Klick gelangt man vom Empfangskanal sowohl ins Internet wie auch in aktuelle digitale TV-Programme.

■ T-ISDN mobil und das Super Schnurlos Telefon

Für unser Verbundprodukt zwischen Festnetz und Mobilfunk – T-ISDN mobil – haben wir auf der IFA ein gemeinsam mit Ericsson entwickeltes Dual-Mode-Handy vorgestellt. Es schaltet je nach Standort automatisch ins Fest- oder Mobilnetz um und rechnet die Verbindungen jeweils zu den entsprechenden Fest- bzw. Mobilfunktarifen ab – außerdem gibt es interessante Rabatte. Damit bietet das Dual-Mode-Handy eine ideale Ergänzung zu unserem bereits auf der CeBIT vorgestellten Konvergenzprodukt T-ISDN mobil.

Mit Höchstgeschwindigkeit ins Internet

Auf dem Gebiet der Internetnutzung steht derzeit insbesondere die Einführung noch leistungsfähiger Zugangswege im Mittelpunkt. Auch hier treiben wir die Entwicklung voran und bieten nicht nur Geschäftskunden, sondern auch Privatanutzern attraktive und für den Massenmarkt konzipierte Lösungen.

■ Breitbandkabel: auch fürs Internet

Auf der IFA haben wir eine neuartige Möglichkeit des Internetzugangs vorgestellt: Fast Internet Access. Dabei handelt es sich um einen Internetzugang per PC via Breitbandkabel. Dazu erweitern wir in Berlin das Breitbandverteilnetz von 450 auf 862 MHz. Der breitbandige Internetzugang soll im Rahmen dieses Projekts von 5 000 Haushalten erprobt werden.

■ T-ISDN dsl: Breitbandiger Internetzugang

Mit dem neuen T-ISDN dsl-Anschluss bietet T-Online einen Internetzugang, mit dem sich die Geschwindigkeit im Netz um den Faktor 12 erhöht hat. Nachdem wir im April mit der aktiven Vermarktung für Geschäftskunden begonnen hatten, bieten wir T-ISDN dsl seit Juli auch unseren Privatkunden an. Bisher haben sich bereits 60 000 Interessenten für das neue Angebot registrieren lassen. Bis Ende '99 soll T-ISDN dsl in 54 Ortsnetzen verfügbar sein.

T-Online: Neues für jede Zielgruppe

Im Rahmen unserer Innovationsstrategie bauen wir auch unser T-Online Angebot weiter systematisch aus. Dabei wird E-Commerce, der elektronische Handel via Internet, zunehmend wichtiger.

Sehr erfolgreich hat sich unser im Frühjahr gestartetes T-Online Shopping Portal entwickelt, auf dem mittlerweile mehr als 200 Partner vertreten sind. Ebenfalls erfolgreich ist der Online-Bookshop booxtra, in dem zur Zeit etwa 500 000 Titel angeboten werden. Mit dem Aufbau weiterer Portals werden wir unsere erfolgreiche Strategie auf neue Zielgruppen erweitern.

Innovationen auch bei der klassischen Telefonie

Neben diesen vor allem auf das Medium Internet abzielenden Aktivitäten war das klassische Geschäft auf der IFA natürlich wie gewohnt einer der Schwerpunkte. Im Vordergrund standen dabei maßgeschneiderte und auf die unterschiedlichen Zielgruppen zugeschnittene Kommunikationslösungen.

■ 0700: die persönliche Rufnummer

Mit dem Service 0700 haben unsere Kunden die Möglichkeit, sich lebenslang eine ausschließlich für sie reservierte Rufnummer zu sichern. Diese Nummer gibt es bei der Regulierungsbehörde. Sie kann flexibel auf beliebige Anschlüsse umgeleitet werden. Damit wird dieser Service zu einem „virtuellen Anschluss“, der nicht mehr an einen bestimmten Anschluss im Fest- oder Mobilnetz gebunden ist.

■ Attraktive Leistungspakete

Das Thema Preise hat für die Deutsche Telekom natürlich wiederum eine bestimmende Rolle gespielt. Unser Ziel ist es, Preise und Tarife immer mehr auf die Bedürfnisse der einzelnen Kundengruppen zuzuschneiden und zu attraktiven Leistungspaketen zu schnüren. Für unsere neuen Wunschtarife Aktiv

AUSGABE DER TREUEAKTIEN AUS DEM ERSTEN BÖRSENGANG

Für Investoren der ersten Stunde rückt ein wichtiger Termin näher: die Ausgabe der Treueaktien aus unserem ersten Börsengang im November 1996. Mit Ablauf des Stichtags 30. September 1999 werden die Kreditinstitute einen Depotabgleich durchführen. Anschließend wird den berechtigten Aktionären die jeweils zustehende Anzahl von Treueaktien so schnell als technisch möglich zugeteilt.

Leider konnte sich die Deutsche Telekom in der Frage der steuerlichen Behandlung der Treueaktien mit ihrer Ansicht bislang nicht durchsetzen. Auch das Bundesministerium für Finanzen hatte in Verhandlungen mit den Länderfinanzministern dafür plädiert, die Treueaktien beim Empfänger als Anschaffungskostenminderung und nicht als Kapitalertrag zu behandeln. Die entsprechende Diskussion wurde ohne Ergebnis vorläufig abgeschlossen.

Demnach steht es den einzelnen Finanzämtern nunmehr frei, in dieser Frage nach eigenem Ermessen zu entscheiden. Endgültige Rechtssicherheit wird erst eine höchstrichterliche Entscheidung durch den Bundesfinanzhof geben.



Plus und Select 5, mit denen man je nach Kommunikationsverhalten deutlich günstiger telefonieren kann als im Standardtarif, konnten wir z.B. bereits innerhalb des ersten Monats mehr als 100 000 Verträge abschließen.

