

Hauptversammlung 2011

Deutsche Telekom AG

12. Mai 2011

Sperrfrist: Beginn Rede René Obermann

Lanxess Arena, Köln

René Obermann

Vorstandsvorsitzender

Deutsche Telekom AG

Sendesperrfrist: 12. Mai 2011
Beginn Rede René Obermann

– Es gilt das gesprochene Wort –

Ein Jahr „Verbessern – Verändern – Erneuern“
Rede zur Hauptversammlung
am 12. Mai 2011 in Köln

René Obermann
Vorstandsvorsitzender
Deutsche Telekom AG

Guten Morgen, meine Damen und Herren,
sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

herzlich willkommen zu unserer Hauptversammlung.

Das vergangene Jahr war für die Deutsche Telekom unter dem Strich erfolgreich und auch wegweisend: Erfolgreich, weil wir unsere finanziellen Ziele erreicht oder sogar übererfüllt haben. Beim operativen Ergebnis – dem bereinigten EBITDA – lagen wir mit 19,5 Milliarden Euro genau im Plan. Beim Free Cashflow haben wir die Erwartungen mit 6,5 Milliarden Euro klar übertroffen. Und das in einem unverändert schwierigen Umfeld: mit hartem Wettbewerb, Preisverfall, schwacher Konjunktur und unplanbaren Sondersteuern in einigen Ländern Osteuropas – und mit einer Regulierung, die uns nicht wirklich hilft. Das alles macht uns zu schaffen – aber es wirft uns nicht um.

Das vergangene Jahr war auch wegweisend: Wir haben eine veränderte Strategie verabschiedet und erfolgreich die dringendsten Probleme des Unternehmens bearbeitet. Das betrifft unsere Mobilfunktochter in Großbritannien, Polen – und vor allem in den USA. Sie wissen, wir hatten und haben in diesen Ländern seit vielen Jahren mit unterschiedlichen Schwierigkeiten zu kämpfen. Das hat uns belastet und manchmal blockiert. Umso wichtiger, dass wir überall gute Lösungen gefunden haben.

Der größte Schritt ist natürlich der Verkauf von T-Mobile USA. Wir hätten dort in den kommenden Jahren viele Milliarden in den Netzausbau und in weitere Mobilfunkfrequenzen stecken müssen. Und das bei einem vergleichsweise geringen Marktanteil. Gleichzeitig steht unser Konzern auch hier in Europa vor erheblichen Investitionen in die neuen Breitbandnetze. Wir mussten also Prioritäten setzen.

Wir haben seit längerem in den USA alle Möglichkeiten geprüft, unsere Wirtschaftlichkeit zu verbessern. Wir haben dabei keine Option ausgeschlossen und waren offen für Partnerschaften. Dass wir uns jetzt für einen Zusammenschluss mit AT&T entschieden haben, ist die beste Lösung für alle: für unsere Kunden, für den gesamten amerikanischen Markt – und für Sie, unsere Aktionäre!

Die meisten von Ihnen werden den Inhalt des Angebots kennen: AT&T zahlt für die komplette Übernahme von T-Mobile USA 39 Milliarden Dollar. Davon zahlt AT&T 25 Milliarden Dollar in bar und 14 Milliarden Dollar in eigenen Aktien. Ein Preis, der noch vor kurzer Zeit, als die Kapitalmärkte in der Krise steckten, wohl kaum möglich gewesen wäre. Es war also die richtige Entscheidung, und wir haben sie zum richtigen Zeitpunkt getroffen. Noch steht zwar die Zustimmung der amerikanischen Kartellbehörden aus. Wir sind aber zuversichtlich, dass die Transaktion in der ersten Jahreshälfte 2012 abgeschlossen sein wird, denn der Wettbewerb in den USA ist und bleibt äußerst

intensiv. In den meisten wichtigen Märkten dort können Kunden zwischen fünf und mehr Anbietern wählen.

