

– Es gilt das gesprochene Wort –

**Rede zur Hauptversammlung der Deutschen Telekom
am 21. Mai 2015 in Köln**

**Timotheus Höttges
Vorstandsvorsitzender
Deutsche Telekom AG**

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
meine Damen und Herren,

auch im Namen unserer 230.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter: Herzlich
willkommen zur Hauptversammlung der Deutschen Telekom!

Vor einem Jahr habe ich an dieser Stelle über Verantwortung gesprochen.
Verantwortung für unsere Kunden. Verantwortung für die Menschen und deren
Familien, die bei der Telekom arbeiten. Und natürlich die Verantwortung denen
gegenüber, die sich mit ihrem Geld bei der Telekom engagieren. Nämlich Sie,
verehrte Aktionäre!

Diese Verantwortung hat mich und die gesamte Telekom motiviert. Das Jahr
2014 war geprägt durch Teamgeist, Unterstützung und den Willen zur

Veränderung auf allen Ebenen. Daraus ist eine Dynamik entstanden, die sich ausgezahlt hat:

2014 war ein gutes Jahr für die Telekom. Und es war ein gutes Jahr für die T-Aktie!

Dafür danke ich allen Kolleginnen und Kollegen ganz herzlich!

Auf das Gute muss das Bessere folgen. Die Digitalisierung verändert die Wirtschaft und damit auch die Deutsche Telekom. Sie bietet uns enorme Chancen:

- bessere und maßgeschneiderte Produkte für jeden,
- deutliche Fortschritte in der Medizin, der Energie-Effizienz oder der Vorhersage von Unwettern,
- weitere Entlastung der Menschen in vielen Bereichen der Produktion
- und vor allem: neuer Wohlstand für die kommende Generation.

Wir wollen diese Chancen ergreifen. Hier in Europa. Für uns als Unternehmen. Aber auch für andere und mit anderen. Wir begleiten den Umbau ganzer Industrien hin zum vernetzten Arbeiten, Produzieren und Verkaufen. Die Deutsche Telekom ist Teil der „Architektur der digitalen Zukunft“. So steht es auch auf unserem Geschäftsbericht. Über diese Architektur spreche ich heute.

Als Erstes braucht ein Architekt ein klares Bild vom fertigen Gebäude. Wir wollen das führende europäische Telekommunikations-Unternehmen sein. Der Bauplan dafür ist unsere Strategie. Über die spreche ich im ersten Teil.

Als Zweites lege ich dar, wie wir mit der Umsetzung vorangekommen sind. Das ist der Baufortschritt. Dazu hilft ein Blick auf die Zahlen.

Und drittens geht es natürlich um die nächsten Bauabschnitte. Konkret: Unsere Finanzplanung für die kommenden drei Jahre.

Zunächst zum Bauplan. Die Strategie, die Sie noch aus dem vergangenen Jahr kennen.

1. Integrierte IP-Netze

Netze sind die Basis für alles. Darum investieren wir wie kein anderer. Ein großer Teil unserer Investitionen von fast 10 Milliarden Euro fließt in die Netze.

Was machen wir mit Ihrem Geld konkret?

Wir bauen eine Netz-Architektur, die komplett auf Basis des Internet-Protokolls funktioniert. Die Abkürzung dafür lautet IP. Alles spricht eine Sprache: Mobilfunk und Festnetz. Aber auch alle Anwendungen, die darüber laufen. Ihr Anrufbeantworter oder Ihr Fernsehen zum Beispiel. Und alle Geräte, die daran angeschlossen sind. Ihre Heizung oder Ihre Haushaltsgeräte. Sogar das vernetzte Auto. Alles kann miteinander kommunizieren, weil es eine Sprache spricht.

Unser neues Netz wird effizienter und leistungsfähiger sein. Und wir bauen es in allen unseren europäischen Märkten mit Festnetz. Bis 2018 sollen alle Telekom-Anschlüsse auf dieses Protokoll umgestellt sein. 10 Millionen haben wir heute schon. Und pro Woche schaffen wir derzeit 100.000 weitere.

Und wir schließen Netze über mehrere Länder hinweg zusammen. Das ist gut für die Kunden. Nur ein Beispiel: 30 Tage ab Bestellung braucht es bislang, um für Geschäftskunden ein internationales Firmennetz aufzubauen. In unserem neuen Europa-Netz sind es nur noch 15 Minuten!

