

**Conference Call**  
**Bericht zum 1. Quartal 2013**  
**8. Mai 2013**

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

Meine Damen und Herren,

auch ich begrüße Sie ganz herzlich zu dieser Telefonkonferenz.

Seit unserer Jahrespressekonferenz Ende Februar hat sich einiges getan: In unseren beiden größten Märkten – in Deutschland und den USA – haben wir wichtige strategische Ziele für die Deutsche Telekom erreicht.

Zunächst hat die Bundesnetzagentur im März die neuen Preise für die Teilnehmeranschlussleitung festgelegt. Zum ersten Mal sind die Entgelte nicht gesenkt worden, sondern sogar leicht gestiegen. Dies folgt Aussagen der EU-Kommission, die im Festnetz Geschäftsmodelle besser kalkulierbar machen und vor allem Investitionsanreize für Breitbandnetze setzen will.

Im April hat die Bundesnetzagentur zudem ihren sogenannten Konsultationsentwurf zum Thema Vectoring veröffentlicht. Nicht alle Einzelheiten sind in unserem Sinne und noch ist die Vorlage nicht rechtskräftig. Aber die Richtung stimmt.

Das Entscheidende: Die Bundesnetzagentur erkennt an, dass aus technischen Gründen nur ein Anbieter Vectoring an einem Kabelverzweiger installieren kann.

Das ist eine wichtige Voraussetzung für unseren geplanten Breitbandausbau im Festnetz. Rund 6 Milliarden Euro wollen wir in den kommenden Jahren in Deutschland investieren, um den überwiegenden Teil unseres Netzes mit Glasfaser-Technik auf Übertragungsgeschwindigkeiten bis zu 100 Mbit/s aufzurüsten.

Und damit zum zweiten Thema.

Am 24. April haben die Aktionäre der MetroPCS der Zusammenführung mit T-Mobile USA zugestimmt. Seit dem 1. Mai sind die beiden Unternehmen unter einem Dach vereint. Seitdem wird die Aktie unter dem Kürzel TMUS an der New Yorker Börse gehandelt. Dabei hat sich der Kurs in den ersten Tagen gut entwickelt.

Darauf haben wir lange hingearbeitet. Zusammen mit MetroPCS haben wir jetzt rund 43 Millionen Kunden. Wir haben mehr Spektrum und eine bessere Netzabdeckung. Zum Jahresende soll unser LTE-Netz eine Bevölkerungsabdeckung von 200 Millionen erreichen.

Schon vor der Fusion haben John Legere und sein Team die Tarif- und Produktstruktur radikal überarbeitet. Seit dem 12. April haben wir außerdem das iPhone in den Shops – und schon rund 500.000 verkauft. Das wird uns

zusätzlich helfen. Wir können jetzt endlich in den USA mit der nötigen Schlagkraft angreifen.

Meine Damen und Herren, die Regulierungsentscheidungen zu TAL und Vectoring und die nunmehr vollzogene Fusion mit MetroPCS in den USA sind für uns von großer Bedeutung.

Das sind zwei Eckpfeiler unserer Strategie und damit für unser Ziel, die Deutsche Telekom wieder auf Wachstumskurs zu bringen.

Und nun zu den operativen Ergebnissen im ersten Quartal 2013:

- In Deutschland sehen wir weiter deutliche Kundenzuwächse im Mobilfunk, sowohl unter unseren eigenen Marken wie auch bei unseren Vertriebspartnern. Und bei VDSL kommen wir im eigenen Geschäft und mit Partnerschaften im Rahmen unseres sogenannten Kontingentmodells gut voran.
- In den USA ist erstmals seit 15 Quartalen die Zahl der Mobilfunkkunden unter eigener Marke gewachsen. Die Trendwende scheint erreichbar.
- Viele unserer europäischen Beteiligungen haben im Wettbewerbsvergleich weiter Stärke gezeigt – insgesamt haben wir bei den Vertragskunden im Mobilfunk wie auch im Breitband- und im TV-Geschäft unsere Kundenzahl netto gesteigert.