Rund 13 Milliarden Euro aus der Transaktion wollen wir zunächst verwenden, um Schulden abzubauen. Damit verbessern wir unsere Bilanzverhältnisse deutlich. Andererseits planen wir, in den Jahren nach der Transaktion eigene Aktien im Wert von rund 5 Milliarden Euro zurückzukaufen – zusätzlich zu unserem schon bekannten Aktienrückkauf-Programm. Unter dem Strich erhalten wir so die Flexibilität und bilanzielle Stärke, um die Transformation unseres Unternehmens in den kommenden Jahren schnell voranbringen zu können. Wir wollen neue, hochperformante Netze bauen und auch international erfolgreich sein. Zum Beispiel mit Cloud Services für Geschäftskunden oder mit Internetangeboten.

Nach Genehmigung des AT&T-Vertrags werden wir in den USA zudem mit einem Anteil von bis zu 8 Prozent größter Einzelaktionär von AT&T. Damit profitieren wir auch weiterhin direkt vom dortigen Wachstum des mobilen Internets. Aus dieser Beteiligung erwarten wir eine Dividende von rund 0,5 Milliarden Euro pro Jahr. Addiert man dazu noch Einsparungen, die sich aus dem Verkauf beziehungsweise der geplanten Mittelverwendung ergeben, macht der Effekt sogar rund 1,5 Milliarden Euro pro Jahr aus.

Wir schaffen mit dem Verkauf von T-Mobile USA also unmittelbaren Wert für unsere Aktionäre und sorgen für die notwendige Flexibilität, um unsere Märkte in Deutschland und Europa weiter zu stärken.

Auch die Reaktionen des Kapitalmarkts zeigen, dass wir mit dem Geschäft richtig liegen: Die Marktkapitalisierung des Unternehmens ist seit Ankündigung des Verkaufs von T-Mobile USA um mehr als 7 Milliarden Euro gestiegen. Insgesamt 16 Analysten haben ihre Empfehlung für die T-Aktie angehoben – und dabei ihr Kursziel im Schnitt um 2 Euro nach oben korrigiert. Seit Anfang des

Jahres 2011 bis zum vergangenen Freitag, 6. Mai, beläuft sich die Gesamtaktienrendite – also Kursentwicklung und Dividende – auf 15,6 Prozent für die T-Aktie gegenüber 7,2 Prozent für den DAX, 5,5 Prozent für den europäischen Gesamtmarkt (Dow Jones STOXX) und 1,9 Prozent für den europäischen Telekommunikationssektor.

Aber wir haben in den vergangenen Monaten noch an weiteren Baustellen gearbeitet: So sind nach zirka zehn Jahren ermüdenden Rechtsstreits seit Januar endlich die Eigentumsverhältnisse an der polnischen PTC geklärt. Wir haben uns zu guten Konditionen alle Anteile an dem Unternehmen endgültig gesichert. Jetzt kann unser Team in Warschau unbelastet von juristischen Auseinandersetzungen an der Zukunft von PTC arbeiten. Der polnische Mobilfunkmarkt ist der größte in Zentral- und Osteuropa – und er wächst.

Bereits im Frühjahr 2010 ist in Großbritannien der Mobilfunkanbieter „Everything Everywhere“ an den Start gegangen. In dieses Gemeinschaftsunternehmen mit France Télécom haben wir unsere Tochter T-Mobile UK eingebracht. Wir sagen: Besser an der Nummer eins beteiligt als alleiniger Eigentümer der Nummer vier. „Everything Everywhere“ hat uns 2010 bereits 380 Millionen Euro als Dividende gezahlt.

Meine Damen und Herren,
im März 2010 habe ich Ihnen unsere Strategie mit den Schwerpunkten „Verbessern – Verändern – Erneuern“ vorgestellt. Wesentliche Punkte aus dem ersten Teil „Verbessern“ sind jetzt – nach gut einem Jahr – bereits erledigt.

