

Hauptversammlung 2007.

Köln, 03. Mai 2007.

Disclaimer.

Diese Präsentation enthält zukunftsbezogene Aussagen, welche die gegenwärtigen Ansichten des Managements der Deutschen Telekom hinsichtlich zukünftiger Ereignisse widerspiegeln. Diese enthalten Aussagen zum Marktpotenzial, den Ausblick 2007 sowie den Dividendenausblick. Sie sind im Allgemeinen an Begriffen wie „erwarten“, „davon ausgehen“, „annehmen“, „beabsichtigen“, „einschätzen“, „abzielen auf“, „Ziel“, „planen“, „werden“, „anstreben“, „Ausblick“ und vergleichbaren Ausdrücken zu erkennen und enthalten häufig Informationen, die sich auf Umsatzerwartungen oder -zielgrößen für das bereinigte EBITDA und andere Kennzahlen beziehen. Zukunftsbezogene Aussagen basieren auf derzeit gültigen Plänen, Einschätzungen und Erwartungen. Daher sollte ihnen nicht zu viel Gewicht beigemessen werden. Solche Aussagen unterliegen Risiken und Unsicherheitsfaktoren, von denen die meisten schwierig einzuschätzen sind und die im Allgemeinen außerhalb der Kontrolle der Deutschen Telekom liegen. Dazu gehören unter anderem auch die Faktoren, die in den Abschnitten „Forward-Looking Statements“ und „Risk Factors“ des bei der U.S. Securities and Exchange Commission auf Form 20-F eingereichten Geschäftsberichts des Unternehmens beschrieben sind. Zu den relevanten Faktoren zählen auch der Fortschritt, den die Deutsche Telekom mit den personalbezogenen Restrukturierungsmaßnahmen erzielt und die Auswirkungen anderer bedeutender strategischer und operativer Initiativen, einschließlich des Erwerbs oder der Veräußerung von Gesellschaften und Unternehmenszusammenschlüssen, sowie Initiativen zur Kostensenkung. Weitere mögliche Faktoren, welche die Kosten- und Erlösentwicklung wesentlich beeinträchtigen, sind regulatorische Entscheidungen, ein Wettbewerb, der schärfer ist als erwartet, Veränderungen bei den Technologien, Rechtsstreitigkeiten und aufsichtsrechtliche Entwicklungen. Sollten diese oder andere Risiken und Unsicherheitsfaktoren eintreten oder sollten sich die den Aussagen zu Grunde liegenden Annahmen als unrichtig herausstellen, so können die tatsächlichen Ergebnisse der Deutschen Telekom wesentlich von denjenigen abweichen, die in diesen Aussagen ausgedrückt oder impliziert werden. Die Deutsche Telekom kann nicht garantieren, dass ihre Erwartungen oder Ziele erreicht werden. Die Deutsche Telekom lehnt jede Verantwortung für eine Aktualisierung der zukunftsbezogenen Aussagen durch Berücksichtigung neuer Information oder zukünftiger Ereignisse oder anderer Dinge ab. Die Deutsche Telekom führt keine Überleitung der bereinigten EBITDA-Guidance zu GAAP-Kennzahlen durch, da dies einen unangemessenen Aufwand bedeuten würde. Die Deutsche Telekom macht grundsätzlich keine Vorhersagen zu den tatsächlichen Auswirkungen zukünftiger Sondereinflüsse auf Grund deren Unsicherheit. Sondereinflüsse und Zinsen, Steuern und Abschreibungen (einschließlich Verlusten aus Wertminderungen) können sich erheblich auf das Unternehmensergebnis auswirken. Zu den Anpassungen, die zur Feststellung der bereinigten EBITDA für 2007 vorgenommen werden müssen, zählen u. a. die Kosten der personalbezogenen Restrukturierungsmaßnahmen des Konzerns, die nach Schätzungen der Deutschen Telekom im Verlauf des Jahres 2008 zu Gesamtaufwendungen in Höhe von ca. 3,3 Mrd. € führen werden. Neben den nach IFRS dargestellten Kennzahlen weist die Deutsche Telekom auch Pro-forma-Kennzahlen aus, einschließlich EBITDA, EBITDA-Marge, bereinigtes EBITDA, bereinigte EBITDA-Marge, bereinigtes EBIT (Betriebsergebnis), bereinigter Konzernüberschuss, Free Cash-Flow, Brutto- und Netto-Finanzverbindlichkeiten. Diese Kennzahlen sind als Ergänzung, jedoch nicht als Ersatz für die nach IFRS erstellten Angaben zu sehen. Non-GAAP-Kennzahlen, die nicht Bestandteil der Rechnungslegungsvorschriften sind, unterliegen weder den IFRS noch anderen allgemein geltenden Rechnungslegungsvorschriften. Andere Unternehmen legen diesen Begriffen unter Umständen andere Definitionen zu Grunde. Weitere Informationen zur Erläuterung dieser Begriffe finden sich im Kapitel „Überleitung zu Pro-forma-Kennzahlen“, das auf der Website der Deutschen Telekom [www.deutschetelekom.com] unter „Investor Relations“ eingestellt ist.



