

Sendesperrfrist: 6. August 2009, 10.00 Uhr / Beginn Rede
René Obermann

– Es gilt das gesprochene Wort –

Rede
anlässlich der Pressekonferenz
der Deutschen Telekom AG zum 1. Halbjahr 2009
am 6. August 2009 in Bonn

René Obermann
Vorstandsvorsitzender
Deutsche Telekom AG

Meine Damen und Herren,
schön, dass Sie gekommen sind.

Sie werden gleich die Zahlen sehen:
Sie zeigen, dass sich unser Geschäft trotz Wirtschaftskrise stabilisiert hat. Wir haben auf die negative Entwicklung im ersten Quartal entschieden reagiert. Im zweiten Halbjahr wird sich das weiter auszahlen.

Aber positive Effekte zeigen sich schon jetzt. Der Trend stimmt.

Also, hier vorab die wichtigsten Ergebnisse des zweiten Quartals:

- Wir haben Konzern-Umsatz und -EBITDA deutlich gesteigert. Vor allem dank der Konsolidierung der OTE legt der Umsatz um 7,4 Prozent zu, das EBITDA steigt um 8,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.
- Unser bereinigter Konzernüberschuss lag mit 0,8 Milliarden Euro fast 20 Prozent über dem Niveau des Vorjahreszeitraums.
- Die im April initiierten Maßnahmen zur Ergebnissicherung beginnen zu greifen.
- Der Free Cash-Flow im zweiten Quartal erreichte 1,4 Milliarden Euro nach 0,4 Milliarden Euro im ersten Quartal. Und er wird im zweiten Halbjahr noch einmal deutlich steigen.
- In Großbritannien, den USA und Polen – also den Märkten, auf denen wir Handlungsbedarf gesehen haben – haben wir die Margen im Vergleich zum ersten Quartal schon verbessert, zum Teil deutlich.
- Unser Breitbandgeschäft in Deutschland läuft sehr gut. Im zweiten Quartal lag der Marktanteil bei den Neukunden bei 59 Prozent.
- T-System hat die Marge weiter gesteigert.
- Das Wachstum der Datenumsätze in den USA hat sich durch den forcierten 3G-Ausbau beschleunigt.
- Bei der Integration der OTE haben wir die Synergien, die wir uns für das Gesamtjahr vorgenommen hatten, schon zum Halbjahr übertroffen.

Das ist bei allen widrigen Rahmenbedingungen eine gute Entwicklung, deshalb bestätigen wir unsere Prognose für das Gesamtjahr.

Ich glaube, damit haben Sie ein gutes Bild von einem ordentlichen zweiten Quartal.

Zunächst einige Worte zu den Märkten, die im ersten Quartal besonders im Blickfeld standen. Einbußen hatten ja besonders die Mobilfunkgesellschaften in den USA, Großbritannien und Polen.

Gründe waren die eingetrübte Konjunktur, ein verschärftes Wettbewerbsumfeld und in den europäischen Gesellschaften deutlich veränderte Wechselkurse. Wir haben deshalb entschlossen gegengesteuert.

Im US-Geschäft haben wir die operativen Kosten um fast 300 Millionen Dollar gesenkt. Als Resultat konnten wir auch das operative Ergebnis gegenüber dem Vorquartal trotz stabiler Umsätze steigern.

Das hat sich unmittelbar in den Zahlen niedergeschlagen: Die EBITDA-Marge stieg im Vergleich zum Vorquartal um 4,4 Prozentpunkte – auf nun 30 Prozent.

In Großbritannien sehen wir auch schon erste Effekte bei Kosten und Margen. Richard Moat ist seit Ende Juni an der Spitze von T-Mobile UK.

Er und sein Team haben Fuß gefasst, sie haben schon die ersten Initiativen gestartet.

In den kommenden Wochen wird er seine Strategie für unsere britische Tochter konkretisieren und dann vorstellen. Dem werden wir hier nicht vorgreifen.

Am deutlichsten fallen die Fortschritte in Polen aus.

Wir haben mit strikter Kostendisziplin einen sehr deutlichen Anstieg der EBITDA-Marge erreicht: Sie legte im Vergleich zum ersten Quartal um mehr als 12 Prozentpunkte zu.

Das zeigt, dass die PTC wieder auf Spur ist.

Also: In den Märkten, die seit April besonders im Fokus stehen, haben wir in kurzer Zeit einiges erreicht.

Sie wissen, wir haben ab dem kommenden Quartal eine neue regionale Berichtsstruktur.

Deshalb nenne ich jetzt schon gesondert einige Fakten zum Deutschland-Geschäft.

