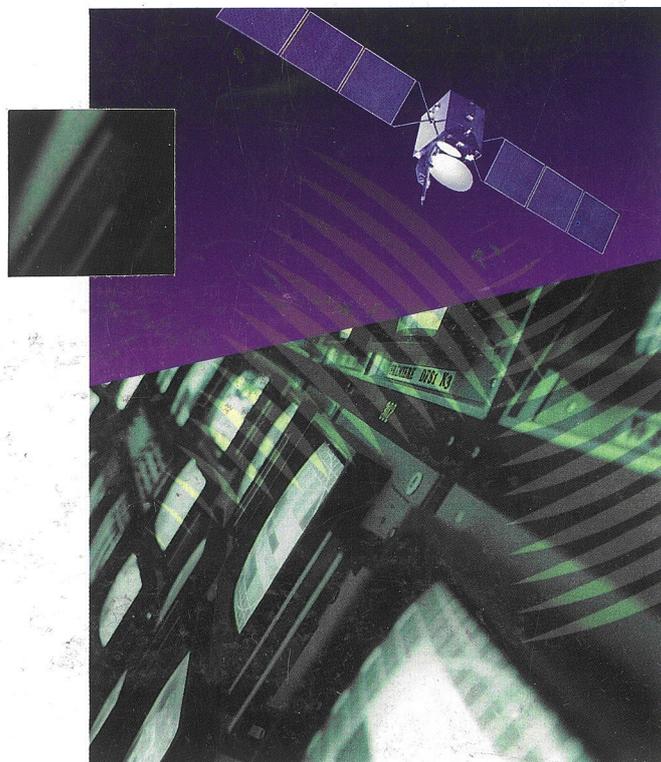


ZB
3943
1992
+ Beil.

Motor des Fortschritts.
Der Kunde im Mittelpunkt.
Das Geschäftsjahr 1992.
 T-e-l-e-k-o-m



Die wichtigsten Kennzahlen von Telekom auf einen Blick.

Motor des Fortschritts.
Der Kunde im Mittelpunkt.
Das Geschäftsjahr 1992.
 **Telekom**

0004
ZB 3943 (1992 + Beil.
Bd. entl. 1 Beil.

Wirtschaftsdaten	1991	1992
Umsatzerlöse (in TDM)	47 194 134	53 957 282
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt ¹⁾	229 000	231 000
Personalaufwand (in TDM)	14 768 625	16 932 735
Bilanzsumme (in TDM)	131 727 530	150 478 018
Eigenkapital (in TDM)	35 608 651	36 017 461
Anlagevermögen (in TDM)	121 194 070	133 426 724
Investitionen, brutto (in TDM) ³⁾	24 425 625	27 958 206
Abschreibungen (in TDM)	14 368 129	14 704 013
Geschäftsergebnis (in TDM) ²⁾	7 134 388	6 959 588
Ablieferung, Steuern, Finanzausgleich	7 258 246	6 960 853
Jahresfehlbetrag (in TDM)	124 158	1 265

¹⁾ umgerechnet auf Vollzeitkräfte (ohne Auszubildende)
²⁾ vor Steuern, Ablieferung und Finanzausgleich
³⁾ exklusive Mehrwertsteuer

Bestandszahlen	1991	1992
Telefonanschlüsse (in Mio.)	33,6	35,4
Verkaufte Telefonkarten (in Mio.)	18,6	36,0
Funktelefonanschlüsse am C-Netz (in Tsd.)	532,3	771,9
Eurosignal-Anschlüsse (in Tsd.)	210,3*	206,9*
Cityruf-Teilnehmer (in Tsd.)	132,0	206,8
CHEKKER-Funkgeräte (in Tsd.)	11,3	27,8
Telexanschlüsse (in Tsd.)	111,9	81,1
Telefaxanschlüsse ¹⁾ (in Tsd.)	946,2	1172,7
Teletex-Anschlüsse (in Tsd.)	14,1*	10,8*
Datex-P, Datex-L (in Tsd.)	93,7	106,7
ISDN		
- Basisanschlüsse (in Tsd.)	59,1*	138,8
- Primärmultiplexanschlüsse (in Tsd.)	5,6*	11,3
Videokonferenzräume		
- private	350,0*	499,0
- öffentliche	60,0	98,0
Datex-J-Zugangsberechtigungen ²⁾ (in Tsd.)	302,3	340,4
Kabelanschlüsse		
- angeschlossene Wohneinheiten (in Mio.)	9,9	11,8
- anschließbare Wohneinheiten (in Mio.)	17,7	19,6
Rundfunksender		
- Fernsehen		
- Ton		
Fernmeldeämter		
Telekom Läden		

* Angabe bezieht sich nur auf die alten Bundesländer
¹⁾ gemäß Telekom Telefax-Verzeichnis
²⁾ Der Bildschirmtext-Dienst (Btx) ist seit Beginn des Jahres 1993 neu gestaltet und in Datex-J umbenannt

TU München Universitätsbibliothek

TUM040001729599


Bibliothek
der
Technischen Universität
München

94 2 1699



Telekommunikation global: Fernsehkameras fangen Bilder auf, und Übertragungswagen vor Ort schicken die Signale direkt zu Satelliten ins All. Von dort gelangen die Bilder dann – live – auf den Bildschirm ins Wohnzimmer. Für die Steuerung und Überwachung der künstlichen Trabanten im Orbit ist die Kontrollstation von Telekom in Usingen verantwortlich.

Inhaltsverzeichnis

Bericht des Aufsichtsrates	4
<hr/>	
Bericht des Vorstandes: „Wir sind auf Kurs.“	6
<hr/>	
Das Geschäftsjahr 1992 – im Zeichen des Aufbruchs	9
Lagebericht 1992	10
Telekom – Basis für den „Aufschwung Ost“	12
Stationen des Fortschritts	14
<hr/>	
Die Geschäftsbereiche	19
Sprachkommunikation	20
Mobilkommunikation	22
Datenkommunikation	24
<hr/>	
Die Strategien von Telekom	27
Attraktive Märkte differenziert im Visier	28
Modernste Netzarchitektur und Netztechnologie	30
Telekom – Europas größter Investor	32
<hr/>	
Der Kunde – Maß aller Dinge	35
Kundenorientierte Organisation	36
Das Projekt „Telekom Kontakt“	38
Privatkunden	40
Geschäftskunden	42
Systemkunden	44
Mobilfunk-Kunden	46
<hr/>	
Reportage: Traumjob via ISDN	49
<hr/>	
Berichte aus dem Unternehmen	59
Die Menschen bei Telekom im Wandel	60
Neue Ziele für Forschung und Entwicklung	64
Umweltschutz als unternehmerische Aufgabe	66
Unternehmenskommunikation	68
<hr/>	
Jahresabschluß	71
Bilanz zum 31. Dezember 1992	72
Gewinn- und Verlustrechnung	74
Anhang 1992	75
Verbindlichkeitspiegel	79
Entwicklung des Anlagevermögens	80
Beteiligungen	82
<hr/>	
Aufsichtsrat und Vorstand von Telekom	84

Sehr geehrte Damen und Herren,



Telekom schreibt das Jahr drei ihrer neuen Zeitrechnung: Nach 1990, dem Jahr des Aufbruchs von der Behörde zum Unternehmen im Zeichen der Postreform I, und nach 1991, dem Jahr der Wiedervereinigung der beiden deutschen Postunternehmen, war 1992 das Jahr erheblicher Anstrengungen in Richtung auf die Steigerung von Effizienz und Produktivität unter dem Eindruck des global wachsenden Wettbewerbsdrucks im Bereich Telekommunikation.

Konsequent hat Telekom den Weg eingeschlagen zum internationalen High-Tech-Dienstleister, zu einem globalen Dienstleistungsanbieter für die Kunden auf dem Weltmarkt der Telekommunikation. Bausteine dazu waren im Geschäftsjahr 1992 unter anderem der Ausbau der Präsenz auf den Auslandsmärkten, das neue Unternehmens-Erscheinungsbild, die effizientere Organisation der internen Logistik und des Telekom Service sowie die Neuausrichtung von Forschung und Entwicklung. Höchstes Ziel allen unternehmerischen Handelns bleibt dabei die Zufriedenheit der Kunden von Telekom.

Eine nach wie vor überragende Aufgabe war auch im Geschäftsjahr 1992 der Aufbau einer funktionierenden Infrastruktur in den neuen Bundesländern. Die Bestandsaufnahme beweist, daß Telekom ihrer Verantwortung für den „Aufschwung Ost“ gerecht geworden ist: Über 930 000 Kunden erhielten in 1992 einen Telefonanschluß. Damit schuf Telekom in den zwei Jahren seit der deutschen Wiedervereinigung insgesamt 1,35 Millionen neue Telefonanschlüsse in den neuen Bundesländern. Darüber hinaus schaltete Telekom 1992 rund 17 000 Datenanschlüsse. Auch die Digitalisierung des Fernnetzes und der nahezu flächendeckende Ausbau des mobilen C-Netzes waren wichtige infrastrukturelle Fundamente für die ökonomische Entwicklung der neuen Bundesländer. Trotz angespannter Finanzlage investierte Telekom 1992 das Rekordvolumen von etwa

11 Milliarden Mark in den neuen Bundesländern – fast doppelt soviel wie im Vorjahr. Direkt und indirekt sichert Telekom dort über 90 000 Arbeitsplätze. Telekom wird in ihren weiteren Anstrengungen nicht nachlassen, bis spätestens 1997 in den neuen Bundesländern den gleichen Standard der Telekommunikationsinfrastruktur wie in den alten Bundesländern zu realisieren.

Über die Leistungen in den neuen Bundesländern hinaus soll dieser Geschäftsbericht Einblicke vermitteln in die Vielfältigkeit der Kundenbedürfnisse, die Telekom mit ihrem breiten Leistungsspektrum wecken und zu-friedenstellen will. Die Entwicklung der Telekommunikation ist geradezu rasant. Ein faszinierendes Charakteristikum des technischen Fortschritts ist die Tatsache, daß Kommunikation über globale Distanzen hinweg immer persönlicher und individueller wird.

Damit wächst auch die Individualität der Anforderungen spezifischer Kundengruppen. Im Jahr 1992 stellte Telekom deshalb die Weichen für eine umfassende Reorganisation: Beginnend mit dem Jahr 1993 wird sich Telekom durchgängig auf allen Unternehmensebenen neu gliedern – speziell ausgerichtet auf differenzierte Kundengruppen in die Divisionen Privat-, Geschäfts-, System- und Mobilfunkkunden.

Im Sommer 1992 nahm Telekom den Betrieb des digitalen Mobilfunknetzes D1 auf. Insgesamt bestätigte die Teilnehmerentwicklung in den Netzen D1 und C während des Geschäftsjahres 1992 eindrucksvoll die Prognose, daß die Mobilkommunikation auf dem Weg zu einem Massenmarkt ist. Gerade in diesem äußerst dynamischen Marktsegment ist Flexibilität und Reaktionsfähigkeit oberstes Gebot. Schlagkräftige Marketing-, Vertriebs- und Serviceeinheiten sind erforderlich, um im verschärften Wettbewerb bestehen zu können. Deshalb gründete Telekom am 1. Juli 1992 auf Basis eines Auf-

sichtsratsbeschlusses die Deutsche Telekom Mobilfunk GmbH (DeTeMobil).

Deutlich beschleunigt wurde die Entwicklung neuer anwendungsorientierter Dienste, zum Beispiel das in „Datex-J“ weiterentwickelte „Btx“ sowie ISDN. Die zukunftsweisende ISDN-Technologie verzeichnete 1992 rasante Wachstumsraten. Gegen Ende des Geschäftsjahres zählte Telekom bereits über 50 000 ISDN-Kunden mit fast 140 000 Anschlüssen. Erfreulich sind die wachsenden Umsatzanteile der Angebote in Wettbewerbsbereichen, vor allem durch Umsatzwachstum des Mobilfunks und der Mehrwertdienste.

Im Geschäftsjahr 1992 setzte Telekom ihre Anstrengungen fort, ihre Aktivitäten auf ausländischen Märkten zu intensivieren. Dazu zählten die Beteiligungen an Joint-ventures zum Aufbau des mobilen und terrestrischen Telefonnetzes in der Ukraine zusammen mit Partnern aus Europa und den USA, die Kapitalbeteiligung an der Infonet Service Corporation und die Gründung von EUNETCOM gemeinsam mit France Télécom für Dienstleistungen internationaler Großkunden. Mit Blick auf die Reformstaaten Mittel- und Osteuropas eröffnete Telekom im Mai eine Repräsentanz in Moskau.

Deutlich hebt sich die Telekommunikationsbranche mit weit überdurchschnittlichen Wachstumsraten vom Hintergrund der nachhaltigen Konjunkturschwäche aller Industrienationen ab. Die Nachfrage nach effizienten Telekommunikationsdienstleistungen ist ungebrochen. Insgesamt hat sich die Branche bislang als überaus krisenresistent erwiesen. Telekom spielt damit für Deutschland in Zeiten einer konjunkturellen Schwächeperiode eine bedeutende Rolle als gesamtwirtschaftlicher Impulsgeber für qualitatives Wachstum und Beschäftigung.

Ihre Funktion als Innovationsschrittmacher wird Telekom beibehalten. Überdies wird Telekom verstärkt bemüht sein, Tarife und Preise – im Monopol- wie im Wettbewerbsbereich – an einem international wettbewerbsfähigen Niveau zu orientieren. Ein Bündel von Maßnahmen zur Erhöhung der Kapital- und Mitarbeiterproduktivität wurde im Geschäftsjahr 1992 eingeleitet.

In fünf Sitzungen und durch laufende Berichterstattung des Vorstandes hat der Aufsichtsrat die geschäftliche Entwicklung des Unternehmens kontinuierlich beobachtet. Mit Beschluß der Bundesregierung vom 27. August 1992 wurden die Aufsichtsratsmitglieder Herr Dr. Peter Glotz, MdB, Herr Karl-Friedrich Haas und Herr Werner Thiemann in den Aufsichtsrat wiederberufen.

Am 26. November 1992 beschloß das Gremium den Wirtschaftsplan für 1993. Der angestrebte Umsatz liegt bei 56 Milliarden Mark, was einer Steigerung um mehr als 6,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. Mit einem geplanten Volumen von 31 Milliarden Mark wird Telekom auch 1993 der größte industrielle Investor weltweit bleiben. Am 16. Juni 1993 genehmigte der Aufsichtsrat den Jahresabschluß 1992. Dieser war zuvor von der Treuarbeit geprüft worden und stimmt mit den gesetzlichen Vorschriften überein. Gleichzeitig nahm der Aufsichtsrat den Lagebericht des Unternehmens zustimmend zur Kenntnis.

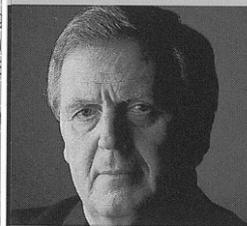
Der Aufsichtsrat dankt dem Vorstand sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Deutschen Bundespost Telekom für ihre engagierte Arbeit. Besonderer Dank gilt den Kunden des Unternehmens für das weiterhin entgegengebrachte Vertrauen sowie allen Partnern von Telekom aus Industrie und Handwerk für die erfolgreiche Zusammenarbeit.

Bonn, den 16. Juni 1993
Der Aufsichtsrat

Rolf-Dieter Leister

Rolf-Dieter Leister
Vorsitzender

„Wir sind auf Kurs.“



1992 war für die Weltwirtschaft ein Jahr der konjunkturellen Talfahrt. Weder die Vereinigten Staaten von Amerika oder Europa noch die industrialisierten Staaten im asiatisch-pazifischen Raum konnten Lokomotivkräfte mobilisieren, die für ein Ankurbeln der stockenden Weltkonjunktur hätten sorgen können. Auch in der Bundesrepublik zeichnete sich immer deutlicher eine Schwächeperiode ab. Frühestens Ende des Jahres 1993 oder im Laufe des darauffolgenden Jahres erwarten Konjunkturexperten und Forschungsinstitute eine Trendwende.

Positiv aus diesem Szenario sticht die gesamte Branche der Telekommunikation mit deutlich überdurchschnittlichen Wachstumsraten hervor. Die Telekommunikation ist eine der letzten Stützen für Wachstum und Beschäftigung, in Deutschland wie in allen übrigen Industrienationen. Mehr noch: Der gewaltige Aufschwung im gesamten Telekommunikationssektor mit all seinen facettenreichen Teilmärkten auch an den Schnittstellen zur Informations- und Computertechnologie – von der Sprachübermittlung über Mehrwertdienste, Datentransport, Satellitenübermittlung bis hin zur Mobilkommunikation – steckt noch in den Anfängen; der Siegeszug in beinahe alle Bereiche der privaten und geschäftlichen Kommunikation steht erst bevor.

Triebkräfte für ein rasantes Marktwachstum sind eine Vielzahl neuer Dienstangebote und Leistungsmerkmale. Telekom, Europas größtes Telekommunikationsunternehmen, ist Marktführer in der Bundesrepublik und hat an der Entwicklung der Infrastruktur wie an der gesamten Branche maßgeblichen Anteil. Mit einem Umsatz von 54 Milliarden Mark verzeichnete Telekom im Geschäftsjahr 1992 einen Zuwachs von 14 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Das Ergebnis vor Steuern, Abliefe-

rung an den Bundeshaushalt und Finanzausgleich an die Schwesterunternehmen konnte mit 6,95 Milliarden Mark auf Vorjahresniveau gehalten werden. Optimistisch sind auch unsere Prognosen: Für das laufende Geschäftsjahr erwartet Telekom aktuell ein Umsatzwachstum inklusive Auslandsanteile auf rund 58 Milliarden Mark.

Mit Investitionen von 31,5 Milliarden Mark war Telekom 1992 der größte Investor in Europa und damit ein starker Wachstumsmotor und konjunkturbelebender Impulsgeber – insbesondere in den neuen Bundesländern. Darüber hinaus hat Telekom eine nicht minder bedeutende Querschnittsfunktion als Schrittmacher für Innovation und internationale Wettbewerbsfähigkeit der gesamten deutschen Volkswirtschaft: Denn eine moderne Telekommunikationsinfrastruktur ist ein tragender Pfeiler hoher Standortqualität. Mehr als je zuvor birgt die Telekommunikation ein immenses, unausgeschöpftes Potential zur Steigerung von Effizienz und Produktivität.

Intern hat Telekom im Geschäftsjahr 1992 die eigenen Konzepte zur nachhaltigen Effizienzsteigerung vorangetrieben und zur Realisationsreife gebracht. Mit Beginn des laufenden Jahres werden die Fundamente der neuen Organisationsstruktur gelegt, zunächst in der Generaldirektion, dann schrittweise und behutsam über die früheren „Oberpostdirektionen“ (die künftigen „Direktionen“) bis flächendeckend zu den „Fernmeldeämtern“, die jetzt als „Niederlassungen“ firmieren. Überflüssige Hierarchien werden gekappt, Entscheidungs- und Weisungsprozesse – nicht zuletzt durch den verstärkten Einsatz von computergestützter Datenverarbeitung – optimiert.

Dies alles geschieht im Dienste unserer Kunden. Mit Fortschritten bei der Umsetzung der neuen Organisationsstrukturen wächst auch unsere Fähigkeit, flexibel und rasch auf Veränderungen des Marktes und der Kundenwünsche reagieren zu können. Die Steigerung unserer Effizienz und Produktivität ist darüber hinaus eine absolut notwendige Voraussetzung für marktgerechte Preise unserer Produkte und Dienstleistungen, auch im internationalen Vergleich, in dem sich Telekom zu Zeiten forcierter Globalisierung im Sektor Telekommunikation – sowohl auf Seiten der Nutzer wie der Anbieter – aufgrund technologischen Fortschritts und der Öffnung nationaler Schranken verstärkt messen lassen muß.

Durch das Eingehen internationaler Kooperationen und gemeinsamer strategischer Joint-ventures mit ausländischen Partnern wappnet sich Telekom ebenso für diese Entwicklung. Im Geschäftsjahr wurden entsprechende Abkommen im Bereich grenzüberschreitender Kommunikationsnetze und im Rahmen wegbereitender Projekte zur Verbesserung der Telekommunikationsversorgung in den Reformstaaten Mittel- und Osteuropas bereits getroffen oder vorangetrieben.

Für unser Engagement in den Staaten jenseits des ehemaligen „Eisernen Vorhangs“ ist das Know-how von Telekom beim Aufbau in den neuen Bundesländern ein unschätzbare Kapital. Nach wie vor lautet unser Ziel, auf dem Gebiet der ehemaligen „DDR“ in kurzer Zeit dem westdeutschen Standard entsprechende Verhältnisse herzustellen: die wichtigste Schwerpunktaufgabe von Telekom. Im Geschäftsjahr 1992 wurden erhebliche Fortschritte in diese Richtung erzielt. Unsere gewerblichen Kunden in den neuen Bundesländern sind nahezu

ausnahmslos grundversorgt – keine Investition dort wird mehr an der Nichtverfügbarkeit von Telefonanschlüssen scheitern.

Zu den strategischen Aufgaben von Telekom in der nahen Zukunft zählt, strukturelle Schwerfälligkeit abzubauen. Ein Kernelement moderner Konzernphilosophie ist die Schaffung reagibler kleiner Unternehmenseinheiten, die weitgehend aus den Entscheidungsmühlen der Muttergesellschaft befreit werden. Diese Strategie macht insbesondere in Teilsegmenten des Marktes Sinn, die spezifische Charaktereigenschaften aufweisen. Selbstverständlich bleiben die ausgegliederten Tochtergesellschaften integraler Bestandteil des Konzernverbundes Telekom.

Der Telekom Vorstand bejaht ausdrücklich Wettbewerb als bestes Ordnungsprinzip zur effizienten Verwendung knapper Ressourcen. Funktionierender Wettbewerb setzt allerdings auch faire Chancenverteilung voraus. Zentrales Element der Chancengleichheit ist eine privatrechtliche Unternehmensverfassung für Telekom. Darüber hinaus ist die Aktiengesellschaft die adäquate, system- und marktkonforme Basis, auf der Telekom uneingeschränkt international operieren, alle Instrumente des Kapitalmarktes nutzen und personalpolitisch flexibler handeln kann.

Der Vorstand dankt an dieser Stelle allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern nachdrücklich für ihr Tun und ihr Engagement in diesem erneut turbulenten Jahr, für Fleiß und Ausdauer beim Aufbau in den neuen Bundesländern sowie schließlich für Geduld und kreative Mitarbeit bei der internen Reorganisation.

Helmut Ricke
Vorsitzender des Vorstandes



Das Geschäftsjahr 1992
– im Zeichen des Aufbruchs.
Die anspruchsvollen Ziele
übertroffen.

Joachim Bömer, 33,
Abteilungsleiter Ver-
trieb und Service im
Fernmeldeamt Osnä-
brück: „Meistens
macht der Ton die
Musik. Kunden-
freundlichkeit ist ein
freundliches Lächeln,
geduldiges Zuhören,
ein sympathisches
Aufeinanderzugehen
und Ernstnehmen. Das
ist nicht immer leicht,
gerade in so hektischen
Zeiten wie heute.“



Lagebericht 1992: Going global – auf dem Weg zum international operierenden Telekommunikations-Anbieter.

Das Geschäftsjahr 1992 war ein weiteres Jahr durchgreifender Veränderungen. Erfolgreich war die DBP Telekom mit ihrem Programm „Aufbau Ost“ sowie bei der Implementierung ihrer Strategien in den Bereichen der Globalisierung und Standardisierung. Wichtige zukunftsweisende Maßnahmen wie z. B. die Bildung von organisatorisch und juristisch selbständigen Geschäftseinheiten als Tochterunternehmen wurden initiiert, um das Unternehmen Telekom auf den wachsenden Wettbewerb vorzubereiten. Zusätzlich wurden mit der Neuorganisation und der Etablierung von 21 strategischen Geschäftsfeldern wichtige Schritte auf dem Weg zu einem kundenorientierten Unternehmen im Wettbewerb gemacht.

Wachsender Wettbewerbs- und Preisdruck sowie hohe Aufbauleistungen in den neuen Bundesländern einerseits und ungenügende Eigenkapitalausstattung andererseits haben Telekom ein rückläufiges Ergebnis und eine rückläufige Umsatzrendite gebracht. Die hohe Nettoverschuldung ließ außerdem die Eigenkapitalquote auf 24 % sinken.

Das erfolgreiche Engagement in den neuen Bundesländern zeigt sich besonders dadurch, daß 1992 nicht nur rund 750 000 neue Telefonanschlüsse eingerichtet, sondern auch die Datenkommunikationsversorgung erheblich verbessert werden konnte.

Der Ausbau der internationalen Präsenz als wichtiger Bestandteil der Internationalisierungsstrategie ist weiter vorangetrieben worden. Die Zahl der Auslandsunternehmen stieg auf sechs (New York, Tokio, Paris, London, Moskau, Brüssel). Die Internationalisierung wurde auch durch die Harmonisierung von Dienste- und Technologie-Standards vorangetrieben.

So wurde z. B. in der zweiten Jahreshälfte mit der Bereitstellung von „GEN“ (Global European Network) oder der „European Videotelephony“ begonnen. Auch das von mehreren

europäischen Netzbetreibern unterstützte Pilotprojekt zur Erprobung des neuen Breitbandübertragungsstandards ATM (Asynchroner Transfer Modus) wurde in 1992 gestartet. Eine Vereinbarung über den Aufbau von Fest- und Mobilfunknetzen in der Ukraine und über die „Trans-European Line“ wurde getroffen und demonstriert das Engagement von Telekom in Osteuropa.

Zusätzlich wurden enge Kooperationen eingegangen oder gemeinsame Tochtergesellschaften gegründet, wie z. B. EUCOM, mit ihrerseits weiteren Engagements, und EUNETCOM, deren Aufgabe es ist, Telekommunikationsanforderungen internationaler Kunden zu erfüllen. Im Mobilfunkbereich konnten wesentliche Schritte zur Europäisierung des Dienstangebots gemacht werden. Erstmals war es in 1992 möglich, mit der D1-Karte in der Schweiz, Dänemark, Finnland, Norwegen und Schweden auch mit einem Mobiltelefon des jeweiligen Landes nach dem europäischen Standard GSM mobil zu telefonieren.

Die verstärkte Markt- und Kundenorientierung wurde durch das in 1992 entwickelte Projekt „Telekom Kontakt“ weiter vorangetrieben. Das Konzept baut auf 21 definierten strategischen Geschäftseinheiten, den Geschäftsfeldern, auf und segmentiert Telekom auf allen Ebenen nach Kundengesichtspunkten wie Privat-, Geschäfts- und Systemkunden sowie der Mobilkommunikation in vier organisatorisch selbständige Divisionen.

Umsatz und Ergebnis

Im Geschäftsjahr 1992 verzeichnete Telekom Umsatzerlöse von 54 Mrd. DM. Darin sind ca. 3 Mrd. DM Einnahmen von ausländischen Telefongesellschaften enthalten, bei denen ein deutlicher Anstieg, aber auch eine Ausweisänderung erfolgte. Ohne dieses Geschäft stieg der Umsatz um ca. 9,5 % gegenüber dem Vorjahr.

Bei rund 1,5 % Preissenkung mit Schwerpunkt Anpassung der Tarife

Ost an die westlichen Bundesländer, Nordamerika-Tarife, Mietleitungen und Endgeräte betrug das Volumenwachstum sogar 11 %.

Der in den neuen Bundesländern erzielte Umsatz, soweit direkt und indirekt zurechenbar, erreichte ein Niveau von 3,5 Mrd. DM.

Mit einem überproportionalen Wachstum in den Geschäftsfeldern Mobilfunk, Mietleitungen, Netzwerkdienste und Endgeräte konnte die Umsatzstruktur weiter verbessert werden.

Das Ergebnis vor Steuern und Ablieferung ist um 200 Mio. DM auf ca. 6,95 Mrd. DM gesunken. Die Umsatzrendite beträgt nur noch 12 % (Vorjahr 14,7 %). Die Anlaufverluste für die neuen Bundesländer nahmen um mehr als 1 Mrd. DM zu.

Ursache hierfür ist die über dem Umsatzwachstum liegende Zunahme der Personal- und Zinskosten. Durch die fast ausschließliche Fremdfinanzierung stiegen die Zinsaufwendungen um 1,2 Mrd. DM, die Personalaufwendungen um 2,2 Mrd. DM. Dabei ist der Anstieg der Pensionsverpflichtungen, für die keine Rückstellung vorhanden ist (Stand 31.12.92: 35 Mrd. DM), um 2,8 Mrd. DM nicht mit eingeschlossen.

In 1992 sind für die Altersversorgung damit 2,6 Mrd. DM an die Versorgungsempfänger direkt bzw. indirekt über die Zusatzversicherung der Angestellten und Arbeiter sowie 0,8 Mrd. DM an Sozialversicherung gezahlt worden und 2,8 Mrd. DM an künftigen Versorgungsverpflichtungen neu entstanden. Dies sind 11,5 % vom Umsatz. Neben der hohen Versorgung der Mitarbeiter belasten die Zinsaufwendungen aufgrund mangelnden Eigenkapitals das Ergebnis von Telekom deutlich. Unternehmerische Flexibilität und Preissenkungsspielräume werden dadurch geringer, und Telekom ist gegenüber den Wettbewerbern erheblich im Nachteil.

Bei gesteigerter Ablieferung an den Bund verbleibt lediglich ein Betrag von ca. 1,5 Mrd. DM für den Verlustausgleich der Schwestergesellschaften Postdienst und Postbank in 1992, um das Bilanzergebnis exakt auf 0,00 DM festzustellen. Die nicht ausgeglichenen Verluste in Höhe von ebenfalls 1,5 Mrd. DM gehen zu Lasten der Ergebnisse von Telekom in künftigen Jahren.

Personalentwicklung

Der durchschnittliche Personalbestand betrug im Gesamtjahr, umgerechnet auf Vollzeitkräfte ohne Auszubildende, ca. 231 000. Dies sind 1 % mehr als 1991, mit Schwerpunkt neue Bundesländer. Zum Stichtag 31.12.92 beschäftigte Telekom 231 500 Mitarbeiter.

Investitionen

Die Investitionen von Telekom erreichten durch die Verdoppelung in den neuen Bundesländern einen neuen Höchststand von 28 Mrd. DM, davon 10 Mrd. DM Ost, ohne Mehrwertsteuer (mit MwSt. ca. 31,5 Mrd. DM). Die Nettoinvestitionen belaufen sich auf 13 Mrd. DM (West 4 Mrd. DM, Ost 9 Mrd. DM). Dies bedeutet bei gesunkenen Einkaufspreisen eine Volumensteigerung von über 20 %.

Die Bilanzsumme stieg damit von 131,5 Mrd. DM auf ca. 150,5 Mrd. DM um 19 Mrd. DM.

Dieser Anstieg wurde im wesentlichen durch eine Nettokreditaufnahme von 17 Mrd. DM finanziert. Die Ablieferung Ost mit ca. 0,4 Mrd. DM verblieb bei Telekom zur Eigenkapitalerhöhung. Die Fremdmittel übersteigen damit erstmalig die 100-Mrd.-DM-Schwelle. Dieser Verschuldungsgrad belastet Telekom nachhaltig.

Aktuelle Lage

Die Umsätze im Geschäftsjahr 1993 verlaufen positiv, dies gilt insbesondere für die Telefonumsätze, für die Auslandsumsätze und für die neuen Bundesländer. Weitere Investitionssteigerungen, Kostensteigerungen durch Auslandsaktivitäten und die

Beschleunigung der Einführung und Reorganisation von DV-Systemen sowie die Modernisierung der technischen Fernmeldeanlagen in Westdeutschland werden das Ergebnis von Telekom und ihrer Tochtergesellschaften in 1993 weiter rückläufig gestalten.

Die auch in der Zukunft weiter fortschreitende Digitalisierung und Verbesserung des Leitungsnetzes, z. B. durch den Einsatz von Glasfasertechnologien zur Steigerung der Kapazitäten und weiteren Erhöhung der Übertragungsqualität, sind Gründe für die weiteren hohen Investitionen.

Zur Steigerung der Telekom Wettbewerbskraft sind sie unerlässlich, erhöhen aber gleichzeitig das finanzielle Risiko frühzeitiger Abschreibungen und Wertberichtigungen vorhandener Technik.

Ausblick

Unlängst getroffene Entscheidungen des Bundesministeriums für Post und Telekommunikation und der EG, wie z. B. die Vergabe einer E-Netz-Lizenz, sowie die aktuelle Liberalisierung des Telefondienstmonopols (Corporate Network) und die angestrebte generelle Liberalisierung aller Telekommunikationsaktivitäten ab 1998 führen zu einer signifikanten Verschärfung des nationalen und internationalen Wettbewerbs für Telekom. Die umgehende Gleichstellung mit den potentiellen und bereits vorhandenen Wettbewerbern in allen Aspekten, insbesondere in finanzieller und personeller Hinsicht, ist Grundvoraussetzung für die Wettbewerbsfähigkeit von Telekom national und international.

Sowohl die hohen Investitionen der Vergangenheit im Westen als auch die beim Aufbau der Telekommunikationsinfrastruktur in den neuen Bundesländern geplanten Anlaufverluste müssen in den kommenden Jahren zurückverdient werden. Die Richtlinien des Regulierers für Monopolpreisbildung werden dies nur in begrenztem Umfang bei den

Monopolleistungen zulassen, so daß zur Vermeidung erheblicher Verluste die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens unabdingbare Voraussetzung ist.

Die Umstellung von einer hoheitlichen Fernmeldeverwaltung zu einem Unternehmen im internationalen Wettbewerb, die sich in vielen Ländern der Welt bereits vollzogen hat bzw. in den meisten entschieden und im Vollzug ist, bringt für Telekom erhebliche strukturelle Probleme mit sich, die durch Verzögerungen bei der Umstellung noch verstärkt werden und eine adäquate Beteiligung am Wachstum des Telekommunikationsmarktes behindern.

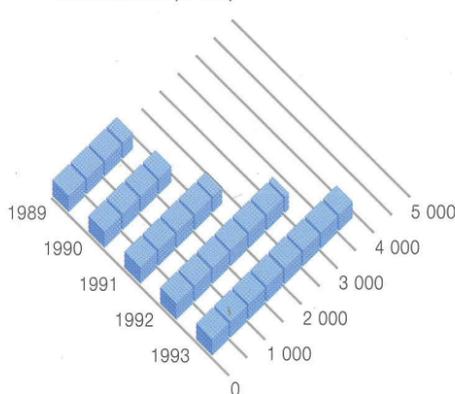
Das Wachstum der Telekommunikation ist weltweit ungebrochen und wird auch in Deutschland ein Volumenwachstum von über 10 % p. a. in den nächsten Jahren ausmachen, so daß eine gegenüber anderen Branchen günstige Bedarfsentwicklung und damit Geschäftsbasis prognostiziert werden kann.

Diana Grabowski, 22, Mitarbeiterin der Personalstelle im Fernmeldeamt Frankfurt/Oder: „Wie man in den Wald hineinruft ..., heißt ein Sprichwort. Und so ist es doch auch beim Thema Kundenfreundlichkeit. Manch einem fällt es leider schwer, in einem Wortgefecht die Ruhe zu bewahren. Kundenfreundlichkeit heißt aber: sich über den Kunden zu freuen. Das heißt, ihm oder ihr gerne helfen zu wollen, positiv auf seine und ihre Wünsche eingestimmt zu sein.“



Telekom – Basis für den „Aufschwung Ost“: Entstehen einer der weltweit modernsten Infrastrukturen in den neuen Bundesländern.

Telefonanschlüsse in den neuen Bundesländern (in Tsd.)



1989: 1 826 000
1990: 1 905 000
1991: 2 358 000
1992: 3 116 000
1993: 3 966 000 (geplant)

Die Ziele waren hoch gesteckt: Unter anderem sollten 1992 laut Planungen im Rahmen des „Telekom 2000“-Programms zum Aufbau der Telekommunikations-Infrastruktur in den neuen Bundesländern 600 000 neue Telefonanschlüsse entstehen. Dieses Ziel wurde deutlich übertroffen: Rund 758 000 neue Telefonanschlüsse und etwa 173 000 freige-wordene Anschlüsse konnte Telekom an Kunden zwischen Rügen und dem Erzgebirge vergeben – insgesamt also über 930 000 Telefonanschlüsse.

Selbstgesteckte Ziele übertroffen
Damit hat Telekom im Geschäftsjahr 1992 rund 70 Prozent mehr neue Telefonanschlüsse realisieren können als im Vorjahr, und das selbstgesteckte Ziel wurde um rund ein Viertel übertroffen. Telekom wird das Ausbautempo weiter forcieren: 850 000 neue Telefonanschlüsse (ohne Wiedervergaben) lautet das Ziel für das Jahr 1993.

Besondere Priorität bei der Vergabe von Telefonanschlüssen – als Beitrag zur Förderung von Wachstum und Beschäftigung – genoß unter den Bedingungen knapper Ressourcen die gewerbliche Wirtschaft: Rund ein Drittel der neuen Anschlüsse, exakt 340 000, schaltete Telekom bei Geschäftskunden. Damit existierten Ende 1992 in den östlichen Bundesländern über 900 000 Geschäftskundenanschlüsse. Die Zahl der für die Wirtschaft so wichtigen Anschlüsse für die Datenkommunikation stieg um 17 000 auf insgesamt 27 500. Schrittweise wird dort auch ISDN aufgebaut.

Geschäftskunden hochgradig versorgt

In Regionen – insbesondere in den sich entwickelnden Gewerbegebieten –, die im Regelausbau nicht rasch genug hätten versorgt werden können, sorgte Telekom durch den Einsatz von Sondertechniken für eine kurzfristige Versorgung. So wurden 34 000 Telekom Geschäftskunden in den neuen Bundesländern mit einem sogenannten DAL-Anschluß (DAL = Drahtlose Anschluß-

leitung) versorgt. Insgesamt hat Telekom in diesem Jahr mehr als 87 000 Kunden jenseits der Elbe mit Hilfe verschiedener Sondertechniken – unter teilweise erheblichem personellem, technischem und finanziellem Einsatz – zu einem Telefonanschluß verholfen.

War im Jahr 1991 die Restaurierung des überalterten vorhandenen Netzes und der Aufbau der Telekommunikationsmagistralen zwischen Ost und West die vordringlichste Aufgabe – der Verkehrsfluß zwischen den ehemals getrennten Teilen Deutschlands ist inzwischen normalisiert –, so rückte im Geschäftsjahr 1992 die Modernisierung der Ortsnetze in den Vordergrund: Bis Jahresende wurden etwa 40 Prozent aller Ortsnetze in den neuen Bundesländern auf neueren technischen Stand gebracht oder erweitert. Weitere 20 Prozent sollen im Laufe des Jahres 1993 hinzukommen.

Wie schon im Vorjahr arbeitete Telekom auch 1992 mit privaten Partnerfirmen bei der Einrichtung von Telefonanschlüssen zusammen. Im Rahmen sogenannter „Turn-key“-Projekte schufen Privatfirmen in abgegrenzten Gebieten insgesamt rund 185 000 schlüsselfertige Anschlüsse im Auftrag von Telekom.

Modernisierung der Ortsnetze und Digitalisierung vorrangig

Neben der Weiterführung der Modernisierung der Ortsnetze war die Digitalisierung der Knotenvermittlungsstellen – die wesentliche Voraussetzung für die Einführung der einheitlichen Ortsnetzkennzahlen, mit der Telekom im Sommer 1992 begonnen hat – ein weiterer Schwerpunkt im Geschäftsjahr. Ende 1992 waren bereits 75 Prozent aller Telefonkunden in den neuen Bundesländern unter der neuen Vorwahlnummer erreichbar. 70 Prozent der Fernvermittlungsstellen in den neuen Bundesländern sind bereits digitalisiert. Die Digitalisierung der Fernnetzebene wird Ende 1993 abgeschlossen sein.

In der Hauptstadt Berlin fielen am 27. Juni 1992 die letzten Reste der einstigen „Kommunikationsmauer“: die innerstädtisch unterschiedlichen Vorwahlnummern. Seither ist die „030“ die einheitliche Telefonvorwahl aller Berliner Telekom Kunden. Dazu mußten rund 150 000 Telefonanschlüsse umgeschaltet werden.

Fortschritte bei der Mobilkommunikation

Große Fortschritte erzielte Telekom mit ihrem Aufbauprogramm Ost nicht nur bei der Basisversorgung der Privat- und Geschäftskunden. Stürmisch entwickelte sich auch der Mobilfunk. So konnte der Ausbau des analogen Funktelefonnetzes C fast abgeschlossen werden. Über 100 000 ostdeutsche Teilnehmer zählte Ende 1992 das C-Netz.

Ebenfalls fertiggestellt wurden die regionalen Netze für den „Cityruf“-Dienst; rund 23 000 Anwender in den neuen Bundesländern nutzen die Möglichkeiten von Cityruf. Große Nachfrage auch nach geschäftlicher Kommunikation mit „Chekker“: Knapp 18 000 Funkgeräte wurden Ende 1992 in den acht Telekom Bündelfunknetzen in den neuen Bundesländern betrieben.

Parallel zum Ausbau im Westen lief auch im Osten Deutschlands die Errichtung der Infrastruktur für das neue digitale Funktelefonnetz D1 von Telekom auf Hochtouren. Fast 40 Prozent der Fläche, in der rund 60 Prozent der Bevölkerung leben, konnten im Verlauf des Jahres 1992 versorgt werden. In den wichtigsten Ballungsräumen und entlang der Autobahnen steht D1 zur Verfügung.

Glasfaser: Kommunikation der Zukunft

Darüber hinaus begann Telekom in den neuen Bundesländern mit den Planungsarbeiten für die Versorgung von Haushalten mit Glasfaseranschlüssen. Über solche Anschlüsse mit hohen Übertragungsraten können gleichzeitig Telefon- und Datendienste sowie Kabelfernsehen genutzt werden. Bis 1995 sollen in

den neuen Bundesländern 1,2 Millionen Haushalte direkt mit Glasfaseranschlüssen versorgt werden. Dort beginnt Telekom – als erster Netzbetreiber der Welt – mit dem planmäßigen Ausbau von Glasfaser im Anschlußbereich über die Erprobungsphase hinaus.