Bericht des Vorstands.

René Obermann
Vorstandsvorsitzender

Wettbewerb weiter verschärft.

- Preise für Inlandsgespräche seit Liberalisierung des Telekommunikationsmarktes für Privatkunden um 95% gesunken
- Preise für Auslandsgespräche 2006 um 36% gesunken
- Preise für DSL-Anschlüsse innerhalb 2 Jahren um rund zwei Drittel gesunken
- Mobilfunkpreise 2006 um rund 11% gesunken

Quelle: Bundesnetzagentur, Jahresbericht 2006, S. 75; Bundesnetzagentur, Jahresbericht 2005, S. 41; Unternehmensvergleich DTAG

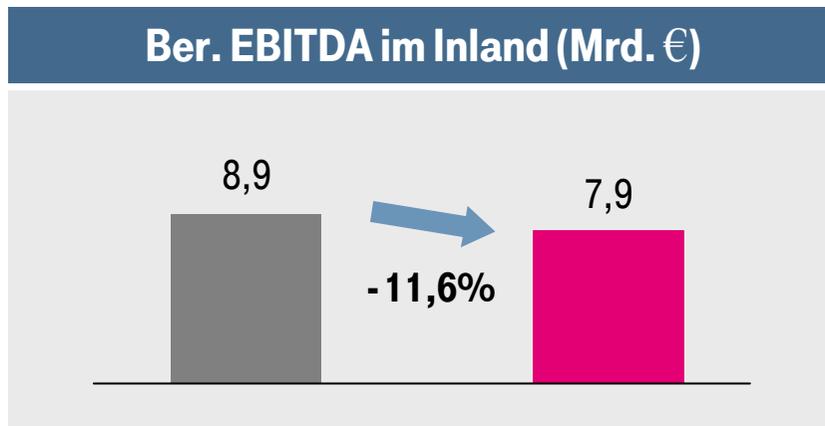
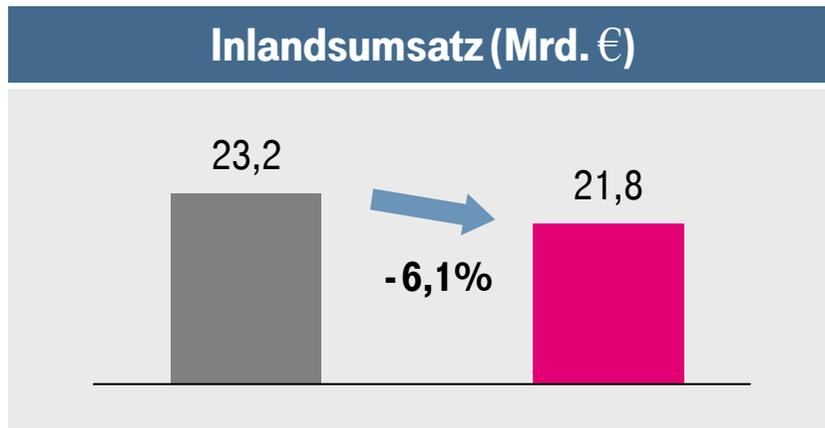


Geschäftsjahr 2006.

