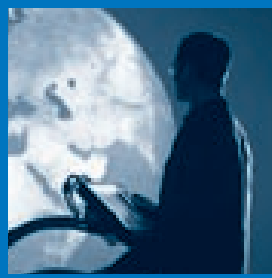
Dienste und Leistungen.

33

Die Beschleunigung aller Vorgänge, insbesondere in der Wirtschaft, zwingt zu immer neuen und schnelleren Kommunikationslösungen. Die Deutsche Telekom bietet umfassende Systeme, Produkte und Dienstleistungen an, mit denen höchste Ansprüche jederzeit und überall erfüllt werden können. Das bei der Deutschen Telekom gebündelte Know-how garantiert den Kunden den entscheidenden Vorsprung im Wettbewerb.



Organisation.
Näher am Kunden.

Die Organisation der Deutschen Telekom geht konsequent den Weg der Kundenorientierung. Durch die Stärkung der operativen Kräfte werden die Leistungsfähigkeit des Unternehmens und seine Ertragskraft im Wettbewerb weiter gesteigert. Alle zentralen und dezentralen Einrichtungen der Deutschen Telekom sind daher Instrumente einer integrierten Kundenbetrachtung. Die Wertschöpfung des Unternehmens erfolgt damit kunden- und marktorientiert.

Die Managementprozesse und -systeme stärken die Eigenverantwortlichkeit der Geschäftseinheiten. Die Effizienz aller administrativen Prozesse wird durch eine integrierte Datenverarbeitung gesteigert. Alle Konzerneinheiten sind miteinander vernetzt. Intranets, geschützt von Firewalls, ermöglichen allen Mitarbeitern weltweit konzerninterne Kommunikation und bereichsspezifische Information. So ist auch in den internen Informationskanälen eine schnelle Reaktion auf aktuelle Produkt- und Marktveränderungen gewährleistet. Modernste Informationssysteme unterstützen ein konzernweites Controlling mit einem permanenten Berichtswesen über das operative Geschehen.

Neuordnung zentraler Funktionen

Geschäfts- und Kundenorientierung sowie unternehmensinterne Märkte stehen im Mittelpunkt einer Neuorganisation der Konzernzentrale. Der Vorstand beschloß im August, mit einer neuen Organisationsstruktur der Zentrale den strategischen Wandel der Deutschen Telekom voranzutreiben und damit die langfristige Sicherung von Arbeitsplätzen zu gewährleisten und die Flexibilität und Wettbewerbsfähigkeit weiter zu verbessern. Danach wird sich die Konzernzentrale künftig nur noch auf strategische Führungsaufgaben für den Konzern und seine Einheiten konzentrieren. Die Geschäftstätigkeit am Markt und die internen Servicefunktionen werden dagegen in ergebnisverantwortlichen Einheiten der Deutschen Telekom organisiert. Damit soll ein höherer Grad der Selbständigkeit in diesen künftig nicht mehr in der Konzernzentrale befindlichen Funktionen erreicht werden.

Zugleich traf der Vorstand die Grundsatzentscheidung, die 79 Kundenniederlassungen organisatorisch und strategisch neu auszurichten. Ziel ist es, die Schlagkraft und Handlungsspielräume der Außenorganisation deutlich zu erhöhen, vor allem durch die Bündelung und Stärkung der Kräfte im Vertrieb und Service. Die Niederlassungen Geschäftskunden und Privatkunden werden daher in den Regionen unter eine gemeinsame Leitung gestellt. So werden Kundenorientierung und Qualität der Niederlassungen weiter gesteigert, und die Reaktionsgeschwindigkeit im Markt wird erhöht.



Nordoostpolder (Holland) 14.1.99: Das 1:10-Modell einer Turbine für den geplanten Airbus A340 wird für eine Testserie im Deutsch-Niederländischen Windkanal am Flügel montiert.



Mit den Tests sollen entscheidende Daten für das aerodynamische Verhalten der Flügel unter Einfluß der Triebwerke gewonnen werden.



Die Entwicklungen des Projektes „Spock“, das mit Hilfe der Deutschen Telekom durchgeführt wurde, erlauben es Airbus-Ingenieuren an anderen Standorten Europas, sofort online mit den Daten aus Holland zu arbeiten.



Bremen: 14.1.99.
Die Ingenieure von DaimlerChrysler Aerospace Airbus verwenden die Daten aus dem Windkanal, um die äußere Form des Flügels zu überarbeiten.

„Spock“ ist ein gemeinsam mit dem Airbus-Konsortium durchgeführtes Entwicklungsprojekt, das die komplexen Vorgänge bei der Konstruktion von Flugzeugen erleichtert. Der Einsatz von ATM-Technologien der Deutschen Telekom macht es möglich, daß Ingenieure in ganz Europa gleichzeitig an der Entwicklung des Airbus A340 arbeiten. Dezentral gefertigte Teile können online bearbeitet und danach passend zusammengeführt werden.



Das aktualisierte Modell wird mit den Triebwerken im Windkanal erneut montiert.

Die beteiligten Konstrukteure in ganz Europa können ihre Rechner dank ATM-Verbindungen zusammenschalten und mit den aktuellsten Daten realtime arbeiten.

Neue Geschäftsverteilung im Vorstand

Der Aufsichtsrat der Deutschen Telekom beschloß am 16. September 1998 eine neue Geschäftsverteilung im Vorstand, die am 1. Oktober 1998 in Kraft trat (vgl. Grafik: Struktur des Konzerns, U3). Das Unternehmen setzt damit seinen Weg, eine optimale Kundenbetreuung sicherzustellen, konsequent fort. Aus dem bisherigen Vorstandsbereich Vertrieb wurde das Produktmanagement herausgelöst und neu in einem eigenen Vorstandsbereich Produktmarketing gebündelt. Damit reagiert der Vorstand auf die wachsende Komplexität der Produkte und auf die Notwendigkeit einer möglichst effizienten Steuerung des Vertriebs mit einer klaren Führung der Niederlassungen. Das Produktmarketing ist für die Produktgestaltung, das Produktmanagement und die Gestaltung der strategischen Marketingfaktoren verantwortlich. Der Bereich Vertrieb und Service hat die Geschäftsplanungskompetenz für die Kundensegmente und ist für die operative Umsetzung der Marketingprodukte zuständig. Er gibt das entsprechende Vertriebs-Feedback an das Produktmarketing und Impulse für die weitere Produktgestaltung. Dem Vorstandsbereich Vertrieb und Service sind sämtliche nationalen Vertriebs- und Serviceeinheiten, dem Bereich Produktmarketing die Konzerngeschäftsfelder Telefonnetzkommunikation, Spezielle Mehrwertdienste, Endgeräte, Datenkommunikation, Multimediakommunikation und Systemlösungen zugeordnet.

Die Aufgaben des aufgelösten Bereiches Globales Systemgeschäft werden von den Bereichen Produktmarketing und International wahrgenommen. Die Verantwortung für die Steuerung des internationalen Joint Ventures Global One und der übrigen internationalen Joint Ventures, die Führung der Auslandstochtergesellschaften und Repräsentanzen im Ausland sowie die Identifikation internationaler Marktentwicklungspotentiale werden unter der Leitung des Bereichs „International“ integriert (vgl. Grafik: Beteiligungen, U5).

Im Jahr 1999 wird die Deutsche Telekom die 1998 eingeleitete organisatorische Neuausrichtung konsequent weiterführen. Durch intensivierte Kundennähe und Kundenbindung will die Deutsche Telekom ihre Position im Wettbewerb langfristig sichern, Innovationen beschleunigen und den Aufbau neuer Geschäfte forcieren, so daß die Kunden die Vorteile des Unternehmens als Vollsortimenter im Telekommunikationsmarkt wirkungsvoll ausschöpfen können.

Telefonnetzkommunikation.
Attraktive Dienstleistungen für unsere Telefondienst-Kunden.

Im Sprachtelefondienst des deutschen Telekommunikationsmarktes ist mit der vollständigen Liberalisierung ein harter Wettbewerb entstanden. In diesem Wettbewerb agiert die Deutsche Telekom mit innovativen Telefondienst-Angeboten und maßgeschneiderten Dienstleistungen rund um das Telefonieren. Mit weitreichenden Preismaßnahmen und neuen Produkten sind wir in die nächste Wettbewerbsphase gestartet.

Kerngeschäft im harten Wettbewerb

Die Telefonnetzkommunikation (TNK), der Telefondienst im Festnetz, stellt mit einem Anteil von 57,5 Prozent am Konzernumsatz das Kerngeschäft der Deutschen Telekom dar. 1998 erwirtschafteten wir mit Leistungen der Telefonnetzkommunikation einen Umsatz von 40,2 Milliarden DM und ein Ergebnis von 9,4 Milliarden DM. 28,2 Milliarden DM des Umsatzes entfielen auf Verbindungsentgelte. 62,9 Prozent der Verbindungsumsätze wurden im Privatkundenbereich, 37,1 Prozent bei Geschäftskunden erwirtschaftet. Der überwiegende Anteil der Verbindungsentgelte stammt aus City- (29,7 Prozent) und Fernverbindungen (44,3 Prozent). Mit 4,1 Milliarden DM entfielen 14,5 Prozent der Umsätze auf Auslandsverbindungen. Der Beitrag von Verbindungen zu Mobilfunknetzen lag bei rund 11,5 Prozent. Eine besonders positive Entwicklung verzeichneten wir bei der wachsenden Zahl der Verbindungen zu Online-Diensten und zu Mobilfunkanschlüssen. So stieg der Umsatz bei Verbindungen zu Mobilfunkanschlüssen um 11 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Zum Jahresende 1998 waren 46,4 Millionen Telefonanschlüsse (einschließlich ISDN-Kanäle) in Betrieb.

Mit der wachsenden Zahl der Anbieter in dem seit dem 1. Januar 1998 vollständig liberalisierten deutschen Telekommunikationsmarkt hat der Wettbewerb in der Telefonnetzkommunikation an Härte zugenommen. Bis Ende 1998 hat die Regulierungsbehörde über 150 regionale und bundesweite Lizenzen für den Sprachtelefondienst vergeben. Zu den Lizenznehmern gehören sowohl Anbieter von Anschlüssen und Ortsverbindungen (Teilnehmernetzbetreiber) als auch Anbieter von Fern- und Auslandsverbindungen (Verbindungsnetzbetreiber).

Auf der Basis der festgelegten Interconnection-Konditionen, welche insbesondere Wettbewerber ohne eigene Infrastruktur begünstigen, können die Anbieter zu geringen Preisen auf unsere Vorleistungen zurückgreifen und diese für die Gestaltung eigener Produkte und Dienstleistungen nutzen. Die Telefonkunden können entweder durch die dauerhafte Voreinstellung eines Verbindungsnetzbetreibers an ihrem Anschluß, die sogenannte Preselection, oder durch fallweise Auswahl mit sogenannten Netzbetreiber-Kennziffern vor der eigentlichen Telefonnummer, die Call-by-Call-Selection, zwischen verschiedenen Anbietern frei wählen. Kunden, die mit ihrem Telefonanschluß ohne Standortwechsel zu einem anderen Anschlußanbieter wechseln, können ihre Rufnummer unverändert beibehalten. Die Deutsche Telekom stellt diese Mitnahme der Rufnummer (Portierung) – wie alle anderen Teilnehmernetzbetreiber auch – selbstverständlich in ihrem Netz sicher.

Der Schwerpunkt des Wettbewerbs lag im Berichtsjahr bei den Fern- und Auslandsverbindungen. Im nahezu ausschließlich über den Preis geführten Konkurrenzkampf im Geschäftsjahr 1998 konnten unsere Wettbewerber deutliche Marktanteile erringen. Wir treten dem Wettbewerb offensiv mit attraktiven Preisen sowie innovativen, kundenorientierten und zuverlässigen Produkten und Dienstleistungen entgegen.

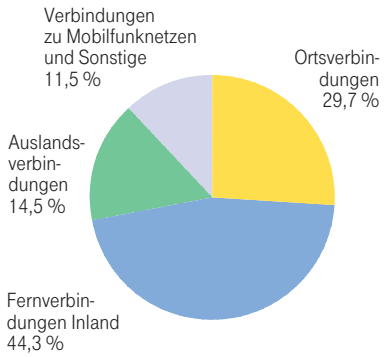
Mehr Leistung am Anschluß

Im ersten Jahr nach der vollständigen Digitalisierung des T-Net führte die Deutsche Telekom weitere Komfortleistungen für analoge Telefonanschlüsse wie die Anzeige der Rufnummer des anrufenden Teilnehmers und den automatischen Rückruf bei besetzt ein. Mit T-Net 200 stellten wir unseren Kunden das erste Paketangebot, bestehend aus einem T-Net Anschluß und Komfortleistungen, wie Rückruf bei besetzt und Anzeige der Rufnummer, zu einem attraktiven Komplettpreis zur Verfügung. Weitere zielgruppenspezifische Paketangebote werden 1999 auf den Markt gebracht.

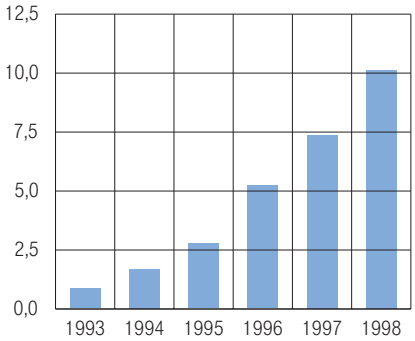
Weiterhin Boom bei T-ISDN

An die Erfolge von T-ISDN in den Vorjahren konnten wir im Berichtsjahr anknüpfen. Ende 1998 nutzten die Telekom-Kunden rund vier Millionen

Telefonverbindungen
(Umsatz in %)



ISDN-Kanäle in Betrieb
(in Mio.)



1993: 0,8
1994: 1,7
1995: 2,7
1996: 5,2
1997: 7,3
1998: 10,1

Auslandsverkehr nach geographischen Zonen

	1998[1]	1997	1996	1995	1994
West-/Mitteleuropa und Mittelmeeranrainer	3 932	4 102	4 096	4 459	4 110
USA/Kanada	337	306	312	321	314
Sonstige	442	405	353	458	518
Gesamt	**4 711**	4 813	4 761	5 238	4 942

Abgehender Verkehr, in Mio. Minuten

[1] Geschätzt

T-ISDN Anschlüsse mit mehr als 10 Millionen Kanälen. Dies entspricht einem Plus bei den ISDN-Kanälen von 37,5 Prozent. Mit diesem Zuwachs, den wir durch umfangreiche Vermarktungsaktivitäten forciert haben, untermauerte die Deutsche Telekom ihre weltweit führende Position bei der ISDN-Kommunikation. Anfang 1999 haben wir zusätzliche Leistungsmerkmale bei T-ISDN eingeführt, etwa die Möglichkeit der fernsteuerbaren Anrufweiterschaltung. Mit weiteren geplanten Leistungsmerkmalen beabsichtigen wir, die Attraktivität der Anschlüsse im digitalen Telekommunikationsnetz noch weiter zu steigern.

T-NetBox – der Anrufmanager im Aufwind

Der digitale Anrufbeantworter im Netz der Deutschen Telekom, die T-NetBox, fand 1998 einen wachsenden Kundenzuspruch. Zum Jahresende nutzten unsere Kunden rund 470 000 T-Net-Boxen – dies entspricht im Vergleich zum Vorjahr einer Steigerung von 243 000. Mit der Einführung der Family-Box und der FaxBox haben wir das Leistungsspektrum der T-NetBox zielgruppengerecht erweitert.

Mit T-NetCall weltweit eine innovative Kraft bei der Internet-Telefonie

Die Internet-Telefonie gilt in der internationalen Telekommunikationsbranche als einer der künftigen Wachstumsbereiche. 1998 hat die Deutsche Telekom ihre Rolle als ein Innovationsmotor in diesem Marktsegment untermauert. Im Januar des Berichtsjahres beteiligten wir uns mit 20,15 Prozent an der israelischen VocalTec Communications Ltd., einem der marktführenden Anbieter für IP-Telefonie-Software. Mit T-NetCall, unserem Angebot für die Internet-Telefonie, haben wir nach erfolgreichem Abschluß der technischen Erprobungen nunmehr kommerzielle Pilotversuche unter anderem in den USA, Kanada, der Tschechischen Republik, Polen und Ungarn gestartet. Dabei werden neben dem herkömmlichen Telefonieren (Phone to Phone) auch neue Anwendungen wie die Verbindung von Mobiltelefonen (GSM to Phone) und Personalcomputern (PC to Phone) zu Telefonen über das Internet erprobt. Der Service PC to Phone wird seit dem Jahreswechsel 1998/1999 auch im nationalen Markt über T-Online getestet.

Festnetz und Mobilfunk wachsen zusammen

Gemeinsam mit ihrer Mobilfunk-Tochterfirma DeTeMobil GmbH (T-Mobil) hat die Deutsche Telekom AG mit PCS (Personal Communication Services) ein Verbundprodukt für die Integration von Festnetz- und Mobilkommunikation entwickelt. PCS bietet Privatkunden und kleinen Geschäftskunden neben einem hohen Telekommunikationskomfort zusätzliche Vorteile, beispielsweise nur noch eine Rechnung und einen Ansprechpartner für Servicefragen. PCS-Kunden sind im Fest- und Mobilfunknetz unter der gleichen Festnetz-Rufnummer erreichbar und verfügen außerdem über einen integrierten Anrufbeantworter (PCS-Box). Der intelligente Call Manager stellt im PCS sicher, daß die Anrufe den Kunden je nach Wunsch am Telefonanschluß im Festnetz, im Mobilfunknetz oder über den integrierten Anrufbeantworter erreichen. Seit Oktober 1998 wird PCS in einem kommerziellen Pilotversuch erprobt, und seit der CeBIT 1999 ist dieses Angebot bundesweit verfügbar.

