

– Es gilt das gesprochene Wort –

**Rede zur Hauptversammlung der Deutschen Telekom  
am 15. Mai 2014 in Köln**

**Timotheus Höttges  
Vorstandsvorsitzender  
Deutsche Telekom AG**

Guten Morgen, meine sehr geehrten Aktionärinnen und Aktionäre,  
und herzlich willkommen zu unserer Hauptversammlung!

Es ist schon ein komisches Gefühl, nach 13 Jahren bei der Telekom so eine Rede zu halten. Ich arbeite so lange in diesem Unternehmen und dennoch habe ich es mir nicht träumen lassen, heute hier zu stehen. Vor Ihnen, in der Verantwortung als Vorstandsvorsitzender unserer Deutschen Telekom.

Verantwortung, meine Damen und Herren, hat „antworten“ im Wortkern. Wer verantwortet, steht also im Dialog. Im Informationsaustausch über seine Taten und Pläne. Konkret: über unternehmerische Entscheidungen, die den Anteilseignern und Interessengruppen des Unternehmens nutzen. Also den Aktionären und Kapitalgebern, den Kunden und Mitarbeitern und den Menschen, die direkt oder indirekt von unseren Netzen und Diensten

abhängen. Basis dieser Entscheidungen muss aus meiner Sicht eine präzise Analyse des eigenen Unternehmens und des Marktumfelds sein.

Drei Perspektiven sind dabei wichtig:

Erstens: Der Blick zurück. Denn Verantwortung bedeutet auch, für einmal getroffene Entscheidungen einzustehen. Was haben wir im Geschäftsjahr 2013 erreicht? Wo stehen wir finanziell? Von wo aus gehen wir jetzt den nächsten Schritt?

Zweitens: Der Blick auf das Heute. Wie sieht unser Markt aus? Mit welchen regulatorischen Bedingungen müssen wir umgehen? Und was sind unsere unternehmerischen Aufgaben?

Und drittens: Der Blick nach vorn. Unsere Strategie. Wie unterscheiden wir uns von unseren Wettbewerbern? Wie verdienen wir unser Geld? Welche Technik müssen wir für eine Zukunft bauen, in der Menschen immer und überall mit dem Netz verbunden sein wollen?

Zunächst also der Blick auf das abgelaufene Geschäftsjahr:

Die Telekom wächst wieder! Der Konzernumsatz ist 2013 um 3,4 Prozent gestiegen. Übrigens auch organisch um fast ein Prozent – also ohne den Zusammenschluss unseres US-Geschäfts mit Metro PCS.

Die Telekom ist verlässlich. Wir haben unsere Prognose wieder einmal erreicht: Mit rund 4,6 Milliarden Euro bei den frei verfügbaren Mitteln, dem sogenannten Free Cashflow. Und mit 17,4 Milliarden Euro beim Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen, dem sogenannten bereinigten EBITDA.

Die Telekom schafft Wert! 2013 haben wir Ihr eingesetztes Kapital vermehrt. Die Aktienrendite – also die Kombination aus Kursentwicklung und Dividende – lag bei 56 Prozent!

Meine Damen und Herren,

ein solches Ergebnis ist nur möglich, wenn alle mitziehen. Große Erfolge sind die Summe vieler kleiner Erfolge. Jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter muss ihre oder seine Teilverantwortung kennen und wahrnehmen. 2013 hat das geklappt. Dafür danke ich allen 230.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern unserer Deutschen Telekom sehr herzlich!

Noch etwas ist mir wichtig: Ich weiß aus persönlichen Gesprächen, dass viele, die früher einmal für unser Unternehmen gearbeitet haben, immer noch „Telekomer“ sind. Allein 150.000 Ruheständler! Sie gehören zu uns! Sie sind stolz, wenn es gut bei uns läuft. Sie leiden mit, wenn wir einmal Prügel beziehen. Diese Loyalität haben wir in der Vergangenheit nicht ausreichend gewürdigt.

Das ändern wir jetzt. Meine Topführungskräfte und ich werden uns mit ihnen austauschen. Unsere Ruheständler kennen unsere Stärken und Schwächen. Sie haben immer gute Ideen – und gute Kontakte zu anderen Kunden. Davon wollen wir profitieren.