- Umsatz steigt um 2,9% auf 61,3 Mrd. €
- Bereinigtes EBITDA von 19,4 Mrd. €
- Free Cash-Flow (vor Investition in Spektrum in den USA) 5,7 Mrd. €
- Ausgewiesener Konzernüberschuss 3,2 Mrd. € (bereinigt 3,9 Mrd. €)
- Dividendenvorschlag für 2006 auf Vorjahreshöhe: 0,72 € je Aktie



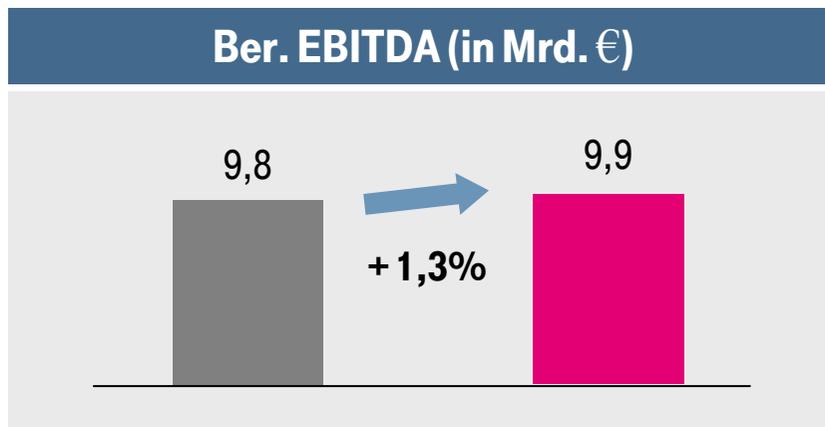
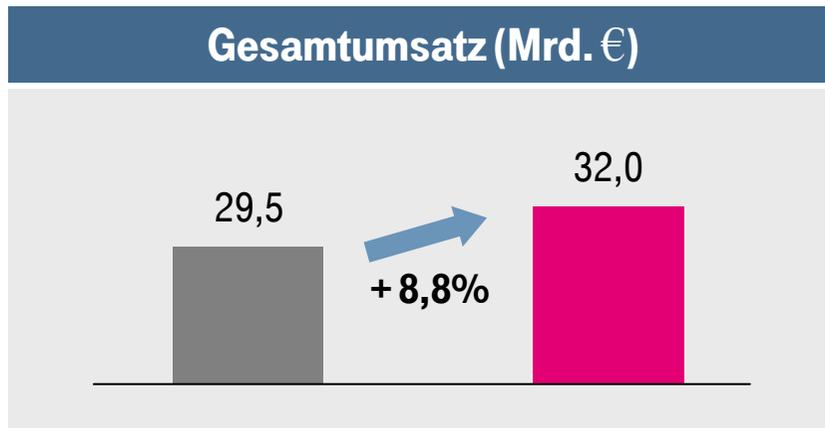
Breitband/Festnetz 2006.



■ GJ 2005 ■ GJ 2006



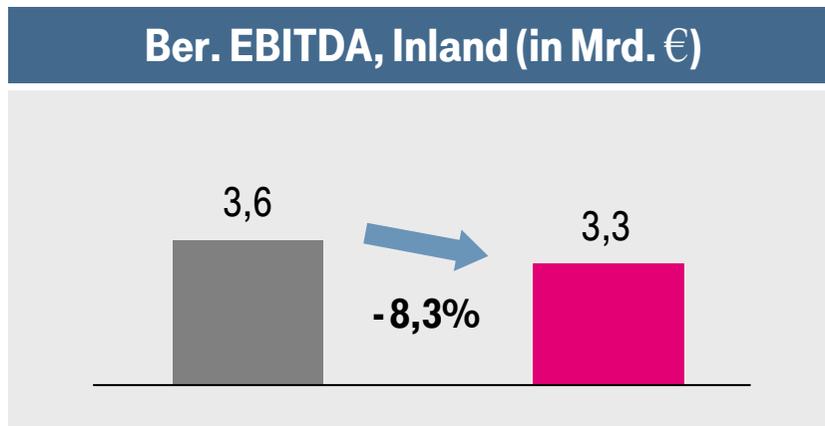
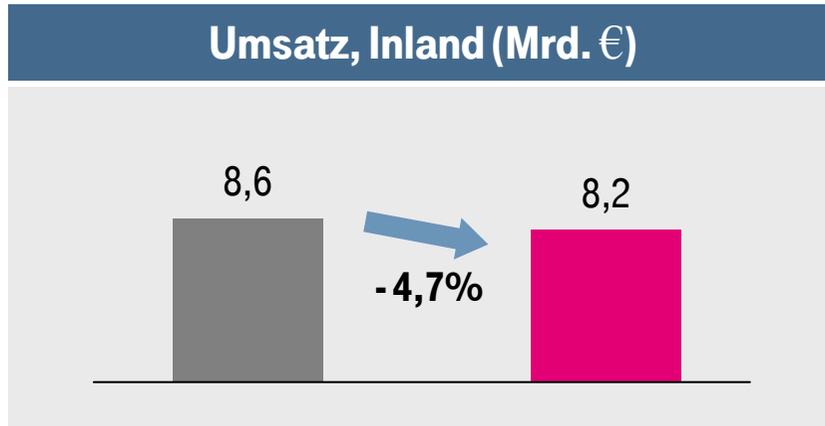
Mobilfunk 2006.