Es gibt aber überhaupt keinen Anlass, sich zurückzulehnen. Vor uns liegt die nächste Mammutaufgabe. Es geht um das „Verändern und Erneuern“ unseres Unternehmens. Wir entwickeln die klassische, immer noch stark regulierte und

strukturell noch zu unbewegliche, Telekom weiter zu einer – wie wir es nennen – „Telco plus“. Das heißt, wir bauen die Netze der Zukunft und erweitern unser klassisches Anschlussgeschäft um cloud- und internetbasierte Dienstleistungen. Einige davon haben wir in den vergangenen Monaten schon vorgestellt. Zum Beispiel unser DeutschlandLAN für mittelständische Firmen oder unser Mediacenter – weitere müssen folgen. Und vor allem müssen wir lernen, solche Mehrwertdienste auch zu vermarkten – und zwar profitabel. Nicht trivial, angesichts der immer noch weit verbreiteten Kostenlos-Kultur im Internet.

Meine Damen und Herren,

eines ist völlig klar: Die Dynamik der Internetwelt nimmt immer weiter zu. Fast täglich entstehen neue Angebote, ergänzen oder verdrängen schon bestehende. Von Video- und Downloadportalen wie Youtube, Musicload oder Videoload bis zu sozialen Netzwerken wie Foursquare, Xing – oder natürlich Facebook, das jeden Tag mehr als 500.000 Mitglieder gewinnt. Insgesamt verbringen die Nutzer solcher Netzwerke mehrere Hundert Milliarden Minuten pro Monat damit, ihre Kontakte und Freundschaften zu pflegen.

In Deutschland hat im vergangenen Jahr jeder Breitband-Internetnutzer im Schnitt bereits rund 10 Gigabyte pro Monat verbraucht. Und die Lebensadern dieser vernetzten Welt sind hochmoderne und immer leistungsstärkere Netze und IT-Systeme. Immer mehr Services kommen künftig direkt aus dem Netz – der sogenannten Cloud. Und sie werden zunehmend von mobilen Geräten wie dem iPad, dem Smartphone oder dem Bordcomputer im Auto genutzt.

Der Betrieb von Netzen und IT kann daher ein lohnendes Geschäft bleiben – zumal der Datenhunger immer größer und die Netzressourcen immer knapper werden. Stellen Sie sich vor, der Verkehr auf den Autobahnen verdoppelt sich alle paar Monate. Kein angenehmer Gedanke. Aber genau das passiert in unseren Mobilfunknetzen. Im Festnetz ist die Dynamik nicht ganz so rasant, doch

auch hier stoßen wir absehbar an Grenzen. Wir brauchen mehr Kapazität im Netz und mehr Geschwindigkeit beim Netzzugang.

Die Deutsche Telekom baut diese modernen Netze mit ihrem technischen Know-how und mit den besten Technikern dieser Branche. Ganz klar: Wir wollen investieren, aber diese Investitionen müssen sich auch rechnen. Dazu brauchen wir eine moderne Regulierung, die sich auf das notwendige Maß beschränkt. Eine Regulierung, die darauf verzichtet, Preise nur immer weiter zu senken. Eine Regulierung, die es den investierenden Unternehmen ermöglicht, ihr Geld auch zurückzuverdienen.

Gleichzeitig kann es nicht sein, dass die Kabelnetzbetreiber ihre monopolartige Stellung im TV-Geschäft dazu nutzen, ihre Macht auf den Breitbandmarkt zu übertragen, und dabei überhaupt nicht reguliert werden. Die Mieter kommen doch in weiten Teilen gar nicht aus bestehenden Verträgen mit Kabelanbietern heraus, da der Kabelanschluss in den Mietnebenkosten bereits enthalten ist. Wie wollen sie da den Anbieter wechseln und zu uns kommen? Wir brauchen hier endlich gleiche Regeln für alle.