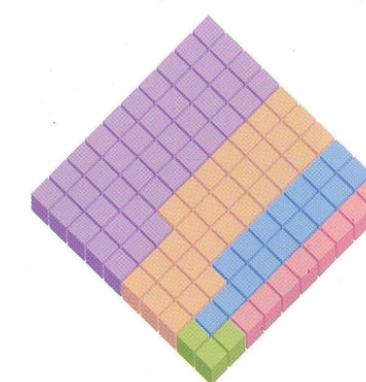
Mit großer Intensität vorangetrieben wurde der Ausbau des Kabelfernsehnetzes in den neuen Bundesländern. 1992 schuf Telekom für rund 780 000 Haushalte Kabelanschlußmöglichkeiten, bis zum Jahresende wurden 417 000 neu in Anspruch genommen. Insgesamt waren zu diesem Zeitpunkt in fast einer Million Wohnungen Kabelanschlüsse installiert.

Zur Bilanz in den neuen Bundesländern zählen ebenso fast 19 000 neue öffentliche Telefonstellen, darunter etwa 15 000 Modernisierungen bereits vorhandener Telefone, wovon rund 6200 wegen Zerstörung ersetzt werden mußten.

Telekom ist der größte Einzelinvestor

Auch über die Bereitstellung von Infrastruktur und Diensten hinaus wurde Telekom ihrer besonderen Rolle für die wirtschaftliche Entwicklung in Ostdeutschland gerecht. Mit einer Investitionssumme von rund elf Milliarden Mark (brutto) war Telekom 1992 wiederum der größte Einzelinvestor in den neuen Bundesländern. Von Telekom, ihren Tochterunternehmen und den beauftragten Generalunternehmern gingen Aufträge im Wert von über fünf Milliarden Mark an ostdeutsche Firmen. Dadurch wurden bei Telekom selbst und bei ihren Auftragnehmern insgesamt über 90 000 Arbeitsplätze gesichert beziehungsweise neu geschaffen.

Aufträge von Telekom an ostdeutsche Unternehmen für den Ausbau der Telekommunikation in den neuen Bundesländern



Handwerk
42,6 % (933 Mio. DM)

Industriebetriebe
(bis zu 500 Beschäftigte)
30 % (659 Mio. DM)

Industriebetriebe
(über 500 Beschäftigte)
16,6 % (364 Mio. DM)

Institute, Behörden
8 % (175 Mio. DM)

Handel
2,8 % (61 Mio. DM)

Direkte Aufträge gesamt
100 % (2 192 Mio. DM)

Birgitta Dreier, 40, Sachbearbeiterin im Geschäftskundenvertrieb im Fernmeldeamt Magdeburg: „Der Kunde ist ganz einfach König, und zwar unabhängig von Art und Umfang seines Auftrags. Auf jeden Wunsch einzugehen und dem Kunden zeigen, daß wir alles tun, um seine Vorstellungen zu verwirklichen, ist ein wichtiges Merkmal für guten Kundenservice.“



Stationen des Fortschritts: Chronik eines erfolgreichen Unternehmensjahres.



Januar

Telekom, die mit rund 65 000 Fahrzeugen über einen der größten Wagenparks Europas verfügt, startet eine beispielhafte Umweltinitiative: Im Rahmen eines Großversuches sollen umweltfreundlichere Fahrzeuge mit neuen Antriebssystemen getestet werden. Mit einem Maßnahmenbündel will Telekom außerdem den Schadstoffausstoß ihrer Flotte um ein Viertel bis zum Jahr 2000 senken. Die dafür erforderlichen zusätzlichen Investitionen belaufen sich auf rund fünf Millionen Mark pro Jahr. Darüber hinaus fördert Telekom die Forschung im Bereich neuer Antriebstechnologien an Universitäten und Technischen Hochschulen.

Zur Infrastruktur für globale Kommunikation zählen Tausende von Kilometern Seekabel aus Glasfaser, die auf hoher See verlegt werden.

Auch bei der Weltausstellung in Sevilla war Telekom präsent.

Journalisten aus aller Welt konnten beim Internationalen Pressekolloquium von Telekom in München ihr Wissen über Trends der Telekommunikation auffrischen.

Februar

Rund 250 Journalisten aus aller Welt kommen zum ersten „Internationalen Pressekolloquium“ vom 3. bis 5. Februar nach Berlin. Drei Tage lang stehen bereits praktizierte und visionäre Anwendungen moderner Telekommunikationstechnologie – vor allem auch im medizinischen Bereich – im Mittelpunkt.

Am 25. Februar unterzeichnet Telekom zusammen mit 24 weiteren Telekommunikationsgesellschaften den Vertrag über die erste Glasfaser-Seekabelanlage „Dänemark-Rußland 1“, die Kopenhagen mit Kingisepp nahe St. Petersburg verbindet. Die 1275 Kilometer lange Verbindung hat eine Kapazität von über 15 000 Telefonkanälen und wird die Kommunikationsmöglichkeiten des Reformstaates spürbar verbessern.

März

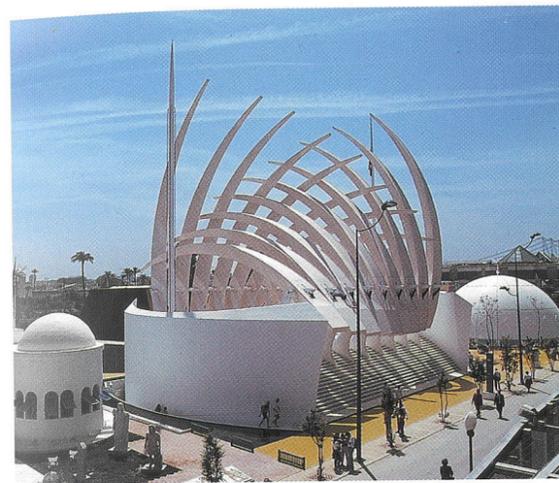
Telekom und der Axel Springer Verlag beschließen, künftig gemeinsam interaktive Bildschirmdienste zu entwickeln und einem breiten Nutzerkreis anzubieten. Zu diesem Zweck gründen beide Partner die gemeinsame Gesellschaft „VideoTel Info-service GmbH & Co. KG“.

Telekom und Siemens vereinbaren die langfristige strategische Zusammenarbeit auf dem Gebiet der privaten Kommunikation und privater Kommunikationsnetze.

17. März: Zehn Millionen deutsche Haushalte verfügen jetzt über einen Kabelanschluß.

Mit der Inbetriebnahme des Pilotprojektes „Visyon“ auf der CeBit '92 setzt Telekom einen weiteren Meilenstein auf dem Weg zur Verwirklichung eines Übertragungsnetzes der synchronen digitalen Hierarchie (SDH). Auf der CeBit '92 in Hannover präsentiert Telekom erstmals die öffentlichen Telefonzellen in neuem Design.

Übergabe des ersten Telefonanschlusses mit einer drahtlosen Anschlußleitung (DAL) in Eberswalde-Finow. 50 000 DAL-Anschlüsse will Telekom zur Versorgung von Geschäftskunden in den neuen Bundesländern realisieren.



April

Telekom beschließt die Senkung der Preise für Telefonverbindungen nach den USA und Kanada um bis zu 37 Prozent ab 1. Mai 1992.

Telebox 400 ist nun auch mit Japan verbunden. Damit hat der elektronische Nachrichtenübermittlungsdienst von Telekom bereits zu diesem Zeitpunkt Verbindung mit insgesamt 39 Anbietern in 20 Ländern.

29. April: Eröffnung der „PopArt“-Ausstellung im Kölner Museum Ludwig, die von Telekom gefördert wird.

Mai

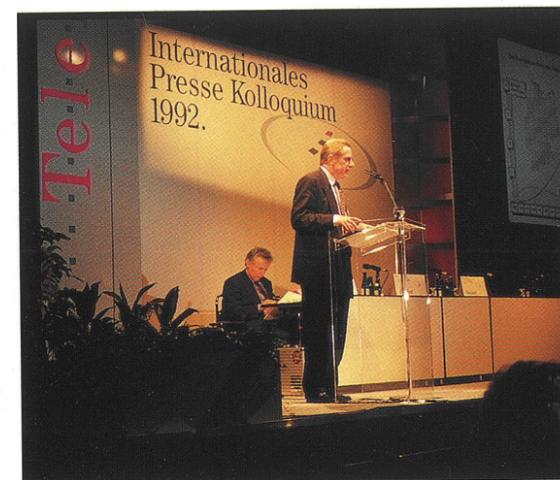
Anfang Mai wird der Funkdienst Cityruf um die „Superzone“ (alle Funkrufzonen mit gleicher Vorwahl) erweitert.

Am 17. Mai eröffnet Telekom in Moskau ihre erste Repräsentanz in Osteuropa. Nach New York, Tokio, London, Paris und Brüssel ist dies der sechste offizielle Auslandsstützpunkt von Telekom.

Telekom fördert auf der Dokumenta in Kassel das Sonderprojekt „VAN GOGH TV piazza virtuale“. Modernste Telekommunikation – ISDN, Bildtelefon, mobile Satellitenübertragung – und Kunst werden eins.

Der Aufsichtsrat beschließt in seiner Sitzung am 21. Mai die Beteiligung von Telekom an einem Joint-venture zum Aufbau eines Mobilfunknetzes in der Ukraine gemeinsam mit der niederländischen PTT, der Telecom Denmark und dem ukrainischen Ministerium für Post und Telekommunikation. Darüber hinaus beschließt der Aufsichtsrat die Gründung einer Telekom Mobilfunk-Tochtergesellschaft (DeTeMobil), der der Besitz und die wirtschaftliche Führung des D1-Geschäftes übertragen werden.

Eine Million Teilnehmer im Telefax-Dienst von Telekom.



Juni

Am 1. Juni fällt die Auslandsvorwahl für Gespräche von West- nach Ostdeutschland weg. Für die neuen Bundesländer und Berlin gilt ab sofort nur noch die einheitliche neue Vorwahl „03“.

4. Juni: Telekom und die PTT Niederlande vereinbaren die gegenseitige Nutzungsmöglichkeit von Telefonkarten ab 1994. Mit dieser bis dahin weltweit einmaligen Aktion wollen beide Unternehmen einen Impuls geben für die Entwicklung multinationaler Chipkarten.

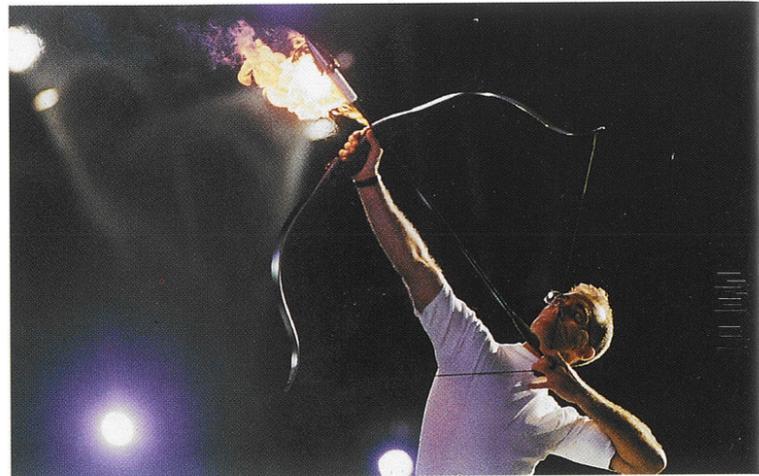
Die Reichweite des internationalen Funkrufdienstes von Telekom wird ausgeweitet. Nachdem „Euromessage“ schon in Italien, Frankreich und England erreichbar war, sind nun auch Verbindungen in die Schweizer Wirtschaftsregionen Bern, Luzern, Zürich und Genf möglich.

11. Juni: Telekom gibt bekannt, daß Telefonkunden ab Anfang 1993 ihre Rechnung bei verschiedenen Geldinstituten kostenfrei bar bezahlen können.

Telekom führt ihr Münztelefon „mit Köpfchen“ ein: Ein Mikrochip sorgt dafür, daß alle gängigen Münzen – nach Bedarf und entsprechender Programmierung auch ausländische – akzeptiert werden.

Ursula Puppe, 49, Sachbearbeiterin in der Rechnungsstelle des Fernmeldeamts Osnabrück: „Für den Kunden erreichbar sein, ihm aufmerksam zuhören, ihn umfassend über die Möglichkeiten zur Problemlösung informieren und seine Wünsche schließlich möglichst schnell und korrekt realisieren – das heißt für mich Kundentreue.“





Juli

Ein neues Zeitalter der Kommunikation: Am 1. Juli startet Telekom den kommerziellen Betrieb des neuen digitalen D1-Mobilfunknetzes. Bis Ende des Jahres waren bereits rund 60 Prozent der Fläche und 80 Prozent der Bevölkerung mit Zugangsmöglichkeit zum D1-Netz versorgt. Bis Ende 1993 wird das Netz in den alten Bundesländern nahezu flächendeckend ausgebaut sein.

Seit 22. Juli um sieben Uhr mittlereuropäischer Sommerzeit gilt auch auf dem Gebiet der ehemaligen DDR bei Anrufen aus dem Ausland die bundeseinheitliche internationale Vorwahl-Kennzahl „49“.

Telekom gibt die Kaufabsicht für Glasfasersysteme bekannt, mit denen zunächst rund 200 000 Wohneinheiten in den neuen Bundesländern im Laufe des Jahres 1993 versorgt werden sollen. Damit verläßt Telekom als weltweit erster Netzbetreiber die Erprobungsphase von Glasfaseranschlüssen bis zum Teilnehmer.

Durch eine Vereinbarung mit France Télécom ist der mobile Inmarsat-C-Dienst von Telekom künftig weltweit nutzbar.

August

Im August startet Telekom mit der Einführung der bundeseinheitlichen Vorwahlnummern in den neuen Bundesländern. Voraussichtlich Ende 1993 wird die Umstellung abgeschlossen sein.

Anfang August durchbricht Telekom die Schallmauer von 100 000 ISDN-Basisanschlüssen.

Auf Columbus' Spuren: Am 3. August – auf den Tag genau 500 Jahre, nachdem der Amerika-Entdecker zu seiner ersten Reise über den Atlantik aufbrach – startet eine Flotte von über 200 Yachten auf historischem Kurs vom spanischen Palos über Madeira und die Kanaren nach San Salvador zu den Bahamas. Mit dabei: Das „Medienschiff“ von Telekom und des Bayerischen Rundfunks, ausgerüstet mit modernster Übertragungstechnik, die Live-Sendungen via Inmarsat-Satellit für Hörfunk und Fernsehen möglich macht.

Vorstellung der ersten Benefiz-Telefonkarten, die ab September im Handel sein werden. Ein Teil des Verkaufserlöses fließt in die Kassen der Stiftung Deutsche Sporthilfe und der Bundesarbeitsgemeinschaft der Freien Wohlfahrtspflege.

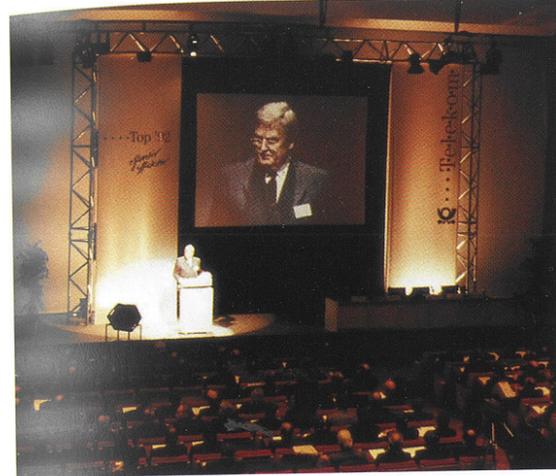
September

Am 3. September präsentiert der Vorstand dem Aufsichtsrat das Konzept „Telekom Kontakt“ für eine umfassende Neustrukturierung der internen Organisation.

14. September: Telekom vereinbart mit der Postbank, Eurocard Deutschland und Yess-Card Service Gesellschaft (dem gemeinsamen Dienstleistungsunternehmen von ASKO, Kaufhof und Metro), daß künftig alle Karten der Partnerfirmen auf Wunsch der Kunden auch mit Telefon-Chips ausgerüstet werden.

Bilanzpressekonferenz von Telekom am 25. September in der Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland in Bonn. Der Vorstand präsentiert die erste gesamtdeutsche Telekom Bilanz in den alten und neuen Bundesländern. Die Eckdaten: 47,2 Milliarden Mark Umsatz, ein Geschäftsergebnis in Höhe von 7,15 Milliarden Mark. Nach Abzug von Steuern und Ablieferung an den Bund (4,9 Milliarden Mark) und Finanzausgleich an die Schwesterunternehmen (2,35 Milliarden Mark) war das Bilanzergebnis ausgeglichen.

30. September: Auf der telematica '92 gibt Telekom das Startsignal für die Runderneuerung des Btx-Dienstes.



Oktober

Vom 6. bis 8. Oktober lädt Telekom rund 800 hochkarätige Entscheidungsträger aus Wirtschaft und Verwaltung, Meinungsbildner und Manager, Experten aus Marketing und Vertrieb, Forschung und Technik zum „Telekom Forum '92“ in den Dresdener Kulturpalast ein. Bei dieser Gelegenheit ist Premiere für den europaweiten Bildtelefondienst im ISDN.

Telekom schließt mit 19 weiteren europäischen, nordamerikanischen und fernöstlichen Telekommunikationsgesellschaften den Vertrag über eine Glasfaser-Seekabelverbindung nach Kanada („CANTAT-3“).

Mit einer US-amerikanischen Delta-Rakete schießt Telekom am 12. Oktober ihren dritten Fernmeldesatelliten DFS Kopernikus vom Weltraumbahnhof Cape Canaveral in Florida auf seine geostationäre Position.

Telekom begrüßt am 23. Oktober den elfmillionsten Kabelanschlußkunden.

Grünes Licht für grenzenloses Mobiltelefonieren: Am 28. Oktober unterzeichnet Telekom in Luzern mit Partnergesellschaften ein Abkommen über „international Roaming“ im D1-Netz.

November

Die fünf größten Netzbetreiber Europas, darunter Telekom, einigen sich am 12. November auf die Schaffung einer europaweiten Infrastruktur auf Basis des Breitband-Vermittlungs-Standards ATM.

Telekom beschließt die Übernahme von 80 Prozent der „Infonet Network Services Deutschland GmbH“, Frankfurt am Main.

18. November: Telekom tritt einem Joint-venture („Utel“) mit AT&T und der niederländischen PTT zum Aufbau des Telefonnetzes in der Ukraine bei.

Das letzte Teilstück des ersten direkten transatlantischen Glasfaser-Seekabelsystems (TAT 10) zwischen den USA, Deutschland und den Niederlanden geht am 19. November in Betrieb.

Eckdaten des Wirtschaftsplans 1993: Umsatzanstieg um 7,5 Prozent auf rund 56 Milliarden Mark. Nach Steuern, Ablieferung an den Bundeshaushalt und Finanzausgleich an die Schwesterunternehmen erwartet Telekom für das Jahr 1993 einen Gewinn von nur rund 0,7 Milliarden Mark, der durch die Anlaufverluste beim Aufbau des D1-Netzes von der Telekom Tochter „DeTeMobil“ aufgezehrt wird.



Dezember

Telekom bietet Geschäftskunden in den neuen Bundesländern, die aufgrund technischer Bedingungen nicht kurzfristig mit einem regulären Telefonanschluß versorgt werden können, im Rahmen einer Sonderaktion die Möglichkeit des Zugangs zum C- und D1-Netz zu vergünstigten Konditionen.

Telekom und France Télécom gründen das gemeinsame Unternehmen „Eunetcom“ und vertiefen damit ihre Kooperation im Bereich globaler Kommunikationsdienstleistungen.

In seiner Sitzung am 11. Dezember beschließt der Aufsichtsrat die Gründung einer gemeinsamen Tochtergesellschaft mit der Deutschen Aerospace AG und der ANT Bosch Telecom. Ziel dieses Projektes „Romantis“ ist der Aufbau eines satellitengestützten Kommunikationsnetzes insbesondere für die Staaten der Gemeinschaft Unabhängiger Staaten (GUS).

Am 18. Dezember übergibt Telekom den dreimillionsten Telefonanschluß in den neuen Bundesländern.

Lothar Kluge, 43, Mitarbeiter der Fernsprechentstörung in Düsseldorf: „Kundenfreundlich sind wir, wenn der Kunde das Telekom Service-Center mit dem Gedanken verläßt, daß beim nächsten Problem oder Wunsch – Störung oder Suche nach einem Endgerät – nichts anderes in Frage kommt, als wieder zu Telekom zu gehen.“



Telekom förderte die deutsche Olympiamannschaft bei den Wettbewerben in Barcelona und Albertville.

Kommunikation intern: Kontinuierlich informiert der Vorstand das Topmanagement von Telekom über Ziele und Strategien.

Lichterkeite in München – Demonstration gegen Fremdenfeindlichkeit.



Die Geschäftsbereiche:
konsequente Ausweitung der
Produkt- und Dienstleistungs-
palette – Grundlage für Erfolge.

Mathias Lederer, 42, Außendienstmitarbeiter im Privatkundenvertrieb des Fernmeldeamtes Rosenheim: „Als Ansprechpartner für öffentliche Telefonstellen verstehe ich unter Kundenfreundlichkeit, daß ich dort Mängel, Verschmutzung und Unfallgefahren feststelle und für die schnellstmögliche Beseitigung der Mißstände Sorge.“



Sprachkommunikation: neue Technologien für neue Anwendungen.

Telefondienst

Ende 1992 gab es in Deutschland über 35,3 Millionen Telefonanschlüsse, über fünf Prozent mehr als ein Jahr zuvor. In den alten Bundesländern erhöhte sich die Anzahl der Anschlüsse um rund 1,1 Millionen auf über 32,3 Millionen. In den neuen Ländern ergab sich ein Nettozugang von 758 000 auf rund 3,116 Millionen. Statistisch entfielen auf 100 Einwohner im Westen 50 Anschlüsse, im Osten 20. Die Zahl der Telefonverbindungen wuchs im Westen um 4,8 Prozent auf 41,8 Milliarden, im Osten um 21,8 Prozent auf 3,7 Milliarden.

Telefondienst mit dem Ausland

Es bestehen internationale Verkehrsbeziehungen mit 214 Ländern und Hoheitsgebieten. Davon sind 156 Länder im Selbstwählferndienst erreichbar. Insgesamt werden weit über 99 Prozent aller Verbindungen im internationalen Telefondienst vollautomatisch abgewickelt.

Telefonferenzdienst

Am Telefonferenzdienst können bis zu 15 Teilnehmer gleichzeitig teilnehmen. 1992 wurden rund 25 000 Konferenzen gezählt.

Deutschland Direkt-Dienst

Der Dienst wird vorwiegend von Geschäftsreisenden und Urlaubern genutzt, um nach Deutschland zu telefonieren. 1992 wurden rund 511 000 Verbindungen gezählt, rund 23 Prozent mehr als im Vorjahr.

Auskunftsdienstleistungen

1992 wurden rund 366 Millionen Auskünfte unter anderem über inländische Telefon-, Telefax- und Vorwahlnummern von den rund 7 000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Telefonauskunft allein in den alten Bundesländern erteilt. In den neuen Ländern waren es etwa 34 Millionen. Weitere rund 25 Millionen Auskünfte erteilten die rund 760 Beschäftigten der sieben Auslands-Auskunftsstellen. Die rechnergestützte Auskunftsstelle für Nachfragen aus dem Ausland in Frankfurt wurde rund 720 000mal von ausländischen Verwaltungen



oder Betriebsgesellschaften in Anspruch genommen.

Auftragsdienstleistungen

Mit 9,3 Millionen Aufträgen war die Dienstleistung „Wecken“ erneut der am stärksten genutzte Auftragsdienst. Die Auftragsarten „Erinnerung“, „Benachrichtigung“ und „Abwesenheit“ brachten es zusammen auf rund 140 000.

Ansagedienstleistungen

Bei rund 180 Millionen Telefonansagen – von Börsennachrichten bis Verbrauchertips – wurde die Zeitanzeige mit rund 57 Millionen Anfragen am häufigsten nachgefragt. Insgesamt bietet Telekom über 40 verschiedene Ansagen an, die mit Hilfe von automatischen Wiedergabeeinrichtungen verbreitet und rund um die Uhr angeboten werden.

Private Informationsdienstleistungen

Der am 1. Oktober 1991 mit acht privaten Anbietern und 600 Leitungen in Nordrhein-Westfalen gestartete Dienst wurde ab November 1992 auf die anderen Bundesländer ausgeweitet. Nach und nach wurden seitdem etwa 40 weitere Anbieter

mit etwa 800 Leitungen angeschlossen. Private Informationsdienstleistungen (PDI) bieten ein breites Spektrum von Informationen, die unter den mit 0190 beginnenden Rufnummern abgefragt werden können. Telekom stellt die Netzinfrastruktur und führt das Inkasso für den privaten Informationsanbieter (der für den Inhalt verantwortlich ist) durch. Das Anrufaufkommen lag bei rund 6,7 Millionen.

Sprachbox

Rund 4 600 Sprachboxen waren Ende Dezember 1992 vermietet, rund 71 Prozent mehr als ein Jahr zuvor. Sprachboxen, die internationale Bezeichnung ist „voice-mail“, ermöglichen das Hinterlegen eines gesprochenen Textes, der dann vom Empfänger zeitversetzt abgefragt werden kann.

Gedan (Anrufweitschaltung)

Insgesamt waren am Jahresende rund 25 000 Anrufweitschaltungen in Betrieb.



Service 130

Um rund 64 Prozent wuchs in diesem Jahr die Zahl der Service-130-Nummern auf etwa 10 600, rund 1 500 davon in Verkehrsbeziehungen mit dem Ausland. Mit über 77 Millionen Verbindungen wurde der Service 22millionenmal öfter in Anspruch genommen als ein Jahr zuvor.

Televotum

Die Anzahl der Televotum-Anwendungen (Vorwahl 0137) erhöhte sich im Berichtszeitraum um 263 auf 1 163. Davon sind 444 bundesweite und 719 regionale Anwendungen. Um das Produkt, das schnelle und einfache Meinungsumfragen ermöglicht, für weitere Kundenpotentiale bereitzustellen, wurde im September 1992 die Dienstzentrale Televotum in Betrieb genommen. Telekom führte das neue Leistungsmerkmal „Durchschaltung“ ein, mit dem zufällig ausgewählte Anrufer für Dialoge zum Anwender verbunden werden.

Teledialog

Für Anwender, die eine große Zahl von Anrufen initiieren, von denen jedoch nur eine geringe Zahl abge-

fragt werden kann, ist Teledialog (Vorwahl 0138) sinnvoll. Anrufe können auf eine Ansage mit kundenindividuellem Text geführt werden, so daß Überlastungen im Telefonnetz vermieden werden. Die Zahl der Anwendungen hat sich gegenüber dem Vorjahr mehr als verzehnfacht (672 Anwendungen). 1994 soll der Dienst in den Regelbetrieb gehen.

Sprachmehrwertdienste und Intelligentes Netz (IN)

Mit Hilfe eines Pilotprojektes wird im Telefonnetz und im ISDN der Einsatz von mehr „Intelligenz“ erprobt. Die Vorteile von „intelligenten Netzen“ bestehen in einer Verbesserung der Qualität und der Realisierung neuer Leistungsmerkmale wie auch der wirtschaftlichen Einführung neuer Dienstleistungen. Dabei können zum Beispiel Geschäftskunden folgende qualifizierte Dienste nutzen: Service 130, Televotum, Teledialog, private Informationsdienste (Tele-Info-Service). Neu wird der Service 180 angeboten. Dabei können Unternehmen mit Filialen an verschiedenen Orten bundesweit unter einer einzigen Rufnummer erreicht werden. Verbindungen unter

dieser bundesweit einheitlichen Rufnummer werden auch entfernungsunabhängig tarifiert. Das bedeutet: Der Angerufene entscheidet über das Gebührensplitting.

ISDN

Mit 135 Prozent (Basisanschlüsse) und 102 Prozent (Primärmultiplex-Anschlüsse) erlebte das ISDN („Diensteintegrierendes digitales Netz“) auch 1992 einen starken Zuwachs. Mit rund 139 000 Basisanschlüssen (jeweils 2 Basiskanäle) und 11 000 Primärmultiplex-Anschlüssen (30 Kanäle), die vorwiegend auf mittlere und große Telekommunikationsanlagen geschaltet werden, zählte ISDN am Jahresende fast 617 000 vermarktete B-Kanäle. Das sind fast doppelt so viele wie in Frankreich (350 000 B-Kanäle) und Japan (335 000 B-Kanäle) und rund fünfmal mehr als in England. Telekom belegt damit einen Spitzenplatz unter den Netzbetreibern weltweit. Bis Ende 1992 waren rund 1 900 Städte und Gemeinden in den alten Ländern mit ISDN versorgt. Flächendeckung ist für Ende 1993 vorgesehen, in den neuen Ländern für 1995. Internationale ISDN-Verbindungen gibt es in 15 Länder.

Öffentliche Telekommunikationsstellen

Etwa 200 000 öffentliche Telefonstellen stehen den Kunden von Telekom zur Verfügung. In den neuen Ländern wurden rund 20 000 öffentliche Telefonstellen neu aufgebaut und modernisiert. Intensiviert wurde der Aufbau von Kartentelefonen, 15 000 neue wurden 1992 eingerichtet. Insgesamt sind etwa 38 000 Kartentelefone, davon etwa 6 000 in den neuen Ländern, in Betrieb. Seit November 1992 werden Kartentelefone mit Fax aufgebaut.

Telefonkarten

Telekom konnte 1992 insgesamt 36 Millionen Telefonkarten verkaufen. Dies bedeutet gegenüber 1991 (17,7 Millionen) eine Steigerungsrate von fast 100 Prozent. Der größte Boom in diesem Bereich war bei den Karten zu verzeichnen, die

Rosalie Friedrich, 50, zuständig für die Störungsannahme beim Telekom Service des Fernmeldeamtes 3 Köln: „Der preußisch-hoheitlich gefärbte Umgangston ist absolut out. Viel Wissen wird vom Kunden zu Recht verlangt. Jeder Mitarbeiter muß einen guten Überblick über alle Produkte und Dienstleistungen haben und diesen auch vermitteln können.“



Fernsehfrage per Telefon: „Televotum“ von Telekom live im Einsatz.

Intelligente Kommunikationstechnik ermöglicht neue Informations- und Dienstleistungsangebote: zum Beispiel die „Service 190“-Nummer von Telekom.

Mobilkommunikation: Boom eines Zukunftsmarktes.

über die Deutsche Postreklame mit Fremdwerbung vermarktet werden. Im Sammlerservice beim Fernmeldeamt 2 in Nürnberg wurde im Berichtszeitraum gegenüber dem Vorjahr in der Kundenentwicklung eine Steigerungsrate von 126 Prozent erzielt. Ende des Jahres zählte der Sammlerservice 57 000 Kunden.

Telekarten

Etwa 175 000 Kunden nutzten 1992 die Telefon-Buchungskarte (Telekarte Ökart) und damit die Möglichkeit, ihre von öffentlichen Kartentelefonen aus geführten Gespräche über ihr Fernmeldekonto abzurechnen. Telekom verstärkte 1992 die Vermarktung der Telekarte in Kooperation mit anderen Kartenherausgebern (167 000 Multifunktionskarten).

D1

Der Einführungsbetrieb für das digitale zellulare Funktelefonnetz D1 begann am 1. Juli 1992. Bis Ende des Jahres wurden rund 80 000 Teilnehmer gewonnen.

C-Netz

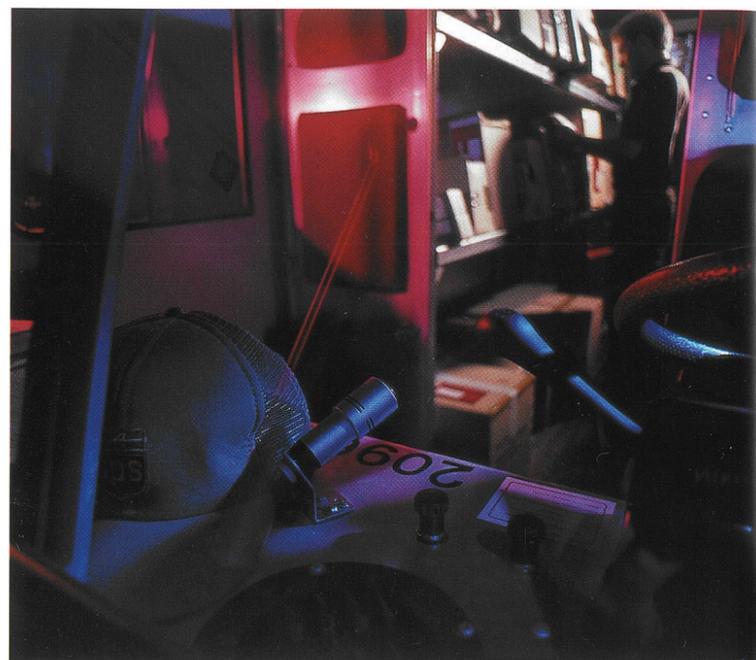
Einen weiterhin starken Zuwachs erlebt das Funktelefonnetz C mit rund 240 000 neuen Teilnehmern (plus 45 Prozent) auf 772 000 Teilnehmer.

Bündelfunk (Chekker)

Der Bündelfunkdienst „Chekker“ verzeichnete 1992 eine stürmische Aufbau- und Wachstumsphase. Es wurden 19 neue Chekker-Netze in Betrieb genommen. Der Zuwachs an Endgeräten betrug 16 500 Funkstellen (plus 147 Prozent gegenüber 1991). Besonders in den neuen Ländern ist Chekker auf Erfolgskurs. Ende 1992 gab es in ganz Deutschland 27 820 Funkstellen. 130 Basisstationen waren in Betrieb.

Funkrufdienste

Fast 75 000 neue Teilnehmer entschieden sich im Berichtszeitraum für Cityruf, ein Plus von 56,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Etwa zehn Prozent davon kamen aus den neuen Ländern. Mit 207 000 Teilnehmern Ende 1992 zählte Cityruf genausoviel Nutzer wie Eurosignal. Mit insgesamt 414 000 Funkruf-An-



schlüssen hat Telekom damit international zum größten europäischen Funkruf-Betreiber BT (England) aufgeschlossen. Neu, und in Europa einmalig, ist Inforuf. Wirtschafts-, Finanz- und Börsendaten können mit dieser Cityruf-Version „realtime“ abgerufen werden.

Modacom (mobile Datenkommunikation)

Modacom befand sich 1992 in den großen Wirtschaftszentren in Deutschland erfolgreich im Probebetrieb. Die bundesweite Einführung erfolgte am 1. Juni 1993. Modacom ist ein Funkrufdienst für mobile, vorzugsweise gewerbliche Datenkommunikation. Er ist der erste, speziell auf die Datenübertragung optimierte Mobilfunkdienst von Telekom, bei dem funkgestützt Daten zwischen Computerterminals (z. B. einem Laptop und einem zentralen Computer) ausgetauscht werden können. Der Dienst ist vor allem einsetzbar im Bereich der Transportwirtschaft für das Flottenmanagement und Warenverteilungssystem, zur Steuerung des Vertriebs und der Service-Außendienst-Mitarbeiter.

Telex

Obwohl insgesamt eine rückläufige Entwicklung der Telex-Anschlüsse zu verzeichnen ist (Stand Ende 1992: 81 000 Anschlüsse), hat der Telexverkehr von Deutschland nach Osteuropa seine kontinuierlich steigende Tendenz beibehalten (plus fünf Prozent). Mit Telex können noch rund eine Million Geschäftskunden in über 200 Ländern mit über 230 Netzen erreicht werden.

Telefax

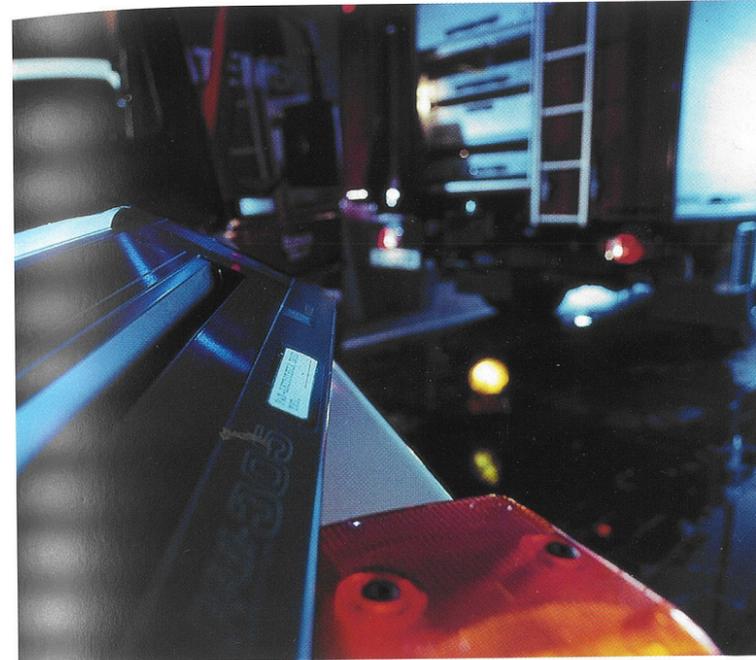
Die Zahl der offiziell registrierten Telefax-Anschlüsse stieg um rund 227 000 (24 Prozent) auf 1,2 Millionen.

Teletex

Die Zahl der Teletex-Anschlüsse ging im Geschäftsjahr 1992 auf 11 000 zurück. Es ist vorgesehen, Teletex als separat geführten Dienst bis zum 30. Juni 1993 einzustellen. Kunden werden in den technisch gleichen Datex-L-Dienst überführt bzw. können ins ISDN wechseln.

Telegramme

Etwa 7,6 Millionen Telegramme wurden 1992 aufgegeben, davon



der größte Teil in den neuen Ländern. Zugestellt wurden rund 7,9 Millionen Telegramme.

Datex-P/Datex-L

Die Anzahl der Anschlüsse in den beiden öffentlichen Datenwählnetzen Datex-L und Datex-P ist auf knapp 107 000 gestiegen. Dabei bleibt Datex-P mit einem Zuwachs von ca. 18 Prozent Wachstumsträger Nummer eins. Ende des Jahres waren 82 000 Anschlüsse geschaltet. Daneben nutzen über 20 000 Kunden mit Berechtigungsnummern die Einwählmöglichkeit über das Telefonnetz. Etwa 10 Prozent mehr als im Jahr zuvor.

Bei Datex-L wurden erstmals rückläufige Zahlen auf 24 900 Anschlüsse verzeichnet.

In den neuen Bundesländern war die Nachfrage nach Datex-P-Anschlüssen und der Dienstleistung Teledat weiterhin stark. Teledat bietet Datenübertragung vom PC über Modem, PC-Karten und entsprechender Software im Telefonnetz oder im ISDN.

VSAT-Dienst DAVID

Mit fast 800 installierten interaktiven Terminals blieb Telekom auch 1992 der größte VSAT-Anbieter (VSAT = Very Small Aperture Terminals = kleine Satellitenschüsseln) in Europa. Aber auch der „Receive-only“-Dienst (auf speziellen Frequenzen) breitete sich mit fast 300 Stationen europaweit aus. Der VSAT-Dienst DAVID (Direkter Anschluß zur Verteilung von Nachrichten im Daten-sektor) ermöglichte es, den noch immer existierenden enormen Bedarf an Datenkommunikation zwischen den alten und neuen Bundesländern zu befriedigen. Mit der Öffnung nach Osteuropa stieg auch der Bedarf deutscher Geschäftsleute für Datenkommunikation nach Osteuropa weiter. Durch die Ausstrahlung des VSAT-Dienstes über den Eutelsat-Satelliten FI 7 Grad Ost ist Telekom in der Lage, ganz Europa bis weit hinter Moskau, bis ans Kaspische Meer sowie Teile des Mittelmeergebietes abzudecken.

FVSAT-Dienst

Mit dem FVSAT-Dienst (Festverbindung über Satellit) reagierte Telekom auf die Nachfrage von Kunden nach

digitalen festgeschalteten Verbindungen in Bereichen, wo diese im terrestrischen Netz noch nicht zur Verfügung stehen bzw. ein reines satellitengestütztes Netz gewünscht wird, z. B. vermehrt jetzt auch in Osteuropa. Über kleine Erdfunkstellen auf den Kundengrundstücken werden die Punkt-zu-Punkt-Satellitenverbindungen mit Übertragungsgeschwindigkeiten in der Regel von 64 und 128 Kbit/s realisiert (einschließlich der Multiplexer für Sprachkanäle mit niedriger Übertragungsgeschwindigkeit).

DELOS

Satellitenkommunikation kann noch mehr als DAVIS und FVSAT. Mit dem DELOS-Dienst (DELOS = Deutscher Telefonanschluß in Osteuropa) werden deutsche Telefonanschlüsse nach Osteuropa geschaltet. Mittels DELOS können Kunden auch Zugang zum Datex-P-Netz erhalten. Damit bietet Telekom ihre deutschen Dienstleistungen auch in Osteuropa an, dort, wo die fehlende terrestrische Infrastruktur die Kommunikation noch behindert.

Telekom Datennetz

Telekom Datennetz wendet sich an große Unternehmen, die umfangreiche Datennetze für ihre interne Kommunikation oder den Datenaustausch mit Zulieferern und Abnehmern betreiben. Im Telekom Datennetz werden Basisprodukte aus dem Standardangebot von Telekom je nach Kundenbedarf individuell zusammengestellt, durch besondere Serviceleistungen wie Hotline-Dienst oder Netzmanagement-Funktionen ergänzt und umfassen selbstverständlich auch Projektbetreuung und -beratung.

