

Sendesperrfrist: 6. Mai 2011
Beginn Rede René Obermann

– Es gilt das gesprochene Wort –

Conference Call
Geschäftszahlen Deutsche Telekom AG erstes Quartal 2011
6. Mai 2011

Timotheus Höttges
Finanzvorstand
Deutsche Telekom AG

Vielen Dank, René Obermann!

Beginnen wir mit dem Segment Deutschland. Ich bin mit der Entwicklung hier insgesamt zufrieden, insbesondere was die Profitabilität betrifft. Die Umsätze gingen um 3,2 Prozent zurück, was zum Teil auf die Senkung der mobilen Terminierungsentgelte und die Einstellung des Handelsgeschäfts mit Prepaid-karten zurückzuführen ist. Die Aufgabe dieses Geschäfts erfolgte aufgrund unserer verstärkten Ausrichtung auf Geschäfte mit höheren Margen.

Ohne diese beiden Effekte und bereinigt um die Erstkonsolidierung von ClickandBuy hätten sich die Umsätze um 2,0 Prozent verringert, was gegenüber dem Rückgang um 2,2 Prozent im Vergleichszeitraum des Vorjahres eine Verbesserung darstellt.

Erfreulicherweise stieg das bereinigte EBITDA um 3,7 Prozent auf 2,4 Milliarden Euro, getrieben durch den deutlichen Rückgang des bereinigten Opex um 7 Prozent. Die Marge verbesserte sich gegenüber dem Vorjahr um 2,6 Prozentpunkte auf 39,7 Prozent.

Wie Sie wissen, haben wir die Berichtsstruktur innerhalb des operativen Segments Deutschland ab dem ersten Quartal 2011 geändert. So weisen wir jetzt die Umsatz- und Kundenzahlen für Privat- und Geschäftskunden aus, das heißt der Ausweis erfolgt nicht mehr wie bisher produkt-, sondern kundenorientiert. Zudem weisen wir keine gesonderten EBITDA-Zahlen für Mobilfunk und Festnetz mehr aus. Die Zahlen für das operative Segment Deutschland insgesamt bleiben von der veränderten Struktur unberührt.

Lassen Sie uns nun einen Blick auf die wichtigsten Wachstumstreiber im Segment Deutschland werfen: Connected Home und Mobilfunk.

Die Umsätze in unserem Festnetzgeschäft gingen um 5,1 Prozent im Jahresvergleich zurück. Gründe hierfür sind vor allem die 1,6 Millionen Anschlussverluste über die letzten zwölf Monate und der damit verbundene Rückgang der Single-Play-Umsätze. Zudem verzeichneten wir einen Rückgang bei den Wholesale-Umsätzen. Die Umsätze im ersten Quartal wurden durch zwei außerordentliche Effekte beeinflusst: zum einen die Einstellung des Handelsgeschäfts mit Prepaidkarten und zum anderen ein negativer Umsatzeffekt im Zusammenhang mit einer Gerichtsentscheidung. Ohne diese Effekte betrug der Umsatzrückgang 4,3 Prozent im Vergleich zu einem Rückgang auf vergleichbarer Basis von 3,7 Prozent in 2010 (ohne Strato).

Der wichtigste operative Effekt im ersten Quartal war der Rückgang der Wholesale-Umsätze um 6,6 Prozent. Ursächlich hierfür waren eine geringere Nutzung (Interconnection, Call-by-Call) und niedrigere Innenumsätze. Ohne

den bereits erwähnten negativen Umsatzeffekt hätte der Rückgang der Wholesale-Umsätze bei 5,7 Prozent gelegen.

Double- und Triple-Play-Umsätze im Bereich Connected Home stiegen um 3,5 Prozent. Ausschlaggebend waren hier stabile Double-Play- und noch relativ geringe, aber doch kräftig steigende Triple-Play-Umsätze. Letztere verzeichneten im Jahresvergleich eine Steigerung von 43 Prozent und leisten mittlerweile einen annualisierten Umsatzbeitrag von über 600 Millionen Euro.

