

**Rede zur Hauptversammlung der Deutschen Telekom  
am 24. Mai 2012 in Köln**

**René Obermann**  
**Vorstandsvorsitzender**  
**Deutsche Telekom AG**

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

herzlich willkommen zu unserer Hauptversammlung.

Blickt man im Frühjahr 2012 auf die europäische Telekommunikationsbranche, dann wird schnell klar: Unser Sektor steht weiterhin massiv unter Druck. Das ist kein spezifisch deutsches Thema – nahezu alle vergleichbaren Telekommunikationsunternehmen in Europa kämpfen mit ähnlichen Herausforderungen. Das Geschäft mit klassischen Telefonnetzen schrumpft. Bis 2016 erwarten Analysten weltweit einen Rückgang um rund 4 Prozent pro Jahr.

Das liegt unter anderem am harten Wettbewerb und an neuen Internet-Diensten, die bisherige Kommunikationsformen ersetzen. Soziale Netzwerke wie Facebook oder Twitter, Kommunikationsdienste wie Skype, WhatsApp

und viele mehr – alle haben eines gemeinsam: Sie werden über das Internet angeboten und können gleichermaßen über das Festnetz, den Mobilfunk oder WLAN genutzt werden. Und sie sind scheinbar umsonst.

Dazu kommen – in Europa und gerade in Deutschland – Eingriffe durch die Regulierungsbehörden, die uns massiv Umsatz kosten. Dabei geht es der Regulierung nicht nur um Geld, das wir im Festnetz verdienen. Auch im Mobilfunk wird kräftig zugelangt. Wohlgemerkt, in einem Markt, in dem von Anfang an Wettbewerb geherrscht hat. Hier sind zum Beispiel die sogenannten Terminierungsentgelte seit 2007 um mehr als 60 Prozent gekürzt worden. Allein die jüngste Absenkung hat die Branche 2011 rund 850 Millionen Euro an Umsatz gekostet.

Das ist dramatisch und falsch: Alle rufen nach schnellen Netzen bis in jeden Winkel des Landes – idealerweise Glasfasernetze. Zu Recht übrigens – wir brauchen diese Netze für die Zukunft des Landes. Aber gleichzeitig wird auf europäischer Ebene und von den nationalen Regulierungsbehörden eine Politik gemacht, die Anreize zum Investieren nimmt.

Kein Vermieter baut ein Haus, wenn die Gefahr besteht, dass im Nachhinein Behörden die Miete festlegen! Und das eventuell auf ein Niveau, bei dem er noch nicht einmal seine Kredite zurückzahlen kann, geschweige denn risikoadäquat verdient. Wenn ich bei dem Beispiel bleiben darf: Die Folge wäre, dass langfristig Wohnungen fehlen – so ähnlich ist das mit unseren Netzen.

Regulierung muss Investitionen fördern und belohnen, sonst bleiben sie aus. Wenn Deutschland auch in Zukunft eine der weltweit modernsten Infrastrukturen haben will, müssen grundsätzliche Regulierungsfragen endlich gelöst werden. Europäische Kapitalmarktanalysten kommen in einer aktuellen Umfrage zu dem Ergebnis, dass fehlende Investitionsanreize durch falsche Regulierung das Haupthemmnis für weitere Investitionen sind. Wir brauchen also

weniger statt mehr Regulierung. Mit Blick auf Brüssel beobachten wir aber das Gegenteil: Die Anzahl der Empfehlungen nehmen zu und führen zu einer noch umfassenderen Entgelt- und Kostenregulierung. Das ist höchst kontraproduktiv und setzt keine Anreize für notwendige Investitionen in Glasfaser.

Die Branche wäre bereit, die Hauptlast des Breitbandausbaus zu tragen. Was wir brauchen, ist eine Trendwende in der Regulierungspolitik. Entscheidend sind der Vorrang von Marktlösungen und stabile Netzentgelte, mit denen der Aufbau der neuen Netze finanziert werden kann. Der regulierungsbedingte Preisverfall bei der Netznutzung muss gestoppt werden, sonst wird es keine neuen Impulse für den Breitbandausbau geben. Hinzu kommt: Die Regulierung kann angesichts der massiven Bevorteilung der Kabelnetzbetreiber im Breitbandmarkt nicht so weitermachen wie bisher.

