

EINE NAVIGATIONSHILFE DURCH DIE WELT
VON HANDY, INTERNET UND CO – FOLGE 1: MOBILFUNK.

Von A bis Z: die ganze Welt der Telekommunikation.

Angesichts immer kürzerer Innovationszyklen zählt die Telekommunikation zu den innovativsten Branchen der Welt. Die Folge: Technisch immer aufwendigere Technologien halten in unseren Alltag Einzug. Damit auch Sie stets gut informiert sind, werden wir an dieser Stelle ab sofort in unregelmäßigen Abständen die wichtigsten Begriffe erläutern: verständlich, kompakt, kompetent. Den Anfang macht das derzeit hochaktuelle Thema Mobilfunk.

GSM

Global System for Mobile Communication.

GSM ist der weltweit meistgenutzte Übertragungsstandard für den digitalen Mobilfunk. Rund um den Globus telefonieren von den inzwischen mehr als 500 Millionen Handy-Kunden weit mehr als die Hälfte auf GSM-Basis. GSM wird je nach Land bzw. Anbieter mit unterschiedlichen Megahertz-Bandbreiten – von 900 MHz (D-Netze) über 1800 MHz (E-Netze) bis zu 1900 MHz bei unserem künftigen Partner in den USA, VoiceStream – genutzt. Wer mit einem D-Netz-Handy in einem E-Netz telefonieren möchte, etwa im europäischen Ausland, benötigt ein so genanntes Dual-Band-Handy, das zwischen diesen beiden Bandbreiten bzw. den Netzen beider Anbieter wechseln kann. GSM wird auch als Mobilfunk der 2. Generation bezeichnet, seit dieser Standard den analogen Mobilfunk (C-Netz) der 1. Generation sukzessive abgelöst hat. Die Technologie der kommenden 3. Generation steht mit UMTS (Universal Mobile Telecommunications System) bereits in den Startlöchern.

GPRS

General Packet Radio Service.

Bei GPRS handelt es sich um einen neuen, innovativen GSM-Datendienst, mit dem WAP und Internet in einer neuen Dimension mobil erlebt werden können. Möglich wird dies durch eine neue Form der Datenübertragung, die die Informationen in kleine Daten-Pakete zerlegt, versendet und beim Empfänger wieder zu einer vollständigen Information zusammensetzt. Zur Nutzung von GPRS wird ein GPRS-fähiges Endgerät benötigt. Nahezu alle Hersteller planen, Anfang 2001 GPRS-Endgeräte einzuführen, so dass schon bald ein breites Spektrum zur Verfügung stehen wird. Neu bei GPRS gegenüber dem bisherigen Übertragungsstandard ist die Abrechnung der Verbindungspreise nach übertragenem Datenvolumen – der Kunde zahlt so

mit seine Verbindungspreise primär für das Datenvolumen und nicht für die Nutzungszeit. In der Startphase ist die Übertragungsgeschwindigkeit aufgrund der Endgeräteperformance bis zu 2-mal so hoch wie mit den bisherigen Datendiensten, z. B. bei T-D1. Im ersten Quartal 2001 planen die Endgerätehersteller eine neue Gerätegeneration, die dann auch eine höhere Datengeschwindigkeit erlaubt. Nach der Durchführung umfangreicher Tests, die einen höchstmöglichen Qualitätsstandard sichern sollen, ist der kommerzielle Starttermin für T-D1 GPRS für Anfang 2001 geplant.

SMS

Short Message Service.

Mit SMS haben die Mobilfunknutzer die Möglichkeit, Daten anstelle von Sprache über die Mobilfunknetze zu übermitteln. Über die Tastatur des Mobiltelefons lassen sich damit Text-Kurznachrichten mit bis zu 160 Zeichen versenden. Die Vorteile dieses Dienstes: Die Funkbriefe sind schnell, funktionieren über verschiedene Netze hinweg und sind kostengünstig. Deutschland nimmt bei SMS eine absolute Vorreiterrolle ein: 1994 wurde die erste SMS über das T-D1 Netz verschickt, im Januar 1999 waren es bereits 60 Millionen und im September dieses Jahres hat sich diese Zahl auf rund 520 Millionen mehr als verdacht.

WAP

Wireless Application Protocol.

WAP ist eine wichtige Weiterentwicklung der mobilen Datenübertragung. WAP ist ein herstellerübergreifendes Zugangsprotokoll für den Mobilfunk, mit dem speziell aufbereitete Internet-Seiten auf die Displays mobiler WAP-Telefone übertragen werden können. Voraussetzung dazu ist zum einen, dass die Internet-Inhalte im so genannten WML-Format (Wireless Markup Language) geschrieben worden sind, einer Programmiersprache, die dem im Internet

gebräuchlichen HTML (Hypertext Markup Language) ähnelt. Zum anderen müssen die Mobiltelefone über einen Micro-Browser verfügen, eine Art Web-Browser für das Handy. Aufgrund der kleinen Displays und der derzeit noch relativ geringen Übertragungskapazitäten werden nur ausgesuchte Inhalte und keine vollständigen Internet-Seiten dargestellt. T-D1 bietet seinen Kunden auf dem T-D1 WAP-Portal Zugriff auf fast 70 verschiedene Angebote von namhaften Inhalte-Anbietern. Mehr als 400.000-mal pro Woche wird das WAP-Portal derzeit bereits aufgerufen.

UMTS

Universal Mobile Telecommunications System.

Nach dem Übergang von der ersten Mobilfunkgeneration zu den digitalen Systemen der D- und E-Netze stellt UMTS die wichtigste und weit reichendste Neuentwicklung im Mobilfunk dar. Mit UMTS wird der Mobilfunkstandard der dritten Generation (auch 3G genannt) eingeläutet. Damit wird der schnelle Internet-Zugang via Mobiltelefon ebenso möglich wie multimediale Anwendungen: Bilder, Grafiken und sogar ganze Videoclips können dann mit Geschwindigkeiten von bis zu 2 Megabit pro Sekunde über das Handy hin- und hergeschickt werden – das ist bis zu 200-mal schneller als bei GSM bzw. WAP, die auf Übertragungskapazitäten von 9,6 kbit pro Sekunde zurückgreifen. Abgerechnet wird dabei – wie bei GPRS – nach dem Volumen der empfangenen oder versendeten Daten. Die in Deutschland für die Vergabe von UMTS-Lizenzen an die Mobilfunkanbieter verantwortliche Regulierungsbehörde hat festgelegt, dass die Lizenznehmer in den kommenden fünf Jahren mindestens eine Netzabdeckung von 50 Prozent der Bevölkerung erreichen sollen. T-Mobil plant den kommerziellen Start des UMTS-Netzes für Ende 2002/Anfang 2003.

Impressum

Forum T-Aktie „direkt“
Ausgabe 4/2000, 4. Jahrgang

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

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:
Citigate SEA GmbH & Co. KG
Düsseldorf

direkt

Informationen aus erster Hand 4/2000

KENNZAHLEN FÜR DIE ERSTEN DREI QUARTALE 2000 BEKANTT GEGEBEN

Konzernumsatz wächst um 14,5 Prozent.