Wir sorgen dafür, dass noch mehr Menschen noch schneller auf den Datenautobahnen unterwegs sind:

- Mit der schnellen Mobilfunk-Technik LTE sind bis zu 300 Megabit pro Sekunde möglich. Damit laden Sie einen Hollywood-Film in bester Qualität in weniger als einer Minute auf Ihren Computer. Und das sollen bis 2018 bis zu 95 Prozent der Menschen in Deutschland und in vielen europäischen Ländern nutzen können.
- Im Festnetz ist es falsch, das Kupferkabel schon abzuschreiben. Bei der Geschwindigkeit geht noch was. Aber natürlich ist Glasfaser die Zukunft. Doch erst durch die Kombination solcher Techniken ist es möglich, kurzfristig viele Menschen mit schnellem Internet zu versorgen. Gleichzeitig beschleunigen wir damit den Glasfaserausbau. Wir legen die Glasfaser bis an den Vorgarten. Von dort nutzen wir die so genannte Vectoring-Methode. Mit der sind auf dem Kupferkabel bis zu 250 Megabit pro Sekunde möglich. Für den weiteren Glasfaserausbau ist der letzte Schritt bis in das Haus dann nur noch kurz.
- Außerdem haben wir unser Versprechen gehalten und im Januar den Hybrid-Router auf den Markt gebracht. Hybrid heißt er, weil er beides kann. Mit ihm kombinieren wir Festnetz und Mobilfunk. Damit schaffen wir sehr bald sogar 550 Megabit.

Meine Damen und Herren,

wir reden nicht nur, wir handeln. Mit unseren Datenautobahnen verbinden wir nicht nur die Menschen in den großen Städten. Wir verbinden alle. Die Breitbandziele der Bundesregierung sind machbar. Wenn uns die Regulierung unterstützt, erfüllt die Telekom die Ziele bis 2018 sogar im Alleingang. Dann versorgen wir 80 Prozent aller Haushalte in Deutschland mit schnellem

Internet. Mit mindestens 50 Megabit pro Sekunde. Und mit den angekündigten Fördermitteln schaffen wir sogar noch mehr Haushalte.

2. Kunden begeistern

Bei allem, was wir als Unternehmen tun, stellen wir uns die Frage: Was wollen unsere Kunden?

Sie wollen natürlich Produkte, die einfach zu bedienen sind. Unseren neuen Router als Beispiel habe ich Ihnen ja gerade schon gezeigt.

Unsere Kunden wollen zudem, dass sie uns rund um die Uhr erreichen. Und zwar auf allen Wegen. Klassisch natürlich in einem unserer Telekom Shops. Aber wir nutzen auch die Chancen, uns über das Internet noch direkter mit den Kunden auszutauschen. Über soziale Netzwerke wie Twitter oder Facebook haben wir Hunderttausende Kundenkontakte. Wir sprechen unsere Kunden auch aktiv an. Wir erklären. Beim Videoportal Youtube haben wir 120 Filme eingestellt. Dort beantworten wir oft gestellte Fragen leicht verständlich. Mehr als eine Million Mal sind diese Videos schon angeschaut worden.

Und wenn es im Service klemmt, reagieren wir. Wie im letzten Jahr, als wir Probleme bei der Umstellung auf das Internet-Protokoll hatten. Jetzt arbeiten im Kundenservice und in der Technik 2.000 Kollegen zusätzlich.

Schließlich wollen unsere Kunden am liebsten alles aus einer Hand. Festnetz, Mobilfunk und andere Dienste wie Fernsehen. Es interessiert die Kunden schon heute nicht mehr, mit welcher Technik sie im Netz sind. Sie wollen einfach die beste Verbindung. Das alles kann in Deutschland nur die Telekom. Mit MagentaEINS haben wir als Erster ein wirklich umfassendes Angebot. Damit wird es für unsere Kunden noch einfacher, die passenden Produkte

zusammenzustellen. Und sie profitieren von günstigen Preisen oder schnelleren Geschwindigkeiten im Mobilfunk.

Seit Marktstart im vergangenen Herbst haben sich mehr als eine Million Kunden für ein MagentaEINS Paket entschieden. Dieser Erfolg hat selbst die Optimisten im Team überrascht.

