

Conference Call
Bericht zum 2. Quartal 2013
8. August 2013

Timotheus Höttges
Finanzvorstand
Deutsche Telekom AG

Vielen Dank, René Obermann!

Kommen wir zunächst zum Segment Deutschland. Wir sind mit unserer operativen Leistung in Deutschland im zweiten Quartal sehr zufrieden. Der Umsatz war im Vergleich zum Vorjahr mit einem Rückgang um lediglich 0,8 Prozent nahezu stabil.

Klammert man Regulierungseinflüsse, Konsolidierungskreisveränderungen und einen negativen Einmaleffekt in unserem Wholesale-Geschäft aus, belief sich der Umsatzrückgang auf lediglich 0,3 Prozent.

Der Hauptfaktor für diese erfreuliche Entwicklung war das knapp 4-prozentige Wachstum im Mobilfunk. Dies ist auf eine Verbesserung sowohl der Service- als auch der Endgeräteumsätze zurückzuführen.

Der Umsatz im klassischen Festnetz war um 3,1 Prozent rückläufig, was der Entwicklung in den Quartalen zuvor entspricht.

Das bereinigte EBITDA ging im Jahresvergleich um 2,9 Prozent zurück. Die Marge liegt bei starken 40,6 Prozent.

Dank der im zweiten Quartal neu hinzugewonnenen 34.000 Kunden für unsere LTE-Breitbanddienste via Funk verbesserten wir die Entwicklung bei den Anschlussverlusten gegenüber dem ersten Quartal. Hinzu kommt ein kontinuierliches Wachstum des durchschnittlichen Umsatzes pro Anschluss, getrieben durch eine anhaltende Migration auf Double- und Triple-Play-Produkte.

Im Bereich der schnellen Glasfaseranschlüsse verzeichneten wir mit 126.000 neuen Kunden ein kräftiges Wachstum. Hiervon kamen dank unseres Kontingentmodells 45.000 Kunden aus dem Wholesale-Geschäft.

Die Nettoneuzugänge bei den Breitbandkunden waren mit einem Minus von 14.000 leicht rückläufig. Dieser Entwicklung wollen wir im zweiten Halbjahr mit höheren Marketing- und Werbeaktivitäten für unser Entertain-Produkt entgegenwirken, zum Beispiel mit dem neuen Produkt „Entertain to go“ und der Erweiterung unseres Angebots durch die Zusammenarbeit mit Sky.

Die Serviceumsätze im deutschen Mobilfunkmarkt gingen im zweiten Quartal 2013 um 3,4 Prozent zurück.

Wie geplant sind wir trotz eines schwierigen Marktumfelds unter Ausklammerung des Effekts gesenkter Terminierungsentgelte im Vergleich zum Vorjahr zu einem Wachstum der Serviceumsätze von 1,0 Prozent zurückgekehrt.

Die Treiber waren hier:

- Kräftiges Wachstum von rund 18 Prozent bei den mobilen Datenangeboten.
- Unsere nach wie vor ausgezeichnete Vertriebsleistung: Wir haben 434.000 neue Mobilfunk-Vertragskunden hinzugewonnen, 157.000 davon unter eigener Marke.
- Die Dynamik beim Smartphone-Absatz war mit knapp 1 Million verkaufter Endgeräte weiter ungebrochen. Wir verzeichneten einen unverändert kräftigen Zuwachs bei den Double-Play-Kunden, die jetzt 65 Prozent der eigenen Vertragskunden ausmachen. Das entspricht einem Anstieg von 53 Prozent gegenüber dem Vorjahr.
- Die Wechslerate bei den Vertragskunden betrug 1,2 Prozent – ein „Best in Class“-Ergebnis.

Wenden wir uns nun dem USA-Geschäft zu. Dies ist das erste Quartal, in dem wir MetroPCS in unseren Kennzahlen berücksichtigen. Wir freuen uns sehr, dass wir im USA-Geschäft nach 16 aufeinanderfolgenden Quartalen mit Vertragskundenverlusten im zweiten Quartal mit 688.000 neu hinzugewonnenen eigenen Vertragskunden eine Trendwende erreicht haben.