Die Deutsche Telekom hat in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres den Umsatz erneut deutlich um 14,5 Prozent steigern können. Auch der Konzernüberschuss stieg – bedingt durch besondere Faktoren – kräftig auf 8,4 Milliarden Euro und übertraf damit den Vorjahreswert um ein Mehrfaches. Die dynamische Entwicklung bei den Wachstumstreibern hat sich auf sehr hohem Niveau fortgesetzt, wobei sich allerdings insbesondere die hohen Kosten für die Kundenakquisition im Mobilfunkgeschäft – wie erwartet – negativ auf die Ergebnisentwicklung ausgewirkt haben.

Auslandsbeteiligungen treiben Konzernumsatz.

Insgesamt konnte der Konzernumsatz im Berichtszeitraum auf 29,2 Milliarden Euro gesteigert werden – ein Zuwachs um 14,5 Prozent gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres. Verantwortlich dafür ist insbesondere die positive Entwicklung bei unseren ausländischen Neuerwerbungen One 2 One, Club-Internet und SIRIS, die erstmals voll konsolidiert wurden und allein rund 2,3 Milliarden Euro zum Konzernumsatz beigesteuert haben. Aber auch ohne Berücksichtigung dieser Neukonsolidierungen legte der Umsatz gegenüber dem Vergleichszeitraum erneut weiter zu: um 5,5 Prozent auf rund 27 Milliarden Euro.

Konzernüberschuss aufgrund positiver Faktoren kräftig gestiegen.

Deutlich überproportionale Zuwächse waren beim Konzernüberschuss zu verzeichnen, der sich auf 8,4 Milliarden Euro erhöhte gegenüber 1,25 Milliarden Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Dieses Ergebnis ist im Wesentlichen auf beträchtliche Sondereinflüsse in den ersten drei Quartalen 2000 zurückzuführen.

Dazu zählen im ersten Quartal der steuerfreie Verkauf der Beteiligung an Global

One, aus dem ein erheblicher Ergebnisbeitrag von 2,9 Milliarden Euro resultiert, sowie die ergebniswirksame Aufnahme von Gesellschaftern im Rahmen des T-Online Börsenganges, die sich mit 2,7 Milliarden Euro niedergeschlagen hat. Für das zweite Quartal ist in diesem Kontext die steuerfreie Veräußerung unserer Anteile an der italienischen Wind, die mit einem Ertrag von 2,3 Milliarden Euro verbucht wurde, zu nennen. Im dritten Quartal haben ferner Anteilsverkäufe an den Kabelgesellschaften Nordrhein-Westfalen (55 Prozent) und Hessen (65 Prozent) ein Ergebnis von zusammen 2,96 Milliarden Euro vor Steuern erbracht.

Weiterhin starke Zuwächse bei den Wachstumstreibern.

Die aktuellen Kennzahlen unserer Wachstumsbereiche – vor allem im Mobilfunk- und im Onlinegeschäft – belegen eindeutig: Die Deutsche Telekom liegt mit ihrer konsequenten Innovationsstrategie auf Kurs. Wir bauen den Konzern auf der Basis unserer 4-Säulen-Strategie weiter systematisch um und richten dadurch unser gesamtes Geschäft noch gezielter auf unsere Kunden und die Märkte aus. Die gegenwärtig – wie erwartet – deutlich erhöhten Aufwendungen für unseren Innovations- und Wachstumskurs sind

Themen

Geschäftszahlen für die ersten drei Quartale 2000

T-Aktie: Kurs im Widerspruch zu den Potenzialen

T-Online: Neun-Monats-Zahlen vorgelegt

Wettbewerb: Pauschale für Internet-Zugang gefordert

Systems 2000: Telekom präsentiert Lösungen für den Mittelstand

T-Mobile: Verzicht auf UMTS-Lizenz in Frankreich

Nachrichten aus dem Konzern

Neue Rubrik: Telekommunikation von A bis Z

eine unverzichtbare Voraussetzung, die Deutsche Telekom auf den weltweiten TIME-S-Märkten für die riesigen Potenziale des Informationszeitalters optimal in Stellung zu bringen.



Wachstumstreiber Mobilfunk: Auch bei der Einführung mobiler Internet-Dienste wie der WAP-Technologie hat die Deutsche Telekom gemeinsam mit T-Mobile eine Pionierrolle übernommen.

Mobilfunk: bereits mehr als 26,5 Millionen Kunden in Europa.

Der Mobilfunk hat seine Rolle als Wachstumsmotor Nummer 1 auch im dritten Quartal eindrucksvoll bestätigt. Das Mobilfunkgeschäft mit unserer Tochtergesellschaft T-Mobile International und deren Mehrheitsbeteiligungen in Deutschland, Großbritannien und Österreich sowie der über die MATÁV zum Konzern gehörenden ungarischen Westel konnte bei seinen europäischen Mehrheitsbeteiligungen im Geschäftsjahr 2000 Monat für Monat durchschnittlich mehr als eine Million neuer Kunden gewinnen, so dass sich die Gesamtanzahl bis zum Ende des dritten Quartals auf 26,5 Millionen erhöhte. Nimmt man die Kunden bei den weiteren Beteiligungen von T-Mobile International und Deutscher Telekom noch hinzu, sind es bereits deutlich über 30 Millionen Kunden.

Allein T-Mobile in Deutschland konnte die Teilnehmerzahl im T-D1 Netz von 7,7 Millionen am Vorjahresstichtag bis Ende September 2000 auf 16,1 Millionen mehr als verdoppeln. Das Gesamtergebnis des Vorjahres – ein Nettokundenzuwachs von 3,6 Millionen – konnte damit innerhalb von nur neun Monaten nahezu verdoppelt werden.

Internet: T-Online baut Marktführerschaft weiter aus.

Mit einem überproportionalen Kundenzuwachs auf rund 7 Millionen Teilnehmer zum Stichtag hat T-Online seine Position

als Marktführer in Deutschland und Europa weiter ausgebaut. Innerhalb von nur einem Jahr hat sich die Kundenzahl damit bereits beinahe verdoppelt. Allein in Deutschland wurde die Teilnehmerzahl innerhalb eines Jahres um 2,4 Millionen gesteigert. Zum Kundenwachstum beigetragen haben auch die zusammen etwa 1 Million Kunden von Club-Internet in Frankreich, T-Online.at in Österreich und Ya.com in Spanien und Portugal.

T-Com: Kerngeschäft ganz im Zeichen der Breitbandkommunikation.

Die Deutsche Telekom verfügte per 30. September 2000 über fast 49 Millionen Festnetzanschlüsse in Deutschland (einschließlich ISDN) und ist mit über 16 Millionen installierten ISDN-Kanälen weltweit ISDN-Spitzenreiter. Damit entfallen inzwischen bereits rund ein Drittel aller Telefonkanäle auf die ISDN-Technologie.