T-VPN – kundenindividuelle Netzlösungen

Im Geschäftsjahr 1998 haben wir für rund 200 Geschäfts- und Systemkunden virtuelle private Netzlösungen bereitgestellt (T-VPN). Mit dem neuen Leistungsmerkmal Centrex können wir in T-VPN auch solche Funktionen, wie sie typischerweise Telekommunikationsanlagen bieten, im Netz der Deutschen Telekom realisieren. In 1998 haben wir mit dieser Software-Funktionalität unter anderem Tele-Arbeitsplätze in virtuelle private Netzlösungen für Versicherungen eingebunden. In 1999 beabsichtigen wir die Integration des Mobilfunks und einer Vielzahl weiterer Mehrwertdienste in unser Angebot virtueller privater Netze. Damit werden wir die Wünsche unserer Kunden nach ganzheitlichen Telekommunikationslösungen noch besser erfüllen.

Neue Anwendungen für unterschiedliche Zielgruppen

Mit neuen Anwendungen erschließen wir zusätzliche Märkte und steigern den Verkehr in unserem Netz. Im Berichtsjahr haben wir zum Beispiel mit Music on Demand eine innovative Dienstleistung für den Freizeitbereich vorgestellt, bei der sich die Kunden mit T-ISDN und T-Online aktuelle Musikstücke aus dem Internet herun-

terladen und anhören können. An dem zur CeBIT 98 gestarteten Markttest nahmen über 100 Musikfirmen und über 7 000 Kunden teil. Im Dezember 1998 waren mit Music on Demand über 26 000 Musiktitel verfügbar.

Marktorientierte Tarifpakete
Nach der umfassenden Tarifreform im Jahr 1996 haben wir im März 1998 weitere Preissenkungen umgesetzt. Bestandteil der Tarifoffensive war unter anderem die Absenkung der Tarife für Ferngespräche. Die Verlängerung der Taktzeiten beim Wochenendtarif führte insbesondere bei unseren Privatkunden zu Preissenkungen von bis zu 28 Prozent. Unter dem Namen GlobalCall haben wir die Preise für die Auslandstelefonate neu gestaltet. Gespräche, beispielsweise in die USA und nach Kanada, vergünstigten sich um bis zu 45 Prozent.

Mit der Tarifkomponente 10plus wurde ein attraktives Angebot für Langtelefonierer eingeführt. Mit 10plus spart jeder Kunde automatisch nach der zehnten Gesprächsminute für RegioCall, GermanCall, GlobalCall und Gespräche in unsere Mobilfunknetze 10 Prozent beim T-Net Anschluß und 30 Prozent beim T-ISDN Anschluß. Mit unserer Preissenkung im März 1998 haben wir auch das Telefonieren in die Mobilfunknetze der Deutschen Telekom um bis zu 28 Prozent günstiger gestaltet.

Neben diesen Preismaßnahmen wurden im Berichtsjahr einige bestehende zielgruppenspezifische Optionstarife entsprechend den Marktanforderungen weiter optimiert, etwa CityPlus im Mai 1998. Im Oktober 1998 folgte die Einführung des neuen Optionstarifs Select 5plus, der den Kunden eine Rabattierung definierter Rufnummern bietet. Durch die Möglichkeit, Verbindungen zu T-D1 oder T-C-Tel Anschlüssen in diese Rabattierung zu integrieren, ist Select 5plus eine ideale Ergänzung zu den Ortstarifen für T-D1 Anschlüsse.

Für unsere Geschäftskunden haben wir neben der Modifizierung des Angebotes Dial & Benefit nachfolgend im zweiten Halbjahr 1998 zwei neue Tarifangebote entwickelt. Der Tarif BusinessCall 500 richtet sich an kleine und mittlere Geschäftskunden und bietet unter anderem eine sekundengenaue Abrechnung. BusinessCall 700 ist ein attraktives Angebot für große Geschäftskunden mit einem oder mehreren Firmenstandorten. Beide Angebote wurden Anfang 1999 in den Markt eingeführt.

Preisoffensive 1999
Im November 1998 hat die Deutsche Telekom beschlossen, zum 1. Januar 1999 eine weitere Preisoffensive zu starten und damit dem von den Wettbewerbern ausgelösten harten Preiskampf zu begegnen. Nach der Genehmigung durch den Regulierer wurden die Tarife für Gespräche in den Tarifbereichen Regional (bisher: RegioCall) und Deutschland (bisher: GermanCall) deutlich gesenkt. Dadurch können unsere Kunden Einsparungen gegenüber den vorherigen Tarifen von bis zu 62 Prozent erreichen. Besonders für unsere Kunden mit T-ISDN Anschlüssen haben wir die Telefontarife günstig gestaltet, um so der Vermarktung von T-ISDN weiteren Schub zu verleihen.

Mit den verschiedenen Maßnahmen der Preisoffensive hat die Deutsche Telekom Anfang 1999 eine deutliche Vereinfachung der Tarifstruktur vorgenommen und attraktive Minutenpreise eingeführt. Für T-ISDN Anschlüsse, T-Net 200 Anschlüsse sowie T-Net Anschlüsse mit einer T-NetBox gilt für nationale Fernverbindungen außerhalb des Citybereichs die einfache Formel:
- 24 Pfennig/Minute tagsüber (9 bis 18 Uhr),
- 12 Pfennig/Minute im Freizeittarif (18 bis 21 Uhr und 6 bis 9 Uhr) sowie
- ab dem 1. April 1999 6 Pfennig/Minute im Abendtarif (21 bis 6 Uhr).

An allen anderen T-Net Anschlüssen gilt lediglich bei Deutschlandverbindungen in der Zeit von 9 bis 18 Uhr ein hiervon abweichender Preis von 36 Pfennig/Minute. An Wochenenden gilt bei allen Anschlüssen für alle nationalen Gespräche außerhalb des Citybereichs auch tagsüber ein Preis von 12 Pfennig/Minute. Die Tarifkomponente 10plus mit dem Preisnachlaß von 10 Prozent bei T-Net Verbindungen und 30 Prozent bei ISDN-Verbindungen nach der 10. Minute gilt für alle Fernverbindungen täglich von 6 bis 21 Uhr.

Wir erwarten, daß in 1999 der Wettbewerb unter anderem durch weitere Preisinitiativen gekennzeichnet sein wird.

Datenkommunikation.
Breitausgebaute Netze für schnelle Datenverbindungen.

Die Datenkommunikation gehört zu den wachstumsstärksten Bereichen in der Telekommunikation. Die rasant wachsende Internet-Nutzung und die zunehmende Vernetzung dezentraler Unternehmen haben dazu geführt, daß das Wachstum des Datenverkehrs in den globalen Telekommunikationsnetzen inzwischen das des Telefonverkehrs überwiegt. Mit einem breiten Produktportfolio und maßgeschneiderten Anwendungslösungen stellt sich die Deutsche Telekom den steigenden Anforderungen an die Datenkommunikation und will neue Märkte in diesem Wachstumsbereich erschließen.

Weiter auf Wachstumskurs

Die Deutsche Telekom profitiert im Bereich der Datenkommunikation, in dem wir schon seit mehreren Jahren im Wettbewerb stehen, vom wachsenden Marktvolumen. Im Berichtsjahr haben wir unser Produkt- und Dienstleistungsangebot im Konzerngeschäftsfeld Datenkommunikation konsequent weiter ausgebaut. Mit 2,0 Milliarden DM konnten wir 1998 den Umsatz in diesem Konzerngeschäftsfeld, dessen Dienste in zunehmendem Maße in integrierte Angebote anderer Konzerngeschäftsfelder – etwa Systemlösungen und Multimedia – einfließen, trotz starken Preisdrucks auf Vorjahresniveau halten. Der Bereich Datenkommunikation trug damit im Jahr 1998 2,9 Prozent zum Konzernumsatz bei.

Steigende Absatzzahlen bei digitalen Festverbindungen

Die Deutsche Telekom bietet ihren Kunden festgeschaltete Datenverbindungen unter dem Produktnamen LeasedLink an. Dazu gehören neben Standardfestverbindungen auch Datendirektverbindungen und internationale Mietleitungen. Unsere Kunden nutzen in verstärktem Umfang digitale Standardfestverbindungen mit einer im Vergleich zu analogen Verbindungen sehr viel höheren Übertragungskapazität.

Im LeasedLink-Bereich geht die Entwicklung eindeutig hin zu breitbandigen Übertragungsraten. Die von der Deutschen Telekom vermarktete Bandbreite bei den Datendirektverbindungen wuchs im Berichtsjahr um 21 Prozent.

Aufbauend auf den massiven Preiskürzungen in den Vorjahren, hat die Deutsche Telekom 1998 mit erneuten deutlichen Preissenkungen ihre internationale Wettbewerbsposition in der Datenkommunikation weiter verbessert. Bei den Datendirektverbindungen betrug die Preissenkung in 1998 12 Prozent und bei den digitalen Standardfestverbindungen 14 Prozent.

Datex-P – kundenorientierte Produktoptimierung

Der Datex-P-Dienst der Deutschen Telekom – ein paketvermittelter Datenservice auf der Basis der X.25-Technologie – ist in vielen Unternehmen eine wesentliche Grundlage der betrieblichen Datenkommunikation. Zum Jahresende 1998 nutzten unsere Kunden rund 85 700 Datex-P-Anschlüsse und rund 50 900 Zugangsberechtigungen. Im Berichtsjahr haben wir für Datex-P eine neue Tarifstruktur eingeführt und den Dienst mit anderen Produkten und Netzen unseres Unternehmens gebündelt. Darüber hinaus forcierten wir die Vermarktung der Datex-P-Nutzung über den ISDN-D-Kanal. Für 1999 planen wir, diese Möglichkeit über Vermarktungspartner noch stärker im Markt zu plazieren.

FrameLink Plus – Basis für maßgeschneiderte Anwendungslösungen

Der FrameLink Plus-Dienst der Deutschen Telekom ist – basierend auf der Frame Relay-Technik – speziell auf Telekommunikationslösungen mit einem punktuell hohen Datenaufkommen zugeschnitten. FrameLink Plus ist für die Kopplung lokaler Computernetze (LAN, Local Area Networks) ebenso geeignet wie als Grundlage von Firmennetzen. 1998 haben wir die Tarifstruktur von FrameLink Plus für unsere Kunden noch einfacher gestaltet und Preissenkungen von bis zu 30 Prozent realisiert. Darüber hinaus führten wir im Berichtsjahr weitere FrameLink Plus-Produkte ein, beispielsweise die Integration der Sprachübertragung (Voice over data) und ein Gateway zu Datex-P.



Die Tour de France geht ins entscheidende Rennen, aber Stefan Piroge kann den Schlußspurt nicht verfolgen. Er muß zum Zug. Kein Problem, denn die Tour de France findet auch im Zug statt – dank der Deutschen Telekom.



Jetzt zählt nur eins: schnell einen Sitzplatz in der Nähe eines Fernsehers finden, damit Jan Ullrichs Fahrt nicht ohne Stefan Piroge stattfindet.



Dank des Mobil-TV der Deutschen Telekom kann das Fernsehprogramm direkt in den fahrenden Zug übertragen werden.

Unterwegs immer auf dem laufenden sein. Das T-Media-Broadcast-Angebot „Mobil TV“ macht es möglich, die aktuellen Ereignisse zu verfolgen und rechtzeitig an einem wichtigen Termin teilzunehmen. Die Deutsche Telekom sorgt dafür, daß die digitalen Signale aus der Übertragungszentrale in Echtzeit im Zug ankommen. Ein störungsfreier Fernsehgenuß ist so sichergestellt.



Unterwegs und doch nichts verpaßt. Stefan Piroge genießt das Rennen.

Mit FrameLink Plus haben wir für eine Reihe von Kunden richtungweisende Telekommunikationslösungen umgesetzt, etwa für die Deutsche Angestellten Krankenkasse und die Dekra.

City-Netze – gezielter Ausbau der regionalen Hochgeschwindigkeitsnetze
Im Geschäftsjahr 1998 nahmen wir acht zusätzliche City-Netze in Betrieb und steigerten damit die Gesamtzahl auf 36. Die City-Netze sind auf Glasfaserleitungen basierende regionale Hochgeschwindigkeits-Infrastrukturen. Sie dienen zumeist als Basis für umfassende Telekommunikationslösungen bei unseren Kunden. Vielfach nutzen die Kunden die breitbandigen regionalen Netze als Zugangsplattformen für Dienste wie T-Net ATM oder T-InterConnect.

T-Net ATM – ein Spitzenprodukt der Breitbandkommunikation
Das in Deutschland mit 42 Zugangsstandorten flächendeckend ausgebaute T-Net ATM der Deutschen Telekom ist eines der modernsten Telekommunikationsnetze der Welt. Beim Einsatz der ATM-Technik (Asynchronous Transfer Mode), mit der sich Sprach-, Text-, Daten- und Bildkommunikation über einen Anschluß sehr flexibel und wirtschaftlich realisieren lassen, ist die Deutsche Telekom im deutschen Markt der führende Anbieter. Im Oktober des Berichtsjahres führten wir Wählverbindungen über T-Net ATM ein und erweiterten damit die Möglichkeiten der ATM-Kommunikation deutlich. Im Dezember 1998 hat die Deutsche Telekom den Global ATM-Dienst gestartet, der breitbandige Telekommunikationsverbindungen mit unserem Partner Global One in zunächst 13 Länder ermöglicht; für 1999 ist der weitere Ausbau dieses Angebotes geplant.

Im Berichtsjahr haben wir für eine Vielzahl von Kunden richtungweisende T-Net ATM-Projekte umgesetzt. Für die Hamburger Sparkasse – die größte Sparkasse in Deutschland – beispielsweise haben wir ein sehr leistungsfähiges, großes Firmennetz auf ATM-Basis aufgebaut.

T-InterConnect – Plattform für professionelle Internet-Anwendungen
Mit T-InterConnect hat die Deutsche Telekom eine hochleistungsfähige, IP-basierte Netzplattform für Anwendungen der Internet-Kommunikation geschaffen. Das Netz bilden 74 nationale Netzknoten, die über 155 Mbit/s-Verbindungen im Kernnetz redundant miteinander verknüpft sind. T-InterConnect bietet eine flächendeckende Einwahl zum Citytarif und Anschlußbandbreiten von 64 kbit/s bis 34 Mbit/s für die Internet- und Intranet-Lösungen unserer Kunden.

In 1998 konnte sich die Deutsche Telekom als einer der größten Internet Service Provider für Geschäftskunden in Deutschland etablieren. Anbieter von Informationsinhalten wie der Fernsehsender ProSieben nutzen schon heute breitbandige Verbindungen zu T-InterConnect, um Informations- und Unterhaltungsangebote im Internet zur Verfügung zu stellen.

Intranet Solution – maßgeschneiderte Kundennetze
Auf den Plattformen T-InterConnect und FrameLink Plus realisieren wir für unsere Kunden individuelle Intranet-Lösungen mit der Möglichkeit der Einwahl über ISDN sowie bei Bedarf über unser Mobilfunknetz T-D1 und den Datex-P-Dienst. Für verschiedene Unternehmen der Automobilindustrie und der Versicherungsbranche befinden sich gegenwärtig solche Intranet-Lösungen auf der Basis von T-InterConnect in der Realisierung. Im Jahr 1999 wollen wir Intranet Solution auch auf der Grundlage von T-Net ATM anbieten.

T-DSL – breitbandige Datenverbindungen über die Kupferdoppelader
Die ADSL-Technik (Asymmetrical Digital Subscriber Line) bietet die Möglichkeit, über die normale Kupferdoppelader des Telefonanschlusses breitbandige Datenverbindungen zu realisieren. Im Berichtsjahr haben wir damit begonnen, unter der Dachmarke T-DSL das Anwendungspotential der ADSL-basierten Breitbandkommunikation für unsere Kunden konsequent zu erschließen. Mit einem praxisorientierten Pilotprojekt in Nordrhein-Westfalen, das im Juni 1998 gestartet wurde, erprobten wir unterschiedliche Anwendungen der schnellen ADSL-Anschlüsse. Neben breitbandigen Internet-Anschlüssen für Privathaushalte haben wir im Pilotprojekt auch ADSL-basierte Anschlüsse an unsere T-InterConnect Plattform sowie als Zugang zu T-Net ATM geschaffen. Mit ADSL-Anschlüssen eröffnen wir auch kleinen und mittleren Unternehmen das Nutzenpotential der schnellen Internet-Kommunikation.

1999 wird die Deutsche Telekom mit dem Ausbau ihres ADSL-Angebotes in Deutschland beginnen. T-DSL Anschlüsse werden zunächst in zehn Ballungszentren angeboten. Im weiteren Verlauf des Jahres planen wir, ADSL auf weitere 33 große Ortsnetze auszubauen.

Systemlösungen.
Maßgeschneiderte Applikationen für das Wettbewerbsinstrument Telekommunikation.

Die Unternehmen stützen ihre betrieblichen Abläufe und die Verbindungen zu ihren Kunden im harten Wettbewerb immer stärker auf Telekommunikations- und Informationstechnik. Als entscheidenden Baustein für die Prozeßoptimierung fordern Unternehmen und Organisationen zunehmend individuelle Anwendungen der Telekommunikation und der Datenverarbeitung. Diese Anwendungen, einschließlich einer umfassenden Prozeßanalyse, der Lösungskonzeption und der kompetenten Umsetzung, realisiert die Deutsche Telekom im Konzerngeschäftsfeld Systemlösungen.