Seit März können auch Geschäftskunden in Deutschland MagentaEINS nutzen. Jetzt startet das Konzept zudem in anderen europäischen Märkten. Ebenfalls neu: Für nur 10 Euro zusätzlich im Monat können MagentaEINS Kunden ihren Vertrag in ganz Europa nutzen. Ohne weitere Kosten.

3. Mit Partnern gewinnen

Unsere Kunden wollen aber nicht nur bestes Netz und besten Service. Sie wollen auch immer die neuesten Anwendungen aus der Internetwelt. Die werden gebaut von jungen Unternehmen. Darum macht es in der Regel auch keinen Sinn, dass wir es selber tun. Sondern wir gehen Partnerschaften ein. Davon profitieren alle: die Deutsche Telekom, unsere Partner, aber vor allem unsere Kunden.

Die Voraussetzungen für erfolgreiche Partnerschaften haben wir im vergangenen Jahr geschaffen.

1. Wir binden unsere Partner schneller an. Dafür brauchen wir im Schnitt nur noch drei Monate. Ein Beispiel: Sie laden eine Anwendung, eine so genannte App, auf Ihr Handy. Die App erkennt automatisch, ob Sie bei der Telekom sind. Unsere Rabatte landen dann automatisch beim Kunden. Einfacher geht es nicht.

2. Wir haben die Organisation verstärkt, die weltweit Partner sucht. In Europa. In Israel, weil israelische Firmen beim Thema Sicherheit im Internet führend sind. Und natürlich im Silicon Valley.
3. Wir konzentrieren uns dabei auf genau definierte Themen. Dazu zählen neben Internetsicherheit auch Mobilität, Unterhaltung, Heimvernetzung und das so genannte Cloud Computing. Das ist das Speichern und Verarbeiten von Daten in Rechenzentren.

In den vergangenen zwölf Monaten haben wir viele neue Partner gewonnen, darunter:

- den Cloud-Anbieter Salesforce,
- den Video-Dienst Netflix,
- das Übernachtungsportal Airbnb,
- das Sicherheits-Unternehmen FireEye,
- oder China Mobile, mit denen wir gemeinsam Lösungen für das vernetzte Auto in China anbieten.

Wir bauen aber auch selbst: zum Beispiel Qivicon, unser eigenes System für das vernetzte Zuhause. Hier sind von Miele bis Philips inzwischen mehr als 30 Partner vertreten.

4. Führend bei Geschäftskunden

Meine Damen und Herren,

auch die industrielle Produktion ändert sich radikal. Maschinen werden ebenfalls digitalisiert und vernetzt. Sie produzieren Daten, die in Echtzeit ausgewertet werden. Mit Hilfe dieser Analysen steuern sich Maschinen zum Teil selbst. Und auch die fertigen Produkte sind vernetzt und liefern Daten. Die

können wiederum analysiert werden. Das alles ist der Kern der so genannten „Industrie 4.0“. Die Vorteile:

- individualisierte Produkte für den Kunden zu Kosten wie in der Massenfertigung,
- ständige Verbesserung der Produkte durch Auswertung der Daten,
- neue Geschäftsmodelle. Zum Beispiel bei Dienstleistungen: Eine vernetzte Auto-Batterie meldet dem Unternehmen, wann sie ausgetauscht werden muss. Der Kunde erhält per Mail automatisch einen Terminvorschlag der nächstgelegenen Werkstatt.
- Und nicht zuletzt bedeutet all dies: 80 Milliarden Euro mehr Wertschöpfung in den kommenden zehn Jahren, allein in Deutschland.

Dafür steht die Industrie 4.0. Wenn man es richtig macht. Unsere Geschäftskundensparte unterstützt andere Unternehmen dabei:

- Zusammen mit Partnern wie SAP, Infineon oder der Deutschen Bahn haben wir eine Industrie-Plattform gegründet. Sie ermöglicht ganz unterschiedliche Anwendungen. Zum Beispiel Roboter aus der Ferne zu steuern und zu überwachen.
- Wir bieten das beste Netz und die höchste Sicherheit. Dafür haben wir 2014 in Biele bei Magdeburg das modernste und sicherste Rechenzentrum Europas eröffnet. Das ist unser „Fort Knox“ für Daten.