■ GJ 2005 ■ GJ 2006



Mobilfunk Inland 2006.

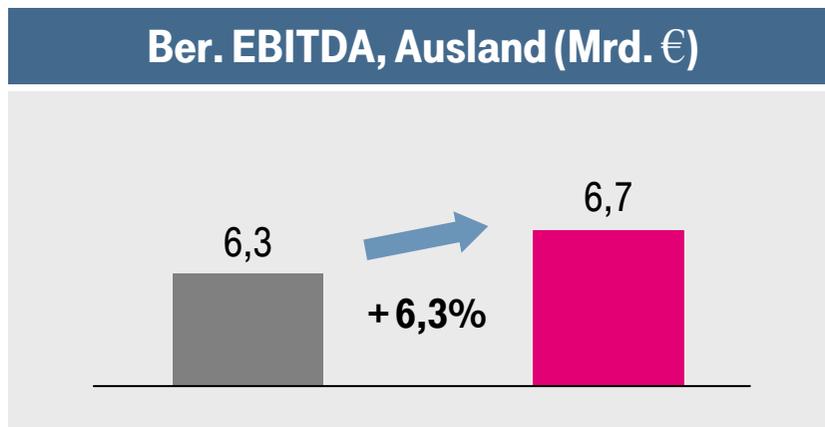
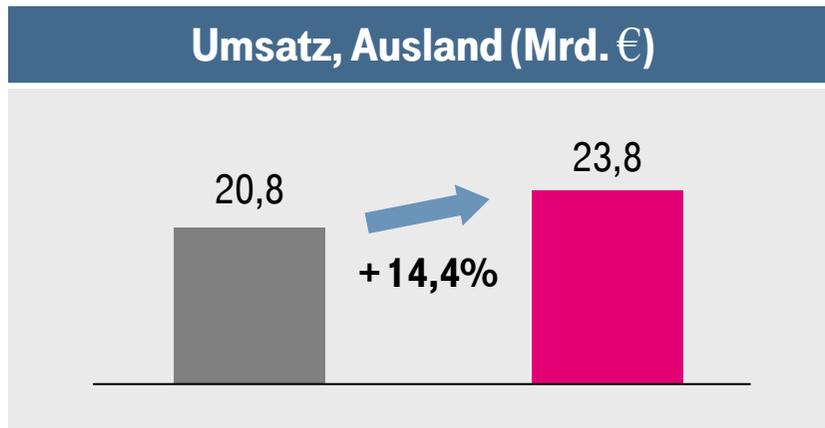


■ GJ 2005 ■ GJ 2006

- 1,45 Mio. Netto-Neuzugänge – 56% Vertragskunden
- Hauptgründe für Umsatzrückgang:
 - Preissenkungen, auch bei Roaming
 - Verschärfter Wettbewerb im Geschäftskundensegment
 - Senkung der Terminierungsentgelte durch Bundesnetzagentur



Mobilfunk Ausland 2006.



■ GJ 2005 ■ GJ 2006

T-Mobile UK:

- Mehr als 920 000 Netto-Neuzugänge – fast 80% Vertragskunden

T-Mobile USA:

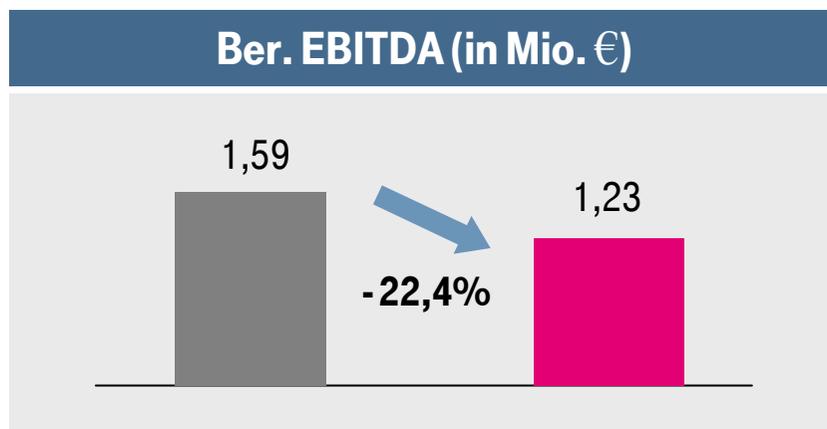
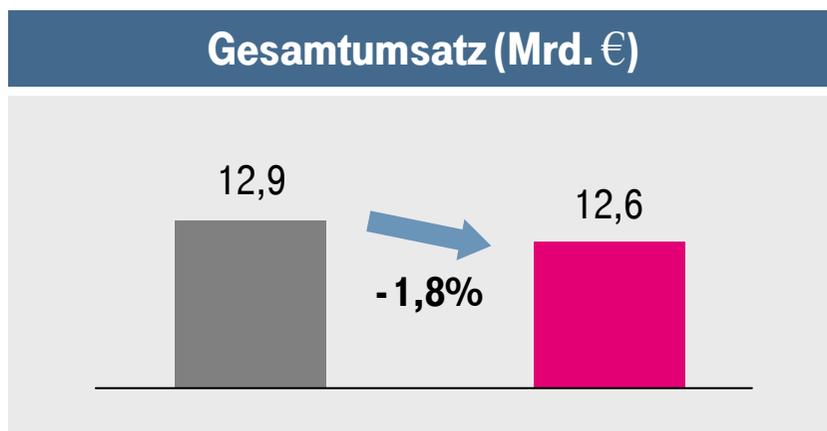
- 3,35 Mio. Netto-Neuzugänge – über 80% Vertragskunden

T-Mobile CEE (ohne PTC):

- 863 000 Netto-Neuzugänge – fast 70% Vertragskunden



Geschäftskunden 2006.



■ GJ 2005 ■ GJ 2006

- Umsatz im Ausland um 18,2% auf 2,1 Mrd. € gestiegen
- Umsatz im Inland um 4,9% auf 10,5 Mrd. € gesunken
- Bereinigtes EBITDA im Ausland um 21,1% auf 165 Mio. € gesunken
- Bereinigtes EBITDA im Inland um 22,7% auf 1,1 Mrd. € gesunken



Unsere Strategie: „Konzentrieren und gezielt wachsen“.