Bessere Rahmenbedingungen würden den Glasfaserausbau ohne Frage deutlich beschleunigen. Ich sage beschleunigen, denn gestartet sind wir. Der Ausbau läuft. Im ersten Schritt wollen wir dieses Jahr rund 160.000 Haushalte an unser neues Glasfasernetz anschließen. In den nächsten Jahren wollen wir rund 10 Prozent unserer Anschlüsse für dieses Netz vorbereiten. Wir prüfen derzeit den Ausbau in über 100 Städten.

Dabei sind wir auf die Unterstützung der Kommunen und besonders der Immobilieneigentümer angewiesen. Unsere ambitionierte Planung können wir besser umsetzen, wenn uns Hauseigentümer und Wohnungswirtschaft die entsprechenden Arbeiten ermöglichen. Ohne ihre Zustimmung können wir unsere Kunden nicht erreichen, kommen wir nicht in die Häuser und

Wohnungen. Ob wir 2012 einige Hunderttausend Anschlüsse schaffen oder gar mehr, hängt also auch stark von solchen Fragen ab.

Auch im Mobilfunk treiben wir den Netzausbau zügig voran. Wir haben vergangenes Jahr rund 3.200 neue UMTS-Basisstationen in Betrieb genommen und so Netzabdeckung und Netzqualität deutlich verbessert. Aus der Frequenzversteigerung im Frühjahr 2010 haben wir das notwendige Spektrum, um auch den zukünftigen Bedarf an Bandbreite und Geschwindigkeit zu decken.

Die nächste Generation des Mobilfunks – das sogenannte LTE-Netz – hilft außerdem, die weißen Flecken in den ländlichen Regionen zu schließen, die bislang ohne schnelles Internet auskommen mussten. Dabei nutzen wir die Vorteile eines integrierten Anbieters, bei dem die Kunden Mobilfunk und Festnetz aus einer Hand bekommen. Seit einigen Wochen können unsere Kunden dort ein kombiniertes Produkt aus Mobilfunk und Festnetz buchen. Derzeit schließen wir so rund tausend Haushalte pro Woche an. Noch in diesem Jahr wird Köln übrigens die erste Großstadt in Deutschland sein, die wir nahezu flächendeckend mit LTE versorgen. Weitere Städte folgen.

Noch ein Punkt zum Thema Mobilfunk, der mich ebenso ärgert wie viele Kunden. Ich rede vom Telefonieren und von der mobilen Internetnutzung im Ausland, dem sogenannten Roaming. Wenn wir hier keine günstigen und einfachen Angebote machen können, verärgern wir unsere Kunden. Und verärgerte Kunden werden unsere Produkte nicht nutzen. Deshalb sind unsere Roamingpartner gut beraten, ihre Vorleistungspreise weiter abzusenken, damit Touristen und Geschäftsreisende auch im Ausland unbeschwert kommunizieren und das Internet nutzen können.

Wir gehen jedenfalls beim Roaming voran und werden pünktlich zur Ferienzeit Anfang Juli in der gesamten EU einen günstigen Internettarif einführen. Unter

anderem mit einer Pauschale, die unbegrenztes Surfen für 15 Euro pro Woche ermöglicht. Außerdem informieren wir unsere Kunden per SMS regelmäßig über die aktuellen Kosten. Böse Überraschungen beim Blick auf die Mobilfunkrechnung in der Heimat gehören damit endgültig der Vergangenheit an. Das werden unsere Kunden schätzen. Und ich bin sicher, wir bleiben mit diesem Angebot nicht alleine im Markt.

Meine Damen und Herren,

Netze und klassische Kommunikationsdienste bleiben auch künftig ein zentraler Teil unseres Geschäfts. Gleichzeitig verändert sich die Industrie fundamental: Bislang hat das Internet vor allem die Art und Weise revolutioniert, wie wir uns informieren, wie wir uns sozial vernetzen, wie wir kaufen und verkaufen und wie wir uns unterhalten. Aber diese Revolution geht weiter. Immer mehr Geschäftsprozesse in nahezu allen Branchen finden zunehmend im Internet statt. Um davon profitieren zu können, müssen die Unternehmen den Schritt zur digitalen Transformation wagen.