Beim Umbau von T-Systems haben wir uns von unprofitablen Geschäften getrennt. Jetzt konzentrieren wir uns auf Themen, die Wachstum bringen. Also auf die Cloud, die Kommunikation von Maschine zu Maschine oder die Analyse großer Datenmengen. Und wir sprechen noch gezielter Geschäftskunden an. Hier wartet Wachstum: Allein der europäische Markt mit der Cloud steigt

jährlich um mehr als 20 Prozent. Bei uns waren es 2014 sogar 43 Prozent. Ab 2016 soll das Geschäft mit Großkunden wieder profitabel sein.

Meine Damen und Herren,

so weit zu unserem Bauplan, den vier Blöcken unserer Strategie.

Architektur orientiert sich immer an der Umwelt. Und die digitale Welt wird derzeit neu vermessen. Das betrifft uns selbst. Und das betrifft den Wettbewerb:

- Alles wird zu Software. Auch unser Telekom-Netz beziehungsweise dessen Steuerung. Dadurch werden wir flexibler und schneller. Und wir können den Kunden neue Produkte anbieten. Denn jede neue Funktion ist künftig nur noch ein neues Computerprogramm. Also Software und kein Austausch von Bauteilen mehr. Natürlich spart das in der Zukunft auch Geld.
- Alles wird vernetzt. Dadurch steigt der Datenverkehr rasant. Allein in Deutschland transportieren wir pro Monat 1265 Petabyte auf unseren Netzen. Das ist eine Zahl mit 15 Nullen.
- Alles wird zur Dienstleistung. Die Grenzen zwischen den einzelnen Branchen verschwimmen. Es entstehen neue Geschäftsmodelle und neue starke Anbieter: Uber, ein Taxiunternehmen ohne ein eigenes Auto. Airbnb, ein Hotelanbieter ohne eigenes Bett. Oder WhatsApp, ein Kommunikationsdienst ohne eigenes Netz.

Das verändert den Wettbewerb radikal. Umso mehr müssen wir darauf achten, dass die Bedingungen für alle gleich sind.

WhatsApp, Facebook, Skype oder Google bieten doch eindeutig Kommunikationsdienste an. Aber anders als wir müssen die zum Beispiel

keinen Notruf sicherstellen. Und warum funktioniert eigentlich WhatsApp nur für WhatsApp-Kunden? Wir stellen doch Anrufe und Nachrichten auch nicht nur Telekom-Kunden zu, sondern jedem Anschluss weltweit. Mir geht es nicht um mehr Regulierung. Sondern um freien Wettbewerb. Ich denke, Sie stimmen mir zu: Wettbewerb ist nur dann frei, wenn er auch fair ist.

Fairer Wettbewerb ist aber nur die eine Seite. Für uns ist vor allem wichtig, dass wir unsere Hausaufgaben machen. Dass wir als Unternehmen die richtigen Antworten haben. Damit uns die Internetkonzerne nicht die Butter vom Brot nehmen, müssen wir einzigartig sein. Wir nennen das Differenzierung. Einige Punkte habe ich bereits genannt. Bestes Netz, bester Service, ein weltweites Partnermodell und Sicherheit „made in Germany“.

Dazu kommt unsere starke Marke. Sie steht für den Kern dieses Unternehmens: Innovation, Kompetenz und Einfachheit. Sie gibt den Menschen Halt und Orientierung. Und sie strahlt. Die Marke Deutsche Telekom ist mehr als 30 Milliarden Euro wert.

Darüber hinaus unterscheiden wir uns aber auch durch unsere Haltung. Durch unsere europäische Identität. Ich möchte das an zwei Beispielen deutlich machen:

1. Dem Umgang mit Daten.

Die Telekom steht für Vertrauen. Wir achten die Privatsphäre unserer Kunden. Gleichzeitig gehört zu der digitalen Welt, dass Daten auch kommerziell genutzt werden. Aber wir wollen eben nicht alles machen, was technisch geht. Denn Daten erzählen immer auch eine Geschichte über den, der sie produziert hat. Wir kämpfen darum für eine europäische Datenschutzgrundverordnung, die alle einhalten müssen. Egal wo ihre Rechner stehen.