Im Prepaid-Bereich hatten wir eine deutliche Kunden-Migration zu Postpaid-Tarifen mit „Simple Choice“-Plänen ohne jährlichen Servicevertrag.

Wie erwartet war das zweite Quartal 2013 durch erhebliche Investitionen gekennzeichnet. Gründe hierfür waren der Start der Uncarrier-Strategie sowie die Einführung des iPhone. Dies schlug sich in der Entwicklung des bereinigten EBITDA nieder, das im Jahresvergleich um 10 Prozent rückläufig war und zu einer bereinigten EBITDA-Marge von 19,3 Prozent führte.

Der durchschnittliche Umsatz pro Kunde (ARPU) bei den eigenen Postpaid-Kunden ging gegenüber dem Vorjahreswert um 6,5 Prozent zurück, was sich mit der Kundenmigration zu Simple-Choice- und Value-Plänen begründen lässt. Diese machen jetzt 50 Prozent des eigenen Postpaid-Kundenstamms aus – ein deutlicher Anstieg gegenüber den 36 Prozent am Ende des ersten Quartals. Der Rückgang des ARPU eigener Postpaid-Kunden im Vergleich zum ersten Quartal verbesserte sich auf 0,9 Prozent. Mit Blick auf die eigenen Prepaid-Kunden stieg der ARPU im Jahresvergleich um 30 Prozent und im Vergleich zum Vorquartal um 23 Prozent. Ausschlaggebend hierfür war die Einbeziehung der MetroPCS-Kunden, die einen höheren ARPU aufweisen.

Der Umsatz bei T-Mobile US legte, selbst unter Ausklammerung der Effekte der Erstkonsolidierung von MetroPCS, um 12,5 Prozent zu. Das ist hauptsächlich auf einen verstärkten Endgeräteabsatz zurückzuführen. Allein im zweiten Quartal verkauften wir 4,3 Millionen Smartphones, was 86 Prozent aller verkauften Endgeräte ausmachte. Am Ende des Quartals hatten wir 15 Millionen Smartphone-Nutzer in unserem eigenen Postpaid-Kundenstamm. Das sind 72 Prozent der gesamten eigenen Postpaid-Basis.

Die Serviceumsätze waren um 8,3 Prozent rückläufig – eine positive Entwicklung gegenüber 9,3 Prozent im ersten Quartal.

Das EBITDA war ohne Berücksichtigung der Erstkonsolidierung von MetroPCS um 27 Prozent rückläufig.

Diese Entwicklungen lassen sich auf die Einführung der Uncarrier-Strategie und des iPhone-Angebots sowie auf die herausragenden Nettoneuzugänge bei den eigenen Postpaid-Kunden zurückführen.

Besonders freut mich dabei, dass wir hochwertige Kunden hinzugewonnen haben:

Die Anträge von „Prime“-Kunden erhöhten sich um mehr als das Dreifache gegenüber dem zweiten Quartal 2012. 52 Prozent unserer Forderungen aus Geräteinstallationsplänen lassen sich als „Prime“ einstufen. Das entspricht einem deutlichen Anstieg gegenüber 43 Prozent zum Jahresende 2012.

Die Umsätze in Europa gingen im zweiten Quartal um 4,5 Prozent zurück – das ist eine beachtliche Verbesserung gegenüber 6,9 Prozent im ersten Quartal. Organisch betrug der Rückgang lediglich 1,4 Prozent.

Die wichtigsten Umsatzbeiträge auf vergleichbarer Basis kamen aus Ungarn, Polen und der Slowakei. Bei letzteren beiden kehrten wir zu Umsatzwachstum zurück, und auch aus Ungarn kamen wieder gute Impulse. Rechnet man die Regulierungseffekte heraus, bewegten sich die Serviceumsätze im zweiten Quartal wieder im positiven Bereich. Das Energie-Resale-Geschäft sowie die Endgeräteumsätze sorgten ebenfalls für beträchtliche Beiträge.