Wir setzen unsere Stärken für Kooperationen mit diesen Unternehmen ein. Das sind vor allem unsere hochleistungsfähige Netzinfrastruktur und IT-Plattformen, z. B. für Cloud-Services, die verlässlich und sicher arbeiten. „Cloud made in Germany“ – das kann ein Gütesiegel und Verkaufsargument sein, zumal die Unsicherheit der Kunden bei der Verlagerung von Daten und Software ins Netz statt in eigene Rechenzentren und teure Hardware nach wie vor zu hoch ist.

Dazu kommt unsere starke Marke, der die Menschen vertrauen. Erst vor wenigen Tagen ist die Telekom in einer Rangliste der wertvollsten Marken der Welt als bestes deutsches Unternehmen auf Platz 19 gelandet.

Wir unterstützen ganze Branchen bei ihrer Transformation – zum Beispiel in den vielversprechenden Feldern Energie, Gesundheit und Mobilität. Gleichzei-

tig treiben wir die Entwicklung eigener Dienstangebote voran. Dieser Wandel von der „Telco“ – also der klassischen Telefonfirma – zur „Telco plus“ ist eine große Herausforderung. Schließlich wollen wir in einigen Jahren die Umsatzrückgänge aus dem traditionellen und immer noch stark regulierten Netzgeschäft mehr als ausgleichen.

Wir haben mit unserer Strategie beschrieben, wie wir das schaffen wollen, und haben fünf Wachstumsfelder definiert: 1. Das mobile Internet, 2. Das vernetzte Zuhause, 3. ICT-Lösungen für Großkunden, 4. Eigene Internet-Angebote – wie z. B. Scout24 oder STRATO – und 5. Intelligente Netzlösungen für andere Branchen. Ich will nur einige Beispiele noch etwas näher beleuchten:

Die Nachfrage nach unserem TV-Angebot Entertain wächst. Bis Ende März haben sich 1,3 Millionen Kunden für diese innovative und komfortable Art des Fernsehens entschieden: mit zeitversetztem Sendebeginn, integriertem Mediacenter, Videothek im Netz und einem Festplattenrekorder, der sich auch von unterwegs bequem programmieren lässt. Immer mehr Programme zeigen wir im hochauflösenden HD-Format. Regelmäßig gibt es Filme und Sportübertragungen sogar schon in 3-D, also dreidimensional. Dazu kommen interaktive Elemente: So werden unsere Kunden bei der persönlichen Bundesliga-Konferenz zum eigenen Programmdirektor und entscheiden selbst, welche Spiele gezeigt werden.

Ab Sommer bieten wir Entertain auch über Satellit an. Dann erreichen wir nahezu bundesweit mehr als 75 Prozent aller Haushalte mit unserem Angebot. Das TV-Geschäft ist aber auch ein Wachstumstreiber für unsere europäischen Beteiligungen. Dort haben wir schon heute insgesamt 2,4 Millionen TV-Kunden mit weiterhin hohen Wachstumsraten.

Zur CeBIT haben wir den Internet-Kiosk „PagePlace“ vorgestellt. Zum ersten Mal in Deutschland bieten wir eine offene Plattform – verlags- und hersteller-

unabhängig – für den bequemen Kauf von Büchern, Zeitungen und Zeitschriften über das Internet. Noch läuft „PagePlace“ im Test. In wenigen Tagen starten wir die Vollversion. Dann werden wir unser Angebot erweitern und die Software ausbauen, damit sie sich auf vielen weiteren Smartphones und Tablet-Computern installieren lässt.