Ich spreche hier auf der Hauptversammlung darüber, weil auch das in meinen Augen ein Teil unserer Verantwortung als Unternehmen ist. Es gibt keine Zukunft ohne Herkunft! Wir haben dieses Land mit einer der modernsten Infrastrukturen Europas ausgestattet. Die prosperierende deutsche Wirtschaft wäre ohne unsere Netze unvorstellbar! Wir zählen zu den Spitzeninvestoren in Deutschland! Rund 4 Milliarden Euro in diesem Jahr, hauptsächlich in unser Netz. Niemand in der Branche investiert mehr. Niemand hat bessere

Techniker. Und niemand bildet so viel aus: mehr als 9.000 junge Menschen im vergangenen Jahr.

Jeder meiner Vorgänger hat die Deutsche Telekom auf seine Weise weiterentwickelt. Ron Sommer hat sie zu einem privatwirtschaftlichen und marktorientierten Unternehmen gemacht. Kai-Uwe Ricke hat durch konsequente Entschuldung wieder Luft geschaffen für Investitionen. Und mit René Obermann ist die Telekom deutlich kundenorientierter, innovativer und selbstbewusster geworden.

Sie wissen, René Obermann war bis zum 31. Dezember Vorstandsvorsitzender. Und so ist das gute Geschäftsjahr 2013 sein Jahr! Daher im Namen aller Mitarbeiter und des Vorstands noch einmal ein lautes Danke!

Meine Damen und Herren,

zurück zu den Zahlen: Das Deutschlandgeschäft macht 35 Prozent unserer Umsätze aus. Wenn es uns in Deutschland gut geht, geht es dem Gesamtkonzern gut. Deshalb freue ich mich, dass wir zumindest den Umsatztrend verbessert haben. Gleichwohl gab es im vergangenen Jahr unterm Strich noch ein Minus von 1,7 Prozent.

Es war richtig, in unsere Qualitätsführerschaft zu investieren. Wir haben das beste Netz. Und sind deshalb auch Marktführer. Im Mobilfunk haben wir als einziger Anbieter 2013 Marktanteile bei den Service-Umsätzen gewonnen. Im Festnetz verlieren wir zwar weiter bei den klassischen Telefonanschlüssen, gewinnen mit hochwertigen Produkten aber neue Kunden dazu: 11 Prozent mit unserem Fernseh-Angebot „Entertain“. Und 54 Prozent bei den Glasfaserkunden. Damit steigt auch der Umsatz pro Anschluss.

Die bereinigte EBITDA-Marge, also das Verhältnis von Vorsteuer-Ergebnis zu Umsatz, liegt bei 40 Prozent. Wichtig war und bleibt, dass wir effizienter werden. Zuverlässige Umsatzbringer der Vergangenheit schmelzen weg. Das Geschäft mit SMS zum Beispiel wird durch kostenlose Dienste wie WhatsApp weitgehend ersetzt. Deshalb können wir nur investieren, wenn wir gleichzeitig sparen. 2013 waren es allein 200 Millionen Euro bei den operativen Kosten.

Zusammengefasst: Das Geschäft in Deutschland verbessert sich. Und das „T“ hat große Strahlkraft. Unsere Marke steht für Vertrauen, für Kompetenz und für Qualität. Im Februar wurden wir erstmals als wertvollste Marke Deutschlands ausgezeichnet – vor Automobilherstellern wie Mercedes, BMW oder VW.

Richtig gut läuft wieder unser USA-Geschäft. T-Mobile US hat 2013 rund 2 Millionen eigene Vertragskunden netto gewonnen. Zum Vergleich: Hier stand 2012 noch ein Minus von 2,1 Millionen! Damit haben wir unsere eigene Prognose, die wir bereits im Verlauf des vergangenen Jahres angehoben hatten, noch einmal deutlich übertroffen. Und der Kundenansturm geht weiter: Im ersten Quartal 2014 sind wieder mehr als 1,3 Millionen eigene Vertragskunden dazugekommen.

Dieser tolle Erfolg des Teams in den USA ist auch hier die Summe vieler kleiner Erfolge:

- 3 Milliarden Dollar als Ausgleich für den gescheiterten AT&T-Verkauf.
- Außerdem zusätzliches Mobilfunk-Spektrum.
- Verkauf unserer Funktürme. Mit dem Geld haben wir unser Mobilfunknetz noch weiter ausgebaut.
- Endlich eine Vereinbarung mit Apple. Das iPhone: jetzt auch bei T-Mobile US.

