

– Es gilt das gesprochene Wort –

Bilanzpressekonferenz zum Geschäftsjahr 2021

24. Februar 2022

Timotheus Höttges
Vorstandsvorsitzender
Deutsche Telekom AG

Danke, Philipp!

Guten Morgen, meine Damen und Herren,

auch von mir ein herzliches Willkommen zu unserer Bilanzpressekonferenz. Eigentlich können wir uns über ein wirklich gutes Jahr freuen. 2021 war ein Rekordjahr für uns. Aber ich muss zugeben, natürlich beschäftigen mich gerade die jüngsten Ereignisse wie Sie sicher auch. Und es erfüllt einen natürlich schon mit Sorge, wenn der Bundeskanzler sagt: Die Lage ist ernst. Nach den Pandemie-Dauerbotschaften drängen die düsteren politischen Nachrichten nach vorn.

Ich werde Ihnen heute trotzdem Finanzzahlen bieten. Zahlen, die eigentlich Anlass zur Freude geben: Wir haben weltweit 7,1 Millionen neue Vertragskunden im Mobilfunk hinzugewonnen und rund 800.000 neue Breitband-Kunden. Durch dieses Wachstum und die Integration von Sprint in den USA haben wir deutlich über 100 Milliarden Euro Umsatz erwirtschaftet. Wir haben unsere Prognose für das bereinigte EBITDA AL und den Free Cashflow AL im Jahresverlauf mehrfach angehoben. Beim Ergebnis und beim Free Cashflow AL übertreffen wir unsere höheren Prognosen sogar noch. Das bereinigte Ergebnis je Aktie ist auf 1,22 Euro gestiegen – unsere Prognose lag bei über 1,10 Euro.

Unterm Strich: Wir halten unseren Wachstumskurs und liefern eine mehr als ordentliche Jahresbilanz. Außerdem haben wir wichtige Weichen für die Zukunft unseres Unternehmens gestellt:

1. Wir haben Vereinbarungen getroffen, um unsere Beteiligung an unserer Tochter T-Mobile US auf rund 48,4 Prozent aufzustocken. Unser Ziel bleibt, uns langfristig die Kapitalmehrheit zu sichern.
2. Wir haben den Verkauf von T-Mobile NL zu einem Unternehmenswert von 5,1 Milliarden Euro abgeschlossen.
3. Wir haben unsere gesamte Infrastruktur weiter ausgebaut. Mit der Gründung des Gemeinschaftsunternehmens GlasfaserPlus beschleunigen wir unseren FTTH-Ausbau in ländlichen Gebieten zusätzlich.

Für 2022 legen wir die Latte jetzt ein gutes Stück höher: Beim operativen Ergebnis Core Adjusted EBITDA AL wollen wir um 5 Prozent zulegen. Der Free Cashflow AL soll auf rund 10 Milliarden Euro steigen. Unter dem Strich soll das bereinigte Ergebnis je Aktie auf mehr als 1,25 Euro steigen.

Unser klares Ziel: Wir wollen den Unternehmenswert für unsere Aktionäre weiter steigern. Und weil ich weiß, dass diesen Stream auch viele Mitarbeitende verfolgen: Ein herzliches Dankeschön an euch! Ohne euch, unsere mehr als 200.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, wäre das nicht möglich gewesen! Danke auch im Namen des gesamten Vorstandes für ein gutes 2021. Ich freue mich auf die nächsten fünf Jahre mit euch!

So viel als kurze Einleitung von mir. Jetzt übernimmt Christian Illek, um mit Ihnen auf die Zahlen des Gesamtjahres 2021 zu schauen.

(Redeteil Christian P. Illek)

Vielen Dank, Christian.