Systemlösungsgeschäft – ein bedeutender Wachstumsbereich
Die großen Unternehmen und Institutionen mit ihren hohen Telekommunikationsumsätzen sind im Wettbewerb in unserer Branche besonders hart umworben. Mit dem Konzerngeschäftsfeld Systemlösungen besitzen wir eine eigene Unternehmensorganisation zur intensiven Betreuung der anspruchsvollen Großkunden. Wir sind davon überzeugt, daß die Deutsche Telekom mit dieser Organisation, deren Dienstleistungen wir unter der Dachmarke T-System vermarkten, nicht nur im nationalen, sondern auch im internationalen Systemlösungsgeschäft stark positioniert ist. Bei der Realisierung von internationalen Systemlösungen kooperieren wir eng mit unserem Joint Venture Global One.

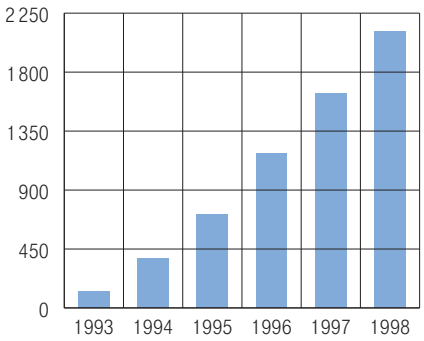
Im Konzerngeschäftsfeld Systemlösungen hat die Deutsche Telekom 1998 einen Umsatz von 2,9 Milliarden DM erwirtschaftet; das sind 4,1 Prozent vom Gesamtumsatz des Konzerns. Im Vergleich zu 1997 verzeichneten wir im Berichtsjahr im Systemlösungsgeschäft ein Umsatzwachstum von 15,8 Prozent.

Telekom Designed Networks – individuelle Dienstleistungsangebote für unsere Kunden
Ein zentraler Dienstleistungsbaustein des Konzerngeschäftsfelds Systemlösungen sind unsere Telekom Designed Networks (TDN). Damit bieten wir unseren Groß- und Systemkunden Kommunikationslösungen, die auf die individuellen Anforderungen dieser Kunden zugeschnitten sind. Die Deutsche Telekom übernimmt im Rahmen eines TDN-Vertrages neben der Konzeption und dem Aufbau des Netzes auch umfassende betriebliche Leistungen einschließlich des Netzmanagements und des Komplettservice. Das Prinzip „One face to the customer“ gilt für die TDN-Kunden in besonderer Weise: Für alle Belange der Telekommunikation haben sie nur einen Ansprechpartner.

Im Berichtsjahr ist die Zahl der Groß- und Systemkunden, die mit einem Telekom Designed Network eine mehrjährige Geschäftsbeziehung mit der Deutschen Telekom eingegangen sind, weiter angestiegen. Ende 1998 waren 2 108 TDN-Verträge abgeschlossen, 473 mehr als am Ende des vorangegangenen Jahres.

DeTeSystem – Kompetenz für Systemlösungen
Die Betreuung der Systemkunden der Deutschen Telekom übernimmt unser Tochterunternehmen Deutsche Telekom Systemlösungen GmbH (DeTeSystem). Die DeTeSystem profitierte als leistungsstarker Dienstleister in besonderem Maße vom Wachstum im Systemlösungsgeschäft. Im Vergleich zu 1997 stieg der Umsatz unseres Tochterunternehmens deutlich an. Die wachsende Bedeutung des Systemlösungsgeschäfts schlug sich auch in der Entwicklung der Mitarbeiterzahl der DeTeSystem nieder, die von Ende 1997 bis zum Ende des Berichtsjahres von 1 449 auf 1 648 anstieg.

Telekom Designed Networks (TDN)
(in absoluten Zahlen)



1993: 128
1994: 376
1995: 717
1996: 1 178
1997: 1 635
1998: 2 108



Ob sich eine Tankstelle in Deutschland ...

Richtungweisende Anwendungen für unsere Kunden
Die große Kompetenz der Deutschen Telekom bei der Realisierung von Systemlösungen belegte 1998 eine Vielzahl von Kundenprojekten. Die Bundesanstalt für Arbeit (BA) erteilte uns nach einer europaweiten Ausschreibung den Auftrag, in bundesweit allen Arbeitsämtern bis Ende 1999 60 000 PC-Arbeitsplätze neu aufzubauen sowie 10 000 Alt-PCs auf den neuesten Stand zu bringen und miteinander zu vernetzen. In diesem Projekt, dessen Startschuß im Dezember des Berichtsjahres fiel, werden außerdem unter Federführung der DeTeSystem und unter Mitwirkung weiterer Unternehmen des Deutsche Telekom Konzerns 1 000 Server, 20 000 Drucker und 8 600 Netzkomponenten installiert. Die Koordination des 90-Millionen-DM-Projektes übernimmt DeTeSystem als Generalunternehmer gegenüber dem Konzern. Unsere Tochter DeTeCSM konfiguriert die PCs, Server und Drucker und sorgt für die Software-Ausstattung.

Eine kundenorientierte Telekommunikationslösung haben wir im Berichtsjahr auch für einen Aufzug- und Fahrtreppenhersteller in Deutschland geschaffen. Auf der Basis dieser Lösung wurden die Vertriebsmitarbeiter und sämtliche Servicetechniker des Unternehmens mit Remote LAN Access an die Computersysteme der Zentrale angebunden. Der Zugriff erfolgte per Notebook entweder mit ISDN über das Telefonnetz oder bei Bedarf auch mobil über das T-D1Netz. Darüber hinaus ermöglichte eine Schnittstelle zwischen dem Intranet des Unternehmens und den lokalen Netzen der betreuten Kunden die Ferndiagnose und Fernwartung von Aufzügen und Fahrtreppen.

Der Chemiekonzern Henkel beauftragte die Deutsche Telekom im Berichtsjahr mit dem Aufbau eines einheitlichen Datennetzes in mehreren europäischen Ländern. Zusätzlich wird ein Sprach-Daten-Netz in den USA realisiert. Der Aufbau des Henkel-Netzes erfolgt in enger Zusammenarbeit zwischen DeTeSystem und Global One.

Für den Reifenhersteller Dunlop haben wir 1998 eine deutschlandweite Call-Center-Lösung umgesetzt. Über das Call Center werden monatlich rund 70 000 eingehende und 30 000 abgehende Anrufe abgewickelt. Für unseren Kunden Dunlop haben wir damit ein effizientes Instrument zur Kundengewinnung und Kundenbindung geschaffen.

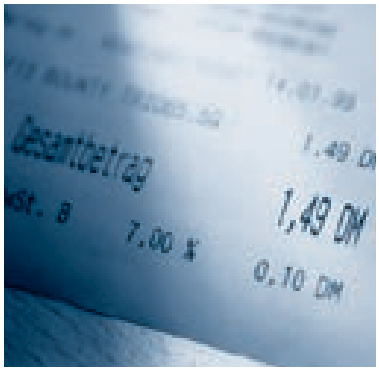
Der Verein zur Förderung eines deutschen Forschungsnetzes e.V. (DFN-Verein) ist 1998 mit einer Systemlösung der Deutschen Telekom in eine neue Ära gestartet. Für den DFN-Verein haben wir im August des Berichtsjahres die weltweit erste 2,34-Gigabit/s-Infrastruktur auf ATM-Basis in Betrieb genommen. Die Super-Dateninfobahn verbindet die Universität Erlangen mit den Hochschulen in München und Berlin. Anwendungen mit sehr hohem Bandbreitenbedarf, z. B. Telelearning und Telemedizin, sind nun in höchster Übertragungsqualität möglich. Als eines der ersten Unternehmen setzt die Deutsche Telekom die Wave Division Multiplexer-Technologie (WDM) ein.



... oder in Polen befindet.



Ob ein Kunde tankt ...



... oder einen Schokoriegel kauft ...,



... im Internetcafé online bestellt, ...

Das Telekom Designed Network von DeTeSystem erlaubt den schnellen Datentransfer zwischen den Aral-Tankstellen in Europa und dem Bochumer Rechnungszentrum des Mineralölkonzerns. Alle wichtigen Transaktionen können sofort abgerufen, geprüft und ausgewertet werden. Der Logistikaufwand wird verringert und dies sogar zu günstigeren Kosten.



... mit Kundenkarte bezahlt:

Mit dem satellitengesteuerten Telekom Designed Network, das DeTeSystem, eine Tochter der Deutschen Telekom, für Aral einrichtet, werden nicht nur Kreditkarten geprüft, ...

... sondern auch alle Absatz- und Umsatzdaten der Tankstellen verarbeitet. So stehen Aral nicht nur mehr Bandbreiten zur Verfügung, die Lösung ist auch kostengünstiger als das bisherige Netz.

Lizenzierte Diensteanbieter und Carrier.
Unsere Wettbewerber als unsere Kunden.

Das erste Jahr der vollständigen Liberalisierung des deutschen Telekommunikationsmarktes nutzte eine Vielzahl von neuen Anbietern zum Markteintritt. Unsere Wettbewerber setzen als Basis für ihre Angebote im wesentlichen auf das carrierspezifische Leistungsspektrum der Deutschen Telekom. Diese speziellen Leistungen werden vom Konzerngeschäftsfeld Lizenzierte Diensteanbieter und Carrier (LDC) angeboten und vertrieben. Darüber hinaus ist dieses Konzerngeschäftsfeld auch für das internationale Inter-Carrier-Geschäft verantwortlich. Der gesamte Umsatz des Konzerngeschäftsfelds LDC lag im Berichtsjahr bei 3,15 Milliarden DM, ein Plus von 31,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Telekom-Leistungen – Basis für den Wettbewerb in einem der liberalsten Märkte der Welt
Der seit dem 1. Januar 1998 vollständig geöffnete bundesdeutsche Telekommunikationsmarkt bietet weltweit in vielen Teilbereichen die liberalsten Rahmenbedingungen für den Wettbewerb. Die Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post (RegTP) erteilte im Berichtsjahr allein 155 Lizenzen für den Sprachtelefondienst. Das Gros der Wettbewerber nutzt das Netz und diverse Dienstleistungen der Deutschen Telekom, um eigene Angebote zu realisieren.

Die Deutsche Telekom hat pünktlich zum 1. Januar 1998 alle technischen Voraussetzungen für den Markteintritt neuer Wettbewerber geschaffen. Die von unserem Konzerngeschäftsfeld LDC gestalteten und vermarkteten Produkte umfassen vor allem Interconnection-Leistungen für Fest- und Mobilfunknetzbetreiber, carrierspezifische Übertragungswegeangebote und den Zugang zur entbündelten Teilnehmeranschlußleitung. Mit diesen Angeboten erschließen wir z. T. neue Marktpotentiale und tragen zur Erhaltung der Auslastung unserer Netzkapazitäten bei. Die Konditionen unserer Angebote für die Wettbewerber werden im nationalen Bereich von den Festlegungen der Regulierungsbehörde wesentlich beeinflußt.

Wachsende Zahl von Zusammenschaltungsverträgen
Mit unseren Angeboten ermöglichen wir die Vermittlung von Telefongesprächen zwischen den Kunden der Deutschen Telekom und denen anderer Anbieter von Telefondienstleistungen. Die Interconnection-Preise wurden bereits im September 1997 vom Regulierer auf einem sehr niedrigen Niveau festgelegt und gelten bis Ende 1999.

Die Bedingungen für die Verknüpfung unseres Telefonnetzes mit denen anderer nationaler Anbieter werden in bilateralen Verträgen vereinbart. Bis zum Ende des Berichtsjahres schlossen wir 69 solcher Vereinbarungen. Weitere Verhandlungsanfragen von 170 Unternehmen lagen vor.

Übertragungswege und Zugang zur Teilnehmeranschlußleitung
Unseren Wettbewerbern bieten wir Übertragungswege zu regulierten Konditionen an, die u. a. schon seit Jahren durch die etablierten Mobilfunknetzbetreiber nachgefragt werden. Die Nachfrage nach Carrierfestverbindungen, d. h. den Übertragungswegen auch für Wettbewerber im Festnetz, stieg im Laufe des Geschäftsjahres stark an.

Beim Zugang zur Teilnehmeranschlußleitung ist die Deutsche Telekom gesetzlich verpflichtet, den Wettbewerbern einen sogenannten „entbündelten Zugang zur Teilnehmeranschlußleitung" („blanker Draht") als direkten Zugang zum Kunden anzubieten. Als Preis für diesen Zugang hat der Regulierer am 8. Februar 1999 für den Zeitraum ab Bekanntgabe bis 31. März 2001 einen Betrag festgelegt.

Auslandsgeschäft mit rund 300 Gesellschaften
Im bilateralen Auslandsgeschäft bietet das Konzerngeschäftsfeld LDC allen internationalen Netzbetreibern an, deren Sprachverkehr in Deutschland über die Deutsche Telekom zu terminieren. Zusätzlich konnte sich das Konzerngeschäftsfeld auch in 1998 als weltweiter Carriers' Carrier-Anbieter weiter erfolgreich etablieren. Ende 1998 unterhielten wir Geschäftsbeziehungen mit rund 300 ausländischen Telefongesellschaften.

Die Position im internationalen Marktsegment konnte im Vergleich zum Vorjahr insbesondere durch die Einführung von innovativen Produkten, wie zum Beispiel Poolrouting und International-Backhaul-Angeboten, bei denen der Umsatz um 47 Prozent gesteigert wurde, gefestigt werden.

Darüber hinaus kauft das Konzerngeschäftsfeld LDC die Terminierung unseres gehenden Auslandsverkehrs bei internationalen Carriern ein. Es gelang uns, die durchschnittlichen bilateralen Terminierungskosten (Settlement Rates) pro Minute im Vergleich zum Vorjahr um 20 Prozent zu reduzieren.

Ankommender Verkehr

in Mrd. Minuten	1998[1]	1997
Europa Zone 1	4,166	4,028
Europa Zone 2	0,597	0,581
USA/Kanada	0,912	0,834
Sonstige	0,361	0,175
Gesamt	**6,036**	**5,618**

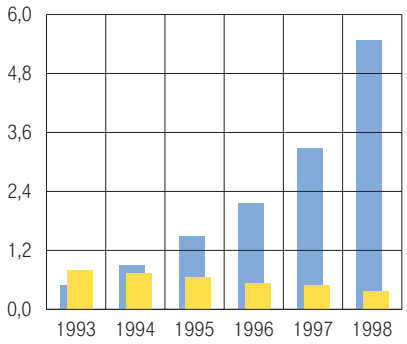
[1] Hochrechnung



Der Fotograf Stefan Knecht ist im Auto unterwegs zum Fototermin mit dem Vorstand der Deutschen Telekom.

Mobilkommunikation.
Strategische Neuausrichtung und digitale Erfolgsstory.

Funktelefonkunden im T-C-Tel und T-D1 Netz
(in Mio., zum Jahresende)



	T-C-Tel	T-D1 Netz
1993:	794 000	481 000
1994:	724 000	887 000
1995:	648 000	1 482 000
1996:	532 000	2 156 000
1997:	476 000	3 276 000
1998:	366 000	5 474 000

Das Geschäftsjahr 1998 stand ganz im Zeichen der strategischen Neuausrichtung der T-Mobil (DeTeMobil Deutsche Telekom MobilNet GmbH), die als 100prozentiges Tochterunternehmen der Deutschen Telekom für das Mobiltelefonangebot und alle sonstigen Mobilfunkdienste des Telekom Konzerns verantwortlich zeichnet. Künftig wird der T-Mobil-Fokus noch stärker auf dem digitalen T-D1 Netz liegen, das 1998 wiederum Rekordzuwächse verzeichnen konnte.

Insgesamt erzielte die Deutsche Telekom im abgelaufenen Geschäftsjahr im Konzerngeschäftsfeld Mobilnetzkommunikation einen Umsatz von 6,0 Milliarden DM (8,6 Prozent der Konzern-Umsatzerlöse) und ein Ergebnis von 1,3 Milliarden DM.

Eckdaten T-Mobil

T-Mobil weist als eigenständiges Unternehmen einen Umsatz in Höhe von 7,5 Milliarden DM aus. Die Differenz resultiert aus der Nutzung der T-Mobil-Netze für Verbindungen aus dem Festnetz der Deutschen Telekom.

Im Kerngeschäft T-D1 blieb die Umsatzrendite in 1998 gegenüber dem Vorjahr trotz massiver Preissenkungen zum 1. März und zum 1. September 1998 mit rund 28 Prozent nahezu konstant. Insbesondere Vorsorgemaßnahmen haben bei T-C-Tel zu einem Ergebnisrückgang und bei den übrigen Aktivitäten zu erneut hohen Verlusten geführt.

Mobiltelefonie

Mit 5,8 Millionen Mobiltelefonkunden in unseren zwei Netzen gehen wir von einem Marktanteil am deutschen Mobiltelefonmarkt zum Jahresende von 42,1 Prozent aus. Die Marktanteilsverluste der vergangenen Jahre konnten zur Jahresmitte gestoppt werden. Dies ist ein Ergebnis einer ganzen Reihe von Vertriebs-, Marketing- und Kundenbindungsmaßnahmen im Bereich T-D1, die im Berichtsjahr in Angriff genommen wurden.