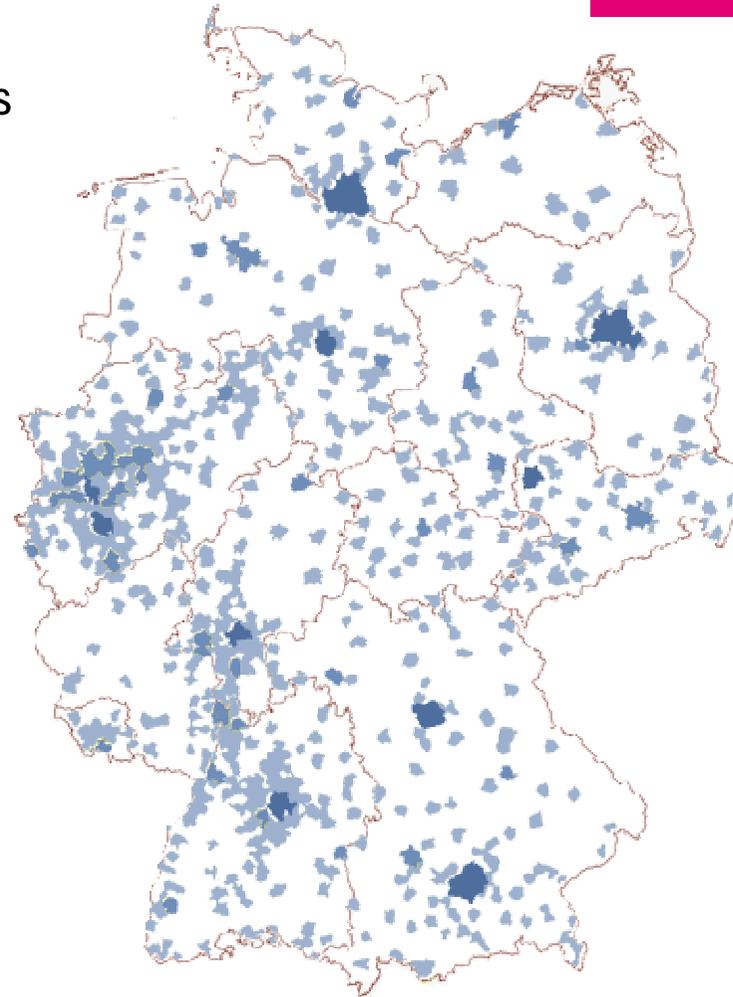


T = **Führender Breitbandanbieter**

Ausbau des Breitbandnetzes.

Verbessern der
Wettbewerbs-
fähigkeit in
Deutschland

- In 26 Städten VDSL bis Ende des Jahres
- In 750 Städten ADSL2+ in 2007



Verbesserung des Kundenservices.

Verbessern der
Wettbewerbs-
fähigkeit in
Deutschland

Chance zur Wettbewerbsdifferenzierung

⇒ Serviceeinheiten in Telekom Service bündeln und professionalisieren:

- gemeinsame, konzernweite Servicekultur schaffen
- Standorte konsolidieren und modernisieren
- Prozesse überarbeiten
- IT-Systeme verbessern
- Verfügbarkeit des Kundenservices verbessern
- Wettbewerbsfähiges Preis-Leistungs-Verhältnis sicherstellen

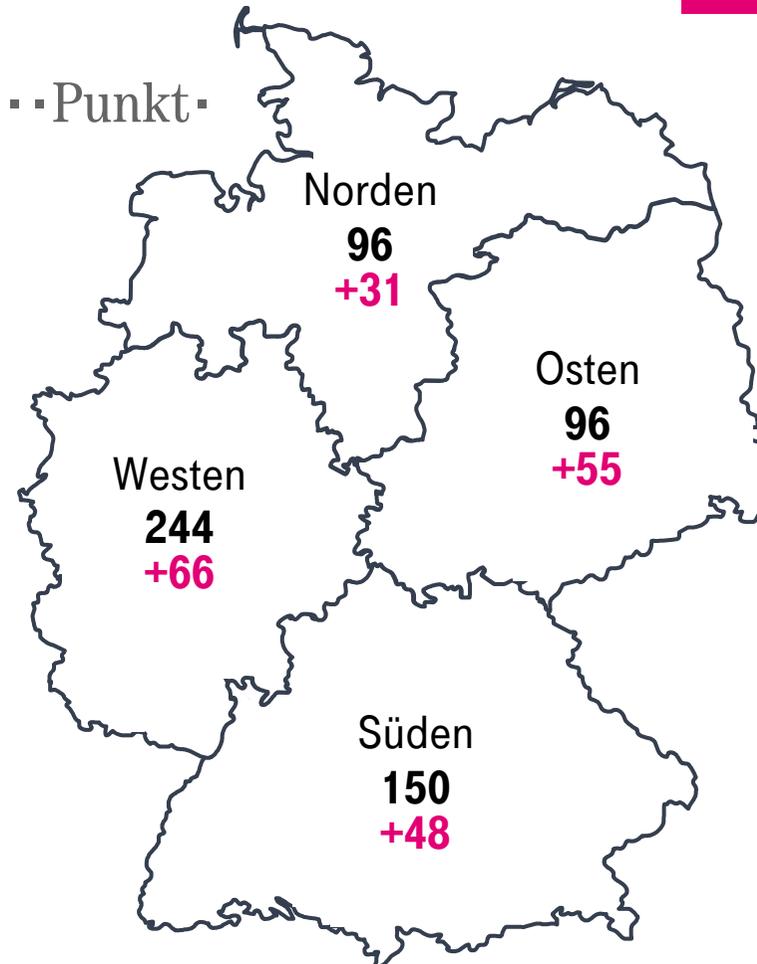
Ausweitung Vertriebsnetz.

