

# direkt

Informationen aus erster Hand

1/2006

Redaktionsschluss: 10. März 2006

GESCHÄFTSJAHR 2005: ALLE FINANZIELLEN ZIELE ERREICHT

## Höchste Dividende der Unternehmensgeschichte geplant.

Die Deutsche Telekom hat ihre für das Geschäftsjahr 2005 gesteckten Finanzziele klar erreicht und ist dabei weiter profitabel gewachsen. Getragen wurde der fortgesetzte Wachstumskurs vor allem durch den Mobilfunkbereich mit weiter gestiegenem Umsatz und verbesserter EBITDA-Marge. Auf Basis des um 26,7 Prozent auf 4,7 Mrd. Euro gesteigerten bereinigten Konzernüberschusses wird der Hauptversammlung die Zahlung einer um 0,10 Euro erhöhten Dividende von 0,72 Euro je Aktie vorgeschlagen.



„Wir haben 2005 ein ausgezeichnetes Ergebnis erwirtschaftet.“  
Dr. Karl-Gerhard Eick,  
Vorstand Finanzen  
und Controlling

### Profitables Wachstum aus eigener Kraft erzielt

Der Konzernumsatz wurde im Berichtsjahr um 3,9 Prozent auf insgesamt 59,6 Mrd. Euro gesteigert, nach 57,3 Mrd. Euro im Vorjahr. Im vierten Quartal betrug das Wachstum 5,4 Prozent. Das bereinigte EBITDA verbesserte sich im Geschäftsjahr 2005 sogar um 5,7 Prozent auf 20,7 Mrd. Euro. Der im Vergleich zum Erlöswachstum deutlich höhere Anstieg zeigt, dass der Konzern gut vorangekommen ist auf seinem Kurs des profitablen Wachstums.

Vorstandsvorsitzender Kai-Uwe Ricke hob bei der Präsentation der Geschäftszahlen hervor, dass dieses Wachstum nicht nur aus eigener Kraft, also organisch, erreicht wurde, sondern zugleich auch profitabel war. „Ich denke, das beweist die Leistungs- und Wettbewerbs-

stärke unseres Konzerns ganz deutlich. Auf der Grundlage unserer bereits in 2004 beschlossenen strategischen Neuausrichtung haben wir 2005 begonnen, mit unserem Excellence Program die Weichen für ein nachhaltig profitables Wachstum zu stellen.“

### Excellence Program unterstützt Erfolgskurs

Einen wesentlichen Beitrag für eine verbesserte Effizienz und Profitabilität leistete das zu Beginn 2005 gestartete Excellence Program. Die dahinter stehenden geschäftsfeldspezifischen Wachstumsprogramme „Re-Invent“ (Breitband/Festnetz), „Save for Growth“ (Mobilfunk) und „Focus on Growth“ (Geschäftskunden) haben entscheidend dazu beigetragen, dass die Finanzziele erreicht wurden. Lesen Sie zu den konkreten Fortschritten, die mit dem Excellence Program erzielt wurden, auch den Artikel auf Seite 3.

### Bereinigtes EBITDA im Zielkorridor

Das Konzern-EBITDA erhöhte sich im Berichtsjahr um rund 0,7 Mrd. Euro beziehungsweise 3,7 Prozent auf 20,1 (19,4) Mrd. Euro. Darin spiegeln sich sowohl das Umsatzwachstum als auch die verbesserten Kostenstrukturen wider.

Das bereinigte (ohne Sondereinflüsse und somit vergleichbar) EBITDA des Konzerns verbesserte sich mit einem Plus von 5,7 Prozent auf 20,7 (19,6) Mrd. Euro noch

## Themen

**Geschäftsjahr 2005: weiter profitabel gewachsen**

**Excellence Program bereits mit nachhaltiger Wirkung**

**CeBIT: Städtewettbewerb „T-City“ angekündigt**

**T-Mobile Gruppe mit zweistelligen Zuwachsraten**

**Optimierte Organisationsstruktur für T-Com Zentrale**

**T-Systems erwirbt VW-Tochter gedas**

**Modernste Stadiontechnik für Borussia M Gladbach**

deutlicher als der Umsatz und lag zudem exakt im angestrebten Zielkorridor. Die größten EBITDA-Beiträge leisteten die Geschäftsfelder Breitband/Festnetz mit 9,9 Mrd. Euro und Mobilfunk mit 9,8 Mrd. Euro.

**Ergebnis von 1,31 Euro je Aktie erzielt**

Der profitable Wachstumskurs lässt sich nicht zuletzt auch an einem starken Nettoergebnis ablesen: Der ausgewiesene Konzernüberschuss legte um knapp 4 Mrd. Euro auf 5,6 Mrd. Euro zu. Der bereinigte Konzernüberschuss beläuft sich nach einem Anstieg um 26,7 Prozent auf rund 4,7 (3,7) Mrd. Euro. Das entspricht einem Ergebnis je Aktie von 1,31 Euro beziehungsweise 1,10 Euro auf bereinigter Grundlage.

**Dividendenvorschlag: 0,72 Euro je Aktie**

Diese starke Ergebnisverbesserung hat es dem Vorstand ermöglicht, der Hauptversammlung (3. Mai) eine um 10 Cent erhöhte Dividende von 0,72 Euro pro Aktie vorzuschlagen. Dies bedeutet eine Erhöhung um 16 Prozent gegenüber der

Euro in 2004. Ohne die Akquisitionen von Mobilfunklizenzen und -infrastruktur in den USA lag der Free Cash-Flow bei 7,8 Mrd. Euro. Dies entspricht 14 Prozent in Relation zur Marktkapitalisierung Mitte März und lag zugleich in der angestrebten Spanne von 7,5 bis 8 Mrd. Euro. Die Netto-Finanzverbindlichkeiten waren zum Stichtag 31. Dezember auf Jahresbasis um 3,2 Prozent auf 38,6 (39,9) Mrd. Euro gesunken.

**Die Entwicklung der strategischen Geschäftsfelder**

Das Geschäftsfeld Mobilfunk blieb ein wichtiger Antreiber für ein weiteres Umsatz- und EBITDA-Wachstum des Telekom-Konzerns. Breitband/Festnetz mit den beiden Einheiten T-Com und T-Online nahm die Herausforderungen des Wettbewerbs offensiv an und beantwortete sie im Berichtszeitraum mit entsprechenden Maßnahmen. Das Geschäftsfeld Geschäftskunden lag bei einem nur leicht reduzierten Umsatzniveau im Rahmen der Erwartungen.

■ **Mobilfunk**

Mit einer Umsatzsteigerung um 11 Prozent auf 29,4 (26,5) Mrd. Euro setzte sich der positive Trend im Mobilfunkbereich trotz des deutlich schärferen Wettbewerbs – vor allem auf europäischer Ebene – ungebrochen fort. Größter Treiber war, gleichfalls unverändert, T-Mobile USA mit netto rund 1,4 Mio. Neukunden allein im vierten Quartal.

Im Gesamtjahr 2005 kamen in den USA 4,4 Mio. Kunden – ein Plus von 25 Prozent – neu hinzu. Entsprechend deutlich fiel das Umsatzplus auf Gesamtjahresbasis

von über 28 Prozent auf 11,9 Mrd. Euro aus. T-Mobile Deutschland hielt den Gesamtumsatz im Berichtsjahr mit 8,6 (8,7) Mrd. Euro annähernd stabil.

Das bereinigte EBITDA des Geschäftsfelds stieg im Jahresverlauf um 16 Prozent auf 9,8 (8,4) Mrd. Euro. Wesentliche EBITDA-Träger waren die T-Mobile Gesellschaften in Deutschland, den USA und Großbritannien.

■ **Breitband/Festnetz**

Der Gesamtumsatz mit den beiden Ein-

heiten T-Com und T-Online verringerte sich im Jahresverlauf um 3,6 Prozent auf 26,0 Mrd. Euro. Geprägt wurde die Gesamtentwicklung des Geschäftsfelds vom nach wie vor starken Wachstum im DSL-Bereich, dem jedoch der unverändert hohe Wettbewerbs- und Preisdruck im Festnetzgeschäft gegenüberstand. Im Vergleich der beiden vierten Quartale fiel der Umsatzrückgang mit 1,5 Prozent deutlich geringer als auf Jahresbasis aus, und auch im Vergleich zu den Vorquartalen des Berichtsjahres verlangsamte sich der Umsatzrückgang im vierten Quartal. Unter dem Strich lagen die Jahresergebnisse von Breitband/Festnetz damit im Rahmen der eigenen Erwartungen.

Diese Entwicklung ist insbesondere auf den Umsatzrückgang bei T-Com in Höhe von 3,5 Prozent auf 24,7 (25,6) Mrd. Euro zurückzuführen, der sich jedoch im Vergleich der vierten Quartale auf 1,5 Prozent abschwächte. Positiv entwickelte sich der Umsatz bei T-Online: Im Geschäftsjahr 2005 legten die Erlöse um 3,8 Prozent auf rund 2,1 Mrd. Euro zu.

