

– Es gilt das gesprochene Wort –

Rede
anlässlich der Hauptversammlung
der Deutschen Telekom AG
am 15. Mai 2008 in Köln

René Obermann
Vorstandsvorsitzender
Deutsche Telekom AG

Guten Tag, meine Damen und Herren,

herzlich willkommen zur Hauptversammlung der Deutschen Telekom.

Gestatten Sie mir einleitend einige Worte aus aktuellem Anlass: Gestern hat der Aufsichtsrat unseren Beteiligungsplänen an der griechischen OTE zugestimmt, ebenso die Regierung in Athen. Dies ist ein weiterer wichtiger Schritt für das Wachstum der Deutschen Telekom im Ausland.

Wir haben damit einen starken Partner in Südosteuropa gefunden. OTE hat mit fast 25 Millionen Kunden nicht nur im griechischen Heimatmarkt, sondern auch in fünf weiteren Ländern Süd- und Osteuropas eine starke, kundenorientierte Position aufgebaut. Wir freuen uns auf eine gute, partnerschaftliche Zusammenarbeit, von der beide Seiten profitieren werden.

Meine Damen und Herren, nun möchte ich aber erst einmal Herrn Professor Ulrich Lehner ganz herzlich begrüßen. Vielen Dank, Professor Lehner, dass Sie heute als neuer Vorsitzender des Aufsichtsrates diese Versammlung leiten.

Wir im Vorstand freuen uns auf die Zusammenarbeit mit Ihnen, auf Ihren Rat und Ihre Unterstützung. Ich bin sicher, dass Sie uns mit Ihrer großen Erfahrung wirklich gute Impulse geben werden.

Bedanken möchte ich mich auch im Namen des Vorstands bei Ihren beiden Vorgängern als Aufsichtsratsvorsitzende, bei Herrn Dr. Zumwinkel und bei Herrn Dr. Schlede, der in der Übergangszeit nach dem Ausscheiden von Herrn Dr. Zumwinkel die Geschäfte des Aufsichtsrats als Vorsitzender geleitet hat.

Meine Damen und Herren, Telekommunikation bleibt ein Geschäft, das sich permanent wandelt und technologisch komplexer wird. Die Entwicklung des Internets während der vergangenen Jahre empfinden viele schon als bahnbrechend. Und sie ist es auch. Sie eröffnet eine Vielzahl neuer Möglichkeiten. Aber viele Menschen haben noch Mühe, mit der Entwicklung Schritt zu halten. Deshalb suchen sie einen verlässlichen Partner. Und dieser Partner will die Deutsche Telekom sein – mit einfach zu nutzenden Produkten, zuverlässig und effizient. So wollen wir das „vernetzte Leben und Arbeiten“ unserer Kunden ermöglichen, als einer der weltweiten Marktführer.

Die Entwicklung von Innovationen für die Vernetzung ist eine unserer Aufgaben – die Modernisierung des Bestandsgeschäfts ist die andere. Denn genau daraus schöpfen wir die Kraft, um in die neuen Netze und Dienste zu investieren und auch, um im Ausland zu wachsen. Es ist das Fundament, auf dem der langfristige Erfolg der Deutschen Telekom aufbaut.

2007 haben wir vor allem mit Blick auf das Bestandsgeschäft in Deutschland das Reformtempo deutlich beschleunigt. Und die ersten Erfolge sind sichtbar.

Wir haben unsere Ziele für 2007 nicht nur erreicht, sondern übertroffen. Noch vor einem Jahr hätten uns das viele nicht zugetraut. Am Ende stand ein EBITDA – also Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen – von 19,3 Milliarden Euro statt der prognostizierten 19,0 Milliarden. Wären Dollar und Pfund nicht gegen uns gelaufen, hätten wir sogar noch einige hundert Millionen Euro besser dastehen können. Auch bei den frei verfügbaren Finanzmitteln, dem sogenannten Free Cash-Flow, haben wir unser ursprüngliches Ziel von 6,0 Milliarden Euro um rund 600 Millionen Euro übertroffen.

Mit diesem starken Free Cash-Flow, der guten Entwicklung der operativen Ertragskraft und mit soliden Bilanzrelationen haben wir die Grundlage für eine attraktive Dividende geschaffen. Darum schlagen wir Ihnen heute eine Erhöhung der Dividende um acht Prozent auf 78 Eurocent vor.