T-D1: Digitale Erfolgsstory

Die Bedeutung der digitalen Mobilfunknetze in Deutschland hat seit Inbetriebnahme des T-D1 Netzes im Juli 1992 stetig zugenommen. Der unter maßgeblicher Beteiligung der Deutschen Telekom entwickelte GSM-Standard (Global System for Mobile Communications) ist heute technische Basis von weit mehr als 200 digitalen Mobilfunknetzen rund um den Globus.

Im T-D1 Netz telefonierten Ende 1998 knapp 5,5 Millionen Kunden, das sind 2,2 Millionen oder 67 Prozent mehr als ein Jahr zuvor. Die Optimierung des Produktportfolios in Verbindung mit einer vorausschauenden Markt- und Tarifpolitik soll dazu beitragen, einen möglichst großen Anteil am Marktwachstum zu verbuchen und so langfristig die Rückgewinnung der Marktführerschaft im digitalen Mobilfunkmarkt zu erreichen.



Auf der Fahrt von Köln nach Bonn erhält er aus der Agentur über sein Mobiltelefon die Nachricht, daß die Vorstandsitzung um eine halbe Stunde vorverlegt wurde ...



... und die Mitglieder des Vorstands bereits um 17 Uhr und nicht am Flughafen, sondern in der Zentrale zum Shooting bereit sind. Über die im Wagen installierte Freisprechanlage bespricht er sich mit der Agentur und erhält die genaue Adresse.

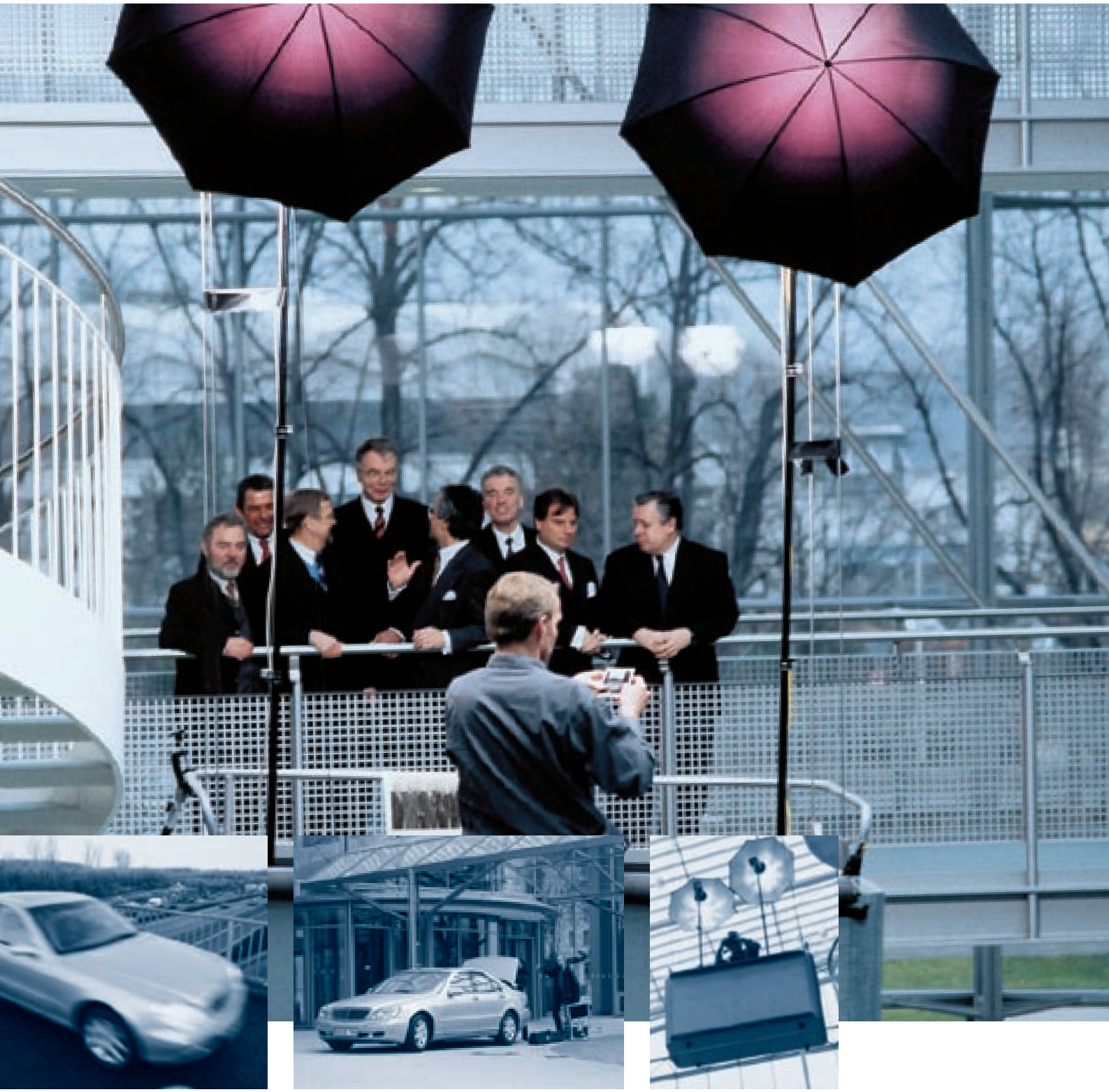


Über Tegaron wird automatisch ein Kontakt zur Verkehrsinformationszentrale aufgenommen. Wegen des starken Verkehrs in der Rush-hour wird die Zeit für Stefan Knecht knapp.



Die dynamische Zielführung des Auto Pilot Systems löst das Problem.

Dichter Verkehr, Staus und Umleitungen sind ein Ärgernis für Autofahrer, besonders wenn Termine drängen. Das mit Tegaron verbundene Auto Pilot System, das in verschiedenen Mercedes-Modellen eingebaut ist, schafft Abhilfe. Das System nimmt automatisch mit der Verkehrsinformations-Zentrale der Tegaron Telematics Kontakt auf, das die individuellen Verkehrsdaten via Mobilfunknetz an das Fahrzeug übermittelt. So kommt der Fahrer auf dem schnellsten Weg und rechtzeitig ans Ziel.

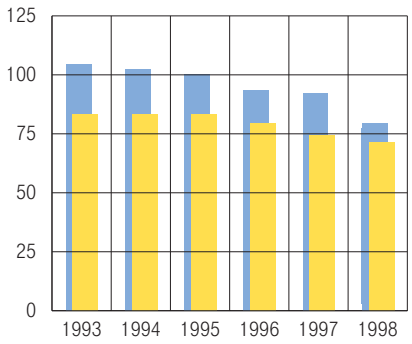


Es weist ihm an allen Baustellen und Staus vorbei den schnellsten Weg in die Bonner Zentrale der Deutschen Telekom.

Rechtzeitig trifft er in der Zentrale ein ...

... und hat genügend Zeit, den Raum auszuleuchten und das Shooting vorzubereiten.

Telefonminuten im T-C-Tel und T-D1 Netz
(in Min./Monat)



	T-C-Tel	T-D1 Netz*
1993:	104	83
1994:	102	83
1995:	100	83
1996:	93	79
1997:	92	74
1998:	79	71

Durchschnitt pro Teilnehmer,
nur abgehender Verkehr
* ohne Roaming

Mit mehreren Tarifoffensiven hat T-Mobil im vergangenen Jahr die Entwicklung des deutschen GSM-Marktes gefördert. So führte das Unternehmen im Sommer als erster Netzbetreiber in Deutschland sogenannte Local-Tarife ein, die es den Kunden ermöglichen, tagsüber schon für 68 Pfennig pro Minute zu einer Wunschortsvorwahl im deutschen Festnetz zu telefonieren. Seit Mitte November kann der Kunde wahlweise eine zweite Wunschortsvorwahl hinzuwählen. Ein weiterer großer Schritt in Richtung Massenmarkt war Anfang Dezember die Senkung der Peaktime-Verbindungspreise im Privatkundentarif TellyLocal um 31 Prozent von 1,89 DM auf 1,29 DM. Weitere Tarifmaßnahmen sind für 1999 geplant.

Speziell an junge Mobiltelefonierer und Neueinsteiger richtet sich die XtraCard, die im März 1998 das Xtra-Paket abgelöst hat. Bei dieser sogenannten Prepaid-Karte kann der Kunde das Guthaben abtelefonieren, das er vorher aufgeladen hat, und hat damit jederzeit die volle Kostenkontrolle. Auch bei abtelefoniertem Guthaben bleibt der Kunde noch bis zu einem Jahr telefonisch erreichbar.

Die weltweite Erreichbarkeit für T-D1 Kunden wurde 1998 erweitert. Mit einer Vielzahl von GSM-Betreibern wurden neue Roaming-Vereinbarungen abgeschlossen. Darunter sind auch Verträge mit Betreibern mehrerer lokaler digitaler Mobilfunknetze in den USA, z. B. in New York, Miami und Denver sowie Kanada.

Dank einem Roaming-Abkommen mit dem Satellitendienstbetreiber Iridium kann T-Mobil seinen Kunden auch Mobiltelefonieren von fast jedem Punkt der Erde ermöglichen.

Die dazu erforderlichen Handys können direkt bei T-Mobil bezogen werden.

Zu den wichtigsten Aspekten für Mobilfunkkunden gehört neben günstigen Tarifen vor allem die Netz- und Servicequalität. Aus diesem Grund hat T-Mobil im abgelaufenen Jahr gewaltige Anstrengungen im Rahmen des Netzausbaus unternommen: Gab es Ende 1997 rund 8 000 Basisstationen, so waren es Ende 1998 bereits rund 13 500. Die Investitionen dafür beliefen sich auf rund eine Milliarde DM. Im kommenden Jahr will T-Mobil den Ausbau weiter forcieren und deutlich mehr als eine Milliarde DM in das T-D1 Netz investieren. Zum Ende des Jahrtausends soll es dann insgesamt 22 000 Basisstationen geben.

Marktorientierte Ausrichtung
Vor dem Hintergrund der zunehmenden Bedeutung des digitalen Mobilfunks wurde beschlossen, das Unternehmen den veränderten Marktbedingungen anzupassen. So werden in die Netzinfrastruktur und die Informationsverarbeitungssysteme von T-C-Tel keine weiteren Investitionen mehr getätigt. Auch im Bereich der Speziellen Mobilfunkdienste und beim Funkruf wurden Maßnahmen ergriffen, um die Ertragssituation zu verbessern. Dazu zählt insbesondere eine strikte Trennung zwischen Bestands- und Neukundengeschäft.

T-C-Tel
Mit T-C-Tel, dem analogen Netz von T-Mobil, telefonieren derzeit trotz der Erfolge der GSM-Netze noch rund 366 000 Kunden. Im Zuge der strategischen Neuausrichtung des Unternehmens wird es in Zukunft kein aktives Neukundengeschäft für T-C-Tel mehr geben. Den verbliebenen Kunden wird durch attraktive Angebote der Umstieg auf die T-D1 Plattform erleichtert. Der Dienst selbst wird fortgeführt.

Funkruf
Die Situation auf dem deutschen Funkrufmarkt ist sehr angespannt. Beide Wettbewerber von T-Mobil haben ihre Marktaktivitäten drastisch reduziert. Auch die T-Mobil-Produkte Cityruf, Scall und Skyper blieben im vergangenen Jahr hinter den gesteckten Zielen zurück, werden aber im vollen Umfang fortgeführt. Allerdings unterscheidet sich die Ausgangslage dank der großen Zahl von Cityruf- und Skyper-Kunden, die eine monatliche Grundgebühr entrichten, grundlegend von der der Mitbewerber. Insgesamt hatte T-Mobil zum 31. Dezember 1998 rund 700 000 Funkrufkunden.

Chekker
Chekker, der Bündelfunkdienst der T-Mobil, wurde Ende des Jahres an einen Dritten verkauft und wird mit Unterstützung der T-Mobil weitergeführt.

Modacom
Modacom, der Datenfunkdienst der T-Mobil, wird unverändert weitergeführt, um zukünftig auf eine neue Plattform (General Packet Radio Service, GPRS) überführt werden zu können.

Neue Techniken, neue Standards – UMTS und GPRS
Mobilkommunikation der Zukunft wird sich noch mehr als heute nicht nur auf reine Sprache beschränken, sondern den Empfang und das Senden von Bildern und Daten möglich machen. Die Möglichkeiten der GSM-Netze sind heute noch auf eine Übertragungsrate von 9 600 Bit pro Sekunde beschränkt. Mit GPRS (General Packet Radio Service) steht schon bald eine Technik zur Verfügung, die die Übertragung mit höheren Datenraten ermöglicht. Auch bei der Einführung des nächsten Mobilfunkstandards UMTS (Universal Mobile Telecommunications System) will T-Mobil eine führende Rolle einnehmen.

Moderne Verkehrstelematik – Tegaron
Gemeinsam mit der DaimlerChrysler Services (debis) AG arbeitet T-Mobil bereits seit längerem an der Entwicklung moderner Verkehrstelematikkonzepte. Mit Tegaron Traffic ist seit Anfang des Jahres 1999 ein Navigationsdienst auf dem Markt, der bei der Zielführung aktuelle Verkehrsstörungen berücksichtigt und Autofahrer um Staus herumführen kann.

Multimedia.
T-Online und T-Mart: Zwei starke Marken für das Internet-Geschäft.

Die Deutsche Telekom positioniert sich in Deutschland als führender Diensteanbieter bei internetbasierten Anwendungen und Diensten. Zur Erschließung der Zukunftsmärkte Internet und Multimedia verfolgen wir eine Zwei-Marken-Strategie: T-Online und T-Mart.

Mit unserem Dienst T-Online bieten wir Endverbrauchern einen preiswerten und leistungsstarken Internet-Zugang. Zukünftig werden wir unter diesem Markennamen verstärkt Angebote für kleinere und mittlere Geschäftskunden vermarkten und ihnen damit einen kostengünstigen Weg ins World Wide Web bieten. Unter der im Frühjahr 1998 eingeführten Dachmarke T-Mart bieten wir Geschäftskunden ein umfassendes Leistungsspektrum für die kommerzielle Nutzung des Internets. T-Mart steht für multimediale Anwendungen und Dienste mit Serviceunterstützung. Dies bedeutet einen umfassenden Service von Beratung über Implementierung und Schulung bis hin zum Betrieb.

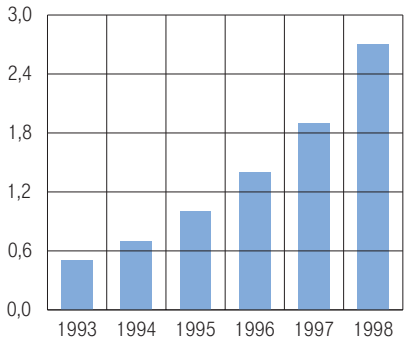
T-Online:
Marktführer auf Innovationskurs
Mit 2,7 Millionen Kunden Ende 1998 ist der Dienst T-Online, der von unserer 100prozentigen Tochter DeTeOnline Service GmbH betrieben, weiterentwickelt und vermarktet wird, der führende Online-Dienst und Internet Service Provider in Europa.

Auch die T-Online-Nutzung wächst weiterhin rasant. So lag die Gesamtzahl der Verbindungen 1998 bei rund 840 Millionen. Gegenüber dem Vorjahr bedeutet dies ein Wachstum von 70 Prozent. Der Marktanteil von T-Online liegt nach unseren Berechnungen in Deutschland bei rund 60 Prozent.

Neben dem Internet-Zugang bietet T-Online unseren Kunden Zugriff auf rund 6 000 exklusive Online-Angebote. Die Anwendungen reichen von der Datenbankabfrage über Informations- und Unterhaltungsangebote bis zum Onlinebanking. So wurden Ende 1998 über vier Millionen Konten bei rund 1 500 Banken über T-Online geführt.

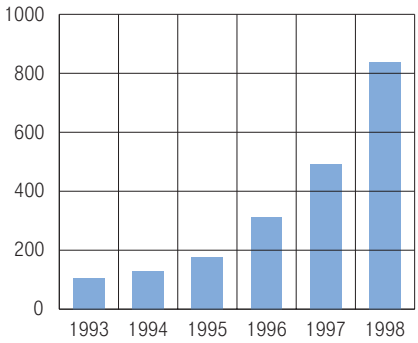
Produktoffensive
Mit innovativen Diensten wollen wir die Kundenzahl bei T-Online weiter steigern: Seit Ende 1998 ist in rund 150 Ländern neben dem Zugang zum World Wide Web auch die Nutzung exklusiver Angebote wie Onlinebanking im klassischen T-Online möglich. Ergänzend wird der neue Service Web Mail angeboten. Damit können T-Online-Kunden von jedem PC mit Internet-Anschluß auf ihre E-Mails zugreifen, ohne auf ein Mailprogramm angewiesen zu sein. Die elektronische Post wird einfach und sicher über eine speziell dafür eingerichtete Webseite empfangen und versandt. Die Übertragung wird in beiden Richtungen verschlüsselt.

T-Online-Kunden
(in Mio., zum Jahresende)



1993: 0,5
1994: 0,7
1995: 1,0
1996: 1,4
1997: 1,9
1998: 2,7

T-Online-Verbindungen
(in Mio.)



1993: 104
1994: 129
1995: 174
1996: 310
1997: 492
1998: 838

Als Ausweitung des T-Online-Angebots für Geschäftskunden ist die T-Online-Business Homepage zu sehen. Die Business Homepage bietet ein preisgünstiges Web-Hosting für Geschäftsleute und kleinere Unternehmen als Einstieg in das Electronic Business. T-Online stellt die Tools zur Erstellung und Verwaltung der Business Homepage online zur Verfügung.