Meine Damen und Herren,

2021 war, wie gerade geschildert, ein wirtschaftlich erfolgreiches Jahr für die Deutsche Telekom. Wir haben uns in der ersten Liga der globalen Digitalunternehmen festgespielt. Dadurch hat sich auch die Wahrnehmung unseres Unternehmens verändert. Exemplarisch zeigen das drei Entwicklungen:

1. In der Betrachtung von „Brand Finance“ gehören wir mittlerweile zu den 20 wertvollsten Unternehmen der Welt. Momentan liegt unser Markenwert bei 51,1 Milliarden Dollar. Damit sind wir nach Mercedes die zweitwertvollste Marke Deutschlands und haben internationale Größen wie Disney und AT&T hinter uns gelassen.
2. Wir sind heute attraktiver Kooperationspartner für die großen Technologie-Unternehmen. Wir haben uns mit Googles Mutterkonzern Alphabet auf eine langfristige Partnerschaft geeinigt. Diese umfasst unter anderem einen neuen Messaging-Dienst für unser B2B-Geschäft, den Start der souveränen Cloud für unsere Geschäftskunden sowie neue Funktionen für unser Premium-Produkt MagentaTV One. Wir sind das einzige Unternehmen der Telco-Branche, das eine solche Partnerschaft auf Augenhöhe mit Alphabet eingegangen ist.
3. Unsere strategische Partnerschaft mit SoftBank verbessert unsere Position gleich an mehreren Stellen. Wir haben im vergangenen Jahr 45 Millionen Aktien der T-Mobile US von SoftBank erworben. Der damit verbundene Einstieg von SoftBank als Großaktionär mit rund 4,5 Prozent unserer Aktien zeigt aber auch das Vertrauen, das uns der weltweit größte Tech-Investor entgegenbringt. SoftBank sieht großes Potenzial in unserer Aktie. Die Übernahme von 225 Millionen T-Aktien zu einem Wert von je 20 Euro unterstreicht das. Zugleich haben wir eine strategische Allianz mit dem weltgrößten Tech-Fonds abgeschlossen, die unter dem Stichwort Magenta Advantage schon erste Früchte trägt. Dieser Deal ist ein Win-win für beide Unternehmen.

Meine Damen und Herren,

den Ausschlag für diese positiven Entwicklungen geben unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie sind der erste Teil der Gleichung für unseren anhaltenden Erfolg.

Die beiden anderen Teile der Gleichung sind:

1. Unsere Netze. Sie sind die besten der Welt. „Learning from the best“ heißt hier „Learning from Deutsche Telekom“.
2. Unsere Kundinnen und Kunden. Immer mehr Menschen entscheiden sich für einen Vertrag bei der Deutschen Telekom. Das ist die Basis für die nachhaltige Werthaltigkeit unseres Geschäftsmodells.

Lassen Sie mich dazu ein wenig ins Detail gehen:

Der Anspruch der Telekom ist es, in allem, was wir tun, führend zu sein. Bei uns sollen die Menschen erleben, was Premium-Konnektivität bedeutet: nahtlos, stabil, überall. Wenn uns das gelingt, bleiben unsere Kunden loyal. Deshalb arbeiten wir Tag für Tag daran, noch besser zu werden. Und wir tun noch mehr dafür: Wir investieren jedes Jahr Milliarden in unsere Infrastruktur. 2021 waren das weltweit 18 Milliarden Euro, ohne Investitionen in Spektrum – so viel wie noch nie. Allein in Deutschland rund 5,5 Milliarden Euro. Hier werden wir unsere Investitionen über die nächsten Jahre auf rund 6 Milliarden Euro steigern. Wir wollen unseren Kunden auch in Zukunft das bieten, was sie von uns erwarten: die besten Netze. Daher müssen wir unsere Netze so dicht weben, dass sie den wachsenden Anforderungen standhalten.

- Im Mobilfunk ist uns das 2021 sehr gut gelungen. In Deutschland haben wir das mit Abstand beste 5G-Netz. Heute erreichen wir bereits 91 Prozent der Menschen in Deutschland mit 5G, das sind 24 Prozentpunkte mehr als letztes Jahr. Über 4.000 Antennen funken jetzt auf dem ultra-schnellen 3,6-GHz-Band. Wir haben es in nur zwei Jahren geschafft, fast alle Menschen in Deutschland mit 5G zu versorgen. Dort, wo wir heute noch nicht sind, bauen wir weiter aus. We won't stop!