Meine Damen und Herren, unsere Strategie „Konzentrieren und gezielt wachsen“ ist richtig und sie greift. Vor einem Jahr habe ich Ihnen hier an dieser Stelle die vier wichtigsten Handlungsfelder vorgestellt: Erstens: die Wettbewerbsfähigkeit in Deutschland verbessern. Zweitens: Wachstum durch Mobilfunk im Ausland und drittens Wachstum durch mobile Internetdienste. Schließlich viertens: T-Systems auf netzzentrierte, integrierte Angebote aus Telekommunikations- und Computing-Services fokussieren, sogenannte ICT-Lösungen.

Für 2007 hatten wir daraus eine Reihe von sehr konkreten, messbaren Zielen abgeleitet. Wir haben jedes einzelne davon erfolgreich abgearbeitet. Versprochen – geliefert. Genau so wollen wir es auch in Zukunft machen.

Im Einzelnen: Die Wettbewerbsfähigkeit auf unserem Heimatmarkt in Deutschland zu verbessern – das ist und bleibt für uns von zentraler Bedeutung. Dafür haben wir hart gearbeitet. Das Ergebnis: In allen Zukunftsmärkten – Breitband, Internet-basiertem Fernsehen, Mobilfunk, IT-Outsourcing – haben wir die Marktführerschaft verteidigt oder zurückerobert.

Sie wissen es alle selbst: Verteidigen gegen eine starke Konkurrenz ist schon nicht einfach. Aber die Marktführerschaft zurückzugewinnen, wie beim Wachstum mit Breitbandanschlüssen, das verlangt noch einmal deutlich mehr Kraft! Das haben die Kollegen von T-Home geschafft und können stolz darauf sein. Ich danke ihnen dafür!

Kaufte etwa 2006 nicht einmal jeder fünfte Neukunde einen schnellen Internet-Anschluss bei uns, war es 2007 fast jeder zweite! In nur einem Jahr haben wir den Marktanteil von knapp 16 Prozent auf 44 Prozent gesteigert – und damit fast verdreifacht.

Dieser Erfolg ist wichtig, weil die Zahlen bei unseren traditionellen Telefonanschlüssen weiter rückläufig sind. Es ist politisch und regulatorisch gewollt, dass wir bei diesen Anschlüssen weiter Marktanteile abgeben. Das ist bemerkenswert, weil die Preise im Markt zum Teil bereits um rund 90 Prozent gesunken sind und knallharter Wettbewerb besteht. Dennoch werden wir weiter so reguliert, als ob sich seit der Marktöffnung nichts geändert hätte.

Natürlich tun wir alles, um unsere Position trotzdem zu stärken. Zum Beispiel durch den Ausbau der modernen Breitband-Netze und durch innovative Angebote. Mit unserem Internet-basierten Fernsehen haben wir zur Internationalen Funkausstellung letztes Jahr eine beachtliche Innovation auf den Markt gebracht. Bei uns läuft sie unter dem Namen „Entertain“. Davon haben wir mittlerweile mehr als 210.000 Pakete verkauft. Der schnelle Internetanschluss und die Telefonie sind bei den neuen Angeboten inklusive.

Und im Mobilfunk hat T-Mobile Deutschland im vergangenen Jahr die Marktführerschaft ausgebaut. Mit fast einer Million Netto-Zugängen im Vertragskunden-Geschäft waren wir besser als die Konkurrenz. Das ist wichtig, weil anspruchsvolle Kunden beim Marktführer sein wollen. Deshalb verteidigen wir die Marktführerschaft.

Meine Damen und Herren, wir haben im vergangenen Jahr das Thema Service in Deutschland energisch angepackt und messbar verbessert. Keine Frage: Wir sind noch lange nicht am Ziel, und hier soll nicht der Eindruck von Schönfärberei entstehen. Aber die Fakten sprechen für sich: Unser Service ist besser geworden. Selbst der TÜV hat uns das attestiert und auch die Leser diverser Fachmagazine – neben unseren eigenen DSL-Kunden, die weniger als bisher zur Konkurrenz wechseln.

Wir haben zum Beispiel die Erreichbarkeit unseres Kundenservice auf über 80 Prozent gesteigert. Und ebenfalls acht von zehn Terminwünschen mit Servicetechnikern vor Ort konnten schnell erfüllt werden. Außerdem sind unsere Techniker nun auch samstags im Einsatz – gerade für die berufstätigen Kunden eine wichtige Serviceverbesserung.