Meine Damen und Herren,

ich sagte es schon: Diese Gemengelage aus hartem Wettbewerb und unverständlichen Regulierungsentscheidungen lässt die Luft für die europäische Telekommunikationsbranche immer dünner werden. Schauen Sie nur mal den Kursverlauf der großen europäischen Telekommunikationsunternehmen an: Fast alle mussten 2011 Verluste hinnehmen.

Bitte nicht falsch verstehen: Niemand kann mit einem Kurs von unter 9 Euro für die T-Aktie zufrieden sein. Ich bin es auch nicht. Aber richtig bleibt: Die Deutsche Telekom hat sich in diesem schwierigen Umfeld noch vergleichsweise gut geschlagen. Vergleicht man die Gesamtrendite – also die Kursentwicklung plus Dividende – seit der Neuausrichtung des Konzerns im März 2007, hat sich die T-Aktie besser entwickelt als der DAX und deutlich besser als die Aktien vergleichbarer Wettbewerber.

Auch mit Blick auf die Kursentwicklung haben wir uns in den vergangenen Jahren besser behauptet als die meisten europäischen Wettbewerber: Vor

vier Jahren stand die T-Aktie zwischen 9 und 10 Euro, aktuell steht sie knapp unter 9 Euro. France Telecom lag bei 19 Euro, heute bei 10 Euro. KPN lag damals bei 14 Euro, heute bei unter 8 Euro. Und Telefonica lag bei 22 Euro, heute bei 10 Euro. Das heißt: Die Aktien unserer Wettbewerber haben im Vergleichszeitraum bis zu 55 Prozent an Wert verloren – während die T-Aktie sich annähernd stabil entwickelt hat.

Insgesamt haben wir 2011 unsere Jahresziele erreicht – sowohl beim bereinigten EBITDA, dem Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen, mit 18,7 Milliarden Euro als auch bei den frei verfügbaren Finanzmitteln, dem sogenannten Free Cashflow, mit 6,4 Milliarden Euro. Das war harte Arbeit in einem schwierigen Jahr. Mein Dank gilt an dieser Stelle vor allem unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die mit ihrem großen Einsatz dieses Ergebnis erst möglich gemacht haben.

Zunächst zu unserem Mobilfunkgeschäft in den USA: Bei der Hauptversammlung 2011 hatte ich Ihnen unsere Verkaufsvereinbarung mit AT&T vorgestellt. Leider mussten wir im Laufe des Jahres feststellen, dass die Widerstände gegen einen Verkauf unserer Mobilfunktochter in Teilen der amerikanischen Politik und bei den zuständigen US-Behörden zu groß wurden.

Es war dennoch die richtige Entscheidung, den Verkauf anzugehen. Er wäre die beste Lösung gewesen: nicht nur für die Deutsche Telekom und ihre Aktionäre, sondern auch für die Kunden und Mitarbeiter von T-Mobile USA und AT&T – und für den amerikanischen Mobilfunkmarkt insgesamt. Stehen wir nach dem Scheitern des Verkaufs mit leeren Händen da? Nein, sicher nicht. Denn wir hatten uns für diesen Fall mit einer hohen Kompensation abgesichert. Sie ist eine der höchsten, die weltweit jemals vereinbart wurden. Allein 3 Milliarden Dollar hat uns AT&T in bar gezahlt. Dazu kommt ein umfangreiches Paket aus sehr begehrten Mobilfunkfrequenzen und die Möglichkeit,

das UMTS-Netz von AT&T einige Jahre lang mitzunutzen. Experten bemessen den Wert dieses Pakets auf weitere etwa 3 Milliarden Dollar.

Ohne Frage war das operative Geschäft in den USA 2011 weiterhin von Unsicherheit beeinflusst. Und wir haben im vierten Quartal Wertminderungen in Höhe von 2,3 Milliarden Euro vorgenommen. Allerdings stärken die Funkfrequenzen von AT&T unsere Position auf dem US-Markt. Wir investieren in die Modernisierung der Netze und bauen nun ein LTE-Netz auf. Und wir positionieren T-Mobile als den Anbieter mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis.