- Freches Marketing. Kompletter Imagewandel. Wir sind im Markt der Angreifer, der mit radikal einfachen Tarifen die Großen vor sich hertreibt.
- Und schließlich: Zusammenschluss mit Metro PCS. 9 Millionen neue Kunden auf einen Schlag!

Die Strategie von T-Mobile US kommt gut an, auch an der Börse: Der Unternehmenswert ist zwischen April und Dezember um 53 Prozent gestiegen.

Die Frage lautet jetzt: Wie geht es mit dem US-Geschäft weiter? Zunächst: Wir sind in einer guten Position. Wir haben die Risiken für den Gesamtkonzern reduziert. T-Mobile US kann sich vollständig selbst finanzieren und hat einen eigenen Zugang zum Kapitalmarkt. Das Wachstum geht weiter, aber wir stehen vor enormen Investitionen in Netzausbau und Funkspektrum. Experten sagen daher, es wäre langfristig die beste Lösung, wenn es neben AT&T und Verizon noch einen dritten großen Anbieter auf dem US-Markt gäbe. Dieser Anbieter hätte weniger Kosten, eine bessere Netzabdeckung – und könnte noch mehr investieren. Entscheidend ist jetzt die Sicht der amerikanischen Wettbewerbsbehörden. Kommt es zu einer Marktberreinigung, wäre T-Mobile US auch dafür gut positioniert.

Ich komme zur T-Systems, unserer Großkundensparte, die 10 Prozent zu unserem Gesamtumsatz beiträgt. Obwohl wir im Geschäft mit externen Kunden 0,7 Prozent mehr Umsatz gemacht haben, sind wir insgesamt immer noch nicht profitabel genug. Wir müssen das Geschäftsmodell von T-Systems daher verändern. Darauf komme ich später noch einmal zurück.

Gut sind wir schon darin, die internen Kosten für Informationstechnik zu senken. In den vergangenen anderthalb Jahren haben wir bereits 700 Millionen Euro eingespart. Bis 2015 wollen wir die Milliarde schaffen.

Schließlich zum Europageschäft, das mehr als ein Fünftel unseres Umsatzes ausmacht. Insgesamt stehen wir in Europa weiter unter Druck. Die Konjunktur ist in vielen Ländern schwierig. Darauf reagieren wir.

1. Wir konzentrieren uns auf Themen, bei denen wir wachsen. Dazu zählen das mobile Internet, das TV-Geschäft und Produkte für Geschäftskunden. Im Mobilfunk haben wir bei den Vertragskunden im vergangenen Jahr um 2 Prozent zugelegt. Fernsehen war richtig stark: plus 21 Prozent.
2. Wir arbeiten an unseren Kosten. Nur ein Beispiel: In Griechenland haben wir durch geringere Personalausgaben das bereinigte Vorsteuer-Ergebnis stabilisiert.
3. Unsere griechische Beteiligung OTE refinanziert sich komplett selbst – ohne dass die Deutsche Telekom dafür einen einzigen Euro in die Hand nehmen musste. Wir haben das Geschäft in Bulgarien verkauft und damit 700 Millionen Euro Erlöst. An der Börse hat OTE eine regelrechte Kursexplosion erlebt: 2012 lag der Aktienkurs bei nur 1,25 Euro. Heute sind es 11 Euro!

Meine Damen und Herren,

über die Ergebnisse des ersten Quartals haben wir vor einer Woche ausführlich berichtet. Der Umsatz ist um 8 Prozent gestiegen. Auch organisch gab es ein deutliches Plus von 4,2 Prozent. Hauptgrund ist das starke Kunden- und Umsatzwachstum in den USA.

Wir bestätigen auf dieser Grundlage auch die Prognose für das laufende Geschäftsjahr: Das bereinigte EBITDA erwarten wir bei rund 17,6 Milliarden Euro, den Free Cashflow bei rund 4,2 Milliarden Euro. In den USA haben wir gerade einen guten Lauf! Wir haben jetzt die Chance, werthaltiges Kundenwachstum zu schaffen. Deshalb nehmen wir für den Netzausbau einen

geringeren Free Cashflow in Kauf. Wir sparen nicht am falschen Ende. Das ist eine ganz bewusste unternehmerische Entscheidung für Wachstum.

Meine Damen und Herren,

so gut das Jahr 2013 unter dem Strich war: Selbstzufriedenheit wäre unverantwortlich. Vergleicht man die europäische Telekommunikations-Industrie mit der in anderen großen Wirtschaftsregionen, dann gibt es Grund zur Sorge.