Erfolge im Vertrieb und messbare Verbesserungen im Service sind eine Sache. Das reicht aber nicht. Genauso wichtig ist es, bei den Preisen wettbewerbsfähiger zu werden – und dafür müssen wir unsere Kosten in den Griff bekommen. Wir hatten uns vorgenommen, eben diese 2007 um zwei Milliarden Euro brutto zu senken. 2,3 Milliarden Euro haben wir geschafft. Und davon haben wir einen erheblichen Teil zum Beispiel in neue Produkte, Services, Vertrieb und Marketing reinvestiert. Sparen für mehr Service eben – und nicht Sparen um des Sparens willen.

Ein ganz wichtiger Beitrag zur Verbesserung von Service und Kostenstruktur war die Einigung mit dem Sozialpartner zu den neuen Servicegesellschaften. Hier hat sich der Konzern nach einer langen und schwierigen Auseinandersetzung als reformfähig erwiesen. Ich danke nochmals allen Mitarbeitern, die diesen Weg letztlich mitgegangen sind. Sie haben damit ihr Unternehmen gestärkt.

Ich weiß um die Ängste und Sorgen vieler Kollegen. Wir haben ihnen viel abverlangt. Aber es gab keine Alternative, um möglichst viel Beschäftigung zu guten Bedingungen im eigenen Unternehmen zu halten und zuvor fremdvergebene Arbeit wieder zurückzuholen.

Wir stellen erstmals seit Langem auch wieder in sehr beachtlicher Zahl neue Leute ein. Allein im ersten Quartal 2008 waren es rund 1.500 – insgesamt planen wir in diesem Jahr bis zu 4.000 Neueinstellungen, davon sind mehr als zwei Drittel eigene Nachwuchskräfte. Wir sind froh, vielen unserer Auszubildenden wieder eine gute Perspektive im eigenen Unternehmen geben zu können.

Damit unsere Kollegen effizienter als bisher arbeiten können, müssen wir ihnen auch gute und moderne Rahmenbedingungen bieten. Dabei steht der Umbau unserer fragmentierten und zum Teil überalterten IT-Systeme im Mittelpunkt. Gerade hier sind intern, verständlicherweise, immer wieder Verbesserungen angemahnt worden, um die Arbeit an den Bildschirmen zu erleichtern und Kunden besseren Service bieten zu können.

Wir haben auch diese Aufgabe angepackt, gemeinsam mit den Experten vor Ort. Das war eine Aufgabe, die viele Projektmitarbeiter und Tausende von Service-Kollegen in den vergangenen Wochen gefordert hat. Wir haben eine der größten IT-Umstellungen unserer Industrie erfolgreich hinter uns gebracht. Vier Milliarden Datensätze wurden übertragen. 1.000 Mitarbeiter haben 14 Tage lang im 24-Stunden-Betrieb die neuen Systeme stabilisiert. 1.000 Stunden Telefonkonferenz liegen hinter ihnen. Vorab wurden 23.500 Mitarbeiter geschult. Nach Anlaufschwierigkeiten, die sich bei einer solchen Systemumstellung nicht vermeiden lassen, laufen unsere Serviceprozesse nun erheblich besser als zuvor. Endlich können unsere Mitarbeiter schneller auf die Daten zugreifen, die sie für einen reibungslosen Kundenservice benötigen. Ein weiterer Baustein

auf dem Weg zur angesehensten Servicefirma der Branche, die wir werden wollen.

Meine Damen und Herren, diese Umstellung steht exemplarisch für die große Aufgabe, die Telekom in Deutschland zu modernisieren. Sie steht dafür, dass wir anpacken und einlösen, was wir versprechen. Und sie steht auch für die Entschlossenheit und den Mut, mit dem unsere Leute an dieser Aufgabe mitwirken.

Nun zum Mobilfunkgeschäft im Ausland, dem wichtigsten Wachstumstreiber des Konzerns.

Die Zuwächse beim Umsatz und beim EBITDA lagen wieder im zweistelligen Bereich. So konnten wir unsere Position unter den führenden Mobilfunkanbietern der Welt behaupten. Den größten Beitrag lieferte einmal mehr T-Mobile USA mit 3,6 Millionen Neukunden. Dabei ist der durchschnittliche Umsatz pro Kunde erneut leicht gestiegen.