Zusammen mit den neuen T-DSL Breitbandanschlüssen, die in Deutschland bis Ende dieses Jahres für 60 Prozent und bis Ende 2001 für 90 Prozent der Bevölkerung verfügbar sein sollen, ist die Deutsche Telekom der weltweit führende Anbieter von digitalen Anschlüssen mit hoher und höchster Übertragungsgeschwindigkeit. Seit dem Start unserer T-DSL Offensive haben wir bis Anfang Dezember ohne großen Marketingaufwand schon über 480.000 T-DSL Anschlüsse vermarktet – dies zeigt, dass der Bedarf nach breitbandigen Anwendungen vorhanden ist und die Deutsche Telekom mit ihren Angeboten für die schnelle Internet-Kommunikation richtig positioniert ist.

Erhebliche ergebnismindernde Einflüsse.

Den insgesamt positiven Zahlen bei Umsatz und Konzernüberschuss gegenüber wird das Ergebnis durch mehrere Faktoren belastet. Ergebnismindernd haben sich zum einen Sonderabschreibungen, Verluste aus Anlagenabgängen sowie zusätzliche Zuführungen zu Rückstellungen niedergeschlagen, die sich in der Summe auf rund 1,8 Milliarden Euro belaufen. Davon sind rund 0,6 Milliarden Euro im dritten Quartal angefallen. Zum anderen haben die Neukonsolidierungen das Ergebnis der ersten neun Monate durch Abschreibungen auf die Firmenwerte in Höhe von insgesamt 1,4 Milliarden Euro belastet.

Gemindert wurde der Konzernüberschuss außerdem durch die UMTS-Abschreibungen und die im Zusammenhang mit dem fortgesetzten Teilnehmerwachstum in unseren Wachstumsbereichen angefallenen hohen Marketingkosten für die Neukundengewinnung – dies gilt insbeson-

dere für den Mobilfunkbereich. Diesen das Ergebnis belastenden Aufwendungen stehen jedoch hohe Zuwachsraten bei den Teilnehmern gegenüber, die sich – wie geschildert – bereits sehr kurzfristig auf die Umsatzentwicklung ausgewirkt haben und mittel- und langfristig auch das Ergebnis positiv beeinflussen werden.

Finanzverbindlichkeiten um 12,2 Prozent gestiegen.

Die Finanzverbindlichkeiten (brutto) erhöhten sich per Ende September 2000 auf 62,1 Milliarden Euro gegenüber 49,9 Milliarden Euro zum 30. Juni 2000. Hier wirkte sich vor allem die Finanzierung der von der T-Mobile in Deutschland ersteigerten UMTS-Lizenzen in Höhe von 8,5 Milliarden Euro aus. Anders als bei einigen Wettbewerbern sind diese Kosten – nicht zuletzt durch die Begebung einer globalen Anleihe mit einem Volumen von 14,6 Milliarden US-Dollar – jedoch bereits voll durchfinanziert.

Darüber hinaus hat die Deutsche Telekom im September mit Genehmigung des amerikanischen Justizministeriums für 5 Milliarden US-Dollar Anteile an der amerikanischen Mobilfunkgesellschaft VoiceStream übernommen. Sofern der geplante Erwerb von VoiceStream die erforderlichen Genehmigungen erhält, stehen diese Mittel für den fortgesetzten zügigen Ausbau der Netzinfrastruktur des Unternehmens sowie den notwendigen Erwerb ausgesuchter lokaler Mobilfunklizenzen sowie einer UMTS-Lizenz in den USA zur Verfügung.

Dem gegenüber stehen die Mittelzuflüsse durch den bereits angesprochenen Verkauf der Kabelregionen NRW und Hessen sowie eine Reduzierung der liquiden Mittel um 2,4 Milliarden Euro. Die Nettofinanzverbindlichkeiten beliefen sich vor diesem Hintergrund zum Ende des 3. Quartals auf rund 56,7 Milliarden Euro.

Umbau im Personalbereich erfolgreich forciert.

Der personelle Umbau im Konzern wurde weiter vorangetrieben. Im Vordergrund stand dabei der Personalausgleich. Die sozialverträgliche Personalarückführung in der AG hat sich mit rund 4.000 Stellen in den ersten drei Quartalen fortgesetzt. Die Erhöhung der Zahl der Beschäftigten im Gesamtkonzern – Stand Ende September: 207.400 – ist im Wesentlichen auf die Konsolidierungskreisveränderungen zurückzuführen, wobei ein Großteil, nämlich rund 13.400 Mitarbeiter, auf die neu erworbene Slovenské Telekomunikácie entfallen.

ÜBERTREIBUNG DER MÄRKTE NACH UNTEN

T-Aktie: Kursverlauf im Widerspruch zu fundamentalen Potenzialen.

Beobachter sind sich weitgehend einig, dass der derzeitige Kursabschwung von Aktien in erster Linie eine Reaktion auf die übertriebenen Kurszuwächse in den ersten drei Monaten dieses Jahres darstellt. Allerdings vollziehen die Märkte inzwischen nach fast einhelliger Meinung eine Übertreibung nach unten. Diesem allgemeinen Trend konnte sich auch die T-Aktie nicht entziehen. Auf dem aktuellen Niveau (XETRA-Schlusskurs 5.12.: 37,15 €) spiegelt die T-Aktie jedoch die mittel- und langfristigen Potenziale des Telekom Konzerns in keiner Weise wider.

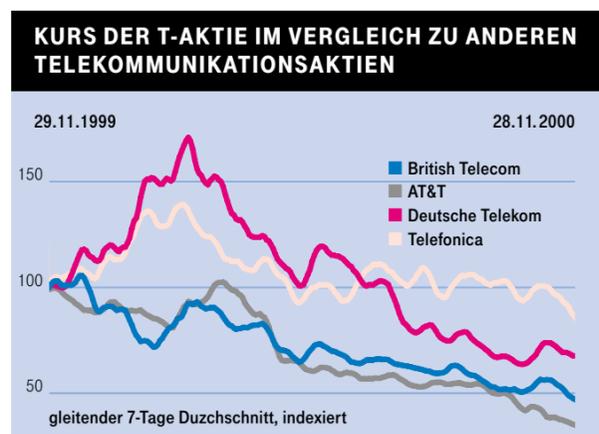
Der starke Anstieg im ersten Quartal sowie die dann folgende massive Kurskorrektur im zweiten Quartal prägte die Aktien des Telekommunikationssektors in Europa. Diese Bewegung hat sich auch im dritten Quartal fortgesetzt. Ausgelöst wurde die Korrektur vieler Telekommunikationsaktien zum einen durch die höher als vielfach in der Öffentlichkeit erwarteten UMTS-Lizenzkosten in Großbritannien zu Beginn des zweiten Quartals. Hinzu kam die Ankündigung einer Neugewichtung der Aktien in den Stoxx-Indices entsprechend den in Streubesitz befindlichen Aktien.