Die Zahl der in Betrieb befindlichen Breitbandanschlüsse erhöhte sich im Jahresverlauf konzernweit um 2,4 Mio. auf 8,5 Mio. Davon entfielen per Ende Dezember 7,9 Mio. auf Deutschland, wo somit im Jahresverlauf knapp 2,1 Mio. DSL-Anschlüsse neu in Betrieb genommen werden konnten. Darin sind jedoch auch 1,4 Mio. Resale-Neuananschlüsse enthalten, die durch andere Anbieter außerhalb des Konzerns Deutsche Telekom weiter vermarktet werden.

Das vierte Quartal 2005 war unter anderem durch deutliche Erfolge der Tarifreform bei T-Com geprägt. So wurden die im März eingeführten Options-Tarife am Jahresende von rund 13,8 Mio. Kunden genutzt, das entsprach etwa 39 Prozent der Schmalbandanschlüsse.

Im Gesamtjahr 2005 ist das EBITDA des Geschäftsfelds im Vergleich zum Vorjahr um rund 8 Prozent auf 9,2 Mrd. Euro zurückgegangen. Auf bereinigter Basis fiel der Rückgang mit 3 Prozent auf nun 9,9 (10,2) Mrd. Euro unterproportional zum Umsatz aus. Davon entfielen 9,6 (9,7) Mrd. Euro auf T-Com und 0,3 (0,4) Mrd. Euro auf T-Online.

■ **Geschäftskunden**

Das Geschäftsfeld hielt den Umsatz im Gesamtjahr mit 12,9 Mrd. Euro nach 13,0 Mrd. Euro im vorangegangenen Jahr fast stabil. Ursache ist im Wesentlichen der im Vergleich mit der Vorjahresperiode im vierten Quartal um knapp 2 Prozent auf 3,4 Mrd.

**DEUTSCHE TELEKOM KONZERN: WICHTIGE KENNZAHLEN**

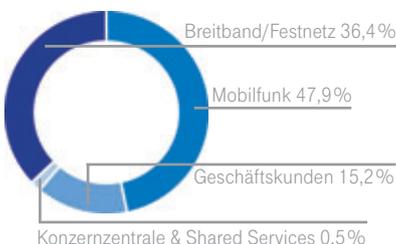
in Mrd. Euro	2005	2004	2003
Umsatzerlöse	59,6	57,3	55,6
davon Auslandsumsatz	25,4	22,6	21,2
EBITDA*	20,1	19,4	18,6
EBITDA (bereinigt um Sondereinflüsse)*	20,7	19,6	18,5
Konzernüberschuss	5,6	1,6	2,1
Konzernüberschuss (bereinigt um Sondereinflüsse)	4,7	3,7	2,4
Eigenkapital	49,6	45,8	43,7
Netto-Finanzverbindlichkeiten	38,6	39,9	51,1
Free-Cash-Flow (vor Ausschüttung)	7,8	10,3	8,7
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt	244.026	247.559	251.263

\*Die Deutsche Telekom definiert das EBITDA als Betriebsergebnis vor Abschreibung auf Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen. Eine detaillierte Erklärung der EBITDA-wirksamen Sondereinflüsse, des bereinigten EBITDA sowie weitere Erläuterungen zu wichtigen Finanzkennzahlen entnehmen Sie bitte dem aktuellen Geschäftsbericht, den sie auch im Internet einsehen können.

Dividende für das Geschäftsjahr 2004. Die Deutsche Telekom zahlt damit die höchste Dividende in der Geschichte des Unternehmens – „weil sie in der finanztechnisch stärksten Verfassung ist, die der Konzern je hatte“, so Kai-Uwe Ricke. An die Aktionäre würde eine Dividendensumme von rund 3 Mrd. Euro nach 2,6 Mrd. Euro im Vorjahr ausgeschüttet. Der Free Cash-Flow (vor Ausschüttung und dem Erwerb von Netzinfrastruktur und Lizenzen in den USA) hat sich unter anderem auf Grund erhöhter Steuerzahlungen auf 7,8 Mrd. Euro verringert, gegenüber 10,3 Mrd.

Euro rückläufige Gesamtumsatz. Der Auftragsingang des IT- und TK-Dienstleisters entwickelte sich erfreulich und stieg um 3 Prozent auf einen Wert von 13,6 Mrd. Euro. Sehr positiv entwickelte sich das IT-Geschäft

Der Konzernumsatz nach strategischen Geschäftsfeldern\*



mit Mittelstands- und Großkunden: Hier legten die Umsatzerlöse um rund 30 Prozent auf über 400 Mio. Euro zu. Beispielsweise nutzt der Papierhändler und -hersteller Schneidersöhne eine bedarfsgerechte SAP-Lösung auf Mietbasis, die T-Systems aus den eigenen Rechenzentren übers Netz bereitstellt, und wandelt so Fixkosten in variable um. Auf Basis der konsequenten Umsetzung der Vorgaben aus dem

\*Berechnet auf Basis der genaueren Millionenwerte. Veränderungen von Prozentwerten sind in Prozentpunkten dargestellt.

Programm „Focus on Growth“ ist T-Systems auf bestem Weg, sich als führender Informations- und Kommunikationsanbieter für den deutschen Mittelstand zu etablieren. Das bereinigte EBITDA von T-Systems betrug rund 1,6 Mrd. Euro und sank damit um 2,7 Prozent.

Mit „Focus on Growth“ 2005 konnte die Geschäftskundensparte zahlreiche Großaufträge von Konzernen und Institutionen im nationalen und internationalen Markt gewinnen – darunter Thomas Cook, die katalanische Regierung, die Sparkassen-Finanzgruppe und DHL.

Ein entscheidender Schritt in der Strategie des Geschäftsfelds ist die angekündigte Übernahme von gedas, einem IT-Dienstleister mit Schwerpunkt auf der Automobilindustrie und ihren Zulieferern. Die Akquisition sichert T-Systems unter anderem einen Rahmenvertrag mit der VW-Gruppe im Wert von 2,5 Mrd. Euro für die Laufzeit von sieben Jahren. Lesen Sie dazu bitte auch den separaten Artikel auf Seite 11.

**Ausblick: Planungen bestätigt**

Vorstandsvorsitzender Kai-Uwe Ricke bekräftigte die bereits bekannten Planungen für die Jahre 2006 und 2007. In beiden Geschäftsjahren soll der Konzernumsatz jeweils um 5 Prozent wachsen. Im laufenden Jahr soll ein EBITDA-Betrag in Höhe von 1,2 Mrd. Euro in dieses forcierte Wachstum investiert werden. Durch die vorgesehenen Investitionen wird das EBITDA der Deutschen Telekom im Geschäftsjahr 2006 planmäßig bei 20,2 bis 20,7 Mrd. Euro liegen. In diesem Zusammenhang werden auch die Investitionen ansteigen: Konkret wird eine Erhöhung auf 10 Mrd. Euro erwartet, die sich auf alle Geschäftsfelder des Konzerns verteilt.

Das Excellence Program, mit dem wichtigen Zehn-Punkte-Programm im Fokus, bündelt die wichtigsten Maßnahmen, mit denen der eingeschlagene Erfolgskurs abgesichert und fortgeführt werden soll. In diesen Kontext gehört auch die organisatorische Neuausrichtung der T-Com (siehe Artikel Seite 9), die unter anderem auch einen umfassenden Personalumbau beinhaltet. Die Bausteine für diesen Umbau liegen vor und werden momentan mit den Sozialpartnern diskutiert.

STRATEGISCHE ZIELE WERDEN SYSTEMATISCH UMGESETZT

# Excellence Program bereits mit nachhaltiger Wirkung auf Ergebnisse 2005.

**Die Deutsche Telekom geht die Herausforderungen von Wettbewerb, technologischer Entwicklung und Regulierung systematisch an. Auf der Basis eines Zehn-Punkte-Programms als Kern des Excellence Program werden die strategischen Ziele Schritt für Schritt abgearbeitet. Der gesamte Konzern wird so konsequent auf organisches Wachstum und Wertsteigerung ausgerichtet.**

**„Wir müssen jetzt die Weichen für die Zukunft stellen“**

„Die positiven wirtschaftlichen Ergebnisse des zurückliegenden Geschäftsjahres sind der Erfolg unserer Arbeit von gestern. Es ist unsere Aufgabe, dass die Deutsche Telekom auch morgen und übermorgen weiter erfolgreich bleibt.“ Deshalb, so Vorstandsvorsitzender Kai-Uwe Ricke, müssten jetzt die Weichen gestellt werden, „um den guten Weg, auf dem sich der Konzern befindet, auch in Zukunft weiter gehen zu können“.

Um dies sicherzustellen, wird – wie bereits im November 2005 angekündigt – im laufenden Geschäftsjahr unter anderem massiv in die Verteidigung und Rückgewinnung von Marktanteilen und Umsätzen investiert. „Wir werden damit unser Kern-

geschäft verteidigen und mehr noch: Auf diese Weise wollen wir neue Umsatzmarktanteile hinzugewinnen und unseren Umsatz in den beiden kommenden Jahren um durchschnittlich rund fünf Prozent per annum steigern“, so Ricke weiter.

