

## Forum für Zukunft der Deutschen Telekom zeigt Welt des Vernetzten Lebens und Arbeitens von morgen

Bonn - Forum für Zukunft der Deutschen Telekom zeigt Welt des Vernetzten Lebens und Arbeitens von morgen

- In der T-Gallery konzipiert der Konzern 120 Prototypen der Zukunft
- Im Zentrum stehen der Kunde und die Einfachheit bei der Produktnutzung

Mit der Wieder-Eröffnung und inhaltlichen Neugestaltung der T-Gallery präsentiert die Deutsche Telekom ihr Zukunftsforum. Hier wird die Telekom-Vision des Vernetzten Lebens und Arbeitens mit mehr als 120 Erlebnismomenten für zuhause, unterwegs oder für die Arbeitswelt schon heute Realität.

Für René Obermann, Vorstandsvorsitzender Deutsche Telekom "spielt die T-Gallery eine wichtige Rolle auf unserem Weg zu einer neuen Telekom. Hier wird lebendig, wie die Kommunikation von morgen aussieht - oder aussehen könnte. Als Konzern müssen wir Innovationen anregen und vorantreiben. Das ist keine einfache Aufgabe. Und genau deshalb brauchen wir die T-Gallery. Einen Ort, an dem das sichtbar wird, was wir entwickeln und gestalten und der einen intensiven Austausch aller am Innovationsprozess beteiligten Akteure ermöglicht - intern wie extern."

"Die Welt ist voll mit Inhalten. Jeden Tag kommen neue Möglichkeiten und Angebote dazu. Wir wollen, dass der Mensch alle seine Medien und Funktionen in möglichst einfacher Form nutzen kann. Ganz gleich, wo er sich im Laufe des Tages befindet, welche Geräte er nutzt, ob über Mobilfunk oder Festnetz", erläutert Caroline Seifert, Leiterin Produkt Design, Deutsche Telekom. "Für uns ist die konsequente Fokussierung auf das Nutzenerlebnis mit allen Facetten der Dreh- und Angelpunkt. Denn am Ende zählt, ob der Kunde die Produkte mit Freude kauft und nutzt."

Dieses angesprochene Produkterlebnis von Einfachheit wird beispielsweise erreicht, wenn der Kunde individuell die Inhalte und Funktionen auswählen kann, die ihm wichtig sind. Oder sich die Bedienung von Geräten und Diensten flexibel der Situation anpasst. Das kann beim Autofahren etwa über ein Sprachsteuerungstool geschehen oder zuhause auf dem Sofa mittels einfacher Geste mit der Hand - anstatt sich mit der Fernbedienung umständlich durchs Programm klicken zu müssen. Aber auch Aspekte wie Energieverbrauch und Umweltverträglichkeit spielen zunehmend eine Rolle. Nachhaltigkeit im Design muss ein Selbstverständnis werden. So sind leicht abbaubare Materialien ebenso ein wichtiges Thema wie auch neue Kommunikationsmittel beispielsweise für Menschen mit Sehbehinderungen: eine gut lesbare Schrift hilft in diesem Fall weiter.

Auch Ray Kurzweil, international führender Zukunftsforscher, zeigt sich als einer der ersten Besucher beeindruckt: "Das, was die Deutsche Telekom hier macht, nämlich die Zukunft der Kommunikation und wie sie sich verändert zu entwickeln und erlebbar zu machen, was das für unser Leben und unseren Alltag bedeutet - das ist genau der richtige Weg in eine erfolgreiche Zukunft."

Eine wichtige Basis für diese Arbeit ist der kontinuierliche Austausch von internen und externen Experten: Telekom-Teams arbeiten zusammen mit Kunden, Start-Ups, Wissenschaftlern aus den T-Laboratories, Produktexperten und Technologen an der Welt von morgen. Alleine 16 internationale Partner sind aktuell an der Entwicklung des Zukunftsbildes beteiligt. Und ein Netzwerk aus mehreren hundert internationalen Spezialisten wirkt bei der Konsolidierung weltweiter Trends, der Entwicklung von Prognosen und Konzeptionen und dem Design der Zukunft mit.