Der Datenverkehr im Internet steigt weltweit. Und überall steigen auch die damit verbundenen Umsätze: in den USA um mehr als 8 Prozent seit 2008. In Asien um 32 Prozent. Nur in Europa nicht. Da sind die Umsätze gesunken. Minus 3,3 Prozent! So können wir nicht investieren!

Wenn Sie sich heute anschauen, welche Unternehmen bei Endgeräten, bei Halbleiter-Chips, bei Internet-Diensten global führend sind – dann finden Sie kein einziges europäisches Unternehmen mehr. Die Dominanz von amerikanischen und asiatischen Firmen scheint uneinholbar. Google und Facebook zusammen sind an der Börse heute deutlich mehr wert als die gesamte europäische Telekommunikations-Industrie!

Wenn wir jetzt auch noch die Infrastruktur verlieren, verlieren wir unsere digitale Unabhängigkeit. Ganz ehrlich: Ich möchte nicht, dass unsere Kinder auf einem Kontinent groß werden, in dem wichtige Kommunikationsdienste vollkommen außerhalb unserer eigenen Kontrolle liegen. Ohne jeglichen Einfluss etwa darauf, wo sich unsere persönlichen Daten befinden und was mit ihnen geschieht. Ich möchte eine Verantwortung aus Europa für Europa.

Aber die Entwicklung geht in die andere Richtung. Google dringt mit Hangout – einem Dienst für Videotelefonie – in unser Kerngeschäft vor. Und es wird

niemand bestreiten können, dass auch Microsoft mit Skype oder Facebook mit WhatsApp längst Kommunikationsdienste anbieten. Damit verschaffen sie sich Zugang zu Kundendaten wie Bewegungsprofilen und Adressen. Anschließend werden diese Daten im einträglichen Werbegeschäft vermarktet. Uns würde man das niemals durchgehen lassen. Ich frage mich ganz ehrlich: Warum werden Google und Co. eigentlich anders reguliert als wir? Und welchen Beitrag leisten diese Unternehmen eigentlich beim Aufbau der teuren Infrastruktur?

Aber nicht nur das Verhältnis zwischen den USA und Europa verschiebt sich: Auch innereuropäisch verändern sich die Wettbewerbsbedingungen. Nehmen wir die Situation in Deutschland: Die Kabelanbieter sind mit Kampfpreisen unterwegs. Und haben 2013 knapp 90 Prozent aller neuen Breitband-Kunden in Deutschland gewonnen. Vodafone expandiert und wird nach der Übernahme von Kabel Deutschland auch im Festnetz zu unserem größten Wettbewerber. Und schließlich wollen sich O<sub>2</sub> und E-Plus zusammentun. Dann gibt es in Deutschland künftig drei große Mobilfunk-Anbieter.

Es stellt sich doch die Frage, ob die derzeitige Regulierung noch zu diesem Marktumfeld passt. Ich meine: nein. Es wird mit zweierlei Maß gemessen. Warum wird unser Netz anders behandelt, obwohl wir in vielen Bereichen nicht mehr marktbeherrschend sind? Und obwohl andere, große Wettbewerber bereitstehen? Ich fordere die Politik auf, hier zu handeln. Bei gleichen Bedingungen für alle könnten wir viel mehr investieren. Also genau das tun, was von uns immer gefordert wird.

Wir haben ganz konkrete Vorschläge, wie wir aus eigener Kraft mehr und bessere Infrastruktur aufbauen können:

1. Der Fokus der Regulierung sollte nicht allein auf günstigen Verbraucherpreisen liegen, sondern zu Investitionen in den Netzausbau ermutigen.
2. Eine europäisch harmonisierte Vergabe von Mobilfunk-Spektrum muss sich ebenfalls an Ausbauzielen orientieren. Sie darf nicht dem Stopfen von Haushaltslöchern dienen.
3. In einem europäischen Binnenmarkt könnten die Roaming-Gebühren wegfallen – zumindest nach einer gewissen Übergangsfrist. Aber dann dürften im Gegenzug auch die Kartellbehörden nicht mehr auf winzige Teilmärkte schauen, sondern müssten Europa als gemeinsamen Markt betrachten.
4. Wir brauchen eine europäische Datenschutz-Verordnung mit gleichen Bedingungen für Telekommunikations- und Internetunternehmen. Also einheitliche und hohe Datenschutzstandards, die auch für außereuropäische Anbieter gelten müssen, wenn sie ihre Dienste hier anbieten wollen.