Besonders betroffen waren davon Unternehmen mit einem hohen Staatsanteil wie die Deutsche Telekom. Schließlich wurde der Kurs der T-Aktie belastet durch den geplanten Erwerb von VoiceStream, der vornehmlich mit der Ausgabe von mehr als 800 Millionen neuer T-Aktien finanziert werden soll. Wie ganz allgemein bei Akquisitionen stellen die Investoren bei solchen Transaktionen den Verwässerungseffekt als Folge der Ausgabe neuer Aktien in Rechnung. Derzeit wird der Markt außerdem durch Befürchtungen vor einem Nachlassen der weltweiten Wachstumsdynamik – speziell in den USA – belastet. Und nicht zuletzt hat die Unsicherheit um die Stimmenausschüttung bei der Präsidentschaftswahl in den USA die amerikanische Technologiebörse Nasdaq belastet.

Der Kursverlauf spiegelt die ausgezeichnete Wachstumsstrategie nicht wider.

Auch die T-Aktie ist in diesen Abwärtstsgog geraten. Die drastischen Kursverluste spiegeln inzwischen jedoch weder den tatsächlichen Wert des Konzerns noch seine hervorragenden Wachstumsperspektiven angemessen wider. Mit unserer 4-Säulen-Strategie haben wir früher und konsequenter als fast sämtliche unserer Wettbewerber auf den weltweit bestimmenden Konvergenztrend reagiert und die Weichen für einen mittel- und langfristig dauerhaften Wachstumskurs gestellt.

Die Erfolge unserer Wachstumstreiber T-Mobile International und T-Online Inter-



Die mit dem Abwärtstrend einhergehenden Kursverluste der T-Aktie geben in keiner Weise den tatsächlichen Wert der Deutschen Telekom und ihre Wachstumspotenziale wieder.

national belegen, dass wir hervorragend auf Kurs liegen. Unsere dritte Säule, T-Systems, ist nach der Integration von debis Systemhaus hinter IBM Europas Nummer zwei im boomenden Systemlösungsgeschäft. Und das Potenzial unserer vierten Säule – T-Com – steigern wir kontinuierlich, indem wir rund um das Festnetz immer neue innovative Produkte und Dienste bereitstellen.

Nicht der Tageskurs zählt, sondern die langfristigen Perspektiven.

Vor diesem Hintergrund erkennt auch die Financial Community – allen voran Analysten und institutionelle Anleger – immer mehr die mittel- und langfristig ausgezeichneten Potenziale der T-Aktie. Sie verstehen unsere Strategie heute besser als je zuvor. Bestes Beispiel dafür ist die inzwischen ausgewogenere Beurteilung des geplanten VoiceStream-Erwerbs. Die Kritik am Kaufpreis ist längst einer objektiveren und sachlicheren Betrachtungsweise gewichen. Viele Analysten beurteilen den Kaufpreis heute als fair, weil sie inzwischen die hervorragende industrielle Logik dieser geplanten Transaktion erkannt haben.

Auch der Verzicht auf die Teilnahme an der Versteigerung der französischen UMTS-Lizenzen (siehe S.6) wird überwiegend positiv beurteilt. Lesen Sie dazu auch nebenstehende Analysteneinschätzungen.

DEUTSCHE TELEKOM UND T-AKTIE: EXPERTEN SEHEN LANGFRISTIG HOHE WACHSTUMSCHANCEN.

„Wer wird in fünf Jahren das führende Telekommunikations-Unternehmen in Europa sein?“ Diese Frage stellte die Hamburger Unternehmensberatung Mummert & Partner in diesem Jahr mehr als 100 Managern aus der Telekommunikationsbranche. Das meistgenannte Unternehmen: die Deutsche Telekom. Jede vierte Führungskraft sieht die Deutsche Telekom an der Spitze der europäischen Telekommunikationsfirmen. Vor diesem Hintergrund urteilt die Zeitschrift Finanzen:

Deutsche Telekom ist Technologieführer.

„Mit ihrem ISDN-Netz verfügt die Deutsche Telekom in Europa über die modernste Technik. [...] Der nächste Schritt ist ADSL, eine Technik, die rund 20-mal schneller ist als ISDN. Auch hier hat die Deutsche Telekom neben France Télécom den Netzausbau am weitesten vorangetrieben. Das Zusammenwachsen von Fernsehen und Internet wird aber nach noch höheren Übertragungsraten verlangen. [...] Und kein Unternehmen profitiert davon mehr als die Deutsche Telekom.“

(Quelle: Finanzen 12/2000)

Bankgesellschaft Berlin, 3.11.2000: Aktie profitiert vom geplantem VoiceStream-Deal.

„Gute Aussichten, bald GSM-Dienste auf dem gesamten US-Markt anbieten zu können, habe nach Ansicht der Bankgesellschaft Berlin die Deutsche Telekom [...] VoiceStream habe – inklusive Powertel – nahezu US-weite Lizenzabdeckung [...] Aufgrund dieser neuen Entwicklung erscheine VoiceStream für die Deutsche Telekom noch attraktiver. Von einem Zugang zum kompletten US-Markt werde die T-Aktie stark profitieren.“

ABN Amro, 24.11.2000: Verzicht auf UMTS-Lizenz in Frankreich nachvollziehbar.

„Jedoch besitze die Telekom keine mobilen Sendeanlagen in Frankreich. Die Entscheidung der Telekom, nicht mitzubieten, zeige, dass man mit Vorsicht ans Werk gehe, um die vorhandenen finanziellen Mittel für die richtigen Gelegenheiten aufzuheben.“

NordLB, 10.11.2000: Kundenentwicklung erfreulich.

„Der Kurs der Deutschen Telekom profitiere von dem Stimmungsaufschwung gegenüber dem europäischen Telekommunikationssektor, der nach der vergleichsweise preiswerten UMTS-Auktion in Italien eingesetzt habe. [...] Erfreulich wäre die positive Kundenentwicklung in den Bereichen Mobilfunk, Internet und Festnetz gewesen.“

(Quelle: jeweils www.aktiencheck.de)

GESCHÄFTSENTWICKLUNG IN DEN ERSTEN NEUN MONATEN

T-Online legt beim Konzernumsatz weiter zu.

Die T-Online International AG erwirtschaftete in den ersten neun Monaten des laufenden Jahres einen Konzernumsatz von 542,6 Millionen Euro. Das wichtigste Ereignis des dritten Quartals war die Akquisition des spanischen Internet-Dienstes Ya.com, eines der führenden Portale auf der iberischen Halbinsel.

Wachstum weiter fortgesetzt.

Die Umsatzzahlen der ersten drei Quartale des laufenden Geschäftsjahres zeigen den kontinuierlichen Wachstumskurs der T-Online International AG. Der Gesamtumsatz von 542,6 Millionen Euro bedeutet im Vergleich zum Vorjahreszeitraum einen Anstieg um 86,5 Prozent. Die neu erworbenen ausländischen Tochtergesellschaften haben mit rund 32 Millionen Euro zum Konzernergebnis beigetragen. Ohne Berücksichtigung dieser Neukonsolidierungen konnte gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres eine Umsatzsteigerung von 75,6 Prozent erzielt werden.