Anhaltender Preisdruck und Regulierungsentscheidungen haben dennoch zu einem Rückgang des Konzernumsatzes um 4,5 Prozent auf 13,8 Milliarden Euro geführt. Das geht vor allem auf das Geschäft in unseren europäischen Beteiligungen und in den USA zurück.

Das bereinigte EBITDA ist im ersten Quartal um 4,3 Prozent auf 4,3 Milliarden Euro gesunken.

Der Free Cashflow betrug gut 1,0 Milliarden Euro, rund 7,5 Prozent weniger als im ersten Quartal 2012.

Der ausgewiesene Konzernüberschuss stieg um 3,5 Prozent auf mehr als 560 Millionen Euro, der bereinigte um knapp 31 Prozent auf rund 770 Millionen Euro.

Auf der Basis dieser soliden Zahlen für das erste Quartal bestätigen wir die Prognose für das Gesamtjahr.

Wir hatten für das Gesamtjahr ein bereinigtes EBITDA von rund 17,4 Milliarden Euro ohne MetroPCS prognostiziert. Seit dem 1. Mai wird MetroPCS vollständig in den Konzern einbezogen, also mit einem Ergebnisbeitrag über acht Monate, der hinzuzurechnen ist. Die Erwartung für den Free Cashflow bleibt weiter bei rund 5 Milliarden Euro.

Kurz zur Entwicklung in den einzelnen operativen Segmenten – Tim Höttges wird das gleich noch etwas detaillierter ausführen.

Das Deutschlandgeschäft entwickelt sich solide.

Im Mobilfunk stieg die Zahl der Vertragskunden unter den Marken Congstar und Telekom um netto 144.000. Zusammen mit Diensteanbietern auf unserem Netz hatten wir insgesamt ein Plus von 441.000 Kunden.

Der Trend bei den Serviceumsätzen hat sich weiter verbessert. Dabei muss man berücksichtigen, dass die gesamte Mobilfunk-Branche in Deutschland

mehr als 100 Millionen Euro Umsatzrückgang aus gesenkten Terminierungsentgelten zu schultern hatte.

Ohne diesen Einfluss haben wir den Serviceumsatz im ersten Quartal stabil gehalten. In den letzten drei Monaten 2012 gab es hier auf vergleichbarer Basis noch einen Rückgang um 2,2 Prozent.

Unser Ziel bleibt bestehen, im Gesamtjahr 2013 vor Änderung der Terminierungsentgelte bei den Serviceumsätzen im Mobilfunk wieder zu wachsen.

Im Festnetzgeschäft haben wir einen starken Zuwachs bei unseren Glasfaser-Produkten auf jetzt mehr als 1,1 Millionen Anschlüsse. Der Zuwachs um 156.000 Anschlüsse seit Jahresende ist der höchste, den wir jemals in einem Quartal hatten. Dazu hat auch das Kontingentmodell beigetragen, mit dem Wettbewerber unsere Infrastruktur nutzen. Dieses Angebot wird gut angenommen.

Bei Entertain haben wir jetzt mehr als 2 Millionen Kunden. Mehr als 16 Prozent unserer DSL-Kunden nutzen inzwischen gleichzeitig Entertain. Das führt zu steigenden Umsätzen pro Anschluss.

Im Europageschäft haben wir es nach wie vor mit großen Herausforderungen zu tun – und halten uns dabei insgesamt gut.

Im Mobilfunk konnten wir im ersten Quartal weitere 72.000 Vertragskunden gewinnen.

Im Festnetz zählen wir fast 60.000 neue Breitbandkunden und liegen jetzt bei mehr als 5 Millionen Anschlüssen.

Sehr erfolgreich sind wir auch im TV-Geschäft mit einem Plus von 72.000 Kunden auf jetzt mehr als 3 Millionen.

