

PRESS RELEASE

Tata Communications stellt neue Corporate Brand Identity vor: **‘Together, limitless’**

Die neue Identität ist ausdrücklich zweckorientiert – sie vereint Mitarbeitererfahrung, Kundenbindung und Geschäftsstrategie unter einem einzigen, einheitlichen Narrativ

Global, 17. Februar 2026

Tata Communications, ein weltweit führender Anbieter von Kommunikationstechnologie, stellt mit **‘Together, limitless’** eine neue Markenidentität und globale Positionierung vor. Diese soll einen weiteren entscheidenden Moment in der 24-jährigen Unternehmensgeschichte markieren und als strategischer Meilenstein dienen, der die Wettbewerbsfähigkeit verbessert, die langfristige Dynamik unterstreicht und die Führungsposition des Unternehmens im neuen intelligenten Zeitalter verankert.

‘Together, limitless’ drückt die Überzeugung des Unternehmens aus, dass der größtmögliche Fortschritt dann erzielt wird, wenn Fachwissen, Plattformen und Partnerschaften zusammenkommen, um Ergebnisse zu schaffen, die über traditionelle Grenzen hinausgehen.

„Kunden vertrauen uns aufgrund unseres hohen Know-hows und des überragenden täglichen Engagements unserer Mitarbeiter“, sagt **A.S. Lakshminarayanan, Managing Director & CEO, Tata Communications**. „Diese Leidenschaft definiert, wer wir sind. Jetzt werden wir ein noch stärker integriertes und zukunftsfähigeres Unternehmen. **‘Together, limitless’** steht für das neue Tata Communications - gegründet auf Vertrauen und angetrieben von Transformation - um unseren Kunden zu helfen, mehr zu erreichen als je zuvor.“

Die neue Positionierung kommt zu einer Zeit, in der Unternehmen ihre Arbeitsweise in immer komplexeren, hypervernetzten Ökosystemen neugestalten. Gleichzeitig müssen sie steigenden Erwartungen an Geschwindigkeit, Ausfallsicherheit, Sicherheit und Verantwortlichkeit gerecht werden. All dies steht auch für den Wandel von Tata Communications: Eine wachsende globale Präsenz, tiefere Kundenpartnerschaften und ein stärkerer Fokus auf langfristige Wertschöpfung.

„Im Laufe der Jahre ist unsere Relevanz für die Kunden parallel zu ihren Ambitionen gewachsen“, so Lakshminarayanan weiter. „Wir sind jetzt in eine neue Phase der Transformation eingetreten - wir stärken unsere Fähigkeiten bei Produkten, Vertrieb und Marketing sowie im operativen Geschäft. Unser Digital Fabric hilft Organisationen, Komplexität zu reduzieren und Innovationen zu beschleunigen. Unser neues Markenversprechen drückt unser Bestreben aus, eine größere Rolle auf dem Wachstumspfad unserer Kunden zu spielen.“

TATA COMMUNICATIONS

Im Kern definiert **„Together, limitless“**, wie Tata Communications mit Kunden, Partnern und Aktionären zusammenarbeitet. Unternehmen agieren heute in einem Umfeld wachsender Komplexität - mit expandierenden Tech Stacks, beschleunigten Innovationszyklen und steigenden Erwartungen an Resilienz, Sicherheit und Geschwindigkeit. Auf Grundlage umfangreicher Kundenbefragungen identifizierte Tata Communications ein entscheidendes Spannungsfeld: Die Überflutung mit Informationen in der Technologielandschaft und ein wachsender Bedarf an Klarheit, Integration und vertrauenswürdiger Partnerschaft.

„**„Together, limitless“** ist nicht nur ein Slogan - wir gießen genau das in Worte, woran wir glauben und wie wir seit Jahren arbeiten“, sagt **Sumeet Walia, Executive Vice President & Chief Business Officer, Tata Communications**. „Unsere Kunden möchten schneller wachsen, intelligenter agieren und global konkurrieren. Sie suchen nach Klarheit, Vertrauen und Partnern, denen sie vertrauen können. **„Together, limitless“** steht für unser Versprechen, Seite an Seite mit unseren Kunden zu arbeiten, unsere Plattformen, unser Fachwissen und unsere Mitarbeiter mit ihrer Vision zu verbinden und uns zu weigern, Grenzen des Möglichen zu akzeptieren.“

Der Launch umfasst auch die erste Fernseh- sowie digitale Markenkampagne von Tata Communications, die in Partnerschaft mit McCann entwickelt wurde. Das Kreativkonzept spiegelt die moderne Technologieumgebung wider - geschäftig, laut und überfüllt - bevor es die Ruhe, Klarheit und Dynamik enthüllt, die aus einer durchdachten Orchestrierung entstehen.

„Unternehmen brauchen heute nicht mehr Technologie - sie brauchen eine bessere Integration“, sagt **Stephen Meade, Executive Vice President – Corporate and B2B, McCann**. „Diese Kampagne unterstreicht die Rolle von Tata Communications als Partner, der Klarheit in komplexe Sachverhalte bringt und Unternehmen hilft, das wahre Potenzial von Technologie auszuschöpfen.“

Der Markenfilm ist auf der Tata Communications Website verfügbar: www.tatacommunications.com

Media Contact

Mansi Somwanshi

mansi.tiwari@tatacommunications.com

About Tata Communications

A part of the Tata Group, Tata Communications (NSE: TATACOMM; BSE: 500483) is a global digital ecosystem enabler powering today's fast-growing digital economy in more than 190 countries and territories. Leading with trust, it enables digital transformation of enterprises globally with collaboration and connected solutions, core and next gen connectivity, cloud hosting and security solutions and media services. 300 of the Fortune 500 companies are its customers and the company connects businesses to 80% of the world's cloud giants. For more information, please visit www.tatacommunications.com





Forward-looking and cautionary statements

Certain words and statements in this release concerning Tata Communications and its prospects, and other statements, including those relating to Tata Communications' expected financial position, business strategy, the future development of Tata Communications' operations, and the general economy in India, are forward-looking statements. Such statements involve known and unknown risks, uncertainties and other factors, including financial, regulatory and environmental, as well as those relating to industry growth and trend projections, which may cause actual results, performance or achievements of Tata Communications, or industry results, to differ materially from those expressed or implied by such forward-looking statements. The important factors that could cause actual results, performance or achievements to differ materially from such forward-looking statements include, among others, failure to increase the volume of traffic on Tata Communications' network; failure to develop new products and services that meet customer demands and generate acceptable margins; failure to successfully complete commercial testing of new technology and information systems to support new products and services, including voice transmission services; failure to stabilize or reduce the rate of price compression on certain of the company's communications services; failure to integrate strategic acquisitions and changes in government policies or regulations of India and, in particular, changes relating to the administration of Tata Communications' industry; and, in general, the economic, business and credit conditions in India. Additional factors that could cause actual results, performance or achievements to differ materially from such forward-looking statements, many of which are not in Tata Communications' control, include, but are not limited to, those risk factors discussed in Tata Communications Limited's Annual Reports.

The Annual Reports of Tata Communications Limited are available at www.tatacommunications.com. Tata Communications is under no obligation to, and expressly disclaims any obligation to, update or alter its forward-looking statements.

© 2026 Tata Communications Ltd. All rights reserved.

TATA COMMUNICATIONS and TATA are trademarks or registered trademarks of Tata Sons Private Limited in India and certain countries.

All other third-party trademarks belong to their respective owners.