Im deutschen Festnetzgeschäft verzeichneten wir wegen des Rückgangs beim Altgeschäft und der Regulierung im zweiten Quartal einen Umsatzrückgang um 5,1 Prozent auf 4,7 Milliarden Euro.

Das bereinigte EBITDA sank aber nur unterproportional – um 3,1 Prozent auf 1,6 Milliarden Euro.

Die EBITDA-Marge konnten wir gegenüber dem Vorjahr steigern auf 33,4 Prozent, weil wir die operativen Kosten im Jahresvergleich durch viele Maßnahmen um 5,8 Prozent reduziert haben.

Positiv entwickelt sich weiterhin das Breitbandgeschäft in Deutschland. Wir sind bei der Neukundengewinnung klar vorn – neben uns wachsen derzeit nur die Kabelnetzbetreiber nennenswert.

Im zweiten Quartal lag unser Marktanteil bei den Neukunden bei 59 Prozent.

Ich will hier einfach mal Danke sagen: an alle Kolleginnen und Kollegen, die dazu beitragen haben.

Diese Entwicklung ist aber sicherlich nicht einfach fortzuschreiben, da seit Mitte 2009 Verträge aus vermarkteten Komplettpaketen auslaufen. Wir wissen schon heute: Vor allem im dritten Quartal wird es deshalb steigende Kündigungszahlen geben, keine Frage.

Dennoch gehen wir für das Gesamtjahr 2009 weiterhin von einem Neukundenmarktanteil von mehr als 45 Prozent aus.

Ich finde, das ist ein gutes Ergebnis. Das dritte Jahr in Folge!

Bei den Zahlen wird deutlich, dass das Wachstum auf dem deutschen DSL-Markt langsamer wird.

Von 4,6 Millionen in 2007 wird die Zahl der Neukunden in diesem Jahr auf rund 2 Millionen zurückgehen.

Sie wissen: Der Markt hat sich verändert. Deshalb werden wir ab 2010 unseren Marktanteil am Bestandsmarkt messen, das ist dann die relevante Bezugsgröße.

Aber wie immer der Zuschnitt ist, wir wollen unsere führende Position halten.

Wachstum erwarten wir beim internetbasierten Fernsehen.

Unser Angebot Entertain – und damit zur nächsten guten Nachricht – ist auf dem Weg zum Massenmarktprodukt.

In einem Jahr konnten wir den Verkauf auf nun 721 000 Kunden fast verdreifachen.

Das wollen wir weiter fördern, zum Beispiel mit LIGA total! LIGA total! ist das Bundesliga-Angebot der Deutschen Telekom via Entertain und Mobilfunk. Die Sportbegeisterten unter Ihnen kennen den morgigen Freitag als Start der Bundesligasaison. Für uns ist es der erste Tag von Liga total! Wir sind davon überzeugt, dass wir mit unserem starken Produktionspartner Constantin Medien AG ein überzeugendes Angebot auf dem Spielfeld haben.

Fußball-Fans können alle 612 Spiele der Bundesliga und der 2. Liga live auf dem eigenen Fernseher und auf dem Handy erleben. Zudem bietet LIGA total! alle Spiele der Bundesliga komplett hochauflösend in HD. Schon 30 Minuten nach Spielende sind die Zusammenfassungen der Spiele im TV-Archiv – für alle Abonnenten frei verfügbar.

Der Vollständigkeit halber will ich sagen: Eine Verbesserung gibt es auch beim Thema Anschlussverluste.

Mit 473 000 lagen diese so niedrig wie seit vier Jahren nicht mehr.

Ein großer Teil dieser Anschlussverluste ist zudem rein technisch getrieben – durch den Wechsel von Resale-DSL-Kunden auf die sogenannte All-IP-Plattform.

Nun zum deutschen Mobilfunkgeschäft:

Wir sind Umsatzmarktführer. Im Mobilfunk haben wir uns gut behauptet.

Zwar hat auch T-Mobile Deutschland – wie erwartet – leicht rückläufige Umsätze, ist aber im Vergleich mit Wettbewerbern recht stabil.

Auf Quartalsbasis sind die Service-Umsätze – also ohne den Geräteverkauf – gegenüber dem Vorjahr um 2,4 Prozent zurückgegangen.

Was dabei eine Rolle spielte: Die Senkung der Terminierungsentgelte durch Regulierung und Zahlungen aus dem National-Roaming-Abkommen mit o2, die erst später verbucht werden.

Positive Aspekte können dies nicht ganz kompensieren. Etwa der Anstieg der Nutzung – und starke iPhone Verkäufe. Wir haben bis heute in Deutschland insgesamt rund eine Million Exemplare des iPhones verkauft.