In Griechenland gab es weitere Rückgänge bei den Festnetz- und Mobilfunk-Sprachdiensten. Insgesamt hat sich die Entwicklung in Griechenland aber leicht verbessert. Hier wirkte sich vor allem unser erfolgreiches TV-Geschäft aus: Wir gewannen innerhalb eines Jahres 100.000 TV-Kunden hinzu.

Der Rückgang des bereinigten EBITDA fiel für das Segment geringer aus als im ersten Quartal, da im Vorquartal die ungarische Energiesteuer für das Gesamtjahr verbucht wurde. Einsparungen bei den indirekten Kosten flossen im zweiten Quartal zum Teil in höhere Marktinvestitionen. Exklusive Wechselkurs-, Regulierungs- und Einmaleffekten war das bereinigte EBITDA des Segments um 5,8 Prozent rückläufig. Das führte zu einem Margenrückgang von rund 1,5 Prozentpunkten.

In den Niederlanden und in Österreich verzeichneten wir einen erheblichen Rückgang des bereinigten EBITDA. Grund hierfür waren höhere Marktinvestitionen infolge einer beschleunigten Vertriebsdynamik.

Der stärkste positive Beitrag zum bereinigten EBITDA kam aus Polen – effizientere Marktinvestitionen durch die Umstellung auf getrennte Verträge für Mobilfunkdienste und Endgeräte waren hier die Gründe.

Zusätzlich zu den guten Neukundenzahlen im Segment Europa mit einem Anstieg der TV-Kundenzahl auf jetzt mehr als 3 Millionen und bei den Breitband-Kunden auf über 5 Millionen möchte ich noch auf die anhaltende Dynamik im mobilen Datengeschäft hinweisen. Bereinigt um Wechselkurseffekte legten die Umsätze hier im ersten Halbjahr 2013 um 11 Prozent zu. Dahinter steht ein weiterer Anstieg der Smartphones auf jetzt 70 Prozent aller ausgelieferten Mobilfunk-Geräte, das sind 10 Prozentpunkte mehr als im Vorjahr.

Lassen Sie mich an dieser Stelle kurz darauf eingehen, welche Fortschritte wir bei unserer Strategie für das Segment Europa erzielt haben:

- Der Anteil unserer Wachstumsfelder an den Gesamtumsätzen erhöhte sich im Jahresvergleich um zwei Prozentpunkte auf 21 Prozent.
- Der Anteil von „Connected Home“ an den Festnetzumsätzen stieg im Vergleich zum Vorjahr um zwei Prozentpunkte auf 21 Prozent, getrieben durch den gesteigerten Umsatz im TV-Geschäft.
- Der Anteil mobiler Datenumsätze an den Gesamtumsätzen im Mobilfunk legte um 2 Prozentpunkte auf 16 Prozent zu.
- Und der Anteil der B2B/ICT-Umsätze an den Gesamtumsätzen erhöhte sich leicht um 0,3 Prozentpunkte auf knapp 3 Prozent.

Dies zeigt, dass die Umsatztransformation im Segment Europa in vollem Gange ist.

Auf der Kosten- und Effizienzseite haben wir folgende Fortschritte erzielt:

- Der All IP-Anteil an allen Festnetzanschlüssen erhöhte sich um 9 Prozentpunkte auf 23 Prozent, getrieben durch die Entwicklung in Kroatien, der Slowakei und Mazedonien.
- Die Anzahl der sich in Betrieb befindlichen LTE-Standorte verdoppelte sich im Jahresvergleich auf 1.600. Wir verfügen bereits in 6 Ländern über kommerziell genutzte LTE-Netze.
- Und die Anzahl der über Glasfaser bis in die Wohnung des Kunden angeschlossenen Haushalte stieg im Jahresvergleich um ein Viertel auf 150.000.

Und damit zum Systemgeschäft, wo wir im zweiten Quartal zufriedenstellende Ergebnisse erzielten. Der Umsatzrückgang von 8,6 Prozent war hauptsächlich auf saisonale Effekte und Projektverzögerungen bei Telekom IT zurückzuführen. Hier hatten wir einen Rückgang um 30 Prozent.