Internationale Mietleitungen (IML)

Die Zahl der europäischen IML wuchs um 42 Prozent auf 3 318 (Anzahl äquivalenter 64-Kbit/s-Kanäle). Interkontinental betrug der Zuwachs 69 Prozent auf 899. Im November 1992 ging das erste direkte transatlantische Glasfaser-Verbindungssystem zwischen den USA, Deutschland und den Niederlanden in Betrieb. Über dieses

Kurierdienste steuern mit „Chekker“ effizient ihre Fahrzeugflotte.

Mobiles Telefax bei der Feuerwehr im Einsatz: Schnell lassen sich im Notfall wichtige Informationen über giftige Substanzen direkt an den Unfallort übermitteln.

Andrea Og, 26, Mitarbeiterin im Telekom Laden Bergedorf des Fernmeldeamts 3 Hamburg: „Auf den Kunden zugehen, aufmerksam zuhören, seine Wünsche ermitteln, schnelle und unbürokratische Lösungen finden – das ist für mich Kundenorientierung.“



Datenkommunikation: Daten-Highways von Telekom für Wettbewerbsvorteile.

zehnte internationale „Trans Atlantic Telephoncable“ (TAT-10) können bis zu 60 000 Telefongespräche, Datenübertragungen oder Video-Signale gleichzeitig geschickt werden. Anlässlich der Inbetriebnahme wurden Mietleitungen, die über TAT-10 geschaltet werden, ein Jahr lang zu einem ermäßigten Sondertarif angeboten. Bis zum Jahresende nahmen bereits 30 Kunden dieses Angebot an.

OSS – One-Stop-Shopping

Mit OSS können Kunden Telekom beauftragen, die gesamte Internationale Mietleitung (IML) quasi frei Haus zu liefern. Der OSS-Service beinhaltet zur Zeit die Leistungen Single-End-Ordering, Order einer internationalen Mietleitung inklusive ausländischer Hälfte, sowie Single-End-Billing, Abrechnung der IML inklusive der ausländischen Hälfte in Deutschland. Telekom hat mit 23 internationalen Netzbetreibern OSS-Vereinbarungen für internationale Mietleitungen getroffen.

Daten-Direkt-Verbindungen (DDV)

Die Zahl der DDV stieg 1992 um 11,5 Prozent auf 144 000. Im Zuge der Poststrukturreform I wurde die DDV im August 1992 in den Wettbewerb entlassen. Dies erforderte eine Anpassung der Tarifstruktur an den Wettbewerbsmarkt und die Kostenstruktur. Das bedeutet, die Tarife im Orts- und Nahbereich zu erhöhen und im Fernbereich zu senken. Diese Marktanpassung wird sich auch 1993 und darüber hinaus fortsetzen und sich an den jeweils gültigen Entgelten für Monopolübertragungswege ausrichten, da diese das „Vorprodukt“ der DDV sind.

Bildschirmtext

1992 startete Telekom mit einer Rundumerneuerung für ihren stärksten Mehrwertdienst Bildschirmtext (Btx). Unter dem Produktnamen Datex-J („J“ steht für jedermann) schuf Telekom eine Kommunikationsplattform für gelegentliche Dialoganwendungen, die natürlich auch alle bestehenden Btx-Anwendungen einschließt. Verbunden mit dieser Rundumerneuerung war die



Einführung von zeitabhängigen und marktverträglichen Zugangsentgelten. Die Zahl der Datex-J-Zugangsberechtigungen stieg bis Ende des Jahres auf über 340 000. Rund 2 800 Informationsanbieter offerierten ihre Leistungen auf über 762 000 Datex-J-Seiten bzw. in 1960 externen Rechnern. Insgesamt wurde das System 87,8millionenmal angewählt, und über drei Millionen Mitteilungen wurden verschickt. Die Nutzung des Btx-Systems ist mit sechs bis sieben Millionen Verbindungen und mehr als 350 Minuten je Anschluß im Monat auch im internationalen Vergleich sehr hoch.

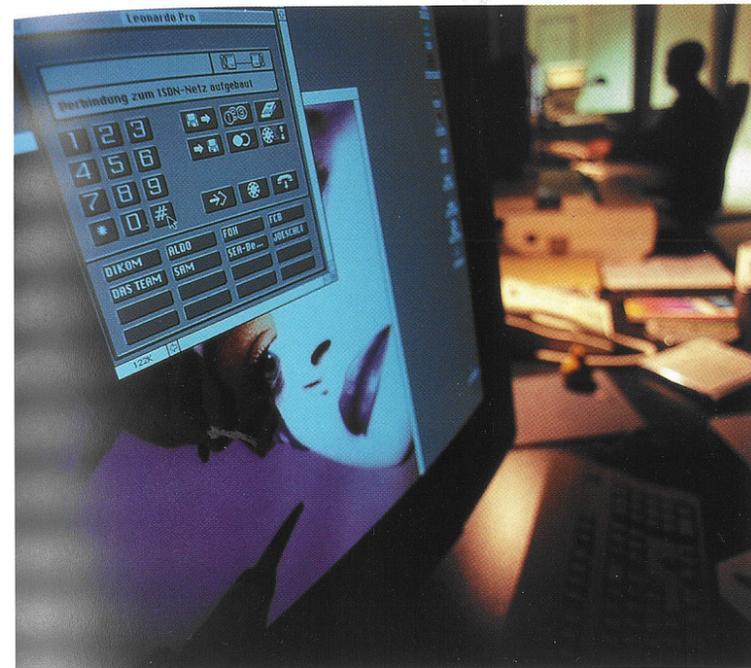
Telefax400

Telefax400 wurde am 21. September 1992 gestartet. Allein bis zum Jahresende wurden 350 000 Telefax-Seiten über diesen neuen Dienst von Telekom ausgeliefert. Bei Telefax400 übernimmt Telekom die zeitintensiven Aufgaben beim Versenden von Telefax-Dokumenten; z. B. durch Rundsenden und Einzelverbindungen ins Ausland mit hoher Qualität und Mehrfachwahl entfallen zeitraubende Routinearbei-

ten beim Absender. Gerade die Verteilung von Informationen per Rundsendung ins In- und Ausland zählt zu den Anwendungsschwerpunkten. Nutzer sind z. B. Reiseveranstalter, Verbände, Import-/Export-Handelsgesellschaften, Großunternehmen mit Auslandsniederlassungen, Pressestellen oder Ministerien/Behörden.

Telebox400

Die Zahl der Teleboxen hat sich im Berichtszeitraum auf über 6 000 nahezu verdoppelt. Diese können, auf Basis des weltweit normierten X.400-Standards, 36 Netzbetreiber in 50 Ländern erreichen. Darüber hinaus sind 45 private Netze an das Telebox400-System angeschlossen. Telebox ist ein Text- und Daten-Mehrwertdienst, mit dessen Hilfe Nachrichten, z. B. Texte, Grafiken, Daten und Bilder komfortabel erstellt, verwaltet, versandt und empfangen werden können. Der am 1. April 1991 gestartete Dienst bietet Nachrichtenübermittlung rund um die Uhr, national und weltweit, Mobilität von Sender und Empfänger, gesicherte Datenübertragung, Sicherheit vor unberechtigtem



Zugang, herstellerneutrale Schnittstellen, Zugang über Telefonnetz, Datex-P und ISDN, Dienstübergänge zu Telex, Telefax, Cityruf und Datex-J-Mitteilungsdienst, Benachrichtigungsfunktion und bedienerfreundliche Kommunikationssoftware. Die Einsatzbereiche sind u. a.: Außendienstkommunikation, Labor- und Frachtdatenaustausch, Kfz-Teilebestellung, Software-Update, Elektronische Fernmelderechnung (ELFE), Zentralserver für Anwendungen in der Logistik, Kommunikationsdreh-scheibe. Einige dieser Anwendungen laufen bereits heute im EDI-FACT-Standard.

Temex

Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen für Temex haben gezeigt, daß Telekom diesen Dienst in der derzeitigen Form nicht kostendeckend anbieten kann. Die Temex-Technik muß deshalb aus derzeitiger Sicht 1996 abgebaut werden. Da zudem keine Kompatibilität mit neuen Techniken wie Glasfaser gegeben ist, kann sie auch nicht mehr ersetzt werden. Bis zu diesem Zeitpunkt wird es allerdings für jede Anwendung eine entsprechende Alternative geben.

Kabelanschluß

Die Zielsetzung von Telekom, eine technische Infrastruktur für mehr Programm- und Informationsvielfalt (Auswahl) zu schaffen, wurde auch 1992 konsequent verfolgt, indem die alternativen Versorgungswege, Verteilnetze für Kabelanschluß (Breitbandverteiltetze), Satellit (Rundfunk- und Fernmeldesatelliten) und Hörfunk- und Fernsehsender (terrestrische Sender) weiter ausgebaut wurden. Sich gegenseitig ergänzend, ermöglichen diese Versorgungswege eine bundesweite und flächendeckende Nutzung der verbesserten Programm- und Informationsvielfalt. Fast zwei Millionen Haushalte (ein Plus von nahezu 20 Prozent) wurden 1992 neu angeschlossen. Damit nutzten Ende des Jahres 11,38 Millionen Haushalte in den alten Ländern Kabelanschluß. Die Anschlußdichte stieg damit im Bundesdurchschnitt auf über 60 Prozent. Anschlußbar waren über 18,81 Millionen Haushalte, etwa 1,6 Millionen Anschlußmöglichkeiten wurden 1992 geschaffen. Dies führte zu einem Versorgungsgrad von etwa 70 Prozent. In den neuen Ländern hatten von fast 6,4 Millio-

nen Haushalten 778 000 die Möglichkeit, sich anschließen zu lassen, 417 000 davon wurden angeschlossen (viertel mehr als 1991). Trotz hoher Satellitenempfangsdichte wurde damit am Ende des zweiten Ausbaugeschäftsjahres eine Anschlußdichte von 53 Prozent erreicht.

Videokonferenz

Am Jahresende gab es 717 Videokonferenz-Einrichtungen, 52 Prozent mehr als im Vorjahr. Die Zahl der privaten Videokonferenz-Studios wuchs auf rund 500. Videokonferenzen gehören immer mehr zum Arbeitsalltag, insbesondere in den Entwicklungsabteilungen der Industrie, den Marketing- und Werbeagenturen sowie im medizinischen Bereich.

Bildtelefon

Parallel zum nationalen Bildtelefonprojekt, das im Februar 1992 eröffnet wurde, läuft ein europäisches Projekt (European Videotelephony), das in Norwegen, Großbritannien, Frankreich, den Niederlanden, Italien und Deutschland am 6. Oktober 1992 vorgestellt wurde. Ziel ist die Einführung eines europäischen Bildtelefondienstes bis Mitte der 90er Jahre.

Zeitungsübertragungsdienst

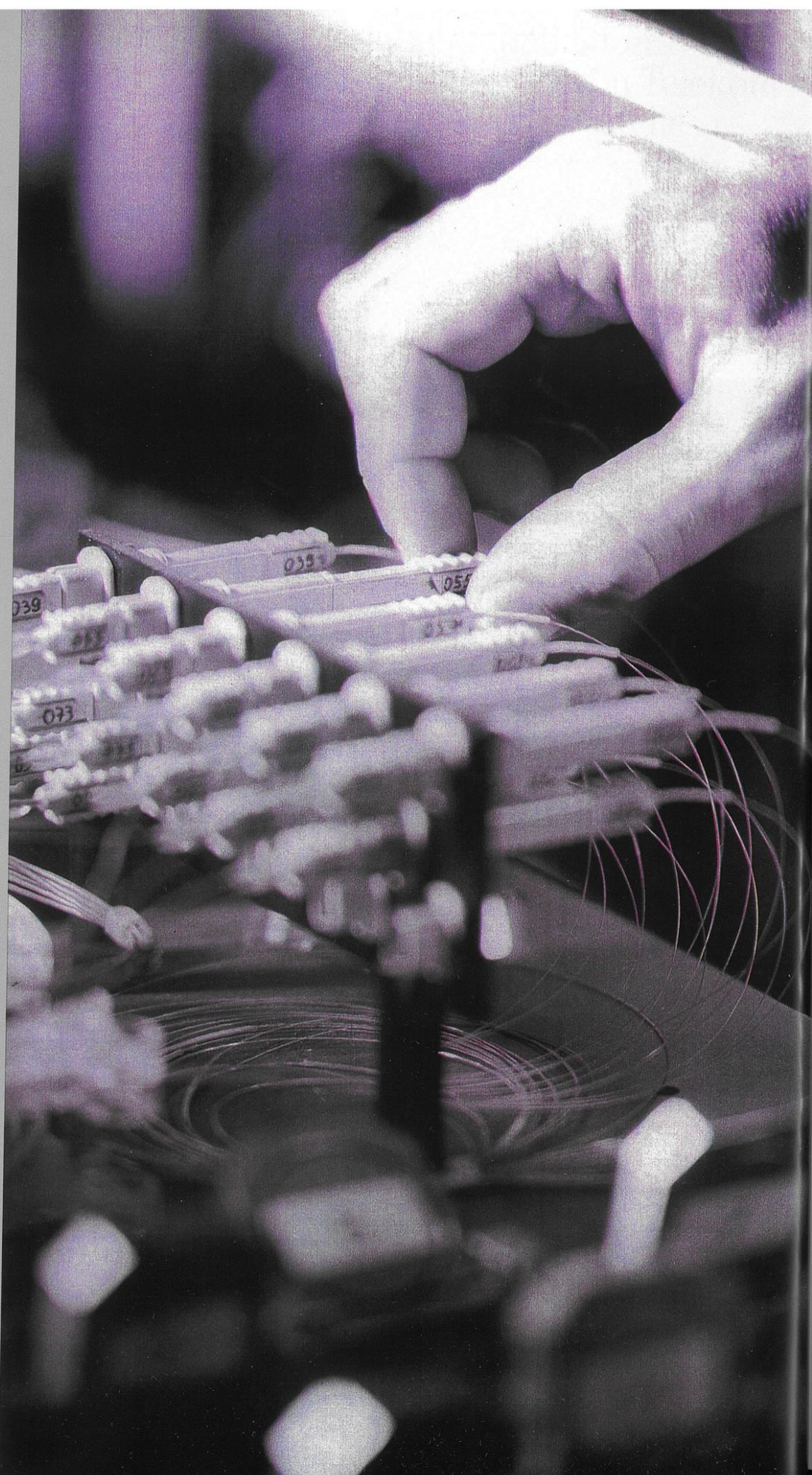
Der Zeitungsübertragungsdienst (ZÜD) ist einer der wenigen Dienste, die aus den neuen Bundesländern in den gesamten Bereich der Bundesrepublik übernommen wurden. Dabei handelt es sich um Faksimile-Übertragungen von kompletten Zeitungsseiten zur Herstellung von Druckformen am dezentralen Druckort. Hauptabnehmer sind Druckereien in den neuen Bundesländern.

Joachim Terhorst, 36, Sprechstellenentstörer im Fernmeldeamt Osnabrück: „Kundentreue ist professionelles Auftreten und die Fähigkeit, Kompliziertes einfach erklären zu können, zum Beispiel die Funktion von Endgeräten. Das Endgeräteangebot von Telekom muß nicht nur 'maßgeschneidert' sein, sondern dem Kunden auch 'maßgeschneidert' vermittelt werden, damit dieser auch auf Dauer zufrieden ist.“



„Telebox 400“, Telekom's elektronischer Briefkasten, hilft Rationalisierungspotentiale in der geschäftlichen Kommunikation auszuschnöpfen.

Bildübertragung via ISDN eröffnet ungeahnte Möglichkeiten – beispielsweise durch die rasche Auswahl von Motiven aus gut bestückten Bilddatenbanken.

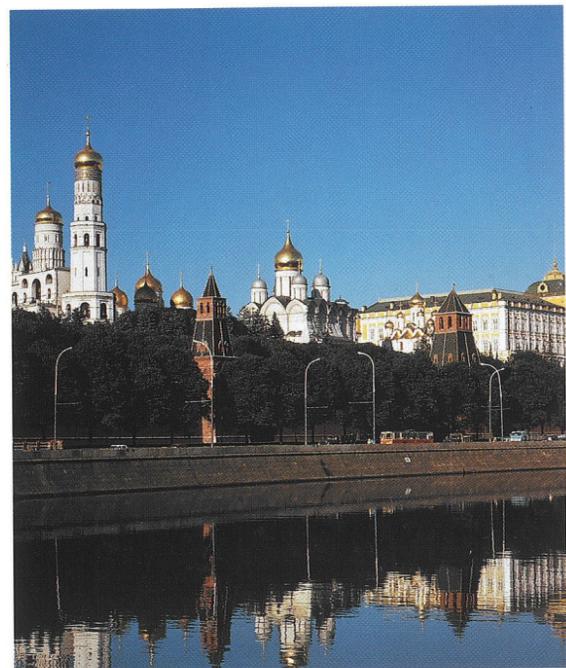


Die Strategien von Telekom:
wirksame Investitionen,
Innovation bei der Infrastruktur
und Fokus auf die Märkte
der Zukunft.

Werner Bachfisch, 40, Mitarbeiter in der Datenverarbeitung des Fernmeldeamtes Regensburg: „Unter Kundenfreundlichkeit verstehe ich optimale und fachlich fundierte Beratung, schnellen und effektiven Service bei Installation oder Betreuung im Störfall, zudem kurze Reaktionszeiten bei neuen Produkten oder Diensten. Um unter den vielen Anbietern unserer Branche bestehen zu können, muß Telekom eine marktgerechte Preispolitik verfolgen.“



Attraktive Märkte differenziert im Visier: die Chance, erhebliche Potentiale zu mobilisieren.



Telekom ist auf dem Weg zu einem international operierenden Dienstleistungsunternehmen. Von Moskau bis New York ist Telekom auf den Märkten der Welt präsent.

Um neue Märkte zu erschließen, beschreitet Telekom auch neue Wege. So vertreibt Telekom in Kooperation mit dem Autoausrüster ASD Mobilkommunikation. Das Konzept: „Shop in Shop“.

Vor dem Hintergrund einer weltweit schwachen Konjunkturlage ist die Telekommunikation eine der wenigen noch prosperierenden Branchen. Mehr noch: Telekommunikation selbst wird zu einem immer wichtigeren Motor für das Wachstum der industrialisierten Volkswirtschaften.

Dynamische Entwicklung des Gesamtmarktes

1992 lag das Volumen des Gesamtmarktes weltweit bei etwa 440 Milliarden US-Dollar. Die weitere Entwicklung dürfte äußerst dynamisch verlaufen. Für das Jahr 2000 wird das Weltmarktvolumen in der Telekommunikation auf zwischen 590 Milliarden und weit über 700 Milliarden US-Dollar prognostiziert, je nach Definition der Datenbasis.

In Deutschland wird der Telekommunikationsmarkt während der nächsten drei Jahre Zuwachsraten von zwischen acht und zehn Prozent verzeichnen. 1998 dürfte das Marktvolumen deutlich über 80 Milliarden Mark betragen, gegenüber knapp 60 Milliarden in 1992.

Dabei wächst der Markt für Dienste – also das ureigenste Metier von Telekom – weit schneller als der Markt für Ausrüstung: Von 1990 bis 1995 rechnet Telekom mit einem Wachstum des Marktsegmentes „Dienste“ um rund 70 Prozent. Besonders dynamisch wachsen gerade innovative Marktsegmente wie ISDN, Telefax oder Mobiltelefon.

Zunehmender Wettbewerb

Ziel von Telekom ist, die heutige Position des bedeutendsten Anbieters im deutschen Markt zu halten. 1992 erzielte Telekom im Dienstebereich einen Umsatz von rund 48 Milliarden Mark. Wettbewerber kamen auf etwa 0,8 Milliarden Mark Umsatz. Durch die Liberalisierung der Telekommunikation treten jedoch zunehmend neue Wettbewerber auf den Markt, die ihren Marktanteil kontinuierlich vergrößern.

In Europa und weltweit werden die Monopole weiter gelockert, formal durch Deregulierung, aber im Vor-

feld dieser Deregulierung bereits durch technischen Fortschritt und durch die faktischen Kräfte des Marktes selbst. So substituiert das Funktelefon den Umsatz des Sprachmonopols im stationären Netz. Datennetze der Unternehmen (Corporate Networks) werden zunehmend auch für Sprachverbindungen genutzt, national und international – ebenfalls zu Lasten des Sprachmonopols.

Zunehmend verlangen die Kunden globale, durchgängig kompatible Kommunikationsnetze aus einer Hand. Sie wollen One-Stop-Shopping und One-Stop-Billing – das heißt alles aus einer Hand, von der Netzkonzeption bis zur Abrechnung. Telekom muß ihren deutschen, international tätigen Kunden in deren Märkte folgen, um sie auch als Kunden auf dem Heimatmarkt halten zu können.

Privatkunden: erhebliche Potentiale

Etwa 30 Millionen Telekom Kunden – einschließlich kleinerer Geschäftskunden – zählen zur größten Kundengruppe von Telekom, den Privatkunden. Der Privatkundenbereich machte 1992 über die Hälfte des Gesamtumsatzes aus, verzeichnet jedoch nur relativ bescheidene Wachstumsraten. Der Grund: Fundamentale Änderungen des Verhaltens und die Umsetzung technischer Innovationen im privaten Bereich – diesen Schluß legen Studien über das Telefonverhalten nahe – erstrecken sich über einen längeren Zeitraum.

In diesem Marktsegment liegen noch erhebliche Potentiale verborgen. So verfügen erst rund eine Million der deutschen Haushalte heute über einen Anrufbeantworter – gerade einmal drei Prozent aller Privatkunden. Über 20 Prozent der privaten Anrufer legen sofort auf, wenn sich der Anrufbeantworter einschaltet. Weitere 15 Prozent sprechen selten oder nie eine Nachricht auf Band. Der Einsatz von Telefax-Geräten im Haushalt ist noch so selten, daß er statistisch nicht nachweisbar ist.



Geschäftskunden: treibende Kraft für Marktwachstum

Motor für das Wachstum des Gesamtmarktes sind die Groß- und Geschäftskunden. Telekom zählte im Berichtsjahr etwa 1,2 Millionen Geschäftskunden. Der Anteil dieser Gruppe am Gesamtumsatz liegt bei rund 30 Prozent. Bis 1995 ist in diesem Segment mit einem Umsatzwachstum von über 35 Prozent zu rechnen, gegenüber einem Zuwachs von etwa 17 Prozent bei Privatkunden. Der Anteil der Geschäftskunden am Telekom Umsatz wird dann über 55 Prozent ausmachen.

Systemkunden: Motor für Innovation

Rund 1 000 Telekom „Systemkunden“ mit äußerst hohen Ansprüchen an Technik und Know-how generierten 1992 etwa zehn Prozent vom Gesamtumsatz. Auch hier rechnet Telekom mit zweistelligen Wachstumsraten pro Jahr und einem zunehmenden Umsatzanteil. Speziell für diese Gruppe führte

Telekom im Berichtsjahr das Produkt „Datex-M“ ein. M steht dabei für „Multimegabit“. Datex-M dient der Hochgeschwindigkeits-Kommunikation von Metropole zu Metropole. Das Datex-M-Netz von Telekom ist ein standortübergreifendes Netz, eine Hochgeschwindigkeits-Autobahn für Daten, das in erster Linie Local Area Networks (LAN) verbindet. Nutzer der neuen Hochgeschwindigkeits-Anschlüsse sind Unternehmen, die eine Kommunikation auf hohen Bit-Raten mit entfernten firmeneigenen Standorten oder Partnern betreiben müssen. Der Bedarf von LAN-Vernetzungen ist außerordentlich groß. Bis 1995 rechnet man mit mehreren Millionen LANs in Deutschland. Auch das sogenannte Outsourcing, also die Auslagerung beispielsweise von Datenbanken und Jumborechnern, führt zu einem vermehrten Bedarf an Hochgeschwindigkeits-Anschlüssen.

Mobilfunkkunden: größte Wachstumsraten

Circa 1,2 Millionen Mobilfunkkunden schließlich zählte Telekom zum Ende des Berichtsjahres. Mit weit über 30 Prozent Umsatzwachstum ist dieses Marktsegment auf dem Vormarsch. Mit dem Start des kommerziellen Regelbetriebes des digitalen Mobilfunknetzes D1 im Berichtsjahr hat Telekom sich einen der zukunfts-trächtigsten Teilmärkte der Mobilkommunikation erschlossen.

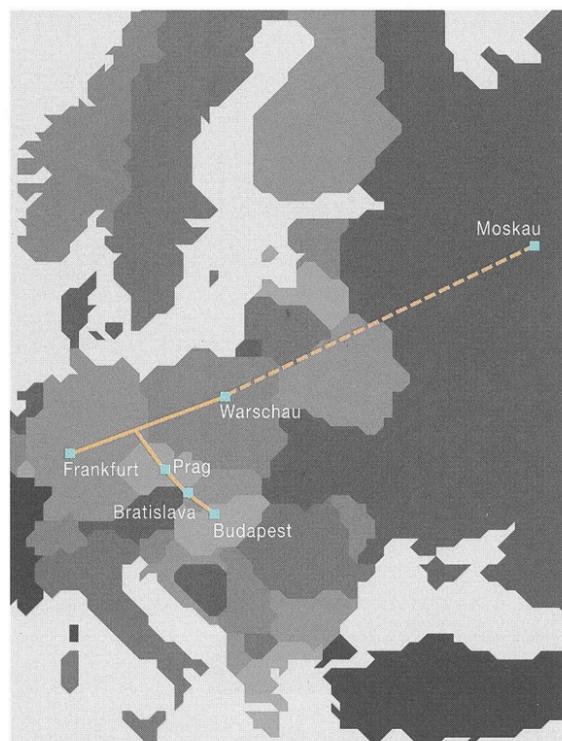
Auch geographisch gesehen operiert Telekom im Zentrum des Wachstums: Ausgehend von einem starken Heimatmarkt im Herzen Europas, an der Schnittstelle zu den sich öffnenden Reformstaaten Mittel- und Osteuropas hat Telekom die Chance, sich als der Netzbetreiber zu positionieren, der als Kommunikationsscharnier zwischen Ost und West fungiert. In diese Richtung wirken erste Kooperationen von Telekom zum Aufbau von Telekommunikationsnetzen, beispielsweise in der Ukraine.

Herbert Bruchmann, 55, Sachbearbeiter im Bereich Finanzen und Controlling der Direktion Hamburg: „Produkte von hohem technischem Standard, gute Qualität zu marktgerechten Preisen, Erkennen und Umsetzen von Kundenwünschen, ein zuverlässiger und fachkompetenter Service. Wenn diese Kette hält, bin ich sicher, daß der Kunde unser Kunde bleibt.“



Modernste Netzarchitektur und Netztechnologie: Voraussetzung für grenzüberschreitende Daten-Autobahnen.

Internationales Kabelprojekt



Die Trans European Line, eine Glasfaser-Verbindung, wird die Telekommunikation zwischen Ost- und Westeuropa entscheidend verbessern.

Blick aus ungewöhnlicher Perspektive: Der Frankfurter Fernmeldeturm ist eine wichtige Säule im flächendeckenden Netz zur Fernsehversorgung von Telekom.

Im Zeichen des EG-Binnenmarktes unterstützt Telekom aktiv Bemühungen zur Schaffung einer europäischen Infrastruktur der Telekommunikation.

Euro-ISDN

Aufgrund der großen Bedeutung des ISDN für eine flexible Telekommunikation bauen die europäischen Netzbetreiber seit geraumer Zeit ihre eigenen nationalen ISDN-Netze auf. Bis Ende 1993 wird die Flächendeckung in den alten Bundesländern und zwei Jahre später in den neuen Ländern erreicht sein. Ende 1992 verfügt Deutschland bereits über fast 140 000 ISDN-Anschlüsse und übernimmt mit 617 000 verkauften ISDN-Kanälen weltweit eine Führungsposition. Telekom forcierte zusammen mit France Télécom, BT in England und SIP in Italien die Einführung des ISDN nach einheitlichen Standards in Europa.

Breitband-Kommunikation

Auch im Bereich der Breitband-Kommunikation unterstützt Telekom die von der EG-Kommission eingeleiteten Maßnahmen zur Europäisierung von Hochgeschwindigkeits-Datenautobahnen. Hierzu zählt der Ausbau des Telekom Netzes mit Übertragungssystemen nach der sogenannten „Synchronen Digitalen Hierarchie“ (SDH). Diese Systeme werden seit 1992 in großem Umfang im Netz von Telekom eingesetzt. Diese neue Übertragungstechnik ist die Voraussetzung für ein Pilotprojekt auf Basis des ATM-Standards, das wiederum die Grundlage für die Erprobung von Breitband-Anwendungen darstellt. Das entsprechende Pilotprojekt wird in Hamburg, Berlin und Köln durchgeführt.

Sobald die internationalen Standardisierungsarbeiten abgeschlossen sind, wird in einer zweiten Phase auch der Selbstwählverkehr möglich sein. Bei diesem Pilotprojekt werden Anwendungen zwischen lokalen Netzen, sogenannten Lokal Area Networks (LAN), zwischen Metropolitan Area Networks (MAN) sowie Multimedia-Anwendungen erprobt.

ATM

Darüber hinaus vereinbarte Telekom am 12. November 1992 mit vier europäischen Netzbetreibern – BT in England, France Télécom, Telefonica in Spanien und STET/ASST in Italien – den Aufbau eines europaweiten ATM-Projektes (ATM = „Asynchroner Transfer Modus“). Bis Mitte 1993 sollen die technischen Einrichtungen in Auftrag gegeben werden. Das Netz soll ab Mitte 1994 für den Betrieb mit Pilotkunden zur Verfügung stehen.

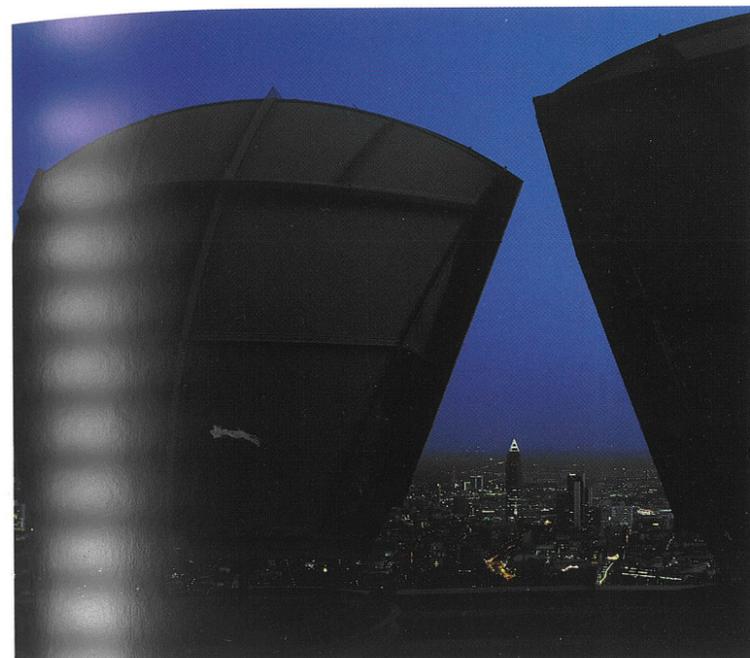
GEN

Gemeinsam mit France Télécom, BT, Telefonica und STET hat Telekom am 10. September den Aufbau eines europaweiten digitalen Übertragungsnetzes unter der Projektbezeichnung „GEN“ (Global European Network) beschlossen. Damit wollen die Netzbetreiber ein europäisches, dienstunabhängiges Glasfaser-Transportnetz bereitstellen, das zwischen den Knoten der Netzbetreiber vermascht ist. Damit kann internationale Netzkapazität bei sehr hohen Qualitäts- und Sicherheitsgarantien im Rahmen einer flexiblen Netzkonfiguration zur Verfügung gestellt werden. Im Frühjahr 1992 wurden bereits Dienste mit Übertragungsgeschwindigkeiten von 64 Kilobit bis zwei Megabit pro Sekunde europaweit angeboten.

Metran

In einer weiteren Entwicklungsstufe soll GEN später durch Metran abgelöst werden, ein „Managed European Transmission Network“. Metran wird ab 1995 europaweit flexibel schnelle und transparente Transportwege bis 155 Megabit pro Sekunde bereitstellen. Metran nutzt die Leistungsfähigkeit der synchronen digitalen Hierarchie (SDH) und unterstützt den Asynchronen Transfer Modus des kommenden europäischen Breitband-ISDN. Im Rahmen dieses ehrgeizigen Projektes arbeitet Telekom mit über 25 europäischen Netzbetreibern zusammen.

Durch verstärktes Engagement in Forschung und Entwicklung forciert Telekom die Entwicklung neuer Tech-



nologien, wie zum Beispiel der optischen Anschlußleitung (OPAL), sowie der bereits erwähnten Übertragungs- beziehungsweise Transportsysteme ATM und SDH. Darüber hinaus gründete Telekom in Berlin eine Tochtergesellschaft, die „DeTeBerkom“, hervorgegangen aus dem laufenden Berkom-Projekt. Sie soll die Voraussetzungen für ein europaweites Breitband-ISDN schaffen.

Daneben setzt Telekom Experten bei „Eurescom“ ein, dem gemeinsam mit anderen europäischen Netzbetreibern errichteten Europäischen Institut für Forschung und Strategische Studien in Heidelberg.

TEL

Im Projekt TEL („Trans European Line“) führt Telekom eine Glasfaser-Kabelverbindung von Frankfurt/Main nach Warschau beziehungsweise Prag-Bratislava und Budapest. Telekom will damit einen Beitrag zur Verbesserung der Telekommunikations-Infrastruktur in Osteuropa leisten. Eine Verlängerung nach Moskau sowie die Verknüpfung von TEL mit anderen Glasfasersystemen in diesem Raum sind vorgesehen.

Darüber hinaus beteiligt sich Telekom am Aufbau von Telekommunikationsnetzen in Osteuropa, so zum Beispiel in der Ukraine, und plant mit dem Satelliten-Projekt „Romantis“ satellitengestützte Kommunikationsverbindungen zwischen West- und Osteuropa.

DFS3 Kopernikus

Im Oktober 1992 startete Telekom den Fernmeldesatelliten DFS3 Kopernikus vom Weltraumbahnhof Cape Canaveral in Florida. Er ersetzt den DFS 1 und strahlt alle bislang über den DFS 1 gesendeten Fernsehprogramme ab.

TAT 10

Am 15. August nahm Telekom den Betrieb des Glasfaserkabels TAT 10 („Trans Atlantic Telephone“) auf. TAT 10 ist die erste direkte transatlantische Kabelverbindung zwischen den USA und Deutschland. Die Endpunkte liegen im amerikanischen Greenhill sowie im Norden des europäischen Festlandes, von wo das Kabel weiter nach Holland führt. Via TAT 10 können bis zu 60 000 Telefongespräche gleichzeitig übertragen werden.

Cantat 3

Im Oktober vereinbarte Telekom mit 20 europäischen, nordamerikanischen und fernöstlichen Netzbetreibern eine direkte Glasfaser-Verbindung zwischen Canada und Europa („Cantat 3“). Damit erhält Deutschland ab 1994 erstmals eine direkte Verbindung nach Canada.

Visyon

1992 vergab Telekom Aufträge zur Lieferung der technischen Ausrüstung, um in 34 Ortsnetzen 52 sogenannte optische Ringe zu installieren. Die Übertragungskapazität dieser Glasfaser-Kommunikations-Autobahnen, die unter dem Namen Visyon („Variables intelligentes synchrones optisches Netz“) laufen, wird 622 Megabit in der Sekunde betragen – viermal mehr als die bereits 1992 aufgebauten „Ringe“, die eine Kapazität von je 155 Megabit pro Sekunde haben. Die Visyon-Versuche von Telekom werden breitbandig das Übertragungsmedium Glasfaser erstmals bis zum Ortsnetz beziehungsweise zum Teilnehmer bringen. In Verbindung mit dem Aufbau digitaler Cross-Connect-Systeme (NKÜ 2000) in 39 Netzknoten von Telekom wird Anfang 1994 ein über die Grenzen der mit Visyon ausgebauten Ortsnetze hinaus wirksames synchrones digitales Übertragungsnetz zur Verfügung stehen.

Damit ist Telekom weltweit führend in der Anwendung der SDH-Technik. Mit dem konsequenten Einsatz der neuen synchronen digitalen Übertragungstechnik SDH nutzt Telekom alle realisierbaren Kosteneinsparungspotentiale aus, um die Wirtschaftlichkeit des Übertragungsnetzes zu erhöhen, den künftigen Investitionsbedarf weiter zu senken und dabei gleichzeitig die für ihre Kunden verfügbaren Leistungsmerkmale zu steigern.

Heidrun Wack, 38, Mitarbeiterin im Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Fernmeldeamts Gießen: „Unser umfassendes und flächendeckendes Vertriebs- und Servicenetz sowie die Qualität unserer Produkte und Dienstleistungen sind gute Voraussetzungen für einen optimalen Dienst am Kunden.“



Telekom – Europas größter Investor: effizientes Investitionsmanagement für Spitzentechnologie und marktfähige Preise.



Symbol für eine international orientierte Einkaufspolitik: Im Geschäftsjahr 1992 schoß Telekom einen Satelliten erstmals nicht mit der europäischen Träger Rakete „Ariane“, sondern auf einer US-amerikanischen „Delta“-Rakete in die Umlaufbahn.

Trotz Umsatzwachstums und eines Geschäftsergebnisses in Höhe von rund 7 Milliarden Mark im Geschäftsjahr 1992 verbleibt – nach Steuern, Ablieferung an den Bundeshaushalt und Verlustausgleich an die Schwesterunternehmen – kein Gewinn.

Bei einer Eigenkapitalquote von unter 24 Prozent muß Telekom ihre Investitionen mit einem erheblich höheren Fremdkapitalaufwand finanzieren als ihre unmittelbaren internationalen Wettbewerber, die über Eigenkapitalquoten von bis zu 70 Prozent verfügen. Telekom rechnet 1993 mit einem Zinsaufwand von sieben Milliarden Mark, was einem Umsatzanteil von etwa 13 Prozent entspricht.

Telekom ist Europas größter Investor

Dies ist der Hintergrund vor einer sorgsamsten Investitionspolitik mit dem Ziel größtmöglicher Effektivität. Wettbewerb ist das bestimmende Prinzip – auch für die Einkaufspolitik von Telekom. Das gewaltige Gesamtvolumen der Investitionen von Telekom – im Rahmen ihrer Infrastrukturverpflichtung vor allem in den neuen Bundesländern, aber auch im Zuge innovativer Investitionen in wettbewerbsfähige und marktnahe Kundenangebote – zwingt zu hoher Kostensensibilität: Telekom ist Europas größter Investor.

Rund 18 Milliarden Mark investierte Telekom seit der Wiedervereinigung für den Aufbau einer modernen Infrastruktur in den neuen Bundesländern, der kumuliert bis zum Jahr 1998 im Rahmen des Programms „Telekom 2000“ rund 60 Milliarden Mark erfordert. In den neuen Bundesländern liegen die Investitionen derzeit beim Dreifachen der Einnahmen. Hinzu kommen hohe Investitionen für die Modernisierung des Netzes in den alten Bundesländern.

Gesteigerte Kostensensibilität

Zur Steigerung der eigenen Wettbewerbsfähigkeit und als notwendige Voraussetzung, ihren Kunden attraktive Preise und Tarife anbieten zu können, verfolgen Vorstand und

Aufsichtsrat von Telekom den Kurs eines konsequenten Kostenmanagements, nicht zuletzt auch im Bereich der Investitionen. Etwa 50 Prozent der Gesamtkosten von Telekom sind Kapitalkosten, die auch durch die Einkaufspolitik beeinflusst werden.

Mit rund 28 Milliarden Mark (exklusive Mehrwertsteuer) erreichten die Investitionen von Telekom im Geschäftsjahr 1992 eine Rekordmarke. Im folgenden Jahr wird ein Niveau ähnlicher Größenordnung erreicht werden. Danach wird Telekom langsam beginnen, ihr Investitionsvolumen abzusenken.

Mengenwachstum birgt Kostensenkungspotential

Umgesetzt werden kann diese Strategie durch die in der zweiten Hälfte der Dekade zu erwartende Normalisierung der Investitionserfordernisse in den neuen Bundesländern. Darüber hinaus durch sinkende Beschaffungskosten aufgrund positiver Skaleneffekte infolge zunehmender grenzübergreifender Standardisierung und Normung und infolge größerer Nachfragemengen auf den globalen Telekommunikationsmärkten – wodurch sichergestellt ist, daß Telekom auch in Zukunft Dienste und Infrastruktur auf dem höchsten Stand der Technik realisiert.

Bei der Definition technischer Spezifikationen im internationalen Einkauf wird Telekom weitestgehend auf individuelle – und damit kostentreibende – Anforderungen verzichten und sich auf allgemein akzeptierte Standards stützen.

Möglich ist eine effektive Investitionssteuerung erst durch den Einsatz eines entsprechenden Instrumentariums:

- Kostentransparenz durch die Einführung der Buchführung nach kaufmännischen Prinzipien ab 1993,
- ein System für die Erfolgsrechnung,

- durchgehendes Controlling auf allen Unternehmensebenen und
- Einsatz der parametrischen Kostenschätzung.

Im Geschäftsjahr 1992 wurden diese Managementinstrumente weiter aufgebaut und verfeinert.

Auch personell und organisatorisch hat sich Telekom für die Internationalisierung ihres Einkaufs präpariert: Ein eigener Bereich befaßt sich ausschließlich mit der Analyse der ausländischen Märkte und wendet sich gegebenenfalls direkt an Produzenten. Ebenfalls werden die Auslands-töchter von Telekom verstärkt in diese Aufgabe eingebunden.

Going international

Im Gegensatz zu einigen Telefongesellschaften im Ausland stellt Telekom selbst kein Equipment her. Bewußt verzichtet Telekom auf eigene Produktionsstätten, um sich so auf das Kerngeschäft konzentrieren zu können.