Natürlich erwarten wir uns von der Zusammenlegung des Deutschlandgeschäftes mit dem Festnetz auch beim Mobilfunk mehr Geschäft, mehr Cross-Selling.

„Alles aus einer Hand“. One Company, dabei geht es um Kunden und bessere Angebote!

Jetzt zum Auslandsgeschäft, zunächst zur T-Mobile USA.

Unser Mobilfunkgeschäft in den USA liefert ein gemischtes Bild.

Auf der einen Seite haben wir Effizienzsteigerungen erreicht. Und damit Margenverbesserungen, wie gerade berichtet.

Auf der anderen Seite sehen wir aber im Absatz derzeit nicht die Entwicklung, die wir uns wünschen.

Auf Dollarbasis haben wir im zweiten Quartal kein Wachstum. Das soll sich mittelfristig wieder ändern, das dritte Quartal wird allerdings noch keine Trendwende bringen.

Dank des stärkeren US-Dollar sieht das Ganze in Euro freundlich aus. Hier kletterte der Umsatz im zweiten Quartal im Jahresvergleich um 12 Prozent, das EBITDA stieg um 14,2 Prozent.

Finanztechnisch hat T-Mobile USA also deutlich zugelegt.

Aber klar: Operativ bleibt einiges zu tun. Derzeit legen wir überwiegend in Segmenten zu, in denen die Kunden unterdurchschnittliche Monatsumsätze erbringen.

Erfreulich im zweiten Quartal war, dass wir die Wechslerate leicht senken konnten. Aber wir müssen unsere umsatzstarke Kundenbasis weiter festigen – und sie mittelfristig wieder ausbauen.

Dabei setzen wir im Weihnachtsgeschäft auf unser wachsendes 3G-Netz, auf ein erweitertes Vertriebssystem, neue Tarif-Angebote und ein breiteres 3G-Endgeräte-Portfolio.

Schon jetzt haben unsere Kunden 2,1 Millionen 3G-Geräte im Einsatz.

Wachstumsimpulse in den USA erhoffen wir uns vor allem aus dem Geschäft mit mobilen Datendiensten.

Die Wachstumsstory mobiles Internet bleibt intakt.

Die Datenumsätze in den USA zogen im zweiten Quartal deutlich an. Sie legten um knapp 42 Prozent gegenüber dem Vorjahr zu, 526 Millionen Dollar ist eine stolze Zahl.

Es zeigt sich, dass mit einem gewissen Vorlauf dort, wo wir 3G-Märkte erschließen, die Neukunden unsere Datenangebote immer besser annehmen.

Der 3G-Netzausbau ist deshalb zentral für unser amerikanisches Geschäft. Den Ausbau haben wir im ersten Halbjahr mit erheblichen Investitionen weiter vorangebracht. Wir werden bis zum Jahresende unsere 3G-Netzabdeckung in den USA auf 200 Millionen Menschen ausgeweitet haben.

Auf der Umsatzseite wirkt sich das erst zeitversetzt aus, weil neu errichtete Stationen zunächst technisch ins Netz integriert werden müssen.

Ich bin sicher, dass wir damit unsere Wettbewerbsposition stärken, gerade mit umsatzstarken US-Kunden!

Für unsere europäischen Mobilfunkgesellschaften gilt allgemein: Dank Kostendisziplin und mobilem Internet haben wir die Auswirkungen der Wirtschaftskrise begrenzt.

Die EBITDA-Margen stabilisierten sich auf zumeist erfreulichem Niveau.

Verminderte Reisetätigkeit und durch Regulierung gesenkte Terminierungs- und Roamingentgelte lasteten im zweiten Quartal auf den meisten Gesellschaften.

Das konnten wir aber wie erwähnt zum großen Teil kompensieren.

Über die Entwicklung in Großbritannien und Polen habe ich gesprochen.

In Europa so dazustehen, das ist nicht selbstverständlich.

In Osteuropa zeigt sich unser Festnetzgeschäft im Großen und Ganzen stabil – trotz der weiterhin schwierigen wirtschaftlichen Situation dort.

Moderate Umsatzrückgänge in lokaler Währung und eine Bestätigung der guten Margen, das sehen wir in Ungarn, Kroatien und der Slowakei.

Wir haben ein starkes Wachstum von 16 Prozent im DSL-Geschäft und wir haben einen Zuwachs der Internet-Fernseh-Kunden in diesen Ländern erreicht: um 134 Prozent – auf jetzt 165 000.

Das Mobilfunkgeschäft in Osteuropa – vor allem im Wettbewerbsvergleich – läuft ordentlich.

