

Pressekonferenz

Deutsche Telekom AG, Bericht zum 30. Juni 2011

4. August 2011

Timotheus Höttges

Finanzvorstand

Deutsche Telekom AG

Vielen Dank, René Obermann!

Ich bin mit unseren Ergebnissen in Deutschland insgesamt zufrieden, besonders mit der robusten Profitabilität und einer bereinigten EBITDA-Marge von 40,7 Prozent.

Die Festnetzumsätze waren um 4,5 Prozent rückläufig. Bereinigt um das eingestellte Handelsgeschäft mit Prepaidkarten beliefen sich die Festnetzumsätze auf minus 3,8 Prozent – eine Verbesserung gegenüber einem Rückgang von 4,3 Prozent im ersten Quartal. Ursache war der gestiegene Wholesale-Umsatz.

Über die Absenkung der mobilen Terminierungsentgelte im Umfang von 60 Millionen Euro hinaus waren die Umsätze in der mobilen Sprachkommunikation von drei Haupteffekten beeinflusst:

Erstens, einem kleineren Retail-Kundenstamm in Folge einer Kundenverschiebung zu Service Providern sowie rückläufigen Kundenzahlen im Prepaid-Bereich. Zweitens, einem Wechsel des bestehenden Retail-Kundenstamms zum neuen Tarifportfolio, das im November 2010 eingeführt wurde.

Und drittens, einem veränderten Mix bei den Neuverträgen, getrieben durch eine Verlagerung auf Werbebündelangebote und einen Rückgang des Vertragsvolumens bei Complete-Tarifen.

Zusammengenommen bewirkten diese Effekte eine Verlangsamung des zugrunde liegenden Wachstums im Mobilfunk von 2 Prozent im ersten Quartal auf stabile Umsätze im zweiten Quartal.

Wir sind in Deutschland weiter die Nummer eins bei den Service-Umsätzen im Breitband- und Mobilfunkgeschäft. Schon jetzt sind über 50 Prozent unserer inländischen Festnetzkunden Breitbandkunden.

Mit einem Anstieg um mehr als ein Drittel gegenüber dem Vorjahr oder netto 330.000 neuen Entertain-Kunden blieb das IPTV-Wachstum robust. Wir haben jetzt über 450.000 Retail-Glasfaserkunden, d. h. doppelt so viele wie im Vorjahr!

Im Mobilfunk ist unsere Wechslerate bei den Vertragskunden sogar noch weiter auf 1,1 Prozent gesunken, im Vergleich zum Vorjahr eine Verbesserung von 0,3 Prozentpunkten.

Wie ein Blick auf das Chart zeigt, war unser Marktanteil bei den Mobilfunk-Service-Umsätzen im zweiten Quartal aufgrund der bereits erwähnten Faktoren leicht rückläufig.

Wenden wir uns nun dem Segment Europa zu. Hier gab es im zweiten Quartal eindeutige und erfreuliche Anzeichen für eine Stabilisierung. Das Wachstum bei den wichtigsten Marktkennzahlen setzte sich uneingeschränkt fort. Lassen Sie mich hier nur das 25-prozentige Wachstum bei den TV-Kunden nennen, das noch größer war als im ersten Quartal. Auch

der Prozentanteil von Smartphones an vermarkteten Geräten konnte mehr als verdoppelt werden.

Mit Ausnahme von Kroatien verbesserte sich die Umsatzentwicklung in allen integrierten Märkten. Das Umfeld in Griechenland bleibt für uns sehr schwierig, wie die Zahlen für das zweite Quartal zeigen. Die Ergebnisse in Kroatien wurden durch schwache Mobilfunkumsätze beeinflusst, die wiederum auf Regulierungseffekte und harte Wettbewerbsbedingungen zurückzuführen sind.

Auch die Entwicklung des bereinigten EBITDA verbesserte sich für alle integrierten Geschäftsfelder gegenüber dem ersten Quartal, wobei die Magyar Telekom nach Bereinigung um die ungarische Sondersteuer ein im Jahresvergleich stabiles bereinigtes EBITDA erzielte. Entsprechend blieben auch die Margen komfortabel im 40-Prozent-Bereich – mit Ausnahme von Griechenland, wo sich die Marge von 36 Prozent im Vorjahr auf jetzt 34 Prozent verringerte.

Was unsere Leistungen im Wettbewerb betrifft, so lässt sich feststellen, dass wir unsere Mobilfunkwettbewerber in Ungarn in Bezug auf alle wesentlichen Kennzahlen übertroffen haben. In Griechenland sicherten wir uns im Mobilfunk gegenüber unseren Wettbewerbern zunehmend Marktanteile und erzielten erheblich verbesserte Ergebnisse bei den Service-Umsätzen. In der Slowakei lagen wir mit unserem wichtigsten Wettbewerber auf Augenhöhe!

Die Entwicklung in den mobilfunkorientierten Märkten war ebenfalls erfreulich. So kam es in Polen, in den Niederlanden und in Österreich zu der erwarteten Margenerholung. Die Umsatzentwicklung in den Niederlanden, in der Tschechischen Republik und in Österreich verbesserte sich gegenüber dem ersten Quartal, während sie in Polen stabil blieb.

Speziell in den Niederlanden stiegen die um regulatorische Effekte bereinigten Gesamtumsätze um 5 Prozent. Dabei wurden eine Steigerung der SMS-Umsätze um 8 Prozent und ein sehr kräftiger Smartphone-Absatz verzeichnet.