Der amerikanische Markt bleibt also attraktiv – auch, weil hier die mobile Internetnutzung stark steigen wird. Deshalb haben wir zugekauft: die Firma SunCom für rund 1,6 Milliarden Dollar. Das bringt uns 1,1 Millionen Kunden und Präsenz in Regionen, in denen T-Mobile USA bislang noch kein eigenes Netz hatte.

Immer größer wird auch die Bedeutung unserer Mobilfunk-Töchter in den Wachstumsmärkten Mittel- und Osteuropas: Die Mehrheitsbeteiligungen in Tschechien, Polen, Ungarn, Kroatien, der Slowakei, Montenegro und Mazedonien haben zum Jahresende den Umsatz auf 5,6 Milliarden Euro gesteigert. Das entspricht einem Anstieg um mehr als neun Prozent. Nur in den USA wachsen wir noch schneller als in dieser Region.

In Westeuropa haben wir unsere Position 2007 durch den Kauf von Orange Niederlande gestärkt. In unserem Nachbarland sind wir nun die klare Nummer 2 vor Vodafone. Einen guten Schritt nach vorn konnten wir auch in Großbritannien machen. Der Umsatz von T-Mobile UK stieg um rund sieben Prozent auf 4,8 Milliarden Euro. Das bereinigte EBITDA erhöhte sich sogar um 21 Prozent auf 1,2 Milliarden Euro. Vor einigen Jahren hatten wir hier noch deutlich weniger Gewinn.

Meine Damen und Herren, im mobilen Internet, dem dritten Eckpfeiler unserer Strategie, sehen wir enorme Wachstumspotenziale. T-Mobile ist einer der Pioniere des mobilen Internets. Wir waren weltweit die ersten, die mit web'n'walk das offene Internet auf das Handy gebracht haben: mit aktuell fast vier Millionen Nutzern. Das ist ein Zuwachs von 71 Prozent allein im Jahr 2007!

Wir waren auch die ersten, die in Europa und den USA ein Hotspot-Netz etabliert haben, um unseren Kunden das drahtlose Surfen etwa in Cafés oder Flughäfen zu ermöglichen. Oder die flächendeckende EDGE-Versorgung in Ergänzung zu UMTS eingeführt haben.

Das Ergebnis dieser Pionierarbeit: Unsere Umsätze im Geschäft mit mobilen Daten sind 2007 um 40 Prozent auf fast zwei Milliarden Euro gestiegen. Und dieser Trend geht weiter!

Wir haben unser mobiles Internet nicht nur durch eigene Entwicklungen gestärkt, sondern auch durch Partnerschaften mit den 30 größten Internet-Anbietern der Welt, wie letztes Jahr hier angekündigt.

Meine Damen und Herren, starke Partnerschaften sind auch ein wichtiger Baustein bei der Neuausrichtung von T-Systems, dem vierten Schwerpunkt unserer Strategie.

Durch die Kooperation mit dem indisch-amerikanischen Anbieter Cognizant in einem Teilbereich von T-Systems können wir die gebündelte Kraft von mehr als 40.000 Softwareentwicklern in Indien und China nutzen und dadurch wettbewerbsfähigere Angebote machen. Mit Cognizant bekommen wir aber auch Zugang zu neuen Märkten und neuen Branchen wie Finanzen und Pharma.

Unter der Führung von Reinhard Clemens fokussieren wir das Geschäft von T-Systems auf sogenannte ICT-Lösungen, also integrierte Angebote aus Telekommunikation und Informationstechnologie. Wir haben uns deshalb auch von unserem Rundfunkgeschäft und anderen Bereichen getrennt.

Die internationale und fokussierte Ausrichtung von T-Systems findet Akzeptanz. Ein Beleg dafür ist der Vertrag mit dem Mineralölkonzern Shell. Dieser Großauftrag mit einem Volumen von rund einer Milliarde Euro über fünf Jahre ist einer der größten Abschlüsse in diesem Marktsegment.

Meine Damen und Herren, auch in diesem Jahr setzen wir den eingeschlagenen Kurs fort. Wir werden uns weiter „konzentrieren und gezielt wachsen“, um das Geschäft zu stabilisieren. Der starke Euro belastet uns zwar in einer Größenordnung von mehreren 100 Millionen. Aber wir erwarten dennoch erneut ein EBITDA von rund 19,3 Milliarden Euro und einen Free Cash-Flow von rund 6,6 Milliarden Euro.