Einzigartige Marktposition leicht ausgebaut.

In Deutschland gehen derzeit rund 57 Prozent aller Internet-Nutzer über T-Online ins

Internet. Die Zahl der deutschen T-Online Kunden stieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um rund 68 Prozent auf rund 6 Millionen. Der Abstand zu den nächsten Wettbewerbern konnte dabei kontinuierlich ausgebaut werden. Aber auch international hat T-Online seine Kundenbasis erfolgreich verbreitert. Neben Österreich und Frankreich ist T-Online hier seit September nach dem Erwerb von Ya.com mit rund einer halben Million Teilnehmern erstmals in Spanien und Portugal vertreten. Zusammen mit allen ausländischen Tochterfirmen zählt T-Online nun mehr als 7 Millionen Kunden – 83 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum.

Portalumsätze wachsen überdurchschnittlich.

Mit 27,8 Millionen Euro im dritten Quartal sind insbesondere die so genannten Portalumsätze – Einnahmen aus den Segmenten Werbung und E-Commerce – gegenüber den Vorquartalen überproportional gewachsen. Ihr Anteil am Gesamtumsatz betrug rund 61 Millionen Euro für die ersten neun Monate. Damit erhöhte sich der Anteil der Portalerlöse an den Gesamterlösen von 9 Prozent zum Halbjahresende auf 11,3 Prozent. Auf die sonstigen Umsatzerlöse entfallen in den ersten drei Quartalen 13,3 Millionen Euro.

Einführung der Flatrate drückt das Vorsteuer-Ergebnis.

Wie erwartet wurde das Ergebnis durch die Einführung der Flatrate für den Internet-Zugang über schmalbandige Anschlüsse wie den T-Net oder den T-ISDN An-

schluss belastet. Die Flatrate – die eine zeitlich unbegrenzte Nutzung des Internets zu einem Pauschalpreis von 79 DM pro Monat ermöglicht – veranlasste vor allem Vielnutzer, zu der Pauschale zu wechseln. Denn für die Kunden hat die Flatrate vor allem den Vorteil, die Kosten für die Internet-Nutzung unabhängig von der Online-Zeit fix zu halten. Für T-Online hat die Flatrate dagegen vor allem als strategisches Instrument eine wichtige Bedeutung: Um das margenschwache Geschäft mit Zugangsentgelten verstärkt durch nutzungsunabhängige Einnahmen zu ergänzen, ist es von Bedeutung, mehr Kunden mit einer längeren Nutzungsdauer an T-Online zu binden. Dieses Ziel haben die Flatrates überproportional erfüllen können: Zahlreiche T-Online Kunden wechselten von den minutenabhängigen Tarifen zum Pauschalpreis. Darüber hinaus konnten durch die Flatrate auch zahlreiche Neukunden gewonnen werden. Dadurch erhöhte sich die durchschnittliche Online-Nutzungszeit auf über 500 Minuten pro Monat und Kunde.

Aus dem operativen Geschäft ergibt sich für T-Online ein negatives Vorsteuer-Ergebnis in Höhe von 14,4 Millionen Euro. Als ergebniswirksam muss vor allem der Beitrag aus dem Börsengang der comdirect bank im Juni berücksichtigt werden. T-Online hatte im Zuge des Börsenganges ihre Beteiligung an comdirect von zuvor 25 Prozent auf aktuell 21,35 Prozent reduziert. Dadurch flossen dem Konzern Erträge in Höhe von 39,2 Millionen Euro zu. Insgesamt ergibt sich für die ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2000 ein negatives Konzernergebnis in Höhe von rund 233 Millionen Euro. Neben dem negativen Vorsteuer-Ergebnis haben vor allem die Goodwillabschreibungen von 137 Millionen Euro – darunter werden die Abschreibungen auf den Firmenwert erworbener Unternehmen zusammengefasst – sowie der außerordentliche Aufwand in Zusammenhang mit dem Börsengang (114 Millionen Euro) zu diesem Konzernergebnis geführt.

Wichtiger Schritt auf dem Weg zum führenden Content-Provider.

Schon heute arbeitet T-Online im Content-Bereich sehr erfolgreich mit vielen renommierten Partnern zusammen. Dabei waren die Inhalte in das T-Online-Portal integriert. Jetzt wird T-Online zusammen mit DaimlerChrysler erstmals ein eigenständiges Portal außerhalb des T-Online-Auftritts aufbauen. Das Gemeinschaftsportal stellt damit eine Content-Partner-

schaft in einer neuen Qualität dar. Dieses neue Geschäftsmodell lässt sich mit der Kurzformel „B2B2C“ – dem Handel zweier Unternehmen mit dem Endkunden – charakterisieren. Auf diese Weise betreibt T-Online eine Filialisierung des Massenmarktes und unterstützt seine Partner damit, in den Markt zu gehen. T-Online eröffnet sich durch das Joint Venture ein weiteres Geschäftsfeld: den gemeinsamen Betrieb von Internet-Portalen mit

Partnern aus Industrie, Wirtschaft und Handel. Mit DaimlerChrysler konnte dazu ein strategisch außerordentlich starker Partner gewonnen werden. T-Online erschließt sich durch die Zusammenarbeit die hochklassige und kaufkräftige Zielgruppe des DaimlerChrysler-Konzerns als potenzielle Access-Kunden und schafft so die Basis für neue E-Commerce-Angebote.

WETTBEWERBER FORDERN PAUSCHALPREIS FÜR INTERNET-ZUGANG

Beschluss der Regulierungsbehörde gefährdet Internet-Entwicklung in Deutschland.

Die Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post hat entschieden, dass die Deutsche Telekom bis zum 1. Februar 2001 einen Vorschlag zur Einführung einer so genannten „Großhandels-Flatrate“ unterbreiten muss. Diese soll andere Internet-Anbieter in die Lage versetzen, Leitungskapazitäten für den Zugang ihrer Kunden zum Internet zu einem Pauschalpreis anmieten zu können. Zur konkreten Höhe des Pauschalangebots hat der Regulierer keine Vorgaben gemacht. Dem Beschluss vorausgegangen waren Proteste einiger Wettbewerber gegen das bisher praktizierte zeitabhängige Entgeltmodell. Die Deutsche Telekom hält diesen Beschluss insbesondere unter Wettbewerbsgesichtspunkten für widersprüchlich und falsch.

Derzeit berechnen wir Internet-Providern, die unsere Netz-Infrastruktur für die Zuführung zum Internet nutzen, einen minutenabhängigen Tarif von rund 1,5 Pfennig – auch unserer Tochter T-Online. Die Onlinedienste argumentierten gegenüber der Regulierungsbehörde, unter diesen Voraussetzungen könnten sie Pauschalangebote – wie zum Beispiel „T-Online flat“ zu 79 DM im Monat – nicht kostendeckend offerieren. Begründung: Internet-Vielnutzer verursachen auf Basis des minutenabhängigen Tarifs bereits ab einer monatlichen Online-Nutzungszeit von etwa 53 Stunden höhere Kosten als die pauschal berechneten knapp 80 DM. Daher würde sich erst dann das Angebot einer Flatrate lohnen, wenn auch die Onlineanbieter einen Pauschalpreis an die Deutsche Telekom für die Nutzung der Leitungskapazitäten entrichten.