Ausbau des Portal Site-Geschäfts
Um ihre Rolle als gefragte Einstiegsseite ins Internet auszubauen, werden wir die T-Online-Homepage zukünftig um Portal Site-Funktionen erweitern. Dazu gehören z. B. verbesserte Suchfunktionen. Intelligente und personalisierte Navigation durch die Angebote des Internets schafft Kundenloyalität und somit eine regelmäßige und häufige Nutzung der Portal Site. Durch eine hohe Nutzungsfrequenz wird die Portal Site zum attraktiven Werbefeld. Damit gewinnt die Vermarktung der Portal Site http://www.t-online.de als zusätzliche Einnahmequelle an Bedeutung. Mit rund 2,7 Millionen registrierten Kunden bietet T-Online Werbetreibenden eine in Deutschland einmalige Reichweite im Internet. Im Frühjahr 1998 wurde ein Vertrag über Online-Werbung bekanntgegeben, der in Deutschland bisher einzigartig ist: Die US-Softwarefirma Microsoft erhält für einen zweistelligen Millionenbetrag ein Jahr lang eine feste Schaltfläche auf der T-Online-Homepage.

Um das Portal-Geschäft weiter auszubauen, hat T-Online gemeinsam mit dem Axel Springer Verlag, der Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck und der Infoseek Corporation das Joint Venture WSI Webseek Infoservice GmbH & Co. KG, Hamburg, gegründet. Die Firma, an der die Partner zu gleichen Anteilen beteiligt sind, wird eine deutsche Version der amerikanischen Suchmaschine Infoseek entwickeln und vermarkten. Nachdem das Joint Venture bereits im September 1998 durch die EU-Kartellbehörde genehmigt wurde, wird der Markteintritt in der ersten Hälfte des Jahres 1999 unter der Internet-Adresse http://www.infoseek.de anvisiert.

T-Mart: umfassender Service für Geschäftskunden
Unter T-Mart bündeln wir ein umfassendes Produktportfolio multimedialer Anwendungen und Dienste für Geschäftskunden. Mit T-Mart können die kommerziellen Möglichkeiten des Internets voll ausgeschöpft und Kommunikationsprozesse innerhalb und zwischen Unternehmen optimiert werden. Die Einführung der Dachmarke T-Mart im Frühjahr 1998 markierte eine Neuordnung unserer Aktivitäten. Die 1997 unter dem damaligen Namen T-Intra eingeführten Internet-Mehrwertdienste finden sich hier ebenso wie Anwendungen und Dienste für Electronic Business und Electronic Commerce sowie Intranet- und Extranet-Lösungen.

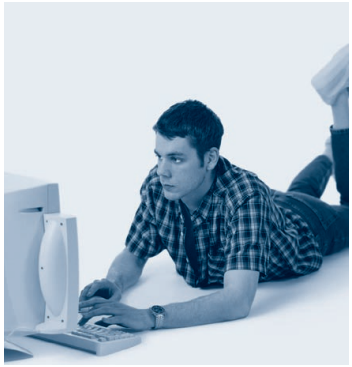
Bei der Erschließung der Multimediamärkte spielen Beratung, Systemintegration und Service von internetbasierten Anwendungen eine entscheidende Rolle. Wir werden daher Vertriebsschulung und -unterstützung kontinuierlich weiter optimieren und verstärkt mit Vertriebspartnern zusammenarbeiten. So positioniert sich die Deutsche Telekom als Komplettanbieter: Der Kunde erhält sämtliche Leistungen aus einer Hand, angefangen bei Beratung, Konzeption, Design über Einrichtung und Zugang bis hin zum Serverbetrieb.

Erfolgsfaktor Sicherheit
Die Entwicklung der kommerziellen Nutzung des Internets hängt von einem entscheidenden Erfolgsfaktor ab: der Sicherheit im Netz. Unser Ziel als unabhängiger Service Provider ist es daher, kurzfristig komfortable Lösungen anzubieten, die ein Höchstmaß an Sicherheit beim Zahlungsverkehr bzw. beim Austausch sensibler Daten im Internet bieten.

Dieses Ziel verfolgen wir mit der Einführung der digitalen Signatur und mit der Entwicklung elektronischer Zahlungssysteme. Mit den „Public Key Services“ unseres Produktzentrums TeleSec verfügen wir über eine Produktpalette, die alle Anforderungen des deutschen Signaturgesetzes zum rechtsverbindlichen Austausch elektronischer Dokumente erfüllt. Die digitale Signatur schafft die Voraussetzung für einen sicheren Austausch von Daten in der Computerkommunikation und über das Internet. Damit kann beim Datentransport in offenen Telekommunikationsnetzen erstmals festgestellt werden, von wem ein Dokument stammt und ob es bei der Übermittlung verfälscht wurde. Anwendungsgebiete sind z. B. elektronische Steuererklärungen, Onlinebanking, Telemedizin, Datenarchivierung, Vertragsübermittlungen und der elektronische Behördenverkehr. Auf diesem Gebiet sind wir Vorreiter: Seit Januar 1999 geben wir als erstes Unternehmen digitale Chipkarten nach dem deutschen Signaturgesetz aus.

Elektronische Zahlungssysteme stellen eine Schlüsseltechnologie bei der kommerziellen Nutzung des Internets dar. Dieses Ziel verfolgen wir durch unsere Kooperation mit GTE Internetworking. Auf Basis der GTE-Technologie werden wir einen Zertifizierungsservice anbieten, der sicherere Zahlungen übers Internet ermöglicht. Die Ausgabe der dafür erforderlichen elektronischen Schlüssel erfolgt im Auftrag von Geldinstituten, Betreibern von Kaufhäusern (Malls) und Läden (Shops) im Internet sowie Internet Providern.

Die Multimediaumsätze werden im Jahresabschluß unter „Sonstige Dienste und Leistungen“ ausgewiesen.



Ulli Frank produziert seine neuste CD in London. Im Internet entdeckt er die Seite der Time-Manager von Zeit & Plan. Er bestellt eine elektronische Agenda, die er direkt per Kreditkarte bezahlt.

Die kommerzielle Nutzung des Internets wird immer wichtiger und dank der Deutschen Telekom immer einfacher. So profitiert beispielsweise die Firma Zeit & Plan bei ihren E-Commerce-Aktivitäten von den vielfältigen Möglichkeiten, die T-Mart bietet. Geschäftsführer Friedemann E. Konzelmann hat sich so einen profitablen neuen Absatzkanal geschaffen und hat jederzeit die Kontrolle über die aktuellen Verkaufszahlen.



Trudi Schneider aus Meiringen entdeckt in der Zeitung ein Inserat von Zeit & Plan und ruft die angegebene Nummer an.

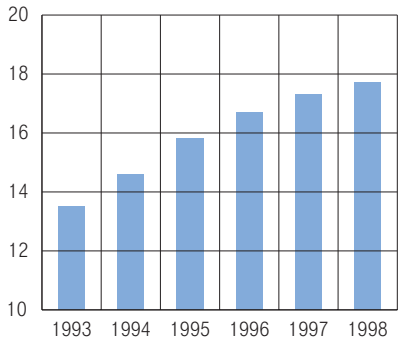
Sie wird mit Bettina Räberich im Call Center Albstadt verbunden, die ihre Bestellung telefonisch aufnimmt. Per Intranet wird der Auftrag an das Versandlager weitergegeben.

Im Versandlager nimmt Jürg Schmied die Aufträge entgegen, prüft sie über das Intranet und stellt die Waren zusammen. Er übergibt die Pakete der Post, die sie in alle Welt verschickt.

Zeit & Plan übergibt der Deutschen Telekom Fotos von 30 neuen Artikeln. Ein Mitarbeiter der Deutschen Telekom stellt diese über das Intranet ins „virtuelle Regal“, wo sie zum Verkauf bereitstehen.

Breitbandkabel und Rundfunk.
Wichtige Weichenstellungen für die digitale Medienzukunft.

An das Breitbandkabelnetz angeschlossene Haushalte in Deutschland
(in Mio.)



1993: 13,5
1994: 14,6
1995: 15,8
1996: 16,7
1997: 17,3
1998: 17,7

Das Breitbandkabelnetz (BK-Netz) der Deutschen Telekom ist eine leistungsstarke Plattform für die Übertragung von analogen und digitalen Fernseh- und Hörfunkprogrammen sowie von erweiterten Pay-Diensten. Mit einer Reihe von Maßnahmen wurden im Berichtsjahr die Verluste im Kabelbereich reduziert. Darüber hinaus wurden 1998 wesentliche Entscheidungen über die künftige Rolle der Deutschen Telekom als Dienstleister im Medienmarkt getroffen. Dazu gehört insbesondere die Ausgliederung des Geschäftsfeldes Breitbandkabel.

Ergebnisverbesserung im Breitbandkabelgeschäft

Das Breitbandkabelgeschäft der Deutschen Telekom wird wesentlich von medien- und ordnungspolitischen Rahmenbedingungen bestimmt. So entscheiden die Medienanstalten der Bundesländer auf der Basis entsprechender Landesmediengesetze über die Einspeisung von Programmen. Die Deutsche Telekom setzt sich seit langem vor allem bei der Belegung digitaler Programmkanäle für einen größeren eigenen Gestaltungsspielraum ein.

Um das Ergebnis des defizitären Breitbandkabelgeschäftes zu verbessern, haben wir bereits im November 1997 die Tarife für die Nutzung von Kabelanschlüssen um durchschnittlich 15 Prozent erhöht. Verbunden mit weiteren Kostensenkungsmaßnahmen konnte die Deutsche Telekom 1998 den Verlust im Geschäftsfeld Breitbandkabel und Rundfunk reduzieren. Die Zahl der Haushalte, die über den Kabelanschluß der Deutschen Telekom ihre Fernseh- und Hörfunkprogramme empfingen, wuchs 1998 um rund 400 000 auf 17,7 Millionen. Dies konnte trotz des harten Wettbewerbs mit dem Satelliten-Direktempfang sowie der Erhöhung der Entgelte erreicht werden.

Das Breitbandkabelgeschäft wurde ausgegliedert

Um das Breitbandkabelgeschäft insbesondere unter wirtschaftlichen und regulatorischen Gesichtspunkten auf eine neue Grundlage zu stellen, wurde im Berichtsjahr die Ausgliederung des Geschäftsfeldes Breitbandkabel beschlossen. Zum Jahreswechsel wurde der Kern des Breitbandkabelgeschäftes mit Anlagevermögen der Kabel Deutschland GmbH übertragen. Sie hat neben der Sicherstellung des operativen Betriebes die Aufgabe, regionale Kabelgesellschaften mit Investoren in Deutschland zu bilden. Diese neuen Gesellschaften sind bezüglich der Ausgestaltung des Geschäftes, ihrer Netzausbaustrategie sowie ihres Diensteportfolios autark.

Eigenständige Servicegesellschaft mit digitalem Programm-Bouquet

Neben der Kabel Deutschland GmbH hat die Deutsche Telekom zum 1. Februar 1999 eine eigenständige Servicegesellschaft ausgegründet, die unter MediaServices GmbH firmieren soll und Dienstleistungen für die Kabelgesellschaften sowie für andere Kabelnetzbetreiber und Programmanbieter anbietet. So übernimmt die Servicegesellschaft beispielsweise die Vermarktung, das Kundenmanagement und den Vertrieb eines digitalen Programm-Bouquets mehrerer Anbieter.

Mit der Gründung der neuen Töchter beginnt ein neues Zeitalter im Kabelgeschäft. Sie sollen die Wettbewerbsfähigkeit des Kabels steigern und den Marktwert erhöhen. Die Neustrukturierung des Kabelgeschäfts ist ein wichtiger Schritt, um zukünftig flexibel und wirtschaftlich arbeiten zu können. Neben der Beseitigung von historisch entstandenen ungünstigen Rahmenbedingungen sollen Investoren für das Kabelgeschäft gewonnen sowie eine stärkere Ausrichtung auf die regionalen Geschäftspotentiale erzielt werden.

Einspeisung attraktiver Programmpakete
Seit dem Berichtsjahr werden digitale Programmpakete von ARD, DF1, Premiere und ZDF in das Breitbandkabel eingespeist und sind in den angeschlossenen Haushalten über einen Dekoder zu empfangen. Um die Attraktivität des Kabelanschlusses weiter zu fördern und gleichzeitig die Ausstrahlung digitaler Fernsehangebote zu forcieren, haben wir im Oktober 1998 das Digital-TV-Angebot um ein Paket von sieben neuen Fremdsprachenprogrammen erweitert und eine entsprechende Vermarktung aufgenommen. Das Digital-TV-Angebot, das bundesweit in die Kabelnetze eingespeist wird, umfaßt zwei türkische, einen polnischen, einen portugiesischen, einen griechischen, einen indischen und einen chinesischen Anbieter. Weitere frei zugängliche Programme sowie Pay-TV-Angebote aus anderen Ländern werden folgen.

Erstes Play Out Center in Berlin
Für die Einspeisung regionaler Digital-Programme sind sogenannte Play Out Center erforderlich. Das erste der geplanten sechs bis acht Play Out Center hat die Deutsche Telekom im November 1998 in Berlin in Betrieb genommen. Gleichzeitig haben wir in der Hauptstadt mit den Vorbereitungen begonnen, unser Kabelnetz auf 862 MHz auszubauen und damit weitere Übertragungskapazitäten für eine Vielzahl zusätzlicher Programme sowie innovativer Multimediaangebote zu schaffen. Die Einschaltung der ersten erweiterten Berliner Teilnetze soll zur Funkausstellung im Herbst 1999 erfolgen.

Kooperationen für den digitalen Rundfunk
Auch im Rundfunkbereich setzt die Deutsche Telekom – entsprechend den Zielsetzungen der Bundesregierung zur Digitalisierung der Rundfunkübertragung – konsequent auf die Digital-Technik. Gemeinsam mit dem Bayerischen Rundfunk und der Bayerischen Medientechnik GmbH haben wir im Mai 1998 die Bayern Digital Radio GmbH gegründet. Diese Gesellschaft hat sich in Bayern um eine Lizenz für den Aufbau und Betrieb einer Infrastruktur für Digital Audio Broadcast (DAB) beworben. Eine vergleichbare Kooperation mit weiteren Rundfunkanstalten strebt die Deutsche Telekom auch beim DAB-Ausbau in anderen Bundesländern an, um so die Vorteile der digitalen Technik – niedrigere Kosten, bessere Frequenzauslastung, bessere Empfangsqualität – im Rundfunkbereich zu erschließen. Mit der Digitaltechnik wird eine technische Plattform geschaffen, auf der sich eine Vielzahl neuer Produkte und Dienstleistungen aufsetzen lassen, etwa Telematik- oder Multimediaservices. In den Bundesländern Sachsen-Anhalt, Thüringen, Sachsen sowie Brandenburg wurden der Deutschen Telekom im Februar 1999 Frequenzen für DAB zugeteilt. Damit kann DAB erstmalig in der Bundesrepublik in diesen Bundesländern in den Regelbetrieb gehen.

Rundfunk-Kundennetze werden multimediafähig
Wir haben erhebliche Anstrengungen in die Weiterentwicklung der Rundfunknetze gesteckt. Unter Nutzung modernster Übertragungs- und Gerätetechnik wurde ein hochmodernes multimediafähiges Netz geschaffen, das alle speziellen Anforderungen des Rundfunks erfüllt.

Dieses Netz verfügt auch über internationale Gateways, so daß Rundfunkübertragungen von jedem Ort der Welt zu jedem Zeitpunkt möglich sind. Durch Ausnutzung der Vorteile der ATM-Technik werden diese Netze zur Zeit auf die Anforderungen von morgen vorbereitet.

Endgeräte.
Die komplette Kommunikation aus einer Hand.

Als bislang einziges Unternehmen auf dem deutschen Telekommunikationsmarkt kann die Deutsche Telekom ein umfangreiches Produktportfolio von Telefon- und Faxgeräten bis hin zu Telekommunikationsanlagen und umfassenden Netzlösungen unter einer einheitlichen Marke vorweisen. Wir blicken dabei auf langjährige Erfahrungen als Komplettanbieter von Netzdienstleistungen und Endgeräten zurück.

Neben internen Kostensenkungen hat auch eine Bereinigung des Produktportfolios, die unter anderem den Rückzug aus nicht erfolgversprechenden Marktsegmenten und die Entwicklung innovativer Endgeräte beinhaltet, wesentlich zur Ergebnisverbesserung beigetragen. Die Verluste im Geschäftsfeld Endgeräte lagen 1998 bei einem Umsatz von 2,9 Milliarden DM nur noch bei 200 Millionen DM.

Im vergangenen Jahr haben wir etwa 89 Prozent unserer Endgeräte inklusive Zubehör bei unseren zehn wichtigsten nationalen und internationalen Lieferanten eingekauft. Der Bestellwert liegt bei 1,22 Milliarden DM. Dabei ist die Siemens AG mit einem Anteil von rund 50 Prozent an den gesamten Bestellungen sowohl unser wichtigster Zulieferer als auch gleichzeitig unser größter Wettbewerber im Endgerätemarkt.

T-Easy und T-Concept
Bei der hohen Wettbewerbsintensität im Endgerätemarkt will die Deutsche Telekom ihre Position durch Innovationen sichern. Die neuen Produktlinien T-Concept und T-Easy verfügen daher über die sogenannte T-Taste. Diese Funktionstaste ermöglicht per Knopfdruck den direkten Zugriff auf wichtige Service-Nummern der Deutschen Telekom, zum Beispiel die Service-Annahme, die After Sales Hotline oder den Kundenberater des Telefonmarketing.