Bereinigt um die Senkung der mobilen Terminierungsentgelte erhöhten sich die Service-Umsätze im Mobilfunk um 2 Prozent. Das anhaltende Wachstum wurde durch starke Zuwächse bei den Datenumsätzen getrieben, die jetzt knapp 23 Prozent der Service-Umsätze ausmachen (SMS nicht mitgerechnet!) und im Jahresvergleich um fast 6 Prozentpunkte gestiegen sind.

Wenden wir uns nun der Entwicklung bei den Marktanteilen zu. Dank unserer starken Marktpositionierung sind wir optimal für das Datengeschäft aufgestellt.

Bei den Festnetz-Breitbanddiensten konnten wir den Marktanteil von 46 Prozent verteidigen. Dabei belief sich der Marktanteil an den Nettoneuzugängen im ersten Quartal auf 34 Prozent. An den zum Teil wertzestörenden Preiskämpfen am deutschen Markt haben wir uns ganz bewusst nicht beteiligt. Wir konnten die Anzahl unserer Retail-Glasfaserkunden (VDSL) um deutlich mehr als 100 Prozent auf über 400.000 erhöhen und damit die Qualität unseres Kundenstamms im Festnetz erheblich verbessern.

Getrieben wurde diese Entwicklung insbesondere durch das solide IPTV-Wachstum um 40 Prozent im Jahresvergleich auf mittlerweile 1,3 Millionen angeschlossene Kunden. Triple-Play-Kunden machen jetzt über 10 Prozent unseres Breitband-Kundenstamms aus und bleiben auch weiterhin ein entscheidender Faktor für zukünftiges Wachstum.

Auf der Mobilfunkseite konnten wir unseren Marktanteil bei den Service-Umsätzen sequenziell relativ stabil halten. Das ist noch eine Schätzung, da bislang lediglich ein Wettbewerber seine Zahlen zum ersten Quartal berichtet hat. Unser Marktanteil wurde gestützt durch den kräftigen Anstieg der Datenumsätze, die sich im Jahresvergleich um knapp ein Drittel erhöhten und damit noch schneller als im vierten Quartal stiegen.

Dies spiegelt die erfolgreiche Einführung unseres neuen gestaffelten Produktportfolios wider: Rund 1,5 Millionen Kunden schlossen einen neuen Vertrag ab – bei einem „Double Play“-Anteil von über 60 Prozent. Smartphones machten knapp 60 Prozent der im ersten Quartal verkauften Endgeräte aus, was im Jahresvergleich einer beeindruckenden Steigerung von 22 Prozentpunkten entspricht. Im ersten Quartal verkauften wir knapp 300.000 iPhones.

Wenden wir uns nun dem Segment Europa zu. Trotz des schwierigen konjunkturellen Umfelds in einer Reihe von Märkten verzeichneten wir weiterhin solide KPI-Trends.

Bei den TV-Kunden wurde ein Wachstum von 20 Prozent erzielt, wobei die Zahl der IPTV-Kunden um 50 Prozent anstieg. IPTV ist außerdem ein entscheidender Wachstumstreiber für die Breitbandkundenanzahl, die sich im Jahresvergleich um 11 Prozent auf 4,7 Millionen erhöhte.

Gestützt durch die zunehmende Verfügbarkeit kostengünstiger Smartphones, insbesondere auf Basis des Betriebssystems Android, hat sich der Anteil der Smartphones im ersten Quartal explosionsartig auf 43 Prozent der verkauften Geräte erhöht. Diese Entwicklung im Bereich der Smartphones trägt auch zu dem kontinuierlichen Vertragskundenwachstum in den letzten Quartalen bei.

Im Zusammenhang mit unserem integrierten Geschäft in Europa gibt es gute und schlechte Nachrichten. Zuerst die schlechten: In diesen Märkten sind wir

immer noch mit sehr schwierigen konjunkturellen und regulatorischen Bedingungen konfrontiert, insbesondere in Griechenland und in Rumänien. Außerdem stellen die Sparmaßnahmen, die von verschiedenen Ländern ergriffen wurden, speziell die Sondersteuer in Ungarn, eindeutig eine Belastung für unsere Ergebnisse dar. Insgesamt gesehen sind diese Ergebnisse daher nicht gerade erfreulich. Und nun die gute Nachricht: Es ist uns gelungen, trotz der Umsatzentwicklungen in allen Märkten gute Margen zu verteidigen.

