

– Es gilt das gesprochene Wort –

**Conference Call**  
**Bericht zum 3. Quartal 2014**  
**6. November 2014**

**Thomas Dannenfeldt**  
**Vorstand Finanzen**  
**Deutsche Telekom AG**

Guten Tag, meine Damen und Herren,

auch von meiner Seite: herzlich willkommen zu unserer Quartalszahlen-Präsentation.

Tim Höttges hat gerade einen Überblick über die wichtigsten Entwicklungen gegeben.

Lassen Sie mich nun Details zu den operativen Segmenten beisteuern.

Beginnen wir mit dem ausgewiesenen Konzernumsatz. Tim Höttges hatte die 0,8 Prozent Wachstum im dritten Quartal erwähnt. Ich kann noch etwas drauflegen: Organisch haben wir ein Plus von 1,4 Prozent. Hier spiegeln sich mehrere Veränderungen in der Konzernstruktur wie beispielweise der Verkauf der Scout24 oder der Erwerb der GTS.

Über die drei Quartale hinweg haben wir einen Umsatz von 45,7 Milliarden Euro erwirtschaftet, das ist ein Plus von 2,7 Prozent. Organisch betrachtet liegt der Zuwachs bei 2 Prozent.

Das bereinigte EBITDA im Berichtsquartal hat 4,6 Milliarden Euro betragen. Nach drei Quartalen weisen wir ein bereinigtes EBITDA von 13,1 Milliarden Euro aus. Der Rückgang betrug in beiden Betrachtungszeiträumen 1,8 Prozent und liegt damit im Rahmen unserer Jahresprognose und der Kapitalmarkterwartungen.

Der bereinigte Konzernüberschuss ist im dritten Quartal in Relation zum Vorjahr bei 0,8 Milliarden Euro weitestgehend stabil geblieben. Die Sondereinflüsse bewegten sich per saldo etwa auf dem Niveau des Vorjahres. Sie betrafen im dritten Quartal 2014 vor allem Restrukturierungsaufwendungen im Zuge unseres Personalumbaus mit dem Schwerpunkt T-Systems.

In der Neun-Monats-Sicht ist der bereinigte Konzernüberschuss um 15,7 Prozent auf 2,0 Milliarden Euro gesunken. Dagegen haben wir beim ausgewiesenen Netto-Gewinn einen Anstieg um 80,4 Prozent auf 3,0 Milliarden Euro. Das geht zu einem erheblichen Teil auf den Verkauf der Scout-Anteile zurück.

Damit komme ich zum Segment Deutschland.

Unsere hohen Investitionen in die Integrierte Netz-Strategie zahlen sich aus. Der Cash Capex in Deutschland betrug 2,7 Milliarden Euro in den ersten drei Quartalen. Das sind 28,3 Prozent mehr als im Vorjahr.

Das Ergebnis: Top-Netzqualität im Mobilfunk bei größerer Netzabdeckung und eine deutliche Ausweitung unserer Glasfaser-Abdeckung.

Die Entwicklung der Kundenzahlen spricht eine klare Sprache: Unser Netzausbau und die für immer mehr Kunden verfügbaren höheren Bandbreiten sowie unsere Bündelangebote zeigen klar positive Wirkung.

Im Festnetzgeschäft haben wir 225.000 neue Glasfaser-Anschlüsse im Quartal. Der Zuwachs ist damit 90 Prozent stärker als im Vorjahr.

Dabei läuft sowohl das Geschäft mit den eigenen Kunden sehr gut als auch der Absatz im Rahmen des Kontingent-Modells.

Wir liegen jetzt bei 2,2 Millionen Anschlüssen, das ist ein Plus im Jahresvergleich von 58 Prozent.

Insbesondere in den Vectoring-Ausbaubereichen haben wir eine hohe Zahl von Kunden, die zusätzlich zum Breitband-Anschluss Entertain hinzubuchen. Die Kundenzahl bei Entertain hat gegenüber September 2013 um gut 12 Prozent auf jetzt 2,4 Millionen zugelegt. Die Zahl der Neukunden war dabei über die vergangenen zwölf Monate um fast 20 Prozent höher als im Vergleichszeitraum. Auch hier haben wir also eine hohe Dynamik im Geschäft.

Im DSL-Neugeschäft konnten wir den Trend im Jahresverlauf weiter verbessern. Im dritten Quartal hatten wir einen Rückgang von 20.000 Anschlüssen. Das ist saisonal bedingt durch das Auslaufen zahlreicher Verträge in diesem Zeitraum.

Der Rückgang ist aber weniger als halb so groß wie in der Vergleichszeit des Vorjahres.

Für die letzten drei Monate 2014 gehen wir davon aus, dass wir eine weitere Verbesserung erreichen und damit im Vergleich zum Vorjahr eine stabile Kundenbasis.