T-Easy und T-Concept umfassen sowohl schnurlose als auch schnurgebundene Telefone und Faxgeräte für den privaten Nutzer und den Geschäftskunden. Ein weiteres innovatives Leistungsmerkmal von T-Concept ist die Unterstützung der T-Net und T-ISDN Komfortleistungen, wie z. B. Anklopfen, Rückrufen/Makeln, Dreierkonferenz, Rückruf bei besetzt oder Anrufweiterschaltung.

T-View 100PC
Entwickelt von unserer Berliner Forschungstochter T-Berkom und seit Dezember 1998 auf dem Markt, ermöglicht das virtuelle Bildtelefon auf Computerbasis dem Kunden auf seinem Personal Computer mittels einer fotorealistischen Abbildung der Benutzeroberfläche die Bildkommunikation mit Fax, Anrufbeantworter und Fernabfragemöglichkeit, aber auch normales Telefonieren mit allen Komfortmerkmalen des T-ISDN.

Mit dem T-View 100PC und dem Bildtelefon T-View 100 ist die Deutsche Telekom derzeit der einzige Anbieter in Deutschland, der eine einheitliche Produktlinie zur Bildkommunikation über mehrere Plattformen hinweg anbietet.

Innovationsmiete
Bei den meisten unserer Geräte hat der Kunde die Wahl zwischen Kauf- und Mietangebot. Neben der klassischen Miete mit fester drei- oder fünfjähriger Vertragslaufzeit konnten wir die Innovationsmiete im Laufe des Jahres erfolgreich plazieren. Durch die kürzere Vertragsbindung hat auch unser Mietkunde die Möglichkeit, seine Telekommunikationsausstattung entsprechend dem technischen Fortschritt frühzeitig zu erneuern, um neue Dienste komfortabel zu nutzen.

Unsere Endgeräte zeichnen sich durch ergonomisches Design und durchdachte Benutzerführung aus. Sie unterstützen neue Netzleistungsmerkmale, sind problemlos in kundenorientierte Lösungsangebote integrierbar und stärken die Rolle der Deutschen Telekom als Vollsortimenter.



Normales Telefonieren wird für Gehörlose möglich mit T-View. Christoph vereinbart per Gebärdensprache ein Treffen am Wochenende mit seiner Freundin Diana.



Seit Christoph ein T-View und Diana ihren Rechner hat, ist für die beiden das Telefonieren kein Problem mehr.



Schnell sind sich Christoph und Diana einig, am Wochenende auf die Zugspitze zu fahren. Im Internet prüft Diana das Angebot der Kurverwaltung Garmisch-Partenkirchen und bucht ein Doppelzimmer.

Besonders für gehörlose Menschen wird durch Bildtelefonie das Kommunizieren leichter, der Alltag komfortabler und die Freizeit bunter. T-View ist mehr als nur Bildtelefonie. Mit der Software zum Bildtelefon T-View 100PC ist auch der Zugriff auf Informationen via Internet oder T-Online möglich.



Am nächsten Morgen liegt Garmisch-Partenkirchen im Nebel. Mit dem T-View 100PC steuern sie vom Hotel aus die fest installierte Live-Kamera auf der Zugspitze: wunderbares Wetter, also nichts wie los.

Spezielle Mehrwertdienste.
Das Telefon wird zum Serviceinstrument.

Ein durchdachtes Dialogmarketing auf der Basis der Telekommunikation wird für die Unternehmen zu einem immer wichtigeren Instrument der Kundengewinnung und Kundenbindung. Im Konzerngeschäftsfeld Spezielle Mehrwertdienste der Deutschen Telekom realisieren wir für unsere Kunden umfassende Lösungen für das telekommunikationsgestützte Dialogmarketing. Die Deutsche Telekom erschließt sich damit über die reine Telefonkommunikation hinaus weitere Wertschöpfungsstufen. Das Konzerngeschäftsfeld erwirtschaftete 1998 einen Umsatz von 4,0 Milliarden DM. Im Vergleich zum Vorjahr ist das ein Plus von 2,5 Prozent.

Forcierte Vermarktung der Servicerufnummern

Die Servicerufnummern der Deutschen Telekom nutzen immer mehr professionelle Anwender als Brücke zu ihren Kunden. Mit neuen Produkten – wie etwa freecall 0800 Regio für kleine und mittlere Geschäftskunden – und verstärkten Vermarktungsaktivitäten haben wir im Berichtsjahr den Markterfolg insbesondere für den Service 0180 sowie der für die Anrufer kostenlosen Rufnummern mit den Vorwahlen 0130/0800 gefördert. Das Ergebnis: 1998 stieg die Zahl der Anrufe bei Servicerufnummern um 28 Prozent. Im Oktober 1998 gaben wir den Startschuß für die Einführung der Buchstabenwahl (Vanity). Von der gezielten Bewerbung dieser Rufnummern erwarten wir für das kommende Jahr eine weitere signifikante Steigerung von Absatz und Umsatz.

Call-Center-Kompetenz

Als derzeit größter Call-Center-Betreiber in Deutschland verfügt die Deutsche Telekom über 9 000 Operatoren an 100 Standorten. Wir bauen modernste Call Center auf, um dort für unsere Kunden umfassende Call-Center-Dienstleistungen für In- und Outbound-, Front und Back Office- sowie Letter Shop-Aktivitäten durchführen zu können. Dabei ermöglicht die dichte Vernetzung der Call Center ein flexibles Aufstocken der Kapazitäten bei unerwarteten Spitzenlasten. Fast ausschließlich festangestellte, gut geschulte Kräfte stellen dabei ein hohes Maß an Professionalität in den Call Centern sicher. Das Call-Center-Team der Deutschen Telekom ist in der Lage, bis zu 100 000 Anrufe pro Stunde entgegenzunehmen und auszuwerten. Ermöglicht werden diese Spitzenwerte durch langjährige Call-Center-Erfahrung und modernste ACD-(Automatic Call Distribution)-Technik auf Basis des Intelligenten Netzes der Deutschen Telekom.

DeTeMedien: Partner für innovative Anwendungen der Kundenkommunikation

Unser Tochterunternehmen DeTeMedien übernimmt im Konzerngeschäftsfeld Spezielle Mehrwertdienste vor allem die Vermarktung von datenbasierenden Produkten und komplexen Kommunikationslösungen. DeTeMedien ist Herausgeber und Verleger von Telekommunikationsverzeichnissen der Deutschen Telekom. Im Herbst 1998 gab unser Tochterunternehmen mit dem „Telefonbuch für Deutschland Map & Route“ eine CD-ROM mit den Rufnummern von mehr als 33 Millionen Telefonkunden mit digitaler Deutschlandkarte und Routing-Funktionen heraus.

Mittels unseres Intelligenten Netzes können wir Mass Calling-Aktivitäten mit qualifizierter Verarbeitung von hohen Anruferzahlen innerhalb kürzester Zeit durchführen, z. B. bei Gewinnspielen in Fernsehsendungen. Der Startschuß für Mass Calling-Dienste fiel im April 1998.

Ein wichtiger Baustein für das Dialogmarketing sind Telefonkarten. 1998 feierte die Deutsche Telekom ein besonderes Ereignis: Anfang November ging die 500millionste Telefonkarte in Produktion. Um dem immer schnelleren Generationswechsel in der Chip-Entwicklung Rechnung zu tragen, hat die Deutsche Telekom die Gültigkeit ihrer Telefonkarten auf drei Jahre begrenzt.

Auskunft: Neupositionierung im Wettbewerb

Die Telefonauskunft der Deutschen Telekom haben wir in einem sich verschärfenden Wettbewerbsumfeld im Berichtsjahr neu positioniert. Die neuen Telefonnummern der Auskunft – insbesondere die Nummer 11 8 33 – machten wir mit einer breiten Marktkommunikation bekannt. Aufgrund des zunehmenden Wettbewerbs und der Preisanpassung für die Nutzung der Auskunft sank die Zahl der Anrufe von 568 Millionen im Jahr 1997 auf 406 Millionen in 1998.

Im Bereich der Telekom Auskunft bearbeitet die Deutsche Telekom in Spitzenzeiten bis zu 1,5 Millionen Anrufe täglich und belegt damit die Spitzenposition bei den Auskunftsdiensten in Deutschland.

Innovation und Konsolidierung im Bereich öffentliche Telekommunikation

Die Konsolidierung im defizitären Bereich der öffentlichen Kommunikation haben wir 1998 konsequent fortgesetzt, beispielsweise durch gezielte Innovationen. Im Berichtsjahr führte die Deutsche Telekom die ersten Kartentelefone einer neuen Generation ein. Diese Geräte bieten durch zusätzliche Intelligenz einen größeren Nutzungskomfort für unsere Kunden und geringere Betriebskosten. In einem 1998 gestarteten Feldversuch erproben wir den Einsatz multifunktionaler Telekommunikationsterminals, die neben Telefonie auch Fax- und Datenkommunikation sowie Bildtelefonie und Internet-Verbindungen ermöglichen.

Ein weiteres wesentliches Element unseres Konsolidierungskurses war die Standortoptimierung zum Erhalt einer wirtschaftlichen, gleichzeitig jedoch flächendeckenden Versorgung mit öffentlichen Telefonstellen, die wir auch 1999 weiterführen werden.



Am 23. Dezember 1998 strahlt das ZDF die Benefiz-Sendung „Kinder dieser Welt“ aus.

Call Center ist eine Dienstleistung der Deutschen Telekom, mit der Aktionen wie die Benefiz-Sendung des ZDF zugunsten benachteiligter Kinder unterstützt werden. Tausende von Spendenanrufen können innerhalb kürzester Zeit entgegengenommen und registriert werden. Ein Kind irgendwo auf der Welt wird dafür die Schule besuchen und so der Kinderarbeit entgehen.





Der Ansturm auf die Hotline 0137/44 66 88 ist enorm. Das von der Deutschen Telekom bereitgestellte Call Center nimmt bis zu 100 000 Anrufe pro Stunde an.



Professionell ausgebildete Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Prominente nehmen die Anrufe an den 80 bundesweiten Standorten entgegen.



Im Call Center wird unter Hochdruck gearbeitet – für einen guten Zweck. Insgesamt kommen am Ende der Sendung über 3 Millionen DM Spenden zusammen.



Die Benefiz-Sendung ist ein Erfolg. Dank der Spenderinnen und Spender wird vielen Kindern dieser Welt eine neue Perspektive für ihr Leben eröffnet.

Auslandsgeschäft.
Die Deutsche Telekom bleibt auf Internationalisierungskurs.

Im globalen Telekommunikationsmarkt bieten sich mit der Liberalisierung große Chancen für innovative und wettbewerbsstarke Unternehmen. Die Deutsche Telekom nutzt die Chancen durch einen konsequenten Internationalisierungskurs, den wir auch 1998 weiter fortgesetzt haben. Wesentliche Faktoren für internationale Engagements sind die Erhöhung des Shareholder Value und der Ausbau der Präsenz der Deutschen Telekom in zukunftsträchtigen Märkten.

Allianz mit France Telecom ausgebaut
Die enge Zusammenarbeit mit France Telecom ist eine der wesentlichen Grundlagen der Internationalisierungsstrategie der Deutschen Telekom. 1998 haben wir unsere Allianz mit unserem französischen Partner durch eine Überkreuzbeteiligung weiter ausgebaut. Dazu haben beide Unternehmen jeweils zwei Prozent des Grundkapitals des Partners erworben. Ein Schwerpunkt der Aktivitäten der deutsch-französischen Telekommunikationsallianz sind die europäischen Märkte. France Telecom und Deutsche Telekom sind – zusammen oder einzeln – bereits in 20 Ländern Europas aktiv. In der Schweiz beispielsweise nahm im Oktober 1998 das Gemeinschaftsunternehmen Multilink seine operative Geschäftstätigkeit auf. Die Gesellschaft bietet Geschäfts- und Privatkunden in der Schweiz Telekommunikationsdienste zu günstigen Tarifen etwa für In- und Auslandsverbindungen an. France Telecom und Deutsche Telekom wollen die gemeinsame europäische Präsenz noch verstärken.

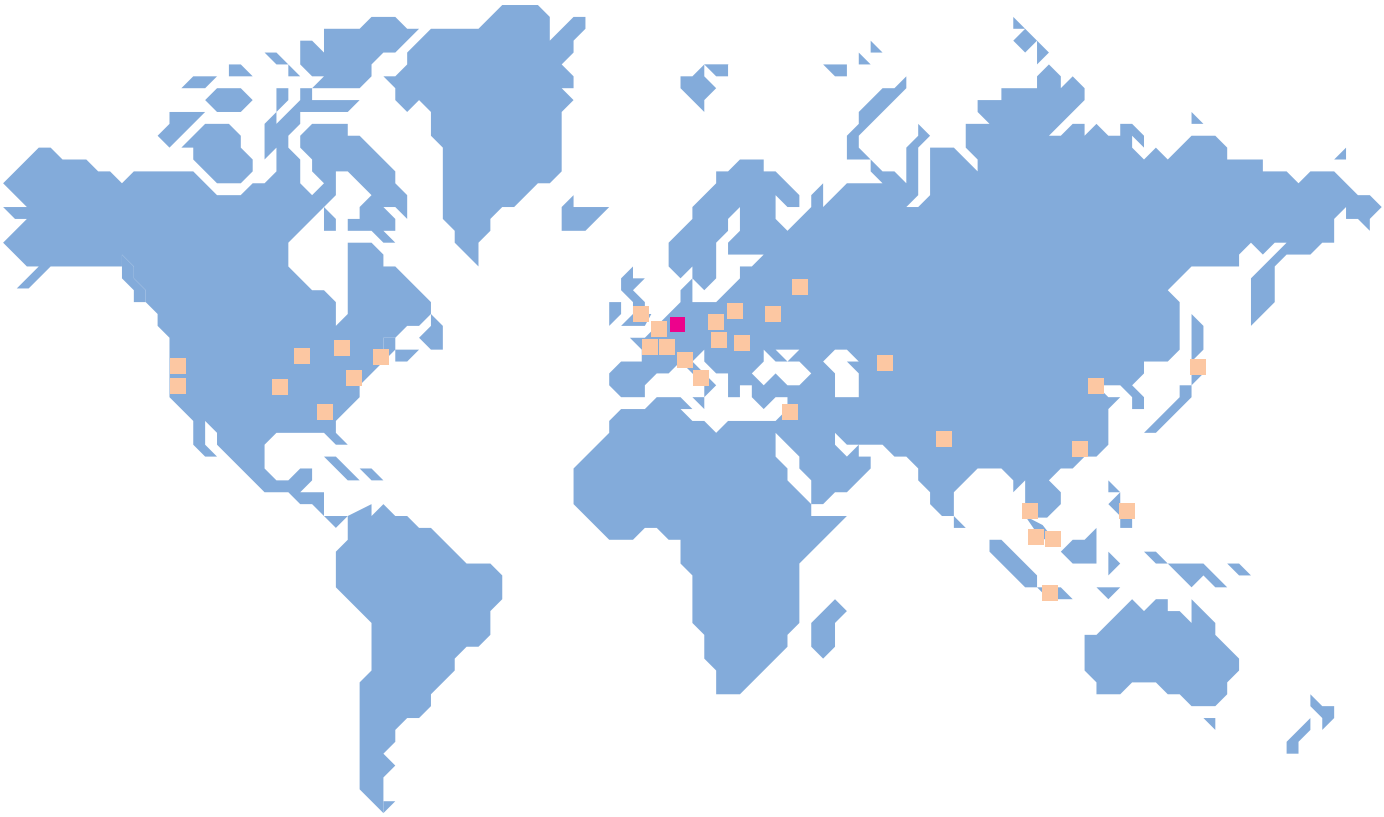
Global One – ein Baustein unseres globalen Engagements
Anfang 1996 haben wir gemeinsam mit France Telecom und der amerikanischen Sprint Corporation das Joint Venture Global One gegründet. Dieses Gemeinschaftsunternehmen ist seither ein integraler Bestandteil der globalen Aktivitäten der Deutschen Telekom. Global One bietet den Kunden im internationalen Markt – beispielsweise Unternehmen und den Betreibern anderer Telekommunikationsnetze und -dienste – ein umfassendes Portfolio von Telekommunikationsdienstleistungen. Dazu gehört unter anderem Global ATM. Mit diesem Dienst – im Oktober 1998 eingeführt – realisiert Global One internationale Lösungen der Breitbandkommunikation für seine Kunden. Das Unternehmen betreibt mehr als 1 400 Knoten in über 65 Ländern. Zum Ende des Berichtsjahres beschäftigte Global One mehr als 3 800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Auch im dritten Jahr seiner Geschäftstätigkeit festigte Global One seine Marktposition im globalen Geschäft und erwirtschaftete einen Umsatz von rund 1,2 Milliarden US-Dollar. Vor dem Hintergrund entstandener Verluste haben die Partner in 1998 ein Programm zur Refokussierung und Prozeßoptimierung eingeleitet, mit dem Ziel, die Ertragskraft in den folgenden Jahren zu verbessern.

Seit der Gründung von Global One im Jahr 1996 halten Deutsche Telekom und France Telecom jeweils 10 Prozent der Anteile von Sprint. Dieses Engagement hat sich auch im vergangenen Jahr positiv entwickelt. Die Börsenkapitalisierung von Sprint stieg von 25,2 Milliarden US-Dollar zum Jahresanfang auf 41,2 Milliarden US-Dollar (inkl. Sprint PCS) zum Jahresende 1998.