Der Umsatz der Market Unit war um 2,3 Prozent rückläufig, wobei die dominierenden Faktoren die Entkonsolidierung der Gesellschaften in Frankreich und Italien sowie Wechselkurseffekte waren. Auf vergleichbarer Basis gingen die Umsätze der Market Unit lediglich um 0,4 Prozent zurück.

Der Auftragseingang im zweiten Quartal erreichte auf absoluter Basis fast das gleiche Niveau wie im ersten Quartal und legte im Jahresvergleich, unter anderem bedingt durch Aufträge von Kone und den Schweizerischen Bundesbahnen (SBB), um mehr als 3 Prozent zu.

Beim bereinigten EBITDA und bereinigten EBIT verzeichneten wir im zweiten Quartal eine signifikante Verbesserung. Die EBIT-Marge stieg auf 2,6 Prozent. Haupttreiber waren Effizienzmaßnahmen sowie der Abschluss der kostenintensiven Übergangs- und Transformationsphase bei einigen unserer Big Deals.

Der Free Cashflow ist mit 1,1 Milliarden Euro im Vergleich zum sehr starken zweiten Quartal des Vorjahres um mehr als 30 Prozent rückläufig. Ursächlich hierfür ist ein um 0,3 Milliarden Euro geringerer operativer Cashflow. Zudem stiegen die Investitionen (ohne Spektrum) um 0,4 Milliarden Euro. Dahinter stehen insbesondere die Investitionen für den LTE-Netzausbau in den USA sowie saisonale Effekte, die zu geringeren Investitionen im ersten Quartal führten.

Der bereinigte Konzernüberschuss ging trotz des niedrigeren EBITDA um nur 1,5 Prozent im Jahresvergleich zurück. Positiv wirkten sich vor allem niedrigere Abschreibungen aus. Der Grund ist eine reduzierte Abschreibungsbasis, bedingt durch die im Vorjahr erfasste Wertminderung der Vermögenswerte von T-Mobile USA.

Unsere Netto-Finanzverbindlichkeiten stiegen im Vergleich zum ersten Quartal 2013 um 11,5 Prozent. Der durch die Dividendenausschüttung übliche saisonal bedingte Anstieg im zweiten Quartal wurde in diesem Jahr durch die erstmalige Einbeziehung der Netto-Finanzverbindlichkeiten der MetroPCS verstärkt. Trotz dieses Effektes veränderten sich die Netto-Finanzverbindlichkeiten im Vergleich zum zweiten Quartal 2012 nur marginal.

Ein Grund hierfür war die stark positive Resonanz unserer Aktionäre auf das erstmalige Angebot, die Dividende in Form von Aktien zu erhalten. Die Barausschüttung und die damit verbundene Belastung der Netto-

Finanzverbindlichkeiten wurde dadurch in diesem Jahr auf 2 Milliarden Euro reduziert.

Der Höchstwert bei den Netto-Finanzverbindlichkeiten ist hiermit in diesem Jahr erreicht. Der Free Cashflow der nächsten beiden Quartale und insbesondere der Erlös aus der Veräußerung von Globul werden die Netto-Finanzverbindlichkeiten wieder reduzieren.

Lassen Sie mich abschließend auf unsere Bilanzkennzahlen eingehen. Das Verhältnis der Netto-Finanzverbindlichkeiten zum bereinigten EBITDA erhöhte sich auf das 2,4-Fache. Grund hierfür ist die Vollkonsolidierung der von MetroPCS übernommenen Netto-Finanzverbindlichkeiten, bei aktuell nur 2 Monaten EBITDA-Beitrag von MetroPCS, die in die Berechnung einfließen.

Der Rückgang der Eigenkapitalquote auf 26,9 Prozent ist insbesondere auf die jetzt höhere Bilanzsumme aufgrund der MetroPCS-Konsolidierung zurückzuführen. Wir liegen mit allen Kennzahlen komfortabel im Zielbereich.

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