Das Grundgesetz sagt: Die Würde des Menschen ist unantastbar. Und in einer digitalen Welt muss auch die digitale Würde unantastbar sein.

2. Dem Umgang mit den Kunden.

Haben Sie einmal versucht, Ihre Musik von einem Handy auf das andere zu übertragen? Oder Ihre Bücher vom Amazon-Lesegerät „Kindle“ auf das Gerät eines anderen Herstellers?

Das geht entweder gar nicht oder gar nicht so einfach. Viele Unternehmen bauen rund um ihre Angebote im Internet geschlossene Systeme. Wer das System verlassen will, bezahlt: Beim Kindle zum Beispiel mit dem Verlust aller gekauften Bücher. Bei Facebook oder WhatsApp mit dem Verlust sozialer Kontakte. Wir machen das anders. Wir lassen unseren Kunden größtmögliche Freiheit. Dazu setzen wir auf offene Systeme und offene Standards. Ein Beispiel: Mit unserem Lesegerät Tolino können Sie bei inzwischen sechs verschiedenen Buchhändlern ihre Bücher kaufen. Sie sind dabei nicht an einen Anbieter gebunden und können einmal gekaufte Bücher problemlos mitnehmen.

Meine Damen und Herren,

all das bekommen Sie nur bei einem Anbieter.

Und das ist Ihre Deutsche Telekom.

Wir müssen auch selbst ständig Neues bieten. Und zwar überall. Es geht nicht nur um neue Produkte. Es geht auch um Innovationen im Netz. Um klügere Prozesse. Und all das muss in hoher Geschwindigkeit passieren. Unsere Strategie kann scheitern, wenn wir nicht schnell genug sind.

Innovationen brauchen wir auch für die Arbeitswelt der Menschen. Die Schlagworte hier lauten:

- Arbeit ohne Grenzen. Moderne Technik ermöglicht Zusammenarbeit nahezu unabhängig von Arbeitszeit und Arbeitsort. Menschen sind nicht mehr an ihren Schreibtisch gebunden, sondern arbeiten auch von unterwegs aus!
- Flexibel statt starr. Teams werden für verschiedene Projekte immer wieder neu zusammengestellt. Dadurch lösen sich Hierarchien auf.
- Maschinen als Kollegen. Computer und Roboter können immer mehr Aufgaben übernehmen. Aber sie müssen programmiert, gesteuert und überwacht werden.

Für die digitale Architektur der Arbeit brauchen wir neue Kompetenzen. Menschen müssen sich stärker selbst organisieren. Sie müssen offener sein für neue Aufgaben.

Gleichzeitig werden rein menschliche Fähigkeiten wie Kreativität stärker gefragt sein. Ich bin sicher: Die Arbeit der Zukunft wird sogar noch mehr Spaß machen als Arbeit heute.

Für die Telekom bedeutet das, sich auch als Arbeitgeber zu verändern. Wir müssen attraktiver werden für die jungen Talente, die mit dem Internet aufgewachsen sind. Dafür brauchen wir auch eine andere Form von Führung im Unternehmen. Führungskräfte müssen von ihren Mitarbeitern mehr Selbstverantwortung einfordern. Aber dafür auch Spielräume zulassen.

Wir brauchen Chefs, die aus dem Geschäft kommen. Und sie müssen wissen, wie die digitale Welt funktioniert. Darum freue ich mich, dass der Aufsichtsrat Christian Illek als neuen Personalvorstand gewonnen hat. Er war zuletzt

Deutschland-Chef von Microsoft. Christian, schön, Dich wieder an Bord zu haben!

Thomas Kremer danke ich dafür, dass er diese Aufgabe im vergangenen Jahr kommissarisch übernommen hat.

Meine Damen und Herren,

es geht nicht nur um Führung. Es geht auch um Ausbildung. Wir brauchen ein modernes Konzept. Es wäre unverantwortlich, wenn die Veränderung im Unternehmen an dieser Stelle Halt machen würde. Die Diskussion werden wir erneut gemeinsam mit dem Sozialpartner führen. So wie immer.

Ist es nicht sinnvoll, dass wir in den Berufen mehr ausbilden, die wir in Zukunft vor allem brauchen? Sollten wir nicht zum Beispiel deutlich mehr Experten für Netztechnik, Informatik und Sicherheit ausbilden? Und sollten die Auszubildenden nicht die echte Chance haben, auch übernommen zu werden?