Erfolg des ersten Börsengangs noch übertroffen

Das bestimmende Ereignis an den europäischen Börsenplätzen im ersten Halbjahr war die Kapitalerhöhung der Deutschen Telekom. Bei dieser größten Kapitalerhöhung der internationalen Wirtschaftsgeschichte wurden weltweit insgesamt 280,7 Millionen Aktien platziert und ein Gesamterlös von 10,6 Milliarden Euro erzielt.

Erlös von 10,6 Milliarden Euro

Mit der Kapitalerhöhung haben wir die Erfolgsgeschichte unseres Börsengangs vom November 1996 nicht nur wiederholt, sondern sogar noch übertroffen. Obwohl bei der Transaktion weitaus weniger Aktien ausgegeben wurden als beim Debüt der T-Aktie („nur“ rund 280 Millionen inkl. Mitarbeiter-Tranche im Vergleich zu 713 Millionen), haben wir durch die Kapitalerhöhung 10,6 Milliarden Euro gegenüber 10,2 Milliarden Euro im Jahr 1996 Erlöst.

Darin enthalten sind auch Erlöse von rund 1 Milliarde Euro aus der Ausübung der Mehrzuteilungsoption (Green shoe), die erst im dritten Quartal verbucht werden. Das Eigenkapital des Konzerns erhöhte sich infolgedessen per 30. Juni 1999 auf rund 34 Milliarden Euro oder 38,5 Prozent der Bilanzsumme.

Die Strategie ist aufgegangen

Die Strategie, das Unternehmen auf eine möglichst breite Eigentümerbasis zu stellen, hat sich bereits nach unserem ersten Börsengang als vollkommen richtig erwiesen. Die Entwicklung der T-Aktie an der Börse ist seither sehr positiv verlaufen. Deshalb haben wir auch bei der Kapitalerhöhung – entsprechend der hohen Nachfrage aus diesem Bereich – rund 62 Prozent ihres nachgefragten Volumens privaten Anlegern zugeteilt. Die Deutsche Telekom ist heute das Unternehmen mit der höchsten Anzahl von Privataktionären in Deutschland.

Die erste wirkliche Euro-Aktie

Seit der Kapitalerhöhung ist sie gleichzeitig aber auch die Gesellschaft mit den meisten Anlegern außerhalb ihres Heimatlandes. Dies verdeutlicht zum

einen, dass unser Entschluss, die Emission konsequent europäisch zu strukturieren, hervorragend aufgenommen worden ist. Zum anderen zeigt es aber auch, welch hohes Ansehen und Vertrauen unser Unternehmen bei den Investoren außerhalb Deutschlands genießt.

Privatanleger in allen Euro-Teilnehmer-Staaten konnten die neue T-Aktie zu gleichen Konditionen erwerben und zeigten daher großes Interesse. So haben beispielsweise mehr als 500 000 Privatanleger in Italien, rund 50 000 in Spanien, etwa 30 000 in Frankreich und über 20 000 in den Niederlanden T-Aktien erworben.

Deutsche Telekom als Vorreiter

Dieses europaweite Angebot von T-Aktien sollte aber auch – und zwar ganz bewußt – die paneuropäische Ausrichtung der Deutschen Telekom symbolisieren. Wir verstehen uns konsequent als europäischer Anbieter, der bei der Überwindung nationaler Grenzen auch auf dem Kapitalmarkt eine Vorreiterrolle übernommen hat. Die Kapitalerhöhung besaß somit von Beginn an großen Symbolcharakter.

DAX-WERTE IM VERGLEICH

T-Aktie an der Spitze

Rang	Aktie	31.8.99	30.7.99	30.12.98	Veränd. in % seit Jahresanfang
1 (4)	Deutsche Telekom	41,90	38,45	27,88	50,29
2 (1)	Mannesmann	145,20	142,10	97,66	48,68
3 (5)	Siemens	79,60	75,90	55,99	42,17
4 (3)	Thyssen-Krupp	22,10	21,80	15,70	40,76
5 (2)	Preussag	53,90	54,10	38,50	40,00
6 (9)	Deutsche Bank	64,70	59,20	48,87	32,39
7 (6)	BASF	42,90	42,30	32,52	27,74
8 (8)	MAN	32,00	30,80	25,05	25,79
9 (10)	Commerzbank	33,90	31,00	26,95	21,82
10 (13)	Dresdner Bank	43,60	40,10	35,79	18,28
11 (12)	Veba	60,30	57,40	50,98	18,17
12 (14)	BMW	30,05	28,46	25,43	15,72
13 (11)	Bayer	41,15	40,06	35,56	13,22
14 (15)	Hoechst	40,00	39,40	35,33	10,28
15 (7)	Linde	57,80	64,80	52,41	5,28
16 (16)	Dax	5 270,77	5 101,87	5 006,57	4,89
		20,15	18,50	19,21	0,71
			44,82		-1,67

Quelle: Der Platow Brief, Nr. 100, Freitag, 3. September 1999

Impressum

Forum T-Aktie direkt
Ausgabe 3/1999, 3. Jahrgang

Herausgeber: Deutsche Telekom AG, Bonn
Geschäftsbereich Presse und Unternehmenskommunikation
Verantwortlich: Jürgen Kindervater

Deutsche Telekom Investor Relations

Anschrift der Redaktion: Forum T-Aktie der Deutschen Telekom AG, 70121 Stuttgart

Leserservice: Tel.: 0800 33 02100

Fax: 0800 33 01100

E-Mail: ForumT-Aktie@t-online.de

Konzeption, Text und Gestaltung:
SEA Spiess Ermisch & Andere
Werbeagentur GmbH, Düsseldorf