**Strategische Richtschnur**

Um diese Ziele zu erreichen, hat der Konzern mit dem Excellence Program eine strategische Richtschnur formuliert, mit der Wachstum und Wertsteigerung verstärkt in den Mittelpunkt allen unternehmerischen Handelns gestellt werden. „Mit dem Programm richten wir alle Strukturen und Prozesse konsequent auf die Bedürfnisse und Anforderungen unserer Kunden ein und schaffen gleichzeitig auch die Voraussetzungen für eine verbesserte Effizienz und Profitabilität“.

Die Grundbestandteile des Excellence Program im Überblick:

- die geschäftsfeldspezifischen Wachstumsinitiativen „Save for Growth“ (Mobilfunk), „Re-Invent“ (Breitband/Festnetz) und „Focus on Growth“ (Geschäftskunden)
- die konzernweiten Initiativen für die intelligente Integration innerhalb des Konzerns
- die Weiterentwicklung der Unternehmenskultur

**Aktueller Stand der Umsetzung**

Der **Mobilfunk** hat sich in 2005 im europäischen Raum durch Maßnahmen wie die Straffung der Organisation, die Reduzierung des Endgeräte-Portfolios und die Senkung der Endgeräte-Subventionen finanzielle Spielräume erarbeitet. Die auf diesem Weg erzielten Einsparungen von mehr als 600 Mio. Euro wurden in signifikantem Umfang – rund 400 Mio. Euro – in weiteres Wachstum investiert. Dies kam unter anderem dem Datengeschäft mit web'n'walk zugute: Hier wurden in 2005

netto 400.000 neue Kunden gewonnen. In Deutschland wurden neue Tarife wie Relax und T-Mobile@home eingeführt. Des Weiteren hat T-Mobile UK mit dem Partner-Tarif „MateRates“ ein neues Tarifangebot lanciert, das auf reges Interesse stieß.

Im Rahmen von „Re-Invent“ wurden die Weichen für die zukünftige Entwicklung des Geschäftsfeldes **Breitband/Festnetz** gestellt. Dazu zählt auch die anstehende Neustrukturierung der T-Com Zentrale (siehe Artikel Seite 9). Die Zahl der Breitbandanschlüsse konnte im vergangenen Jahr deutlich erhöht werden und die Marktanteile in der Sprachtelefonie wurden stabilisiert. Durch die Gewinnung der deutschen Bundesliga-Fußball-Rechte für die Übertragung im Internet wurde der Zugriff auf erstklassigen Content gesichert.

Durch „Focus on Growth“ konnte im Bereich **Geschäftskunden** der Umsatz trotz des anziehenden Wettbewerbs insbesondere im TK-Geschäft nahezu stabil gehalten werden. Darin spiegeln sich klar die Erfolge von „Focus on Growth“ wider. So konnten rund 8.000 TK-Kunden zurückgewonnen werden. Mit dem Kauf von gedas, dem weltweit größten Anbieter im Automotive-

Segment, wird T-Systems eine starke Position in dieser zentralen Branche besetzen.

#### 2006: Konzentration auf zehn Punkte

Für das Geschäftsjahr 2006 wurde das Excellence Program auf zehn Punkte konzentriert, die laut Kai-Uwe Ricke „konsequent abgearbeitet“ werden. Mit den ersten sieben Maßnahmen soll bestehendes Geschäft verteidigt und neues hinzugewonnen werden. Mit drei weiteren Maßnahmen wird die intelligente Integration gefördert und die operative Leistungsfähigkeit im Konzern gestärkt. Erste Ergebnisse sind bereits die Produktinnovationen T-Mobile@home und das DualPhone, das unter dem Namen „T-One“ vermarktet wird. Damit werden eindeutige Kundenwünsche klar umgesetzt und das eigene Geschäft gestärkt.

Weitere Punkte, die in diesem Jahr auf der Agenda stehen, sind zum einen die Überprüfung der Zentralfunktionen. Ziel ist es, die Schlagkraft und Effizienz der Konzernsteuerung zu erhöhen. Und zum anderen der Kulturwandel, mit dem der rasche Veränderungsprozess der Deutschen Telekom hin zu einer konsequent gelebten Servicekultur erreicht werden soll.

## Personalumbau: Deutsche Telekom hält an Angebot fest.

Das Unternehmen hält an seinem Angebot zum sozialverträglichen Personalumbau fest. Die Gewerkschaft ver.di hatte das von den Verhandlungskommissionen zuvor bereits ausgehandelte, ausgewogene Paket, auf das sich beide Kommissionen geeinigt hatten, Mitte Februar abgelehnt. Es beinhaltete Rahmenbedingungen für den Aufbau neuer Beschäftigung, Instrumente zur sozialverträglichen Personalreduktion und eine Vereinbarung zur Bereitstellung von Ausbildungsplätzen in 2006.

„Wir halten das Angebot aufrecht. Wir werden die Dinge, die wir für eine sozialverträgliche Umsetzung des Personalumbaus benötigen und die zeitkritisch sind, auf freiwilliger Basis umsetzen. Dazu gehören das verhandelte Abfindungspaket, die Erschließung neuer Beschäftigungsmöglichkeiten sowie die Chance auf entstehende Jobs zu wechseln“, so Heinz Klinkhammer, Personalvorstand der Deutschen Telekom. Das Unternehmen ist zu weiteren Gesprächen bereit.

### 15. INTERNATIONALES PRESSE KOLLOQUIUM

# „Highspeed-Internet wird technische Revolution anstoßen.“

**Der Aufbau des Highspeed-Internets, das WM-Engagement und neue Konvergenzprodukte der Deutschen Telekom bestimmten das traditionell im Februar stattfindende Internationale Presse Kolloquium (IPK). 270 Journalisten aus dem In- und Ausland waren der Einladung nach Berlin gefolgt und informierten sich über die Themen, die den Telekom-Konzern und die gesamte Branche 2006 und in Zukunft besonders bewegen werden.**

#### Highspeed-Internet: Deutsche Telekom geht in Vorleistung

Mit der Vorstellung einer ganzen Reihe von Produktinnovationen unterstrichen Vorstandsvorsitzender Kai-Uwe Ricke und die Vorstände der Deutschen Telekom den Willen des Konzerns, die Entwicklung der Branche und damit der Informationsgesellschaft maßgeblich mitzugestalten. Deutschland könne seine große Chance, mit seiner Informations- und Kommunikationsindustrie im internationalen Maßstab eine Führungsposition einzunehmen, jedoch nur wahrnehmen, „wenn sich die Innovationskräfte ungehindert entfalten können“, so Ricke.

Als herausragendes Beispiel verwies der Vorstandsvorsitzende der Deutschen Telekom auf das angekündigte neue hyperschnelle Breitbandnetz. Noch fehle dazu jedoch die benötigte regulatorische Klarheit und Verbindlichkeit. „Im Vertrauen auf die entsprechenden politischen Rahmenbedingungen“ werde die Telekom allerdings die ersten zehn Städte in Deutschland Mitte des Jahres anschließen. Dazu werden laut Walter Raizner, Vorstand des strategischen Geschäftsfeldes Breitband/Festnetz, „4.000 Kilometer Glasfaserkabel und 17.000 Kabelverzweiger aufgebaut“.

#### Mehr als ein Investitionsprojekt

Der Telekom-Vorstand betonte die Leistungsfähigkeit des neuen Netzes, wodurch „aus der medialen Einbahnstraße ein dialogfähiges System wird“. Raizner weiter: „Das Hochgeschwindigkeitsnetz wird zu grundlegenden Änderungen und neuen Perspektiven etwa im Arbeits-, Gesundheits- und Bildungswesen führen.“ Vielfalt und Qualität der online-basierten Anwendungen würden substantiell zunehmen. Vor diesem Gesamthintergrund werde „das Glasfaserprojekt nicht nur bei der Deutschen Telekom Stellen schaffen, sondern auch bei Zulieferern und in anderen Wirtschaftszweigen.“

### Innovationen rund um die Fußball-Weltmeisterschaft

Viele der in diesem Jahr anstehenden Innovationen stehen direkt oder indirekt in Zusammenhang mit der Fußball-Weltmeisterschaft. Mehr als drei Mrd. Menschen rund um den Globus werden dieses größte internationale Sportereignis des Jahres dank modernster Übertragungstechnik live miterleben: breitbandig, per TV, per PC oder via Handy. Live-Streaming, HDTV und Handy-TV sind neue Technologien, die das mediale Großereignis noch mehr Menschen als bislang und in bisher ungewohnter Weise über breitbandige Netze näher bringen werden. Unter dem Motto „we make it happen“ wird T-Systems die

FIFA-WM mit Lösungen aus Informationstechnologie und Telekommunikation ausrüsten. Lothar Pauly, Vorstand des strategischen Geschäftsfeldes Geschäftskunden, berichtete auf dem IPK, dass das Organisationskomitee T-Systems beauftragt hat, ein Digitalfunknetz TETRA für alle zwölf WM-Stadien zu planen, aufzubauen und zu betreiben. Außerdem könne die WM zum ersten Mal durchgehend in HDTV-Qualität übertragen werden.