Die jungen Menschen sind unsere Zukunft. Dieser Verantwortung sind wir uns sehr wohl bewusst. Die Telekom ist einer der größten Ausbilder Deutschlands. Und sie bleibt es auch.

Meine Damen und Herren,

damit komme ich zu unserem Baufortschritt. Also zu den Zahlen und dem Blick auf das abgelaufene Geschäftsjahr.

Kurz: Wir sind gewachsen. Und wir sind verlässlich. Denn wir haben alle unsere Ziele erreicht:

- Unser Umsatz ist um 4,2 Prozent auf 62,7 Milliarden Euro gestiegen. Auch ohne Währungseffekte und Sondereinflüsse steht noch ein deutliches Plus von 2,9 Prozent.
- Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen – das so genannte bereinigte EBITDA – ist knapp ein Prozent gestiegen. Auf 17,6 Milliarden Euro. Das ist das erste Wachstum seit sechs Jahren!
- Die frei verfügbaren Mittel lagen bei 4,1 Milliarden Euro. Das sind 10 Prozent weniger als im Vorjahr. Diesen Rückgang beim so genannten Free Cashflow haben wir bewusst in Kauf genommen. Und zwar zugunsten von deutlich gestiegenen Investitionen. Vor allem in Deutschland, aber auch in den USA. Seit 2011 haben wir die Investitionen konstant gesteigert.

Unser Plan war ein Dreisprung – und der funktioniert:

Erstens investieren wir massiv in eine bessere Infrastruktur.

Zweitens überzeugen wir mit überlegener Qualität immer mehr Kunden. Das führt zu mehr Umsatz.

Drittens steigern wir so unser Ergebnis.

Ich komme nun zu den einzelnen Geschäftsbereichen.

In Deutschland haben wir 2014 rund eine Million neue Glasfaser-Anschlüsse in Betrieb genommen. Das sind fast doppelt so viele wie im Vorjahr. Und dieses Jahr wollen wir uns noch einmal steigern. Immer mehr Kunden buchen außerdem Zusatzdienste, zum Beispiel Fernsehen. Hier haben wir um mehr als 260.000 Kunden zugelegt.

Wir bleiben Marktführer bei den Umsätzen im Mobilfunk. Und wir bieten weiterhin die beste Qualität. Wir haben wieder alle Netz-Tests gewonnen. Das ist auch Folge unseres LTE-Ausbaus. Inzwischen erreichen wir damit mehr als 10 Millionen Menschen.

Damit komme ich zu T-Mobile US. Salopp gesagt: Die Kunden rennen uns hier die Bude ein. Unter dem Strich mehr als 8 Millionen neue Kunden im Jahr 2014 bedeuten den größten Zuwachs der Unternehmensgeschichte. Insgesamt haben wir in den USA jetzt 55 Millionen Mobilfunkkunden. Mehr als in Deutschland.

Was sind die Gründe für den Erfolg?

1. Ein flächendeckender LTE-Ausbau.
2. Eine außergewöhnliche Vermarktung durch unser tolles Team in Amerika.
3. Herausragender Vertrieb und Kundenservice.

Wir haben damit den amerikanischen Markt revolutioniert. Das Ergebnis: Beim Umsatz hat T-Mobile US um fast 21 Prozent zugelegt. Beim bereinigten EBITDA um knapp 11 Prozent.

Meine Damen und Herren,

T-Mobile US steht wirtschaftlich auf eigenen Beinen. Als Eigentümer ist es unser Ziel, den Wert des Unternehmens so gut wie möglich zu steigern. Das ist zuletzt eindrucksvoll gelungen. Der Börsenwert ist in den vergangenen zwei Jahren um mehr als 130 Prozent gestiegen.

Jetzt stehen wir vor großen Investitionen in Funkspektrum. Das starke Ergebnis in den USA bringt uns dabei in eine deutlich bessere Situation als noch vor zwei Jahren. Es ist unsere Pflicht, die Rendite von T-Mobile US weiter

zu verbessern. Wenn wir einen Partner finden, der uns dabei hilft, werden wir dies selbstverständlich prüfen.