Im Vergleich zum ersten Quartal 2012 bedeutet das: zweistellige Zuwachsraten beim mobilen Internet und im TV-Geschäft.

Und auch die Strategie, mit ICT-Lösungen in den Geschäftskundenmarkt zu expandieren, kommt voran: Der Umsatz lag hier um 4,3 Prozent über dem Vorjahr. Dass wir in diesem Bereich zuletzt nicht ganz so kräftig gewachsen sind wie in den Vorquartalen, liegt vor allem an Sparprogrammen privater und öffentlicher Auftraggeber.

Regulierungseinflüsse haben die europäischen Beteiligungen im Mobilfunk mit rund 126 Millionen Euro belastet.

Das entspricht der Hälfte des Umsatzrückganges in den ersten drei Monaten des Jahres.

Beim bereinigten EBITDA sieht die Tendenz ähnlich aus. Regulierungseffekte und Sondersteuern haben im ersten Quartal ebenfalls mehr als die Hälfte des EBITDA-Rückganges ausgemacht. In Griechenland beispielsweise wurden die mobilen Terminierungsentgelte bis Ende März 2013 um 74 Prozent gegenüber dem Vorjahresstand gesenkt.

Besonders schwierig ist die Situation in Ungarn. Im ersten Quartal 2012 hatten wir hier eine spezielle Telekommunikationssteuer zu zahlen, die es inzwischen nicht mehr gibt – dafür wurde Mitte vergangenen Jahres eine neue eingeführt.

Und im ersten Quartal 2013 wurde jetzt auch noch eine Infrastruktur-Steuer angesetzt, die sich – plakativ gesprochen – nach der Länge der verlegten Leitungen richtet. Das bedeutet: Je besser das Netz ausgebaut ist, desto höher

fällt die Steuer aus. Das konterkariert auch den weiteren Infrastrukturausbau. Das hat zu einer deutlichen Ergebnisbelastung geführt.

Operativ dagegen hat unsere ungarische Tochtergesellschaft im ersten Quartal einige Erfolge erreicht mit einem Plus von 10.000 Breitbandanschlüssen im Festnetz und 16.000 neuen Vertragskunden im Mobilfunk.

In Griechenland hat sich die OTE trotz des extrem schwierigen wirtschaftlichen Umfeldes und harter regulatorischer Eingriffe gut geschlagen.

Im Festnetz stieg die Zahl der Breitband-Anschlüsse im Vorjahresvergleich um rund 10 Prozent. Inzwischen haben wir auch – endlich – unsere VDSL-Angebote vom Regulierer genehmigt bekommen, so dass wir hier im Endkundenmarkt loslegen können.

Im TV-Geschäft haben wir inzwischen knapp 150.000 Kunden – das ist ein Plus von mehr als 100 Prozent gegenüber Ende März 2012.

Trotz eines deutlichen Umsatzrückganges konnten wir die EBITDA-Marge um einen Prozentpunkt verbessern. Kosteneinsparungen einschließlich eines Personalabbaus um mehr als 11 Prozent haben dazu beigetragen.

Parallel dazu festigt OTE seine finanzielle Basis weiter durch die vereinbarten Verkäufe des Satellitengeschäfts im ersten Quartal und der bulgarischen Globul im April.

Bei allen Herausforderungen, mit denen wir konfrontiert sind: Das Team der OTE macht einen sehr guten Job.

Damit komme ich zu den USA.

Hier ist, wie schon gesagt, die Zahl der Kunden unter eigener Marke nach langer Zeit wieder gestiegen. Mit rund 3.000 liest sich das bescheiden. Im Vorjahresquartal gab es aber noch einen Rückgang um 261.000.

Die Zahl der Kunden insgesamt – also einschließlich Vertriebspartnern und M2M – ist um 579.000 gestiegen nach einem Plus von 187.000 im Vorjahr.