Auf Basis des EG-Binnenmarktes wird sich das Potential des europäischen Telekommunikationsmarktes auf der Absatz- und Beschaffungsseite erheblich vergrößern – zum Vorteil von Telekom als auch der gesamten Telekommunikationsindustrie. Aktiv und offensiv unterstützt Telekom als Motor und Schrittmacher den Trend zur Europäisierung von Normen und Standards, von Netzen und Diensten, um so „Economies of Scale“ von europäischer Dimension zu verwirklichen.

Erstes Beispiel war die Entwicklung eines einheitlichen Standards (GSM) für den digitalen Mobilfunk, der bereits von 40 Netzbetreibern aus allen europäischen Staaten übernommen wurde und beste Chancen hat, sich als Weltstandard durchzusetzen. Weitere Dienste und Technologien entwickeln sich verstärkt europäisch: Euro-ISDN, Bildtelefon, breitbandige Übertragungsstandards (ATM) und internationale Transportinfrastrukturen für Dienste auf Glasfaserbasis (GEN).

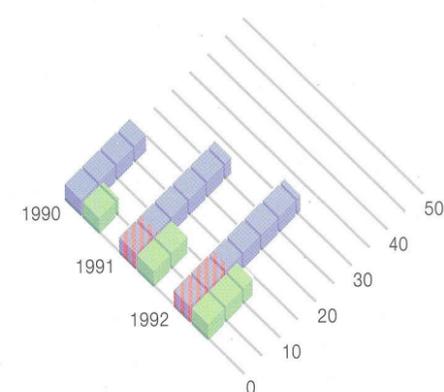
Wie jedes andere Unternehmen unterliegt auch Telekom dem betriebswirtschaftlichen Gebot, vorhandene – natürlicherweise knappe – personelle und finanzielle Ressourcen optimal einzusetzen. Dennoch ist Telekom sich ihrer Verantwortung als Europas größtem Telekommunikationsunternehmen und damit auch ihrer Verantwortung gegenüber der deutschen Industrie voll bewußt.

Der Standort Deutschland braucht eine eigene leistungsfähige und innovative Telekommunikationsindustrie, die in der Lage ist, im europäischen und globalen Konzert eine wichtige Rolle zu spielen. Zu diesem marktorientierten Innovationspotential leistet Telekom unmittelbar durch die finanzielle Beteiligung an und Kooperation in Forschungs- und Entwicklungs-Projekten der Industrie, privaten Instituten und Hochschulen einen gewichtigen Beitrag.

Besondere Anstrengungen in den neuen Bundesländern

Nicht zuletzt in den neuen Bundesländern ist Telekom ihrer besonderen Verantwortung für Wachstum und Beschäftigung gerecht geworden. Im Geschäftsjahr 1992 unternahm Telekom eine Fülle von Anstrengungen, um die Beteiligung ostdeutscher Firmen bei der Auftragsvergabe zu intensivieren. So informiert Telekom die örtlichen Industrie- und Handelskammern in den neuen Bundesländern, die Handwerkskammern, die Beratungsstellen und die Treuhandanstalt über anstehende Ausschreibungen. Hinzu kommen Ankündigungen über die Presse und die direkte Ansprache potentieller Anbieter. Gemeinsam mit Kammern und der Treuhandanstalt veranstaltet Telekom Seminare, in denen Details des Auftragprozederes und Kontakte zu Einkäufern vermittelt werden. 1992 konnten durch Telekom direkt und indirekt Aufträge an Firmen aus den neuen Bundesländern in Höhe von 5,9 Milliarden Mark vergeben werden. Damit ist Telekom auch größter Einzelinvestor in den neuen Bundesländern.

Investitionsentwicklung (in Mrd. DM)



■ Brutto-Sachinvestitionen inklusive Mehrwertsteuer	1990: 18,5*
■ davon in den neuen Bundesländern	1990: -
	1991: 5,5
	1992: 11,2
■ Netto-Sach- und Finanzinvestitionen ohne Mehrwertsteuer	1990: 5,6*
	1991: 10,0
	1992: 13,3

*nur alte Bundesländer

Günther Hemmerling, 57, Abteilungsleiter „Finanzen und Controlling“ im Fernmeldeamt 3 Köln: „Wichtig für den Erfolg unseres Unternehmens und der damit verbundenen Anerkennung durch den Kunden ist eine Verknüpfung von Marketingzielen und Finanzplänen, um Kundenwünsche innerhalb kürzester Zeit erfüllen zu können – immer unter der Voraussetzung, daß der Einsatz der Mittel langfristig rentabel ist.“





Der Kunde – Maß aller Dinge:
Orientierung der neuen
Organisation an seinen spezi-
fischen Wünschen.

Renate Özsoy, 31,
Sachbearbeiterin im
Bereich Öffentlich-
keitsarbeit im Fern-
meldeamt Augsburg:
„Der Kunde ist der
Schlüssel zum Er-
folg unseres Unter-
nehmens. Ohne ihn
kann kein Unterneh-
men überleben,
das im Wettbewerb
steht. Markt- und
Kundenorientierung
erfordern von
Telekom schnelle
Aktions- und Reak-
tionsfähigkeit.“



Definiertes Ziel: weniger Bürokratie, flachere Hierarchien, klare Kompetenzen.

Generaldirektion Telekom Vorstandsbereiche bis 31.12.92



**Vorstands-
vorsitzender**
Helmut Ricke

Strategie,
Forschung,
Internationales,
Presse, PR, CI



Vorstandsbereich 1:
Dipl.-Ing.
Gerd Tenzer

Netze,
Satelliten,
Logistik



Vorstandsbereich 2:
Dipl.-Ing.
Helmut Schön

Telefondienst,
Vermittlungstechnik



Vorstandsbereich 3:
Dipl.-Ing.
Klaus Hummel

Breitbandvertei-
dienst,
Rundfunk,
Mobilfunk



Vorstandsbereich 4:
Carl-Friedrich
Meißner

Datenmehrwert-
dienste



Vorstandsbereich 5:
Dipl.-Phys.
Dieter Gallist

Marketing, Vertrieb,
Telekom Service,
allgemeine
Geschäftsbedin-
gungen



Vorstandsbereich 6:
Horst Gellert

Organisation,
Informationstechnik



Vorstandsbereich 7:
Wilhelm Freundlieb

Personal,
Tarifrecht,
Soziales,
Recht



Vorstandsbereich 8:
Dr. Joachim Kröske

Controlling,
Finanzen,
Einkauf,
Liegenschaften,
Hochbau



Vorstandsbereich 9:
Dr. Wilhelm Pällmann

Stabsstelle Berlin
und neue
Bundesländer

Generaldirektion Telekom Vorstandsbereiche ab 1.1.93



**Vorstands-
vorsitzender**
Helmut Ricke

Unternehmenspolitik,
Strategie,
Internationale,
Angelegenheiten,
Ordnungspolitik,
Revision,
Presse, PR, HR, CI,
Bibliothek, Museen,
Organisation



Privatkunden:
Dipl.-Phys.
Dieter Gallist

Breitbandvertei-
dienste,
Marketing,
Endeinrichtungen



Geschäftskunden:
Horst Gellert

Transportorientierte
und anwendungs-
orientierte
Mehrwertdienste,
Vertrieb,
Geschäftsbedin-
gungen,
Telekom Service



Systemkunden:
Carl-Friedrich
Meißner

Betreuung System-
kunden,
Projekte und
Consulting



Mobilkommunikation:
Dipl.-Ing.
Klaus Hummel

Öffentlicher Mobilfunk,
Rundfunk



Technik Netze:
Dipl.-Ing.
Gerd Tenzer

Terrestrische Netze
und
Übertragungswege,
Satelliten und
internationale
Kabelsysteme,
Telefonnetz, ISDN,
Logistik



Technik Dienste:

Forschung und
Strategien,
Vermittlungstechnik,
Informationstechnik,
IV-Anwendungsent-
wicklung



Personal und Recht:
Wilhelm Freundlieb

Personal,
Arbeits-/Tarifrecht,
Sozialangelegen-
heiten,
Besoldung,
Berufliche Bildung,
Telekommunikations-
recht,
Führungspersonal,
Methoden der
Führung



**Finanzen und
Controlling:**
Dr. Joachim Kröske

Rechnungswesen
und Finanzen,
Controlling,
Betriebswirtschaft,
Einkauf,
Hochbau,
Liegenschaften,
Gebäude



**Projektmanagement
Aufbau Ost:**
Dr. Wilhelm Pällmann

Dienste,
Organisation,
Personal

Der erste Schritt zur Reorganisation von Telekom (Projekt „Telekom Kontakt“) wurde zu Beginn des Jahres 1993 verwirklicht. Danach wurden die vormals funktional orientierten Vorstandsbereiche divisional definiert: Neben den vier Vorständen für die Kundendivisionen (Privat-, Geschäfts-, Systemkunden und Mobilfunk) stehen die Service-Divisionen für Netz- und Diensttechnik sowie die Querschnittsbereiche Unternehmenspolitik/Strategie, Personal/Recht, Finanzen/Controlling und Aufbau Ost. Diese Abgrenzung erlaubt eine stärkere strategische Kunden- und Ergebnisorientierung. Die Generaldirektion wird künftig verantwortlich sein für die zentrale Unternehmensleitung; das operative Geschäft geht in die Verantwortung der Außenorganisation.

Den neuen Vorstandsbereichen wurden die bestehenden Geschäfts- und Fachbereiche zunächst ungeeilt zugeordnet. Nach diesem pragmatischen Auftakt werden Mitte 1993 alle technikkundenspezifischen Fachbereiche detailliert aufgeteilt. Sukzessive werden dann die Direktionen Telekom (ehemals Oberpostdirektionen) und Fernmeldeämter divisional strukturiert.

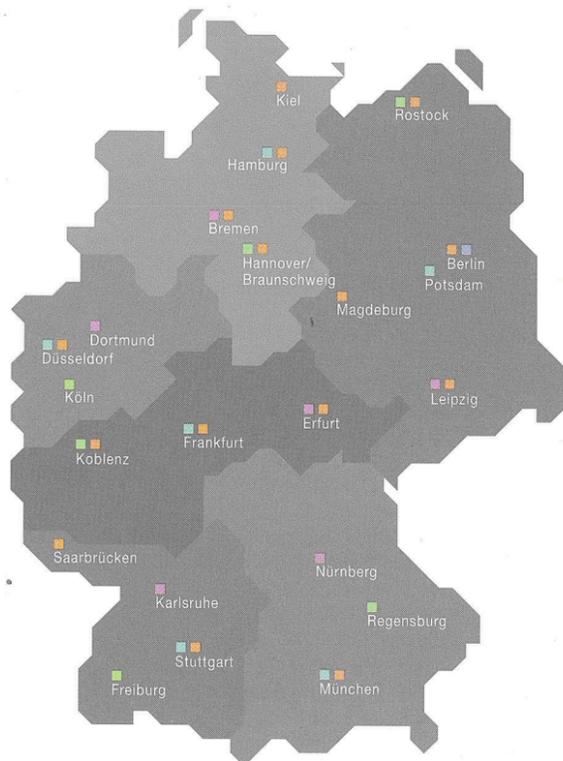
Neben den Direktionen gehören zu Telekom weiterhin folgende Zentrale Mittelbehörden (31.12.92): Das Forschungs- und Technologie-Zentrum (mit Sitz in Darmstadt und Berlin), die Telekom Fachhochschulen (Berlin, Dieburg, Leipzig), der Fachbereich Post und Telekommunikation der Fachhochschule des Bundes für öffentliche Verwaltung, das Zentralamt für Mobilfunk (Münster) und das Postmuseum (Berlin).

Gisela Pinckert, 38, Mitarbeiterin im Bereich Öffentlichkeitsarbeit des Fernmeldeamts 3, Hamburg: „Kundentreue bedeutet für mich, den Kunden mit seinen Wünschen und Problemen ernst zu nehmen. Den Satz ‚Dafür bin ich nicht zuständig‘ und endlose Weitervermittlung darf es nicht geben. Das Ziel ist einfach, daß der Kunde sich bei Telekom gut aufgehoben fühlt.“



Das Projekt „Telekom Kontakt“: die neue Organisation – maß- geschneidert auf den Kunden.

Die Standorte der Direktionen in den Regionen



■ Direktion Telekom (DT) für den Unternehmensbereich Privatkunden

■ DT für den Unternehmensbereich Geschäftskunden

■ DT für den Unternehmensbereich Technik Netze

■ Telekom Direktion

■ Telekom Direktion, zugleich Hauptstadt-Repräsentanz

September 1992. Der Vorstand stellt den Telekom Mitarbeitern und der Öffentlichkeit das Projekt „Telekom Kontakt“ vor, das einen weiteren wesentlichen Schritt in der Entwicklung von der Behörde zu einem marktorientierten Unternehmen markiert. Der einprägsame Titel – ein Kürzel für das Leitthema „Kompetenz und neueste Technologien als Angebot an die Kunden von Telekom“ – steht für ein abgestimmtes Paket von Maßnahmen und Aktionen, mit dem ein grundlegendes Ziel verfolgt wird: das Unternehmen von innen heraus fit zu machen für den wachsenden Wettbewerb auf den Telekommunikationsmärkten.

Dieses Reorganisationsprogramm ist erforderlich – und zwar völlig unabhängig von der politischen Diskussion über den Status von Telekom und deren künftiger Rechtsform. Im Geschäftsjahr 1992 wurden die Analysen des Vorjahres weiter vertieft, und das mit dem Projekt „Telekom Kontakt“ betraute Team entwickelte die Strukturpläne so weit, daß die Umsetzungsphase für den ersten Teilschritt auf den Beginn des Jahres 1993 terminiert werden konnte. Bereits im letzten Drittel des Geschäftsjahres liefen die Arbeiten für den Feinschnitt der einzelnen Organisationsbereiche auf Hochtouren.

Eine Organisation für die Zukunft
Im Zentrum des Projektes Telekom Kontakt steht eine umfassende Neustrukturierung der internen Organisation des Unternehmens. Kundenorientierung und Divisionalisierung sind die Grundprinzipien der neuen Organisation.

Die Gründe für die Neustrukturierung leuchten ein: Zwar war die alte Post-Organisation gut geeignet, unter den bisherigen Bedingungen ihren grundgesetzlichen Auftrag, die Aufrechterhaltung der Grundversorgung, zu erfüllen. Doch Märkte, Technologien und Kundenbedürfnisse haben sich während der vergangenen Dekade rasant – und vor allem global – weiterentwickelt und

differenziert. Eine intensive Analyse, die nicht nur das Unternehmen Telekom und deren direktes Marktumfeld, sondern auch die Strukturen anderer deutscher Konzerne sowie die Entwicklungen der großen internationalen Telefongesellschaften auf ihrem Weg vom Monopol in den Wettbewerb untersuchte, hat ergeben: Mit der bisherigen Struktur wäre Telekom nur unzureichend gerüstet, um in zunehmend liberalisierten Märkten ihre Position erfolgreich behaupten zu können.

Im Mittelpunkt: der Kunde

Telekom will das Fundament schaffen für eine erfolgreiche Zukunft des Unternehmens, für ein starkes Umsatzwachstum und eine führende Marktposition, für Beschäftigung und Arbeitsplätze und nicht zuletzt auch für eine moderne Telekommunikationsinfrastruktur, die den Standort Deutschland sichert. Dazu wird Telekom ihre neue Organisation an dem wichtigsten Grundsatz modernen Managements orientieren: Alle betrieblichen Aktivitäten müssen auf den Kunden ausgerichtet sein. Die Philosophie: Telekom muß schneller und flexibler werden, bürokratische Fesseln und zentralistische Strukturen abstreifen. Das Ziel ist, dezentrale, erfolgs- und ergebnisverantwortliche Einheiten zu schaffen und den Mitarbeitern mehr Freiräume zu eröffnen.

Voraussetzungen für mehr Kundennähe

Im Sinne von Wettbewerbsfähigkeit und Zukunftssicherheit muß Telekom die Weichen neu stellen: in Richtung größerer Produktivität und Effizienz und mehr Kundennähe. Mit der neuen Organisationsstruktur werden die notwendigen Voraussetzungen geschaffen.

Das sind die wichtigsten Eckpunkte:

- Einrichtung einer durchgängigen Linienorganisation mit marktorientierten, wettbewerbsfähigen Strukturen
- Marktorientierte und betriebswirtschaftliche Ausrichtung der Mitarbeiter



- Schaffung unternehmerischer Verantwortung mit dezentraler Entscheidungskompetenz auf der Basis von Rahmenvorgaben
- Befriedigung zunehmend differenzierter und komplexer Kundenbedürfnisse mit maßgeschneiderten Dienstleistungsangeboten
- Sicherung hoher wirtschaftlicher Ergebnisse

Neue Strukturen vom Vorstand bis zum Amt

In der „neuen“ Telekom wird es unternehmerisch eigenverantwortliche Bereiche geben, die mit allen wesentlichen Mitteln und Kompetenzen ausgestattet sind, die sie für eine erfolgreiche Geschäftstätigkeit benötigen. Dazu wird das Unternehmen in Kunden-, Technik- und Querschnittsbereiche gegliedert. Vier Kundenbereiche agieren im Markt und stehen in direktem Kontakt zum Kunden: die Bereiche Privatkunden, Geschäftskunden, Systemkunden und Mobilfunk. Der gesamte Mobilfunkbereich wird – gemäß Beschluß des Aufsichtsrates von Telekom im März 1993 – aufgrund der speziellen Anforderungen in diesem ganz besonders dynamischen Wettbewerbssegment im Laufe des Jahres 1993 auf eine eigenständige Tochtergesellschaft, die Deutsche

Telekom Mobilfunk GmbH (DeTeMobil) mit Sitz in Bonn, überführt.

Für die Bereitstellung einer leistungsfähigen Infrastruktur sowie die Entwicklung innovativer Technologien und modernster Dienste werden die beiden Bereiche Technik Netze und Technik Dienste verantwortlich sein.

Alle Funktionen, die für die Steuerung des Gesamtunternehmens notwendig sind oder die aufgrund gesetzlicher Vorschriften oder zur Nutzung von Größenvorteilen bereichsübergreifend genutzt werden müssen, werden von den Querschnittsbereichen wahrgenommen. Hierzu gehören neben dem Bereich des Vorstandsvorsitzenden die Bereiche Personal/Recht, Finanzen/Controlling/Einkauf sowie das Projektmanagement Aufbau Ost. Diese neue Struktur wird Zug um Zug auf allen Ebenen des Unternehmens abgebildet – von der Vorstandsetage bis zum „Fernmeldeamt“, das im Zuge der Reorganisation in „Telekom Niederlassung“ umbenannt wird. Die Kundenbereiche sowie der Bereich Technik Netze werden über eine eigene flächendeckende Außenorganisation verfügen. Dies führt zu einer Aufgabenspezialisierung der „Oberpost-

direktionen“ alten Zuschnitts, die ab Januar 1993 „Direktionen“ heißen. Wie bisher wird die Generaldirektion in Bonn als Hauptverwaltung die Gesamtleitung der Unternehmenszentral wahrnehmen. Den Einheiten der Außenorganisation werden dagegen im Sinne dezentralen Managements mehr Kompetenzen als bisher zuerkannt, und sie werden für das Erreichen der gesteckten Umsatz- und Ergebnisziele verantwortlich sein.

Reform mit Augenmaß

Ergebnis dieser Reorganisation wird keinesfalls ein „Rückzug aus der Fläche“ zu Lasten unserer Kunden in dünner besiedelten Gebieten sein. Im Gegenteil werden Servicequalität und Kundennähe durch klar strukturierte Handlungs- und Weisungsstränge, flachere Hierarchien, Abbau kostspieliger Bürokratie wachsen.

Auch die unmittelbaren negativen Auswirkungen von Telekom Kontakt auf unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind relativ gering. Viele werden zwar neue Aufgabenbereiche bekommen und sich an andere Abläufe gewöhnen müssen. Nur rund zwei Prozent aller Beschäftigten aber werden in den nächsten Jahren beispielsweise – unter Umständen – einen Umzug in Kauf nehmen müssen. Außerdem: Natürlich wird die neue Organisation nicht über Nacht eingeführt, sondern vielmehr in einem mehrjährigen Prozeß realisiert.

Am Anfang steht zunächst die Neugliederung der Vorstandsbereiche in der Generaldirektion. Erster wesentlicher Schritt in der Praxis ist die Implementierung der „Startorganisation“ zum 1. Januar 1993.

Barbara Lange, 28, Unterabteilungsleiterin im Bereich Finanzen des Fernmeldeamtes Lübeck: „Der Kunde muß im Mittelpunkt stehen und Auslöser allen unternehmerischen Handelns sein. Die geplante Divisionalisierung trägt dazu bei, unsere unterschiedlichen Kunden individuell – entsprechend ihrer speziellen Bedürfnisse – aus unserer Angebotspalette zu bedienen. Alle Vermarktungsaktivitäten müssen am konkreten Bedarf verschiedener Kundengruppen ausgerichtet sein.“



Reorganisation im Inneren – neuer Auftritt nach außen: Funktional und modern gestaltet, sind die Telekom Läden eine der wichtigsten Schnittstellen zum Kunden.

Geschäftsbereich Privatkunden: Marktnähe als Schlüssel zum Erfolg.

„Telefonieren“, sagt Else Schmelzer, 80, „ist für mich ein Grundbedürfnis.“ Für die Bewohnerin des Altenheims „Fliedner“ in Siegen ist das Telefon ein wichtiges Instrument, um die Verbindung zur Außenwelt aufrechtzuerhalten. Else Schmelzer ist eine von rund 30 Millionen Privatkunden, für die Telekom flächendeckend eine moderne Basisinfrastruktur zur Verfügung stellt. Die vorrangige unternehmerische Aufgabe dabei: stetige Steigerung von Produktivität und Effizienz, um dauerhaft möglichst günstige Tarife und Preise realisieren zu können.

Im Rahmen von „Telekom Kontakt“ wird die Organisation des Unternehmens insbesondere auch auf die Anforderungen dieser größten Zielgruppe von Telekom zugeschnitten: Ab 1993 richtet Telekom dazu eine eigenständige Division „Privatkunden“ ein, wozu im Geschäftsjahr 1992 die ersten planerischen Schritte eingeleitet wurden.

Der Unternehmensbereich Privatkunden ist das umsatzstärkste Marktsegment von Telekom: Im Geschäftsjahr 1992 entfielen darauf – im Telefondienst und im Endgerätebereich – über 24 Milliarden Mark, was einem Anteil von rund 50 Prozent am Gesamtumsatz entspricht.

Endgerätebereich unter Preisdruck

Prägend für das Geschäftsjahr 1992 war vor allem die dynamische Marktentwicklung im Endgerätebereich, in dem Telekom rund 1,8 Milliarden Mark Umsatz realisierte. Bei den Endgeräten verschärfte sich der Druck auf Preise und Erträge – ein Trend, der aufgrund zunehmenden Wettbewerbs und nicht zuletzt unter dem Einfluß der schwächeren Konjunktur anhält. Trotz Liberalisierung und Ausweitung der Wettbewerbsbereiche konnte Telekom ihre Marktanteile weitgehend halten und die Position des Marktführers mit einem Anteil von 70 Prozent im Privatkundengeschäft stabilisieren. Weiterhin jedoch steht Telekom auf dem liberalisierten Endgerätemarkt vor großen Herausforderungen.



- Wachsende Produktvielfalt geht einher mit sinkenden Preisen. Zunehmend orientiert sich die Nachfrage an höherwertigen Geräten mit mehr Leistung und höherem Komfort. Derzeit konzipiert Telekom in diese Richtung klare Sortimentsfamilien mit durchgängigen Designmarken.
- Während das Mietgeschäft schrumpft, wächst der Anteil der Kaufgeräte am Gesamtumsatz um jährlich zwischen fünf und sieben Prozent. Größere Flexibilität und kundenindividuellere Servicepakete werden die Attraktivität des Endgeräte-Angebots weiter steigern.
- Die Bedeutung von Warenhäusern, Verbrauchermärkten und Elektrofachhändlern als Vertriebskanal hat seit der Liberalisierung des Endgerätemarktes sprunghaft zugenommen – hier hat die Telekom keine gewachsenen Geschäftsbeziehungen. Mit um so größerer Aufmerksamkeit verfolgt sie diese Entwicklung. Dabei ist Telekom nicht mehr ausschließ-

lich auf einen eigenen Vertrieb fixiert: Der D1-Mobilfunk von Telekom wird bereits über Service Provider und Fachhändler vertrieben. Allein der Elektrofachhandel verfügt über 3500 D1-Verkaufsstellen.

Wachsende Kundenzufriedenheit

Das Endgerätegeschäft – an der Schnittstelle zwischen Netz und Kunden – hat für Telekom eine langfristige Bedeutung. Von strategischem Vorteil ist dabei das Komplettangebot: Endgerät, Dienst und Service aus einer Hand und aufeinander abgestimmt – eben Full Service.

Unter wachsendem Wettbewerbsdruck kommt dem Kundendienst immer größere Bedeutung zu, weshalb sich der After-Sales-Service von Telekom verstärkt auch auf Privatkunden ausrichtet. Bereits im Vorgriff auf die neue Organisation entwickelte Telekom im Jahr 1992 ein intensives Zielgruppen-Marketing, und entsprechend begann sich



auch die Vertriebs- und Serviceorganisation von Telekom neu zu formieren.

Ergebnis: Die Einrichtungszeiten werden kürzer, die Entstörung läuft schneller und reibungsloser ab, die Beratungsqualität und Kundenzufriedenheit in den Vertriebsstellen verbessert sich. Umfragen belegen: Der Grad der Zufriedenheit der Privatkunden wächst. 69 Prozent der im Geschäftsjahr 1992 befragten Haushalte in den alten Bundesländern – neun Prozent mehr als ein Jahr zuvor – äußerten sich „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“ mit den Leistungen von Telekom. In den neuen Bundesländern liegen die vergleichbaren Werte noch deutlich zurück – bedingt allerdings durch den noch nicht abgeschlossenen Aufbau der Telekommunikations-Infrastruktur.

Telekom Läden – Schnittstelle zum Kunden

Weiterer wichtiger Aktivposten sind die 290 Telekom Läden, die sukzessive auf das neue Telekom Design umgestellt werden. Die flächendeckende Filialkette und die 113 Fernmeldeämter mit Kundendienst sind die wichtigsten Schnittstellen von Telekom zu den Privatkunden. Im Geschäftsjahr 1992 erweiterte Telekom das Sortiment ihrer Läden um Produkte für kleine Betriebe, Selbständige und Freiberufler.

„Telekom Direkt“ – die intelligente Anlaufstelle

Mehr Kundenorientierung durch „Telekom Direkt“: Wer die intelligente Nummer von Telekom „0 11 13“ anruft, gelangt auf kurzem Weg zum kompetenten Ansprechpartner bei der nächstgelegenen Telekom Niederlassung. Telekom Direkt nimmt zwischen 8 und 20 Uhr Fragen, Wünsche und Kritik entgegen und sorgt für prompte Erledigung. Motto: „Rückruf geht vor Weiterleiten.“ Nach erfolgreichem Test in

den alten Bundesländern wurde der neue Service 1992 von Telekom dort eingeführt. Die in den neuen Bundesländern ebenfalls tätigen Telekom Direkt-Teams werden Anfang 1994 unter „0 11 13“, statt wie bisher unter verschiedenen Rufnummern, zu erreichen sein.

Versandgeschäft mit hohem Zuwachs

Der Telekom Versand ist ein neuer flächendeckend ergänzender Vertriebsweg. Positiv die Bilanz 1992: Mit rund 49 Millionen Mark lag der Umsatz im Geschäftsjahr 1992 um etwa 70 Prozent über dem Vorjahresergebnis. Neben dem Kauf per Bestellkarte aus dem Katalog können die Kunden im Telekom Versand auch telefonisch unter der kostenlosen Service-Nummer 0130/0191 Kontakt aufnehmen und bestellen. Zunehmend auch die Order per Telefax zum Nulltarif – unter „0130-800104“ – und per Btx – unter *20000333# –, wo auch Produktinformationen abgerufen werden können.

Gabriele Thormann, 40, Mitarbeiterin in der Fernsprechauskunft im Fernmeldeamt Trier: „Bei mir rufen die Kunden an, wenn sie Schwierigkeiten haben. Da gilt es um so mehr, zuhören zu können, ihre Probleme zu erkennen und ihnen dann den richtigen Ansprechpartner zu vermitteln. Ziel jedes Gesprächs ist für mich, Zufriedenheit zu erzeugen, die ihn als Kunden erhält oder vielleicht sogar als neuen Kunden gewinnen läßt.“



Für Else Schmelzer ist das Telefon eine wichtige Verbindung zur Außenwelt. Freunde und Verwandte kommen gern zu Besuch – ein Anruf genügt.

Professionelle Telekommunikation: Für Telekom Geschäftskunden – Lösungen nach Maß.

In kaum einem Wirtschaftszweig sind schnelle Informationen und eine reibungslose Kommunikation von so großer Bedeutung wie in der Medienbranche. Für Zeitungen und Magazine hat die Aktualität ihres Produktes „Nachricht“ – lokal, regional, national und weltweit – direkten Einfluß auf das Geschäftsergebnis. Weil für sie die Verfügbarkeit leistungsfähiger Telekommunikationsnetze und -dienste oberste Priorität hat, zählen die Tageszeitungsverlage zu den anspruchsvollsten Geschäftskunden von Telekom.

Zum Beispiel der Mittelrhein-Verlag in Koblenz. Mit seinem Redaktionssystem „cicero“ hat das innovative Verlagshaus, in dem die Rhein-Zeitung erscheint, neue Maßstäbe bei der computergestützten Herstellung von Tageszeitungen gesetzt. Das selbstentwickelte System integriert sämtliche Bereiche der Druckvorstufe.

Wesentlich erweitert wird die Leistungsstärke von cicero durch das Zusammenspiel mit moderner Telekommunikation, präziser: mit dem digitalen Telekommunikationsnetz ISDN. In enger Kooperation mit den Experten von Telekom haben die Computerspezialisten aus Koblenz einen Kommunikationsverbund mit den 23 Außenredaktionen der Rhein-Zeitung geknüpft.

Große geographische Entfernungen zwischen den Arbeitsplätzen in den Geschäftsstellen und in den Lokalredaktionen sind mit cicero und ISDN kein Problem mehr. Der Verlag erzielt mit dem Einsatz von ISDN entscheidende Wettbewerbsvorteile durch eine größere Flexibilität, die es erlaubt, auch kurzfristig über einen sicheren und schnellen Übertragungsweg große Datenmengen in den innerbetrieblichen Arbeitsprozeß aufzunehmen.

Wachsende Anforderungen an Kompetenz und Know-how
Geschäftskunden verlangen von Telekom solche maßgeschneiderten Anwendungen – zunehmend. Daraus resultiert eine besondere Her-



ausforderung an Kompetenz, Know-how und Verantwortung von Telekom. Antwort auf diese Entwicklung ist die neue Organisationsstruktur von Telekom.

Im Zentrum dieser neuen Struktur stehen die im Geschäftsjahr 1992 beschlossenen, unternehmerisch eigenverantwortlichen und kundenbezogenen Bereiche, darunter die Division „Geschäftskunden“. Diese werden sich im Laufe des Jahres 1993 konstituieren und mit einem detaillierten Verständnis der Bedürfnisse ihrer Kunden differenzierte Leistungen zur Verfügung stellen.

Die Groß- und Geschäftskunden sind der Motor für das Wachstum des Gesamtmarktes. Telekom zählt etwa 1,2 Millionen Kunden zu diesem Segment. 1992 hatten sie einen Anteil von rund 40 Prozent am Geschäftserfolg von Telekom. Dieser Anteil wächst mit jährlich etwa 12 Prozent. Dabei ist das Spektrum der Geschäftskunden breitgefächert und deren Bedürf-

nisse sind sehr anspruchsvoll. Entsprechend vielfältig sind die Telekommunikationslösungen von Telekom. Vom größeren Handwerksbetrieb bis zum Industriekonzern, vom Architektenbüro bis zum Dienstleistungsriesen reicht die Palette der professionellen Nutzer der Netze, Dienste und Endgeräte von Telekom.

Forcierter Ausbau des Telekom Service

Geschäftskunden fordern eine umfassende Beratung. Erster Schritt jeder Beratung: im engen Dialog eine möglichst genaue Analyse über den Telekommunikationsbedarf zu erstellen. Danach kann der Ansprechpartner des Geschäftskundenvertriebs von Telekom eine individuell optimale Telekommunikationslösung finden, von der TK-Anlage bis hin zu komplexeren Anwendungen.

Die intensive Kundenbetreuung setzt sich weiter fort im After-Sales-Service: Parallel zur – für das Jahr 1993 geplanten – kundenbezogenen Divisionalisierung hat Telekom



im Geschäftsjahr 1992 bereits die neue Organisation des Telekom Service forciert ausgebaut und mit Blick auf die Anforderungen des Geschäftskundensegments qualifiziert. Auch der Telekom Service wird entsprechend der Divisionen auf die unterschiedlichen Bedürfnisse und Anforderungen maßgeschneidert.

Je komplexer und verzweigter das innerbetriebliche Kommunikationsnetz ist, um so enger müssen die Ideen und Pläne des Geschäftskunden und das Know-how von Telekom verbunden werden. Durch die Vernetzung von TK-Anlagen via Datenleitung oder ISDN-Festverbindungen können dezentral operierende Unternehmen zu einer Telekommunikationseinheit zusammengeführt werden. Zusätzliche Leistungsmerkmale auf Basis der Digitaltechnologie schaffen „Mehrwert“, beispielsweise automatischer „Rückruf“ bei besetzt oder durch Anrufweiterleitung.

Telekommunikation weckt Rationalisierungspotentiale

Telekom offeriert eine breite Palette von TK-Anlagen. Mit dem Kauf oder der Anmietung einer ISDN-Anlage entschließen sich immer mehr Kunden zum Einstieg in die digitale Telekommunikation. ISDN wächst damit in die Rolle des „Nervensystems der Wirtschaft“. Die Zahl der ISDN-Anschlüsse stieg 1992 um fast 140 Prozent.

Wie bereits im Geschäftsjahr 1991 ging auch 1992 die Zahl der Teilnehmer im Telefax-Dienst weiter steil nach oben. Zum Jahresende hatten knapp 1,2 Millionen Telekom Kunden einen Fax-Anschluß. Das umfangreiche Geräteprogramm von Telekom ist auf die Anforderungen professioneller Anwender ausgelegt. 1992 etablierte sich Telekom bei den Fernkopierern als Marktführer.

Effizientere geschäftliche Kommunikation schaffen auch anwendungsorientierte Mehrwertdienste.

Beispielsweise Telefax400. Dieser Dienst, den Telekom im Oktober 1992 in Betrieb nahm, ist besonders für Unternehmen mit einem hohen Telefax-Aufkommen interessant. Telefax400 ist die automatisierte Verteilung von Telefax-Rundsendungen.

Auch die Bürokommunikation birgt erhebliche Rationalisierungspotentiale. Im Mittelpunkt steht der Personal Computer, der in naher Zukunft zum multifunktionalen Telekommunikationsterminal avanciert. Mit Hilfe des Telebox400-Dienstes können beispielsweise Daten von PC zu PC bequem und schnell über das öffentliche Telefonnetz ausgetauscht werden. Mit der Telebox steht dem geschäftlichen Anwender ein elektronisches Postfachsystem zur Verfügung, über das er Bestellungen, Lieferscheine, Mitteilungen oder andere Dokumente papierlos versenden und empfangen kann.

Horst Peschke, 57, Teamleiter im Geschäftskundenvertrieb des Fernmeldeamtes Frankfurt/Oder: „Individuelle Lösungsvorschläge statt bloßer Auftragsbearbeitung. Das ist, ganz einfach gesagt, Kundentreue.“



Der Mittelrhein-Verlag in Koblenz gehört zu den anspruchsvollsten Geschäftskunden von Telekom. Ein ausgefeiltes Kommunikationssystem auf ISDN-Basis verknüpft die Zentrale mit zahlreichen Außenstellen.

Ausgefeilte Konzepte für die Telekommunikation: individuelle Betreuung bei der Realisierung komplexer betrieblicher Kommunikationslösungen.

Leistungsfähige und zuverlässige Telekommunikationsverbindungen spielen bei der Essener Karstadt AG eine zentrale Rolle. Der Grund: Für die effiziente Steuerung des dezentral organisierten Großunternehmens, seiner Filialen und Tochterbetriebe ist ein reibungsloser Informationsfluß unerlässlich. So basieren unter anderem die Warenwirtschaftssysteme ganz wesentlich auf einer ausgeklügelten Informationslogistik. Rascher Zugriff auf Absatz- und Bestandszahlen – tagtäglich eine gewaltige Datenflut – sind eine wesentliche Grundlage für die Planungen des Wareneinkaufs.

Auch im Kundenkontakt setzt Karstadt auf moderne Telekommunikationsinstrumente: So können Kunden der zur Karstadt-Gruppe gehörenden Neckermann Versand AG ihre Bestellungen auch an Sonn- und Feiertagen telefonisch aufgeben.

Über Hochgeschwindigkeitsdatenleitungen von Telekom sind außerdem die Reisebüros der ebenfalls zur Unternehmensgruppe zählenden NUR Touristic GmbH an ein zentrales Auskunfts-, Buchungs- und Reservierungssystem angeschlossen. Mit bundesweit etwa 1900 Anschlußpunkten zählt das Karstadt-Netz zu den größten Firmennetzen.

Individuelles „Design“ für individuelle Kunden

Das Karstadt-Netz ist ein sogenanntes „Telekom Designed Network“ (TDN) – ein individuelles Telekommunikationspaket, maßgeschneidert für den jeweiligen Kunden aus unterschiedlichen Netzen, Diensten, Dienstleistungen (dazu zählt auch das gesamte Netzmanagement) und Technikkomponenten. Das „Telekom Designed Network“ ist weniger als ein Produkt im herkömmlichen Sinne zu verstehen, sondern vielmehr als eine eigene Angebotsphilosophie. Damit erfüllt Telekom die komplexen Anforderungen einer speziellen Kundengruppe – vornehmlich großer Unternehmen – nach differenzierten Systemlösungen für die Telekommunikation.



Um diese Kundengruppe ist auf dem globalen Telekommunikationsmarkt ein heftiger Wettbewerb entbrannt. Systemkunden generieren weltweit einen erheblichen Umsatzanteil der Netzbetreiber. In den meisten Fällen handelt es sich bei diesen Kunden um international operierende Unternehmen, deren Kommunikationsbedarf sich nicht auf nationales Territorium beschränkt. Vielmehr fordern sie von ihrem Telekommunikations-Dienstleister grenzüberschreitende Betreuung. Entsprechend ihrer internationalen Ausrichtung orientieren sich die Systemkunden bei der Auswahl dieses Dienstleisters am Angebot auf dem weltweiten Telekommunikationsmarkt.

Harter internationaler Wettbewerb

Verschärft wird der Wettbewerb um die Systemkunden durch den Trend der Ausgliederung bislang in eigener Regie betriebener Firmennetze. Das „Outsourcing“ der Kommunikationsnetze an spezialisierte Dienstleister schafft diesen Unternehmen

die Möglichkeit, sich auf ihr Kerngeschäft zu konzentrieren. Darüber hinaus lassen sich so in der Regel erhebliche Kosteneinsparungen erzielen.

Telekom hat diese Entwicklungen schon sehr früh erkannt und die notwendigen Schritte eingeleitet, um auf die wachsenden Anforderungen der Kunden flexibel reagieren zu können. Mit dem Unternehmensbereich Systemkunden wird im Laufe des Jahres 1993 eine eigene Unternehmenseinheit geschaffen, die die Betreuung dieser für Telekom sehr wichtigen Kundengruppe bündelt. Mit diesem Schritt wird Telekom das erworbene Know-how mit der Schlagkraft einer flexiblen, homogenen Einheit vereinen.

Telekom beschreitet neue Wege der Kooperation

Der Unternehmensbereich Systemkunden operiert als „Vollsortimenter“. Das heißt, bei Bedarf wird die Palette der Telekom Produkte auch um Komponenten anderer Service-



anbieter oder Hersteller erweitert. Die Angebote für die Systemkunden beschränken sich demnach nicht auf die Vermarktung der Netze, Dienste und Endgeräte von Telekom.

Die internationalen Geschäftsaktivitäten vieler Systemkunden und der daraus resultierende Bedarf an weltweit gespannten Corporate Networks machen es darüber hinaus zwingend notwendig, daß der Unternehmensbereich Systemkunden international agiert.

Eine wichtige Rolle spielen dabei grenzüberschreitende Kooperationen, wie sie Telekom beispielsweise mit der Beteiligung an der Infonet Services Corporation, die ein weltweites Telekommunikationsnetz betreibt, eingegangen ist. An der deutschen Tochtergesellschaft hält Telekom mit 80 Prozent die Mehrheit. Mit der Gründung der EUNETCOM hat sich Telekom ein zusätzliches Standbein im harten Ringen um die wichtigen Großkunden geschaffen. Dieses gegen Ende des

Geschäftsjahres 1992 beschlossene Joint-venture mit France Télécom bietet Transportdienste internationalen Zuschnitts auf der Basis europäischer und weltweiter Sprach- und Datennetze an.

Eine wichtige Rolle bei der Erschließung des Marktes für anwendungsorientierte Telekommunikationsdienstleistungen spielt daneben die EUCOM GmbH, ein weiteres Joint-venture von Telekom und France Télécom. Während Telekom den Systemkunden über Infonet und EUNETCOM vorwiegend Netzwerkdienstleistungen anbietet, beteiligt sich EUCOM an Unternehmen, die für kommunikationsintensive Wirtschaftszweige Mehrwertdienste entwickeln und vermarkten. Ein Beispiel dafür ist die im Geschäftsjahr 1992 gegründete EURO-LOG B.V. in Amsterdam, die ein umfassendes Mehrwertdienst-Angebot für europaweite Logistik vermarkten wird.