Immer mehr Menschen nutzen solche mobilen Geräte, um sich im Internet zu bewegen. 2011 wird der weltweite Absatz von Smartphones und Tablets erstmals PCs und Notebooks überholen. Bei der Telekom waren im ersten Quartal 2011 schon fast 60 Prozent aller in Deutschland verkauften Mobiltelefone Smartphones. Insgesamt haben wir mehr als 800.000 Smartphones verkauft – davon 300.000 iPhones. Dementsprechend steigt auch der Umsatz in unserem Wachstumsfeld Mobiles Internet – im ersten Quartal in Deutschland um 32 Prozent auf 384 Millionen Euro. Weltweit haben wir ein Plus von 28 Prozent auf 1,2 Milliarden Euro erzielt.

Ein weiterer wichtiger Baustein unserer Strategie sind Angebote für das vernetzte Arbeiten. T-Systems hat im vergangenen Jahr den positiven Trend fortgesetzt. Die Umsätze mit Kunden außerhalb des eigenen Konzerns sind erneut um mehr als 5 Prozent gestiegen. Die guten Zahlen aus dem ersten Quartal 2011 und eine Reihe von neuen Großaufträgen – etwa mit E.ON, Fraport oder Everything Everywhere – bestätigen unsere Ausrichtung.

Dabei gewinnen sogenannte Cloud Services zunehmend an Bedeutung. Gemeint ist, wie schon gesagt, die Verlagerung von Rechenleistung und Intelligenz ins Internet, bei der die Kunden ihre IT-Leistung nach Bedarf beziehen und bezahlen. So bauen wir zum Beispiel für Shell eine Cloud-Lösung, mit der die Mitarbeiter in Zukunft weltweit cloudbasiert miteinander kommunizieren. Der Markt für solche Dienste wächst rasant: In Europa um rund 30 Prozent pro Jahr. Wir wollen von diesem Trend überproportional profitieren.

Cloud Computing ist auch ein Treiber für unsere intelligenten Netzlösungen in den Bereichen Gesundheit, Mobilität und Energie. Gerade hier brauchen wir flexible und sichere Systeme, die in der Lage sind, große Datenmengen zentral zu verarbeiten und verteilt zur Verfügung zu stellen.

Meine Damen und Herren,
es fällt nicht leicht, in diesen Tagen mit kühlem Kopf über das Thema Energie zu sprechen. Zu sehr beschäftigt uns alle die schreckliche Katastrophe in Japan – deren Folgen ja immer noch kaum absehbar sind.

Wir können nur ahnen, was das langfristig für unsere Energiepolitik im Detail bedeutet. Aber klar ist: Wir müssen in Zukunft sparsamer und effizienter mit Energie umgehen. Die Telekommunikations- und IT-Industrie kann dabei eine wichtige Rolle spielen. Man muss sich nur vor Augen halten, dass die heute genutzten Stromnetze seit langem kaum verändert wurden.

So weiß ein Stromanbieter heute nicht genau, wie viel Strom einzelne Kunden zu welcher Zeit verbrauchen. Auch die meisten Privatkunden wissen das im Übrigen nicht. Sie bekommen einmal im Jahr eine Abrechnung und das war's. Künftig können intelligente Stromzähler – sogenannte Smart Meter – den Kunden nahezu in Echtzeit anzeigen, wie viel Energie sie wo verbrauchen. Die Stromanbieter erhalten gleichzeitig einen genauen Überblick über die tatsächlich genutzte Strommenge. Entsprechend könnten sich die Stromkosten am tatsächlichen Bedarf orientieren – und Spitzenlastzeiten verringert werden. So könnten stromintensive Geräte wie Spülmaschinen immer dann laufen, wenn die Nachfrage gering und der Strom günstig ist.

Telekommunikation und IT helfen darüber hinaus auch bei Stromerzeugung und -verteilung: Bis zum Jahr 2020 sollen in der EU 20 Prozent des gesamten Energieverbrauchs aus erneuerbaren Quellen kommen. Dazu reicht es nicht aus, einfach mehr Solaranlagen und Windparks zu bauen. Wir brauchen auch

ein intelligentes Stromnetz, ein Smart Grid, das die oftmals schwankende Erzeugung aus diesen Quellen mit Energie aus konventionellen Kraftwerken kombiniert und mit der Nachfrage in Übereinstimmung bringt.