Selbstverständlich suchen wir weiter eine langfristige Lösung für unser US-Geschäft, um die Erträge zu verbessern. Ein vollständiger Verkauf wie an AT&T ist aber eher unwahrscheinlich. Wir müssen andere Wege finden, um unsere Kapitalverzinsung zu steigern beziehungsweise unseren Kapitaleinsatz zu verringern. Daran arbeiten wir mit aller Kraft.

Und damit komme ich zu unserem Deutschlandgeschäft – nach wie vor unser wichtigster Markt: Hier sind die Umsätze mit dem mobilen Internet weiter gewachsen, allein im vierten Quartal um mehr als 30 Prozent auf 440 Millionen Euro. Mittlerweile sind mehr als 60 Prozent aller von uns in Deutschland verkauften Mobiltelefone internetfähige Smartphones, fast 20 Prozentpunkte mehr als im Vorjahr. Für viele Menschen ist es längst selbstverständlich, unterwegs das Internet zu nutzen.

Das Wachstum bei den Kunden, die das Fernsehangebot der Telekom nutzen, ist ungebrochen. Seit Sommer 2011 bieten wir „Entertain“ auch über Satellit an und haben damit die Reichweite fast verdoppelt. Ende des Jahres gab es 1,6 Millionen „Entertain“-Kunden in Deutschland – Ende März waren es schon wieder 173.000 mehr. Als Nächstes werden wir das Produkt auch auf mobilen Geräten verfügbar machen.

Gestatten Sie mir in dem Zusammenhang ein Wort zur Vergabe der Bundesligarechte: Wir haben immer betont, dass wir die Rechte nicht zu jedem Preis erwerben wollen. Mit unserem Gebot haben wir die Grenzen des für uns wirtschaftlich Vertretbaren voll ausgeschöpft. Wir respektieren die Entscheidung der Deutschen Fußballliga für Sky. Für unsere Kunden ändert sich in der kommenden Bundesligasaison zunächst nichts. Und wenn Sky mit uns kooperieren will, sind wir dafür sehr offen.

Zurück zum operativen Ergebnis: Das bereinigte EBITDA lag in Deutschland bei 9,6 Milliarden Euro, also stabil zum Vorjahr. Insgesamt konnten wir die Profitabilität 2011 noch einmal steigern: auf fast 40 Prozent EBITDA-Marge. Das wird vom Kapitalmarkt positiv gesehen. Der Umsatz hingegen ging im Gesamtjahr um 4,4 Prozent auf 24 Milliarden Euro zurück. Damit sind wir nicht zufrieden. Hier müssen wir noch entschlossener gegensteuern, vor allem mit Mobilfunk.

Im Spannungsfeld von Regulierung und Markterfordernis investieren wir in Netze, Servicequalität und IT– mehr als jeder andere Wettbewerber. In Deutschland waren es allein im vergangenen Jahr fast 3,7 Milliarden Euro. Das zahlt sich aus: 2011 haben wir die drei wichtigsten Netztests von Stiftung Warentest sowie den Magazinen Chip und Connect gewonnen. Und auch im ersten großen Festnetztest des Jahres 2012 liegen wir wieder vorn: Im Fazit der Connect-Redaktion heißt es: „In diesem Jahr kommt niemand am rosa Riesen aus Bonn vorbei. Die Telekom schnürt derzeit das beste Gesamtpaket aus Telefonie und Internet.“ Das ist ein tolles Ergebnis der Arbeit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich Tag für Tag dafür einsetzen, dass die Kunden überall perfekt vernetzt sein können. Darauf sind wir sehr stolz.

Nun zu unseren europäischen Beteiligungen. Die gesamtwirtschaftlichen Verhältnisse waren und sind hier unverändert schwierig: In Griechenland herrscht weiter eine tiefe Rezession mit allen bekannten Folgen auch für den privaten

Konsum. In anderen Ländern wie etwa in Polen und Ungarn hat sich die wirtschaftliche Erholung zwar fortgesetzt, dafür schwächte sich im Jahresverlauf die Währung deutlich ab. Hinzu kommt in Ungarn zusätzlich eine willkürlich erhobene Sondersteuer. Das ist ein falsches Signal für künftige Investitionen – und das belastet Unternehmen wie Verbraucher gleichermaßen. Uns hat die Steuer 2011 fast 100 Millionen Euro an Umsatz gekostet.