Telekom folgt überdies den Anforderungen der Systemkunden nach

zunehmend internationalen Dienstleistungen durch eine Fülle weiterer Angebote: Von der Beratung und Realisierung globaler „Corporate Networks“ bis hin zu „One-Stop-Shopping“ und „Single-End-Billing“ kann sich der Systemkunde auf einen einzigen Ansprechpartner, nämlich Telekom, stützen.

Bianca Martin, 22, Mitarbeiterin der telefonischen Kundenberatung im Privatkundenvertrieb des Fernmeldeamtes Würzburg: „Der Kunde ist die wichtigste Person. Er bringt uns Wünsche und unsere Aufgabe ist es, diese Wünsche wirtschaftlich für beide Seiten zufriedenzustellen. Man muß den Kunden einfach nur so behandeln, wie man selbst behandelt werden möchte. Jedes Gespräch ist imagebildend für Telekom.“



Lagebesprechung beim Systemkunden Karstadt. In enger Zusammenarbeit mit dem Kunden knüpfen Telekom Experten ein maßgeschneidertes Kommunikationsnetz für die Daten- und Sprachübermittlung.

Mobilkommunikation im Aufwind: einer der dynamischsten Märkte schlechthin.

Rudi Wiedmann ist viel unterwegs. 50 000 Kilometer pro Jahr auf Deutschlands Autobahnen. „Weil ich ständig und rasch Entscheidungen treffen muß“, sagt der Chef eines mittelständischen Bauelementehandels in Bonn, „ist es für mich ein Riesenvorteil, immer und überall erreichbar zu sein.“ Selbst flächendeckend in den neuen Bundesländern ist Wiedmann über sein C-Netz-Mobiltelefon stets mit seinem Büro verbunden und kann so seinen Betrieb mit einem knappen Dutzend Mitarbeitern koordinieren. „Demnächst“, sagt Wiedmann, „steige ich auf das D1-Netz um.“

Organisatorische Voraussetzung für Markterfolg

Mobile Kommunikation wird zu einem immer wichtigeren Faktor der Wettbewerbsfähigkeit. Weltweit ist der Mobilfunkmarkt selbst inzwischen einer der wettbewerbsintensivsten Märkte der Telekommunikation. Zugleich ist dies ein sehr spezifisches Kundensegment mit individuellen Anforderungen. Aus diesen Gründen haben Vorstand und Aufsichtsrat von Telekom im Geschäftsjahr 1992 im Grundsatz beschlossen, diesen Bereich im Rahmen des Reorganisationsprojektes „Telekom Kontakt“ in einer eigenen Division zu bündeln. In einem weiteren Schritt, beschlossen im März 1993, wird der gesamte Telekom Bereich Mobilfunk im Laufe des Jahres 1993 in eine eigene Tochter, die „Deutsche Telekom Mobilfunk GmbH“ (DeTeMobil), ausgegliedert. So sollen Marktnähe und Flexibilität in allen unternehmerischen Belangen erhöht werden. Die DeTeMobil bleibt jedoch integraler Bestandteil von Telekom.

Im C- und D-Netz von Telekom auf Geschäftsreise stets erreichbar: Unternehmer Rudi Wiedmann aus Bonn ist viel unterwegs. Auch in den neuen Bundesländern stehen die Mobilfunknetze bereits nahezu flächendeckend zur Verfügung.

In allen Mobilfunkdiensten erzielte Telekom im Geschäftsjahr 1992 – mit einem Gesamtumsatz in Höhe von 2,1 Milliarden Mark – ein außerordentlich starkes Wachstum. Dieser Trend hält unvermindert an: Für 1994 rechnet Telekom mit einem Umsatz von 3,5 Milliarden Mark und im Jahr 2000 mit acht Milliarden Mark Umsatz. Damit wird der prognostizierte Mobilfunkanteil am



Telekom Umsatz von vier Prozent im Jahr 1992 auf zehn Prozent gegen Ende des Jahrzehnts steigen.

D1 erfolgreich gestartet

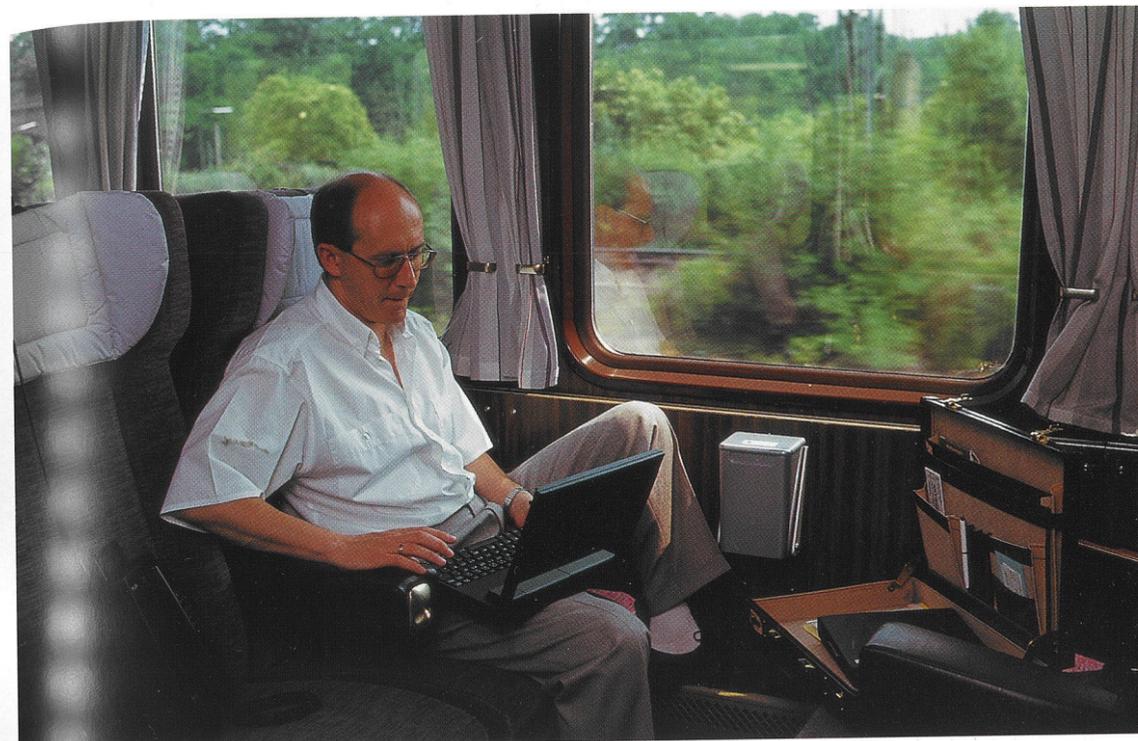
Mitte des Jahres 1992 startete Telekom – mit dem Startschuß für das D1-Netz – in das neue Zeitalter der digitalen Mobilkommunikation. Bereits am Jahresende sicherten rund 1000 Sende- und Empfangsstationen die Versorgung von 60 Prozent der Bundesrepublik in der Fläche und 80 Prozent der Bevölkerung. Ende 1992 zählte – nach weniger als sechs Monaten Regelbetrieb – das D1-Netz von Telekom rund 80 000 Teilnehmer.

Grenzenlose Kommunikation war von Beginn an die Zielvorgabe für D1. Dank des ganz wesentlich von Telekom vorangetriebenen paneuropäischen GSM-Standards ist – unter dem Einsatz von Mikrochip-Technologie – die internationale Nutzung (International Roaming) möglich. Planmäßig wurde der internationale Netzbetrieb bis Ende

1992 aufgebaut. Bis Ende März 1993 waren Roaming-Abkommen mit Belgien, Dänemark, Finnland, Großbritannien, Italien, Luxemburg, den Niederlanden, Norwegen, Schweden und der Schweiz geschlossen.

D1 setzt nicht nur neue Maßstäbe in der Übertragungsqualität, der Abhörsicherheit und der Portabilität der Geräte, sondern auch in der Vielfalt der Zusatzdienste. Über den Travel-Service, der in Kooperation mit dem Varta-Führer arbeitet, können die D1- wie auch die C-Netz-Kunden Flug- und Fahrplanauskünfte einholen, Hotelzimmer (meist zu günstigen Sonderkonditionen) und Restaurantplätze reservieren sowie Mietwagen buchen. Gemeinsam mit dem ADAC hat Telekom einen Verkehrsservice mit Stauwarnungen und Umfahrungsempfehlungen eingerichtet.

Nicht nur im digitalen D1-Netz verlief die Entwicklung sehr dynamisch: Auch im analogen C-Netz kletterte



im Geschäftsjahr 1992 die Zahl der Teilnehmer noch einmal sprunghaft um 45 Prozent gegenüber dem Vorjahr auf 772 000.

Cityruf und Chekker auf Erfolgskurs

Ebenfalls außerordentlich erfolgreich war Cityruf. Die Zahl der Teilnehmer stieg um über 50 Prozent – auf insgesamt 205 760, davon nutzten 113 285 den Ton-, 57 414 den numerischen und 36 061 den alphanumerischen Dienst. Neben dem Cityruf regional, der die Nutzung in festen Rufzonen ermöglicht, und Cityruf überregional, bei dem der Kunde in acht Superzonen erreichbar ist, bietet Telekom den Cityruf International (früher Euro-message), der einen großen Teil Westeuropas abdeckt.

Höchste Wachstumsrate erzielte der Bündelfunk Chekker, der als Nachfolgedienst des Betriebsfunks besonders in den neuen Bundesländern erfolgreich ist, dank Einrichtung mehrerer neuer Netze und des ersten Schrittes zur Integration

ins öffentliche Telefonnetz. Der Chekker-Kunde kann seitdem in das Fernsprechnetz hineintelefonieren. Nach dem zweiten Schritt – zur vollen Integration – ist der Chekker-Kunde ab 1993 auch aus dem Netz heraus erreichbar. Im Jahre 1992 wuchs die Zahl der Funkstellen um 146 Prozent auf 27 820.

Kommunikation via „Modacom“

Nicht als Produkt für einen Massenmarkt konzipiert, aber für ein spezielles Kundensegment maßgeschneidert, wird 1993 die mobile Datenübertragung „Modacom“ den Regelbetrieb aufnehmen. Die Funkversorgung der wichtigsten Wirtschaftsräume ist bereits vorhanden. Seit Februar 1992 arbeitet dieser Spezialdienst, mit dessen Hilfe Laptops oder Notebooks über ein tragbares Funkmodem Daten mit einem Zentralrechner austauschen können, bereits im Testbetrieb. Geeignet ist Modacom für die häufige und qualitativ hochwertige Datenübertragung, unter anderem in der Transportwirtschaft für das Fuhr-

parkmanagement und für Warenverteilungssysteme, in der Versicherungswirtschaft und im Bankgewerbe für die Vertriebssteuerung und in Service-Außendiensten für den raschen Zugriff auf Ersatzteile.

Vollsortiment als Wettbewerbsvorteil

Ziel von Telekom ist die dauerhafte Marktführerschaft im Mobilfunkmarkt. Die Voraussetzungen sind gut: Telekom deckt mit ihrem Angebot die gesamte Bandbreite von stationären und mobilen Telekommunikationsdiensten ab und kann daher umfassend als „Vollsortimenter“ beraten. Allein im Mobilfunk reicht die Palette von den nationalen und internationalen Funkrufdiensten, über Bündelfunk, den internationalen Satellitenfunkdienst Inmarsat und mobilen Datenfunk bis zum Funktelefon im C- und D1-Netz. Mit insgesamt 1,2 Millionen Teilnehmern Ende 1992 ist Telekom der größte Mobilfunkanbieter in Europa.

Uta Rathsmann, 31, Kundenberaterin im Geschäftskundenvertrieb des Fernmeldeamtes Neubrandenburg: „Kundenfreundlichkeit heißt, den Kunden fachgerecht zu beraten, auf seine Probleme einzugehen und diese zu lösen. Sehr wichtig sind daneben Auftreten, das Erscheinungsbild des Kundenberaters und seine fachliche Kompetenz.“



Die Aufgabe scheint – auf den ersten Blick – einfach. Hier ein Spezialist, der seine Erfahrung einsetzen möchte, dort ein Unternehmen, das diese fachmännische Qualifikation sucht. Beide Seiten passen wie zwei Steine eines Puzzles ineinander. Das Problem: Beide müssen zueinandergebracht werden.

Dies ist in einem Land mit einer Fläche von fast 250 000 Quadratkilometern, gut einer Million Unternehmen und über vier Millionen Stellensuchenden alles andere als simpel. Arbeitsvermittlung heißt das Thema. Telekom liefert dazu Know-how und Technik in Sachen Telekommunikation.

Traumjob via ISDN





Andrej Subarew beim Schaffensprozess: zeichnen, gestalten, vergleichen. Exklusives Design ist das Ergebnis aus Eingebung und harter Arbeit.

Schon früh zeigte sich Andrej Subarews künstlerische Neigung: Fachabitur in Keramik, anschließend Aufnahme in die Hochschule für Kunst und Design, Burg Giebichenstein, in Halle. Dort entwickelte sich Subarew vom Keramik-Designer zum diplomierten Mode- und Textildesigner.

Die neu gewonnene Freiheit nach dem Fall der Mauer nutzte Subarew zu einem Aufbaustudium für Modemanagement im holländischen Arnheim. Mode kann man auch analysieren. Da gibt es etwa, so Subarew, „markttechnische Instrumente – zum Beispiel die Untersuchung nationaler oder soziokultureller Einflüsse –, mit denen sich Modedesigns zielgruppenorientiert und damit erfolgreich vermarktbar entwerfen lassen“, aber auch die Zusammenstellung und das Marketing von Kollektionen gehört zu jenen Themen, mit denen sich Subarew in Holland beschäftigte.

Zurück in Jena ist Subarews Vision ein eigenes Label. Hie und da hat er schon für renommierte Agenturen und Firmen Grafiken oder Modedesigns entworfen. Sein Ziel ist eine eigene künstlerische Identität. Basis ist jedoch ein stabiles Einkommen – sei es in einer

Es ist einer jener grauen Februartage – im thüringischen Jena fällt Nieselregen aus dem tristen Winterhimmel, und Andrej Subarew sitzt über seine Nähmaschine gebeugt. Während er den letzten Saum seines jüngsten Jackenmodells fertigt, grübelt er über seine berufliche Zukunft. Subarew, 27 Jahre alt, hat große Pläne.

Geboren wurde er in Sowetsk, rund 350 Kilometer südlich von Moskau. Mutter Deutsche, Vater Russe. Kurz nach seiner Geburt siedelten die Eltern wieder nach Jena um, wo der Vater schon früher gearbeitet hatte.



festen Anstellung, sei es als freier Mitarbeiter. Im Februar geht Subarew zur Fachvermittlung des Arbeitsamtes in Jena.

Sein erster Weg führt ihn zum „Stellen-Information-Service“, kurz SIS. Der Raum, in dem mehrere Informationsterminals installiert sind, ist viel besucht. Über die menügeführte Eingabe können Interessierte hier bundesweit sämtliche beim Arbeitsamt gemeldeten offenen Stellen im Fachvermittlungsdienst abrufen – nach Berufsgruppen sortiert, vom Baugewerbe über Handel, Büro, Organisation bis zu Ingenieurberufen, Sozialwissenschaften und Medienberufen. Wer hier fündig wird, kann sofort zum Telefon greifen und die in den Angeboten angegebenen Ansprechpartner anrufen.



Die Informationen in der Stellenbörse sind immer auf dem letzten Stand, denn jede Nacht wird sie bundesweit aktualisiert – via Datenkommunikationsnetz von Telekom. Über das leitungsvermittelte Datennetz und über das ISDN-Netz von Telekom sind die Rechenzentren der Arbeitsämter mit dem Zentralrechner in Nürnberg verbunden. Dieser verteilt die ankommenden Stellenangebote aus den Arbeitsämtern in die sogenannten Tagespendelbereiche. Jedes Arbeitsamt verfügt dann über die eigenen Stellen-

angebote sowie über die Angebote der Nachbararbeitsämter. Stellen für Akademiker und Fachhochschulabsolventen stehen bundesweit in allen Arbeitsämtern zur Verfügung.

Die Stadt Albrecht Dürers ist Sitz der Hauptverwaltung der Bundesanstalt für Arbeit. Von dort aus spannt sich ein dichtes Netz aus elf Landesarbeitsämtern und 184 regionalen Arbeitsämtern über ganz Deutschland. Nur durch den gekoppelten Einsatz von zentraler und dezentraler Daten- und Informationstechnik ist die wachsende Informationsflut zu bewältigen: Eine große Herausforderung für Telekom, die für die Bundesanstalt das komplette öffentliche Netz der Daten- und Sprachkommunikation bereitstellt.

Ursprünglich waren die unterschiedlichen Systeme und Dienste für die Daten- und Sprachkommunikation voneinander isoliert. Telekom integrierte „Voice“- und „Non-voice“-Anwendungen. Die zersplitterte Kommunikationsinfrastruktur wurde so zu einem – für die Mitarbeiter wie für die „Kunden“ der Arbeitsvermittlung – anwenderfreundlichen und kosteneffizienten geschlossenen Ganzen verschmolzen. Die Lösung ist das „dienstintegrierte digitale Netz“ – kurz ISDN – von Telekom für die gleichzeitige Übertragung von Sprache, Text, Bild und Daten.



Auf der Suche nach einem Kontakt. Im Beratungsgespräch läßt Andrej Subarew sein Anforderungsprofil checken. Anschließend sucht er via Bildschirm nach einem passenden Job.

In Neuershausen am idyllischen Kaiserstuhl lebt und arbeitet Barbara Dürr. Für ihr Stoffdesign-Atelier sucht sie einen fähigen Kreativ-Mitarbeiter.



Beratungstreffen mit Sonja Paul, Arbeitsvermittlerin im Fachvermittlungsdienst für qualifizierte Berufe in den Bereichen Geistes- und Naturwissenschaften im Arbeitsamt Jena.

Das Gespräch dauert eine Stunde. Um die Vermittlung zu optimieren, werden die in diesem Gespräch ermittelten Informationen standardisierten Kategorien zugeordnet. Auch auf der Gegenseite, also bei Arbeitgebern, werden die Anforderungen entsprechend kategorisiert. Die Arbeitsvermittler suchen nun – anhand dieser elektronisch verfügbaren Daten beider Seiten – zusammenpassende Angebote. Sonja Paul: „Das Kommunikationsnetz erlaubt uns, in kürzester Zeit die Daten aller Bewerber aus Jena mit den offenen Stellen im ganzen Bundesgebiet zu vergleichen.“

Andrej Subarew ist nicht gerade ein typischer Fall für Sonja Paul. Die Auswahl an offenen Stellen ist nicht sehr groß. Immerhin: Es finden sich einige Angebote, die in Frage kommen. Darunter ein Stoffdesign-Atelier in der Nähe von Freiburg, das einen Kreativ-Mitarbeiter sucht.

Auf der Architektur des bestehenden großflächigen Netzwerkes aufbauend soll ein Gesamtkonzept für das anspruchsvolle Anwendungsprofil der Bundesanstalt für Arbeit erstellt werden.

Ziel dieses Konzeptes wird es sein, die interne Welt der Bundesanstalt für Arbeit – Sprache und Daten – unabhängig von den Standorten über ein Corporate Network zu verbinden.

Insgesamt sorgen bereits heute rund 2000 Datendirektverbindungen, 700 Datex-L-Leitungen und 7000 ISDN-B-Kanäle mit 760 digitalen Telekommunikationsanlagen und daran angeschlossenen 75 000 Endgeräten von Telekom für einen reibungslosen Kommunikationsfluß. Schritt für Schritt werden die Arbeitsämter in den neuen Bundesländern in diesen komplexen Kommunikationsverbund integriert.

Von der aufwendigen Technik hinter den Kulissen erfährt Andrej Subarew nichts beim



Barbara Dürr ist erfolgreiche Unternehmerin, Stoff-Designerin, Kosmopolitin, die die eine Hälfte des Jahres in ihrem Atelier in der pulsierenden Hektik New Yorks, die andere Hälfte des Jahres im idyllischen Neuershausen lebt. In dem kleinen Städtchen bei Freiburg hat sie ihr Domizil in den Nebengebäuden eines romantischen Schloßchens gefunden. Sie liebt die Kontraste.

In New York, so erzählt sie, findet sie die innere Ruhe für ihre Entwürfe, hier in der ländlichen Kulisse des Kaiserstuhls „fühlt sie sich oft erschlagen von der Schönheit“. Barbara Dürr spricht nicht gern über sich selbst – aber gern erzählt sie von ihrer Arbeit, von ihren Entwürfen, ihren Stoffen und Designs.

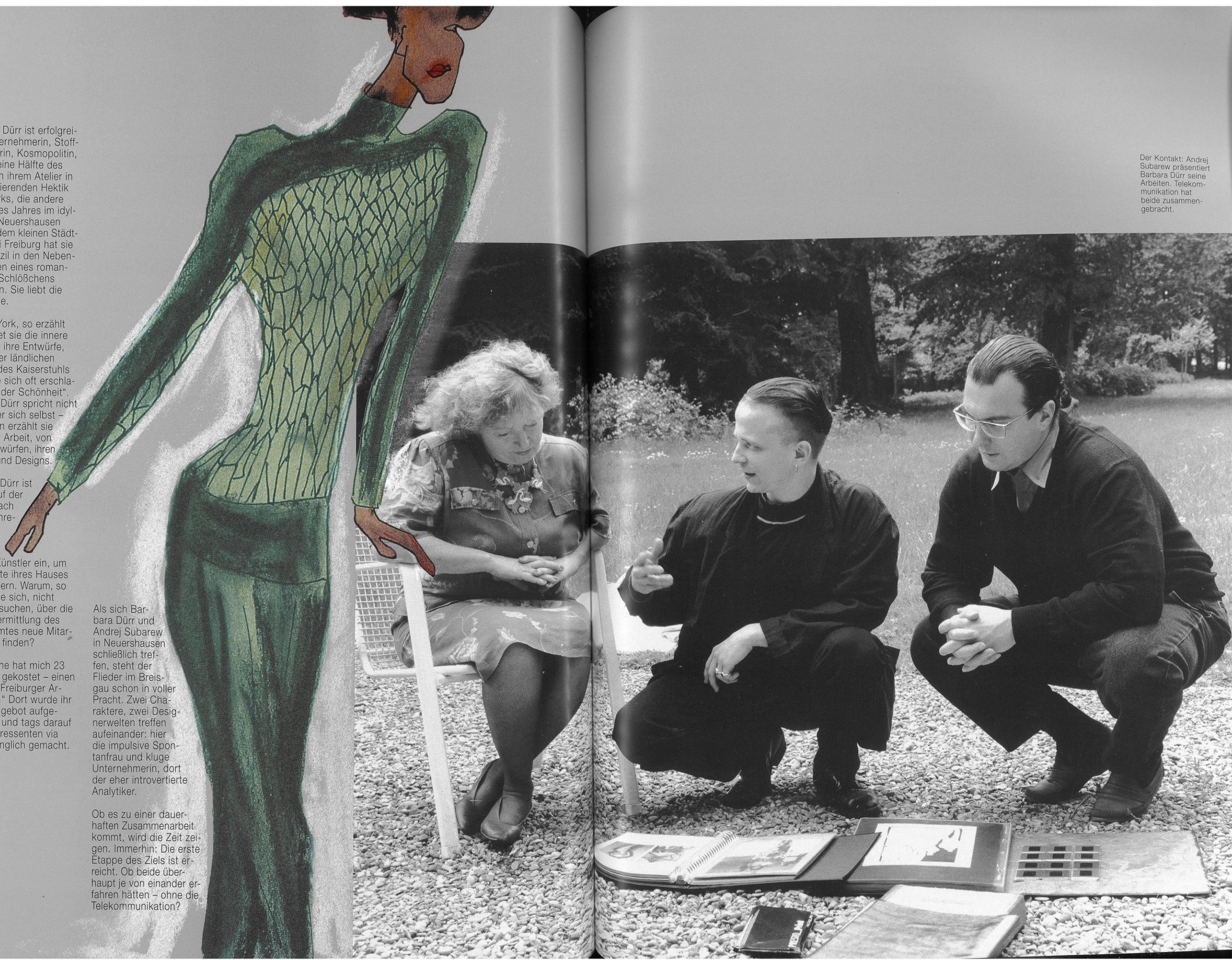
Barbara Dürr ist immer auf der Suche nach neuen Anregungen. Darum stellt sie andere Künstler ein, um die Palette ihres Hauses zu erweitern. Warum, so dachte sie sich, nicht auch versuchen, über die Arbeitsvermittlung des Arbeitsamtes neue Mitarbeiter zu finden?

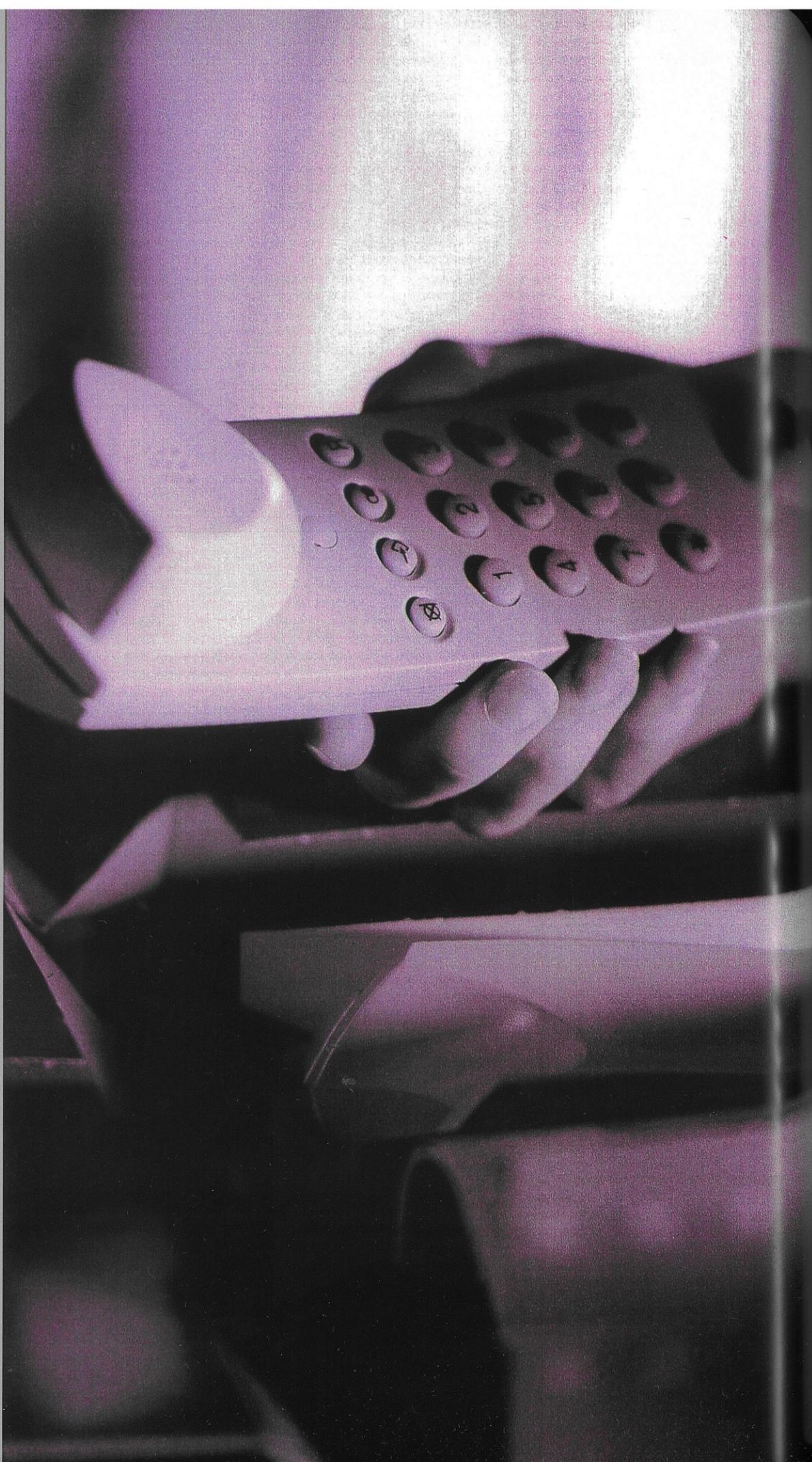
„Die Sache hat mich 23 Pfennige gekostet – einen Anruf im Freiburger Arbeitsamt.“ Dort wurde ihr Stellenangebot aufgenommen und tags darauf allen Interessenten via SIS zugänglich gemacht.

Als sich Barbara Dürr und Andrej Subarew in Neuershausen schließlich treffen, steht der Flieder im Breisgau schon in voller Pracht. Zwei Charaktere, zwei Designerwelten treffen aufeinander: hier die impulsive Spontanfrau und kluge Unternehmerin, dort der eher introvertierte Analytiker.

Ob es zu einer dauerhaften Zusammenarbeit kommt, wird die Zeit zeigen. Immerhin: Die erste Etappe des Ziels ist erreicht. Ob beide überhaupt je von einander erfahren hätten – ohne die Telekommunikation?

Der Kontakt: Andrej Subarew präsentiert Barbara Dürr seine Arbeiten. Telekommunikation hat beide zusammengebracht.





Berichte aus dem Unternehmen:
Mitarbeiter, Umweltschutz
und Kommunikation.

Gunther Irmischer, 37, Fernmeldehandwerker in Augsburg: „Für mich bedeutet Kundenfreundlichkeit, den Kunden in die eigene Arbeit mit einzubeziehen und ihm im Gespräch die Möglichkeit zu geben, eigene Ideen und Wünsche mitzubringen. Oberstes Prinzip der Kundenorientierung muß jedoch die Qualität der abgelieferten Arbeit sein. Langfristig sind Kunden nämlich nur zufrieden, wenn die Leistung stimmt.“



Die Menschen bei Telekom im Wandel: neue Chancen auf dem Weg von der Behörde zum Unternehmen.



Zahlreiche ausländische Mitbürger sind bei Telekom integriert. Offensiv haben die Telekom Mitarbeiter im Rahmen einer Kampagne im Geschäftsjahr 1992 Signale gesetzt. Das Leitmotiv: „Für Toleranz statt Gewalt.“

In wachsender Zahl und intensiver als je zuvor standen die Telekom Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter 1992 im kundenbezogenen Wettbewerb. Auf dem Weg von der eher technisch orientierten Fernmeldebehörde zum marktnahen und effizienzorientierten Dienstleistungsunternehmen, das sich im internationalen Wettbewerb behauptet, schafften sie wichtige Fortschritte. Nur mit ihrer Hilfe wird Telekom ihre Wettbewerbsfähigkeit auf den nationalen und internationalen Märkten sichern.

Die bereits eingeleitete Entwicklung hin zu einem flexiblen und dynamischen Unternehmen weiter zu beschleunigen, ist die große Herausforderung der nahen Zukunft. Bis Ende 1994 soll das Reorganisationsprojekt „Telekom Kontakt“, das seit Ende 1992 umgesetzt wird, in seinen Fundamenten verwirklicht sein – als Ausgangsbasis für das geplante Umsatzwachstum um mehr als 50 Prozent bis zum Ende des Jahrzehnts, bei gleichzeitig reduziertem Anstieg der Personalkosten.

Ausbau der finanziellen Leistungsanreize

Unter den Bedingungen des ganz erheblich zunehmenden Wettbewerbsdrucks in einigen Marktsegmenten hatte sich das seit 1990 systematisch eingeführte Incentive-Instrumentarium von Telekom zu bewähren. Ziel ist, besondere Leistungen und Einsatzbereitschaft von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mit sich ergänzenden Bezahlungsinstrumenten zu honorieren. So wurden im Berichtsjahr insgesamt 140 Millionen Mark bereitgestellt als

- Leistungszulagen für überdurchschnittliche und über einen längeren Zeitraum erbrachte Leistungen (im Einzelfall bis zu 16 200 Mark pro Jahr),
- Belohnungen für herausragende Einzelerfolge bis zu 3 000 Mark (in der Zuständigkeit der Ämter und Direktionen) und
- Arbeitsplatzvergütungen für besonders schwierige Tätigkeiten und vorübergehende Spitzenbe-

lastungen (bis zu rund 200 Mark monatlich).

Damit stehen Telekom wichtige Instrumentarien zur Motivation und Flexibilisierung des Personaleinsatzes zur Verfügung. Kombiniert mit ausschließlich nach dem Leistungsprinzip durchzuführenden Beförderungen und Höhergruppierungen haben diese Möglichkeiten zu einem spürbaren Bewußtseinswandel beim Personal in Richtung Leistungs- und Kundenorientierung beigetragen. Gleichwohl stoßen auch diese, über das allgemeine herkömmliche öffentliche Dienstrecht hinausgehenden Regelungen in einigen Bereichen schon heute an ihre Grenzen.

Um jedoch bereits auf Basis der bestehenden Rechtsgrundlage Fortschritte in Richtung auf leistungsgerechtere Bezahlung zu erzielen, hat Telekom eine Reihe von Aktivitäten auch im Gesetzgebungsbereich unternommen, zum Beispiel mit dem Ziel, die Anfangs- und Spitzengehälter in bestimmten Laufbahngruppen zu verbessern.

254 000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Im Jahresdurchschnitt hatte Telekom 1992 rund 254 000 Beschäftigte, wobei Teilzeit- auf Vollzeitarbeitskräfte umgerechnet sind. Davon waren 119 000 Beamte, 46 000 Angestellte und 66 000 Arbeiter sowie 23 000 Auszubildende.

Die Planungen sehen vor, die Zahl der Stellen bis 1998 durch Vereinfachung der Arbeitsabläufe, ausgefeilte Trainingskonzepte und weitere Maßnahmen der Effizienzsteigerung um rund 20 000 zu reduzieren. Dies wird sozialverträglich im Zuge der natürlichen Fluktuation geschehen.

Mehr Chancengleichheit durch frauenfreundliche Arbeitsmodelle

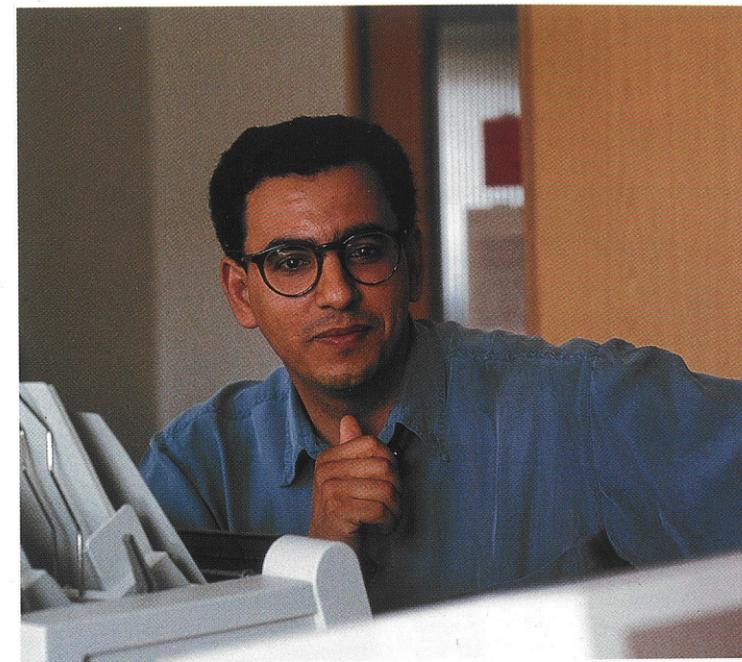
Der Anteil der Frauen an der Telekom Belegschaft betrug rund 33 Prozent, mit leicht steigender Tendenz. Am höchsten war der Frauenanteil mit 68 Prozent bei den Angestellten, am niedrigsten mit 11 Prozent bei den Arbeitern; bei den Beamten waren es 36 Prozent.

Nachdrücklich fortgesetzt hat Telekom ihr Konzept der Frauenförderung – als wichtigen Beitrag zur Zukunftssicherung des Unternehmens, das als einer der größten deutschen Arbeitgeber auch künftig nicht nur seine technologische, sondern auch seine soziale Kompetenz beweisen wird. Ziel des Förderkonzepts ist, die durch Technik und Sachlichkeit charakterisierte Telekom als frauenfreundliches Unternehmen zu profilieren, um mehr fachlich qualifizierte Frauen zu gewinnen und zu binden.

Die im Berichtsjahr vom Vorstand beschlossene Frauenförderung als Bestandteil des auf Qualifikation und Flexibilität angelegten Personalgesamtkonzepts von Telekom sieht konkrete und überprüfbare Maßnahmen vor: steigender Frauenanteil in den technischen Berufen, gezieltere Qualifizierung von Frauen und stärkere Beteiligung an Führungsaufgaben, leichtere Wiedereingliederung nach der Familienphase und bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

Dafür arbeitet die Frauenbeauftragte mit den zuständigen Dienststellen geeignete Maßnahmen und Programme aus, beispielsweise flexiblere Arbeitsmodelle und mehr Teilzeitbeschäftigung einschließlich Job-sharing (Teildienstposten) bis in Führungsebenen hinein. Auch die Möglichkeit, Aufgaben zeitlich befristet außerhalb der Dienststellen beispielsweise auch zu Hause zu erledigen, wird geprüft.

Ein wesentlicher Akzent liegt auf den Wiedereinstiegsangeboten nach dem Mutterschaftsurlaub. Schon während der Familienpause werden die beurlaubten Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen über alles Wissenswerte informiert. Dazu gehören gezielte Fortbildungsmaßnahmen und die Möglichkeit, an Veranstaltungen der eigenen Dienststelle teilzunehmen. Seminare nach der Beurlaubung sorgen für einen aktualisierten Wissensstand.



Um mehr Frauen für Führungsaufgaben zu motivieren, wird das Unternehmen deren spezifischen – von traditionellen Karrieremustern abweichenden – Berufswegen Rechnung tragen und die Verfahren zur dienstlichen Beurteilung besser auf ihre besonderen Qualifikationen ausrichten. Hierbei werden insbesondere auch die persönlich-sozialen Qualifikationen in geeigneter Weise berücksichtigt.

Anpassungsbildung in den neuen Bundesländern

Auch personell und organisatorisch wächst zusammen, was zusammen gehört: Telekom in Ost und West. Rund 41 000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter waren 1992 in den neuen Bundesländern tätig. Nachdem bereits im Vorjahr der überwiegende Teil der westdeutschen Tarifregelungen dem Prinzip nach auf Ostdeutschland übertragen worden war, insbesondere das Lohn- und Vergütungssystem samt Zuschlägen und Zulagen sowie das Eingruppierungssystem, machte die Integration der ostdeutschen Beschäftigten planmäßige Fortschritte: Seit dem 1. Dezember 1992 erhalten sie

74 Prozent der westdeutschen Vergütungen und Löhne.

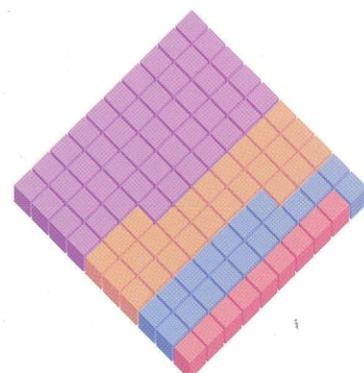
Anpassungsbildung wurde in den neuen Bundesländern weiterhin großgeschrieben; der dafür erforderliche Zeitaufwand betrug im Geschäftsjahr 1992 rund 51 000 Tage. Ausgehend von den aktuellen Betriebserfordernissen oder auch im Zusammenhang mit der Einführung neuer Betriebstechniken zielten die Fortbildungsmaßnahmen auf möglichst rasche Qualifizierung, um ein einheitliches Leistungsniveau in Ost und West zu gewährleisten.

Besondere Aufmerksamkeit widmete Telekom der Fortbildung von 1 000 Führungskräften aus den neuen Bundesländern: Stabsbereichsleiter und Referenten aus der Stabsstelle Berlin, Abteilungs- und Referatsleiter aus den regionalen Mittelbehörden, Amtsvorsteher, Abteilungsleiter und Stellenvorsteher aus den Fernmelde- und Fernmeldezeugämtern, die sämtlich Führungsverantwortung tragen und damit als Multiplikatoren wirken. Das ganze Berichtsjahr über nahmen sie an einem von der Telekom Füh-

Verena Barg, 32, Mitarbeiterin in der Personalstelle im Fernmeldeamt Lübeck: „Kundenfreundlichkeit muß in allen Bereichen praktiziert werden – auch innerhalb von Telekom. Für mich in der Personalstelle sind meine Kolleginnen und Kollegen die Kunden, denen ich manchmal durch einen Berg von Formalitäten helfen muß.“



Mitarbeiterstruktur per 31.12.1992



- Beamte
47,3 % (120 736)
davon weiblich 36,1 %
männlich 63,9 %
- Arbeiter
25,5 % (65 233)
davon weiblich 10,8 %
männlich 89,2 %
- Angestellte
18,2 % (46 492)
davon weiblich 68 %
männlich 32 %
- Nachwuchs
9,0 % (23 058)
davon weiblich 17,1 %
männlich 82,9 %
- Mitarbeiter insgesamt*
100 % (255 519)
davon weiblich 33,7 %
männlich 66,3 %

* umgerechnet auf Vollzeitkräfte

Für dumpe Fremdenfeindlichkeit ist bei Telekom kein Platz. Nicht zuletzt, weil Kommunikation international – über Grenzen hinweg – zentrale Unternehmensaufgabe von Telekom ist.

rungsakademie maßgeschneiderten, fast anderthalbjährigen Programmteil. Es umfaßte einen Fernlehrgang (insbesondere Unternehmensstrategie, marktorientierte Unternehmensführung, Personalmanagement sowie Managementprinzipien) und 44 begleitende Arbeitskreise, die monatlich bei Fernmeldeämtern und Direktionen stattfanden.

Lehrgänge für 110 000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Auch in den alten Bundesländern führte Telekom ihre Fortbildungsoffensive weiter. So hatten die Lehrkräfte von Telekom Gelegenheit, sich im Rahmen einer dreiwöchigen Maßnahme unter dem Titel „Pedal“ (Pädagogische Eignung der Ausbilder und Lehrkräfte) fortzubilden. Diese Seminare laufen seit Mai 1992.