Die Großhandels-Flatrate lenkt Investitionsvorhaben in eine falsche Richtung.

Wenn dieser Entschluss der Regulierungsbehörde umgesetzt wird, müssten wir Milliardensummen in Technologien investieren, die nicht für das Internet geschaffen wurden. Schon heute zeigen temporäre

Netzüberlastungen, dass das digitale T-Net immer öfter an seine Grenzen stößt. Die Zukunft gehört daher breitbandigen Netzen, wie wir sie seit 1999 unter hohem Aufwand und auf eigenes unternehmerisches Risiko ausbauen und mit unseren innovativen T-DSL Angeboten vermarkten.

Telefonnetz nicht für den Internet-Verkehr ausgelegt.

Konzentriert sich der Internet-Zugang aber statt auf DSL weiterhin auf das Telefonnetz, müsste die Deutsche Telekom daher in die herkömmliche – für das Internet unterdimensionierte – Vermittlungstechnik investieren. Bei einer stark ansteigenden Beanspruchung des Telefonnetzes durch Internet-Benutzer – und unsere bisherigen Erfahrungen mit der Flatrate haben bereits gezeigt, dass viele Nutzer rund um die Uhr online sein werden – wird das Telefonnetz im Extremfall buchstäblich „zusammenbrechen“. Investitionen in erheblichem Umfang, die notwendig wären, um dem entgegenzuwirken, drohen deshalb fehlgeleitet zu werden.

Unternehmerische Risiken sollen bei der Deutschen Telekom abgeladen werden.

Mehr noch: Allein die Deutsche Telekom müsste die dafür anfallenden Kosten tragen. Zumal wir in den vergangenen zehn Jahren bereits rund 75 Milliarden Euro in den Aufbau der Telefonnetze in Deutschland investiert haben. Fakt ist jedoch, dass die Wettbewerber diese im weltweiten Vergleich einzigartige Infrastruktur aufgrund zahlreicher regulatorischer Vorgaben zu einem sehr günstigen Preis nutzen können. Fakt ist auch: Wer Flatrates anbieten will, muss auch bereit sein, die damit verbundenen unternehmerischen Risiken zu tragen.

Die Deutsche Telekom und T-Online sehen das schmalbandige Angebot als Chance,

ein spezifisches Kundensegment zu adressieren sowie T-Online Kunden zum Umstieg auf das Breitbandangebot T-DSL zu bewegen. Es ist kein Angebot auf Dauer für die Masse der Kunden. Hier gehen wir in der Tat ein unternehmerisches Risiko ein. Dieses Risiko können wir allerdings nicht auch noch für unsere Wettbewerber übernehmen.

Breitbandoffensive in Frage gestellt.

Die Deutsche Telekom baut jetzt mit ihrer T-DSL Offensive „Breitband für jedermann“ die innovative Zukunftstechnologie aus wie kein anderes Unternehmen der Welt. Das allerdings ist nur möglich, wenn wir die dafür notwendigen Investitionssummen nicht in den Ausbau des traditionellen Telefonnetzes stecken müssen. Die Entscheidung der Regulierungsbehörde ist insofern mit Blick auf den weiteren Weg Deutschlands zur Breitbandnation äußerst kontraproduktiv.

Verbot von Rabatten verteuert das minutenabhängige Tarifmodell.

Schließlich hat die Entscheidung noch eine weitere negative Auswirkung: Verbunden mit dem Beschluss über die Einführung einer Großhandels-Flatrate ist auch die Auflage, dass die Deutsche Telekom seit Mitte Dezember keine preislichen Rabatte mehr für die zeitabhängige Nutzung ihrer Internet-Infrastruktur gewähren darf. Bislang haben T-Online und andere Großabnehmer von der Deutschen Telekom für die Anmietung der Leitungskapazitäten einen gestaffelten Rabatt von bis zu 8 Prozent erhalten. Durch den Wegfall dieses Rabattsystems könnten die minutenabhängigen Tarife für die Internet-Nutzer – noch immer das am weitesten verbreitete Tarifmodell – auf einer breiten Front teurer werden, weil die Anbieter die Preisersparnis durch die Rabatte nicht mehr unmittelbar an den Kunden weitergeben können.

T-ONLINE: THOMAS HOLTROP NEUER VORSTANDSVORSITZENDER

► **Thomas Holtrop** wird neuer Vorstandsvorsitzender der T-Online International AG. Mit der Berufung des 46-Jährigen durch den Aufsichtsrat ist der T-Online Vorstand nun komplett. Zuvor wurde bereits der Vorstandsbereich Produktmarketing mit **Burkhard Graßmann** neu besetzt, **Rainer Beaujean** zum neuen Finanzvorstand berufen und ein neuer Vorstandsbereich Personal und Recht geschaffen, dem **Veronika Altmeyer** vorstehen wird. Alle drei waren zuvor in anderen Funktionen im Telekom Konzern tätig.

Thomas Holtrop, der sein Amt am 1. Januar antreten wird, sieht eine seiner künftigen Aufgaben im konsequenten Aufbau des Inhaltebereichs bei T-Online, um das Angebot für Kunden noch attraktiver zu gestalten. Holtrop kommt von der Deutschen Bank 24, wo er im Vorstand die Bereiche Marketing und Produkte verantwortete.

Gemeinsames Internet-Portal mit DaimlerChrysler.

Die T-Online International AG und die DaimlerChrysler AG werden ab Sommer 2001 ein gemeinsames Internet-Portal betreiben. Beide Unternehmen haben dazu ein Joint Venture gegründet, das am 1. Januar seine Arbeit aufnehmen wird. Das Portal wird zunächst Kunden von Mercedes-Benz ein umfassendes Informations- und Serviceangebot bieten. Weitere Portale rund um die DaimlerChrysler-Marken sind aber bereits geplant.

Die Portale werden nicht nur marken- und fahrzeugbezogene Informationen enthalten, sondern darüber hinaus auch solche, die für jeden Autofahrer von allgemeinem Interesse sind – beispielsweise Straßenkarten, Routenempfehlungen, Wettervorhersagen oder Stau-

hinweise ebenso wie Hotelinformationen, Fahr- und Flugpläne oder auch Informationen zu Finanzdienstleistungen oder Kfz-Versicherungen beim Autokauf. Auch bekannte Marketingaktivitäten von DaimlerChrysler wie etwa das Engagement für die Formel 1 werden in das Projekt

DAIMLERCHRYSLER

T-Online

miteinfließen. Die Portale sollen über die unterschiedlichsten Medien und Technologien genutzt werden können: nicht nur über das Internet, sondern auch über das Telefon, über WAP und künftig natürlich auch über GPRS und UMTS.