Berücksichtigt man dieses Umfeld, so hat sich das Europa-Geschäft auf der Kundenseite dennoch ganz ordentlich entwickelt. Bei den Vertragskunden im Mobilfunk haben wir weiter zugelegt: um 3 Prozent auf 27,1 Millionen. Der Smartphone-Anteil erhöhte sich um 20 Prozentpunkte auf 54 Prozent – das heißt: Jedes zweite in Europa verkaufte Handy ist mittlerweile ein Smartphone. Im Festnetz haben wir die Zahl der Breitband-Anschlüsse um gut 5 Prozent auf fast 5 Millionen ausgebaut. Und im TV-Geschäft gab es einen Zuwachs um 12 Prozent auf 2,6 Millionen Kunden. IPTV – also Fernsehen basierend auf dem Internet-Protokoll – legte sogar um 24 Prozent zu. Damit sind wir Marktführer in Europa.

Zwar ging der Umsatz auf vergleichbarer Basis zurück. Gleichzeitig stieg aber die EBITDA-Marge auf fast 35 Prozent. Vor allem, weil wir unsere Kosten um rund 400 Millionen Euro gesenkt haben.

Und damit zu T-Systems: In unserem Großkundensegment haben wir im vergangenen Jahr erneut eine Reihe von Großaufträgen gewonnen, etwa mit Total, Shell oder Daimler. Immer stärker wird das Geschäft mit sogenannten Cloud-Diensten. Dabei greifen die Firmen nicht mehr auf ihre eigenen Rechner zu, sondern mieten sich Kapazität von unseren Rechenzentren. Wir waren unter den ersten, die vor Jahren damit angefangen haben – heute bescheinigen uns Analysten eine führende Rolle bei Cloud-Lösungen sowohl für Großkunden als auch für den Mittelstand. Und deswegen vertrauen uns immer mehr Unternehmen: So haben wir unter anderem Verträge mit dem Versicherungs-

konzern Intermedica in Brasilien, mit dem größten afrikanischen Glasproduzenten Consol und der spanischen Post Correos abgeschlossen. Insgesamt kommen bereits 80 Prozent des SAP-Geschäfts von T-Systems aus der Cloud.

Bei den externen Umsätzen hat T-Systems 2011 leicht zugelegt: plus 2,4 Prozent auf 6,6 Milliarden Euro. Aber auch auf der Kostenseite war T-Systems erfolgreich: Die Brutto-Kosteneinsparungen bewegen sich in einer Größenordnung von 700 Millionen Euro. Mit einer EBIT-Marge von 2,7 Prozent im Vergleich zu einem Vorjahreswert von 3,7 Prozent sind wir natürlich nicht zufrieden – aber wir sehen Fortschritte im Jahresverlauf.

Vor zwei Wochen haben wir Ihnen ausführlich berichtet, wie sich unser operatives Geschäft in den ersten drei Monaten 2012 entwickelt hat. In aller Kürze zusammengefasst: Wir sind solide ins Jahr gestartet. Deutschland bleibt insgesamt stark – mit ordentlichen Ergebnissen vor allem im Festnetz. Bei den Mobilfunkumsätzen müssen wir allerdings zulegen. In den USA und Europa gibt es Verbesserungen, T-Systems hat die Ertragskraft leicht gesteigert.

Meine Damen und Herren,

das Jahr 2011 und die ersten Monate 2012 haben zwei Dinge noch einmal verdeutlicht: Angesichts des massiven Preisdrucks müssen wir erstens weiter an unseren Kosten arbeiten. In den vergangenen Jahren waren wir schon sehr erfolgreich darin, unsere Effizienz zu verbessern – aber wir dürfen nicht stehen bleiben. Wir müssen weitere Mittel freimachen, um uns die wichtigen Investitionen in Netze und Innovationen leisten zu können; auch für den weiter notwendigen Personalumbau, der allein im vergangenen Jahr 1,2 Milliarden Euro gekostet hat.