Meine Damen und Herren,

wir dürfen aber nicht nur aus dem Fenster gucken. Wir müssen auch in den Spiegel schauen! Wir haben genug unternehmerische Hausaufgaben zu erledigen. Wir müssen schneller dabei werden, neue Produkte auf den Markt zu bringen. Viele interne Prozesse sind noch zu kompliziert. Wir nutzen unsere Möglichkeiten als europäischer Anbieter noch zu wenig – zum Beispiel bei der Werbung oder beim Einkauf. Wir müssen noch kritischer auf unser Geschäft schauen und schneller entscheiden, was zu uns passt, wo wir gut sind, was sich wirklich rentiert – und wo wir uns gegebenenfalls auch von Einheiten trennen.

Und schließlich – trotz aller unbestrittenen Fortschritte: Wir müssen noch kundenorientierter werden. Obwohl wir mittlerweile die Nummer 1 auch im Service sind, haben wir noch zu viele Kundenbeschwerden. Diese Zahl will ich bis 2018 halbieren!

Verantwortung heißt schließlich auch, Herausforderungen zu meistern. Wir packen den Stier bei den Hörnern. Und die genannten Punkte sind wichtige Schritte auf dem Weg, mittelfristig unsere Kapitalkosten zu verdienen. Wir haben uns beim sogenannten ROCE – das ist die Kennzahl, die die Rendite auf das eingesetzte Kapital misst – im vergangenen Jahr auf 3,8 Prozent verbessert. Das ist ein Fortschritt und doch nur ein Zwischenschritt. Für 2015 streben wir eine Verbesserung des ROCE auf rund 5,5 Prozent an.

Meine Damen und Herren,

damit komme ich zum dritten Teil – dem Blick nach vorn.

Wir erleben eine wahre Explosion der Datenmengen – das Datenvolumen im Internet verdoppelt sich alle zwei Jahre. Bis 2020 wird der mobile Datenverkehr 150-mal größer sein als noch 2010. Die Vernetzung von Geräten jenseits von Computern und Handys – das sogenannte Internet der Dinge – verstärkt diesen Trend. Allein in Deutschland wird es 2017 pro Einwohner sechs vernetzte Geräte geben.

Wir stehen vor der nächsten industriellen Revolution, der Industrie 4.0: Vernetzung von Maschinen, das Sammeln und Analysieren von Daten und die dadurch automatisierte Steuerung von Prozessen. Navigationssysteme werden immer präziser, Fabriken produzieren immer effizienter – um nur zwei Beispiele zu nennen. Und der Rohstoff dieser Revolution sind die Daten. Sie fließen durch unsere Netze. Wir machen sie verfügbar. Immer und überall. Und wir machen sie nutzbar: durch Angebote wie Speicherplatz auf unseren sicheren

Servern – das sogenannte Cloud Computing – oder Plattformen für die Kommunikation zwischen Maschinen. Das alles gepaart mit dem besten Service für unsere Kunden.

Wir werden die Telekom zum führenden integrierten Anbieter von Telekommunikations-Diensten hier in Europa machen!

Das wollen wir mit folgenden vier strategischen Schwerpunkten erreichen:

#### 1. Integrierte Netze:

Der Anspruch der Kunden lautet: Immer und überall online sein; stets Zugriff haben auf die eigenen Daten, in guter Qualität und für möglichst wenig Geld. Den Kunden ist egal, mit welcher Technik – ob Festnetz, Mobilfunk oder WLAN. Sie wollen alles aus einer Hand.

Wir bauen bereits an einem integrierten Netz, das alle genannten Techniken vereint und deutlich günstiger arbeitet. Ein wichtiger Faktor ist dabei die Umstellung auf das Internet-Protokoll.

Damit können wir die Netzarchitektur deutlich vereinfachen. Vieles von dem, was heute Hardware ist, wandert in die Software. Das erlaubt einen einfacheren Betrieb, weil Hardware-Elemente nicht mehr per Hand eingestellt und ausgetauscht werden müssen.

Auch die Steuerung des Netzes läuft künftig über die Software – und wandert in die Cloud. Damit rückt auch ein paneuropäisches Netz näher, das grenzüberschreitend funktioniert. Das spart Kosten bei Produktion und Wartung. Und bringt Vorteile für den Kunden: Die Markteinführungszeiten für neue Produkte werden deutlich verkürzt. Dienste – zum Beispiel Fernsehen – können per Knopfdruck zu- oder weggebucht werden.