Verbessern der
Wettbewerbs-
fähigkeit in
Deutschland

Ziel 2007/08

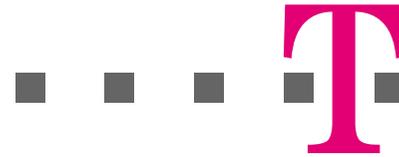
- Steigerung der Zahl der T-Punkte auf rund 800 Shops
- 1 500 neue Arbeitsplätze in den T-Punkten
- Rund 1 000 T-Partner

T-Punkt



Vereinfachter Markenauftritt.

Verbessern der
Wettbewerbs-
fähigkeit in
Deutschland



als Absendermarke



Sparen für Service.

Verbessern der
Wettbewerbs-
fähigkeit in
Deutschland

Kosteneinsparungsmaßnahmen u. a.

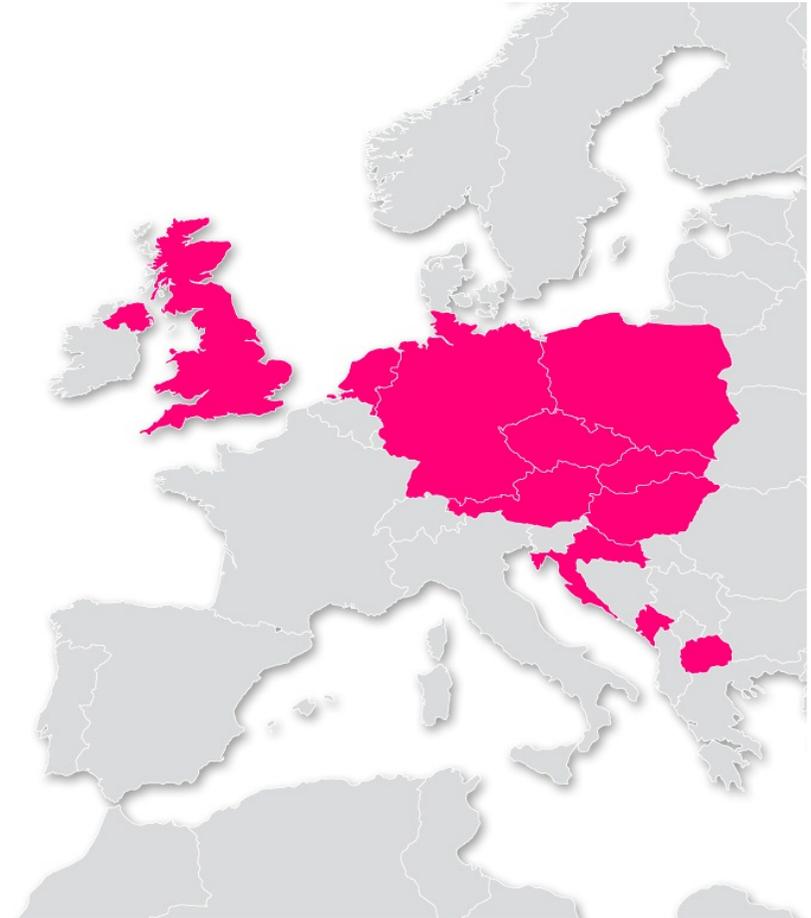
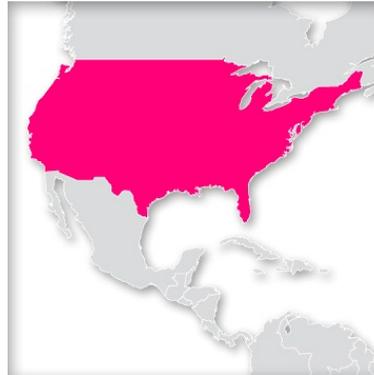
- Migration zu IP-basiertem Netz
- Verbesserung der Prozesse und Konsolidierung der IT-Systeme
- Integration von Service und Vertrieb
- Vereinfachter Markenauftritt
- Straffung aller Zentralfunktionen
- Kultur der Sparsamkeit weiterentwickeln

**Programmziel : 4,2 - 4,7 Mrd. € Einsparungen bis 2010 (konzernweit),
davon zwei Mrd. € bis Ende 2007**

Wachstum durch Mobilfunk im Ausland.

Wachstum im
Ausland durch
Mobilfunk

- Mit T-Mobile starke internationale Präsenz und eine anerkannte Marke
- Jährlich mehr als 1,2 Mrd. € an Synergieeffekten in der T-Mobile International
- Wachstumsmotor für den Konzern



Wachstumsquellen für Mobilfunk im Ausland.