Insgesamt stellte Telekom für die Fortbildung, an der rund 110 000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter teilnahmen, 355 Millionen Mark zur Verfügung. Der Zeitaufwand der Lehrgänge summierte sich auf 702 000 Tage. Die Schwerpunkte der Bildungsmaßnahmen lagen abermals in den kundenorientierten Bereichen Vertrieb und Service sowie – angesichts der zunehmenden internationalen Aktivitäten und Kooperationen von Telekom – in der Förderung von Fremdsprachenkenntnissen mit 126 Englisch-, 34 Französisch-, zwölf Russisch- und acht Spanischkursen. In zunehmendem Maße wurden 1992 das Rechnungswesen, die Finanzbuchhaltung und das Controlling zu Fortbildungsinhalten.

Reorganisation erfordert Qualifizierung auf allen Ebenen

Um den beschleunigten Wandel von Telekom zum markt- und kundenorientierten, in Entscheidungsabläufen und Verantwortung dezentralisierten Unternehmen erfolgreich zu gestalten, kommt es ganz besonders auf die Kompetenz des Managements und auf ein ausreichend großes Reservoir an Top-Führungskräften an. Deshalb hatte 1992 die Aus- und Fortbildung auch

auf diesem Feld herausragende Bedeutung. Personalentwicklungspläne ermöglichten ein gezielteres Development beziehungsweise Training by objectives.

Um einer zu schmalbandigen Ausrichtung auf isolierten Teilgebieten vorzubeugen, wurden – in Kooperation mit externen Institutionen – an der Schwelle zu höherer Verantwortung zwischen den Managementebenen Seminarzyklen eingebaut. In der Ausbildung des Führungskräfte-nachwuchses arbeitet Telekom mit der Wissenschaftlichen Hochschule für Unternehmensführung (WHU) in Vallendar zusammen. Ein dreiteiliger 8-Wochen-Kurs mit dem Universitätsseminar der Wirtschaft (USW) begleitet den Übergang zur mittleren Führungsebene und ein firmenspezifischer Kurzstudiengang („Zusatzdiplom in Unternehmensführung“) in Zusammenarbeit mit der Hochschule St. Gallen den Aufstieg in die oberste Verantwortungsebene.

Besonderes Gewicht für die Schulung auf den oberen Personalebene kam neben den externen Einrichtungen wieder der Akademie für Führungskräfte von Telekom zu, deren Programmangebot in Volks- und Betriebswirtschaft 1992 eine neue Organisationsstruktur erhielt. In der Akademie fanden im Berichtsjahr 318 Veranstaltungen zu den Themenbereichen Unternehmenspolitik, Führung, Recht, Technik und Wirtschaft mit 6 800 Teilnehmern statt.

Managementausbildung mit internationalem Zuschnitt

Mit Nachdruck hat Telekom die international ausgerichtete Zusatzausbildung für Führungsnachwuchs und Führungskräfte intensiviert. Damit trägt sie der wachsenden Internationalisierung des Geschäfts Rechnung, und zwar sowohl im Hinblick auf den wachsenden Wettbewerb mit ausländischen Telekommunikationsunternehmen als auch auf die zunehmende Notwendigkeit grenzüberschreitender Kooperation.



Im Berichtsjahr wurden – mit steigender Tendenz – 64 einzelne Maßnahmen realisiert. Neben den vertieften bilateralen Kontakten auf allen Hierarchiestufen, dem bis zu einjährigen Austausch von Mitarbeitern mit France Télécom, Studienaufenthalten in Harvard und Delft sowie den Referendar-Exkursionen in westeuropäische Länder und die USA haben 1992 drei neue Projekte so große Resonanz gefunden, daß sie weiter ausgebaut werden:

- Middle-Management-Exchange: Diese multinationalen dreiwöchigen Programme bieten ausgewählten Telekom Mitarbeitern die Möglichkeit, Seminare im Ausland mit individuellen Sonderstudienaufgaben (zum Beispiel „Marketing-Orientierung der British Telecom“, „Personalgewinnungskonzepte der France Télécom“ oder „Frauenförderung in Italien“) zu verbinden.
- Big-5-Seminar: Auf der Basis der Erfahrungen mit der für ganz Westeuropa zuständigen European Management Training Group (EMTG) veranstaltet Telekom gemeinsam mit British Telecom, France Télécom, der spanischen Telefonica und der

schwedischen STET unter dem Motto „The European Challenge“ international gemischte Seminare mit Workshops.

- Managementseminare für Osteuropäer: Nicht zuletzt mit dem Ziel, die Kontakte zu den südost- und osteuropäischen Telekommunikationsbehörden und ihren Führungskräften mit praktischen Erfahrungen von drei bis fünf Jahren zu vertiefen, bietet ihnen Telekom deutschsprachige Managementseminare.

Im Zusammenhang mit der internen Neustrukturierung waren im Geschäftsjahr 1992 verstärkte Bemühungen zur Erhaltung und zum Ausbau von Beschäftigungsmöglichkeiten für Schwerbehinderte erforderlich.

Zur Fort- und Weiterbildung der Führungskräfte wurde in Kooperation mit der Akademie für Führungskräfte ein spezielles Seminar „Schwerbehinderte bei der Deutschen Bundespost – ihre Integration ins Arbeitsleben“ aktualisiert und auf diesen Teilnehmerkreis zugeschnitten. Damit verbunden war das Ziel, die Sensibilität für die Belange der Schwerbehinderten zu erhöhen.

Darüber hinaus wurden weitere Anstrengungen unternommen, um den Einsatz verbesserter technischer Hilfsmittel und modernster Kommunikationstechnik zu ermöglichen. Auf diese Weise werden Motivation, Flexibilität und Unabhängigkeit der im Unternehmen integrierten schwerbehinderten Mitarbeiter von Telekom erhöht.

Enge Zusammenarbeit mit den Personalvertretungen

Die Aus- und Fortbildung von Telekom leistet einen wesentlichen Beitrag, um die Unternehmensreorganisation „Telekom Kontakt“ mit Leben zu erfüllen und darüber hinaus die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu befähigen, Aufstiegschancen qualifiziert zu nutzen.

Der nach einem ehrgeizigen Zeitplan beschleunigte Modernisierungsprozeß hin zu einer neuen Unternehmenskultur mit mehr Eigenverantwortung aller bei Telekom Tätigen verläuft in enger Zusammenarbeit mit den Personalvertretungen. Organisatorisch ist „Telekom Kontakt“ auch insofern eine Premiere, als eine vollständige Detailplanung nicht am Beginn feststand, sondern erst in Projektgruppen – gemeinsam mit rund 80 Teilnehmern aus der Generaldirektion und allen Sparten der Außenorganisation sowie Vertretern des Hauptpersonalrats – erarbeitet wird.

Hans Bruckschlägl, 42, Mitarbeiter der Abteilung Betriebssysteme, Vermittlungstechnik und Service im Fernmeldeamt Karlsruhe: „Ich bin da, um Ihnen zu helfen – so muß das Motto lauten. Viele meiner Kolleginnen und Kollegen denken und handeln schon so. Damit sich dieser Gedanke noch weiter ausbreitet, sollten wir auch intern 'in Kunden denken', wenn wir mit anderen Dienststellen zu tun haben.“



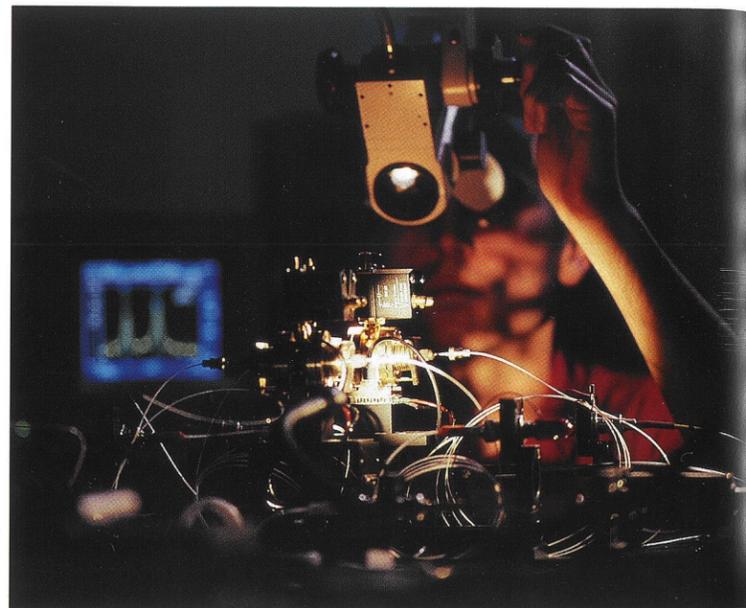
Neue Ziele für Forschung und Entwicklung: mit Nutzen und Effizienz im Mittelpunkt.

Mehr und mehr entwickelt sich die Telekommunikation zu einer „science-based industry“. Die Aufwendungen für Forschung und Entwicklung (FuE) sind gewaltig. Wissenschaftliche Erkenntnisse aus Informatik, Elektronik und Festkörperforschung verschmelzen und erzeugen einen starken Innovationsdruck auf die Entwicklung von Netzen und Diensten.

Oberstes Ziel von Telekom ist Forschen und Entwickeln, um ihren Kunden attraktive Produkte und Dienste anbieten zu können, mit denen sie ihre ehrgeizigen Ziele für Umsatz und Gewinn erreichen kann. Mit einem ausgewogenen Projekt-Portfolio unterstützt der Bereich Forschung und Entwicklung (FuE) von Telekom die Wirtschaftlichkeit der Investitionen.

In diese Richtung wurde die FuE-Strategie von Telekom im Geschäftsjahr 1992 neu ausgerichtet. Telekom betreibt keine eigene Grundlagenforschung mehr. Vielmehr liegt der Schwerpunkt auf Anwendungsorientierung. Entsprechend wurde im Geschäftsjahr 1992 damit begonnen, die Projekte auf die Kernbereiche „Dienste“ und „Netze“ auszurichten. Im Vordergrund stehen Schlüsselbereiche wie beispielsweise kohärente Übertragungstechnik, Optoelektronik, Netzarchitektur und wissensbasierte Systeme. Erheblich ausgeweitet wurde und wird weiter die Softwareentwicklung. Im Einklang mit der Neuorientierung der FuE-Aktivitäten wurde im Geschäftsjahr 1992 das Projekt „Berkom“ beendet und dessen Aufgaben in eine Tochtergesellschaft von Telekom, die „DeTeBerkom“, überführt.

Im Geschäftsjahr 1992 betrug der FuE-Etat von Telekom 732 Millionen Mark. Gegenüber dem Vorjahr (Budget: 510 Millionen Mark) entspricht dies bereits einer Steigerung um rund 44 Prozent. Im folgenden Jahr wird das Finanzvolumen noch einmal um rund ein Viertel auf dann insgesamt 910 Millionen Mark aufgestockt.



Forschung in den Kernbereichen betreibt Telekom weitgehend in Eigenregie, aber auch in Kooperation mit Hochschulen oder außeruniversitären Instituten. Intensiv ist die Zusammenarbeit auf europäischer Ebene im Rahmen der Programme COST, RACE II, EURESCOM und EUREKA, um Doppelarbeit zu vermeiden und positive Synergien zu nutzen.

Entwicklungsprojekte schließen die Industrie mit ein, unter anderem in Form von Feldversuchen oder Pilotinstallationen, um so Erfahrungen mit der Implementierung im Netz oder beim Kunden zu sammeln. In begründeten Ausnahmefällen forschen Telekom und Industrie gemeinsam, beispielsweise im Sektor optoelektronische integrierte Schaltungen.

Die eigene Forschung von Telekom konzentriert sich auf die Weiter- und Neuentwicklung von Diensten und die Verbesserung der Netzqualität in technischer und ökonomischer Hinsicht, als Basis für innovative Dienste. Im Bereich Telekommunikations-Dienste standen im Geschäftsjahr 1992 die Themen Software-Techniken, Systemsicherheit, Sprachkommunikation und audio-

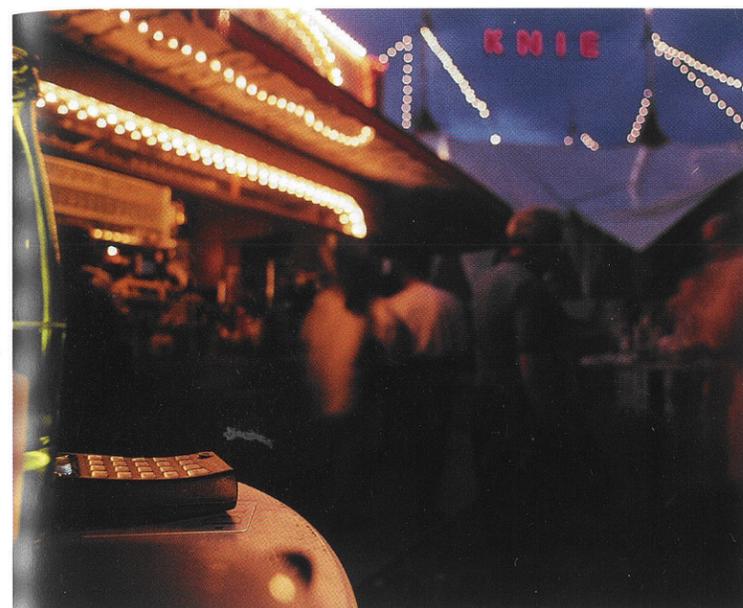
visuelle Kommunikation (Multimedia) im Mittelpunkt.

Software-Techniken und Systemsicherheit

So entwickelt Telekom auf Basis kryptographischer Methoden und Medien – wie zum Beispiel Chipkarten – Sicherheitskonzeptionen für Netze und Dienste. Telekom Experten arbeiten mit an der Entwicklung und Durchsetzung für Sicherheitsstandards paneuropäischer Netze. Neue Software soll die Verschmelzung von Informations- und Kommunikationskomponenten für kundenindividuelle Integrationslösungen beschleunigen.

Sprachkommunikation

Das Forschungs- und Technologiezentrum von Telekom entwickelte einen GSM-Codex für die Sprachübertragung bei halber Bit-Rate, was die Verdoppelung der verfügbaren Kanalkapazität ermöglicht und so zur Effizienzsteigerung beiträgt. Weit fortgeschritten ist die Entwicklung eines sprachgesteuerten Telekommunikationssystems für den Einsatz im Endgerät. Daneben widmen sich die Telekom Forscher Sprachdialogsystemen für Anwendungen in der Telekommunikation,



zum Beispiel Telefon-Banking und Cityruf-Eingabe.

Audiovisuelle Kommunikation

Zum Beispiel zum Stichwort „Hochauflösendes Fernsehen“: Telekom forscht auf den Gebieten Standards, wirtschaftliche Übertragungstechniken und Codierverfahren. Ziel ist hier unter anderem die digitale Mehrprogrammübertragung via herkömmlicher Fernsehkanäle über Kabel, Satellit und terrestrische TV-Sender.

Die generelle Zielsetzung der Forschung auf dem Gebiet der Netze lautet Vorbereitung der Basis für zukünftige Dienste und Bereitstellung kostengünstiger Netze. Schwerpunkte sind Netzdimensionierung, ATM, Intelligente Netze, Zeichengabe, Funk- und Breitbandkommunikation.

Dimensionierung

Ziel der Forschungsarbeiten ist die Entwicklung und Bereitstellung effizienter Strukturen für alle Netzarten, beispielsweise in der Sprach- und Datenübermittlung wie in der mobilen Kommunikation, oder von Verfahren und Techniken, die einen höheren Auslastungsgrad ermöglichen (zum Beispiel „Routing“). Niedriger Investitionsbedarf kombiniert mit

hoher Leistungsfähigkeit der Netze ist die Voraussetzung für die Realisierung günstiger Tarifangebote.

ATM

Asynchroner Transfer Modus (ATM) ist der Kern der künftigen Breitbandtechnologie. ATM hilft, die Kapazität des Netzes besser auszunutzen. Bei der ATM-Übertragungstechnik werden die Daten zu Informationspaketen geschnürt und übermittelt. ATM ist ein Instrument, um die unterschiedlichsten Datenmengen effizient zu transportieren – wichtig für Anwendungen wie beispielsweise die Multimedia-Kommunikation.

Intelligente Netze, Netzdienste

Im Mittelpunkt steht die Entwicklung funktionaler Netzarchitekturen als Basis künftiger nutzenorientierter, netznaher Dienste, zum Beispiel als Voraussetzung für „Universal Personal Communication“.

Zeichengabe

Ein neues leistungsfähigeres Zeichengabesystem soll das „alte“ Zeichengabesystem Nr. 7 erweitern und Multimedia-Anwendungen sowie Mehrbenutzerdienste („Konferenzdienste“) im B-ISDN unterstützen.

Funkkommunikation

Höhere Frequenzen, größerer Detaillierungsgrad, Verwendung topographischer Datenbanken mit verbesserter Auflösung sind die Ziele einer optimierten Funknetzplanung. Aufgabe der Telekom FuE-Labors ist die Weiterentwicklung der entsprechenden Werkzeuge. Darüber hinaus werden neuartige Übertragungsverfahren erprobt (Advanced TDMA, CDMA, COFDM für DAB und DVB) und das 20/30-Gigahertz-Frequenzband für die Satellitenkommunikation erschlossen. Schließlich werden die biologischen – insbesondere die athermischen – Effekte hochfrequenter, elektromagnetischer Felder für Mobil-, Richt- und Rundfunk untersucht.

Breitbandnetze

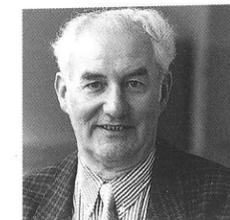
Ziel ist die Weiterentwicklung von Übertragungstechniken zur breitbandigen Nutzung konventioneller Telefonkabel. Daneben entwickelt Telekom innovative Verfahren der optischen Nachrichtentechnik für breitbandige Teilnehmeranschlüsse.

Die Verbund- und Vertragsforschung mit externen Instituten konzentriert sich auf die Bereiche:

- Neue Werkstoffe, zum Beispiel Polymere, für die optische Kommunikationstechnik als kostengünstige Alternative und Ergänzung zur Realisierung optoelektronischer Schaltungen auf Halbleiterbasis
- Abstimmbare Laserdioden für Anwendungen in der optischen Breitbandkommunikation
- Monolithisch integrierte optische Sender und Empfänger für das künftige optische Teilnehmer-Anschlußnetz
- Detaillierte Analysen von Signalstörungen bei digitalen Verbindungen als Voraussetzung für sichere Übertragungsverfahren

Teilergebnisse dieser Arbeiten werden heute bereits in den passiven optischen Netzen genutzt.

Manfred Redl, 48, Abteilungsleiter Technik im Fernmeldeamt Rosenheim: „Kundenzufriedenheit ist keine statische Größe (einmal ins Bewußtsein gebracht, immer vorhanden), sondern ein dynamischer Prozeß (stetiges Lernen und Anpassen), der täglich bei jedem Kunden neu angewandt, praktiziert und gegebenenfalls optimiert werden muß.“



Forschung ist Detailarbeit. In Kernbereichen betreibt Telekom eigene Forschung und Entwicklung. Wo sinnvoll, kooperiert Telekom mit staatlichen oder privaten Instituten.

Mobilkommunikation grenzenlos: Mit der D1-Karte von Telekom ist Telefonieren auch in den Mobilfunknetzen europäischer Nachbarstaaten möglich.

Umweltschutz als unternehmerische Aufgabe: Baustein für eine kundenfreundliche Telekom.



Bei der Wiederverwertung von Elektronikschrott übernimmt Telekom eine Vorreiterrolle. Schon in die Konstruktion soll der Umweltschutzgedanke einfließen.

Am Anfang war das Rad. Es machte den Menschen beweglicher. Die um gewaltige Dimensionen gewachsene Mobilität provoziert inzwischen jedoch beinahe den Dauerstau.

Konstruktive Antworten auf drohende ökologische Krisen liefert die Telekommunikation, denn Investitionen in intelligente Verkehrsleitsysteme können dem Verkehrsinfarkt vorbeugen. Staus beispielsweise können oft vermieden werden, wenn das Verkehrsaufkommen während der Rush-hour nur um zehn Prozent reduziert würde, schätzen Verkehrswissenschaftler.

Videokonferenzen, ISDN-Bildübertragungssysteme und Bildtelefon machen manche zeitraubende und umweltbelastende Reise überflüssig. Computerverbundnetze erleichtern dezentrale Unternehmenskonzepte, wodurch Ballungszentren entlastet und Verkehre entzerrt werden können. In die gleiche Richtung wirken Tele-Arbeitsplätze, die zeitflexibleres Arbeiten ermöglichen.

Der Mobilfunk eröffnet Möglichkeiten zu einem effizienteren Flotten-Management im Gütertransport und zu einer Reduzierung der umweltschädlichen Leerfahrten, die derzeit etwa 40 Prozent aller Lkw-Fahrten ausmachen. Europa- und weltweite Kommunikationsnetze bringen Nachfrage und Disposition von Transportkapazitäten global einander näher. Glasfaser-, Mobilfunk und Satellitennetze von Telekom schonen so die Umwelt.

Telekom ist sich auch seiner eigenen Verantwortung für Natur und Umwelt bewußt. Aktiv und initiativ hat Telekom eine Vielzahl von Maßnahmen zur Verbesserung der ökologischen Gesamtbilanz des Unternehmens gestartet. Nicht zuletzt ist der höhere Stellenwert des Themas „Umweltschutz“ auch Ausdruck der Nähe zum Kunden, dessen Konsumverhalten sich zunehmend in Richtung Umweltbewußtsein orientiert.

Eine eigene Umwelt-Tochter

Beispiel „Elektronik-Schrott“. Jährlich fallen in Deutschland mehr als 2 000 Tonnen ausrangierter Telefone und Nebenstellenanlagen an. Da Vermeidung immer die beste Anti-Müll-Strategie ist, setzt Telekom bereits bei Idee und Planung ihrer Produkte an: Die Fachhochschule Darmstadt arbeitet im Auftrag von Telekom an einem Forschungsprojekt „recyclinggerechtes Konstruieren“. Erfahrungen aus der Verwertung fließen unmittelbar in die Produktgestaltung und die Produktion ein, um so den Wiederverwertungsgrad zu erhöhen.

Darüber hinaus arbeiten bei Telekom intern Experten in verschiedenen Arbeitsgruppen an Strategien zur Abfallvermeidung und -verwertung sowie zur Verringerung von negativen Umweltbelastungen am Arbeitsplatz.

Schon seit Jahren hat Telekom die Rücknahme von Miet-Apparaten organisiert und damit den ersten Schritt in Richtung auf einen geschlossenen Wertstoffkreislauf getan. Im Fernmeldezeugamt Bremen werden die ausrangierten Telekommunikationsgeräte auf ihre Funktionsfähigkeit überprüft. Ein Drittel kann direkt wieder eingesetzt werden, ein weiteres Drittel ist reparaturfähig, der Rest muß recycelt werden.

Im Geschäftsjahr 1992 lieferte eine gemeinsame Großversuchsanlage von Telekom und der Preussag-Tochter Noell GmbH, Würzburg, im niedersächsischen Goslar die nötigen Erkenntnisse für den Aufbau eines umfassenden Recyclingkreislaufes auf industrieller Basis. Zwischen 80 000 und 100 000 Geräte werden dort pro Monat aufbereitet. Damit konnten die Weichen gestellt werden für eine wegweisende Initiative zur Wiederverwertung von Elektronik-Schrott.

Zu Beginn des Jahres 1993 schließlich beschloß der Aufsichtsrat die Gründung einer gemeinsamen Tochter mit der Preussag AG und



der Alcatel SEL AG mit Namen Electroycling-Eigentümer GmbH. Das Gemeinschaftsunternehmen soll für die gesamte Bundesrepublik das großtechnische Recycling von ausrangierten Telefonen, Anrufbeantwortern, Telefax- und Bildschirmgeräten aufbauen.

Zunächst werden pro Jahr etwa 12 000 Tonnen Altmaterial, davon 3 000 von Telekom, wiederaufbereitet. Bereits in wenigen Jahren sollen die Kapazitäten jedoch auf bis zu 21 000 Tonnen im Jahr aufgestockt werden. Das System wird über die beteiligten Partnerfirmen hinaus weiteren Interessenten offenstehen und Recyclingkapazitäten am Markt offerieren. Experten rechnen für 1998 mit einem Aufkommen an Elektronik-Schrott in der Bundesrepublik von insgesamt 1,8 Millionen Tonnen.

Nach derzeitigem Stand der Technik sind etwa 80 Prozent der in Telefonen eingesetzten Materialien wiederverwendbar. Metalle, Kunststoffe und Kabel können durch das entwickelte Verfahren in so reiner Form gewonnen werden, daß sie anschließend direkt in den Produktionskreislauf zurückfließen. Die

übrigen 20 Prozent des Telefons eignen sich aufgrund ihrer Feinkörnigkeit für eine umweltfreundliche Gasgewinnung. Das dabei gewonnene Gas wird als Rohstoff für neue Kunststoffe genutzt.

Sammeln statt wegwerfen

Telefonkarten sind auf dem Vormarsch. Auch hier hat Telekom die Voraussetzungen für eine umweltgerechte Beseitigung verbrauchter Plastikkarten geschaffen. In einem ausgeklügelten mechanischen Verfahren werden zunächst die metallenen Mikrochips entfernt. Dann werden die übrig gebliebenen Kunststoffteile zerkleinert und zu einem Rohmaterial aufbereitet, das wiederum zur Herstellung von Folien für verschiedene Einsatzzwecke geeignet ist.

Zunehmend sauber: der Telekom Fuhrpark

13 000 Erdumkreisungen oder 540 Millionen Kilometer oder 47 Millionen Liter Kraftstoffverbrauch pro Jahr – Daten des Fuhrparks Telekom, der größten zivilen Fahrzeugflotte Europas. Gerade hier liegt ein gewaltiges Potential zur ökologischen Nachrüstung. Das Ziel: Bis zum Jahr 2000 will Telekom den Kraft-

stoffverbrauch und auch die Schadstoffemission schrittweise bis 1996 um 15 Prozent und bis zum Jahr 2000 sogar um ein Viertel senken. Das Rezept: Reifen mit geringem Rollwiderstand, sparsamere Dieselmotoren mit Katalysator, verminderte Fahrzeuggewichte und die Ausrüstung von zunächst 200 Versuchsfahrzeugen mit Hybridantrieb – ein beispielhaftes Projekt, das nicht zuletzt der Fahrzeugindustrie einen verlässlichen Planungsrahmen liefert für die raschere Entwicklung umweltfreundlicherer Technologien. Bei diesem ehrgeizigen Projekt greift Telekom zurück auf das Know-how des Instituts für Kraftfahrwesen an der Technischen Hochschule Aachen. 70 Millionen Mark investiert Telekom in dieses Engagement für eine saubere Umwelt in den nächsten zehn Jahren.

Optischer Umweltschutz

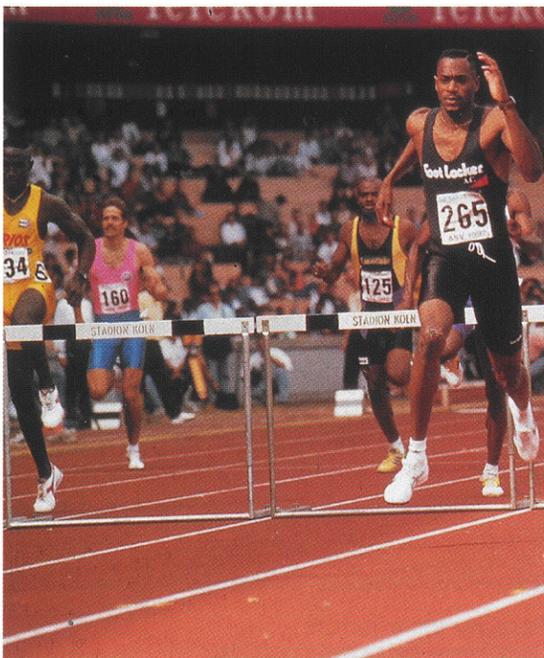
Großflächige Schneisen durch Wälder und Erholungsgebiete, gefällte Bäume für Telefonmasten. Im Gegensatz zu vielen anderen Ländern ist Überbodenverkabelung in Deutschland die absolute Ausnahme. Telekom baut generell qualitativ aufwendiger, weil umweltverträglicher. So werden die Kommunikationsnetze, weitgehend auch beim Aufbau der Infrastruktur in den neuen Bundesländern, unterirdisch verlegt – wenngleich eine Überbodenverkabelung einfacher, billiger und schneller wäre.

Umweltschutz schreibt Telekom auch beim Papierverbrauch groß. Für den internen Schriftverkehr kommt weit überwiegend bereits Recyclingpapier zum Einsatz. Die Mitarbeiter-Zeitung „Telekom Monitor“ und das Briefpapier im Kundenkontakt werden auf chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt. Umweltexperten, Papierhersteller und Druckereien helfen, das für den jeweiligen Zweck umweltfreundlichste Medium herauszufiltern. Seit langem werden schon die in Millionenauflagen gedruckten Telefonbücher von Telekom gesammelt und wiederverwertet.

Erwin Prochnow, 56, Leiter der Abteilung für zentrale Aufgaben im Fernmeldeamt Heide, Direktion Kiel: „Ich verweise nur auf den alten Satz, der eigentlich schon alles sagt: ‚Der Kunde ist König.‘ Das sollte er auch für uns immer sein. Alles muß Anlaß für unsere Kunden sein, sich für uns und keinen anderen Anbieter zu entscheiden. Wir müssen das kundenbezogene Denken in den Mittelpunkt unseres Tuns stellen.“



Unternehmenskommunikation: Schritte auf dem Weg zur Sicherung des Profils.



Telekom ist ein engagierter Sponsor des Sports. Die Schwerpunkte: Leichtathletik und Radsport.

Weltwirtschaftsgipfel in München: Telekom sorgte für eine reibungslose Kommunikation.

Dank konsequenter Präsentation des neuen Unternehmensprofils hat Telekom im vergangenen Jahr deutliche Fortschritte in der Durchsetzung des neuen Erscheinungsbildes erzielt. Der Name „Telekom“ hat sich weitgehend durchgesetzt. Firmenname, Firmenzeichen, letztlich der gesamte neue Unternehmensauftritt unterstützen Telekom auf dem Weg zum modernen, dynamischen und im harten Wettbewerb erfolgreichen Unternehmen.

Imageanalysen bestätigen den Erfolg des neuen Unternehmensauftritts: Telekom wird für breite Bevölkerungskreise und die Beschäftigten konkret erleb- und faßbar, Kundinnen und Kunden sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter identifizieren sich zunehmend mit dem Unternehmen Telekom. Das neue Erscheinungsbild paßt in den Augen der Öffentlichkeit zu Telekom, der Name steht in hohem Maße für Leistungsfähigkeit und unternehmerisch orientiertes Verhalten.

Telekom sieht sich mehr und mehr dem weltweiten Wettbewerb auf den internationalen Telekommunikationsmärkten ausgesetzt. Das Unternehmen muß als Reaktion darauf die internationale Präsenz verstärken. Eine Aufgabe auch für die Kommunikation: Es gilt, dem Unternehmen auch auf der internationalen Bühne ein erfolgversprechendes und unverwechselbares Profil zu geben.

Der Auftritt auf dem Weltmarkt stellt für Telekom eine große Herausforderung an die Identität des Unternehmens dar. Denn gleichzeitig müssen die nationale Herkunft („Made in Germany“) als Wettbewerbsvorteil herausgestrichen, die globale Präsenz als weltweit operierender Kommunikationskonzern unterstrichen und die Verbundenheit mit Regionen und ihren spezifischen Kommunikationsbedürfnissen glaubhaft gemacht werden.

Die Marke Telekom

Das Leistungsangebot von Telekom ist vielfältig. Gerade deshalb muß jedes Produkt und jede Dienst-

leistung auch als Produkt oder Dienstleistung von Telekom erkennbar sein. Erst dann können die Produkte sich über das Unternehmen profilieren. Und das Unternehmen kann sich über seine Produkte und Dienstleistungen fest im Wettbewerb etablieren.

Telekom gewinnt als Marke stetig an Gestalt. So wird Telekom im umkämpften Weltmarkt für Telekommunikation zu einem etablierten Begriff. Durch die Neuorganisation wird die Nähe zum Kunden und die Eigenständigkeit der einzelnen Unternehmensbereiche gefestigt. Eine starke Dachmarke hilft, den Zusammenhang und das gemeinsame Element „Qualität“ zu betonen und sichtbar zu machen.

Kommunikation nach innen

Weiteres wichtiges Ziel im Jahre 1992 war eine Verstärkung des Dialogs mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Ein wesentlicher Bestandteil des zukünftigen Erfolges auf allen Märkten ist die Tragfähigkeit der neuen Identität im Unternehmen. Bei rund 231 000 Mitarbeitern ist eine solide Verankerung des neuen Selbstverständnisses eine enorme Kommunikationsaufgabe.

Information aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und Aufbau von Dialogmöglichkeiten zwischen den einzelnen Beschäftigten und der Unternehmensleitung sind ein wichtiger Schwerpunkt der nach innen gerichteten Aktivitäten. Im Mittelpunkt der Kommunikationsmaßnahmen stand die Vermittlung der strategischen Ziele und konkreten Ausformulierungen der Reorganisationsmaßnahmen im Rahmen des Projekts „Kontakt“. Mit Hilfe verschiedener Medien und zahlreicher Veranstaltungen wurden die Hintergründe der organisatorischen Veränderungen den einzelnen Zielgruppen im Unternehmen nahegebracht.

Werbung

Beim Start in die Eigenständigkeit im Jahr 1989 zeigten Marktfor-

schungsergebnisse erhebliche Imagedefizite in den für die Telekommunikation entscheidenden Bereichen High-Tech-Ausrichtung, Innovationskraft und Zukunftsorientierung. Seit Frühjahr 1990 informiert Telekom deshalb in Anzeigen, TV-Spots, Plakaten und Broschüren über Ziele, Selbstverständnis und Leistung – und fördert so die Schaffung eines plastischen Bildes vom Unternehmen Telekom in der Öffentlichkeit. Mit Erfolg, wie die Marktforschung zeigt: In wichtigen Imagedimensionen braucht Telekom den Vergleich mit anderen kompetenten High-Tech-Unternehmen heute nicht mehr zu scheuen. Auch die Kundenzufriedenheit ist gestiegen. Von Juni 1991 bis Juni 1992 von 59 auf 69 Prozent.

Förderer von Sport und Kultur

Neben Corporate Design und Werbung ist auch Sponsoring ein integraler Bestandteil der Kommunikationsstrategie von Telekom. Wie die Telekommunikation, so sind auch Sport und Kultur wichtige Instrumente zur Integration und Völkerverständigung. Das ist der Hintergrund, vor dem sich Telekom als engagierter Förderer herausragender Sportereignisse versteht.

So war Telekom im Geschäftsjahr 1992 Top-Sponsor der deutschen Olympiamannschaft bei den Wettbewerben in Albertville und Barcelona. Telekom ist Mitglied im „Team Olympia“, einem Kreis von Großunternehmen zur Förderung der deutschen Olympiamannschaft. Als Gesellschafter und Lizenznehmer der Olympia 2000 Marketing GmbH fördert Telekom auch aktiv die Bewerbung Berlins um die Olympischen Spiele im Jahr 2000.

Im Radsport ist Telekom Hauptförderer in Deutschland. Das „Team Telekom“ zählt als einziges deutsches Profi-Radteam zur Weltklasse. Im Jahr 1992 war das Team Telekom bei allen Weltpokalrennen am Start. Darüber hinaus unterstützt Telekom als Hauptförderer des Bundes Deutscher Radfahrer die deutschen Nationalmannschaften



der Bahn- und Straßenfahrer, der Mountainbiker sowie der Cross-Spezialisten und Hallenradsporler.

Daneben fördert Telekom Postsportvereine in der ersten und zweiten Bundesliga in den dynamischen Ballsportarten Handball, Volleyball, Tischtennis und Basketball.

Auch in der Leichtathletik engagiert sich Telekom als Sponsor bei großen Sportfesten internationalen Zuschnitts – zum Beispiel beim Internationalen Telekom Sportfest des ASV in Köln und beim ISTAF '92 in Berlin.

Ein Schwerpunkt des Engagements von Telekom im kulturellen Bereich ist die klassische Musik. Im Mittelpunkt: Die Klassische Philharmonie Telekom Bonn unter der Leitung von Professor Heribert Beissel – ein hervorragendes junges Orchester, das eine seiner vornehmlichsten Aufgaben in der Nachwuchsförderung sieht. Bilanz des Geschäftsjahres 1992: 40 Auftritte im In- und Ausland. Gemeinsam mit der Klassischen Philharmonie Telekom Bonn begründete Telekom eine eigene

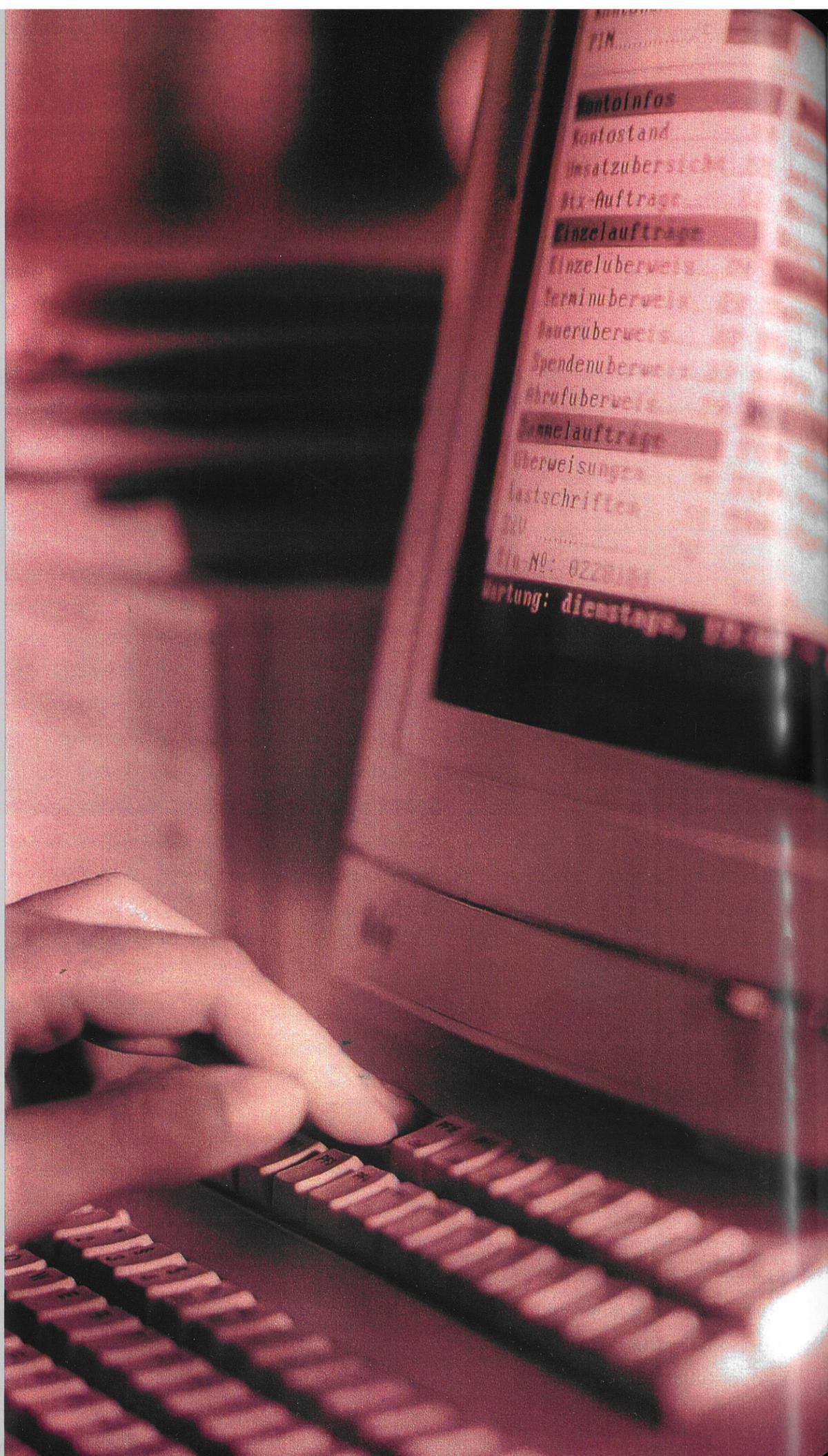
CD-Edition mit zwei Einspielungen im Jahr 1992.

Die Förderung der Pop-Art-Show im Frühjahr 1992 war für Telekom der Einstieg in die bildende Kunst. Das Engagement von Telekom hat entscheidend dazu beigetragen, daß diese ungewöhnliche Ausstellung – nach der Präsentation in London und Madrid – auch im Kölner Museum Ludwig zu sehen war.

Mit der „Piazza Virtuale“ auf der Documenta IX in Kassel gelang Telekom die nahezu perfekte Verbindung von Kunst und Kommunikation. Dieses künstlerisch-technische Medienprojekt zeigte neue Wege auf: Fernsehen als interaktives Medium für die Kunst und zugleich – mit Hilfe innovativer Technologien – als Experimentierfeld für zukünftige Kommunikationsformen.