Das Festnetz: auch in Zukunft Rückgrat der Telekommunikationsindustrie.

In der neu strukturierten Konzernsäule T-Com werden wir Telekommunikationsangebote für Privatkunden bis hin zu mittelständischen Unternehmen bündeln. Angesichts der rapide zunehmenden Bedeutung insbesondere des Electronic Business und der Breitbandkommunikation wird das Festnetz auch weiterhin eine zentrale Säule der Telekommunikation bleiben. Auf der jährlich stattfindenden „Systems“, der internationalen Fachmesse für Telekommunikation, Informationstechnologie und Neue Medien, haben wir Anfang November zahlreiche Produktinnovationen für diese Bereiche vorgestellt.



Die Deutsche Telekom präsentiert auf der Systems u. a. Lösungen, die den Einstieg ins E-Business erleichtern.

Die innovativen Festnetzangebote der Deutschen Telekom bilden die Grundlage für eine effektive und schnelle Kommunikation. Sowohl in Unternehmen, deren Wettbewerbsfähigkeit in immer stärkerem Maße von einer erstklassigen Kommunikationsinfrastruktur abhängt, als auch im privaten Bereich, dessen Ansprüche angesichts des Siegeszugs

der Breitbandkommunikation kontinuierlich höher werden. Viele auf der Systems vorgestellte Produkte zielen daher auf die anspruchsvolle und für unser Geschäft äußerst wichtige Gruppe der rund 350.000 mittelständischen Geschäftskunden.

Lösungen für den professionellen Web-Auftritt unserer Kunden.

Basislösung für viele Unternehmen ist T-InterConnect, unser „klassischer“ Internet-Zugang für Unternehmen. Hier haben wir zum 1. Dezember die Nutzungspreise gesenkt – sowohl für den einmaligen Bereitstellungspreis als auch für die monatlichen Entgelte.

Den optimalen Einstieg ins E-Business ermöglicht unsere T-InterConnect Office Solution – ein Produkt, das speziell auf den Bedarf mittelständischer Unternehmen zugeschnitten ist. Kernstück des innovativen Internet-Pakets ist ein speziell entwickelter Thin Server, auf dem bereits alle für den permanenten Internet-Zugang notwendigen Funktionalitäten inklusive

wichtiger Sicherheitsvorkehrungen vorinstalliert sind.

Auch unser High-Speed-Kommunikationsnetz T-ATM machen wir nun durch eine Senkung der Tarife noch attraktiver. Abhängig von der kundenindividuellen Netzgestaltung ergeben sich um bis zu 20 Prozent niedrigere Preise – damit ist T-ATM besonders für kleinere Agenturen, Druckereien und andere Unternehmen mit hohen Ansprüchen an die Qualität der Anschlussleitung eine interessante Lösung.

Sicherheit hat höchste Priorität.

Bei der immer stärker über elektronische Medien abgewickelten Geschäftskommunikation kommt dem Thema Sicherheit hohe Bedeutung zu. Um Datenmissbrauch vorzubeugen, bietet die Deutsche Telekom unter dem Namen Protection Services eine ganze Palette von Sicherheitsdienstleistungen für Unternehmensnetzwerke und die Datenübertragung an. Damit wird es den Unternehmen ermöglicht, den Aufbau und Betrieb von Sicherheitslösungen einem externen Dienstleister zu übertragen. So übernimmt die Deutsche Telekom beispielsweise den Aufbau und Betrieb eines so genannten Firewall-Systems zum Schutz des Netzwerks vor unberechtigtem Zugriff von außen.

UNGÜNSTIGE AUSGANGSPOSITION AUSSCHLAGGEBEND

T-Mobile: Verzicht auf französische UMTS-Lizenz.

T-Mobile International wird sich nicht um eine UMTS-Lizenz in Frankreich bewerben. Wesentlicher Grund für diese Entscheidung ist das Fehlen einer bereits bestehenden Mobilfunk-Infrastruktur und einer eigenen Kundenbasis. Der Einstieg in den französischen UMTS-Markt kann jedoch durchaus auch zu einem späteren Zeitpunkt realisiert werden.

T-Mobile hat den französischen Markt und dessen Perspektiven eingehend untersucht und Chancen und Risiken eines möglichen UMTS-Engagements sorgfältig gegeneinander abgewogen. Alle einschlägigen Ergebnisse und Prognosen kamen jedoch zu dem Ergebnis, dass der Einstieg in diesen Markt über den Erwerb einer UMTS-Lizenz ökonomisch nicht sinnvoll gewesen wäre. Die finanziellen Risiken wären angesichts fehlender Infrastruktur und Kundenbasis zu groß gewesen und daher unseren Aktionären nicht zumutbar gewesen.

Jedes UMTS-Engagement wird kritisch überprüft.

Der Verzicht auf den Erwerb einer Mobilfunklizenz in Frankreich steht voll im Einklang mit unserer Strategie der europäischen UMTS-Expansion. Wir haben immer betont, dass wir uns nur dort um eine Lizenz bemühen werden, wo wir es für ökonomisch sinnvoll halten. So werden wir uns beispielsweise nicht an den UMTS-Lizenzvergaben in Belgien, Dänemark und Portugal beteiligen.

Dagegen streben wir weiterhin eine Bewerbung in Schweden an. Anders als in Frankreich verfügen wir dort über unseren Partner UTFORS über eine breite Kundenbasis und ein eigenes Glasfasernetz. Das notwendige Investitionsvolumen wird daher deutlich geringer sein als in Frankreich und auch die Lizenzkosten fallen deutlich geringer aus.

Frankreich bleibt weiterhin ein wichtiger Markt.

Der aktuelle Beschluss ändert nichts an der generellen Feststellung, dass Frankreich für T-Mobile einen interessanten UMTS-Markt darstellt. Deshalb werden wir die dortige Marktentwicklung genau im Auge behalten und gegebenenfalls zu einem späteren Zeitpunkt neu über einen Einstieg in den französischen UMTS-Markt nachdenken.

Weitere Nachrichten aus dem Konzern.

Die 4-Säulen-Strategie ist der Dreh- und Angelpunkt aller unternehmerischen Maßnahmen. Sämtliche Aktivitäten des Konzerns werden kritisch daraufhin überprüft, inwieweit sie zur Steigerung der Wertschöpfung und Verbesserung unserer Wettbewerbsfähigkeit auf dem Weltmarkt beitragen. In diesem Zusammenhang sind zuletzt wichtige Entscheidungen zur Optimierung unseres Geschäftsportfolios getroffen worden.

Kartellamt gibt grünes Licht für Beteiligung an debis Systemhaus.