### Neue Konvergenzprodukte präsentiert

Das zur Internationalen Funkausstellung (IFA) 2005 angekündigte DualPhone – Produktname „T-One“ – ist ein innovatives

Universalgerät, das die Vorteile von Festnetz und Mobilfunk sowie die private Sprach- und Datenkommunikation in einem Gerät vereint: zu Hause oder unterwegs, via Festnetz, Mobilfunk oder an einem W-LAN-HotSpot. Öffentlich präsentiert wurden die ersten Geräte während der CeBIT (siehe Artikel unten) am Telekom-Stand. Die Vermarktung wird Ende des zweiten Quartals dieses Jahres starten. T-Mobile gab den Start von High-speed-UMTS, der mobilen Datenübertragung mit festnetzschnellem DSL-Tempo, bekannt. René Obermann, Telekom-Vorstand Mobilfunk, kündigte eine Flatrate für die mobile Datenübertragung an, die seit Anfang März bestellt werden kann.

### KURZMELDUNGEN

■ **Weltweite Kooperation mit Lufthansa.** Ziel der im Februar unterzeichneten Rahmenvereinbarung ist es, die Produkte und Services beider Partner noch intensiver im Sinne der jeweiligen Kunden zu nutzen. Im Mittelpunkt steht die Entwicklung attraktiver Angebote für die Geschäftskunden von Telekom und Lufthansa. Ein wesentlicher Bestandteil wird dabei die Marketing-Kooperation zwischen dem Vielflieger-Programm Miles & More und den Telekom-Tochtergesellschaften sein: So werden T-Mobile Kunden ab Juli 2006 beim Telefonieren über das Handy auch Prämienmeilen sammeln können.

■ **25 Jahre „Nummer gegen Kummer“.** Eine anlässlich des Jubiläums des Sorgentelefon von

der Deutschen Telekom initiierte Studie hat die Bedeutung und Akzeptanz des telefonischen Beratungsangebotes für Kinder und Jugendliche verdeutlicht. So wurden alleine 2004 eine Mio. Anrufe angenommen und rund 230.000 Beratungsgespräche geführt. Bei den Anrufern überwiegt die Gruppe der 12- bis 16-Jährigen mit rund 74 Prozent deutlich. Das 2001 eingerichtete Elterntelefon verzeichnet mit nahezu 64.400 Anrufen im Jahr 2004 ebenfalls steigenden Zuspruch. Die Telekom unterstützt die Initiative seit 1991 – unter anderem durch Bereitstellung der technischen Infrastruktur und die Wartung der Telefongeräte – und ist einer der maßgeblichen Förderer der Dachorganisation der Kinder-, Jugend- und Elterntelefone.

■ **Kommunikationstechnologie: Potenzial für Standort Deutschland wird nicht ausgeschöpft.** Dies ist eines der Ergebnisse einer von The Boston

Consulting Group, Deutsche Telekom und Siemens Communications beauftragten Studie. So könnten durch den konsequenten Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologie (ICT) in Staat und Wirtschaft bis 2008 rund 75 Mrd. Euro zusätzliche Wirtschaftsleistung erbracht werden. Der ICT-Sektor generiert in Deutschland eine jährliche Wirtschaftsleistung von mehr als 130 Mrd. Euro und liegt mit einem Anteil von sechs Prozent an der Bruttowertschöpfung national an der Spitze, noch deutlich vor Maschinen-, Automobil- und Baubranche. Im internationalen Vergleich jedoch liegt die deutsche ICT-Branche, gemessen an den jährlichen Produktivitätsgewinnen, nur im Mittelfeld. So konnte Deutschland von 1995 bis 2002 nur die Hälfte des amerikanischen Produktivitätswachstums aus ICT schöpfen und bleibt damit weit hinter seinen Möglichkeiten zurück.

### BUNDESWEITER STÄDTEWETTBEWERB „T-CITY“ ANGEKÜNDIGT

# CeBIT: Laufsteg der Innovationen.

„Lösungen für die digitale Arbeits- und Lebenswelt“ – so lautete das Motto der CeBIT 2006. Zum 20. Mal öffnete die weltweit größte High-Tech-Messe Anfang März in Hannover ihre Tore. Viele Aussteller warteten mit interessanten Innovationen aus ihren Entwicklungsabteilungen auf. Auch die Deutsche Telekom präsentierte in allen drei strategischen Geschäftsfeldern zahlreiche Highlights und stellte damit unter Beweis, dass die Innovationsstrategie zielstrebig umgesetzt wird.

### Forschung und Entwicklung zum Anfassen

Passend zum diesjährigen CeBIT-Leitthema zeigte die Deutsche Telekom innovative und individuelle Lösungen für zu Hause, fürs Business und für unterwegs. Auf dem Messestand konnten die Besucher alle Konvergenztrends rund um integrierte Services wie beispielsweise Festnetz-Mobil-Produkte live erleben. Ein futuristisches Flugobjekt, die „High-Speedline“, lud zu einem Flug durch das Datennetz in ver-

schiedenen DSL-Geschwindigkeiten ein. Und auch einen Blick hinter die Kulissen konnten Messebesucher werfen, wenn sie die verschiedenen Präsentationsbühnen besuchten, auf denen die Forschungs- und Entwicklungsarbeiten des Unternehmens vorgestellt wurden.

### Viel Neues aus den Geschäftsfeldern

Den größten Ausstellungsraum nahmen aber die Produkte und Dienste von heute

ein, mit denen die Deutsche Telekom ihre Innovationskraft unterstrich.

■ **Breitband/Festnetz:** Das „T-One“, die DualPhone-Lösung („direkt“ 3/2005) von T-Com, die neben dem Festnetz auch das Telefonieren im W-LAN-HotSpot und im GSM-Netz ermöglicht, war nur eines von zahlreichen Highlights aus dem Bereich Breitband/Festnetz. So wurden mit Sinus 900/900i zwei Schnurlostelefone

Multimedia erobert auch die Festnetztelefonie: das ab Mai erhältliche Sinus 900 von T-Com.



mit integrierter Digitalkamera für Analoganschlüsse und ISDN vorgestellt, die ab Mai erhältlich sein werden. Weiterhin präsentierte T-Com IT-Büro-Lösungen, die sich mit deutlich erweitertem Leistungsspektrum an kleine Unternehmen, Handwerker, Selbständige und Freiberufler richten. Die modularen Komplettangebote für IT-Arbeitsplätze inklusive Software und Service lassen sich künftig komfortabel über Fernwartung bedienen.



Informierte sich persönlich am Telekom-Messestand: Bundeskanzlerin Angela Merkel, hier zusammen mit Kai-Uwe Ricke

Gemeinsam mit T-Online wird T-Com außerdem die Umsetzung innovativer Breitbandanwendungen vorantreiben: etwa durch IPTV, die Bündelung von Fernsehangeboten im Internet. Und mit T-DSL 16.000 wird die Forderung nach höheren Bandbreiten für datenintensive Anwendungen erfüllt.

T-DSL 16.000 ist eines der schnellsten Angebote für Privatkunden im Markt, die Vermarktung startet Mitte Mai.

■ **Mobilfunk:** T-Mobile gab unter anderem den offiziellen Startschuss für die HSDPA-Technologie. Ab Mai sorgt der Datenturbo für die mobile Breitbandkommunikation im gesamten UMTS-Netz von T-Mobile auch unterwegs für Internetverbindungen, die so schnell sind wie am heimischen Computer oder dem PC am Arbeitsplatz. Wo das UMTS-Netz noch nicht entsprechend ausgebaut ist, ermöglicht der Einsatz der EDGE-Technologie (EDGE: Enhanced Data for GSM Evolution) im flächendeckenden GSM-Netz von T-Mobile Deutschland Übertragungsraten von bis zu vierfacher ISDN-Geschwindigkeit. EDGE steht im GPRS-Netz von T-Mobile Deutschland voraussichtlich bis Ende 2007 flächendeckend zur Verfügung.

■ **Geschäftskunden:**

T-Systems zeigte verschiedene Lösungsszenarien für Unternehmen, die von Besuchern teilweise live erlebt werden konnten.

So wurde anhand eines Autocockpits demonstriert, wie moderne Technologien – unter anderem die Integration mobiler Endgeräte online durch ein Service-Center – den Fahrzeugkomfort steigern. Messebesucher konnten außerdem testen, wie sie künftig per Geld-, Kredit- oder Telefonkarte auf dem Parkplatz bezahlen. Im Bereich Handel, Transport und Logistik erläuterte T-Systems die Prozesse entlang einer Lieferkette und den Einblick in alle Warenbewegungen.

So kann ein Verkäufer online in das Warenwirtschaftssystem seines Shops gehen und mittels der mit RFID-Chips (RFID: Radio Frequency Identification) versehenen Produkte bzw. Verpackungen erkennen, ob das im Geschäft nicht mehr vorhandene Produkt noch im Lager vorrätig ist.