Die Ergebnisse des ersten Quartals 2008 zeigen, dass wir gut unterwegs sind. Das EBITDA lag bei 4,7 Milliarden Euro. Stark gestiegen sind der Free Cash-Flow und der Nettogewinn.

Schritt für Schritt gute Ergebnisse liefern, das ist unser Ziel. Immer auch mit Blick auf den Aktienkurs. Den zu steigern ist schließlich unser gemeinsames Interesse.

Die Aktie hat für das Gesamtjahr 2007 ein Plus von 8,5 Prozent verbucht. In der zweiten Jahreshälfte haben wir besser abgeschnitten als der Index unserer Wettbewerber oder der Deutsche Aktienindex DAX.

Nach einem Zweijahreshoch im Januar konnte sich die T-Aktie in den vergangenen Monaten dem allgemeinen Abwärtstrend an den Börsen nicht widersetzen. Die Gründe kennen Sie. Nahezu alle wichtigen Börsenindizes mussten erhebliche Verluste hinnehmen, insbesondere auch unser Sektor. Wir werden hart arbeiten, um die Kapitalmärkte vom Potenzial unseres Unternehmens zu überzeugen.

Meine Damen und Herren, so viel zum vergangenen Geschäftsjahr und der aktuellen Situation. Lassen Sie mich jetzt noch die langfristige Perspektive für die Deutsche Telekom skizzieren, wie wir unser Unternehmen bis 2015 positionieren wollen. Als Partner zu Hause, unterwegs und bei der Arbeit.

Das Internet wird immer mehr zum zentralen Medium für soziale Interaktion. Innerhalb der nächsten sieben Jahre wird fast jeder Dritte in Westeuropa Online-Netzwerke wie zum Beispiel YouTube, MySpace oder StudiVZ nutzen – zunehmend auch mobil. Schon heute verzeichnet YouTube zirka 13 Milliarden Seitenaufrufe pro Monat.

Internet-basiertes Fernsehen wird sich durchsetzen. Das hochauflösende HD-TV wird bis 2015 für die meisten Fernsehgeräte Standard sein. Das führt zu einer starken Nachfrage nach Filmen und Programmen im HD-Format. Basis für die Übertragung von gestochen scharfen Bildern sind ultraschnelle Breitband-Anschlüsse.

Einkaufen über das Internet wird selbstverständlich, zirka 90 Prozent der Kunden werden 2015 online einkaufen. Einfache Benutzung, persönlich zugeschnittene Angebote und interaktive Produktempfehlungen werden unser Ein-

kaufsverhalten verändern. Der Verkauf von Musik wird zum Beispiel größtenteils über das Internet abgewickelt werden.

Der Mobilfunk hat schon heute mehr als drei Milliarden Nutzer weltweit. In wenigen Jahren werden es mehr als fünf Milliarden sein. Praktisch die gesamte Sprachkommunikation wird mobil stattfinden. Die meisten von uns werden auch das Internet ganz selbstverständlich mobil, unterwegs nutzen – über verschiedene Geräte wie zum Beispiel Pocket-PCs, Handys, Bord-Computer oder direkt von der Kamera. Einige tun das heute schon – etwa die Besitzer eines iPhone, die mobil bereits heute fast genau so viel surfen wie ein durchschnittlicher PC-Nutzer zu Hause.

Im Jahr 2015 werden viele Menschen anders arbeiten. Teamarbeit wird weitgehend unabhängig vom Standort möglich sein – durch den Einsatz moderner Software und Telekommunikations-Systeme. Investitionen in diesem Bereich werden sich fast verdoppeln. Die Software kommt zunehmend aus dem Netz, kann über verschiedene Zugangsnetze und von verschiedenen Geräten aus genutzt werden – und wird bedarfsgerecht zur Verfügung gestellt und bezahlt.

Außerdem werden immer mehr elektronische Geräte jeder Art direkt miteinander kommunizieren: bei Verbrauchsmessungen, bei der Fernauswertung von Daten, der Kamera, die ihre Bilder direkt auf den PC schickt, oder der Telemedizin. Ein gewaltiger Markt, wenn man bedenkt, dass es fast achtmal so viele Maschinen auf der Erde gibt wie Menschen!

Sicherheit ist dabei schon heute ein wichtiges Thema. In Zukunft wird sie eine noch größere Rolle spielen, um vertrauensvolles Arbeiten über Netz- und Ländergrenzen hinweg zu ermöglichen.