In Deutschland sind heute schon 3 Millionen Anschlüsse auf das Internet-Protokoll umgestellt. Im übrigen Europa waren es bis Ende 2013 etwa 2,7 Millionen. Bis 2018 soll die IP-Umstellung komplett abgeschlossen sein.

Parallel bauen wir auch die bestehende Infrastruktur weiter aus. Im Mobilfunk konzentrieren wir uns dabei vor allem auf unser schnelles LTE-Netz. In Deutschland werden wir bis 2016 rund 85 Prozent der Bürger mit LTE versorgen. Im übrigen Europa soll die Abdeckung bis 2017 bei 50 bis 85 Prozent liegen, je nach Landesgesellschaft.

Beim Breitband-Ausbau im Festnetz setzen wir auf eine Kombination aus Glasfaser und dem sogenannten Vectoring. Dadurch ermöglichen wir Bandbreiten von bis zu 100 Megabit pro Sekunde auf der sogenannten „letzten Meile“. Das ist der Weg von den grauen Kästen am Straßenrand bis zu Ihrem Haus oder Ihrer Wohnung.

Im vergangenen Jahr haben wir Ihnen gesagt: Wenn es der Regulierungs-Rahmen erlaubt, bauen wir kräftig aus. So ist es gekommen – und darum gelten auch unsere Ausbauziele: Bis 2016 erreichen wir mit Vectoring in Deutschland mehr als 24 Millionen Haushalte.

## 2. Kunden begeistern:

Eine Fluggesellschaft macht Gewinn, wenn möglichst jeder Flieger voll belegt ist. So ähnlich ist es auch mit unserem Netz. Wir verdienen, wenn wir eine hohe Auslastung haben. Deshalb sprechen wir alle Kunden an – wir schließen niemanden aus. Das heißt aber auch, dass wir ganz unterschiedliche Wünsche erfüllen müssen.

Durch unseren Service unterscheiden wir uns von Wettbewerbern. Mit unseren 750 Telekom Shops, mit Tausenden Technikern, mit unseren Handelspartnern

und unseren kostenlosen Servicenummern sind wir überall und immer präsent. Die individuelle Betreuung haben wir den großen Internet-Giganten voraus.

Diese Kundenbeziehungen müssen wir pflegen und uns auf neue Bedürfnisse einstellen. Der eine kommt lieber persönlich zu uns. Der andere nutzt lieber neue Kanäle wie soziale Netzwerke, auf denen wir mit „Telekom hilft“ ebenfalls unterwegs sind. Und der dritte bevorzugt vielleicht automatische Prozesse und regelt am liebsten alles selbst vom Rechner zuhause aus. Darum werden wir bis 2018 fast 300 Millionen Euro für neue IT im Service ausgeben.

Ein konkretes Beispiel: Sie wissen, wie schwierig es ist, bei einem Umzug den Internetanschluss mitzunehmen. Dahinter stehen bei uns mehr als 200 einzelne Schritte, die alle funktionieren müssen. Wir wollen, dass der Umzug eines Anschlusses in Zukunft das Selbstverständlichste der Welt ist.

Die Basis für unseren Erfolg ist das Netz. Wir haben jetzt schon das anerkannt beste. Das sage nicht ich, sondern das bestätigen alle wichtigen Tests. Zum Beispiel bei den Fachzeitschriften connect und Chip. Oder beim „Kundenmonitor Deutschland“.

Wir bieten Höchstgeschwindigkeiten:

- Mit LTE im Mobilfunk heute schon 150 Megabit pro Sekunde, bald schon bis zu 300 Megabit.
- Im Festnetz durch die Kombination aus Glasfaser und Vectoring bis zu 100 Megabit. Das gilt für das Herunterladen von Daten aus dem Netz, den Download. Und 40 Megabit in die andere Richtung – also wenn Daten vom eigenen Rechner versendet werden.

Aber wir können noch mehr, nämlich beide Techniken verbinden. Wir sind weltweit die Einzigen, die noch in diesem Jahr mit einem sogenannten Hybrid-Router an den Markt gehen. Das war unsere Idee; für uns wurde das gebaut! Das Gerät bündelt die Geschwindigkeiten aus Festnetz und Mobilfunk.