Brigitte Greschl, 28, Sachbearbeiterin im Bereich Öffentlichkeitsarbeit im Fernmeldeamt Regensburg: „Der Kunde erwartet unbürokratisches Handeln, prompten Service und ein attraktives Angebot zu fairen Preisen. Das Denken und Arbeiten in allen Bereichen und auf allen Ebenen von Telekom muß von der speziellen Perspektive auf den Kunden geprägt sein.“





Elke Maiz-Duckert, 36, Datennetzkoordinatorin in der Dienststelle Datenentstörung im Fernmeldeamt Karlsruhe: „Der Mitarbeiter muß auf jeden Kunden individuell eingehen und eine kompetente, ausführliche Beratung anbieten. Um dem Kunden die Sicherheit einer umfassenden Betreuung zu vermitteln, ist es sehr wichtig, einen zentralen Ansprechpartner für alle Fragen bereitzustellen.“



Aktiva	Nr. des Anhangs	31.12.1992 TDM	1.1.1992 TDM
Anlagevermögen			
Immaterielle Vermögensgegenstände			
Gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte	(3)	73 477	41 870
Summe immaterielle Vermögensgegenstände		73 477	41 870
Sachanlagen			
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	(3)	15 835 876	12 713 206
2. Technische Anlagen und Maschinen		94 540 643	87 769 731
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung		2 128 089	1 755 417
4. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau		20 097 126	18 706 279
Summe Sachanlagen		132 601 734	120 944 633
Finanzanlagen			
1. Anteile an Verbundenen Unternehmen	(4)	442 574	72 292
2. Beteiligungen		233 028	65 792
3. Sonstige Ausleihungen		75 911	69 483
Summe Finanzanlagen		751 513	207 567
Summe Anlagevermögen		133 426 724	121 194 070
Vorräte des Sachanlagevermögens			
	(5)	2 968 360	1 897 633
Umlaufvermögen			
Vorräte			
1. Hilfs- und Betriebsstoffe	(6)	59 948	41 335
2. Waren		436 604	965 223
Summe Vorräte		496 552	1 006 558
Forderungen und Sonstige Vermögensgegenstände			
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(7)	5 441 265	4 366 162
2. Forderungen gegen Verbundene Unternehmen		62 907	20 006
3. Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht		119 573	407
4. Sonstige Vermögensgegenstände		6 393 131	1 979 040
Summe Forderungen und Sonstige Vermögensgegenstände		12 016 876	6 365 615
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten		459 891	231 605
davon DBP Postbank TDM 379 609			
Summe Umlaufvermögen		12 973 319	7 603 778
Rechnungsabgrenzungsposten			
1. Disagio		227 324	227 146
2. Sonstige Rechnungsabgrenzungsposten		734 207	655 554
Summe Rechnungsabgrenzungsposten		961 531	882 700
Sonderverlustkonto aus Rückstellungsbildung	(8)	148 084	149 349
Summe Aktiva		150 478 018	131 727 530

Passiva	Nr. des Anhangs	31.12.1992 TDM	1.1.1992 TDM
Eigenkapital			
Kapital	(9)	34 615 253	34 205 178
Gewinnrücklagen	(10)		
1. Gesetzliche Rücklagen		313 531	313 531
2. Andere Gewinnrücklagen		940 593	940 593
Sonderrücklage gemäß § 17 Abs. 4 DMBilG	(11)	148 084	149 349
Bilanzgewinn		0	0
Summe Eigenkapital		36 017 461	35 608 651
Sonderposten für Zuschüsse zum Anlagevermögen	(12)	18 500	20 750
Rückstellungen			
1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	(13)	173 549	94 309
2. Rückstellungen für Steuern		332 188	192 010
3. Sonstige Rückstellungen		3 372 158	3 082 507
Summe Rückstellungen		3 877 895	3 368 826
Verbindlichkeiten			
1. Anleihen	(14)	54 119 083	41 894 569
2. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten		1 591	0
3. Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen		1 485	91
4. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		5 220 945	2 889 940
5. Verbindlichkeiten gegenüber Verbundenen Unternehmen		147 996	21 267
6. Verbindlichkeiten gegenüber Deutsche Bundespost Postdienst und Deutsche Bundespost Postbank		32 972 060	33 576 384
7. Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht		885	25 624
8. Sonstige Verbindlichkeiten, davon aus Ablieferung an den Bund und aus Steuern TDM 63 432 (Vj. TDM 261 845), davon im Rahmen der sozialen Sicherheit TDM 77 805 (Vj. TDM 151 613)		15 568 114	11 990 065
Summe Verbindlichkeiten		108 032 159	90 397 940
Rechnungsabgrenzungsposten		2 532 003	2 331 363
Summe Passiva		150 478 018	131 727 530

Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 1992

Bezeichnung	Nr. des Anhangs	31.12.1992 TDM	31.12.1991 TDM
1. Umsatzerlöse	(16)	53 957 282	47 194 134
2. Andere aktivierte Eigenleistungen		2 520 265	2 295 001
3. Sonstige betriebliche Erträge	(17)	1 797 885	1 693 987
4. Materialaufwand	(18)		
a) Aufwendungen für Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren		567 746	537 986
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen		6 746 948	4 286 676
5. Personalaufwand			
a) Löhne und Gehälter		12 370 454	10 675 555
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung, davon für Altersversorgung: TDM 2 617 790		4 562 281	4 093 070
6. Abschreibungen			
a) auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		14 704 012	14 363 830
b) auf Vorräte des Sachanlagevermögens		45 735	42 042
c) auf Sonderverlustkonto		1 265	66 152
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen	(19)	5 485 704	4 240 251
8. Erträge aus Beteiligungen, davon aus Verbundenen Unternehmen: TDM 8 773		28 315	9 431
9. Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens		4 231	3 527
10. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge, davon aus Deutsche Bundespost Postbank: TDM 72 089		190 655	114 748
11. Abschreibungen auf Finanzanlagen		-	4 298
12. Zinsen und ähnliche Aufwendungen, davon an Deutsche Bundespost Postbank und Deutsche Bundespost Postdienst: TDM 2 286 895		7 054 900	5 866 880
13. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit		6 959 588	7 134 088
14. Ablieferung an den Bund, Steuern			
a) Ablieferung an den Bund	(20)	4 998 835	4 610 263
b) Steuern		478 384	317 435
15. Aufwendungen aus Finanzausgleich	(21)	1 483 634	2 330 548
16. Jahresfehlbetrag		1 265	124 158
17. Entnahmen aus Gewinnrücklagen, Entnahme aus Sonderrücklage gem. § 17 Abs. 4 DMBilG		1 265	124 158
18. Bilanzgewinn	(22)	-	-

Allgemeine Erläuterungen und Angaben zum Jahresabschluß

(1) Grundlagen des Jahresabschlusses

Der vorliegende Jahresabschluß wurde gemäß § 44 Abs. 1 Postverfassungsgesetz (PostVerfG) nach handelsrechtlichen Grundsätzen aufgestellt. Dabei wurde die gemäß § 39 Abs. 2 PostVerfG erstellte und vom Aufsichtsrat gemäß § 23 Abs. 3 Nr. 5 PostVerfG am 14. Februar 1992 verabschiedete Bilanzierungsrichtlinie beachtet, wonach der Jahresabschluß in entsprechender Anwendung der für große Kapitalgesellschaften maßgeblichen Vorschriften des Handelsgesetzbuches (HGB) und unter Berücksichtigung der Besonderheiten der Deutschen Bundespost aufzustellen ist.

Der Jahresabschluß umfaßt die beiden für die Bilanzkreise der alten (ABL) und neuen Bundesländer (NBL) getrennt erstellten Abschlüsse unter Konsolidierung unternehmensinterner Posten. Der für den Bilanzkreis der alten Bundesländer erstellte Jahresabschluß wurde dabei letztmalig auf der Grundlage einer kameralistischen Rechnungslegung mittels einer zum Bilanzstichtag vorgenommenen Überleitungsrechnung erstellt.

Die Gliederungen von Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung entsprechen den Gliederungsvorschriften der §§ 266 und 275 HGB, wobei die Gewinn- und Verlustrechnung in Form des Gesamtkostenverfahrens dargestellt wird. Wegen der Besonderheiten der Deutschen Bundespost und der DM-Eröffnungsbilanz für den Bilanzkreis der NBL waren jedoch zum Teil abweichende bzw. zusätzliche Ausweisposten und Davon-Vermerke notwendig. Sofern erforderlich, wurden die Postenbezeichnungen ihrem tatsächlichen Inhalt entsprechend angepaßt. In einigen Fällen wurden Umgliederungen gegenüber dem Vorjahr vorgenommen; die Vorjahreszahlen sind entsprechend angepaßt.

(2) Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze, Währungsumrechnung

Die entgeltlich erworbenen immateriellen Vermögensgegenstände werden mit ihren Anschaffungskosten aktiviert und über vier Jahre abgeschrieben.

Die Sachanlagen werden zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten abzüglich planmäßiger und gegebenenfalls außerplanmäßiger Abschreibungen bewertet. Die von eigenen Mitarbeitern im Rahmen von Investitionen erbrachten Leistungen werden in handelsrechtlich zulässiger Höhe aktiviert.

Die Zugänge zum Sachanlagevermögen werden im Bilanzkreis der ABL und – aufgrund des Außerkrafttretens der Fernsprechnung der ehemaligen Deutschen Post zum 31.12.1991 – erstmalig auch im Bilanzkreis der NBL voll dem unternehmerischen Bereich zugeordnet und damit netto unter Geltendmachung entsprechender Vorsteuerforderungen erfaßt. Für die nicht unternehmerische (hoheitliche) Nutzung erfolgt pro rata temporis eine Korrektur des vollen Vorsteuerabzugs im Rahmen der Eigenverbrauchsbesteuerung, die mit Erlangung der vollen Unternehmereigenschaft zum 1.1.1993 entfällt. Dafür sind ab diesem Zeitpunkt Vorsteuerberichtigungen nach § 15a Umsatzsteuergesetz vorzunehmen.

Die planmäßigen Abschreibungen werden ausschließlich linear vorgenommen. Soweit nicht die amtlichen AfA-Tabellen angewendet werden, sind die den planmäßigen Abschreibungen zugrundeliegenden Nutzungsdauern nach dem Zeitpunkt bemessen, zu dem die Vermögensgegenstände nach den bisher vorliegenden Erkenntnissen voraussichtlich ausscheiden werden. In den ABL wird mit Ausnahme der Zugänge an Kraftfahrzeugen auf die übrigen Anlagenzugänge (einschließlich Immobilien) im Zugangsjahr grundsätzlich eine halbe Jahresabschreibung verrechnet. Die Zugänge an Kraftfahrzeugen im 1. Halbjahr werden mit einer vollen und die im

2. Halbjahr mit einer halben Jahresrate abgeschrieben. Geringwertige Endstelleneinrichtungen im Bereich der fernmeldetechnischen Anlagen werden entsprechend ihrer jeweiligen Nutzungsdauer abgeschrieben. Im übrigen werden geringwertige Anlagegüter im Geschäftsjahr als Aufwand gebucht. Eine Umstellung auf die handelsrechtliche Bilanzierung erfolgt im Geschäftsjahr 1993. Die Abschreibung in den NBL erfolgt pro rata temporis, geringwertige Wirtschaftsgüter werden im Zugangsjahr abgeschrieben.

Den planmäßigen linearen Abschreibungen liegen überwiegend die folgenden Nutzungsdauern zugrunde:

	Jahre
Immaterielle Vermögensgegenstände	4
Gebäude	10–60
Einrichtungen der Fernsprechdienste und Endeinrichtungen	5–10
Datenübermittlungseinrichtungen, Telefonnetz- und ISDN-Vermittlungseinrichtungen, Übertragungseinrichtungen, Funkeinrichtungen, technische Einrichtungen für Breitbandverteilnetze	10
Breitbandverteilnetze, Linienetze, Kabelkanallinien	20
Geräte der Fernmeldedienste, Fernmeldezeug und Sonstiges	3–12
Übrige technische Anlagen und Maschinen	15
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	4–15

Außerplanmäßige Abschreibungen werden vorgenommen, soweit der Ansatz mit einem niedrigeren Wert erforderlich ist. Im Berichtsjahr wurden auf Sachanlagen außerplanmäßige Abschreibungen von 361 Mio. DM vorgenommen.

Die Anteile an verbundenen Unternehmen und Beteiligungen werden mit den Anschaffungskosten, ggf. vermindert um Rückzahlungen, bzw. dem ihnen beizulegenden niedrigeren Wert bilanziert. Die Ausleihungen entsprechen den gewährten Darlehensbeträgen, vermindert um Tilgungen. Die Anteile an verbundenen Unternehmen und Beteiligungen

sind in gesonderten Übersichten dargestellt.

Die Vorräte des Sachanlagevermögens betreffen Materialien, die ganz oder überwiegend für Investitionen im Bereich der fernmeldetechnischen Sachanlagen bestimmt sind. Sie werden wegen ihrer Eigenart als Sonderposten zwischen Anlage- und Umlaufvermögen ausgewiesen. Diese Bestände werden zu einem auf der Grundlage früherer Bezüge je Artikel ermittelten Verrechnungspreis bewertet, der im Verlauf eines Geschäftsjahres grundsätzlich konstant gehalten wird. Wegen ihrer überwiegenden Verwendung für das Anlagevermögen werden diese Vorräte nach den für das Anlagevermögen geltenden Grundsätzen bewertet.

Die Hilfs- und Betriebsstoffe und Waren wurden zu Anschaffungskosten, gegebenenfalls abzüglich angemessener Abschläge mangels Verwertbarkeit, bilanziert. Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände werden zum Nennwert abzüglich angemessener Wertberichtigungen bilanziert. Die Währungsumrechnung der aus der Abrechnung mit ausländischen Verwaltungen sowie verbundenen Unternehmen und Beteiligungen resultierenden Fremdwährungsforderungen erfolgt zum Einbuchungskurs bzw. dem am Bilanzstichtag niedrigeren Stichtagskurs. Die Pensionsrückstellungen werden nach den Grundsätzen des § 6a EStG zum versicherungsmathematischen Teilwert unter Anwendung eines Rechnungszinsfußes von 6 % gebildet. Bei der Bemessung der Steuer- und sonstigen Rückstellungen wurde allen erkennbaren Risiken angemessen und ausreichend Rechnung getragen.

Die Verbindlichkeiten sind mit den Rückzahlungsbeträgen ausgewiesen. Fremdwährungsverbindlichkeiten wurden zum Anschaffungs- oder höheren Stichtagskurs bewertet. Im übrigen verweisen wir auf den Verbindlichkeitspiegel.

Erläuterungen zur Bilanz

(3) Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen
Die Zugänge bei immateriellen Vermögensgegenständen (ausschließlich erworbene DV-Software) und Sachanlagen betragen im Berichtsjahr 27,5 Mrd. DM. Die Entwicklung der immateriellen Vermögensgegenstände und der Sachanlagen ist im Anlagenspiegel dargestellt.

(4) Finanzanlagen
Die Zugänge betreffen bei den verbundenen Unternehmen insbesondere die Gründung der DeTeMobil Deutsche Telekom Mobilfunk GmbH, Bonn, deren Gegenstand die Planung, der Aufbau, der Betrieb, die Vermarktung und die Weiterentwicklung von Mobilfunkdiensten ist, eine Kapitalerhöhung bei der DeTeBau sowie den Erwerb der CSM ComputerService Magdeburg GmbH. Des weiteren wurde die DeTeBerkom – Gesellschaft für Forschung und Entwicklung von Anwendungen in der Telekommunikation mbH, Berlin, gegründet und Mehrheitsbeteiligungen an der neu gegründeten TELEPORT MediaPark Köln GmbH sowie an der Infonet Network Services Deutschland GmbH, Frankfurt am Main, erworben.

Bei den Beteiligungsunternehmen betreffen die Zugänge die Erhöhung des Stammkapitals der EUKOM-Gesellschaft für Telekommunikations-Mehrwertdienste mbH, Saarbrücken, sowie den Erwerb einer fünfprozentigen Beteiligung an der Berlin 2000 Marketing GmbH. Bei den Abgängen im Bereich der Beteiligungen handelt es sich um Kapitalherabsetzungen (Rückzahlungen) bei der KABELCOM Braunschweig, der KABELCOM Wolfsburg sowie der GSI-Datel, Darmstadt. Die Anteile von Telekom an den internationalen Satellitenorganisationen Intelsat, Eutelsat, Inmarsat und Intersputnik wurden erstmals unter den Beteiligungen ausgewiesen. Die bisher beim fernmeldetechnischen Sachanlagevermögen erfaßten Wertansätze wurden in die Beteiligungen umgliedert.

In den sonstigen Ausleihungen werden überwiegend Darlehen zum Bau von Dienstgebäuden und Wohnheimen ausgewiesen. Die Entwicklung der Finanzanlagen ist dem Anlagenspiegel zu entnehmen.

(5) Vorräte des Sachanlagevermögens
Bezüglich der Vorräte des Sachanlagevermögens verweisen wir auf die Ausführungen im Abschnitt (2) „Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze“.

(6) Vorräte
Die Vorräte umfassen hauptsächlich die unter Waren ausgewiesenen Bestände an Endgeräten in Höhe von 437 Mio. DM, die sowohl für den Verkauf als auch für die Vermietung bestimmt sind. Die Veränderung gegenüber dem Vorjahr ergibt sich im wesentlichen durch eine geänderte Abgrenzung zu den „Vorräten des Sachanlagevermögens“.

(7) Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände
Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen betreffen überwiegend Forderungen aus dem Fernsprechkreis in Höhe von 4,3 Mrd. DM. Die sonstigen Vermögensgegenstände enthalten im wesentlichen Vorsteuerforderungen von 4,3 Mrd. DM sowie eine an den Bund zu leistende Vorauszahlung auf Ablieferungen von 2 Mrd. DM. Sämtliche Forderungen sind innerhalb eines Jahres fällig.

(8) Sonderverlustkonto aus Rückstellungsbildung
Das den Bilanzkreis der NBL betreffende Sonderverlustkonto aus Rückstellungsbildung gemäß § 17 Abs. 4 des Gesetzes über die Eröffnungsbilanz in Deutscher Mark und die Kapitalneufestsetzung (DMBiG) wurde entsprechend dem Verbrauch der korrespondierenden Rückstellungen abgeschrieben.

(9) Kapital
Das Eigenkapital beträgt 34,6 Mrd. DM und liegt auch bei Einbeziehung der Rücklagen weiterhin deutlich

unter der gesetzlichen Sollvorgabe von einem Drittel des Gesamtkapitals nach § 41 PostVerfG.

Die Erhöhung des Kapitals um 410 Mio. DM ergibt sich aus § 28 Abs. 4 Haushaltsgesetz 1992. Danach wurde die Ablieferung auf Betriebseinnahmen im Beitrittsgebiet mit der Auflage erlassen, daß der erlassene Teilbetrag zur Verstärkung des Eigenkapitals verwendet wird.

(10) Gewinnrücklagen
Die Gewinnrücklagen betragen unverändert 1,25 Mrd. DM.

(11) Sonderrücklage
Die Sonderrücklage wurde im Bilanzkreis der NBL in der DM-Eröffnungsbilanz vom 1. Juli 1990 gemäß § 17 Abs. 4 DMBiG gebildet. Zum Verlustausgleich wurden der Rücklage 1,3 Mio. DM entnommen.

(12) Sonderposten für Zuschüsse zum Anlagevermögen
Bei dem Sonderposten für Investitionszuschüsse handelt es sich um bezuschußten Anlagegütern im einzelnen nicht zuordenbare Fördermittel für Infrastrukturverbesserungsmaßnahmen der öffentlichen Hand. Sie werden in Höhe der mittleren Nutzungsdauer der Anlagegüter erfolgswirksam aufgelöst.

(13) Rückstellungen
Die Pensionsrückstellungen umfassen in entsprechender Anwendung des Art. 28 EGHGB nur die unmittelbaren Pensionsverpflichtungen, soweit sie aus neu begründeten Anwartschaften von beamteten Mitarbeitern ab 1. Januar 1990 und hieraus in den Jahren 1990 bis 1992 eingetretenen Versorgungsansprüchen resultieren. Für nicht beamtete Mitarbeiter bestehen mittelbare Versorgungsversprechen über die Versorgungsanstalt der Deutschen Bundespost (VAP). Die Verpflichtungen, für die keine Rückstellungen bestehen, betragen 31,1 Mrd. DM für unmittelbare laufende Pensionen und Anwartschaften und 3,9 Mrd. DM für mittelbare Anwartschaften und Versorgungsansprüche.

Bei den Rückstellungen für Steuern handelt es sich um Rückstellungen für Grundsteuer-, Umsatzsteuer- und Lohnsteuerrisiken sowie Kfz-Steuerpflichtungen.

Die sonstigen Rückstellungen berücksichtigen alle erkennbaren Risiken und ungewissen Verpflichtungen. Sie beinhalten neben Rückstellungen im Personalbereich von 0,6 Mrd. DM Risiken aus der Geschäftstätigkeit von 2,1 Mrd. DM, insbesondere für unterlassene Instandhaltungsaufwendungen, drohende Verluste aus schwebenden Geschäften, Wiederherstellungsverpflichtungen bei Mietobjekten, Risiken aus Altlasten sowie übrige Risiken von 0,7 Mrd. DM.

(14) Verbindlichkeiten
Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen stehen vor allem mit Anlagenbeschaffungen im Zusammenhang.

Die Verbindlichkeiten gegenüber Deutsche Bundespost Postbank und Deutsche Bundespost Postdienst enthalten hauptsächlich Finanzschulden gegenüber der Postbank in Höhe von 29,9 Mrd. DM. Die sonstigen Verbindlichkeiten betreffen im wesentlichen Scheindarlehen in Höhe von 11,5 Mrd. DM. Bezüglich der Restlaufzeiten der Verbindlichkeiten verweisen wir auf den Verbindlichkeitspiegel. Zur Sicherung von Verbindlichkeiten wurden keine Pfandrechte oder ähnlichen Rechte eingeräumt.

(15) Haftungsverhältnisse
Bürgschaftsverpflichtungen von 1 Mio. DM stehen im Zusammenhang mit Maßnahmen der Wohnungsfürsorge. Die Verpflichtungen aus Gewährleistungsverträgen, insbesondere zugunsten verbundener Unternehmen, belaufen sich auf 1,6 Mrd. DM.

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

(16) Umsatzerlöse
Die Umsatzerlöse von Telekom betragen knapp 54 Mrd. DM. Darin

hat sich mit über 2 Mrd. DM eine im Zusammenhang mit der Einführung der Kontokorrentbuchhaltung in der Auslandsabrechnung verbesserte Periodenabgrenzung erhöhend ausgewirkt.

Die Umsatzerlöse der Deutschen Bundespost Telekom wurden in den nachfolgenden Tätigkeitsbereichen erzielt:

	Mio. DM
Entgelte im Fernsprechkreis	47 178
Entgelte im Telegrafendienst	3 347
Entgelte im Funkdienst sowie übrige Erträge	3 189
Erlöse aus Leistungen für DBP Postbank, DBP Postdienst, Direktorium der Deutschen Bundespost und für verbundene Unternehmen	243
Gesamt	53 957

(17) Sonstige betriebliche Erträge
Die sonstigen betrieblichen Erträge enthalten hauptsächlich Erträge aus Abgeltungen für die der Deutschen Postreklame übertragenen Rechte, Erträge aus der Kostenerstattung von Postdienst und Postbank, Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen, Mieterträge sowie Erträge aus der Inanspruchnahme von Rückstellungen und Wertberichtigungen als Gegenposten zu den unsaldiert auszuweisenden Aufwendungen.

(18) Materialaufwand
Die Aufwendungen für Hilfs- und Betriebsstoffe betreffen insbesondere Druckerzeugnisse, Büromaterial sowie Betriebsstoffe für Kraftfahrzeuge. Die Aufwendungen für bezogene Leistungen von 6,7 Mrd. DM enthalten im wesentlichen mit 2,9 Mrd. DM Vergütungen für Leistungen ausländischer Telekommunikationsgesellschaften und mit 2,3 Mrd. DM Instandhaltungen, insbesondere für fernmeldetechnische Anlagen.

(19) Sonstige betriebliche Aufwendungen
In den sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind neben den Aufwendungen für Kostenerstattung an

Postdienst und Postbank im wesentlichen Kosten für Miete, Pacht, Werbung, Fort- und Weiterbildung, Reisekosten, andere Personalnebenkosten sowie Wertberichtigungen auf Forderungen und Buchungsverluste aus dem Abgang von Sachanlagen enthalten.

(20) Ablieferung an den Bund

Die Ablieferung an den Bund in Höhe von 5,0 Mrd. DM wurde entsprechend den in § 63 Abs. 1 bis 4 PostVerfG festgelegten finanzwirtschaftlichen Übergangsbestimmungen berechnet, wobei der auf das Beitrittsgebiet entfallende Anteil gemäß § 28 Abs. 4 Haushaltsgesetz 1992 zur Verstärkung des Eigenkapitals verwendet wurde.

(21) Finanzausgleich

Die Aufwendungen aus Finanzausgleich gemäß § 37 Abs. 3 PostVerfG betragen zugunsten Deutsche Bundespost Postdienst 1,31 Mrd. DM und zugunsten Deutsche Bundespost Postbank 0,17 Mrd. DM.

(22) Bilanzgewinn

Nach Entnahme von 1,3 Mio. DM aus der Sonderrücklage gemäß § 17 Abs. 4 DMBilG zum Ausgleich des Jahresfehlbetrages verbleibt ein ausgeglichenes Bilanzergebnis.

(23) Sonstige finanziellen Verpflichtungen

Am Bilanzstichtag bestanden sonstige finanzielle Verpflichtungen in Höhe von 5,25 Mrd. DM, die im wesentlichen auf das Bestellobligo für Investitionen entfallen. Ferner bestanden finanzielle Verpflichtungen in Höhe der im Geschäftsjahr DBP Postdienst und bei DBP Postbank durch den Finanzausgleich nicht ausgeglichenen Fehlbeträge von zusammen 1,5 Mrd. DM. Aufgrund einer zwischen den Unternehmen der Deutschen Bundespost auf der Grundlage von § 37 Abs. 3 PostVerfG getroffenen Vereinbarung ist dieser nicht ausgeglichene Teilbetrag von Telekom zu Lasten der Jahresüberschüsse nachfolgender Geschäftsjahre auszugleichen.

Diese aus zukünftigen Jahresüberschüssen zu bedienende Verpflichtung war entsprechend den handelsrechtlichen Grundsätzen nicht zu bilanzieren.

(24) Mitarbeiter

Im Jahresdurchschnitt 1992 waren bei Telekom knapp 231 000 Mitarbeiter (ohne Auszubildende) beschäftigt. Diese durchschnittliche Beschäftigungszahl setzt sich wie folgt zusammen:

	Vollzeitbeschäftigte	Teilzeitkräfte	Gesamt
ABL:			
Beamte	113 660	5 156	118 816
Angestellte	21 017	3 473	24 490
Arbeiter	45 684	1 316	47 000
Gesamt	180 361	9 945	190 306
NBL:			
Beamte	166	2	168
Angestellte	20 830	501	21 331
Arbeiter	18 818	221	19 039
Gesamt	220 175	10 669	230 844

(25) Bezüge des Aufsichtsrats und des Vorstands

Die Bezüge des Aufsichtsrats beliefen sich im Geschäftsjahr 1992 auf 588 720 DM.

Die Bezüge der Mitglieder des Vorstands für das Geschäftsjahr 1992 betragen 3 359 047,60 DM. Die an frühere Mitglieder des Vorstands geleisteten Zahlungen beliefen sich auf 108 672,59 DM.

Die für diesen Personenkreis gebildeten Rückstellungen betragen 1,7 Mio. DM. Die Verpflichtungen, für die keine Rückstellungen gebildet wurden, belaufen sich auf 4,7 Mio. DM. Die Angaben über die Mitglieder des Aufsichtsrats und des Vorstands sind gesonderten Übersichten zu entnehmen.

Bonn, den 28. April 1993

Deutsche Bundespost Telekom

Der Vorstand
Ricke, Tenzer, Hummel,
Meißner, Gallist, Gellert, Freundlieb,
Dr. Kröske, Dr. Pällmann

Testat der Wirtschaftsprüfer

Wir haben den Jahresabschluß der DBP Telekom zum 31. Dezember 1992 mit folgendem Bestätigungsvermerk versehen:

„Die Buchführung und der Jahresabschluß der Deutschen Bundespost Telekom entsprechen nach unserer pflichtgemäßen Prüfung den für die Postunternehmen geltenden gesetzlichen Vorschriften mit der Einschränkung, daß die Werthaltigkeit von lediglich in Jahreskonten erfaßten Gegenständen des fernmeldetechnischen Anlagevermögens mit einem Restbuchwert von DM 88,0 Mrd. auf Grund fehlender Einzelnachweise nur global beurteilt werden konnte. Der Lagebericht steht im Einklang mit dem Jahresabschluß.“

Unsere Prüfung wurde in Übereinstimmung mit den Grundsätzen ordnungsmäßiger Durchführung von Abschlußprüfungen im Sinne des Fachgutachtens 1/1988 des Instituts der Wirtschaftsprüfer durchgeführt und umfaßte somit diejenigen Prüfungshandlungen, die wir unter den gegebenen Umständen für erforderlich hielten.

Frankfurt am Main, den 12. Mai 1993

C&L TREUARBEIT
DEUTSCHE REVISION

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Steuerberatungsgesellschaft

Dickmann, Wirtschaftsprüfer
Dr. Kutzenberger, Wirtschaftsprüfer

Verbindlichkeiten	Gesamtbetrag		davon mit einer Restlaufzeit		Gesamtbetrag Stand 1.1.1992 TDM
	Stand 31.12.1992 TDM	bis zu 1 Jahr TDM	1-5 Jahre TDM	über 5 Jahre TDM	
Anleihen	54 119 083	1 728 524	17 884 900	34 505 659	41 894 569
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	1 591	1 591	-	-	-
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	1 485	1 485	-	-	91
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	5 220 945	5 220 945	-	-	2 889 940
Verbindlichkeiten gegenüber Verbundenen Unternehmen, davon aus Lieferungen und Leistungen TDM 141 299	147 996	147 996	-	-	21 267
Verbindlichkeiten gegenüber Deutsche Bundespost Postbank und Deutsche Bundespost Postdienst	29 885 653 3 086 407	3 272 729 3 086 407	13 145 023 -	13 467 901 -	30 848 863 2 727 521
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht, davon aus Lieferungen und Leistungen TDM 753	885	885	-	-	25 624
Sonstige Verbindlichkeiten	15 568 114	5 220 986	8 266 579	2 080 549	11 990 065
Summe Verbindlichkeiten	108 032 159	18 681 548	39 296 502	50 054 109	90 397 940

Entwicklung des Anlagevermögens

Anlagevermögen	1.1.1992			Anschaffungs- oder Herstellungskosten			Kumulierte Abschreibungen TDM	Restbuchwert		Abschreibungen im Gj. 1992 TDM
	1.1.1992	Zugänge	Abgänge	Umbuchung	Zuschreibung	31.12.92		Stand am 31.12.1992	Stand am 31.12.1991	
	TDM	TDM	TDM	TDM	TDM	TDM		TDM	TDM	
Immaterielle Vermögensgegenstände	107 330	54 291	-	6 159	-	167 780	94 303	73 477	41 870	28 844
Sachanlagen										
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich Bauten auf fremden Grundstücken	13 741 163	1 123 770	58 325	2 610 899	13 262	17 430 769	1 594 893	15 835 876	12 713 206	612 876
2. Technische Anlagen und Maschinen										
fernmeldetechnische Anlagen	111 728 511	11 231 771	1 029 007	9 706 232	-	131 637 507	37 115 692	94 521 815	87 752 491	13 326 129
Übrige technische Anlagen und Maschinen	20 634	273	36	-	-	20 871	2 043	18 828	17 240	604
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	2 635 137	837 383	71 409	271 185	324	3 672 620	1 544 531	2 128 089	1 755 417	642 395
4. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	18 859 207	14 217 020	8 028	-12 724 981	-	20 343 218	246 092	20 097 126	18 706 279	93 165
Summe Sachanlagen	146 984 652	27 410 217	1 166 805	-136 665	13 586	173 104 985	40 503 251	132 601 734	120 944 633	14 675 169
Finanzanlagen										
1. Anteile an Verbundenen Unternehmen	72 314	370 282	-	-	-	442 596	22	442 574	72 292	-
2. Beteiligungen	70 090	113 491	76 761	130 506	-	237 326	4 298	233 028	65 792	-
3. Sonstige Ausleihungen	69 483	9 925	3 497	-	-	75 911	-	75 911	69 483	-
Summe Finanzanlagen	211 887	493 698	80 258	130 506	-	755 833	4 320	751 513	207 567	-
Anlagevermögen der Deutschen Bundespost Telekom	147 303 869	27 958 206	1 247 063	-	13 586	174 028 598	40 601 874	133 426 724	121 194 070	14 704 013

Anteile an Verbundenen Unternehmen (Stand: 31. Dezember 1992)

Name und Sitz der Gesellschaft	Gezeichnetes Kapital (Eigenkapital) DM	Anteil DBP Telekom am gez. Kapital %	Kapital Nennwert DM	Jahresüberschuß (+) bzw. -fehlbetrag (-) 1991 DM
Inland				
DeTeMobil Deutsche Telekom Mobilfunk GmbH, Bonn	300 000 000	100,0	300 000 000	-
DETEBAU Deutsche Telekom Planungs- und Bauorganisations-GmbH, Wiesbaden	40 000 000	100,0	40 000 000	-147 169,12
Deutsche Postreklame GmbH, Frankfurt am Main	15 000 000	100,0	15 000 000	+8 269 307,60
DeTeCSM Computer-Service Magdeburg GmbH, Magdeburg	5 000 000	100,0	5 000 000	-
Deutsche Fernkabel-GmbH, Berlin Charlottenburg/Rastatt	4 200 000	100,0	4 200 000	+506 928,21
DeTeBerkom Gesellschaft für Forschung und Entwicklung von Anwendungen in der Telekommunikation mbH, Berlin	50 000	100,0	50 000	-
Infonet Network Services Deutschland GmbH, Frankfurt am Main	540 000	80,0	432 000	-
TKS Telepost Kabel-Servicegesellschaft mbH, Bonn	90 000 000	62,6	56 300 000	-14 313 671,03
Teleport MediaPark Köln GmbH, Köln	300 000	51,0	153 000	-
Ausland				
Deutsche TELEKOM Inc., New York	\$ 100	100,0	\$ 100	\$ +107 087
Deutsche TELEKOM Ltd., London	£ 240 000	100,0	£ 240 000	£ +50 217
Deutsche TELEKOM K. K., Tokyo	Y 140 000 000	100,0	Y 140 000 000	Y -10 226 545
Deutsche TELEKOM S. A. R. L., Paris	FF 2 000 000	100,0	FF 2 000 000	FF +195 518
Deutsche TELEKOM S. A., Brüssel	bfr 2 600 000	95,0	bfr 2 470 000	bfr +5 507 500

Anteile an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht (Stand: 31. Dezember 1992)

Name und Sitz der Gesellschaft	Gezeichnetes Kapital (Eigenkapital) DM	Anteil DBP Telekom am gez. Kapital %	Kapital Nennwert DM	Jahresüberschuß (+) bzw. -fehlbetrag (-) 1991 DM
Inland				
EUCOM Gesellschaft für Telekommunikations-Mehrwertdienste mbH, Saarbrücken	105 000 000	50,0	52 500 000	-2 403 808,74
TELECASH Kommunikations-Service GmbH, Stuttgart	2 500 000	50,0	1 250 000	-1 170 362
DANET-Gesellschaft für Beratung und Softwareentwicklung mbH, Darmstadt	2 000 000	30,0	600 000	+3 907 990
DETECON Deutsche Telepost Consulting GmbH, Bonn	5 000 000	30,0	1 500 000	+7 874 451,02
WIK Wissenschaftliches Institut für Kommunikationsdienste GmbH, Bad Honnef	50 000	30,0	15 000	-
KABELCOM Braunschweig, Gesellschaft für Breitbandkabel-Kommunikation mbH, Braunschweig	2 000 000	24,0	480 000	+823 623,76
KABELCOM Wolfsburg, Gesellschaft für Breitbandkabel-Kommunikation mbH, Wolfsburg	1 000 000	24,0	240 000	+427 830,62
KABELCOM Osnabrück, Gesellschaft für Breitbandkabel-Kommunikation mbH, Osnabrück	50 000	24,0	12 000	+10 370,92
EUROSCOM - European Institute for Research and Strategic Studies in Telecommunications GmbH, Heidelberg	183 500	17,4	32 000	+11 780,94
GSI-DATEL Gesellschaft für Datenfernverarbeitung, Darmstadt	4 440 000	5,0	222 000	+112 378,73
Berlin 2000 Marketing GmbH, Berlin	2 010 000	5,0	100 000	-
Ausland				
International Telecommunications Satellite Organization Intelsat, Washington, D. C.	\$ 1 757 997 518	4,2	\$ 73 835 896	\$ +12 443 400,64*)
European Telecommunications Satellite Organization Eutelsat, Paris	ECU 59 327 710	14,5	ECU 8 602 921	ECU +149 673,91*)
International Maritime Satellite Organization Inmarsat, London	\$ 298 024 122	2,8	\$ 8 262 987	\$ +2 901 255,11*)
Internationale Organisation Intersputnik, Moskau	\$ 1 328 492	5,7	\$ 75 177	-
INFONET Services Corporation, Los Angeles	\$ 100	16,2	\$ 16,17	\$ +4 245 000,00

*) Ausschüttung für IV. Quartal 1991 und I-III. Quartal 1992

Vorsitzender

Rolf-Dieter Leister

Stellvertr. Vorsitzender

Emil Bock

Vertreter des Bundes

Prof. Dr. Johann Eekhoff
Staatssekretär
Bundesministerium für Wirtschaft

Dr. Peter Glotz
Mitglied des Deutschen
Bundestages
Kommunikationswissenschaftler
Vors. SPD-Bezirk Südbayern

Rolf-Dieter Leister
Wirtschaftsberater
Stuttgart

Dipl.-Volksw. Dr. h. c. Tyll Necker
Vorsitzender der Geschäftsführung
und Gesellschafter der
HAKO-Werke

Heinrich Windelen
Bundesminister a. D.

Dr. Franz-Christoph Zeitler
Staatssekretär
Bundesministerium der Finanzen

Dr. Gebhard Ziller
Staatssekretär
Bundesministerium für Forschung
und Technologie

Vertreter der Anwender und Kunden

Dr. Jörg Brixner
Präsident des Deutschen
Raiffeisen Verbandes e. V.

Karl-Friedrich Haas
Präsident des Zentralverbandes
der Deutschen Elektrohandwerke

Dr. sc. techn. Dieter Hundt
Persönlich haftender Gesellschafter
Allgaier-Werke KG

Dipl.-Kfm. Johannes Jaschick
Hauptgeschäftsführer
Arbeitsgemeinschaft der
Verbraucherverbände

Dipl.-Volksw. Dr. Heinz Sebiger
Vorstandsvorsitzender DATEV eG

Dipl.-Ing. Ehrhard van Straaten
Geschäftsführender Gesellschafter
GME Gesellschaft für Medien-
beratung und Entwicklung mbH

Dr. Albrecht Ziemer
Technischer Direktor
beim ZDF

Vertreter des Personals des Unternehmens

Dipl.-Ing. Franz Akstaller
Abteilungspräsident
Oberpostdirektion Nürnberg
Stellv. Bundesvorsitzender
des Deutschen Postverbandes

Veronika Altmeyer
Vorsitzende des Hauptper-
sonalrats der DBP Telekom

Emil Bock
Stellv. Vorsitzender der
Deutschen Postgewerkschaft

Hans Girstein
Posthandwerker
Hauptpersonalrat

Dipl.-Ing. Franz-Josef Klare
Mitglied des Hauptvorstandes
der Deutschen Postgewerkschaft

Jochen Richert
Geschäftsführendes Vorstands-
mitglied im DGB-Bundsvorstand

Werner Thiemann
Vorsitzender des Hauptpersonalrats
für Sozialangelegenheiten
beim Direktorium der Deutschen
Bundespost

Vorsitzender

Helmut Ricke
Zentrale Aufgaben, Strategie,
Forschung, Internationale
Angelegenheiten

Dipl.-Ing. Gerd Tenzer
Netze, Satelliten, Logistik

Dipl.-Ing. Helmut Schön
Telefondienst, Vermittlungstechnik
(bis einschließlich 30.06.92)

Dipl.-Ing. Klaus Hummel
Breitbandverteilungsnetze, Rundfunk,
Öffentlicher Mobilfunk
(von 01.07.-31.12.92 außerdem
Telefondienst, Vermittlungstechnik)

Carl-Friedrich Meißner
Datenmehrwertdienste

Dipl.-Phys. Dieter Gallist
Marketing, Vertrieb, Telekom
Service, Geschäftsbedingungen,
Endeinrichtungen

Horst Gellert
Organisation, Informationstechnik

Wilhelm Freundlieb
Personal, Arbeits- und Tarifrecht,
Sozialangelegenheiten, Telekom
Recht

Dr. Joachim Kröske
Finanzen, Controlling,
Betriebswirtschaft,
Einkauf, Liegenschaften, Hochbau

Dr.-Ing. E.h. Wilhelm Pällmann
Stabsstelle Berlin
Übergangs- und Aufholmaßnahmen
für das Beitrittsgebiet

Impressum

Herausgeber:

Deutsche Bundespost Telekom
Generaldirektion
Geschäftsbereich
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Postfach 2000
D-53105 Bonn
Telefon 02 28/1 81 49 49 oder
Telefax 02 28/1 81 39 99

Verantwortlich für den Inhalt:

DBP Telekom,
Vorstandsbereich Finanzen
und Controlling

Konzept und Gestaltung:

Zintzmeyer & Lux AG
Zürich/Bonn

Fotos:

Karsten de Riese
Christoph Seeberger
Roland Steiner
Martin Stoll
DPA
Bildagentur Baumann
Keycolor
Bildpressestelle Telekom

Produktion:

Spiess Ermisch Abels GmbH
Düsseldorf

Lithographie:

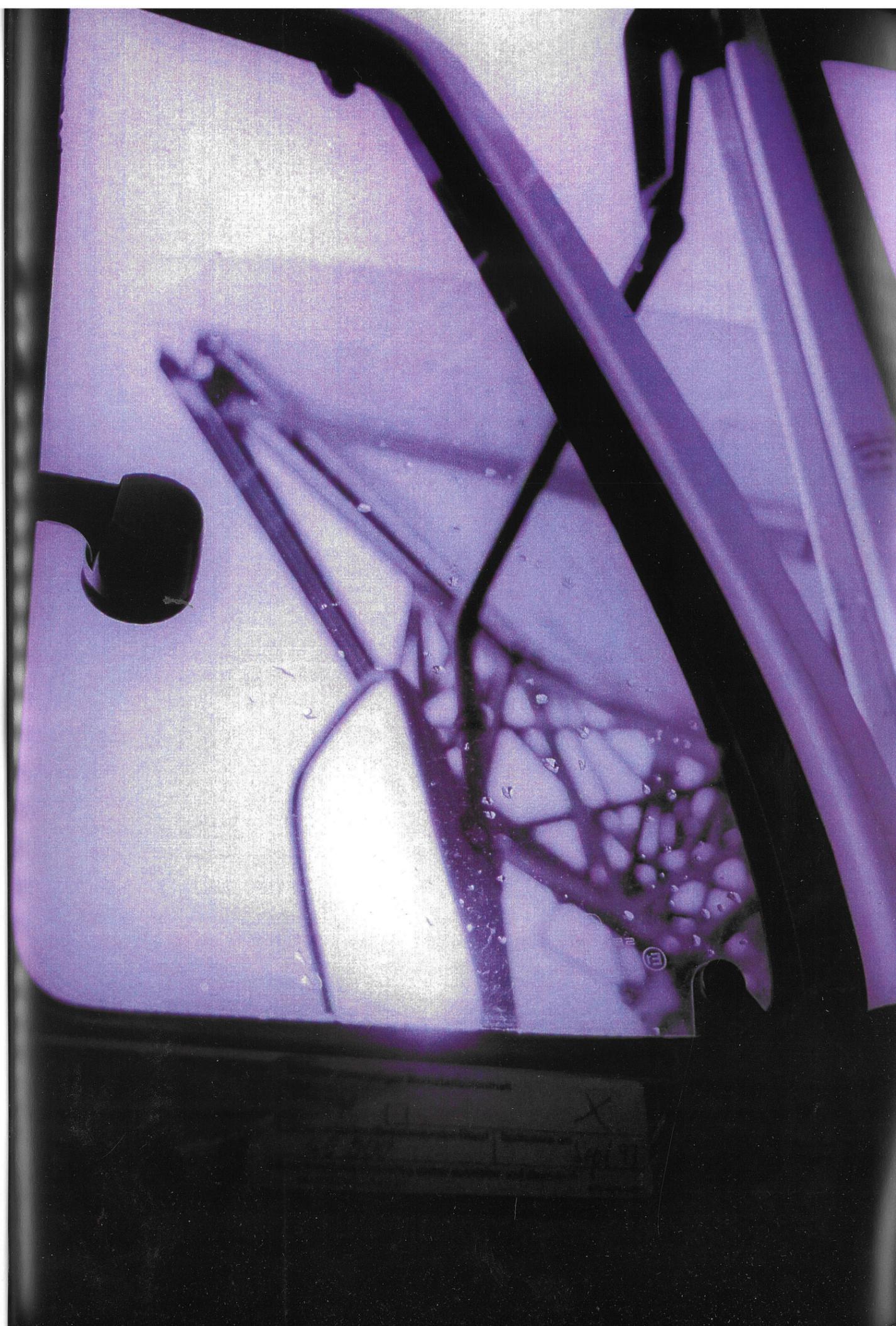
Vignold
Ratingen

Druck:

Heining & Müller
Mühlheim a. d. Ruhr

Dieser Geschäftsbericht erscheint
auch in englischer Sprache.