**Telekom macht eine ganze Stadt zukunftsreif**

Auf der Pressekonferenz zur CeBIT kündigte Vorstandsvorsitzender Kai-Uwe Ricke ein konzernweites Projekt an – sein Arbeitstitel: T-City. Das Ziel der einzigartigen Initiative, für die sich Städte mit bis zu 100.000 Einwohnern bewerben können: „Gemeinsam mit der Stadt mit den besten Ideen wollen wir erlebbar machen, wie innovative Anwendungen auf der Basis breitbandiger Festnetz- und Mobilfunk-Telekommunikation die gesamtwirtschaftliche Entwicklung in Deutschland vorantreiben und eine konkrete Steigerung der Lebensqualität ermöglichen.“ Die Telekom wird dafür laut Ricke einen mittleren zweistelligen Millionenbetrag zur Verfügung stellen.

Konkret sollen Verwaltung und Schulen, Krankenhäuser und Praxisärzte, Handel und Gewerbe, Vereine und soziale Einrichtungen sich Gedanken machen, welche Projekte entwickelt werden könnten, um ihre Aufgaben unter Nutzung der mobilen und Festnetz-Hochgeschwindigkeitsinfrastrukturen, wie sie die Deutsche Telekom bereits installiert hat bzw. zu installieren plant, besser bewältigen zu können.

**KURZMELDUNGEN**

■ **web'n'walk:** vier neue Endgeräte. T-Mobile baut sein web'n'walk-Angebot weiter konsequent aus. So wird die Zahl attraktiver Mobilfunkendgeräte, die für den mobilen Zugriff auf das freie Internet optimiert sind, um vier auf insgesamt 22 Handys erweitert. Gemeinsames Merkmal aller web'n'walk-Handys ist unter anderem ein von T-Mobile spezifisch angepasster Internet-Browser und die Integration der bekannten Suchmaschine „Google“ auf der Internet-Startseite. Ergänzend bietet T-Mobile spezielle Tarif-Optionen mit verschiedenen Inklusiv-Volumina an. Die neuen Endgeräte unterstreichen die Zielsetzung von Deutschlands führendem Mobilfunkanbieter, den Massenmarkt systematisch für die mobile Internetkommunikation zu erschließen.

■ **T-Mobile USA erneut für Kundenbetreuung ausgezeichnet.** In der Wireless Care Customer Performance Studie von J.D. Power and Associates nimmt T-Mobile USA zum dritten Mal in Folge den Spitzenplatz ein. Der detaillierte Bericht der Studie hebt unter anderem hervor, dass die US-Tochter in allen Phasen der Kundenbetreuung überdurchschnittliche Bewertungen bekam, insbesondere beim direkten Kontakt mit Mitarbeitern und bei der Beurteilung von automatisierten Antwortsystemen. „Die Studie bestätigt, dass wir uns um die Dinge bemühen, die den Kunden am wichtigsten sind“, so Sue Nokes, Senior Vice President für Kundenservice T-Mobile USA.

■ **„3GSM“ im Zeichen der mobilen Breitbandkommunikation.** Im Rahmen der weltweit wichtigsten Branchenmesse in Barcelona machte T-Mobile ihren Anspruch deutlich, sich als renom-

mierter Serviceanbieter zu etablieren. Eines der wichtigsten Themen war das mobile Internet. Laut T-Mobile Chef René Obermann „entwickelt sich der Mobilfunk im Privatkundensektor schrittweise zum wichtigsten Internetzugang“. Derzeit verdoppelt T-Mobile jedes Jahr die Bandbreite für den mobilen Internetzugriff. Passend präsentierte T-Mobile das erste HSDPA-Handy, das für Geschwindigkeiten bis zu 1,8 Megabit pro Sekunde ausgelegt ist. Unternehmensweit verkaufte T-Mobile im vergangenen Jahr rund eine Mio. datenorientierte Geräte, darunter 400.000 web'n'walk-fähige. Nicht zuletzt damit wurden im Bereich des Datenverkehrs rund 900 Mio. Euro erwirtschaftet – ein Plus von mehr als 40 Prozent.

## KURZMELDUNGEN

■ **Highspeed-Internet jetzt auch auf der Schiene.** Seit einigen Wochen können Zuggäste der Deutschen Bahn auf der Strecke zwischen Köln und Dortmund schnell und komfortabel auf das Internet oder das firmeneigene Intranet zugreifen. Die Highspeed-Kommunikation im DB MobilityNet, dem Informations- und

Kommunikationsservice für Bahn-Reisende, funktioniert auf W-LAN-Basis (Wireless Local Area Network) und ist Mittelpunkt einer Kooperation von Deutscher Bahn und T-Mobile. Neben dem Angebot im ICE sind mittlerweile 20 Bahnhöfe mit HotSpots ausgestattet, den öffentlichen W-LAN-Standorten von T-Mobile, an denen Reisende zu den üblichen T-Mobile HotSpot-Konditionen das Internet nutzen können.



Kooperationspartner im Kölner Hauptbahnhof:  
Hartmut Mehdorn, Vorstandsvorsitzender Deutsche Bahn,  
und René Obermann, Vorstand Mobilfunk Deutsche Telekom

## UMSATZWACHSTUM IM JAHRESVERLAUF 2005 BESCHLEUNIGT

# T-Mobile Gruppe mit zweistelligen Zuwachsraten bei Umsatz und EBITDA.

**Das Geschäftsjahr 2005 war für die T-Mobile Gruppe sehr erfolgreich: Bei Umsatzerlösen, EBITDA und auch bei den Kundenzahlen wurden deutliche Steigerungen verzeichnet. Neben den größten Märkten Deutschland, Großbritannien und USA entwickelten sich auch die anderen europäischen T-Mobile Gesellschaften positiv. Insgesamt 86,6 Mio. Kunden telefonierten Ende des Berichtsjahres bei den Gesellschaften des Geschäftsfeldes.**

## Umsatz legt um 11 Prozent zu

Die Entwicklung des Geschäftsfeldes ist ungebrochen positiv. Im Jahresverlauf setzte sich der Trend der vorangegangenen Quartale mit einer Umsatzsteigerung fort und resultierte in einem Gesamtumsatzwachstum um 11 Prozent auf 29,4 (26,5) Mrd. Euro. Besonders stark war das vierte Quartal mit einem Erlöszuwachs von 17,5 Prozent auf knapp 7,9 (6,7) Mrd. Euro auf Gruppen-Ebene.

Erfreulich ist dabei, dass sämtliche Landesgesellschaften im Schlussquartal ein Umsatzwachstum verzeichnet haben – T-Mobile Deutschland etwa von einem Prozent und T-Mobile UK mit 9,7 Prozent. Am deutlichsten legte ein weiteres Mal T-Mobile USA zu: Im Vergleich der vierten Quartale erhöhten sich die Umsatzerlöse um gut 35 Prozent auf 3,3 (2,5) Mrd. Euro, gefolgt von T-Mobile Croatia mit plus 19 Prozent.

## Kundenwachstum: Rekordjahr von T-Mobile USA

Die Kundenbasis der gesamten T-Mobile Gruppe verbreiterte sich im Berichtsjahr organisch um neun Mio. Teilnehmer auf 86,6 Mio. Auch hier gingen von T-Mobile USA die entscheidenden Impulse aus: Allein im vierten Quartal hat die US-Tochter netto rund 1,4 Mio. Kunden hinzugewinnen können. Im Gesamtjahr hat sich die

Kundenbasis um die Rekordzahl von 4,4 Mio. – ein Plus von 25 Prozent – auf 21,7 Mio. erhöht.

## T-Mobile UK schafft Wende bei Umsatzentwicklung

Die britische Gesellschaft gewann im Schlussquartal mit 845.000 neuen Kunden mehr als die Hälfte aller Neukunden im Berichtsjahr. Diese Beschleunigung des Kundenwachstums belegt deutlich den Erfolg des Effizienz- und Wachstumsprogramms „Save for Growth“ in Großbritannien. Die Gesamtkundenzahl inkl. Virgin Mobile erhöhte sich um 9,1 Prozent auf 17,2 (15,7) Mio. zum Jahresende 2005.

## Profitabilität trotz starker Kundenzuwächse gesteigert

Nicht zuletzt dank der stringenten Umsetzung der „Save for Growth“-Maßnahmen in Westeuropa ging das schnelle Wachstum nicht zu Lasten der Profitabilität. Verglichen mit dem Umsatzwachstum in Höhe von 11 Prozent stieg das bereinigte EBITDA mit 16,3 Prozent auf 9,8 (8,4) Mrd. überproportional. Dadurch konnte die bereinigte EBITDA-Marge um 1,5 Prozentpunkte auf 33,2 Prozent ausgebaut werden. Auch im vierten Quartal, in dem die stärksten Kundenzuwächse verzeichnet wurden, konnten die Margen auf einem zufriedenstellenden Niveau gehalten werden: in

Deutschland bei 42,3 (45,7) Prozent und bei T-Mobile UK bei 27,9 (23,8) Prozent.