### 3. Mit Partnern gewinnen:

Beste Netze und bester Service sind die Grundlage. Dazu erwarten unsere Kunden aber auch die neuesten Apps und Dienste aus der Online-Welt. Ich habe mir im vergangenen Jahr angeschaut, wie junge Unternehmen im Silicon Valley und anderswo auf der Welt arbeiten. Deren Innovationskraft ist so gigantisch, dass es klug ist, sie für das eigene Geschäft zu nutzen, anstatt mit ihnen zu konkurrieren.

Wir bauen ein Partnersystem für innovative Dienste – an das sich unsere Partner einfach andocken können wie an eine Steckerleiste. Wir sorgen für den schnellen Zugang zu standardisierten Schnittstellen. Wir kümmern uns im Hintergrund um Abrechnung, Sicherheit und Übertragungsqualitäten. Unsere Kunden können diese Dienste dann einfach und bequem buchen: zum Beispiel das Musik-Angebot „Spotify“, das virtuelle Notizbuch „Evernote“ oder die mobile Sicherheitslösung „Lookout“. Solche Partner-Dienste bei uns einzubinden, soll künftig noch schneller gehen.

Gleichzeitig bauen wir Plattformen, die ebenfalls offen stehen für Partner. Unser Fernseh-Angebot „Entertain“ ist dafür ein gutes Beispiel. Es ist für uns längst ein wichtiger Teil des Kerngeschäfts. Darum werden wir unsere TV-Plattform in Deutschland und Europa modernisieren: mit Live-Fernsehen und mit zusätzlichen Video- und Internet-Angeboten über Partner wie Sky. Das Ganze auch mobil, also auch auf Ihrem Tablet-Computer oder Ihrem Smartphone. Bis 2017 streben wir 10 Millionen TV-Kunden in Deutschland und Europa an.

Ein weiteres Beispiel für eine offene Plattform ist „Qivicon“: Dabei geht es um die Vernetzung und Steuerung von Haustechnik – also Heizung, Strom, Sicherheit. Seit 2013 gibt es Qivicon, heute sind schon 29 Partner an Bord.

#### 4. Führend bei Geschäftskunden:

Ich hatte schon gesagt, wie wichtig die Auslastung unserer Netze ist. Wir brauchen dafür auch die Geschäftskunden. Auch, weil dieser Markt bei weitem nicht so stark von Internet-Unternehmen besetzt ist, haben wir hier große Chancen. Unternehmen müssen ihre Geschäftsmodelle digitalisieren. Sie müssen Maschinen und Industrieanlagen vernetzen und große Datenmengen analysieren. Wir machen das möglich.

Dazu kommt: Internet-Kriminalität erreicht immer neue Dimensionen. Allein die Telekom wehrt jeden Tag 800.000 Angriffe auf ihre Netze ab. Sicherheit ist für Geschäftskunden existenziell. Und die Telekom bietet hier bereits das Komplettpaket:

- Mit De-Mail: sichere elektronische Kommunikation.
- Mit Cleanpipe: Schutz von Firmennetzen.
- Dazu zertifizierte und doppelt abgesicherte Rechenzentren für unsere Cloud-Dienste.

Unsere Geschäftskunden in Deutschland und weltweit schätzen diese Erfahrung – und die strengen Datenschutzregeln in Deutschland. Sie vertrauen uns mehr als anderen.

Dennoch waren wir beim Geschäft mit Großkunden bislang oft nicht rentabel genug. Das liegt daran, dass wir für zu viele Aufträge individuelle Lösungen entwickelt haben. Die Kosten, die das bei uns intern verursacht hat, konnten

wir am Markt gar nicht realisieren. Jetzt setzen wir stärker auf standardisierte Module. Auf einen Baukasten. Das ist effizienter und das spart Kosten. Für den Kunden – und für uns! Ab 2017 wollen wir 50 Prozent des Gesamtumsatzes von T-Systems mit standardisierter IT erzielen.

Wir kümmern uns auch um den Mittelstand – das Rückgrat der deutschen Wirtschaft. Bis 2018 wollen wir zusätzlich 600 Millionen Euro an IT-Umsatz in Deutschland erzielen. Auf der Cebit haben wir vorgestellt, wie wir das erreichen: zum Beispiel mit DeutschlandLAN, der Telefonanlage aus dem Netz, mit standardisierten Cloud-Lösungen und mit einem starken Partnervertrieb.