MATÁV – Fortsetzung der Erfolgsgeschichte in Ungarn
Gemeinsam mit dem US-Telekommunikationsunternehmen Ameritech halten wir – über das Joint Venture MagyarCom – 59,6 Prozent der Anteile an der ungarischen MATÁV, dem größten Telekommunikationsanbieter in dem mitteleuropäischen Land. Die Beteiligung an der MATÁV gehört zu unseren erfolgreichsten internationalen Engagements. Der Umsatz des Unternehmens lag 1998 bei 2,6 Milliarden DM (318,1 Milliarden HUF).

Im Berichtsjahr hat die MATÁV den Ausbau der Telekommunikationsinfrastruktur in Ungarn weiter vorangetrieben. Die Zahl der Telefonanschlüsse wuchs auf 2,7 Millionen, ein Plus von 11,1 Prozent im Vergleich zu 1997. Waren Ende 1997 bereits 70 Prozent des MATÁV-Netzes digitalisiert, stieg der Digitalisierungsgrad bis Ende 1998 auf 75,7 Prozent. Weiter auf Erfolgskurs verlief auch das Mobilfunkgeschäft von MATÁV. Westel 900, eine vollkonsolidierte Beteiligungsgesellschaft von MATÁV, erreichte im GSM-Bereich mit 547 000 Kunden einen Marktanteil von 58 Prozent.



Bonn (Zentrale des Konzerns)

Auslandstochtergesellschaften und Repräsentanzen

Europa
- Brüssel
- London
- Moskau
- Paris
- Kiew

Amerika
- New York – mit Büros in
  - Atlanta
  - Chicago
  - San Francisco
  - Washington
  - Toronto

Asien
- Tokio
- Singapur – mit Büros in
  - Peking
  - Hongkong
  - Neu-Delhi

Ausgewählte Beteiligungen des Konzerns

Europa	
Brüssel	Global One
Paris	France Telecom
Rom	Wind Telecommunicazioni S.p.A.
London	MetroHoldings
Genf	Multilink
Luxemburg	Société Européenne des Satellites S.A.
Wien	max.mobil. GmbH
Budapest	MATÁV Rt.; DeTeLine Budapest GmbH
Prag	RADIOMOBIL a.s.
Warschau	P T C Polska Telefonia Cyfrowa Sp.z o.o.
Kiew	UMC JV (Ukrainian Mobile Communications), UTEL gAG (Ukrainian Telekom)
Moskau	MTS Mobile Telesystems gAG
Amerika	
Kansas City	Sprint Corp.
Brisbane, CA	ThinkOne
Asien	
Tel Aviv	VocalTec Communications Ltd., Herzeliya BARAK I.T.C
Kuala Lumpur	TRI/Celcom
Cebu City	ISLACOM Inc.
Jakarta	PT Satelindo
Tschirtschik	Chirkom

Stand: Februar/März 1999

Anhaltende Erfolge im Mobilfunk
Im europäischen Markt ist die Deutsche Telekom mit einer Vielzahl von erfolgreichen Beteiligungen im dynamischen Mobilfunkgeschäft gut plaziert. Der österreichische Mobilfunk-Netzbetreiber max.mobil. beispielsweise hat seinen Umsatz 1998 auf 644 Millionen DM (4,5 Milliarden österreichische Schilling) gesteigert; 1997 waren es 158 Millionen DM (1,1 Milliarden österreichische Schilling). Die Kundenzahl erreichte zum Jahresende 790 000, das entspricht einem Marktanteil von 38 Prozent. Die Deutsche Telekom führt zur Zeit eine Erhöhung ihres Anteils an der Mobilfunkgesellschaft durch. In Polen erreichte die Telekom Beteiligung Polska Telefonia Cyfrowa (PTC) im GSM-Mobilfunkbereich mit 780 740 Kunden einen Marktanteil von 44 Prozent. Der PTC-Umsatz wuchs auf 810 Millionen DM. Die Deutsche Telekom hält einen Anteil von 22,50 Prozent an PTC. Ähnlich erfolgreich entwickelt sich auch der tschechische Mobilfunk-Netzbetreiber RADIOMOBIL, an dem die Deutsche Telekom mit 41 Prozent beteiligt ist. Diese Beteiligung setzte 1998 353 Millionen DM um und erreichte zum Jahresende eine Kundenzahl von 373 000.

Wind – Festnetz- und Mobilfunkdienste im starken Wachstumsmarkt
Im November 1997 gründete die Deutsche Telekom mit France Telecom und dem italienischen Energieversorgungs-Unternehmen Enel das Joint Venture Wind. Mit diesem Unternehmen wollen wir im wachstumsstarken italienischen Markt integrierte Telekommunikationsdienstleistungen auf der Basis der Verschmelzung von Festnetz- und Mobilfunktechnologie anbieten. Im Februar 1998 erhielt Wind eine Lizenz für das Angebot von Telefondiensten im Festnetz. Im Juni des Berichtsjahres folgte die Erteilung einer Lizenz für den digitalen Mobilfunk. Mit den beiden Lizenzen sind die Voraussetzungen für die Verknüpfung von Konvergenz-Dienstleistungen aus Festnetz und Mobilfunk geschaffen.

MetroHoldings – Joint Venture im wettbewerbsintensiven britischen Markt
Im April 1998 gründete die Deutsche Telekom gemeinsam mit France Telecom und dem britischen Telekommunikationsunternehmen Energis das Joint Venture MetroHoldings. Das Unternehmen baut hochleistungsfähige Metropolitan Area Networks (MAN) in den größten britischen Städten. Diese Netze ermöglichen es den drei Partnerunternehmen und Global One, leistungsstarke Telekommunikationsdienste für Geschäftskunden anzubieten. Im September des Berichtsjahres nahm MetroHoldings die ersten drei Glasfaserringe in London in Betrieb. Bis Ende 1998 wurden drei weitere in Betrieb genommen.

Wirtschaftskrise in Asien tangiert Telekom Beteiligungsgesellschaften in der Region
Auch in 1998 beeinflußten die Turbulenzen in Südostasien die Beteiligungen der Deutschen Telekom negativ. Für die bestehenden Risiken wurden umfangreiche Vorsorgemaßnahmen in den Jahren 1997 und 1998 getroffen.

Die Deutsche Telekom ist mit 25 Prozent als strategischer Partner am indonesischen Telekommunikationsunternehmen Satelindo beteiligt. Satelindo ist der größte GSM-Netzbetreiber Indonesiens und besitzt Lizenzen für das internationale Telefongeschäft und die Satellitenkommunikation.

An der malaysischen Technology Resources Industries Berhad (TRI) halten wir 21 Prozent. Das Unternehmen ist unter anderem der führende Mobilfunk-Netzbetreiber in Malaysia.

Das philippinische Telekommunikationsunternehmen Isla Communications (Islacom) besitzt neben Lizenzen für die Sprach- und Datenkommunikation im Festnetzbereich sowie für Funkrufdienste und Funkinfrastrukturen im Ortsnetz auch eine landesweite Mobilfunklizenz. Wir sind mit 10,42 Prozent an Islacom beteiligt.

Die Deutsche Telekom prüft derzeit verschiedene Alternativen zur strategischen Neuausrichtung ihres Engagements in der Region.

Festigung des internationalen Geschäfts
Das qualitative Wachstum des Auslandsgeschäftes bleibt auch 1999 eines der wesentlichen strategischen Ziele der Deutschen Telekom. Neben dem Ausbau unserer Partnerschaften streben wir durch internationale Engagements in Wachstumsfeldern wie etwa der Verschmelzung von Festnetz- und Mobilfunktechnologie und der globalen Internet-Kommunikation eine führende Stellung an.

Vertrieb und Service.
Mehr Qualität, mehr Leistung, mehr Service.

Um in einem wettbewerbsintensiven Marktumfeld Kundennähe und Kundenbindung langfristig zu sichern, haben wir im abgelaufenen Geschäftsjahr neue Maßnahmen zur Kundenbindung getroffen und die bereits in den Vorjahren eingeführten Schritte zur Erhöhung der Kundenorientierung weitergeführt.

Eine wichtige Maßnahme ist die im Geschäftsjahr 1998 begonnene Zusammenführung der Niederlassungen für Privat- und Geschäftskunden. Diese prozeßorientierte Ausrichtung ermöglicht eine Bündelung und Fokussierung der Kräfte in Kunden- und Querschnittsbereichen und trägt damit zur Steigerung unserer Reaktionsgeschwindigkeit in einem Telekommunikationsmarkt bei, in dem sich der Wandel mit immer größerer Dynamik vollzieht.

Qualitätsbeweis durch Zertifizierung
Die Zertifizierung unserer Unternehmensbereiche nach den festgelegten Industriestandards für Qualität, DIN EN ISO 9000 ff., ist 1998 erfolgreich ausgeweitet bzw. bestätigt worden. Darüber hinaus haben wir Selbstbewertungen nach dem Modell der European Foundation for Quality Management (EFQM) durchgeführt.

Qualitätssicherung durch TelekomForum e.V.
Im Geschäftsjahr 1998 haben wir im Sinne der konsequenten Kundenorientierung den Dialog mit unseren Kunden fortgeführt und verstärkt. Eines der effizientesten Instrumente ist hierbei das 1996 gegründete TelekomForum, unser Geschäftskundenbeirat, dem derzeit rund 300 der größten deutschen Unternehmen angehören. In dessen Arbeitsgruppen entwickeln Kunden und zuständige Produktmanager Anforderungen ans Portfolio der Deutschen Telekom und nehmen damit direkten Einfluß auf unsere Entwicklungs- und Innovationsprozesse.

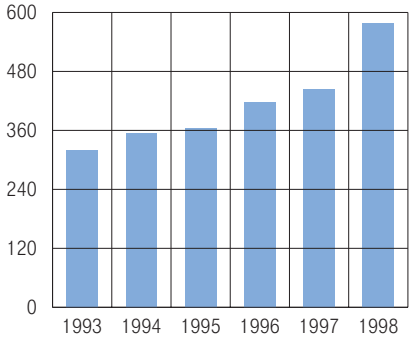
Qualitätssteigerung durch Fachvertriebe
Um zu gewährleisten, daß unsere Mitarbeiter im Vertrieb auch bei besonders komplexen kundenspezifischen Telekommunikationsanforderungen, z. B. bei hochentwickelten Produkten in den Bereichen Mobilfunk, Datenkommunikation und Multimedia, unseren Kunden eine qualifizierte Beratung nach dem neuesten Stand der Technik bieten können, und um strategisch wichtige Märkte frühzeitig anzugehen, ist ein Support von Vertriebsexperten erforderlich. Das zu diesem Zwecke im Berichtsjahr entwickelte Konzept werden wir in 1999 realisieren und Fachvertriebe mit jeweils spezifischer Fachkompetenz einrichten, die von unseren Vertriebsmitarbeitern bei technisch schwierigen Aufgaben zur unmittelbaren Vertriebsunterstützung beim Kunden hinzugezogen werden können.

Direktvertrieb im T-Punkt
Einer der wichtigsten Vertriebskanäle für unsere Privatkunden und neuerdings auch für kleine Geschäftskunden ist der stationäre Handel mit den zum Jahresende 1998 insgesamt 578 T-Punkten bundesweit. Hier können unsere Kunden aus dem umfassenden Produktportfolio der Deutschen Telekom wählen: vom Anschluß und Tarif über Telefone und Faxgeräte bis hin zu den Mobilfunkprodukten der T-Mobil. Diese T-Punkt-Organisation werden wir auch künftig stärken.

Indirekter Vertrieb über T-Partner
Die Deutsche Telekom hat mit Vertriebspartnern heute rund 9 000 Vertriebspunkte vertraglich eingebunden, die sich je nach Umfang ihrer Produktpalette als T-Partner oder mit T-Leistungen bzw. T-Produkten am Markt präsentieren. Im Laufe des Geschäftsjahres 1999 wollen wir durch weitere Vertriebskooperationen mit wichtigen Handelsunternehmen die Zahl der Vertriebspunkte ausbauen.

Telemarketing über die Kunden-Hotline
Auch der junge Vertriebskanal Telemarketing hat sich positiv weiterentwickelt. Die innerhalb von maximal 20 Sekunden realisierte persönliche Erreichbarkeit unserer Kunden-Hotline mit der Nummer 0800 33 01000 ist von 75 Prozent in 1997 auf heute durchschnittlich 80 Prozent verbessert worden. Sie entspricht bereits dem international angestrebten Niveau. Unter dieser Hotline-Nummer bieten wir unseren Kunden an allen Tagen einen kostenlosen 24-Stunden-Service, über den sie sich informieren und nahezu alle unsere Produkte und Dienstleistungen bestellen können.

T-Punkte in Deutschland



1993: 320
1994: 354
1995: 364
1996: 416
1997: 455
1998: 578

T-Versand über Katalog
Unser Versandhandel hat sich als feste Größe innerhalb des Vertriebes der Deutschen Telekom etabliert. Zweimal jährlich erscheint unser T-Katalog mit umfassenden Informationen zu den Leistungsmerkmalen unserer Endgeräte und den damit verbundenen Dienstleistungen. Die Bestellungen können per Fax, per Kunden-Hotline oder per Post erfolgen.

Online-Vertrieb im Internet
Um das stark wachsende Kundenpotential der Internet-Nutzer mediengerecht zu bedienen, hat die Deutsche Telekom bereits im August 1997 einen Online-Vertriebskanal eingerichtet. Auf unserer Homepage www.telekom.de können Kunden unter der Rubrik „Bestellen Sie Online“ unsere Produkte und Dienstleistungen online rund um die Uhr bestellen. Dieser noch als Pilotprojekt betriebene Vertriebskanal wurde 1998 weiterentwickelt und von unseren Kunden verstärkt genutzt.

Er ermöglicht eine schnelle Reaktion zum Kunden und stellt gleichzeitig eine zunehmende Entlastung der Call Center und Back Offices in ihrer Beratungsleistung dar.

T-Service – gesteigerte Reaktionsgeschwindigkeit
Der T-Service ist eine der größten Service-Organisationen Deutschlands. Über 25 000 Mitarbeiter stehen für Montage, Instandsetzung und Wartung der Anschlüsse und Endgeräte unserer Kunden zur Verfügung. Durch die kontinuierliche Verbesserung der Ausbildung der Mitarbeiter und der eingesetzten IV-Systeme kann die Fehlerbeseitigung heute bei jeder dritten Störung ohne den Einsatz eines Außendienstmitarbeiters erfolgen. Seit Anfang 1997 konnten wir dabei die Bearbeitungsdauer einer Störung von rund 20 Stunden auf elf Stunden fast halbieren. Zudem befinden wir uns seit Anfang 1998 mit der Terminzuverlässigkeit bei der Einrichtung von Telefonanschlüssen auf einem weltweit erstklassigen Niveau. In mehr als 99 Prozent der Fälle halten wir die mit dem Kunden vereinbarte Zeit ein. Insbesondere bei unseren Geschäftskunden haben sich die Kundenzufriedenheit für Bereitstellungszeiten von Hochgeschwindigkeitsprodukten und die Qualität der Störungsbeseitigung deutlich verbessert. Namhafte Unternehmen, z. B. TeleCash, bauen zudem auf die eigens für sie maßgeschneiderten Lösungen unseres T-Service.

Telekom Direkt – integriertes Beschwerdemanagement
Die internen Abläufe unseres Beschwerdemanagements Telekom Direkt können wir durch die begonnene Zusammenlegung der Organisationseinheiten für Privat- und Geschäftskunden effizienter gestalten, indem wir eingehende Kundenanfragen integriert behandeln.

Beschwerden aus dem Vertrieb, dem Service und dem Rechnungsdienst werden bei Telekom Direkt umgehend analysiert, um Fehlerquellen frühzeitig erkennen und beseitigen zu können. Das Ressort Beschwerdemanagement haben wir bereits Ende 1996 für die gezielte Kundenbetreuung eingerichtet.

Bedarfsorientierte Telekommunikationslösungen für unterschiedlichste Zielgruppen
Ein gezieltes Marketingkonzept und unser weitreichendes Vertriebsnetz tragen dazu bei, daß wir schnell auf die speziellen Bedürfnisse unserer Kunden reagieren können. Unser Vertriebsmarketing hat auch in 1998 neue, kundensegmentspezifische Lösungsangebote für unterschiedlichste Zielgruppen zusammengestellt. Hierbei stehen bedarfsgerechte System- und Paketlösungen und nicht das einzelne Produkt im Vordergrund. Unsere Kompetenz als Vollsortimenter und innovativer Dienstleister hilft unseren Kunden, die Wettbewerbsvorteile, die moderne Telekommunikationslösungen bieten, voll auszuschöpfen.

Partnership-Management
Vorgestellt auf der SYSTEMS in München im Oktober 1998, umfaßt das Partnership-Management das Informations- und Betreuungsprogramm der Deutschen Telekom für Unternehmensberater, Ingenieurbüros, Telekommunikations- und IT-Berater sowie Systemhäuser. Neben persönlicher Beratung, Seminaren und Workshops stehen für die Consultants schnell abrufbar über eine Closed-User-Group im Internet nach Schwerpunkten geordnete Informationen zu Produkten zur Verfügung. Über eine telefonische Info-Hotline, eine zentrale E-Mail-Box und eine Faxline werden tiefer gehende Fragen beantwortet. Das Partnership-Management ermöglicht es der Deutschen Telekom, gezielt auf die differenzierten Bedürfnisse von Beratungsunternehmen einzugehen und sie von unserer Leistungsfähigkeit zu überzeugen.