## Steigender Umsatz mit Datendiensten

Ebenfalls positiv entwickelte sich der Umsatz mit Datendiensten. Dieser erhöhte sich – ohne SMS – innerhalb der Gesamtgruppe

## TEILNEHMERENTWICKLUNG T-MOBILE GRUPPE

Mobilfunkkunden (in Mio.)*	2005	2004	Veränderung
<b>Mobilfunkkunden voll konsolidierter Gesellschaften</b>	86,6	77,4	9,2
T-Mobile Deutschland	29,4	27,5	2,0
T-Mobile USA	21,7	17,3	4,4
T-Mobile UK <sup>a</sup>	17,2	15,7	1,5
T-Mobile Netherlands	2,3	2,3	0,0
T-Mobile Austria	2,1	2,0	0,1
T-Mobile Czech Republic	4,6	4,4	0,2
T-Mobile Hungary	4,2	4,0	0,2
T-Mobile Slovensko <sup>b</sup>	2,0	1,9	0,1
T-Mobile Croatia	1,9	1,5	0,4
Übrige (Mazedonien/Montenegro) <sup>c</sup>	1,1	0,8	0,3

<sup>a</sup>Einschließlich Virgin Mobile.

<sup>b</sup>Kunden erstmals im vierten Quartal 2004 einbezogen; Rebranding von EuroTel Bratislava in T-Mobile Slovensko Anfang Mai 2005.

<sup>c</sup>„Übrige“ fasst MobiMak (Mazedonien) und MONET (Montenegro) zusammen. MONET wird erstmals im zweiten Quartal 2005 einbezogen.

\* Die Summe wurde auf Basis von genauen Zahlen berechnet und auf Millionen gerundet.

um 43 Prozent auf rund 900 Mio. Euro. Dies ist wesentlich auf die fortgesetzte Vermarktung stark datenorientierter Endgeräte wie dem Blackberry und Geräten der MDA-Serie von T-Mobile zurückzuführen. T-Mobile USA beispielsweise konnte die Nutzerzahl dieser zukunftsweisenden Datendienste in 2005 auf jetzt knapp 1,1 Mio. Kunden nahezu verdoppeln.

## T-Mobile@home erfolgreich gestartet.

**Für 4 Cent ins deutsche Festnetz.** So groß wie bei keinem anderen Neuangebot von T-Mobile war die Nachfrage nach dem im Januar gestarteten Tarif. Mit T-Mobile@home können Kunden zu Hause, im Büro und in einem weiten Umkreis mit ihrem Handy für 4 Cent pro Minute in das deutsche Festnetz telefonieren. Anfang März nutzten bereits rund 200.000 Kunden das neue Tarifangebot.

**Gilt bis zu zwei Kilometer um den ausgewählten Standort herum.** Besonderer Pluspunkt von T-Mobile@home: Der Bereich für das günstige Telefonieren umfasst einen Umkreis von zwei Kilometern. Den T-Mobile@home Bereich legt der Nutzer bei Vertragsaktivierung fest, kann ihn bei Bedarf aber jederzeit gegen eine geringe Gebühr wechseln. Besonderes Highlight: Durch die Kooperation mit T-Com erhält der Kunde die Festnetznummer innerhalb von zwei Minuten nach Bestellung per SMS zugeschickt und ist dann sofort festnetz-günstig erreichbar.

**Tonsignal weist auf günstigen T-Mobile@home Bereich hin.** T-Mobile Kunden erhalten zusätzlich zur bestehenden Handynummer eine Festnetz-Rufnummer mit Ortsvorwahl. Unter dieser sind sie im definierten Bereich zu den üblichen Festnetzbedingungen erreichbar. Ein Tonsignal vor Gesprächsbeginn signalisiert dem Nutzer, dass er sich im T-Mobile@home Bereich befindet.

**Varianten für Singles, Familien und Geschäftskunden.** Für den neuen Tarif, den alle Neu- und Bestandskunden von T-Mobile Deutschland mit Vertrag in den Relax- und Telly-Tarifen zu ihrem bestehenden Tarif als Option hinzubuchen können, sind individuelle Angebotsvarianten erhältlich. Für den Single-Tarif wird weder ein neues Handy noch eine neue oder zusätzliche SIM-Karte benötigt. Mit der Variante T-Mobile@home Family&Friends können sich bis zu vier T-Mobile Kunden für einen gemeinsamen Bereich anmelden.

EINZIGARTIGE MITMACH-AKTION VON T-COM

# „Das größte Nationalteam aller Zeiten.“

Mit einer beispiellosen Gemeinschaftsaktion begrüßt T-Com anlässlich der Fußball-Weltmeisterschaft die Fans rund um den Globus. Gemäß dem Motto „Jeder kann dabei sein“ ruft die im November gestartete Kampagne alle Fußballanhänger auf, sich in „das größte Nationalteam aller Zeiten“ einzureihen.

### Kampagne trifft auf große Begeisterung

Stets wiederkehrendes Bildmotiv in Fernsehspots, Anzeigen und weiteren Werbeformen sind ganz „normale“ Fußballfans im so genannten „Welcome-Trikot“, das als hochwertiges Shirt dem DFB-Nationaltrikot nachempfunden ist. Auf diese Weise wird die DFB-Auswahl – symbolisch – endlos verlängert. Jeder Teilnehmer verleiht der Kampagne so sein Gesicht.

Mitte März waren bereits mehrere hunderttausend Fußballanhänger mit dem Trikot ausgestattet. Mehr als 10.000 von ihnen hatten sich bis zu diesem Zeitpunkt mit einem Foto, das sie im Welcome-Trikot zeigt, für die Teilnahme beworben. Die Kampagne läuft noch bis zum Endspieltag am 9. Juli.

### Fans werden zu Werbestars

Alle, die sich registriert haben, werden darüber hinaus zu professionellen Fernseh- und Fotoaufnahmen in ihrer jeweiligen Postleitzahlen-Region eingeladen. Gezeigt werden die Filme und Bilder in Fernsehspots, Anzeigen, Großflächen-Plakaten auf Gebäuden und verschiedenen weiteren Medien wie Werbeflächen in öffentlichen Verkehrsmitteln.

### „Leipzig stellt was auf die Beine!“

Seit Beginn der Kampagne richtet T-Com verschiedene Rahmenveranstaltungen aus, die schon im Vorfeld die Begeisterung für das kommende Großereignis zeigen. So waren 35.000 Menschen dabei, als die Telekom-Tochter am Vorabend der Endrundenauslosung in Leipzig im vergangenen November den „Welcome Day“ zur Begrüßung der 32 Teilnehmerländer veranstaltete.



So wie in Köln finden derzeit bundesweit Fernseh- und Fotoaufnahmen für das „größte Nationalteam aller Zeiten“ statt.

Auf einem vier Kilometer langen Rundkurs hießen die Fußballanhänger, darunter zahlreiche Prominente aus Film, Funk und Fernsehen, die teilnehmenden Nationen willkommen. Im Februar hat zudem die „Inszenierungstour“ durch rund 20 Städte in ganz Deutschland begonnen.

#### KURZMELDUNGEN

**T-COM ■ Slovak Telekom hat T-Com Marke eingeführt.** Im Zuge der internationalen Markenstrategie bietet seit Anfang März nun auch Slovak Telekom alle Produkte und Dienste für das Festnetz unter der Marke T-Com an. Zugleich wird das magentafarbene „T“ auch fester Bestandteil des Markenauftritts des slowakischen Telekommunikationsunternehmens. Bislang agierte bereits T-Mobile Slovensko erfolgreich im Zeichen der Telekom-Marke. Die Deutsche Telekom ist durch Slovak

Telekom bereits seit dem Jahr 2000 in der Slowakei vertreten.

**■ Telefonrechnungen neu gestaltet.** Das überarbeitete Erscheinungsbild der Rechnungen für Festnetz- und Online-Leistungen komplettiert den Markenauftritt von T-Com im Sinne einer einheitlichen Kundenansprache: Vom Auftrag bis zur Rechnung erhalten die Kunden alles unter der Marke T-Com. Die Umstellung betrifft auch die elektronische Rechnung Online. Ihr Anteil an den monatlich rund 37 Mio. versendeten Telefonrechnungen steigt kontinuierlich und liegt derzeit bei über 3,2 Mio.

#### WICHTIGER BAUSTEIN FÜR NEUAUSRICHTUNG DER FESTNETZSPARTE

# T-Com Zentrale erhält optimierte Organisationsstruktur.

**Um im rasanten Wettbewerb künftig serviceorientierter, schlagkräftiger und flexibler agieren zu können, werden strategische und operative Aufgaben bei T-Com nun klar getrennt. Eng verbunden mit dieser Strukturreform sind die Reorganisation des Call-Center-Bereichs und die Bereinigung des Produktportfolios.**

#### Schnelle Entscheidungswege, flache Hierarchien

„Deutlich mehr Dienst am Kunden und deutlich weniger Verwaltung und Bürokratie“ – so umriss Walter Raizner, Telekom-Vorstand für das strategische Geschäftsfeld Breitband/Festnetz der Deutschen Telekom und damit zuständig für die T-Com, die übergeordnete Zielsetzung der im Februar angekündigten Veränderungen.

Gegenwärtig sind in der Zentrale der Festnetzsparte rund 8.000 Mitarbeiter beschäftigt. Ihre Einsatzorte konzentrieren sich jedoch nicht auf Bonn, sondern sind auf unterschiedliche Standorte in ganz Deutschland verteilt. Diese gewachsene Struktur wird den aktuellen und zukünftigen Anforderungen des Marktes nicht mehr gerecht.