Schließlich stärken wir unseren internationalen Auftritt auch durch Zukäufe. Ein Beispiel ist die Übernahme von GTS Central Europe, durch die wir mit einem Schlag unser Geschäftskundenangebot in Mittel- und Osteuropa stark ausbauen – 35.000 zusätzliche Kunden. Seit zwei Jahren wachsen wir hier bereits deutlich, für den Zeitraum bis 2015 erwarten wir ein durchschnittliches Plus von 20 Prozent jährlich.

Meine Damen und Herren,

das ist der Weg, wie wir künftig Geld verdienen. Was bedeutet das jetzt konkret für die mittelfristige Unternehmensentwicklung?

Für 2015 erwarten wir einen insgesamt steigenden Konzernumsatz. Entsprechend steigt auch das bereinigte EBITDA. Beim Free Cashflow erwarten wir dann wieder ein leichtes Wachstum. Und den Gewinn pro Aktie sehen wir 2015 bei 80 Cent – nach 63 Cent im vergangenen Jahr.

Dieses Vorstandsteam fühlt sich dem Ziel verpflichtet, den Wert Ihres eingesetzten Kapitals zu steigern. Wir haben im vergangenen Jahr unsere Prognosen erreicht, deshalb halten wir auch bei der Dividende an unserer

Planung fest. In einem schwierigen Umfeld haben wir unsere Dividendenzusage in den vergangenen Jahren immer eingehalten – im Gegensatz zu vielen anderen großen europäischen Wettbewerbern. Vorstand und Aufsichtsrat schlagen dieser Hauptversammlung heute die Ausschüttung einer Dividende von 50 Eurocent je Aktie vor.

Diese Dividende ist für inländische Aktionäre wieder steuerfrei. Außerdem bieten wir erneut die Möglichkeit, die Dividende in Aktien zu beziehen. Die Einzelheiten dieser Option sind im Geschäftsbericht ausführlich beschrieben. Sie, meine sehr geehrten Aktionärinnen und Aktionäre, haben im vergangenen Jahr umfangreich davon Gebrauch gemacht: Für 38 Prozent der Aktien wurde die Aktien- statt der Bardividende gewählt. Dadurch konnte mehr als eine Milliarde Euro an Bardividende gespart werden, stattdessen erfolgte eine Kapitalerhöhung um 3 Prozent. Sie haben damit Kapital im Unternehmen belassen und unseren Wachstumskurs gestärkt. Dafür danken wir Ihnen.

Meine Damen und Herren,

ich habe Ihnen heute erläutert, wo wir stehen, wie unser Markt aussieht und mit welcher Strategie wir darauf antworten. Auf dem Weg zum führenden europäischen Telekommunikations-Anbieter! Kein anderes Telekommunikations-Unternehmen ist so europäisch wie wir. Wir kennen die Märkte, die Kultur und die Kunden. Vor allem hier übernehmen wir Verantwortung:

Verantwortung als Arbeitgeber für 230.000 Menschen, denen wir gute und zukunftsfähige Arbeitsplätze bieten wollen. Zu dieser Verantwortung gehört auch, unpopuläre Maßnahmen umzusetzen – wenn es wirtschaftlich nötig ist. Gleichzeitig setzen wir dort, wo Arbeitsplätze entfallen, immer auf sozialverträgliche Lösungen. Das war so und das bleibt so.

Verantwortung für den Wirtschaftsstandort Europa: Unsere Netze sind die Lebensadern der digitalen Welt – mit unseren Diensten begleiten wir die Digitalisierung ganzer Industrien.

Verantwortung schließlich für die Gesellschaft insgesamt – also überall dort, wo unsere Kunden, unsere Mitarbeiter, Partner oder Dienstleister leben und arbeiten. Darum engagieren wir uns mit der Telekom Stiftung für die Bildung in den naturwissenschaftlichen und mathematischen Fächern. Oder bei der Initiative „Ich kann was“ für benachteiligte Jugendliche. Oder beim Kinderschutz im Internet, bei der Telefonseelsorge und bei vielen anderen Themen mehr.

Meine Damen und Herren,

wir sind mehr als irgendein Unternehmen, das die Gesellschaft mit Infrastruktur versorgt. Wir verstehen uns als Ihr vertrauenswürdiger Begleiter in der digitalen Welt. Privat und beruflich. Immer und überall. Das Leben der Menschen zu vereinfachen und zu bereichern – das ist unser Auftrag.

Vielen Dank!