Zweitens wäre es strategisch falsch, unser Geschäft in Zukunft allein auf Netzanschlüssen aufzubauen. Denn diese bleiben reguliert und werden weiter



schrumpfen. Es war deshalb wichtig und folgerichtig, dass wir uns vor zwei Jahren auf den Weg gemacht haben, Innovationsfelder jenseits der klassischen Netzanschlüsse zu besetzen. Einige dieser Felder bringen schon heute Umsätze – allen voran das mobile Internet –, andere müssen wir mit langem Atem entwickeln. Wir werden diesen neuen Bereichen die Zeit geben, die sie für ihre Entwicklung brauchen.

Ich bin jedenfalls überzeugt, dass wir die richtigen Themen besetzen. Wir gehen damit auf die Bedürfnisse und Ansprüche unserer Kunden ein – und auf die wichtigsten Trends unserer Industrie: Das mobile Internet boomt, das klang jetzt schon mehrfach an: Bis 2015 erwarten wir weltweit fast zwei Milliarden Nutzer, die mobil ins Internet gehen – doppelt so viele wie noch 2010.

Der nächste große Trend sind die sogenannten Cloud-basierten Dienstleistungen. Es ist interessant, sich einmal die Dimensionen im Markt für Cloud-Computing vor Augen zu führen: Derzeit liegen wir bei einem durchschnittlichen Wachstum von mehr als 30 Prozent pro Jahr. Allein in Deutschland erwarten wir bis 2016 ein Marktvolumen von mehr als 17 Milliarden Euro.

Großunternehmen nutzen Cloud-Dienste schon seit einigen Jahren, aber der Mittelstand beginnt gerade erst, das Thema für sich zu entdecken: Bislang greifen nur 12 Prozent der kleinen und mittelständischen Firmen in Deutschland auf Cloud-Dienste zu. Gerade für diese Zielgruppe bietet Cloud-Computing aber riesige Vorteile – vorausgesetzt natürlich, die Angebote sind maßgeschneidert auf ihre Bedürfnisse.

Zur CeBIT haben wir darum unsere „Telekom Cloud“ präsentiert. Wir bringen damit Cloud-Computing für alle und für jeden Bedarf: vom privaten Fotoarchiv über Kommunikations-Software für Mittelständler bis zum SAP-Arbeitsplatz für Großkunden. Und das zuverlässig und sicher. Denn wir setzen alles daran, die größtmögliche Sicherheit für unsere Produkte und Dienste zu gewährleisten.

Datenschutz und Datensicherheit sind heute längst ein entscheidender Erfolgsfaktor für unsere Industrie – und damit auch für die Volkswirtschaft insgesamt.

Meine Damen und Herren,

Sie kennen unsere fünf Innovations- und Wachstumsfelder. Hier sollen die Umsätze in den kommenden Jahren auf rund 29 Milliarden Euro wachsen. Das gilt zuallererst für das mobile Internet. Unser Ziel von 10 Milliarden Euro ist realistisch. Schon jetzt sind wir bei mehr als 5 Milliarden Euro Umsatz.

Daneben haben wir uns vorgenommen, mit Online-Diensten zu wachsen – außerdem beim vernetzten Zuhause sowie mit kombinierten IT- und Telekommunikationslösungen für Großkunden. Und auch mit intelligenten Netzlösungen zum Beispiel für die Energie- oder die Gesundheitsbranche. An vielen Stellen sind wir gut unterwegs, an anderen müssen wir die PS noch besser auf die Straße bringen.

Im Kern geht es um Folgendes: um Kommunikations-, Transaktions-, Unterhaltungs- und IT-Dienstleistungen für unsere Kunden auf Basis einer hochmodernen Infrastruktur. Unser Ziel ist, dass die Kunden sagen: Die Telekom ist meine erste Wahl für vernetztes Leben und Arbeiten. Mit diesen strategischen Schwerpunkten wollen wir das erreichen:

#### 1. Integrierte Netze für die Gigabit-Gesellschaft

Unsere Kunden wollen vor allem eines: Immer die beste und schnellstmögliche Verbindung. Ihnen ist es egal, ob mit DSL, VDSL und FTTH, mit Wireless LAN an möglichst vielen Hotspots, mit HSPA+ und LTE – darum wollen sie sich gar nicht kümmern. Deswegen müssen wir unsere Netze so miteinander kombinieren, dass wir trotz der verschiedenen Mobilfunk- und Festnetz-Technologien einen nahtlosen Zugang gewährleisten. Egal ob per Laptop, Smartphone,

Tablet, Kamera, Spielekonsole oder Bordcomputer: Wir stellen sicher, dass sie immer die schnellste und die günstigste Netzverbindung bekommen, die für die jeweilige Anwendung sinnvoll und erforderlich ist.