ProSolution
Mit ProSolution haben wir ein neues Consulting-Angebot zusammengestellt, mit dem wir für unsere Kunden eine Telekommunikationsstrategie entwickeln können, die sich aus deren spezifischen Unternehmenszielen ableitet. Dazu berücksichtigen wir neben den klassischen technischen Komponenten unserer Beratungsleistung gleichermaßen auch die nicht technischen Aspekte, wie z. B. die betrieblichen, strategischen, organisatorischen und vertrieblichen Problemstellungen unserer Kunden. Auf dieser Basis stellen wir ein ganzheitliches, auf die individuellen Kundenbedürfnisse zugeschnittenes Leistungspaket zusammen, das z. B. die Einrichtung eines Call Centers oder die Bereitstellung von Telearbeitsplätzen einbezieht. Durch die Integration der Telekommunikation in die Kernprozesse der Unternehmen soll ProSolution dazu beitragen, deren Wettbewerbsfähigkeit zu steigern.

Telekom Seminare
Damit unsere Geschäftskunden den optimalen Nutzen aus dem Einsatz hochmoderner Telekommunikationslösungen ziehen können, bieten wir bereits seit 1993 entsprechende Seminare an. Bei der schnellen Entwicklung moderner Telekommunikationstechnologien und -dienstleistungen erfahren diese Seminare immer größeren Zuspruch. Dies belegen die Teilnehmerzahlen, die in 1998 um fast 25 Prozent auf 3 492 anwuchsen.



Terravision ist die digitale Simulation eines dreidimensionalen Globus. In Sekundenschnelle kann jeder Ort der Welt „besucht“ werden.

Dank Terravision kann man heute am Computer um die Welt fliegen. Einer der attraktivsten Landeplätze ist das Gelände der Expo 2000. Mängel an der Wegweisung, an den Sicherheitsmaßnahmen und der Architektur können mit dieser Technologie frühzeitig erkannt und noch vor der Bauphase korrigiert werden.



Zum Beispiel das Gelände der Expo 2000 in Hannover.

Um zu klären, ob die geplanten Gebäude in Sachen Komfort, Sicherheit und Wegleitung den hohen Anforderungen entsprechen ...

... werden sie virtuell begangen.

Auch Notfälle wie z. B. Brandlöschungen und die Evakuierung von großen Besucherzahlen können 1:1 simuliert werden.

Netzinfrastruktur.
Leistungsstarke Plattformen für kundenorientierte Dienstleistungen.

Die modernen Netzinfrastrukturen der Deutschen Telekom sind die Basis innovativer Telekommunikationsdienstleistungen für unsere Kunden. Den wachsenden Anforderungen der Nutzer an die Übertragungskapazität, Qualität und die Intelligenz der Netze werden wir mit Netzplattformen gerecht, die zu den leistungsfähigsten im globalen Telekommunikationsmarkt gehören. Hierbei gewinnt der Ausbau des IP-(Internet Protocol)-Netzes immer mehr an Bedeutung.

Weiterer Netzausbau bei gesunkenen Investitionen

Die Deutsche Telekom investierte 1998 5,2 Milliarden DM in den Ausbau ihrer Netzinfrastruktur. Nach den Ende 1997 abgeschlossenen kostenintensiven Programmen Aufbau Ost und Digitalisierung des T-Net sanken die Netzinvestitionen damit um 41 Prozent.

High Performance Net – Übertragungswege in sehr hoher Qualität

Mit dem High Performance Net haben wir in 1998 ein bundesweites, flexibles Transportnetz mit sehr hohen Qualitätsmerkmalen, wie z. B. einer nahezu hundertprozentigen Verfügbarkeit, in Betrieb genommen. Glasfaserringe mit einer Gesamtlänge von über 12 000 Kilometern und Übertragungsbitraten von 2,4 Gbit/s verknüpfen die Wirtschaftszentren Deutschlands. Darüber hinaus haben wir in einer breitangelegten Qualitätsoffensive weitere Möglichkeiten zur Optimierung der Verfügbarkeit unserer gesamten Netzinfrastruktur untersucht und die entsprechenden Verbesserungsmaßnahmen bereits eingeleitet.

Integrierte nationale und internationale Netzstruktur für höchste Ansprüche

Die Anbindung unserer internationalen Kunden werden wir über die nahtlose Verknüpfung unseres Transportnetzes für die internationalen Verkehrsströme in Deutschland, dem ITN-D, des High Performance Net und der 36 nationalen Glasfaser-City-Netze mit einem europäischen Backbone-Netz sicherstellen. Der Startschuß für den Aufbau dieses europäischen Backbones mit unseren internationalen Partnern fiel 1998. Es wird voraussichtlich bis Ende 2000 rund 40 Anschlußpunkte in 16 Ländern auf einer Gesamtlänge von 20 000 Kilometern verbinden. Zur Anbindung unserer Kunden an die großen internationalen Wirtschaftszentren werden wir den europäischen Backbone ebenfalls nahtlos mit den City-Netzen im Ausland verbinden, die wir mit unseren internationalen Partnern errichten. Der Vorteil für unsere Kunden besteht darin, daß mit dieser integrierten Netzstruktur ein lückenloses Ende-zu-Ende-Transportnetz in hochzuverlässigen Glasfaser-Ringstrukturen realisiert wird.

Darüber hinaus haben wir mit unseren Allianzpartnern eine Harmonisierung der eingesetzten Technik der ATM-Plattform innerhalb der globalen Allianz beschlossen. Der Aufbau dieser Plattform wird voraussichtlich bis Mitte 1999 abgeschlossen. Die globale Allianz betreibt dann eines der größten und modernsten ATM-Netze der Welt.

Ausbau der Netze für den wachsenden Internet-Verkehr

Das rasante Wachstum der Internet-Kommunikation stellt die internationale Telekommunikationsbranche vor große Herausforderungen. Die Deutsche Telekom hat 1998 die Telekommunikationsnetze für die Übertragung des nationalen und internationalen Internet-Verkehrs weiter ausgebaut. Wir haben auf unserer nationalen Plattform die Anzahl der Einwahlports an 220 Orten mit Einwählzugängen von Ende 1997 bis Ende 1998 um 160 Prozent gesteigert. Die Übertragungsrate im Kernnetz wurde von 34 Mbit/s auf 155 Mbit/s, dies entspricht rund 10 000 beschriebenen DIN-A4-Seiten pro Sekunde, erhöht. Somit ist unser IP-Backbone schon jetzt eine der leistungsstärksten Internet-Plattformen.

1998 wurden die Weichen gestellt für eine weitere Erhöhung der Übertragungskapazität auf 622 Mbit/s und in Kernbereichen sogar auf 2,4 Gbit/s. Beide Kapazitätserweiterungen basieren unter anderem auf dem Einsatz von hochmoderner Wellenlängenmultiplex-Technologie, die 1998 erfolgreich im Netz erprobt und für einzelne Anwendungsfälle bereits eingeführt wurde.

Die für die Internet-Kommunikation besonders wichtige Übertragungskapazität in die USA haben wir im Berichtsjahr um 155 Mbit/s mittels eigener Kapazitäten des Seekabels AC1 erweitert und damit annähernd verdoppelt. Ein weiterer Ausbau um 155 Mbit/s ist in Kürze – im Bedarfsfall sogar um 622 Mbit/s bis Mitte 1999 – geplant.

Globaler Netzausbau wird vorangetrieben

Für den weltweiten Telekommunikationsverkehr spielen Glasfaserverbindungen eine immer wichtigere Rolle. Im September 1998 unterzeichnete die Deutsche Telekom einen Vertrag über den Bau des Transatlantikkabels TAT-14, das Ende 2000 in Betrieb gehen soll. TAT-14 wird eine Länge von 13 500 Kilometern haben und eine Übertragungskapazität von insgesamt 640 Gbit/s bieten. Mit 120 Millionen Dollar ist die Deutsche Telekom viertgrößter Investor, gemeinsam mit den Partnern der globalen Allianz, France Telecom, Sprint und Global One, sogar der größte Investor des 1,5 Milliarden Dollar teuren Projektes.

Einen weiteren Meilenstein beim Ausbau globaler Telekommunikationsnetze setzte die Deutsche Telekom im Oktober 1998 mit der Inbetriebnahme des Trans-Asia-Europe Optical Fibre Cable Systems (TAE), der ersten direkten Glasfaserverbindung zwischen Frankfurt und Shanghai, an das bis zum Jahresende 1998 bereits 13 Staaten angeschlossen waren. Mit einer Gesamtlänge von 22 000 Kilometern Ende 1998 gehört TAE zu den längsten Landkabelsystemen der Welt.

ADSL – Weichenstellung für die Breitbandzukunft

Um jedem Kunden zukünftig die breitbandige Auffahrt auf die globale Informationsautobahn zu ermöglichen, hat die Deutsche Telekom 1998 ein ehrgeiziges Ausbauprogramm für die ADSL-Technologie (Asymmetrical Digital Subscriber Line) beschlossen. Mit ADSL lassen sich über die Kupferdoppelader des normalen Telefonanschlusses bis zu 8 Mbit/s vom Netz zum Kunden und in Gegenrichtung bis zu 768 kbit/s übertragen und damit beispielsweise schnelle Zugänge zum Internet realisieren.

Informationsverarbeitung.
Auf dem Weg zum Telematikdienstleister.

Die Informationsverarbeitung (IV) wird für die Wettbewerbsfähigkeit im Telekommunikationsmarkt zu einem wesentlichen Faktor. Die Deutsche Telekom hat 1998 die Systeme für die Informationstechnologie (IT) weiter ausgebaut und die Stärken ihrer IT-Organisation gebündelt. Wir haben damit zum einen die Informationstechnologie für die innerbetrieblichen Anwendungen optimiert. Gleichzeitig haben wir wesentliche Schritte umgesetzt, um für unsere Kunden Telekommunikation und Informationstechnologie zu umfassenden Telematikdienstleistungen zu verknüpfen.

DeTeCSM – Bündelung der IV-Aktivitäten
Die Deutsche Telekom hat in 1998 ihr Tochterunternehmen Deutsche Telekom Computer Service Magdeburg GmbH mit ihren fünf anderen Service- und Computerzentren sowie weiteren IV-Strukturen des Konzerns in der Deutsche Telekom Computer Service Management GmbH (DeTeCSM) zusammengefaßt. Aufgabe von DeTeCSM ist, mit rund 4 350 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern IT-Dienstleistungen für den Konzern Deutsche Telekom und – gemeinsam mit den Telekom Vertriebseinheiten, insbesondere der DeTeSystem – IT- und Telekommunikationslösungen für deutsche und globale Kunden zu realisieren. Unter Berücksichtigung der derzeit vorwiegend im Konzern erzielten Umsätze ist die DeTeCSM einer der größten IT-Dienstleister in Deutschland.

Informationstechnische Infrastruktur für interne Anwendungen weiter ausgebaut
Im Berichtsjahr haben wir unsere informationstechnische Infrastruktur konsequent weiter ausgebaut. An das Intranet der Deutschen Telekom waren Ende 1998 rund 155 000 computergestützte Arbeitsplatzsysteme angebunden. Unsere Großrechner-Plattform hat eine Leistungskapazität von annähernd 22 000 MIPS und stellt einen Speicherplatz von mehr als 55 000 Gigabyte zur Verfügung. Über 2 800 Unix-Systeme sind in unser IT-Netzwerk, das HITNET, integriert.

Optimierung der betrieblichen Prozesse im Interesse der Kunden
Ihre hochleistungsfähige IT-Infrastruktur hat die Deutsche Telekom 1998 für die Optimierung der betrieblichen Prozesse im Interesse der Kunden genutzt. So betreibt die DeTeCSM eine neugestaltete und hochperformante IT-Anwendung für unseren Fakturierungs- und Debitorenmanagementprozeß.

Telekom Informationsverarbeitung als Grundlage innovativer Kundenprojekte
Die Entwicklung der Deutschen Telekom vom reinen Telekommunikationsunternehmen zum Telematikdienstleister haben wir 1998 weiter vorangebracht. Auf der Grundlage unserer hochentwickelten IT-Infrastruktur haben wir für eine Reihe von Kunden umfassende Telematikprojekte realisiert. Dazu gehörten zum Beispiel die Gestaltung moderner Client-Server-Architekturen und die Einrichtung von Service-Centern für den Betrieb externer IT-Kundenlösungen.

Weitere Stärkung der IT-Organisation
Im Berichtsjahr haben wir mit der Fortsetzung der Reorganisationsmaßnahmen die unternehmerische Fokussierung im IT-Bereich weiter verstärkt. Zum 1. Januar 1999 hat die Deutsche Telekom mit der Integration der regionalen IT-Serviceorganisationen in die DeTeCSM die Grundlage für ein einheitliches IT-Leistungsangebot aus einer Hand geschaffen. DeTeCSM bietet nun ihren Kunden ein Servicenetz für Informationsdienste mit einer sehr hohen Verfügbarkeit, Leistungsdichte und Flächenabdeckung in Deutschland.

Umweltschutz.
Signal für die Zukunft.

Als zukunftsorientiertes Unternehmen nimmt die Deutsche Telekom ihre Umweltverantwortung bewußt wahr. Auf der Basis integrierter Konzepte, strenger Vorgaben, gezielter Kontrollen und regelmäßiger Schulungen vermindern wir die Umweltbeeinflussungen durch unsere Geschäftstätigkeit und geben durch die Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen, die direkt oder indirekt zum Umweltschutz beitragen, wie etwa Telebanking oder Verkehrsmanagement, Impulse für den schonenden Umgang mit Ressourcen.

Ein herausragendes Beispiel für unser Umweltmanagement ist das von der Deutschen Telekom entwickelte Informations System Abfallwirtschaft Telekom (ISAT) auf der Basis von SAP R/3. Es ermöglicht, neben den reinen Abfallkosten und -mengen auch den gesamten Entsorgungsweg nachzuvollziehen und Einsparpotentiale sichtbar zu machen. Durch gezielte Abfallvermeidung konnte das Abfallaufkommen gegenüber 1995 um rund 28 Prozent gesenkt werden.

Als Beitrag zur Verringerung des Kohlendioxyd-Ausstoßes kommt der Energieeinsparung größte Bedeutung zu. In der Raumlufttechnik konnte beispielsweise durch ein fortlaufendes Optimierungsprogramm bei der Kühlung der Vermittlungstechnik gegenüber dem Vorjahr der Energieverbrauch um ca. 38 Millionen kWh reduziert werden. Dies entspricht einer Entlastung der Umwelt um ca. 26 000 t CO_2 und einer Reduzierung der Energiekosten in einer Größenordnung von 7 Millionen DM.

Die Umwelt entlasten
Ein weiterer Schritt zu konsequenter Nutzung regenerativer Energien erfolgte mit der Inbetriebnahme einer neuen Photovoltaik-Anlage auf dem Inselsberg in Thüringen. Die Pilotanlage erzeugt mit 110 Modulen auf einer Gesamtfläche von 200 Quadratmetern eine Leistung von rund 20 Kilowatt.

Im Rahmen des seit langem praktizierten Endgeräte-Recyclings gibt die Deutsche Telekom eine Rücknahmegarantie für alle von ihr vertriebenen Telefone und Endgeräte sowie Telefonkarten. Die Verwertungsquote bei den zurückgegebenen Geräten liegt bei 75 Prozent. Aus dem gewonnenen Rezyklat läßt die Deutsche Telekom unter anderem Telefongehäuse und Telefonkarten herstellen, die aus bis zu 90 Prozent Recycling-Kunststoff bestehen. Zwei derartige Telefonkartenserien wurden mit dem Umweltzeichen „Blauer Engel“ ausgezeichnet.

Umwelttarifvertrag abgeschlossen
Seit Januar 1998 gilt der Umwelttarifvertrag, den die Deutsche Telekom mit der Deutschen Postgewerkschaft abgeschlossen hat. Zusätzlich zu den zentralen und regionalen Umweltbeauftragten wurden sechs Umweltausschüsse eingerichtet. Jeweils drei Vertreter aus Geschäftsleitung und Betriebsrat beraten dort mit Unterstützung durch einen speziell ausgebildeten Umweltbeauftragten über Initiativen zur Verbesserung des Umweltschutzes auf Niederlassungsebene. Diese regionalen Umweltausschüsse sind ein wichtiges zusätzliches Instrumentarium, um den Umweltgedanken auf breiter Basis im gesamten Unternehmen zu verankern und das Umweltbewußtsein aller unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weiter zu fördern.

Umweltengagement ausgezeichnet
Die Leistungen der Deutschen Telekom zugunsten eines vorbeugenden und ganzheitlichen Umweltschutzes erfuhren im vergangenen Jahr eine besondere Würdigung mit der Verleihung des Umweltpreises Wirtschaft 1998 durch den Bundesdeutschen Arbeitskreis für Umweltbewußtes Management (B.A.U.M).

Bei einem Umwelt-Rating der Münchner Research-Agentur ökom erzielte die Deutsche Telekom im Vergleich mit 14 Telekommunikationsunternehmen aus elf Ländern gemeinsam mit einem weiteren Unternehmen den ersten Platz.

Auch in Zukunft wird die Deutsche Telekom im Sinne des Umweltschutzes aktiv bleiben. Bis zum Jahr 2000 sollen im Vorstandsbereich Technik Netze zertifizierungsfähige Umweltmanagementsysteme nach DIN EN ISO 14001 in allen Niederlassungen, Direktionen sowie in der Zentrale eingeführt werden. Bis Ende 1998 haben bereits die Zentrale und Direktionen des Unternehmensbereiches Technik Netze sowie vier Niederlassungen und ein Logistikzentrum entsprechende Zertifikate erhalten.