

– Es gilt das gesprochene Wort –

Conference Call
Bericht zum 3. Quartal 2015
5. November 2015

Timotheus Höttges
Vorstandsvorsitzender
Deutsche Telekom AG

Meine Damen und Herren,

Konnektivität, Breitbandigkeit, integrierte Produkte und Services und damit das beste Kundenerlebnis sind die Erfolgsfaktoren, die im bisherigen Jahresverlauf zu hervorragenden Entwicklungen geführt haben.

Wir sind bei der Umsetzung unserer Strategie im dritten Quartal weiter gut vorangekommen.

Erstes Beispiel:

Integrierte IP-Netze: Wir haben unsere Bevölkerungsabdeckung sowohl bei LTE wie auch bei Glasfaser im Festnetz in Deutschland und unseren europäischen Beteiligungsgesellschaften weiter ausgebaut. Im Rahmen der IP-Migration haben wir in Deutschland in den vergangenen drei Monaten weitere

860.000 Anschlüsse umgestellt und erreichen inzwischen eine Quote von 37 Prozent.

In unseren integrierten Gesellschaften in Europa liegen wir bei 45 Prozent, hier sind in den letzten drei Monaten rund 700.000 Anschlüsse hinzugekommen.

Zweites Beispiel:

Service und Innovationen: MagentaEINS als integriertes Produktpaket bieten wir nicht nur in Deutschland, sondern auch in vier Beteiligungsgesellschaften in Europa an – und weitere werden folgen.

Auf der IFA haben wir weitere innovative Services und Produkte vorgestellt: MagentaMobil Start, der Mobilfunktarif für Familien, der mit den Kindern mitwächst. Das Tablet Puls, als Steuerungszentrale für alle Telekom-Produkte zu Hause. Auf der IFA vor einem Jahr haben wir den Hybrid-Router angekündigt; den nutzen inzwischen über 100.000 Kunden für ihre breitbandigen Verbindungen ins Internet. Versprochen – geliefert.

Bei allen wichtigen internen Kennzahlen wie Call-Center-Erreichbarkeit liegen wir im Rahmen unserer internen Vorgaben. Bei T-Systems ist der TRIM-Wert für die Kundenzufriedenheit auf den höchsten jemals erreichten Stand gestiegen.

Zudem arbeiten wir weiter konsequent an Partnerschaften für die Zukunft.

Mit Huawei zusammen bauen wir das Cloud-Geschäft kräftig aus. Hier fangen wir nicht bei null an, sondern haben in den ersten neun Monaten 2015 den Cloud-Umsatz konzernweit um 30 Prozent auf fast eine Milliarde Euro gesteigert. Dabei haben wir zuletzt namhafte Kunden gewonnen wie Kone, Jet Aviation oder Magna.

Zusammen mit Huawei bauen wir jetzt die Public Cloud. Das ist ein riesiger Wachstumsmarkt, den wir nicht allein Amazon & Co. überlassen wollen. Dabei punkten wir unter anderem mit hohen Standards für Datenschutz und Datensicherheit – eben Cloud made by Deutsche Telekom.

Mit Partnern gewinnen wollen wir auch beim Thema Breitband am Himmel: Zusammen mit Inmarsat bauen wir das European Aviation Network in einer Kombination aus LTE- und Satelliten-Technik.

Als Innovationsführer wollen wir Fluggästen ab 2017 ein Breitband-Erlebnis bieten, wie sie es auf der Erde vom vielfachen Testsieger gewohnt sind – das bietet kein anderes Unternehmen.

Diese stetige Arbeit an Innovationen, bester Netzqualität und Services hat im dritten Quartal zur Fortsetzung der starken Entwicklung geführt, die wir bereits seit Jahresanfang gesehen haben.

Wir haben innerhalb eines Jahres die Glasfaser-Abdeckung in Deutschland um 10 Prozentpunkte auf 50 Prozent der Festnetz-Haushalte erhöht. Innerhalb der vergangenen zwölf Monate haben wir mehr als 1,6 Millionen Glasfaser-Anschlüsse neu in Betrieb genommen, davon rund eine Million bei eigenen Kunden.

Das LTE-Netz haben wir auf inzwischen 87 Prozent Bevölkerungsabdeckung ausgebaut. Mit Erfolg: Inzwischen haben wir mehr als 7 Millionen LTE-Kunden.

Das bildet zusammen die Basis für unsere Paketangebote innerhalb von MagentaEINS. Seit dem Start dieses ersten echten integrierten Telekommunikationsangebotes in Deutschland im Herbst vergangenen Jahres haben wir 1,6 Millionen MagentaEINS-Kunden gewonnen.

Allein im dritten Quartal 2015 sind mehr als 300.000 hinzugekommen.

In unseren Beteiligungsgesellschaften in Süd- und Osteuropa haben wir die LTE-Abdeckung binnen Jahresfrist um 30 Millionen Einwohner erhöht.

Seit Anfang September 2015 sind wir in allen unseren europäischen Mobilfunk-Märkten mit 4G/LTE vertreten.

Telekom Albania startete bereits mit der Markteinführung von 4G+ mit Geschwindigkeiten von bis zu 225 MBit/s zunächst in sieben großen Städten.

Die Abdeckung der Haushalte mit Glasfaser im Festnetz in den entsprechenden Landesgesellschaften liegt inzwischen bei 18 Prozent nach noch 14 Prozent vor einem Jahr. Auf dieser Basis haben wir die Zahl der Vertragskunden im Mobilfunk ebenso steigern können wie die Breitband-Anschlüsse und auch die Kunden im TV-Geschäft.

Vier Landesgesellschaften, nämlich die in der Slowakei, in Rumänien, Ungarn und Mazedonien haben die MagentaEINS-Logik übernommen – und weitere werden folgen.

Dafür, meine Damen und Herren, haben wir in den ersten neun Monaten 2015 weiter kräftig investiert – deutlich mehr als im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Wir haben hier zweistellig, nämlich um 15,5 Prozent auf 7,8 Milliarden Euro zugelegt.

Diese immensen Investitionen gehen nicht zu Lasten anderer Stakeholder: Der Anstieg des Free Cashflow um 12,4 Prozent in den ersten drei Quartalen auf 3,5 Milliarden Euro zeigt, dass wir auch bei dieser Ausgangsgröße für unsere Aktionärsvergütung unser Ziel klar im Blick haben.

Zweistellig waren auch die Zuwächse bei wichtigen Finanzkennziffern im dritten Quartal:

- Plus 12,9 Prozent beim bereinigten EBITDA
- Plus 30 Prozent beim bereinigten und ein Zuwachs von 60 Prozent beim ausgewiesenen Konzernüberschuss
- Plus 16,3 Prozent beim Free Cashflow

Die hohen Investitionen beginnen zunehmend, sich auszuzahlen, wie der um 9,3 Prozent erhöhte Konzernumsatz zeigt. Parallel dazu halten wir weiter unsere Kostendisziplin hoch.

Im Ergebnis liefern wir, was wir versprochen haben, und bestätigen daher auch unsere Jahresprognose.

Thomas Dannenfeldt wird Ihnen gleich Details zur Entwicklung der wichtigsten Finanzzahlen im dritten Quartal nennen.

Und damit übergebe ich an Thomas Dannenfeldt.