Blickt man auf das Europa-Geschäft, bleibt die Lage zweigeteilt. Einerseits ist die Krise in vielen Ländern Ost- und Südost-Europas noch nicht überwunden. Das und die Regulierung drücken auf die Umsätze. Gleichzeitig haben wir Kosten gesenkt. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Investitionen blieb dadurch konstant.

Aber wir setzen auch in Europa auf Wachstum. Und tun etwas dafür:

- Beispiel Umstellung auf das Internet-Protokoll, IP: Als zweites Land nach Mazedonien hat die Slowakei ihr Netz komplett umgestellt. Insgesamt lag der Anteil der IP-Anschlüsse über alle Länder am Jahresende bei mehr als 40 Prozent.
- Beispiel LTE-Ausbau: Wir erreichen mittlerweile 60 Millionen Einwohner in Europa mit diesem schnellen Mobilfunk.
- Beispiel TV-Geschäft: Das sorgt in Europa für stabiles Wachstum. 2014 haben wir hier um 6 Prozent zugelegt – auf 3,7 Millionen Kunden.

Die Ergebnisse sehen wir: Aktuell beträgt der Anteil solcher Wachstumsfelder am Umsatz schon 25 Prozent. Das sind 2 Prozentpunkte mehr als im Vorjahr.

Wir haben 2014 auch dazu genutzt, unsere Beteiligungsstruktur in Europa anzupassen. Und zwar zu günstigen Preisen. Wir haben für 800 Millionen Euro die restlichen 40 Prozent an T-Mobile in Tschechien übernommen. Und ganz aktuell haben wir auch die Vereinbarung für die Übernahme unserer slowakischen Tochter Slovak Telecom unterzeichnet. Für 900 Millionen Euro erhalten wir weitere 49 Prozent der Anteile. Wir sind damit ebenfalls alleiniger Eigentümer.

In unsere Strategie passt auch die geplante Übernahme des britischen Mobilfunk-Unternehmens EE durch die British Telecom, kurz BT. Bisher haben wir das Unternehmen gemeinsam mit der französischen Orange geführt. Aus 50 Prozent an einer reinen Mobilfunk-Beteiligung werden durch die Übernahme 12 Prozent an der Nummer eins in Großbritannien, der zweitgrößten Volkswirtschaft Europas. Und BT verfolgt dasselbe Geschäftsmodell wie wir: Festnetz und Mobilfunk. Wenn die Behörden dem Verkauf zustimmen, wird die Telekom als dann größter Einzelaktionär am Wachstum von BT teilhaben.

Über T-Systems habe ich bereits gesprochen. Auch hier kommen wir voran. Unter anderem durch strenge Vorgaben für neue Aufträge haben wir die Gewinnspanne bereits deutlich verbessert. Gleichzeitig haben wir 2014 weitere Großaufträge gewonnen – zuletzt etwa von ThyssenKrupp oder Daimler.

Meine Damen und Herren,

vergangene Woche haben wir Ihnen die Zahlen des ersten Quartals vorgestellt. Die wichtigste Botschaft in aller Kürze: Die Deutsche Telekom legt weiter deutlich zu. Beim Umsatz um 13 Prozent, beim Ergebnis um 11 Prozent. Und das auch, wenn man den aktuell sehr hohen Dollarkurs herausrechnet.

Verehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

zusammengefasst: Die Deutsche Telekom wächst. Und auch die T-Aktie hat sich in den vergangenen Monaten gut entwickelt. Dabei müssen wir ehrlich sein. Wir haben auch Glück gehabt. Konjunktur und Zinspolitik haben geholfen, den Aktienmarkt insgesamt zu beflügeln. Aber: Wir haben diesen Rückenwind auch genutzt. Das zeigt ein Blick auf die Kombination aus Kursverlauf und Dividende, also den so genannten Total Shareholder Return. Von Januar bis Dezember 2014 haben wir dabei mit plus 11 Prozent deutlich besser

abgeschnitten als der Dax. Auch den europäischen Index Euro Stoxx haben wir geschlagen. Und wir liegen vor den meisten großen Wettbewerbern.

Und das ist nur der Blick auf das vergangene Jahr. Seit Jahresbeginn hat der Kurs noch einmal kräftig zugelegt. Aktuell wird unsere Telekom-Aktie bei 16,96 Euro gehandelt. Das ist ein Plus von 28 Prozent seit Januar.