Meine Damen und Herren, man kann diese Entwicklungen – die nicht nur Branchen, sondern auch allgemeine gesellschaftliche Trends betreffen – in einem Satz zusammenfassen: „Das tägliche Leben wird digital!“

Wir befinden uns in der größten Revolution der Telekommunikations-Branche seit der Erfindung des Telefons. Die treibenden Kräfte sind die Digitalisierung, die Mobilisierung des Zugriffs sowie die Personalisierung von Inhalten. Die Art und Weise, wie wir Zugang zu unseren Daten bekommen, wie wir Informationen bearbeiten und weitergeben – all dies wandelt sich gerade dramatisch. Der ständige Zugang zu Daten und Inhalten über das zunehmend mobile Internet wird möglich und für jeden von uns immer wichtiger.

Wir wollen diesen Wandel mitgestalten, einer der Marktführer im Bereich „Vernetztes Leben und Arbeiten“ werden. Wir werden uns als Unternehmen vom reinen Zugangsanbieter zu einem Anbieter von personalisierbaren Diensten entwickeln. Wir setzen daher für die Zukunft auf vier Kernkompetenzen:

1. Unsere Netze und Anschlüsse: Wir bauen für unsere Kunden die leistungsfähigsten Zugangsnetze – zu Hause und unterwegs. „Always best connected“ – immer und automatisch die beste Verbindung zu liefern, das ist unser Ziel. Dafür investieren wir Milliarden.

Das Geschäft mit den Anschlüssen ist auch in der Zukunft von größter Bedeutung, es bleibt auf absehbare Zeit der zentrale Umsatzfaktor. Wir gehen davon aus, dass auch in den nächsten Jahren der Gesamtmarkt in Westeuropa rund 250 Milliarden Euro umfassen wird.

2. Internet-basierte Kommunikations-Services: Auf die Pionierarbeit beim mobilen Internet mit web'n'walk habe ich schon hingewiesen. Innovative Akzente setzen wir derzeit auch mit sogenannten Community-Angeboten (MyFaves) und beim Internet-basierten Fernsehen. Außerdem bieten wir unseren Mobilfunkkunden bald Mail- und Instant-Messaging-Services auf dem Handy – so komfortabel, wie sie es vom PC oder Laptop gewohnt sind.

3. Intelligentes Management von Inhalten, neudeutsch Content-Management: Wir wollen zum Beispiel dafür sorgen, dass Sie alle für Sie wichtigen Dinge mit Ihren Freunden, Familien und Kollegen teilen können – unabhängig von Ort und Zeit. Unsere Aufgabe ist es, Inhalte für Kunden so einfach und sicher wie möglich zugänglich zu machen – wo auch immer und wann auch immer.

Ganz einfaches Beispiel: Ihre persönlichen Kontaktdaten. In Zukunft müssen Sie bei einem Handytausch nicht mehr alle Daten mühsam mit der Hand neu eintippen. Sobald Sie Ihr neues Handy aktivieren, werden die alten Adressen automatisch aus dem Netz gezogen und stehen sofort zur Verfügung. Gleiches gilt für die Speicherung von Musik oder Videos, die ebenfalls direkt im Netz hinterlegt sind – und nicht mehr auf jedes Gerät neu aufgespielt werden müssen.

Mobile Internetzugänge und das Managen von Software oder Inhalten direkt im Netz sind auch für Geschäftskunden ein wichtiges Thema. Hier ist die Dynamik noch stärker, da die Unternehmen große Einsparpotenziale sehen. Heute werden Software-Lizenzen pro Arbeitsplatz bezahlt. Künftig können solche Dienstleistungen nach dem Prinzip „Software on Demand“ deutlich günstiger, komfortabler und bedarfsgerechter abgewickelt und abgerechnet werden. Wir können zum Beispiel aus dem Hosting dieser Software ein attraktives Geschäftsmodell machen.

4. Der vierte und letzte Baustein, mit dem wir unsere Positionierung für Produkte rund um „vernetztes Leben und Arbeiten“ abrunden wollen, ist ein erstklassiger Kundenservice. Dabei sind wir uns sehr bewusst, dass unsere Industrie noch nicht als Service-Paradies bekannt ist. Genau darin sehen wir für uns eine große Chance. Wir investieren zum Beispiel in die Service-Weiterbildung – auch und gerade unserer Führungskräfte –, in bessere IT-Systeme und Standortmodernisierungen.