Die Marktchancen sind enorm. Bei rund 40 Millionen Haushalten in Deutschland würden pro Jahr etwa 1,4 Trillionen Messdaten anfallen. Das Datenvolumen würde sich damit ver Hundertfachen! Eine gewaltige Aufgabe für die Stromanbieter. Wir wollen sie dabei unterstützen. Mit einigen laufen bereits Kooperationen.

Energie ist ohne Zweifel ein wichtiges Thema. Daneben gibt es weitere Zukunftsthemen, die uns bewegen. Denken Sie an den Gesundheitssektor: Unsere westliche Gesellschaft altert, gleichzeitig nimmt die Zahl der chronischen Erkrankungen zu. Unsere Dienstleistungen und Produkte können helfen, die Kosten im Gesundheitswesen zu senken, damit wir uns auch in Zukunft die bestmögliche Versorgung für alle leisten können.

So wird der Markt für Telemedizin in den nächsten Jahren stark wachsen. Von diesem Wachstum wollen wir profitieren. Darum beteiligen wir uns jetzt zum Beispiel am Telemedizin-Spezialisten BodyTel. Schon bald wird es in unseren Shops zudem Steckmodule für Mobiltelefone und Tablet-Computer geben, die etwa Blutzucker oder Blutdruck messen können. Diese Daten kann man dann direkt auswerten, speichern und an den Hausarzt schicken.

Im Verkehrsbereich schließlich können die Vernetzung von Fahrzeugen und der Austausch und die Auswertung von Mobilitätsdaten helfen, Staus zu vermeiden und Mobilitätskosten zu senken.

Meine Damen und Herren,

Sie sehen, wir sind mit unserer Strategie „Verbessern – Verändern – Erneuern“ im vergangenen Jahr weitergekommen. Auch was die konkreten Ziele angeht,

die wir uns vorgenommen haben. Wir hatten gesagt: Bis 2015 wollen wir den Umsatz aus den neuen Wachstumsfeldern annähernd verdoppeln. Davon haben wir 2010 schon mehr als 1,5 Milliarden Euro realisiert – in den ersten drei Monaten 2011 sind noch einmal rund 400 Millionen Euro dazugekommen.

Weil perspektivisch der Beitrag von T-Mobile USA zum mobilen Internet entfällt, werden wir unsere Ziele entsprechend anpassen. Ich bin aber an dieser Stelle optimistisch. Wir stehen beim mobilen Internet erst ganz am Anfang – und können darin auch ohne die USA um mehrere Milliarden wachsen. Es bleibt jedenfalls dabei: Wir wollen den Umsatz aus den Wachstumsfeldern deutlich steigern – und so langfristig wieder auf dem Niveau der Volkswirtschaft wachsen.

Das ist ein ambitioniertes Ziel, wenn man nüchtern die Randbedingungen, das Wettbewerbsumfeld und die Trends unserer Branche analysiert. Derzeit gehen die Umsätze noch zurück, zu groß sind die Rückgänge insbesondere im traditionellen Festnetzbereich, aber auch durch direkte Preiseingriffe der Regulierer. Das geht allen unseren vergleichbaren Wettbewerbern so, Sie werden die aktuellen Medienberichte verfolgt haben.

Unsere Transformation wird ganz sicher kein Selbstläufer. Wir müssen dazu auch die Innovationsgeschwindigkeit im Konzern weiter erhöhen. Es dauert immer noch zu lange, bis aus guten Ideen marktreife Produkte werden. Doch selbst wenn wir uns dort deutlich verbessern, werden wir es nicht alleine schaffen. Wir brauchen Partnerschaften und auch die ein oder andere gezielte Ergänzung unseres Portfolios. Dabei geht es nicht um Multimilliarden-Übernahmen, die haben wir derzeit nicht im Visier.