Wachstum im
Ausland durch
Mobilfunk

- Zunehmende Substitution des Festnetzes durch Mobilfunk
- Mobiles Datengeschäft
- Verstärktes Engagement in Präsenzmärkten und gegebenenfalls darüber hinaus

Web 2.0: Trend zu „Personal Social Networking“.

Mobilisieren von
Internet und
Web 2.0-Trend

Veränderung der Kommunikationsgewohnheiten

- „Mitmach-Internet“: Produzieren und konsumieren
- Zugang zu Diensten über Netz- und Gerätegrenzen hinweg
- Entwicklung immer neuer Netzwerke und Communities

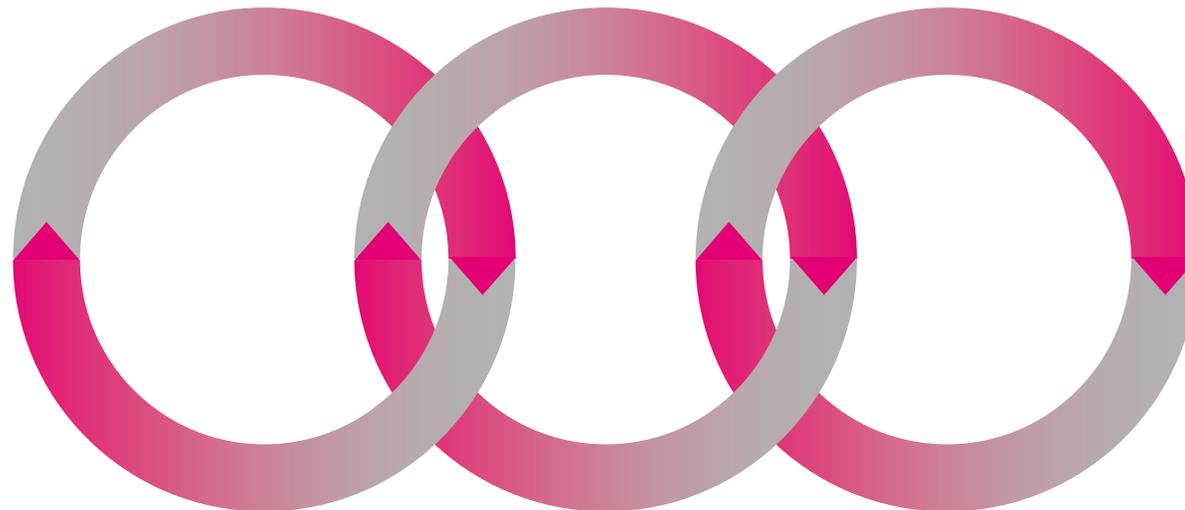
Entwicklung des Geschäfts mit Web 2.0-Diensten.

Mobilisieren von
Internet und
Web 2.0-Trend

Partner-Management

Eigenentwicklungen

Beteiligungen



**Partnerschaften
mit profilierten
Internetunternehmen**

**Nutzung eigener
Produktinnovationen**

**Unternehmerische
Beteiligung**

Enterprise Services: Weiterentwicklung mit strategisch orientiertem Partner.

Geschäfts-
kunden

- Stärken der Enterprise Services: z. B. bei Netzsicherheit und Netzarchitektur, führender IT-Dienstleister in der Automobilindustrie
- Aber: Aus eigener Kraft international nicht stark genug

- **Fortführung mit einem strategisch orientierten Partnerunternehmen**

Telekom Service: Heutige Kostenunterschiede.

Beispiel: Der Call-Center-Agent mit Berufserfahrung verdient...

	WAZ	Brutto €
T-Com	34 Std.	38 800
Externer (TK-) Dienstleister	40 Std.	16 700
Deutsche Post World Net AG	38 Std.	29 300
Lufthansa AG	38 Std.	21 700

Telekom Service: Steigerung Wettbewerbsfähigkeit und Sicherung Arbeitsplätze.



Ausbildung.

- Mit rund 12 000 Auszubildenden größter Ausbildungsbetrieb in Deutschland
 - Durch Vereinbarung mit Verdi konnte Ausbildungsvergütung an das Marktniveau angepasst werden
 - 2007 daher unverändert wie in den vergangenen sechs Jahren 4 000 neue Ausbildungsplätze



Vielen Dank!