#### 1.200 Mitarbeiter übernehmen zentrale Aufgaben

Das Headquarter der T-Com wird auf acht Vorstandsressorts ausgerichtet, so dass strategische und operative Funktionen, Aufgaben und Tätigkeiten eindeutig voneinander getrennt werden können. Neue Dienstleistungs- und Kompetenzzentren sowie die Niederlassungen werden sich

ausschließlich auf operative Aufgaben konzentrieren.

Personell wird die Zentrale mit 1.200 Beschäftigten wesentlich schlanker aufgestellt sein. Durch die Neuordnung der zentralen Aufgaben werden rund 1.500 Arbeitsplätze entfallen. Diese sind Bestandteil des bereits im November angekündigten Personal-Restrukturierungsprogramms, das den Wegfall von rund 20.000 Stellen vorsieht.

#### Call-Center: Effizienz und Qualität werden verbessert

Darüber hinaus sollen im Bereich der von T-Com verantworteten Call-Center (CC) Qualitäts- und Effizienzpotenziale gehoben werden. Mit mehr als 15.000 Mitarbeitern in derzeit fast 100 CC ist T-Com einer der größten CC-Betreiber Deutschlands.

Zur Jahresmitte 2006 werden die Aufgaben des Privatkunden-Vertriebs an weniger Standorten konzentriert. Hierdurch werden T-Com Kunden künftig von einem bundesweit höheren Qualitätsstandard in der telefonischen Beratung profitieren. Denn mit dem verbesserten Standortkonzept lassen sich künftig

überall in Deutschland Qualifikations- und Informationsmaßnahmen schneller umsetzen. Neben diesen Maßnahmen wird auch das Produktportfolio für Privatkunden um rund 60 Prozent verkleinert.



Walter Raizner, Vorstand Breitband/Festnetz der Deutschen Telekom, erläuterte vor Führungskräften die Zielsetzung der Reorganisation.

## KURZMELDUNGEN

**T-ONLINE ■ Anteil von IT und TK an Bruttoinlandsprodukt wächst stetig.** Auf etwa 12 Prozent wird der Anteil von Informationstechnologie und Telekommunikation am BIP laut der Studie „Deutschland Online 3“ bis zum Jahr 2015 steigen, die zum dritten Mal gemeinsam von Prof. Bernd W. Wirtz mit Unterstützung von T-Online und Hubert Burda Media erhoben wurde. Befragt wurden 114 Experten aus Wirtschaft und öffentlichen Institutionen sowie mehr als 6.000 Konsumenten. Ein weiteres Ergebnis: Maßgebliche Treiber für die weitere Verbreitung des Breitband-Internets werden in den kommenden Jahren „Triple-Play“-Angebote sein, die den Internetzugang, Telefonie sowie Video-, Musik- und Spieleangebote über das

breitbandige Internet bündeln. Einen deutlichen Nachholbedarf ermittelte die Studie beim Thema Bildung. Deutschland hat demnach im internationalen Vergleich einen klaren Rückstand bei der Entwicklung des so genannten E-Learnings.

**■ Musicload: gutes Ergebnis 2005 und Spitzenplatz bei Stiftung Warentest.** Über 15 Mio. Songs wurden im Jahr 2005 von rund zwei Mio. registrierten Kunden heruntergeladen. Das sind fast vier Mal so viele Titel wie im Vorjahr. Damit ist Musicload – laut Media Control Marktführer in Deutschland. Mit rund 900.000 Songs im Angebot ist Musicload besonders bei den Top Ten Single Charts erfolgreich. Die Plattform von T-Online arbeitet mit allen großen Plattenfirmen sowie mit Independent Labels zusammen. Zudem wurde Musicload von der Stiftung Warentest in deren Januar-Ausgabe im Vergleich

mit zwölf weiteren Musikdownload-Portalen zum Testsieger gekürt. Zu den Prüfkriterien gehörten unter anderem die Tonqualität, das Repertoire und die Suchfunktion.

**■ onWirtschaft kooperiert mit Fondsanbieter Fidelity.** Bei der Investition in Fonds gilt es viele Aspekte zu beachten. Die neue Partnerschaft zwischen T-Online und der Fondsgesellschaft Fidelity International bietet T-Online Nutzern Tipps rund um das Thema Fonds sowie einen Fondsvergleich. Nutzer des T-Online Portals onWirtschaft erhalten 50 Prozent Rabatt auf den Ausgabeaufschlag der Fondspalette von Fidelity FundsNetwork, die mehr als 1.000 Fonds verschiedener Fondsgesellschaften im Angebot hat.

## GRUNDLAGEN ZUR AUSRICHTUNG AUF TRIPLE PLAY GELEGT

# T-Online gewinnt 1,5 Millionen DSL-Tarifkunden.

**Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat die T-Online International mit konzernweit 1,5 Mio. DSL-Tarifneukunden ein starkes Wachstum im Breitbandsegment erzielt. Der Konzernumsatz erhöhte sich leicht auf knapp 2,1 Mrd. Euro, die eigenen Ergebnisvorgaben wurden mit einem Nach-Steuer-Ergebnis von 203,8 Mio. Euro übertroffen.**

## DSL: Erfolge im Heimatmarkt und europäischen Wachstumsmärkten

Mehr als fünf Mio. Kunden in DSL-Tarifen zählte der T-Online Konzern zum Ende des Geschäftsjahres 2005. Dies entspricht einem Zuwachs von 42 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

Dabei war T-Online sowohl im Heimatmarkt Deutschland als auch in den Wachstumsmärkten Frankreich und Spanien erfolgreich: In Deutschland wuchs die DSL-Tarifkundenbasis um 1,2 Mio. Kunden bzw. 38 Prozent auf 4,45 Mio. Das Segment „Übriges Europa“ verzeichnete einen Anstieg um 77 Prozent oder 280.000 Neukunden, womit die Gesamtzahl auf 635.000 DSL-Kunden zulegte.

Die dynamische DSL-Entwicklung spiegelt sich auch in den Marktanteilen wider: Ende 2005 hielt T-Online einen Anteil von 57,5 Prozent an den in 2005 geschalteten T-DSL-Anschlüssen des Telekom-Konzerns.

Insgesamt waren per 31. Dezember 2005 konzernweit gut 14 Mio. Kunden bei T-Online angemeldet.

## Umsatz erneut gesteigert

Die positive Unternehmensentwicklung zeigt sich in den zentralen Finanzkennzahlen: Trotz mehrerer Preissenkungen der Internet-Zugangstarife erhöhte sich der T-Online Konzernumsatz gegenüber dem Vorjahr um 3,8 Prozent auf rund 2,1 Mrd. Euro. Den größten Umsatzanteil steuerte mit 1,8 Mrd. Euro das Segment „Deutschland“ bei. Um fast 25 Prozent auf knapp 286 Mio. Euro legte der Umsatz im Segment „Übriges Europa“ zu. Damit belief sich im Berichtsjahr der Auslandsanteil bei den Umsatzerlösen auf 13,6 Prozent nach 11,4 Prozent im vorangegangenen Jahr.

„Trotz eines verschärften Wettbewerbsumfelds und massiven Preissenkungen bei den DSL-Tarifen, die zu einem niedrige-



Breitbandanschlüsse, mit denen Angebote wie T-Online Vision genutzt werden können, haben das Wachstum der T-Online Gruppe auch 2005 angetrieben.

ren Umsatzwachstum führten, konnte T-Online die eigenen Ergebnisvorgaben übertreffen: Mit einem Konzern-EBITDA von 373,2 Mio. Euro und einem Ergebnis nach Steuern von 203,8 Mio. Euro“, so Jens Becker, Finanzvorstand der T-Online International AG.

## Dividendenvorschlag an die Hauptversammlung

Die T-Online International AG beabsichtigt, der Hauptversammlung die Ausschüttung einer Dividende in Höhe von vier Cent pro Aktie aus dem zur Ausschüttung fähigen Bilanzgewinn von 462 Mio. Euro (nach HGB) vorzuschlagen.

MILLIARDENAUFTRAG ÜBER IT-LEISTUNGEN FÜR VW-GRUPPE

# T-Systems erwirbt VW-Tochter gedas.

**T-Systems erwirbt von der Volkswagen AG den IT-Dienstleister gedas. Mit rund 5.500 Mitarbeitern – zwei Drittel davon im Ausland – stärkt gedas die Kompetenzen von T-Systems in der Automobil- und Fertigungsbranche. Gleichzeitig gewinnt die Geschäftskundensparte so die VW-Gruppe als einen weiteren multinationalen Konzern für ihr Kundenportfolio.**

## Ideale Ergänzung

Der Informationstechnologie-Dienstleister gedas stellt eine ideale Ergänzung der Geschäftsaktivitäten von T-Systems dar. Die gute internationale Aufstellung von gedas – nicht zuletzt in Wachstumsmärkten wie Spanien, Frankreich und Großbritannien – sowie der besondere Schwerpunkt im Automotive-Bereich werden T-Systems zu einer deutlichen Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit verhelfen. Die Automotive-Aktivitäten sollen daher auch in einem Bereich „Industry Line Automotive“ gebündelt werden.