Unsere Bündelangebote im Rahmen von MagentaEins werden uns dabei genauso unterstützen wie der Vermarktungsstart von 1,3 Millionen Vectoring-Haushalten im vierten Quartal. Und mit dem Hybrid-Router wollen wir im vierten Quartal in unserer Integrierten Netz-Strategie noch einen Schritt weitergehen.

Die Anschlussverluste lagen im dritten Quartal weiter unter 200.000 und damit um 24 Prozent unter dem Vorjahreswert.

Im Mobilfunk haben wir unsere Position als Marktführer mit stabilen Service-Umsätzen von 1,7 Milliarden Euro weiter ausgebaut. Die Zahl der Kunden, die LTE nutzen, hat sich in nur zwölf Monaten auf 4,7 Millionen mehr als verdoppelt.

Bei der Neukunden-Gewinnung unter den Marken Telekom und Congstar haben wir im Vergleich zum Vorjahr noch einmal deutlich zugelegt. Im dritten Quartal 2014 waren es 235.000 Neukunden gegenüber 164.000 in der Vergleichszeit 2013.

Im Ergebnis haben wir im dritten Quartal im Segment Deutschland einen Umsatz von 5,6 Milliarden Euro. Er lag nur um rund 1,5 Prozent unter Vorjahr und spiegelt damit den Jahrestrend. Das bereinigte EBITDA ging um 2,1 Prozent zurück auf 2,3 Milliarden Euro. Das ist ein etwas stärkerer Rückgang als in den ersten sechs Monaten und resultiert aus der hohen Kundennachfrage, insbesondere nach hochwertigen Smartphones.

Die Stichworte in diesem Zusammenhang sind unsere neuen Bündel-Tarife MagentaEins und die Markteinführung des iPhone 6. Die bereinigte EBITDA-Marge lag im dritten Quartal bei hervorragenden 41,6 Prozent.

Damit komme ich zu T-Mobile US. Unsere amerikanische Tochter hat ihre starke Entwicklung bereits am 27. Oktober berichtet. Die Zahlen sind am Kapitalmarkt sehr gut aufgenommen worden. T-Mobile US hat seinen Wachstumskurs fortgesetzt und die Geschwindigkeit gegenüber den Vorquartalen sogar noch gesteigert.

Die hohe Steigerung bei der Kundengewinnung kommt – so wie von uns prognostiziert – zunehmend im Umsatz an.

Der monatliche Durchschnittsumsatz bei den Telefon-Vertragskunden unter eigener Marke ist im Zeitraum Juli bis September gegenüber dem vorherigen Quartal leicht gestiegen. Bei den Prepaid-Kunden sehen wir sowohl gegenüber dem Vorquartal wie auch im Jahresvergleich einen Anstieg des Durchschnittsumsatzes. Hier zahlt sich aus, dass Kunden der Marke MetroPCS traditionell einen höheren Monatsumsatz haben, als das im früheren Prepaid-Geschäft bei T-Mobile der Fall war.

Wir haben das Vertriebsgebiet für die Marke MetroPCS weiter ausgebaut, und mit steigendem Anteil der Marke am Prepaid-Kundenbestand wächst auch der durchschnittliche Monatsumsatz in diesem Kundensegment.

Das bereinigte EBITDA ging, bedingt durch die Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Kundenansturm, um 6,1 Prozent auf 1,3 Milliarden Dollar zurück.

Wie der Umsatz dem Kundenwachstum wird damit auch in den nächsten Quartalen die Ertragskraft den steigenden Erlösen folgen.

Im Europa-Geschäft haben wir zum ersten Mal seit zehn Quartalen einen Anstieg des operativen Ergebnisses erreicht. Und das trotz weiter flauer Wirtschaftslage in den meisten Ländern.

Ich möchte die Zahlen eines Quartals nicht überbewerten und insbesondere die Umsatzentwicklung nicht als Messlatte für das vierte Quartal heranziehen. Gleichwohl sind die Zahlen ein schöner Erfolg harter Arbeit, der maßgeblich auf zwei Faktoren zurückgeht:

1. die Reduktion der Umsatzverluste und
2. ein konsequentes Kostenmanagement.

Die Umsatzentwicklung hat sich im bisherigen Jahresverlauf deutlich verbessert. Im zweiten Quartal hatten wir noch ein Minus des ausgewiesenen Umsatzes von 7,9 Prozent und einen organischen Rückgang um 5,3 Prozent.

Im dritten Quartal lag der Umsatzrückgang in beiden Betrachtungsweisen bei 3,6 Prozent. Dabei konnten die Wachstumsbereiche die Rückgänge im traditionellen Telekommunikationsgeschäft fast vollständig ausgleichen.