Wir erwarten von unseren Führungskräften und allen Mitarbeitern, dass sie Serviceorientierung nach innen vorleben, um sie auch nach außen weitergeben zu können. Wir werden weiter daran arbeiten, um in einigen Jahren den angesehensten Service der Branche – und langfristig vielleicht sogar darüber hinaus – liefern zu können.

Meine Damen und Herren, ich habe Ihnen erläutert, was wir unter „vernetztem Leben und Arbeiten“ verstehen und wie wir die Deutsche Telekom zu einem Marktführer in diesem Umfeld machen wollen. Unser Erfolg wird dabei aber nicht nur von uns, sondern ganz wesentlich von innovations- und investitionsfreundlichen Rahmenbedingungen abhängen.

Was wir in Zukunft dringend brauchen, ist mehr Planungs- und Investitionssicherheit. Die Auswirkungen der Regulierung auf unser Geschäft sind nämlich nach wie vor erheblich negativ.

Jeder Cent Preissenkung bei unseren regulierten Vorleistungsprodukten für Wettbewerber kostet uns nicht nur direkten Umsatz, sondern bedeutet vor allen Dingen auch höhere Anschlussverluste, weil wir unsere Endkundenpreise nicht wie die Wettbewerber anpassen dürfen. Zehn Jahre nach erfolgreicher Marktöffnung, Wettbewerb und drastischem Preisverfall werden wir immer noch so scharf reguliert wie damals. Dabei hat die Regulierung – so die Monopolkommission der Bundesregierung – längst einen nachhaltigen Wettbewerb initiiert und kann zurückgefahren werden.

Wir haben teilweise einen Preisverfall von 90 Prozent erlebt. Davon, meine Damen und Herren, profitieren in erster Linie die Verbraucher, also auch Sie. Ob damit aber die Herausforderungen für den Standort Deutschland zu finanzieren sind, ist die andere Frage. Noch gehört die Breitbandinfrastruktur in Deutschland auch dank unserer DSL- und Glasfaserinitiative (VDSL) zu den leistungsfähigsten Europas. Wir wissen aber, dass die bestehenden Netze in

den nächsten Jahren an ihre Grenzen stoßen werden. Hierfür hat die Regulierung in Europa und Deutschland keine Antworten parat.

Statt einer ausschließlichen Fokussierung auf populäre kurzfristige Preisabsenkungen müssen wir deshalb jetzt ein Regulierungsregime bekommen, das genau diese Investitionen in lebenswichtige Breitbandinfrastrukturen fördert. Das heißt, die neuen Netze müssen anders behandelt werden als die bisherigen, bei denen wir historisch bedingt ein Monopol in die Liberalisierung überführen mussten. Wie sonst soll der von den Bürgern und der Politik geforderte Infrastrukturaufbau realisiert werden?

Wir brauchen mehr Planungssicherheit, um die deutsche Netzinfrastruktur nicht nur für die nächsten Jahre, sondern für die nächsten Jahrzehnte erhalten und vor allem ausbauen zu können. Davon wird nämlich nicht nur die Wettbewerbsfähigkeit der Deutschen Telekom abhängen, sondern auch die des Wirtschaftsstandorts Deutschland. Nur dann können wir sicherstellen, dass Produkte und Dienste rund um das „vernetzte Leben und Arbeiten“ sowohl in großen Ballungsgebieten als auch für die ganze Bevölkerung zur Verfügung gestellt werden können.

Heute übernehmen unsere Wettbewerber gerade einmal ein Prozent der Investitionen beim Ausbau ländlicher Gebiete. Ohne neue, zusätzliche Investitionsanreize wird sich dies nicht ändern – im Gegenteil. Auch wir werden noch entmutigt, weitere Gelder in die Hand zu nehmen.

Deutschland und Europa dürfen aber im Vergleich zu Asien und USA nicht in eine infrastrukturelle Armut reguliert werden. Unser Standort würde damit auf Dauer einen entscheidenden Wettbewerbsnachteil erfahren. Es ist höchste Zeit umzudenken!

Meine Damen und Herren, gerade weil wir noch immer intensiv reguliert werden, müssen wir künftig noch unabhängiger vom deutschen Markt werden.

Wir werden also weiter international wachsen. Im Jahr 2000 lag der Auslandsanteil am Gesamtumsatz der Deutschen Telekom noch bei knapp 20 Prozent. 2007 haben wir erstmals mehr als 50 Prozent außerhalb Deutschlands erwirtschaftet. Und in wenigen Jahren könnte der Auslandsanteil zwei Drittel oder mehr ausmachen.