Der Kurs ist nicht das Ziel. Er ist das Ergebnis von Erfolg beim Kunden. Dadurch schaffen wir Wert für Sie, unsere Aktionärinnen und Aktionäre.

Das gilt auch für unsere Dividende. Wir haben unsere Ziele erreicht. Und wir halten, was wir versprechen. Vorstand und Aufsichtsrat der Deutschen Telekom schlagen Ihnen für das Geschäftsjahr 2014 eine Dividende von 50 Cent je Aktie vor.

Diese Dividende ist für inländische Aktionäre wieder steuerfrei. Außerdem können Sie die Dividende erneut in Aktien beziehen. Von diesem Angebot haben Sie im vergangenen Jahr umfangreich Gebrauch gemacht. Für etwa 45 Prozent der Aktien haben Sie die Dividende in Aktien statt in bar gewählt. Einzelheiten hierzu können Sie im Geschäftsbericht nachlesen. Dadurch wurde die Auszahlung für die Bardividende um rund eine Milliarde Euro reduziert. Stattdessen erfolgte eine Kapitalerhöhung um etwa 1,9 Prozent. Sie haben damit Kapital im Unternehmen belassen. Das stärkt unsere Strategie für Wachstum.

Für dieses Vertrauen danke ich Ihnen.

Sehr geehrte Aktionärinnen,
sehr geehrte Aktionäre,

was unsere nächsten Bauabschnitte sind, habe ich erläutert. Was Ihnen das einbringen soll, haben wir im Februar veröffentlicht. Wir glauben daran, dass wir weiter wachsen werden. Jahr für Jahr bis 2018:

- beim Umsatz um durchschnittlich 1 bis 2 Prozent,
- beim Ergebnis vor Sondereinflüssen und Investitionen, dem so genannten bereinigten EBITDA, um durchschnittlich 2 bis 4 Prozent
- und bei den frei verfügbaren Mitteln, dem Free Cashflow, um durchschnittlich rund 10 Prozent pro Jahr.

An diesem Wachstum sollen Sie teilhaben. Für die Geschäftsjahre 2015 bis 2018 wollen wir jeweils eine Dividende von mindestens 50 Cent je Aktie ausschütten. Vermutlich sogar mehr. Denn wir planen, die Dividende entlang des erwarteten Anstiegs bei den frei verfügbaren Mitteln zu steigern.

Wir bieten Ihnen also erneut eine langfristige und verlässliche Perspektive. Viele von Ihnen sind in der Vergangenheit mit uns auch über steinige Wege gegangen. Dafür danke ich Ihnen!

Meine Damen und Herren,

die Telekom baut mit an der Architektur der digitalen Zukunft. Mit einem klaren Bauplan und mit klaren Werten.

Beste Netze sind die Lebensadern der digitalen Gesellschaft. Sie sind die Basis für zukünftiges Wachstum ganzer Branchen.

Dafür investieren wir.

Die Digitalisierung erschafft neue Arbeitswelten. Sie ermöglicht neue Geschäftsmodelle über Industrien hinweg. Diese Chancen zu ergreifen und durch Kooperationen neue Wertschöpfung in Europa zu schaffen:

Dafür stehen wir.

Die Analyse von Daten ermöglicht neue und bessere Produkte. Der ökonomische, aber auch der gesellschaftliche Nutzen ist enorm. Dass die Analyse von Daten möglich ist, dabei aber unser europäisches Verständnis von Datenschutz gewahrt bleibt:

Dafür kämpfen wir.

Wir wirken mit an der gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Entwicklung dieses Kontinents. Für den Wohlstand der kommenden Generation ist die Digitalisierung die größte Chance. Wir wollen sie nutzen und bestehende Ängste abbauen. Die Deutsche Telekom sieht sich als vertrauenswürdiger Partner und Begleiter der Menschen in der digitalen Welt. Als Verfechter eines starken und souveränen Wirtschaftsstandorts Europa. Als Vorreiter bei der Sicherheit im Netz. Und als erfolgreiches Unternehmen, das Wert schafft für seine Kunden, Mitarbeiter und Eigentümer.

Verehrte Aktionärinnen und Aktionäre:

Dafür arbeiten wir!

Vielen Dank!