Zwar gibt es reduzierte Roaming-Umsätze aufgrund geringerer Reisetätigkeit, z. B. in Ungarn und Kroatien. Aber: Unsere Gesellschaften dort verzeichnen nur leichte Umsatzrückgänge. Die Margen sind stabil, und das auf teilweise sehr hohem Niveau.

Kommen wir zu OTE!

Sie sehen hier den OTE-Beitrag zu den Konzernzahlen.

Die Gesamtjahresziele sind zu schaffen, insbesondere der EBITDA-Beitrag der OTE: immerhin rund 2 Milliarden Euro.

Interessant ist die Kundenentwicklung der Mobilfunksparte COSMOTE: Seit der Erstkonsolidierung im Februar ist dieser Kundenbestand netto um 1,2 Millionen gewachsen. Damit verzeichnet COSMOTE die dynamischste Kundenentwicklung der Mobilfunkgesellschaften im Konzern.

Wenn Sie fragen, wie die Integration von OTE in den Konzern läuft, dann sage ich: sehr gut!

Hier haben wir jetzt schon Synergien auf Jahresbasis von 84 Millionen Euro realisiert – vor allem im Einkauf. Unser ursprüngliches Ziel für das gesamte Jahr 2009 haben wir schon heute übererfüllt.

Und nun noch zu T-Systems:

Hier konnten wir die Ertragskraft weiter verbessern. Und zwar trotz eines sehr wettbewerbsintensiven Marktumfeldes und trotz der Wirtschaftskrise.

Wir haben die Effizienz gesteigert!

Das bereinigte EBITDA konnten wir im zweiten Quartal gegenüber dem Vorjahr um 23 Prozent erhöhen – auf 231 Millionen Euro.

Das EBIT, das im Vorjahreszeitraum noch negativ war, haben wir im gleichen Zeitraum auf rund 58 Millionen Euro erhöht.

Damit steigt die EBIT-Marge – innerhalb eines Jahres um 3 Prozentpunkte.

Und dies, obwohl der Umsatz im zweiten Quartal leicht um 3,2 Prozent auf 2,2 Milliarden Euro zurückgegangen ist. Aber Sie kennen die Auftragszurückhaltung in der Wirtschaft. Und ein Großteil dieses Rückgangs sind geringere interne Umsätze.

Im Internationalen Geschäft erzielte die T-Systems ein Umsatzplus von 0,9 Prozent.

Wir haben wieder einige große Aufträge gewonnen, das sehen Sie auf dem Chart.

T-Systems ist in diesem Halbjahr wieder profitabler geworden, die Marge steigt.

Meine Damen und Herren,

Sie wissen, wir achten strikt auf unsere Kosten. Wir investieren aber auch, gerade in Breitband. So machen wir die Telekom zukunftsfest in einem weiterhin schwierigen Umfeld.

Wir haben im ersten Halbjahr sehr viel investiert:

über 4 Milliarden Euro. Im Ausland, aber auch und gerade in Deutschland.

Wir haben in diesem Jahr schon mehr als 400 DSL-Kooperationen mit Gemeinden vereinbart, so viele wie im gesamten Jahr 2008. Diese Gemeinden sollen bis Ende 2010 an das Breitbandnetz angeschlossen werden.

Das Breitbandziel der Bundesregierung ist richtig, aber auch sehr ambitioniert. Das kann kein Unternehmen alleine erfüllen.

Wir tun das Unsere: Wir werden dieses Jahr mindestens 200 Millionen Euro allein in den Ausbau sogenannter weißer Flecken investieren. Auch wenn die Regulierung und die wirtschaftliche Entwicklung unseren Spielraum dafür begrenzen.

Die Wettbewerber halten einen Marktanteil von über 50 Prozent. Und sie haben zuletzt von wichtigen Regulierungsentscheidungen profitiert. Wir meinen, sie sind ebenfalls gefragt, ihr Engagement zu verstärken.

100 Prozent Ausbau durch ein Unternehmen:

Das kann nicht das Ziel in einem liberalisierten Markt sein – auch wenn es gelegentlich die Vorstellung gibt, dass die Telekom immer und überall einen Versorgungsauftrag hat, den sie unabhängig von ihrer wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit und der Entwicklung der regulierten Preise erfüllen muss.

Meine Damen und Herren,
gar keine Frage: Wir stehen zu unserer Verantwortung.

Die Telekom wird die maßgebliche Kraft beim Breitband-Ausbau bleiben. Aber wir müssen uns dabei wirtschaftlich vernünftig verhalten.

Meine Damen und Herren,
das zweite Quartal zeigt, die Deutsche Telekom ist wieder auf Kurs, und das ist
das Wichtigste.

Und damit das Wort an Tim Höttges.