Und parallel zu all diesen Initiativen müssen wir die Kosten im Unternehmen weiter senken. Daran führt kein Weg vorbei. Das erste Quartal hat ja noch einmal gezeigt, dass der Preisdruck in unserem Geschäft unvermindert hoch

ist. Wir setzen darum unser erfolgreiches Effizienzprogramm fort. Die vor einigen Wochen vorgestellte Kooperation mit France Télécom hilft uns dabei: Wir bündeln unseren Einkauf und erwarten daraus ab 2014 Einsparungen von etwa 400 Millionen Euro pro Jahr.

Mit unserer Strategie verfolgen wir einen Kurs, der unseren wichtigsten Interessengruppen, neudeutsch „Stakeholder“, gerecht wird – sei es innerhalb oder außerhalb des Konzerns. Das betrifft zunächst einmal unsere hoch engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, ohne die wir die Transformation des Konzerns nicht umsetzen können und denen ich heute ganz besonders danken will für ihre Leistungen! Mir ist bewusst, dass ihnen seit vielen Jahren Enormes abverlangt wird. Und das, obwohl wir alles daran setzen, den Personalumbau fair und ausgewogen zu gestalten.

Keine Frage: Um unser Unternehmen zukunftsfest zu machen, muss der Umbau in den kommenden Jahren weitergehen. Das heißt aber auch: Wir stellen neue Mitarbeiter ein. Europaweit planen wir 2011 und 2012 rund 18.000 Neueinstellungen, allein in Deutschland mehr als 10.000 – davon etwa die Hälfte eigene Nachwuchskräfte.

Und wir stehen zu unserer gesellschaftlichen Verantwortung. Dass wir diese Hauptversammlung wie schon in den Vorjahren klimaneutral durchführen, ist da schon fast eine Selbstverständlichkeit – und steht stellvertretend für unseren Anspruch, ressourcen- und klimaschonend zu wirtschaften. Die hohen ökologischen, sozialen und ethischen Standards, nach denen wir unser Handeln ausrichten, werden auch am Kapitalmarkt anerkannt: Nachhaltig orientierte Investoren halten heute bereits 9 Prozent aller T-Aktien.

Wir wissen außerdem, dass für viele unserer Aktionäre langfristige Stabilität und verlässliche Dividenden wichtiger sind als kurzfristige Gewinnmaximierung. Genau darum haben wir vor einem Jahr eine Ausschüttungspolitik

beschlossen, die für die Geschäftsjahre 2010 bis 2012 ein festes Volumen von je 3,4 Milliarden Euro vorsieht. 2010 haben wir Aktien im Wert von 400 Millionen Euro zurückgekauft. Daraus ergibt sich rechnerisch eine Dividende von 70 Eurocent je Aktie, die wir heute gemeinsam mit dem Aufsichtsrat der Hauptversammlung zur Abstimmung vorschlagen.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
mit unserer langfristigen Ausschüttungspolitik – und mit unserer Strategie „Verbessern – Verändern – Erneuern“ geben wir Ihnen eine klare und verlässliche Orientierung, wie wir die Telekom weiterentwickeln wollen. Wir haben einen festen Plan, den wir Stück für Stück abarbeiten. Unsere Arbeit wird inzwischen auch vom Kapitalmarkt honoriert.

Ich danke Ihnen für das Vertrauen, das Sie mir und meinem Vorstandsteam in den vergangenen Jahren geschenkt haben. Ich glaube fest daran, dass die Transformation der Deutschen Telekom erfolgreich sein wird. Das Ziel ist klar: Wir wollen ein Unternehmen sein, das seine Kunden begeistert, das für seine Anleger Wert schafft und in dem die Mitarbeiter gerne arbeiten. Dafür bin ich vor gut vier Jahren angetreten – und dafür werde ich mich auch in den kommenden Jahren mit ganzer Kraft einsetzen.

Vielen Dank!