Schon heute nutzen die Menschen riesige Datenmengen in Gigabyte-Größenordnung – schon bald werden sie auch Gigabit-Übertragungsraten verlangen, ohne über das Volumen nachdenken zu wollen. Früher hat man nur telefoniert, heute lädt man wie selbstverständlich auch Filme und Musik auf sein Handy und nutzt Navigation oder Wetterinfos.

Das Angebot von leistungsfähigen Netzen bleibt die Basis, auf der unser Unternehmen steht. Insbesondere im Mobilfunk lässt sich auch noch in Zukunft gutes Geld verdienen. Wieviel wir aber letztlich in die Netze investieren können, hängt davon ab, welche Rahmenbedingungen wir erhalten.

## 2. Mehr Innovation durch Kooperation

Wir können nicht alles alleine entwickeln. Innovation ist ein Dreiklang: aus Eigenentwicklungen – wie Entertain, Mediacenter oder PagePlace –, aus Partnerschaften und aus Akquisitionen bzw. Beteiligungen an Innovationsfirmen. Wir haben hier in den vergangenen Monaten viele kleine und größere Schritte gemacht. Erst kürzlich haben wir uns etwa an dem SMS- und Sprachdienst „Pinger“ beteiligt – einer der erfolgreichsten iPhone-Anwendungen. Oder, ein weiteres Beispiel: Wir arbeiten mit der Firma „Lookout“ aus dem Silicon Valley zusammen für mehr Sicherheit und Kontrolle über Smartphones und ihre Apps.

Wir brauchen solche Kooperationen, um unsere eigenen Stärken durch Partnerfirmen zu ergänzen. Dafür müssen wir offener werden und die schon verbesserte Innovationskultur im Unternehmen weiter ausbauen. Und wir werden T-Venture – unsere Venture-Capital-Tochtergesellschaft – künftig

noch stärker einsetzen, um uns zielgerichtet an externer Innovation zu beteiligen. Ergänzend dazu haben wir vor einigen Tagen in Berlin einen ersten sogenannten „Inkubator“ für Start-ups gegründet. Damit fördern wir innovative Geschäftsideen und unterstützen die Gründer: unter anderem durch Zugang zu unseren Entwicklungsplattformen; außerdem helfen wir ihnen bei der Startfinanzierung, und erfahrene Experten beraten sie.

### 3. Sichere Cloud-Lösungen

Ich habe schon erwähnt, dass sichere und zuverlässige Cloud-Dienste für unser Geschäft immer wichtiger werden. Dazu zählen auch Kommunikationsdienste für den Mittelstand – etwa unser Deutschland-LAN, ein Komplettpaket für Festnetz-, Mobilfunk- und PC-Kommunikation aus der Cloud.

In dieses Feld gehören zudem unsere intelligenten Netzlösungen für die Branchen Automobil, Gesundheit und Energie. Ich will exemplarisch auf den Energie-Sektor etwas näher eingehen: Wir werden es in Zukunft mit einem hochkomplexen Energienetzwerk zu tun haben – mit einer Kombination aus zentralen großen und vielen lokalen Erzeugern und Verbrauchern. Das erfordert ein intelligentes Netz – ein sogenanntes Smart Grid –, das versteht, wie viel Energie wann und wo erzeugt und benötigt wird. Diese Entwicklung steht noch ganz am Anfang. Aber ohne moderne Telekommunikation und IT wird es nicht gehen. Wir sehen unsere Rolle dabei als Partner der Energiewirtschaft – oder neudeutsch: als „Enabler“ für dieses neue Netz.

