

T-Online erreicht positives Ergebnis vor Steuern in Höhe von 56,4 Mio. Euro für das Gesamtjahr 2003

Darmstadt, 9. März 2004 - Das Geschäftsjahr 2003 war für die T-Online International AG geprägt von profitabilem Wachstum und einem kontinuierlichen Ausbau des Produktportfolios. Das EBITDA ohne Sondereffekte stieg 2003 auf 320,7 Mio. Euro nach 74,1 Mio. Euro im Vorjahr an. Das Ergebnis vor Steuern für den Konzern ist mit 56,4 (Vorjahr minus 449,8) Mio. Euro erstmals seit den internationalen Akquisitionen für ein Gesamtjahr positiv. Neben dem Erwerb von Scout24 hat sich T-Online im Geschäftsjahr 2003 mit der Markteinführung von Produkten wie Musicload und dem Video on Demand-Angebot für den PC in wichtigen Zukunftsmärkten des Internets frühzeitig positioniert. Zudem konnte die Ertragslage der internationalen Gesellschaften deutlich verbessert werden.

Im Geschäftsjahr 2003 konnte T-Online den Umsatz um 18,1 Prozent auf 1,9 Mrd. Euro nach 1,6 Mrd. Euro im Gesamtjahr 2002 steigern. Beim Umsatzwachstum profitierte T-Online vor allem von der weiterhin steigenden Kundenbasis und der intensiveren Nutzung des Mediums Internet: Die Zahl der Kunden nahm um 7,3 Prozent auf 13,1 Millionen Kunden zu. Vor allem im Breitbandsegment konnte T-Online mit einem Wachstum von mehr als 27 Prozent die Zahl der Kunden auf 3,57 Millionen von zuvor 2,80 Millionen erhöhen. Der Anteil der Breitbandkunden liegt damit in Deutschland bei 30,7 Prozent und im Konzern bei 27,2 Prozent. In Deutschland haben zum Stichtag rund 3,3 Millionen Kunden Breitbandtarife genutzt, während es zum Stichtag 2002 noch rund 2,6 Millionen waren. Rund zwei Millionen Breitbandnutzer in Deutschland gehen mit dem Tarif T-Online dsl flat ins Internet.

Bei wachsendem Konzern-Umsatz stiegen die Aufwendungen unterdurchschnittlich: So konnte der Materialaufwand aufgrund der besseren Auslastung der Tagesverkehrskurve und einer Optimierung des Einkaufs von Vorleistungen in Frankreich um 5,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr gesenkt werden. Die Rohertragsmarge für das Gesamtjahr konnte so auf 59,2 Prozent von 49,1 Prozent im Geschäftsjahr 2002 verbessert werden. Im vierten Quartal allein lag die Rohertragsmarge bei 63,6 Prozent.

Zur Ergebnisverbesserung des Konzerns trugen auch die internationalen Gesellschaften bei. Die EBITDA Verluste des Segments "Übriges Europa" halbierten sich auf minus 45,3 (Vorjahr minus 84,0) Mio. Euro. Der Umsatz verbesserte sich um 37 Prozent auf 170,6 Mio. Euro. Der Umsatzanteil des internationalen Geschäfts hat sich 2003 auf 9,2 Prozent erhöht, nachdem er im Vorjahr noch bei 7,9 Prozent gelegen hatte. In Spanien konnte das Reiseportal Viajar.com der T-Online-Tochter ya.com die Zahl der Buchungen auf rund 126.000 verdreifachen und seine Position im Reisemarkt festigen.

Im Kerngeschäft Deutschland lag einer der Schwerpunkte für T-Online 2003 im Ausbau des Produktportfolios im Geschäft mit Inhalten, Diensten und Services. T-Online hat als erster Internet Service Provider in Deutschland ein Angebot realisiert, das Top-Kinofilme der US-Major Filmstudios als Video on Demand auf dem PC ermöglicht. Mit dem Launch der Plattform Musicload, die zum Jahresende 2003 bereits 100.000 Musiktitel im Angebot hatte, hat sich T-Online im Markt für Musikdownloads etabliert. Das Angebot soll im Jahr 2004 auf rund 300.000 Titel erweitert werden. **Mit den Produkten LernenOnline und der Vericon-Ratgeberreihe hat T-Online sein Nutzwertangebot im Bereich Weiterbildung vervollständigt.** Im Bereich Paid Services haben sich in 2003 alleine 140.000 Kunden für den T-Online Fotoservice registriert. Rund 700.000 Bündelprodukte wie z.B. Antivirus-Pakete oder eMail Zusatzleistungen wurden verkauft. Im Dezember 2003 hat das Unternehmen mit dem Erwerb von Scout24 zudem sein Marken- und Produkt-Portfolio um den attraktiven Bereich der Online-Anzeigenmärkte verstärken können.

"Nach Jahren der Kostenlos Kultur hat sich das Internet jetzt immer stärker als Vertriebsplattform für hochwertige Inhalte und Dienstleistungen etabliert. Wir haben als T-Online diesen Trend in Deutschland entscheidend mitgeprägt und wollen ihn auch in Zukunft weiter aktiv mitgestalten", sagt Thomas Holtrop, Vorstandsvorsitzender der T-Online International AG.