Der Weg des Zukunftsforums T-Gallery begann 2004 mit einer ersten Zusammenstellung aktueller Innovationsprojekte und -themen des Konzerns. Der Schwerpunkt dieser ersten T-Gallery lag in der Unterstützung des Wandels der Telekom von einem eher Technologie getriebenen Unternehmen hin zu einem Konzern, der den Kunden und seine Bedürfnisse in

den Mittelpunkt stellt. Diese strategische Ausrichtung manifestiert sich heute in der Konzernvision des Vernetzten Lebens und Arbeitens. Mit dem Start der ersten Produkte und Services im Juni 2009 wurde diese Vision Realität. Daher wurde die T-Gallery nun umfassend weiterentwickelt und Anfang 2010 mit erweiterter Konzeption der Welt von morgen und Fokussierung auf flexible Zusammenarbeit in allen Konzernbereichen wiedereröffnet.

Als konzernweites Steuerungstool für die Gestaltung des Kundenerlebnisses von morgen ist sie kein - auch wenn der Name dies vermuten lässt - öffentlich zugänglicher Showroom sondern Arbeitsplattform für den gezielten Austausch aller am Innovationsprozess beteiligten.

## Über die Deutsche Telekom AG

Die Deutsche Telekom ist mit mehr als 151 Millionen Mobilfunkkunden sowie über 38 Millionen Festnetz- und mehr als 15 Millionen Breitbandanschlüssen (Stand 31. Dezember 2009) eines der führenden integrierten Telekommunikationsunternehmen weltweit. Ihre Produktmarken heißen

T-Home (Festnetz-Telefonie, Breitband-Internet), T-Mobile (Mobilfunk) und

T-Systems (ICT-Lösungen). Als internationaler Konzern in rund 50 Ländern und rund 260.000 Mitarbeitern weltweit (Stand 31. Dezember 2009)

<http://www.telekom.com>

Bonn {mosgoogle} Forum für Zukunft der Deutschen Telekom zeigt Welt des Vernetzten Lebens und Arbeitens von morgen

- In der T-Gallery konzipiert der Konzern 120 Prototypen der Zukunft
- Im Zentrum stehen der Kunde und die Einfachheit bei der Produktnutzung

Mit der Wieder-Eröffnung und inhaltlichen Neugestaltung der T-Gallery präsentiert die Deutsche Telekom ihr Zukunftsforum. Hier wird die Telekom-Vision des Vernetzten Lebens und Arbeitens mit mehr als 120 Erlebnismomenten für zuhause, unterwegs oder für die Arbeitswelt schon heute Realität.

Für René Obermann, Vorstandsvorsitzender Deutsche Telekom "spielt die T-Gallery eine wichtige Rolle auf unserem Weg zu einer neuen Telekom. Hier wird lebendig, wie die Kommunikation von morgen aussieht - oder aussehen könnte. Als Konzern müssen wir Innovationen anregen und vorantreiben. Das ist keine einfache Aufgabe. Und genau deshalb brauchen wir die T-Gallery. Einen Ort, an dem das sichtbar wird, was wir entwickeln und gestalten und der einen intensiven Austausch aller am Innovationsprozess beteiligten Akteure ermöglicht - intern wie extern."

"Die Welt ist voll mit Inhalten. Jeden Tag kommen neue Möglichkeiten und Angebote dazu. Wir wollen, dass der Mensch alle seine Medien und Funktionen in möglichst einfacher Form nutzen kann. Ganz gleich, wo er sich im Laufe des Tages befindet, welche Geräte er nutzt, ob über Mobilfunk oder Festnetz", erläutert Caroline Seifert, Leiterin Produkt Design, Deutsche Telekom. "Für uns ist die konsequente Fokussierung auf das Nutzenerlebnis mit allen Facetten der Dreh- und Angelpunkt. Denn am Ende zählt, ob der Kunde die Produkte mit Freude kauft und nutzt."