## Besondere Expertise im Automobil- und Fertigungsbereich

gedas berät Unternehmen der Automobil- und Fertigungsindustrie bei Entwicklung, Systemintegration und Betrieb von

IT-Lösungen. Das bisherige Tochterunternehmen des Volkswagen-Konzerns ist seit mehr als 20 Jahren im IT-Markt tätig und berät Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette in der Automobil- und Fertigungsindustrie. gedas entwickelt, integriert und betreibt für seine Kunden komplette IT-Lösungen.

Das Unternehmen mit Hauptsitz in Berlin ist weltweit mit mehr als 50 Standorten in 13 Ländern präsent. Im Jahr 2004 erzielte das Unternehmen Umsatzerlöse von 567 Mio. Euro.

## Rahmenvertrag im Wert von 2,5 Mrd. Euro

T-Systems wird zudem die VW-Gruppe als Konzernkunden gewinnen: Der Automobilhersteller unterzeichnete mit der Telekom-Tochter und gedas einen

mehrjährigen Rahmenvertrag über die bestehenden IT-Leistungen im Wert von 2,5 Mrd. Euro.

Die Integration wird nach dem geplanten rechtlichen Abschluss des Kaufs (Closing) zum 31. März 2006 beginnen können. Über den Kaufpreis haben die Vertragspartner Stillschweigen vereinbart. Die EU-Kommission sowie das Kartellamt Mexikos haben dem Kauf von gedas durch T-Systems zugestimmt. Auch dem Kartellamt von Brasilien wurde der Kauf zur Entscheidung vorgelegt. Diese steht noch aus. Da das brasilianische Kartellrecht kein Vollzugsverbot kennt, können T-Systems und gedas mit den gemeinsamen Aktivitäten nach dem Closing beginnen.

## KURZMELDUNGEN

■ **Großauftrag von DHL.** Das Tochterunternehmen der Deutsche Post World Net hat den Betrieb der gesamten Informations- und Netzwerktechnik in Deutschland an T-Systems vergeben. Die schrittweise Modernisierung der Rechner und Systeme soll dazu beitragen, die Informationstechnologie zu vereinheitlichen und damit die Servicekosten zu reduzieren. T-Systems übernimmt unter anderem den Service für rund 8.000 Arbeitsplatzrechner, ungefähr 500 Server sowie etwa 50 zentrale Anwendungen der DHL Deutschland. Außerdem werden die bislang auf gut 50 verschiedene Standorte verteilten Serverkapazitäten in zwei Rechenzentren von T-Systems gebündelt. Darüber hinaus werden etwa 300 nationale DHL-Standorte in ein gemeinsames Datennetz eingebunden.



■ **WAZ-Gruppe verlängert Vertrag.** Für weitere vier Jahre betreibt T-Systems das Telefon-, Mobilfunk- und Datennetz für 140 Standorte der Verlagsgruppe Westdeutsche Allgemeine Zeitung (WAZ). Damit wird eine bereits zehnjährige Kooperation

weiter fortgesetzt. Der entsprechende Vertrag für das größte regionale Zeitungshaus hierzulande umfasst IT- und TK-Dienstleistungen in zweistelliger Millionenhöhe. Neben den Verwaltungsstandorten verbindet das Datennetz insbesondere auch die Zeitungsredaktionen im Ruhrgebiet. Darüber hinaus erhalten die Auslandskorrespondenten der WAZ-Zeitungen auf diesem Weg einen geschützten Zugang zum Intranet, den sie über alle gängigen Zugangstechniken wie das analoge Telefonnetz, ISDN, GSM, UMTS oder DSL herstellen.

■ **DaimlerChrysler verlängert Rahmenvertrag.** Der Automobilkonzern hat die globale Rahmenvereinbarung mit T-Systems bis Ende 2008 verlängert. Er bündelt damit sieben Serviceverträge und bildet die Klammer für alle Dienstleistungen der Telekom-Tochter rund um die Informations- und Kommunikationstechnologie. T-Systems betreibt für DaimlerChrysler Großrechner sowie Client-Server-Architekturen und entwickelt, wartet und pflegt geschäftskritische Anwendungen. „Die Verlängerung des Vertrages bestätigt nicht nur die gute Partnerschaft und erfolgreiche Zusammenarbeit unserer Unternehmen, das Abkommen dokumentiert auch die starke Position von T-Systems im globalen Wettbewerb“, so Telekom-Vorstand und T-Systems Chef Lothar Pauly.

■ **Wienerberger setzt auf T-Systems Austria.** Der mit rund 230 Fabriken in 24 Ländern weltgrößte Ziegelproduzent und die österreichische T-Systems Tochter haben eine strategische Partnerschaft vereinbart. Wienerberger nutzt das T-Systems Outsourcing-Modell, bei dem SAP-Services flexibel nach konkretem Bedarf bezogen werden. Dadurch können die gebundenen Fixkosten, beispielsweise für Hardware und die IT-Infrastruktur, durch variable Kosten ersetzt werden, denn es muss nur die tatsächlich bezogene Leistung bezahlt werden. Die Sicherheit des T-Center-Rechenzentrums und die lokale Präsenz in Österreich waren bei der Neuausschreibung ausschlaggebend für die Outsourcing-Partnerschaft mit T-Systems. Der Vertrag wurde auf fünf Jahre unterzeichnet.

KOMPLETTLÖSUNG FÜR TRADITIONSCLUB VOM NIEDERRHEIN

# Borussia Mönchengladbach setzt auf Stadiontechnik von T-Systems.

Die Geschäftskundenmarke der Deutschen Telekom hat die komplette Soft- und Hardware für die Arena von Borussia Mönchengladbach bereitgestellt. Rund 230.000 Meter Kabel und Leitungen wurden im Borussia-Park verlegt und sorgen bei Spielern, Journalisten und den bis zu 60.350 Besuchern für optimale Rahmenbedingungen.

## Alles aus einer Hand

T-Systems hat den im August 2004 fertig gestellten Borussia-Park komplett mit einer hochmodernen Informations- und Kommunikationsinfrastruktur ausgestattet – von der Antennenanlage bis zu den automatischen Zugangskontrollen. Herzstück sind die rund 200 PC-Arbeitsplätze in den Büros und Verkaufsstellen, die über Glasfaser untereinander sowie mit dem zentralen Ticket-Server vernetzt sind. Auch über die Bauphase hinaus hat der Traditionsverein ganz auf T-Systems gesetzt: Als Generalunternehmer unterhält die Telekom-Tochter auch weiterhin die technische Infrastruktur des Stadions.

## Ticketing-System setzt Maßstäbe

Die vollständige Vernetzung des Ticket-Servers zentralisiert die Koordination des Eintrittskarten-Verkaufs. So können Tickets über das Internet, in Verkaufsstellen oder über ein Call-Center gebucht und direkt vom Warenwirtschafts- und Buchhaltungssystem aufgenommen werden. „Beim Kauf von Tickets über das Internet können sich die Fans zuvor sogar die Sicht von ihrem Sitzplatz aufs Spielfeld anzeigen lassen“, so Frank Fleißgarten, Bereichs-



Die mit Barcodes versehenen Tickets werden an einem der 54 Drehkreuze eingelesen und vom zentralen Ticket-Server geprüft.

leiter EDV bei Borussia Mönchengladbach.

Die Eintrittskarten sind mit Barcodes versehen. Vor dem Betreten des Stadions nehmen die Lesegeräte der insgesamt 54 Drehkreuze die Daten auf und übertragen sie an den Ticket-Server. Dieser sendet automatisch eine Mitteilung an die Zutrittskontrollen zurück, welche Karten verkauft wurden und ob das Ticket des Besuchers gültig ist.

## Erstklassige Arbeitsbedingungen für Medienvertreter

Für die Übertragung des Spielgeschehens stehen 120 Arbeitsplätze für Printjournalisten und 90 Fernsehkommentatoren bereit, die über das Netzwerk von T-Systems direkt mit den Redaktionen verbunden werden können. Der Stadioninnenraum ist mit vier Hochgeschwindigkeits-Schwenk-

Neige-Kameras ausgestattet, die den gesamten Ablauf im Stadion dokumentieren und sich über fünf Bedienplätze auswählen lassen. Außerdem hat T-Systems den gesamten Borussia-Park mit W-LAN-HotSpots (Wireless Local Area Network) ausgestattet, über die Fans und Journalisten sowie die Stadion-Mitarbeiter von jedem Standort aus drahtlos auf das Internet zugreifen können.

Auch beim Thema Sicherheit basieren die zentralen Funktionen auf der von T-Systems installierten IT-Infrastruktur. Unter anderem gehören eine Brandmeldeanlage, Entrauchungseinrichtungen und ein automatisches Steuerungssystem für die Fluchttüren zum Sicherheitskonzept des Borussia-Parks.



Der im August 2004 fertig gestellte Borussia-Park bietet perfekte Bedingungen für Spieler, Journalisten und Besucher.

## Impressum

Forum T-Aktie „direkt“  
Ausgabe 1/2006, 10. 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](http://www.telekom.de)  
E-Mail: [forum-taktie@telekom.de](mailto:forum-taktie@telekom.de)

Konzeption, Text und Gestaltung:  
fischerAppelt, ziegler GmbH, Hamburg