Der Bericht ist auf chlorfrei
gebleichtem Papier gedruckt.



Die wichtigsten
statistischen
Daten zum
Geschäftsjahr
1992.

Inhaltsverzeichnis

Zeichenerklärung:

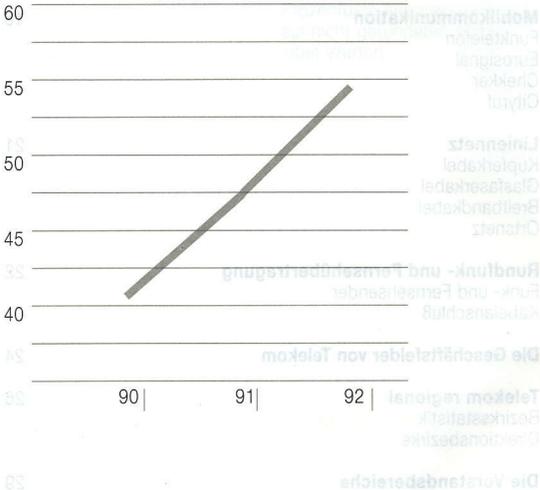
- ABL Alte Bundesländer einschließlich West-Berlin
- NBL Neue Bundesländer
- * Angabe enthält keine Ergebnisse für die NBL
- r berichtigte Zahl gegenüber der Angabe im statistischen Heft 1991
- kein Bestand/Verkehr
- Bestand/Verkehr vorhanden, aber keine Angabe möglich
- ... Angaben fallen später an
- Die Angaben bis einschließlich 1989 beziehen sich auf das Gebiet der ABL.
Prozentuale Angaben basieren auf nicht gerundeten absoluten Werten.

Wirtschaftsdaten	4
Vertrieb und Service	6
Rund ums Telefon	7
Telefonanschlüsse- und verbindungen	
Öffentliche Münz- und Kartentelefone	
Telefonkarten	
Telefonansagen	
Telefonauskunft	
Service 130	
Service 190	
Sprachbox	
ISDN	
Daten und Bürokommunikation	12
Datex-L	
Datex-P	
Datex-J/Btx	
Telefax	
Teletex	
Telex	
Telegramme	
Telebox 400	
Videokonferenz	
Mobilkommunikation	18
Funktelefon	
Eurosignal	
Chekker	
Cityruf	
Liniennetz	21
Kupferkabel	
Glasfaserkabel	
Breitbandkabel	
Ortsnetz	
Rundfunk- und Fernsehübertragung	22
Funk- und Fernsehsender	
Kabelanschluß	
Die Geschäftsfelder von Telekom	24
Telekom regional	26
Bezirksstatistik	
Direktionsbezirke	
Die Vorstandsbereiche	29

Wirtschaftsdaten

Jahr	90	91	92
Bilanzsumme in Mrd. DM	116.1	131.7	150.5
Sachanlageinvestitionen (brutto) in Mrd. DM	19.3	24.4	27.5
Geschäftsergebnis in Mrd. DM ¹⁾	7.3	7.2	7.0
Ablieferung an den Bund in Mrd. DM	4.0	4.6	5.0
Aufwendungen aus Finanzausgleich für die Schwesterunternehmen der Deutschen Bundespost in Mrd. DM	2.0	2.3	1.5
Eigenkapitalquote in %	31.0	27.0	24.0
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt in Tsd. ²⁾	192.8*	229.0	231.0
Umsatzentwicklung in Mrd. DM	40.6	47.2	54.0

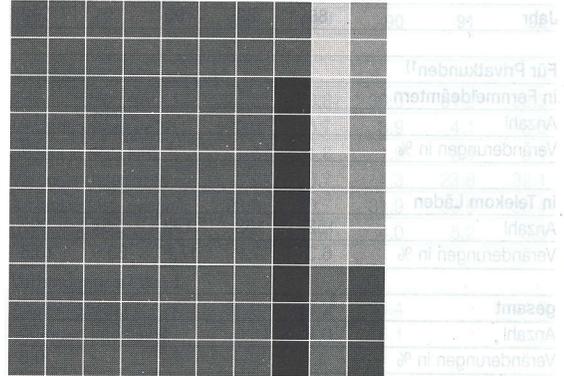
Umsatzentwicklung in Mrd. DM



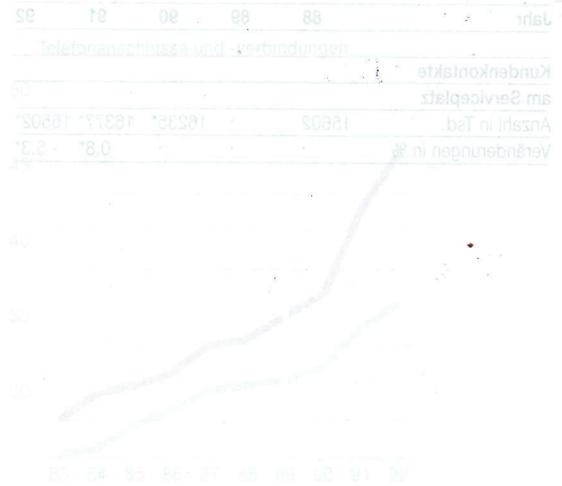
1) Vor Steuern, Ablieferung und Finanzausgleich

2) Umgerechnet auf Vollzeitkräfte.

Umsatzanteile der Geschäftsbereiche 1992 in %



■ Telefon/ISDN	72.1
■ Daten-/Textverbindungen	8.3
■ Mobilfunk	3.6
■ Ton- und Fernsehsender	2.3
■ Breitbandkommunikation	3.3
■ Endgeräte	7.1
■ übrige	3.3



Vertrieb und Service

Vertriebsstellen

Jahr	88	89	90	91	92
------	----	----	----	----	----

Für Privatkunden¹⁾

in Fernmeldeämtern

Anzahl	-	-	-	112	113
Veränderungen in %	-	-	-	-	0.9

in Telekom Läden

Anzahl	152	163	192	257	292
Veränderungen in %	6.3	7.2	17.8	33.9	13.6

gesamt

Anzahl	-	-	-	369	405
Veränderungen in %	-	-	-	-	9.8

Für Geschäftskunden¹⁾

Anzahl	-	-	-	198	199
Veränderungen in %	-	-	-	-	0.5

Telekom Service

Jahr	88	89	90	91	92
------	----	----	----	----	----

Kundenkontakte

am Serviceplatz

Anzahl in Tsd.	15602	•	16235*	16377*	15502*
Veränderungen in %	•	•	•	0.8*	-5.3*

1) Seit 1991 werden im technischen Vertrieb Privat- und Geschäftskundenvertriebsstellen unterschieden.

Rund ums Telefon

Telefonanschlüsse und -verbindungen

Jahr	88 ¹⁾	89 ¹⁾	90	91	92
------	------------------	------------------	----	----	----

Anschlüsse

Anzahl in Mio. ABL	27.8	28.8	30.0	31.2	32.3
Veränderungen in %	3.0	3.7	3.9	4.1	3.5
Anzahl in Mio. NBL	1.8	1.8	1.9	2.4	3.1
Veränderungen in %	3.9	3.7	4.3	23.8	32.1
Anzahl in Mio. gesamt	29.6	30.7	31.9	33.6	35.4
Veränderungen in %	3.1	3.7	4.0	5.2	5.5

Verbindungen Inland

Anzahl in Mrd.	32.0	33.3	35.4	•	44.6
Veränderungen in %	0.3	4.0	6.1	•	•

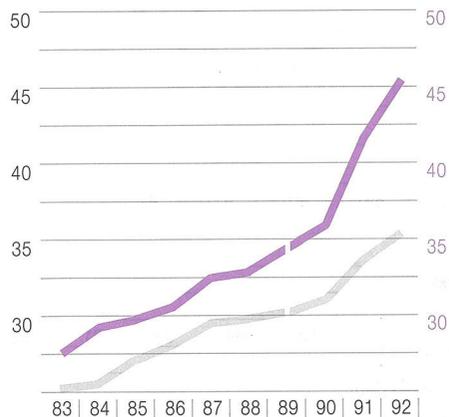
Verbindungen Ausland

Anzahl in Mio.	608.3	703.4	796.7	•	1011.6
Veränderungen in % ¹⁾	16.5	15.6	13.3	•	•

Verbindungen

Anzahl in Mrd. gesamt	32.7	34.1	36.2	41.9	45.6
Veränderungen in %	0.5	4.2	6.2	15.7	8.8

Telefonanschlüsse und -verbindungen



■ Telefonverbindungen in Mrd. gesamt
■ Telefonanschlüsse in Mio. gesamt

1) Angaben für ABL bis einschließlich 1989 bereinigt.

Öffentliche Telefone

Jahr	88	89	90	91	92
------	----	----	----	----	----

Münztelefone

Anzahl in Tsd.	136.1	135.9	125.7*	112.3*	124.1
Veränderungen in %	·	-0.1	-7.5*	-10.6*	10.5

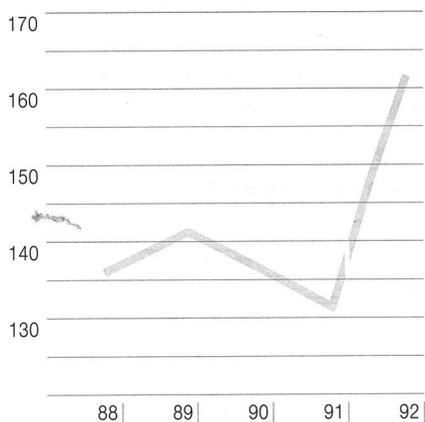
Kartentelefone

Anzahl in Tsd.	0.020	4.5	10.5*	19.6*	37.7
Veränderungen in %	·	225.7	132.2*	85.8*	92.9

Münz- und Kartentelefone

Anzahl in Tsd. gesamt	136.1	140.5	136.2*	131.9*	161.8
Veränderungen in %	·	3.2	-3.0*	-3.2*	22.7

Münz- und Kartentelefone gesamt in Tsd.1)



Informationsdienste

Jahr	88	89	90	91	92
------	----	----	----	----	----

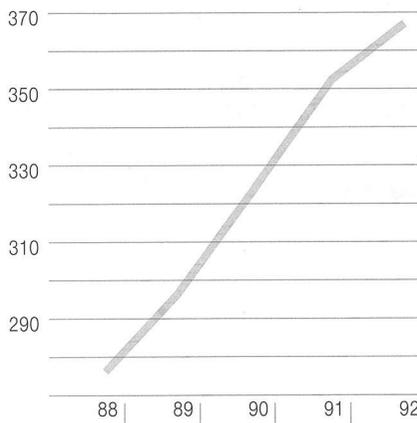
Anrufe bei Telefonansagen

Anzahl in Mio.	225.4	216.9	212.7*	197.8*	180.4*
Veränderungen in %	-5.3	-3.8	-1.9*	-7.0*	-8.8*

Anrufe bei Telefonauskunft

Anzahl in Mio.	274.8	295.1	323.6*	351.9*	366.0*
Veränderungen in %	2.4	7.4	9.7*	8.7*	4.0*

Anrufe bei Telefonauskunft in Mio.



Telefonkarten

Jahr	88	89	90	91	92
------	----	----	----	----	----

Verkaufte Telefonkarten

Anzahl in Mio.	-	·	·	17.7	36.0
Veränderungen in %	-	·	·	·	93.5

1) Bis 1991 nur ABL.

Voice-Dienste

Jahr	88	89	90	91	92
------	----	----	----	----	----

Service 130-Anschlüsse

Anzahl in Tsd.	1.5	2.4	3.4*	6.5*	10.6
Veränderungen in %	45.9	60.1	44.8*	89.8*	63.5

Service 130-Gespräche

Anzahl in Mio.	16.7	28.1	36.9*	55.3*	77.7
Veränderungen in %	92.1	67.8	31.6*	49.7*	40.6

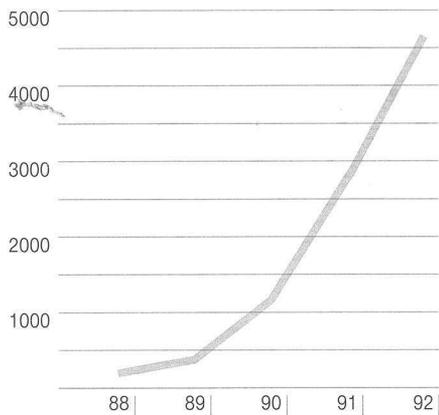
Service 190-Gespräche

Anzahl in Mio.	-	-	-	-	6.7
Veränderungen in %	-	-	-	-	-

Sprachboxen

Anzahl in Tsd.	0.2	0.4	1.1*	2.7*	4.6
Veränderungen in %	-7.7	88.1	197.5*	147.7*	71.0

Sprachboxen in Tsd.



ISDN

Jahr	89	90	91	92
------	----	----	----	----

Digitale Beschaltungseinheiten

Anzahl in Tsd.	14.9r*	84.1r*	285.8r*	616.8
Veränderungen in %	-	464.0*	239.9*	115.8

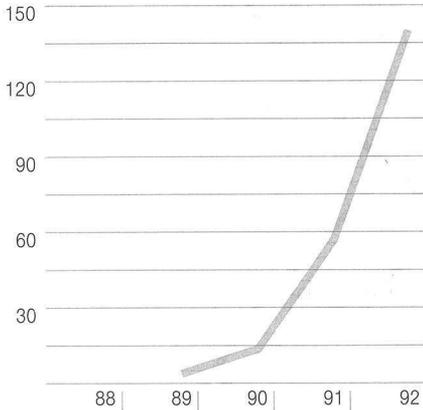
Primärmultiplexanschlüsse

Anzahl in Tsd.	3.4r*	1.8r*	5.6r*	11.3
Veränderungen in %	-	436.5*	204.6*	102.2

Basisanschlüsse

Anzahl in Tsd.	2.3r*	14.5r*	59.1r*	138.8
Veränderungen in %	-	524.4*	306.7*	135.0

Basisanschlüsse in Tsd.



Datex

Jahr	88	89	90	91	92
------	----	----	----	----	----

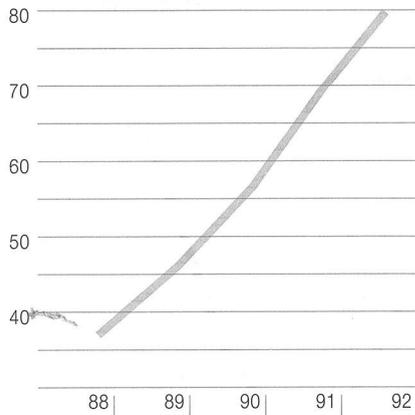
Datex-L-Anschlüsse

Anzahl in Tsd.	21.5	23.2	24.2*	24.7	24.9
Veränderungen in %	8.1	7.8	3.9*	2.3	0.7

Datex-P-Anschlüsse

Anzahl in Tsd.	35.3	45.2	56.5*	69.0	81.8
Veränderungen in %	36.0	28.0	25.0*	22.2	18.5

Datex-P-Anschlüsse in Tsd.



Datex-J/Btx¹⁾

Jahr	88	89	90	91	92
------	----	----	----	----	----

Anbieter

Anzahl in Tsd.	3.3	3.2	3.1*	3.0	2.8
Veränderungen in %	-1.1	-5.1	-3.1*	-3.5	-6.7

Anbieter

mit externen Rechnern

Anzahl in Tsd.	1.3	1.5	1.7*	1.8	1.9
Veränderungen in %	24.5	19.4	11.8*	8.0	6.9

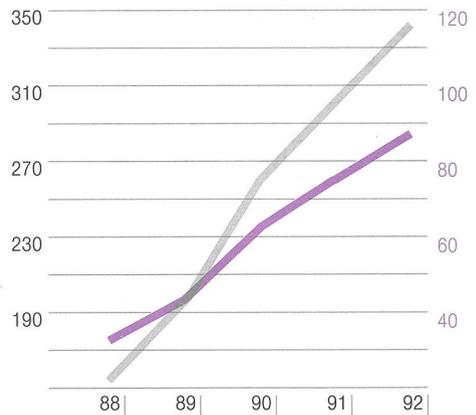
Kunden

Anzahl in Tsd.	146.9	194.8	259.8*	302.3	340.4
Veränderungen in %	53.2	32.6	33.4*	16.3	12.6

Anrufe

Anzahl in Mio.	32.1	43.5	63.2*	75.6	87.8
Veränderungen in %	46.0	35.3	45.2*	19.7	16.1

Datex-J-Kunden und -Anrufe



■ Anrufe in Mio.
■ Kunden in Tsd.

¹⁾ Der Btx-Dienst ist seit Beginn des Jahres 1993 neu gestaltet und in Datex-J umbenannt worden.

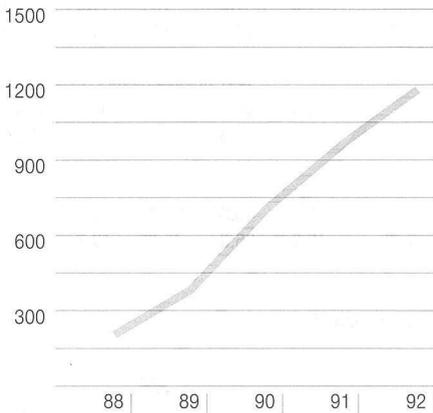
Textdienste

Jahr	88	89	90	91	92
------	----	----	----	----	----

Telefaxanschlüsse¹⁾

Anzahl in Tsd.	197.2	411.1	696.2	946.2	1172.7
Veränderungen in %	134.5	108.4	69.4	35.9	23.9

Telefaxanschlüsse¹⁾ in Tsd.



Textdienste

Jahr	88	89	90	91	92
------	----	----	----	----	----

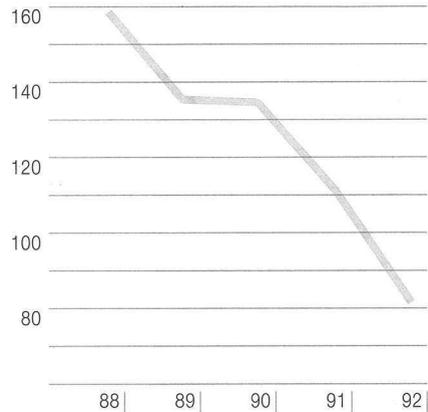
Teletexanschlüsse

Anzahl in Tsd.	19.1	18.2	16.3*	14.1*	10.8*
Veränderungen in %	6.8	-4.6	-10.3*	-13.5*	-23.2*

Telexanschlüsse

Anzahl in Tsd.	158.2	134.4	134.5	111.9	81.1
Veränderungen in %	-5.6	-15.1	0.1	-16.8	-27.5

Telexanschlüsse in Tsd.



¹⁾ Gemäß Telekom Telefax-Verzeichnis.

Textdienste

Jahr	88	89	90	91	92
------	----	----	----	----	----

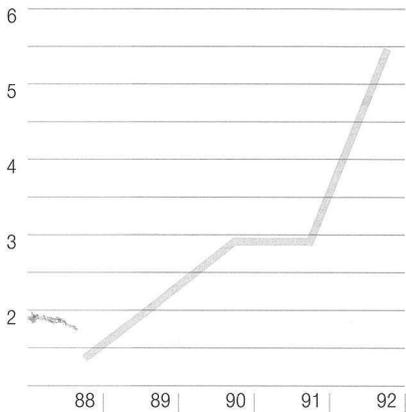
Aufgegebene Telegramme

Anzahl in Mio.	5.2	5.1	18.0	11.1	7.6
Veränderungen in %	-2.1	-2.4	256.2	-38.6	-31.5

Telebox 400

Anzahl in Tsd.	1.3	2.1	2.8*	2.8*	5.4*
Veränderungen in %	21.7	58.2	34.4*	0.5r*	89.7*

Telebox 400 in Tsd.



Videokonferenz-Einrichtungen

Jahr	88	89	90	91	92
------	----	----	----	----	----

Privat

Anzahl	89	146	235*	350*	499
Veränderungen in %	34.8	64.0	61.0*	48.9*	42.6

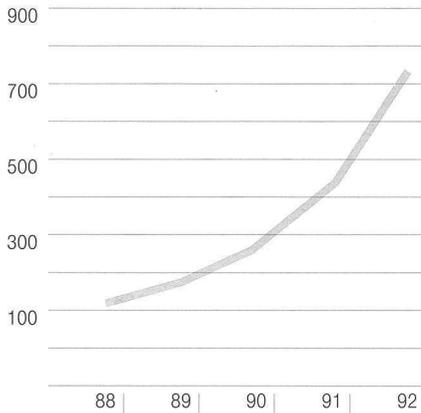
Von Telekom

Anzahl	13	12	40	60	98
Veränderungen in %	0	-7.7	233.3	50.0	63.3

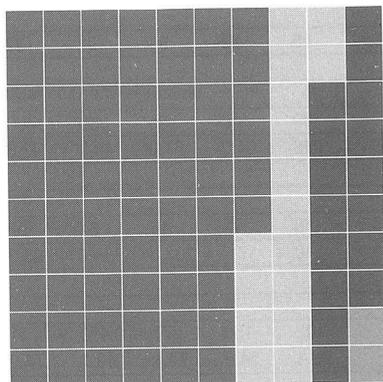
Gesamt

Anzahl	102	158	275	410	717
Veränderungen in %	29.1	54.9	74.1	49.1	74.9

Videokonferenz-Einrichtungen gesamt



Mobilfunkanschlüsse per 31.12.92



Funktelefon 65.8%
 Eurosignal 16.0%
 Cityruf 16.0%
 Chekker 2.2%

Funktelefon

Jahr	88	89	90	91	92
------	----	----	----	----	----

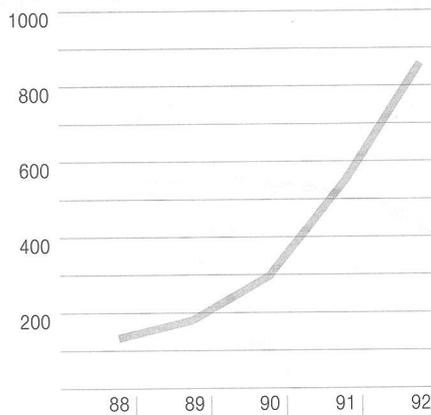
Anschlüsse am C-Netz

Anzahl in Tsd.	98.8	163.6	273.9	532.3	771.9
Veränderungen in %	102.6	65.7	67.4	94.4	45.0

Anschlüsse gesamt

Anzahl in Tsd.	123.1	185.5	292.6	546.6	848.5
Veränderungen in %	66.0	50.6	57.7	86.8	55.2

Funktelefonanschlüsse gesamt in Tsd.



Mobilfunk

Jahr	88	89	90	91	92
------	----	----	----	----	----

Eurosignal-Anschlüsse

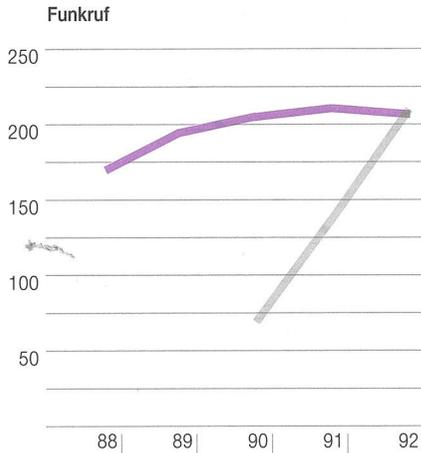
Anzahl in Tsd.	171.9	191.8	204.6*	210.3*	206.9*
Veränderungen in %	13.6	11.6	6.7*	2.8*	-1.6*

Chekker-Funkgeräte

Anzahl in Tsd.	-	-	2.7	11.3	27.8
Veränderungen in %	-	-	-	320.4	146.5

Cityruf-Kunden

Anzahl in Tsd.	-	-	64.5	132.0	206.8
Veränderungen in %	-	-	-	104.6	56.6



- Eurosignal-Anschlüsse in Tsd.
- Cityruf-Kunden in Tsd.

Fernliniennetz

Jahr	88	89	90	91	92
------	----	----	----	----	----

Kupferkabel

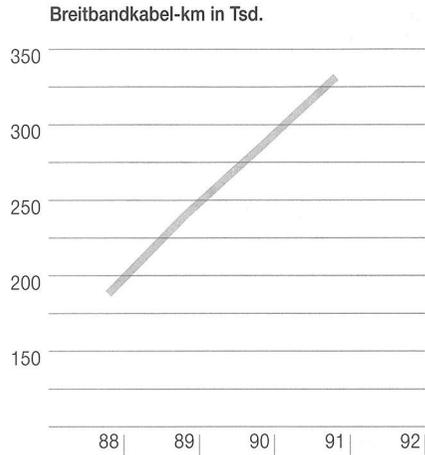
km in Tsd.	159.0	155.8	193.3	197.4	...
Veränderungen in %	1.0	-2.0	24.0	2.1	...

Glasfaserkabel

km in Tsd.	14.8	20.9	30.9	42.1	...
Veränderungen in %	247.4	40.2	47.9	36.4	...

Breitbandkabel

km in Tsd.	184.4	232.5	279.5*	327.0*	...
Veränderungen in %	23.3	26.1	20.2*	17.0*	...



Ortskabelnetz

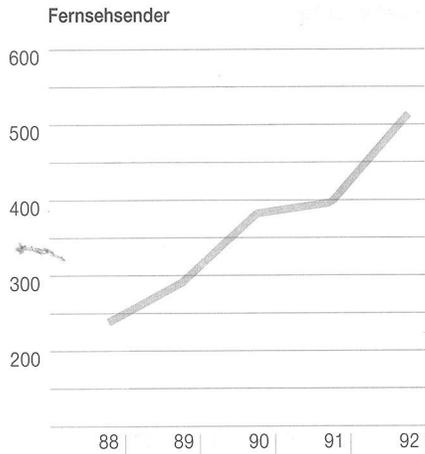
Jahr	88	89	90	91	92
------	----	----	----	----	----

Kupfer- und Glasfaserkabel

km in Tsd.	995.8	1015.2*	1026.8*	1141.6*	...
Veränderungen in %	-	2.0*	3.1*	11.2*	...

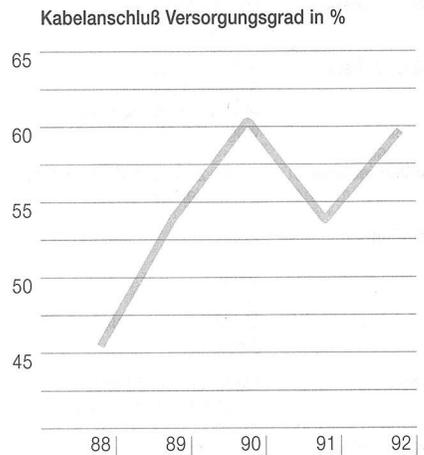
Rundfunk- und Fernsehübertragung

Sender					
Jahr	88	89	90	91	92
Hörfunksender					
Anzahl	175	241	466	513	542
Veränderungen in %	103.5	37.7	93.4	10.1	5.7
Fernseh-Füllsender					
Anzahl in Tsd.	4.7	4.9	5.7	5.8	6.0
Veränderungen in %	3.3	3.9	16.7	1.5	3.8
Fernsehsender¹⁾					
Anzahl	238	292	381	394r	510
Veränderungen in %	28.0	22.7	30.5	3.4r	29.4



¹⁾ Grundnetzsender (Flächenversorgungssender).

Kabelanschluß					
Jahr	88	89	90	91	92
Angeschlossene Haushalte					
Anzahl in Tsd.	4466	6253	8059	9899	11823
Veränderungen in %	-	40.0	28.9	22.8	19.4
Anschließbare Haushalte					
Versorgungsgrad ¹⁾ in %	45.5	53.8	60.7*	53.0	58.8
Veränderungen in %		11.1	8.3	6.9*	-7.7



¹⁾ Versorgungsgrad = $\frac{\text{anschließbare Haushalte}}{\text{vorhandene Haushalte}}$

Die Geschäftsfelder von Telekom

Geschäftsfelder	Produktgruppen
Telefonnetzdienst PK	Telefonanschlüsse Telefonverbindungen Zusatzleistungen
Telefonnetzdienst GK	Telefonanschlüsse Telefonverbindungen Zusatzleistungen
Telefonnetzdienst GrK	Anschlüsse Verbindungen Zusatzleistungen Telefonteilnehmerdaten
Monopolübertragungswege (MÜW)	Digitale MÜW Analoge MÜW
Breitbandverteilstrom/-dienst	Kabelanschluß Signaleinspeisung Monopolübertragungswege 450 MHz
Festgeschaltete Verbindungen	Punkt-zu-Punkt-Verbindungen VSAT-Dienste
Vermittelte Verbindungen	Datex-P Datex-L Telex Teletex Dasat Teledat
Bildkommunikation	Videokonferenzdienst Bildtelefondienst über ISDN
Rundfunk und Audiovision	Rundfunksender Audio-/Video-Verbindungen Audiovisuelle Dienste mit Business TV und Satellite News Gathering Monopolübertragungswege 15 kHz und 5 MHz
Spezielle Mobilfunkdienste	Bündelfunk Chekker Datenfunk Modacom Satellitenmobilfunkdienste Inmarsat See-/Rheinfunk Terrestrische Flugtelefonsysteme Schnurlose Systeme
Funkruf	Eurosignal Cityruf Ermes

Geschäftsfelder	Produktgruppen
Funktelefon	B/B2-Netz C-Netz D1-Netz (GSM)
Telekom Designed Network	National International
Consulting	Netzgerichtetes Telekommunikations-Consulting Allgemeines Telekommunikations-Consulting
Mitteilungs-, Informations- und Verarbeitungs-Service	Informationsdienste X.400-Mitteilungsdienste Sprachserverdienste Telegramm Temex
Informations- und Operatordienste	Auskunft Inland Auskunft Ausland Auftragsdienste Telekommunikationsverzeichnis
Telekom Service	Montage Betrieb/Instandhaltung Sonderleistungen
Öffentliche Telefone	Öffentliche Telefone in Postämtern Münztelefone Kartentelefone/Kreditkartentelefone Sonstige öffentliche Telekommunikationsstellen Kartenanwendungen Notrufmelder und -telefone
Endgeräte PK	Telefone Kleinst-TK-Anlagen (PlusLine) Sonstige Endeinrichtungen
Endgeräte GK	TK-Anlagen Telefax-Geräte ISDN-Endeinrichtungen

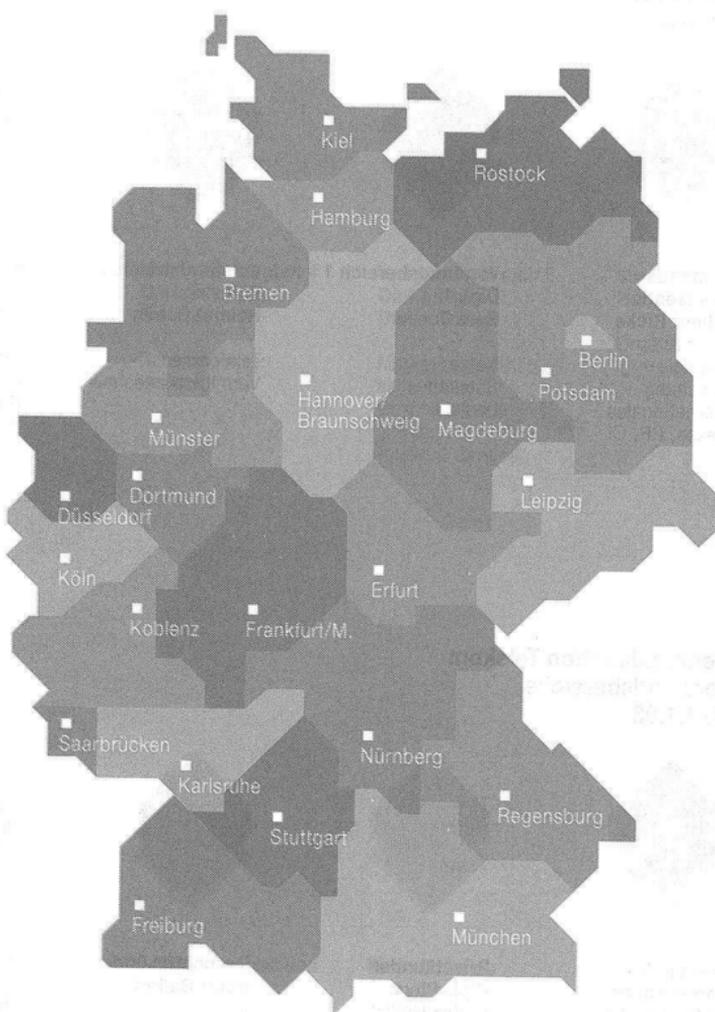
Telekom regional

Bezirksstatistik 1992

Direktionsbezirk	Fläche km ²	Einwohner in Tsd.	Fernmelde- ämter	Telefonanschlüsse		Datex-J- Anschlüsse	Kabelanschlüsse	
				gesamt	Bestands- zuwachs		anschließbar in Tsd.	angeschl. in Tsd.
Berlin	919	3 532	6	1 722 753	14 354	19 675	1 206	811
Bremen	22 850	3 554	6	1 710 248	66 639	16 088	1 043	626
Dortmund	8 084	3 730	6	1 824 614	52 942	16 814	1 153	755
Düsseldorf	5 720	5 416	10	2 874 091	84 398	30 727	1 738	936
Erfurt	15 763	2 690	3	510 770	150 770	1 113	85	43
Frankfurt/M.	20 811	5 728	11	3 010 264	120 736	34 893	1 515	1 008
Freiburg	17 660	3 461	5	1 612 593	69 408	15 696	759	495
Hamburg	7 600	3 066	6	1 846 828	69 073	19 334	1 315	699
Hannover	21 590	3 889	6	1 991 929	68 125	19 897	1 232	683
Karlsruhe	10 647	3 493	5	1 735 671	65 808	16 743	1 011	620
Kiel	12 832	1 730	3	913 246	32 147	9 053	514	277
Koblenz	14 186	2 295	5	1 168 323	44 017	12 140	537	336
Köln	7 055	3 908	5	1 995 705	71 447	23 785	1 217	670
Leipzig	18 336	4 827	3	803 112	179 634	1 882	282	118
Magdeburg	20 500	3 002	2	456 550	119 597	792	46	15
München	26 497	5 248	10	2 835 306	117 904	29 209	1 595	949
Münster	13 477	4 361	4	2 010 472	72 783	18 358	1 085	602
Nürnberg	23 571	3 907	7	1 897 689	75 756	17 936	990	628
Potsdam	29 637	2 574	3	483 391	140 031	1 270	218	140
Regensburg	20 370	2 064	3	936 471	42 466	8 140	442	286
Rostock	24 091	2 014	3	361 278	98 772	917	187	121
Saarbrücken	2 571	1 073	1	506 178	15 136	4 145	256	165
Stuttgart	13 278	4 427	8	2 213 361	89 865	21 049	1 206	840
Summe	358 045	79 989	121	35 420 843	1 861 124	340 423¹⁾	19 632	11 823

¹⁾ Einschl. 767 ausländische Anschlüsse.

Direktionsbezirke von Telekom



6

Die Vorstandsbereiche von Telekom

Generaldirektion Telekom Vorstandsbereiche bis 31.12.92



Vorstandsvorsitzender Helmut Ricke

Strategie
Forschung
Internationales
Presse, PR, CI



Vorstandsbereich 1 Dipl.-Ing. Gerd Tenzer

Netze
Satelliten
Logistik



Vorstandsbereich 2 Dipl.-Ing. Helmut Schön

Telefondienst
Vermittlungstechnik



Vorstandsbereich 3 Dipl.-Ing. Klaus Hummel

Breitbandverteil-
dienste
Rundfunk
Mobilfunk



Vorstandsbereich 4 Carl-Friedrich Meißner

Datenmehrwert-
dienste



Vorstandsbereich 5 Dipl.- Phys. Dieter Gallist

Marketing, Vertrieb
allgemeine
Geschäftsbedin-
gungen
Telekom Service



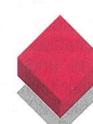
Vorstandsbereich 6 Horst Gellert

Organisation
Informationstechnik



Vorstandsbereich 7 Wilhelm Freundlieb

Personal
Tarifrecht
Soziales
Recht



Vorstandsbereich 8 Dr. Joachim Kröske

Controlling
Finanzen
Einkauf
Liegenschaften
Hochbau



Vorstandsbereich 9 Dr. Wilhelm Pällmann

Stabsstelle Berlin
und neue
Bundesländer

Generaldirektion Telekom Vorstandsbereiche ab 1.1.93



Vorstandsvorsitzender Helmut Ricke

Unternehmenspolitik
Strategie
Internationale
Angelegenheiten
Ordnungspolitik
Revision
Presse, PR, HR, CI
Bibliothek, Museen
Organisation



Privatkunden Dipl.-Phys. Dieter Gallist

Breitbandverteil-
dienste
Marketing
Endeinrichtungen



Geschäftskunden Horst Gellert

Transportorientierte
und anwendungs-
orientierte
Mehrwertdienste
Vertrieb
Geschäftsbedin-
gungen
Telekom Service



Systemkunden Carl-Friedrich Meißner

Betreuung
Systemkunden
Projekte und
Consulting



Mobilkommunikation Dipl.-Ing. Klaus Hummel

Öffentlicher
Mobilfunk
Rundfunk



Technik Netze Dipl.-Ing. Gerd Tenzer

Terrestrische Netze
und
Übertragungswege
Satelliten und
internationale
Kabelsysteme
Telefonnetz/ISDN
Logistik



Technik Dienste

Forschung und
Strategien
Vermittlungstechnik
Informationstechnik
IV-Anwendungsent-
wicklung



Personal und Recht Wilhelm Freundlieb

Personal
Arbeits-/Tarifrecht
Sozialangelegen-
heiten
Besoldung
Berufliche Bildung
Telekommunikations-
recht
Führungspersonal
Methoden der
Führung



Finanzen und Controlling Dr. Joachim Kröske

Rechnungswesen
und Finanzen
Controlling
Betriebswirtschaft
Einkauf
Hochbau
Liegenschaften
Gebäude



Projektmanagement Aufbau Ost Dr. Wilhelm Pällmann

Dienste
Organisation
Personal

Impressum

Herausgeber:
Deutsche Bundespost Telekom
Generaldirektion
Geschäftsbereich
Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit
Postfach 2000
53105 Bonn

Verantwortlich für den Inhalt:
Telekom
Vorstandsbereich
Finanzen und Controlling

Konzept und Gestaltung:
Zintzmeyer & Lux AG,
Zürich/Bonn

Produktion:
Spiess Ermisch Abels GmbH,
Werbeagentur, Düsseldorf