Dieses angesprochene Produkterlebnis von Einfachheit wird beispielsweise erreicht, wenn der Kunde individuell die Inhalte und Funktionen auswählen kann, die ihm wichtig sind. Oder sich die Bedienung von Geräten und Diensten flexibel der Situation anpasst. Das kann beim Autofahren etwa über ein Sprachsteuerungstool geschehen oder zuhause auf dem Sofa mittels einfacher Geste mit der Hand - anstatt sich mit der Fernbedienung umständlich durchs Programm klicken zu müssen. Aber auch Aspekte wie Energieverbrauch und Umweltverträglichkeit spielen zunehmend eine Rolle. Nachhaltigkeit im Design muss ein Selbstverständnis werden. So sind leicht abbaubare Materialien ebenso ein wichtiges Thema wie auch neue Kommunikationsmittel beispielsweise für Menschen mit Sehbehinderungen: eine gut lesbare Schrift hilft in diesem Fall weiter.

Auch Ray Kurzweil, international führender Zukunftsforscher, zeigt sich als einer der ersten Besucher beeindruckt: "Das, was die Deutsche Telekom hier macht, nämlich die Zukunft der Kommunikation und wie sie sich verändert zu entwickeln und erlebbar zu machen, was das für unser Leben und unseren Alltag bedeutet - das ist genau der richtige Weg in eine erfolgreiche Zukunft."

Eine wichtige Basis für diese Arbeit ist der kontinuierliche Austausch von internen und externen Experten: Telekom-Teams arbeiten zusammen mit Kunden, Start-Ups, Wissenschaftlern aus den T-Laboratories, Produktexperten und Technologen an der Welt von morgen. Alleine 16 internationale Partner sind aktuell an der Entwicklung des Zukunftsbildes beteiligt. Und ein Netzwerk aus mehreren hundert internationalen Spezialisten wirkt bei der Konsolidierung weltweiter Trends, der Entwicklung von Prognosen und Konzeptionen und dem Design der Zukunft mit.

Der Weg des Zukunftsforums T-Gallery begann 2004 mit einer ersten Zusammenstellung aktueller Innovationsprojekte und -themen des Konzerns. Der Schwerpunkt dieser ersten T-Gallery lag in der Unterstützung des Wandels der Telekom von einem eher Technologie getriebenen Unternehmen hin zu einem Konzern, der den Kunden und seine Bedürfnisse in den Mittelpunkt stellt. Diese strategische Ausrichtung manifestiert sich heute in der Konzernvision des Vernetzten Lebens und Arbeitens. Mit dem Start der ersten Produkte und Services im Juni 2009 wurde diese Vision Realität. Daher wurde die T-Gallery nun umfassend weiterentwickelt und Anfang 2010 mit erweiterter Konzeption der Welt von morgen und Fokussierung auf flexible Zusammenarbeit in allen Konzernbereichen wiedereröffnet.

Als konzernweites Steuerungstool für die Gestaltung des Kundenerlebnisses von morgen ist sie kein - auch wenn der Name dies vermuten lässt - öffentlich zugänglicher Showroom sondern Arbeitsplattform für den gezielten Austausch aller am Innovationsprozess beteiligten.

## Über die Deutsche Telekom AG

Die Deutsche Telekom ist mit mehr als 151 Millionen Mobilfunkkunden sowie über 38 Millionen Festnetz- und mehr als 15 Millionen Breitbandanschlüssen (Stand 31. Dezember 2009) eines der führenden integrierten Telekommunikationsunternehmen weltweit. Ihre Produktmarken heißen

T-Home (Festnetz-Telefonie, Breitband-Internet), T-Mobile (Mobilfunk) und

T-Systems (ICT-Lösungen). Als internationaler Konzern in rund 50 Ländern und rund 260.000 Mitarbeitern weltweit (Stand 31. Dezember 2009)

<http://www.telekom.com>