MARKT

Die Deutsche Telekom ist der größte Netzbetreiber und Kommunikationsdienstleister in Deutschland – und eines der führenden Telekommunikationsunternehmen weltweit. Im Jahr 2018 erwirtschaftete das Unternehmen mit seinen rund 216.000 Mitarbeitern 75,7 Milliarden Euro – mehr als die Hälfte davon außerhalb Deutschlands.

Die Marke Telekom mit der Positionierung „Erleben, was verbindet.", dem markanten „T", der eingetragenen Markenfarbe Magenta und dem einprägsamen Soundlogo ist weit über die Grenzen Deutschlands hinaus bekannt.

In einer immer komplexer werdenden digitalen Welt hat die Marke den Anspruch, ein vertrauenswürdiger Begleiter der Menschen zu sein. Dafür stellt die Telekom die digitalen Lebensadern für die Gesellschaft von morgen bereit: mit den besten, schnellsten und sichersten Netzen, in Form innovativer Produkte und Dienste für Festnetz, Mobilfunk, Internet und TV genauso wie mit zukunftsweisenden IT-Lösungen für Geschäftskunden.

Den Menschen geht es dabei aber nicht nur um das beste Produkt oder das schnellste Netz. Das Teilen von besonderen Momenten, Ideen, Meinungen, Wissen, Erfahrungen oder auch physischen Dingen, bereichert unser Leben. Dieses Phänomen ist aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. Egal, an welchem Ort wir uns befinden, die Telekom verschafft den einfachen Zugang zu den Möglichkeiten der Digitalisierung. Sie bringt Menschen zusammen, indem sie den Austausch untereinander und über gemeinsamer Erlebnisse ermöglicht. Je mehr Menschen daran teilhaben können, desto bereichernder ist es für jeden Einzelnen.

ERRUNGENSCHAFTEN UND ERFOLGE

Um diesen Bedürfnissen gerecht zu werden, entwickelt die Telekom die Kommunikationsnetze der Zukunft: Von Glasfaseranschlüssen bis hin zum 5G Mobilfunknetz entsteht die leistungsfähigste Digital-Infrastruktur Europas. In den Städten und auf dem Land schafft sie Breitband für Millionen statt für einige Wenige: Denn die Telekom ist erst zufrieden, wenn alle #DABEI sein können, unabhängig von Region, Alter oder Einkommen.

Auch im Bereich Geschäftskunden baut die Telekom ihre Führungsrolle weiter aus: Unter dem Stichwort „Industrie 4.0" werden neue Zukunftsfelder wie Internet of Things, Big Data oder Cloud Services erschlossen und bereits ganze Fabriken und Wertschöpfungsketten digitalisiert. Ebenso bietet sie innovative Lösungen zu Cybersecurity, Gesundheit, Auto und Energie.

GESCHICHTE

1990 gestartet, begleitet die Marke die Menschen schon seit mehr als 25 Jahren: zunächst in Deutschland, heute weltweit. In rund 50 Ländern präsent, gehört die Deutsche Telekom zu den führenden integrierten Telekommunikationsunternehmen. 178 Millionen Mobilfunk-, 28 Millionen Festnetz- und mehr als 20 Millionen Breitbandkunden vertrauen inzwischen auf die Marke.

PRODUKTE

Die Telekom bietet den Menschen alle Kommunikations-, Unterhaltungs- und IT-Dienstleistungen, die für eine moderne digitale Kommunikation unverzichtbar sind. Dabei geht die aktuelle Entwicklung weit über ursprüngliche Themen wie Telefonieren oder im Internet surfen hinaus. Heute betrifft die Vernetzung vom smarten Zuhause bis hin zum digitalen Fernsehen der neuesten Generation das gesamte Leben der Menschen.

Dafür arbeitet die Telekom mit Partnern aus allen Bereichen des täglichen Lebens zusammen: Gemeinsam mit Automobilherstellern entstehen Anwendungen für autonom fahrende Autos. In Zusammenarbeit mit internationalen Musikanbietern bringt das Unternehmen den Menschen ihre Lieblings-Hits per Musik-Streaming überall dorthin, wo sie sich gerade befinden. Mit der Tarifoption „StreamOn" sogar ohne das im Tarif enthaltene Highspeed-Datenvolumen zu belasten. Im Gesundheitssektor entstehen innovative, vernetzte Lösungen, die es Ärzten beispielsweise erlauben, von unterschiedlichen Standorten aus zusammenzuarbeiten. Außerdem entwickelt die Telekom zusammen mit Partnern innovative und nachhaltige Lösungen für Städte von morgen. Mittels Informations- und Kommunikationstechnologie wandelt sich das Ökosystem Stadt zu einer „Smart City". Dabei bieten Straßenlaternen Zugang zum Internet

per WLAN oder erfassen Umweltdaten, neue Mobilitätslösungen erlauben einen intermodalen Verkehr und digitale Parkassistenten optimieren die Parkplatzsuche.