In der skizzierten Welt von morgen werden für international agierende Telekommunikations- und ICT-Anbieter Größenvorteile bei Einkauf, Partnerschaften und Netz- und Produktentwicklungen noch wichtiger werden als heute.

Ganz aktuell sind wir auf dem Weg, die internationale Position der Deutschen Telekom auszubauen, einen wichtigen Schritt vorangekommen. Nach der Zustimmung der griechischen Regierung ist seit gestern der Weg frei für unser Engagement bei der OTE. Wir sind zuversichtlich, bald auch die noch ausstehenden Freigaben durch das griechische Parlament und die Wettbewerbsaufsicht zu erhalten.

Nach den Konsolidierungen in Österreich, den Niederlanden und den USA gehen wir nun den Schritt in Nachbarländer, in denen wir bisher nicht vertreten waren. Die OTE fügt sich wie ein noch fehlendes Puzzlestück in unsere Auslandsstrategie ein. OTE ist nicht nur Marktführer in Griechenland, sondern hat weitere Tochtergesellschaften in Rumänien, Bulgarien, Mazedonien, Albanien und hält eine 20-prozentige Beteiligung am Festnetz- und Mobilfunk-Marktführer in Serbien.

Wir erhalten damit Zugang zu rund 56 Millionen Menschen in einer Region, die unmittelbar an unsere bisherige Präsenz in Osteuropa angrenzt. Wir sind nun

fast im gesamten östlichen Europa vertreten und meist als einer der Marktführer.

Durch diese räumliche und kulturelle Nähe zu unseren Tochtergesellschaften können wir erhebliche Synergien realisieren. 15 Millionen Mobilfunkkunden und neun Millionen Festnetzkunden kommen neu in die Telekom-Gruppe – und wir sehen Potenzial für deutlich mehr.

Aber nicht nur das macht diesen Deal so attraktiv. Ausschlaggebend für unsere Entscheidung war auch folgender Aspekt: Obwohl wir uns nur mit einer Minderheit an OTE beteiligen, konnten wir uns mit der Athener Regierung darauf verständigen, dass sie uns in die unternehmerische Führung und Steuerung nimmt. Mit dem beschlossenen Gesellschaftervertrag können wir somit die OTE vollständig konsolidieren.

Mit OTE haben wir unsere disziplinierte Internationalisierungsstrategie fortgesetzt. Niemand in der Industrie kann in den vergangenen zwölf Monaten auf eine vergleichbare Bilanz verweisen: Orange NL, SunCom, Immobilienscout24 und jetzt OTE, insgesamt mehr als elf Milliarden Euro Transaktionsvolumen.

Sie können sicher sein: Wir betreiben die Internationalisierung nicht zum Selbstzweck. Wir betreiben sie auch nicht unter Druck. Und wir betreiben sie nicht aus Prestigegründen, sondern wollen Wert für unsere Aktionäre schaffen. Wenn sich die richtige Gelegenheit zum geeigneten Zeitpunkt bietet, dann werden wir sie auch zukünftig beim Schopfe packen.

Meine Damen und Herren, als Aktionäre dieses Unternehmens interessiert Sie vor allem, wie sich der Wert Ihres eingesetzten Kapitals entwickelt.

Wir sind uns dieser Verpflichtung gegenüber unseren Aktionären wohl bewusst. Mit der vorgeschlagenen Dividendenerhöhung von acht Prozent, von 72 auf 78 Eurocent, wollen wir uns bei Ihnen für Ihr Vertrauen bedanken.

Unser Vorschlag ist angesichts des anhaltenden Personalumbaus und harter Sparmaßnahmen auch auf Widerstand gestoßen. Aber sie ist aus unserer Sicht Ihnen gegenüber geboten.

Meine Damen und Herren, wir werden uns mit ganzer Kraft für Ihr Unternehmen einsetzen. Wir wollen den Wert steigern, indem wir die versprochenen Finanzziele liefern, den notwendigen Umbau des Unternehmens verantwortungsbewusst vorantreiben, unsere Auslandsstrategie konsequent umsetzen und die Telekom langfristig zu einem Weltmarktführer für Produkte und Services rund um das „vernetzte Leben und Arbeiten“ machen.

Ich danke Ihnen.