So hat sich der Anteil des mobilen Datengeschäfts am gesamten Mobilfunk-Umsatz im Jahresvergleich um 3 Prozentpunkte auf 20 Prozent erhöht. Das ist – wie auch im Geschäft in Deutschland und in den USA – eine Folge des Netzausbaus auf Basis von LTE. Innerhalb eines Jahres haben wir die Zahl der LTE-Mobilfunk-Stationen auf knapp 12.000 mehr als vervierfacht.

Das hat die Entwicklung der neuen Vertragskunden im Mobilfunk unterstützt, hier haben wir im dritten Quartal ein Plus von rund 55.000 Kunden erreicht.

Zur besseren Vergleichbarkeit wurden hier zwei Effekte bereinigt: zum einen der Verkauf einer Zweitmarke in den Niederlanden sowie zum anderen die Insolvenz eines Service-Providers in Österreich.

Eine positive Entwicklung der Kundenzahlen sehen wir auch im Festnetz: Mit dem Breitband-Ausbau steigt die Zahl der DSL- und der Glasfaser-Anschlüsse weiter, im dritten Quartal um 38.000 Anschlüsse. Auch hier – wie in Deutschland – schaffen wir damit die Plattform für ein wachsendes TV-Geschäft, das im dritten Quartal um 51.000 Kunden wuchs.

In unserem operativen Geschäft ist der Umsatz im Quartal damit praktisch konstant geblieben – wäre da nicht die Mobilfunk-Regulierung. Sie hat uns im Quartalsvergleich rund 114 Millionen Euro Umsatz gekostet. Bei einer EBITDA-Marge von 35,7 Prozent können Sie sich ausrechnen, dass uns das auch einige Prozentpunkte bei der EBITDA-Entwicklung gekostet hat.

Die Tatsache, dass das bereinigte EBITDA trotz einer Umsatzentwicklung von minus 3,6 Prozent um 1,3 Prozent gestiegen ist, zeugt von einem konsequenten und erfolgreichen Kostenmanagement im Segment.

Und damit komme ich zur T-Systems, die ihr Transformationsprogramm 2015+ fortgesetzt hat.

Hier gilt noch mehr als im Segment Europa: Die Entwicklung in einem Quartal sollte man nicht überbewerten, aber sie ist ein Indikator für den Erfolg der eingeleiteten Maßnahmen.

Der Umsatz der Market Unit ist um 4,7 Prozent gesunken, etwa genauso stark wie der Gesamtumsatz mit minus 4,9 Prozent. T-Systems nimmt wegen der verschärften Rentabilitätskriterien Aufträge deutlich selektiver an, das macht sich natürlich im Umsatz bemerkbar.

Erstmals in diesem Jahr haben wir eine mit 3,3 Prozent positive EBIT-Marge in der Market Unit erreicht.

Ein wichtiger Grund dafür liegt im strikten Kostenmanagement: Über die gesamte T-Systems haben wir die um Sondereinflüsse bereinigte Kostenbasis um 6,7 Prozent reduziert.

Der Auftragseingang hingegen ist im Quartalsvergleich deutlich um 37,7 Prozent auf 2,4 Milliarden Euro gestiegen. Wesentlicher Faktor dafür war der Auftrag für den Aufbau eines Maut-Systems in Belgien, den die T-Systems Tochtergesellschaft Satellic erhalten hat.

Lassen Sie mich abschließend noch kurz auf unsere soliden bilanziellen Eckdaten eingehen.

Alle Kennzahlen liegen weiter klar im Rahmen unserer Prognosen.

Sie werden bemerkt haben, dass die Relation der Netto-Verbindlichkeiten zum bereinigten EBITDA bei 2,4 liegt, also innerhalb der gesetzten Spanne von 2,0 bis 2,5.

In den Netto-Finanzverbindlichkeiten ist zum 30. September ein Wechselkurseinfluss von rund 1,1 Milliarden Euro verarbeitet, der aus der Stärke des Dollar resultiert. Seit Jahresende 2013 ist der Dollar zum Euro um rund 9,5 Prozent gestiegen, allein im dritten Quartal um 8,6 Prozent.

Das bedeutet, dass die auf Dollar lautenden Verbindlichkeiten bei der Umrechnung in Euro steigen. Das ist ein reiner Translationseffekt, es stehen keine Transaktionen dahinter.



Meine Damen und Herren,

Stück für Stück und systematisch arbeiten wir an der Umsetzung unserer Strategie. Die steigenden Kundenzahlen im Festnetz wie im Mobilfunk zeigen, dass sich unsere hohen Investitionen auszahlen. Gepaart mit einer weiterhin strikten Kostendisziplin, können wir unsere Prognose und die Kapitalmarkterwartungen erfüllen.

Und jetzt freuen wir uns auf Ihre Fragen.