Lassen Sie mich nun etwas näher auf die einzelnen Märkte eingehen.

Im OTE-Konzern sind wir auch weiterhin mit einer schwierigen Festnetzregulierung in Griechenland konfrontiert. Trotzdem verzeichneten wir dort eine leichte Verbesserung bei den Breitband-Nettoneuzugängen, und es gelang uns, bei den TV-Kunden im OTE-Konzern die Eine-Million-Marke zu überschreiten und dabei eine annähernd stabile Marge aufrechtzuerhalten.

Kroatien bleibt mit knapp der Hälfte unserer IPTV-Kunden im Segment Europa insgesamt und einem Wachstum von fast 25 Prozent im Jahresvergleich auch weiterhin unser erfolgreichster IPTV-Markt. Der leichte Rückgang der EBITDA-Marge spiegelt hohe Marktinvestitionen im Mobilfunk wider, die zu einer Steigerung der iPhone-Absätze auf mehr als das Doppelte führten.

Ohne Berücksichtigung der Sondersteuer in Höhe von 20 Millionen Euro im ersten Quartal war die zugrunde liegende Performance des Magyar Telekom Konzerns mit einem Anstieg des bereinigten EBITDA um 4 Prozent trotz des Umsatzdrucks durchaus ansehnlich. Die zugrunde liegende Marge verbesserte sich entsprechend von 41 auf 45 Prozent. Insbesondere setzte sich der ausgeprägte Wachstumstrend bei den TV-Kunden fort, deren Anzahl sich im Jahresvergleich um 14 Prozent auf mehr als 800.000 erhöhte.

Auch in der Slowakei verzeichneten wir starke Zuwächse im TV-Bereich. Dort hat sich die Anzahl der TV-Kunden seit dem ersten Quartal des Vorjahres nahezu verdoppelt. Die rückläufige Marge lässt sich in erster Linie auf den Festnetzsektor zurückführen. Niedrigere Grundgebühren für IP/Internet sowie die Integration des IT-Providers Posam sind Gründe für den Margenrückgang. Der Mobilfunk blieb mit einer Marge von 48 Prozent auf hohem Niveau stabil.

In den Geschäften mit Schwerpunkt Mobilfunk sind wir dem regulatorisch bedingten Umsatzdruck in Kernmärkten wie den Niederlanden und Polen gezielt und bewusst mit zusätzlichen Marktinvestitionen begegnet. Daraus ergaben sich starke KPIs, die sich positiv auf die künftige Umsatz- und EBITDA-Entwicklung in diesen Märkten auswirken werden.

In Polen erzielten wir trotz des Einflusses der Regulierung stabile Umsätze. Mit gezielten Investitionen in hochwertige Kunden erreichten wir einen Smartphone-Anteil an verkauften Mobilfunkgeräten von knapp 40 Prozent, was einer Verdreifachung im Jahresvergleich entspricht. Parallel dazu stieg das mobile Datengeschäft um 26 Prozent.

Der Mobilfunkumsatz in den Niederlanden wurde seit dem 1. Januar durch die Senkung der mobilen Terminierungsentgelte um ca. 50 Prozent schwer belastet. Ohne die Regulierungseffekte (Terminierungsentgelte plus EU-Roaming) hätten wir ein Wachstum bei den Serviceumsätzen von 2,7 Prozent und bei den Gesamtumsätzen von 2,5 Prozent verzeichnet. Das ist übrigens weitaus besser als das Ergebnis des Marktführers. Im Gegensatz zum Marktführer haben wir übrigens keine signifikante Kannibalisierung der SMS-Umsätze gesehen. Ganz im Gegenteil: Bei uns wachsen die SMS-Umsätze weiterhin im oberen einstelligen Prozentbereich.