Ohne Einschränkungen hat das Bundeskartellamt im September die Mehrheitsbeteiligung der Deutschen Telekom am debis Systemhaus genehmigt. Gemeinsam mit dem debis Systemhaus werden jetzt weitere Unternehmensteile der Deutschen Telekom aus dem Bereich IT-Services und Systemlösungen zu T-Systems zusammengeführt. Damit schaffen wir das zweitgrößte Systemhaus in Europa mit rund 40.000 Mitarbeitern und einem geplanten Gesamtumsatz von rund 20 Milliarden Mark im kommenden Geschäftsjahr. Neben T-Mobile, T-Online und der im Aufbau befindlichen T-Com wird das neue Unternehmen eine der vier zentralen Säulen der Wachstumsstrategie der Deutschen Telekom bilden. Vorsitzender der Geschäftsführung der T-Systems International GmbH wird Christian A. Hufnagl. Er ist bisher Vorsitzender der Geschäftsführung der DeTeSystem Deutsche Telekom Systemlösungen GmbH.

Die Stärken von Deutscher Telekom und debis Systemhaus ergänzen sich optimal. Unser gemeinsames Leistungsportfolio umfasst ein breites Spektrum von Telekommunikations- und IT-Diensten für Großkunden und schließt dabei insbesondere den Konvergenzbereich – das Verschmelzen von Technologien und Prozessen – mit ein. Unsere genauen Kenntnisse der branchenspezifischen Geschäftsprozesse und der daraus resultierenden Bedürfnisse unserer Kunden ermöglichen es uns, jedem Kunden maßgeschneiderte Systemlösungen anbieten zu können. Dabei unterstützen wir unsere Kunden auf allen Ebenen: von der Infrastruktur bis hin zu seinen Geschäftsprozessen, vom Design über die Realisierung bis zum Betrieb der Systemlösung – insbesondere im Bereich E-Business. Für T-Systems ist die damit verbundene Konvergenz kein mit „E“ beginnendes Schlagwort, sondern integraler Bestandteil unseres Leistungsangebots, das von infrastrukturnahen Themen wie Web Hosting über ASP (dem netzbasierten Angebot standardisierter Anwendungen) bis hin zur elektronisch vernetzten Unterstützung ganzer Prozessketten beim Kunden reicht.

Strategische Partnerschaft mit China Telecom.

Die Deutsche Telekom und China Telecom haben eine strategische Partnerschaft vereinbart, die eine langfristige Kooperation in verschiedenen Bereichen vorsieht. Bereits seit einigen Jahren haben wir auf dem Gebiet der Telekommunikation erfolgreich Projekte in der Volksrepublik China initiiert: 1996 wurde zunächst in Peking eine Repräsentanz eröffnet. 1997 startete das GSM-Roaming zwischen China und Deutschland im Mobilfunk. Und die beiden regionalen Zentren Frankfurt – Standort unseres Net-Management-Centers – und Shanghai – Chinas wichtigste Wachstumsmetropole – sind auf einer Strecke von 23.000 Kilometern per Glasfaserkabel miteinander verbunden. Die geplante Zusammenarbeit mit China Telecom legt nun einen wichtigen Grundstein für eine Intensivierung unseres Engagements im „Reich der Mitte“. China Telecom ist Chinas größter Telekommunikationsbetreiber. Für die Deutsche Telekom ist China Telecom vor allem aufgrund ihrer hohen technologischen Kompetenz ein idealer Partner.

Deutsche Telekom verkauft Eurobell an Telewest.

In Großbritannien verkaufte die Deutsche Telekom Anfang November zum Kaufpreis von 200 Millionen Pfund den Kabel-Telekommunikationsanbieter Eurobell an die zweitgrößte britische Kabelgesellschaft Telewest. Eurobell versorgt im Süden Englands Privat- und Geschäftskunden mit Telefon-, Internet- und Datendiensten sowie Kabel-TV. Im vergangenen Geschäftsjahr erwirtschaftete Eurobell einen Umsatz von 35,5 Millionen Pfund.

Eurobell verfügt durch den Verkauf außerdem über Barmittel in Höhe von 20 Millionen Pfund und wird frei von Finanzverbindlichkeiten sein. Darüber hinaus hat sich die Deutsche Telekom bereit erklärt, Eurobell zum 15. Januar 2001 weitere Barmittel in Höhe von 30 Millionen Pfund zur Verfügung zu stellen. Im Gegenzug dazu hat sich Telewest verpflichtet, der Deutschen Telekom zum Geschäftsjahresende einen vom Eurobell-Umsatz abhängigen zusätzlichen Betrag von bis zu 30 Millionen Pfund zu zahlen.

TRUEAKTIEN: BUNDESFINANZMINISTERIUM ENTSCHIEDET ÜBER VERSTEUERUNG.

Wie beim Börsengang im vergangenen Jahr zugesagt, wird die Treue der Telekom Anleger belohnt. Aktionären, die im Rahmen der Kapitalerhöhung 1999 T-Aktien zu den besonderen Konditionen für Privatanleger erwarben und diese bis zum 31. August 2000 ununterbrochen in ihren Depots hielten, wurde für je zehn T-Aktien eine Treueaktie als Bonus kostenfrei zugeteilt. Nach einem Beschluss des Bundesfinanzministeriums unterliegen diese Treueaktien als Kapitalertrag der Steuerpflicht.

Neue Steuerregelung für die Treueaktien.

Konkret bedeutet dies: Im Gegensatz zu den Treueaktien, die Privatanleger für T-Aktien aus dem ersten Börsengang im November 1996 erworben hatten, müssen die jetzt in die Depots eingebuchten Treueaktien ähnlich wie Dividenden versteuert werden. Das heißt: Der Gesamtwert der zugegangenen Treueaktien kann im Rahmen der rechtlichen Freibetragsregelungen (3.100 DM für Ledige bzw. 6.200 DM für Verheiratete) angesetzt werden. Nach einer Mitteilung des Bundesfinanzministeriums wird als Wert der zugeflossenen Treueaktien der erste Kurs der T-Aktie im Frankfurter Parkett-Handel vom 31. August 2000 angesetzt, der 43,40 Euro betrug.

Darüber hinaus unterliegen die Treueaktien den Regelungen der Besteuerung so genannter Spekulationsgewinne. Demnach muss derjenige Aktionär eventuelle Veräußerungsgewinne versteuern, der seine Treueaktien vor dem 1. September 2001 verkauft und bei dem die Summe aller Spekulationsgewinne innerhalb eines Jahres mehr als 1000 DM beträgt. Wer seine Treueaktien nach dem 1. September 2001 veräußert, unterliegt mit diesem Verkaufserlös nicht der Spekulationssteuer.

Hohe Haltedauer bei T-Aktionären.

Rund zehn Millionen Treueaktien haben Privatanleger in Deutschland und den in die Emission einbezogenen Euro-Teilnehmerstaaten erhalten – entsprechend einem wertmäßigen Volumen von mehr als 400 Millionen Euro. Aus der Vergabe errechnet sich eine Haltequote für die im Zuge des zweiten Börsenganges zu Privatanlegerkonditionen erworbenen T-Aktien von 61 Prozent. Die Quote liegt damit deutlich höher als beim ersten Börsengang 1996 – allerdings war bei dieser Transaktion die Haltefrist mit 34 Monaten gegenüber 14 Monaten deutlich länger gewesen.