AKTUELLE ENTWICKLUNG

Ein wichtiges Anliegen der Telekom ist es, den Menschen das Leben so einfach wie möglich zu machen. Aus diesem Anspruch heraus ist auch das integrierte Angebot MagentaEINS entstanden.

Unter diesem Namen führt der Konzern die Angebote im Mobilfunk und Festnetz zusammen. Der Verbraucher bekommt „alles aus einer Hand“: vom Telefonieren zu Hause im besten Netz über das mobile Surfen mit höchster LTE-Geschwindigkeit bis hin zum Streamen von Musik oder Entertainment mit MagentaTV, exklusiven Serien, Sport und Virtual Reality Inhalten. Alles, um 24 Stunden am Tag und an jedem Ort der Welt zu erleben, was verbindet.

WERBUNG

Die Fachpresse ist sich einig: Kaum ein Unternehmen beherrscht das Storytelling wie die Deutsche Telekom. Mit „Erleben, was verbindet.“ bringt die Telekom ihr Markenleitbild auf den Punkt. Entsprechend der Markenpositionierung werden echte Geschichten aufgegriffen, die Menschen zusammenbringen – indem sie von ihnen geteilt werden: von *Paul Potts*, der die Menschen mit seiner Stimme zu Tränen rührt, bis zu *Bob Carey*, der sich zur Aufheiterung seiner krebskranken Frau *Linda* in ein rosa Tutu zwingt und überall auf der Welt fotografiert.

Ihr Markenversprechen erlebbar macht die Telekom darüber hinaus mit ihrer internationalen Markenkommunikation: vom Videodreh mit *Katy Perry* über das internationale Musikprogramm „Electronic Beats“ bis hin zu den Leitmessen der Telekommunikationsbranche wie IFA oder dem MobileWorld Congress.

Mit der Initiative „Game for good“ übernimmt die Telekom darüber hinaus Verantwortung und zeigt, welche Bedeutung das Teilen auch in gesellschaftlicher Hinsicht erlangen kann: Mit dem mobilen Spiel werden bei jedem Klick wertvolle Daten für die Forschung im Kampf gegen Alzheimer gesammelt, über vier Millionen Menschen spielen inzwischen „Sea Hero Quest“.

MARKENWERT

Laut aktuellem Ranking der „Brand Finance Global 500“ ist die Telekom die wertvollste europäische Telekommunikationsmarke und erreicht mit 46,3 Milliarden US-Dollar den höchsten Markenwert seiner Geschichte. Seit dem Markenrelaunch im Jahre 2008 konnte die Telekom ihren Wert kontinuierlich um 420 Prozent steigern. Zudem führen unabhängige Markenbewertungsinstitute das Unternehmen regelmäßig unter den Top 3 der führenden deutschen Marken weltweit.

Dieses Ergebnis ist vor allem das Resultat konsequenter und stringenter Markenführung: In Deutschland lag die ungestützte Bekanntheit der Telekom in 2018 bei 96 Prozent. Das markante Soundlogo des Unternehmens erkennen 59 Prozent der Menschen. Und selbst bei der Farbe „Magenta“ denken 47 Prozent der Menschen sofort an die Marke Telekom. Unter anderem dieser hohen Wiedererkennung ist es zu verdanken, dass die Farbe branchenexklusiv als Marke geschützt werden konnte.

WUSSTEN SIE SCHON VON DER DEUTSCHEN TELEKOM?

- Die Telekom wird bis 2025 eine leistungsfähige Mobilfunkinfrastruktur für 5G bereitstellen, die 99 Prozent der Bevölkerung und 90 Prozent der Fläche Deutschlands abdeckt.
- Das Glasfasernetz der Telekom erstreckt sich auf eine Länge von 500.000 km.
- Die Telekom wehrt jeden Tag bis zu 1.500.000 Cyberattacken auf ihre Netze erfolgreich ab.
- Die Telekom meldet im Schnitt jeden zweiten Tag ein neues Patent an – und hält weltweit über 8.000 Patente.
- Mehr als die Hälfte der Telekom Mitarbeiter sind außerhalb Deutschlands beschäftigt.
- Die Telekom ist an über 100 Start-ups beteiligt.

···> **www.telekom.com**