Keine Frage: Die Entwicklung der Kundenzahl zeigt in die richtige Richtung. Ebenso die Wechselrate bei den Vertragskunden, die im Jahresvergleich um 60 Basispunkte auf 1,9 Prozent gesunken ist. Der negative Trend ist gebrochen.

Das Team um John Legere hat schon in den ersten drei Monaten 2013 mit der drastisch überarbeiteten Tarifstruktur eine Menge erreicht. Und wie gesagt, seit dem 1. Mai können wir gemeinsam mit MetroPCS angreifen.

Darüber hinaus haben wir seit dem 12. April mit dem iPhone eine Lücke bei den Endgeräten geschlossen, die uns vorher Wettbewerbsfähigkeit gekostet hat. Rund eine halbe Million iPhones haben wir seitdem an Bestandskunden und – besonders wichtig – auch an zahlreiche Neukunden verkauft. Also, wir greifen im amerikanischen Mobilfunkmarkt an.

Im ersten Quartal 2013 hat das noch nicht zu einer positiven Umsatzentwicklung geführt. Das ist zum einen Folge des über die vergangenen Quartale gesunkenen Bestandes bei Vertragskunden.

Die Zahlen des ersten Quartals zeigen, dass dieser Trend gestoppt werden konnte und es nun wieder in die richtige Richtung geht.

Zum anderen führt unsere aggressivere Preispolitik mit den sogenannten Value-Plänen gerade bei den Vertragskunden auch zu geringeren



Durchschnittsumsätzen. Gleichzeitig erhöht sich aber die Kundenbindung, weil das Preis-Leistungs-Verhältnis in Relation zum Wettbewerb besser wird.

Folge: Die Wechselrate sinkt. Andererseits stiegen die monatlichen Umsätze bei den Prepaid-Kunden durch den Erfolg unserer neuen Flatrate-Tarife. Unser Ziel ist es, langfristige Kundenverhältnisse aufzubauen und zu sichern. Der Trend bei Vertrags- wie auch bei Prepaid-Kunden zeigt in die richtige Richtung. Mittel- und langfristig peilen wir Umsatzwachstum an.

Bei T-Systems schließlich hat der Auftragseingang im ersten Quartal um knapp 33 Prozent zugelegt. Wichtige Aufträge kamen dabei unter anderem von EADS und den Schweizerischen Bundesbahnen (SBB) sowie über unsere diversen Cloud-Angebote herein.

Der Gesamtumsatz ist im ersten Quartal durch die gesunkenen Erlöse aus konzerninternen Geschäften zurückgegangen. Der Umsatz der Market Unit ist dagegen leicht gestiegen.

Sehr positiv hat sich die Ertragskraft entwickelt. In der Market Unit haben wir einen Anstieg der EBIT-Marge um rund einen Prozentpunkt erreicht.

Meine Damen und Herren,

die Zahlen für das erste Quartal zeigen, dass wir solide in das neue Geschäftsjahr gestartet sind. Wir haben in Europa außerhalb Deutschlands weiter ein äußerst schwieriges wirtschaftliches Umfeld.

Und eine ganze Reihe staatlicher und Regulierungsentscheidungen engen uns dort zusätzlich ein und drücken auf Umsätze und Ergebnisse.

Auch in Deutschland bleibt der Wettbewerbsdruck enorm hoch. Aber die vorgeschlagene Regulierungsregelung bei Vectoring und die neuen, langfristig

stabilen Preise für die Teilnehmeranschlussleitung geben uns die Hoffnung, dass wir unternehmerische Handlungsfähigkeit zurückgewinnen und unser Geschäft mit massiven Investitionen nach vorne entwickeln können.

In den USA ist durch den Zusammenschluss mit MetroPCS aus dieser Hoffnung bereits eine konkrete Chance geworden – die packen wir jetzt an.

Und damit übergebe ich nun das Wort an Tim Höttges.