Wir entschieden uns für einen Ausgleich der regulatorischen Einflüsse mittels gezielter wertorientierter Marktinvestitionen und erzielten damit ein anhaltend

starkes Umsatzwachstum im mobilen Datengeschäft in Höhe von 37 Prozent. Der iPhone-Absatz fiel im ersten Quartal trotz des Verlusts der Exklusivrechte sogar noch besser aus als im vierten Quartal mit einem Anstieg auf 75.000 gegenüber 62.000 Geräten. Die Verbesserung der Qualität unseres Kundenstamms spiegelt sich in einer stabilen niedrigen Wechslerate bei den Vertragskunden von 1,3 Prozent und einem im Jahresvergleich um 13 Prozent erweiterten Vertragskundenstamm wider.

In der Tschechischen Republik konnten wir unsere bereits hohe Marge weiter verbessern und durch starke Kundenbindung im Quartal eine sehr niedrige Vertragskunden-Churn von nur 0,5 Prozent aufrechterhalten.

In Österreich bewirkten kräftige Marktinvestitionen einen Anstieg der Netto-neuzugänge sowie eine beeindruckend niedrige Churn im Vertragssegment von 0,9 Prozent. Die Marge fiel in diesem Quartal schwach aus – bedenken Sie dabei aber bitte, dass die Marge im Vergleichsquarter des Vorjahres von einem Einmaleffekt (konkret: einer außerordentlichen Senkung der Clusterkosten) profitiert hatte.

Im Systemgeschäft konnten wir die erfreuliche Umsatzdynamik der letzten Quartale weiter verbessern und im ersten Quartal einen Anstieg von 6,1 Prozent erzielen, wobei die Außenumsätze um 5,5 Prozent zulegten. Dies ist auf den erfolgreichen Abschluss von neuen Deals durch T-Systems und die wirtschaftliche Erholung auf der Geschäftskundenseite zurückzuführen. Das Auftragsplus von 20 Prozent gegenüber dem Vorjahr zeigt eine auch weiterhin sehr erfreuliche Auftragslage. Zu den jüngsten Großaufträgen gehören Everything Everywhere, Fraport und Voltaris, unser erster großer Smart-Metering-Auftrag.

Das bereinigte EBITDA blieb mit 189 Millionen Euro und einer Marge von 8,4 Prozent fast stabil – trotz höherer Transformationskosten für Neuverträge

und die Qualitätssicherung von Deals. Der relativ hohe Cash Capex 2010, der auf Investitionen in zahlreiche Neuverträge und Kunden sowie den Ausbau der Dynamic-Computing-Plattformen zurückzuführen war, sorgte allerdings für höhere Abschreibungen, die sich auf das bereinigte EBIT auswirkten. Die bereinigte EBIT-Marge ging von 2,2 Prozent im Vorjahr auf 1,3 Prozent zurück. Die Profitabilität wurde durch die konsequente Umsetzung unseres Save-for-Service-Programms mit einem Beitrag von 0,1 Milliarden Euro im ersten Quartal unterstützt.

Das erste Quartal war sicherlich nicht einfach für uns. Unsere Ergebnisse wurden durch das äußerst scharfe Wettbewerbsumfeld beeinträchtigt. Ich möchte hier nur die Einführung des iPhone und das Angebot des ersten LTE-Smartphones durch Verizon nennen. Trotzdem haben wir unsere Service-Umsätze weiter stabilisiert, getrieben durch die starke Datenumsatzentwicklung und das bereits in unseren Zahlen des vierten Quartals enthaltene Insourcing des Endgeräte-Versicherungsgeschäfts. Insgesamt stiegen die Service-Umsätze im ersten Quartal auf Dollarbasis um 0,4 Prozent.

Was die Nettoneuzugänge betrifft, so sahen wir eine zunehmende Zweiteilung zwischen rückläufigen Nettoneuzugängen bei Vertragskunden einerseits und zunehmenden Nettoneuzugängen bei Prepaid-Kunden andererseits. Die Vertragskundenverluste nahmen aufgrund der bereits genannten Wettbewerbs-effekte weiter zu. Dies bewirkte einen Rückgang der Bruttoneuzugänge und eine fast unverändert hohe Churn im Vertragssegment. Wie Sie wissen, haben wir außerdem im vierten Quartal unsere Kreditstandards erhöht. Dies wirkte sich kurzfristig negativ auf die Bruttoneuzugänge bei Vertragskunden aus, dürfte aber im Laufe der Zeit positive Auswirkungen auf die Churn haben.