Die EBITDA-Entwicklung erholte sich im Vergleich zum ersten Quartal erheblich, wobei die Tschechische Republik auf einem hohen Niveau stabil blieb. In Österreich lagen wir in Bezug auf Kundenkennzahlen klar vor One/Orange. In anderen Märkten war die Marktanteilsentwicklung uneinheitlich.

Im Systemgeschäft verzeichneten wir gegenüber dem ersten Quartal eine schwächere Entwicklung. Die Umsätze stiegen zwar weiter, aber langsamer als im ersten Quartal. Der Auftragseingang blieb mit über 2 Milliarden Euro auf einem sehr hohen Niveau. Neue Geschäftsabschlüsse wurden im zweiten Quartal mit Valora, TOTAL und Magna geschlossen.

Was die Profitabilität betrifft, so blieb die bereinigte EBITDA-Marge im zweiten Quartal auf ähnlichem Niveau wie im ersten Quartal; die bereinigte EBIT-Marge erhöhte sich zwar sequenziell auf 2 Prozent, war damit aber im Vorjahresvergleich immer noch rückläufig. Der mit der Durchführung von Big Deals verbundene höhere Opex wirkte sich auf die Margen im zweiten Quartal aus. Die Gesamteinsparungen aus dem Save-for-Service-Programm beliefen sich im ersten Halbjahr 2011 auf 250 Millionen Euro nach 93 Millionen Euro im ersten Quartal.

In den USA blieb die Gesamtentwicklung im zweiten Quartal für uns weiter schwierig, aber gegenüber dem ersten Quartal leicht verbessert. Die Service-Umsätze gingen, trotz der positiven Effekte durch das Insourcing der Endgeräteversicherung, leicht um 1,3 Prozent zurück. Dies war in erster Linie auf den Verlust von Vertragskunden mit hohem ARPU in den vorangegangenen Quartalen und in geringerem Umfang auf die Tarifplanoptimierung durch Kunden zurückzuführen. Die Marge stieg von 23,1 Prozent im ersten Quartal auf 25,4 Prozent.

Dies ist insbesondere auf einen Rückgang der Kundenbindungskosten zurückzuführen. Im ersten Quartal waren die Kundenbindungskosten aufgrund

verschiedener Werbeinitiativen besonders hoch, z. B. in Verbindung mit dem Angebot zum Valentinstag. Nach der Einführung der neuen unbegrenzten Tarifpläne im zweiten Quartal konnte eine leicht bessere Vertragskundenentwicklung verzeichnet werden.

Der Anstieg bei den Machine-to-Machine-Nettoneuzugängen leistete aber ebenfalls einen wichtigen Beitrag zur Verbesserung. Das Wachstum beim Daten-ARPU konnte im Vergleich zum ersten Quartal noch mal gesteigert werden. Die Anzahl der 3G-/4G-Smartphones stieg auf knapp 10 Millionen, was einer Steigerung von über 50 Prozent im Vergleich zum zweiten Quartal des Vorjahres entspricht.

Sehen wir uns jetzt den Free Cashflow an, der mit 1,8 Milliarden Euro im zweiten Quartal erfreulich hoch war. Die Verbesserung gegenüber dem Vorjahr ist auf den Anstieg beim operativen Cashflow sowie gesunkene Nettozinszahlungen und einen niedrigeren Cash Capex zurückzuführen. Damit wurde erwartungsgemäß das höhere Zinszahlungs- und Capex-Niveau des ersten Quartals ausgeglichen.

Im ersten Halbjahr belief sich der Free Cashflow auf 2,8 Milliarden Euro und liegt damit auf dem Vorjahresniveau von 2,9 Milliarden Euro. Im Vergleich zum Vorjahr profitierte der operative Cashflow von einem leicht verbesserten Working Capital, niedrigeren Ertragsteuerzahlungen und der erhaltenen Dividende des Joint Ventures Everything Everywhere. Dadurch konnte die schwächere Entwicklung des EBITDA teilweise ausgeglichen werden.

Daher bestätigen wir unsere Guidance eines stabil bis leicht ansteigenden Free Cashflow gegenüber dem Niveau von 2010 in Höhe von 6,5 Milliarden Euro. Wir erwarten den größten Quartalsbeitrag zum Free Cashflow im vierten Quartal.

Mit Einsparungen in Höhe von 919 Millionen Euro in der ersten Jahreshälfte 2011 haben wir wesentliche Fortschritte bei der Umsetzung des Programms Save for Service erzielt, die zu einer Gesamt-Run-Rate von bislang 3,3 Milliarden Euro führen. Unser Ziel für den Zeitraum 2010 bis 2012 bleibt mit 4,2 Milliarden Euro unverändert. Diese Kosteneinsparungen waren der größte Treiber bei der Reduzierung der Kostenbasis der Deutschen Telekom um 7 Prozent bzw. 1,6 Milliarden Euro im ersten Halbjahr 2011. Beträchtliche Netto-Opex-Einsparungen wurden in den Segmenten Deutschland, USA und Europa erzielt.

In schwierigen Zeiten haben wir uns auf die Reduzierung unserer Netto-Finanzverbindlichkeiten konzentriert und konnten diese im Jahresvergleich um 3 Milliarden Euro senken! Der sequenzielle Anstieg im zweiten Quartal aufgrund der Dividendenausschüttung war nur vorübergehend, und wir gehen davon aus, dass sich die Netto-Finanzverbindlichkeiten in der zweiten Jahreshälfte, getrieben durch den starken Free Cashflow, erheblich verbessern.

Damit schließe ich meine Ausführungen. René Obermann und ich freuen uns jetzt auf Ihre Fragen!