#### 4. Kunden begeistern

Wir setzen uns ein ehrgeiziges Ziel: Wir wollen unsere Kunden begeistern. Nicht nur durch Service und Netzqualität – sondern auch durch verlässliche, einfach zu nutzende Produkte. Das klingt trivial, aber wir wissen, wie schwer es in einigen Bereichen umzusetzen ist.

Wir wollen für alle unsere Kunden die schnelle und verlässliche Hilfe bieten, die sie erwarten. Das bedeutet zum Beispiel, dass wir unsere jungen Kunden da abholen, wo sie nach Informationen suchen: etwa in sozialen Netzwerken. Unser Service-Kanal „Telekom hilft“ bei Facebook und Twitter ist dabei sehr erfolgreich und wird längst von anderen Unternehmen kopiert. Jetzt werden wir zusätzlich eine Feedback-Plattform von Kunden für Kunden einrichten.

Meine Damen und Herren,  
das sind die Handlungsfelder, auf die wir uns konzentrieren. Wir wissen, was inhaltlich zu tun ist – und wir wissen, wie wir es angehen müssen: Wir müssen in unserem Kerngeschäft um jede Kundenbeziehung kämpfen. Wir müssen unser Unternehmen verändern, Prozesse und Organisationen verschlanken, um in einer sich dramatisch wandelnden Industrie wettbewerbsfähig zu bleiben. Und wir müssen uns erneuern, innovativer und schneller werden, um mit Internet- und Cloud-Diensten erfolgreich zu sein.

Wir haben bewiesen, dass wir die Kraft haben, uns in einem schwierigen Umfeld gut zu behaupten – und gleichzeitig die Transformation des Konzerns unbeirrt voranzutreiben. Dazu gehört auch weiterhin ein verantwortungsvoller Personalumbau, daran führt kein Weg vorbei. Und davon können wir keinen Unternehmensteil ausnehmen, gerade auch die historisch gewachsene Zentrale nicht. Sie ist zu groß für das schnelle und preisaggressive Geschäft. Deswegen sind wir dabei, diese Konzernzentrale deutlich zu verkleinern und effizienter zu organisieren. Wir haben solche Maßnahmen in den vergangenen

Jahren stets gemeinsam mit dem Sozialpartner kooperativ und fair gestaltet. Das soll auch so bleiben.

Ich sage auch ganz bewusst: Umbau. Denn wir brauchen neue Kompetenzen und eine innovationsfördernde Kultur im Unternehmen, um erfolgreich zu sein. Dazu qualifizieren wir einerseits unsere eigenen Mitarbeiter. Gleichzeitig suchen wir weltweit exzellente Nachwuchskräfte und erfahrene Experten. Und schließlich bilden wir selbst junge Talente aus – so viel wie kaum ein anderer Konzern: Viele Tausend Azubis sind es allein in Deutschland.

Meine Damen und Herren,  
sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,  
trotz Wirtschaftskrise, trotz knallhartem Wettbewerb und trotz nachteiliger Regulierung steht die Deutsche Telekom heute für Stabilität und Verlässlichkeit. Das ist ein hoher Wert für langfristig orientierte Anleger in diesen unsicheren Zeiten. Wir erwirtschaften einen stabilen Free Cashflow, den wir etwa zur Hälfte ausschütten wollen. Während eine Reihe von Unternehmen aus unserer Branche die Dividenden kürzt, halten wir an unseren Zielen fest: Für das Geschäftsjahr 2011 schlagen Vorstand und Aufsichtsrat daher der Hauptversammlung vor, eine Dividende von 70 Cent je Aktie auszuschütten. Für inländische Aktionäre ist die Dividende im Übrigen auch in diesem Jahr steuerfrei.

Ich danke Ihnen für Ihr Vertrauen in den vergangenen Jahren. Und ich würde mich freuen, wenn Sie uns als Aktionär weiter begleiten. Unser Ziel ist klar: Wir wollen für unsere Kunden die erste Wahl sein – mit besten Produkten und Diensten für das vernetzte Leben und Arbeiten – und damit für Sie eine attraktive Rendite erwirtschaften und für unsere Mitarbeiter ein guter Arbeitgeber bleiben.