Sehr erfreulich ist das kräftige Wachstum bei den Prepaid-Kunden, das den Erfolg unserer Multi-Brand-Strategie unter Beweis stellt, wozu auch Simple Mobile und Walmart gehören, um nur zwei Beispiele zu nennen.

Die EBITDA-Marge wurde durch hohe Marktinvestitionen beeinflusst, die ihrerseits durch das Wettbewerbsumfeld getrieben wurden. Wir verzeichneten insbesondere erhebliche Erhöhungen der Kundenbindungs-, Werbungs- und Netzaufwendungen im Jahresvergleich und auf sequenzieller Basis. Die Netzaufwendungen erhöhten sich in Verbindung mit dem fortgesetzten Ausbau unserer 4G-Netze in den USA. Während des Übergangs zum Glasfaser-Backhaul zahlen wir in einigen Fällen sowohl für den Kupfer- als auch den Glasfaser-Backhaul für dieselben Basisstationen.

Mit einem Anstieg der Smartphone-Kunden in unserem Netz von netto fast einer Million war die Smartphone-Entwicklung sehr erfreulich. Die Folge war ein kräftiger Zuwachs beim Daten-ARPU, der im Jahresvergleich um über 20 Prozent anstieg. Der Blended ARPU blieb trotz der Verschiebung zum Prepaid-Segment stabil, und der Vertragskunden-ARPU erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr sogar um einen Dollar auf 53 Dollar.

Nach diesem Überblick über die Segmente möchte ich jetzt auf den Free Cashflow näher eingehen. Ohne Berücksichtigung der für die PTC-Einigung gezahlten 400 Millionen Euro war der Cashflow aus Geschäftstätigkeit bei etwa 3,9 Milliarden Euro stabil. Der Rückgang des Free Cashflows ergab sich dem-nach lediglich aus saisonalen Unterschieden bei Zinszahlungen und Cash Capex. Im ersten Quartal fiel unser Capex gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um knapp 0,2 Milliarden Euro höher aus, was auf ungünstige Wetterbedingungen und die hohe Unsicherheit hinsichtlich der konjunkturellen Erholung im vergangenen Jahr zurückzuführen ist. Diese saisonalen Unterschiede bei Zinszahlungen und Cash Capex werden in den nächsten Quartalen ausgeglichen. Daher bestätigen wir unsere Guidance eines stabilen bis leicht über das Niveau von 2010 in Höhe von 6,5 Milliarden Euro ansteigenden Free Cashflows.

Mit unserem Kostensenkungsprogramm „Save for Service“ erzielten wir im ersten Quartal weitere Einsparungen in Höhe von 334 Millionen Euro, wobei der größte Beitrag von den Segmenten Deutschland und Systems Solutions geleistet wurde. Dies führte zu einer Netto-reduktion der Kostenbasis der Deutschen Telekom um knapp 7 Prozent auf Konzernebene mit erheblichen Netto-Opex-Einsparungen in Deutschland und Europa. Insgesamt haben wir jetzt bei den Kosteneinsparungen eine Run-Rate in Höhe von 2,7 Milliarden Euro erzielt, was fast zwei Dritteln des Zielwerts von 4,2 Milliarden Euro für das gesamte Programm von 2010 bis 2012 entspricht.

Damit komme ich zum Abschluss meiner Ausführungen. Unsere Bilanzkennzahlen sind unverändert solide und liegen komfortabel in den jeweiligen Zielkorridoren. Die Kennzahlen werden sich nach Abschluss der Veräußerung von T-Mobile USA an AT&T im nächsten Jahr weiter verbessern. Sowohl Fitch als auch Standard & Poor's haben die Bedeutung dieser Transaktion anerkannt und vor Kurzem den Ausblick für ihre langfristigen Ratings der Deutschen Telekom von „stabil“ in „positiv“ geändert. Moody's hat uns ebenfalls auf seine „Watchlist“ mit „positiven“ Implikationen gesetzt.

Und jetzt freuen René Obermann und ich uns auf Ihre Fragen.