- In den Vereinigten Staaten ist die T-Mobile US nach allen Tests der landesweite 5G-Marktführer. Das Netz ist besser als das von Verizon, besser als das von AT&T. Über 210 Millionen Menschen können per „Ultra Capacity 5G“ im 2,5-GHz-Band das extrem schnelle 5G nutzen. Das ist eine Verdoppelung im Vergleich zum Vorjahr. Rechnet man den niedrigeren Frequenzbereich ein, erreicht T-Mobile US heute 94 Prozent aller US-Amerikanerinnen und -Amerikaner mit 5G. Das mit Abstand größte Netz und damit die beste Voraussetzung dafür, unsere Wachstumsgeschichte fortzuschreiben.
- Auch in Europa haben wir beim Mobilfunk Fortschritte erzielt. Über alle Märkte hinweg erreichen wir in unseren europäischen Beteiligungsgesellschaften heute fast 30 Prozent der Menschen mit 5G. Hier konnten wir im Jahresvergleich um 16 Prozentpunkte zulegen und die Abdeckung mehr als verdoppeln. Wenn man bedenkt, dass in manchen Ländern zum Beispiel die Frequenzen erst sehr viel später als in Deutschland vergeben wurden, sind wir auch hier auf einem guten Weg.
- Und damit komme ich zum Glasfaserausbau. Darauf haben wir im vergangenen Jahr ein besonderes Augenmerk gelegt. Nach dem Abschluss von Vectoring und Supervectoring liegt unser Fokus ganz klar auf FTTH. Und auch hier gilt: We won't stop! Unsere Technikerinnen und Techniker haben 2021 wie angekündigt 1,2 Millionen neue FTTH-Anschlüsse in Deutschland ermöglicht. Doppelt so viele neue Anschlüsse wie im Vorjahr. Mehr als die Summe aller Wettbewerber. Wir leisten unseren Beitrag zur Digitalisierung unseres Landes.
- Das Ziel bleibt FTTH für alle Haushalte und Unternehmen in Deutschland bis 2030. Die Telekom wird einen großen Teil dieser Anschlüsse bauen. Aber das schaffen wir nicht allein – auch der Wettbewerb muss hier einen Beitrag leisten.
- Und weil das Ziel trotzdem noch sehr ambitioniert ist, gehen wir neue, vielleicht auch ungewöhnliche Wege, um den Glasfaserausbau zu

beschleunigen. Deshalb haben wir mit unserem australischen Partner IFM Investors das Gemeinschaftsunternehmen GlasfaserPlus gegründet. Das Joint Venture soll 4 Millionen Haushalte im ländlichen Raum mit FTTH versorgen. Dazu kommt der geplante Eigenausbau von 8 Millionen Haushalten bis 2030 im ländlichen Raum. Also werden wir als Telekom insgesamt 12 Millionen ländliche Haushalte versorgen und damit den mit Abstand größten Beitrag leisten. Wir behandeln alle Menschen gleich. Ganz egal, wo sie wohnen.

- Ein wesentlicher Aspekt bei der Digitalisierung ist sicher Schnelligkeit. Highspeed. Und wir trauen uns zu, noch schneller zu werden. Deshalb erhöhen wir unser Mittelfristziel beim Ausbau von Glasfaser nochmal deutlich. Beim Kapitalmarkttag haben wir gesagt: Zehn Millionen Haushalte sollen bis 2024 Glasfaser von der Telekom bekommen können. Dank GlasfaserPlus und weiterer Kooperationen wollen wir jetzt bis 2024 dieses Ziel deutlich übertreffen. Die Telekom duckt sich nicht weg. Wir übernehmen Verantwortung, wir nehmen die Schippe in die Hand und bauen!
- Unser Glasfasernetz öffnen wir überall und zu fairen Bedingungen für den Wettbewerb. Das Open-Access-Prinzip gilt bei uns zu jeder Zeit und für alle Anbieter.
- Mit 1&1 haben wir jetzt einen gemeinsamen Marktstandard für die Mitnutzung unseres Glasfasernetzes definiert. Das waren wie immer zähe Verhandlungen, aber das Resultat zahlt sich für alle aus. Auch hier besteht die Gleichung aus drei Komponenten: mehr Anbietervielfalt für die Kunden. Mehr Reichweite für andere Marktteilnehmer. Und eine höhere Auslastung für die Infrastruktur der Telekom.

Meine Damen und Herren,

von unseren Anstrengungen beim Netzausbau profitieren immer mehr Menschen. Heute vertrauen weltweit fast 300 Millionen Kunden darauf, dass sie bei der Telekom die beste Verbindungsqualität bei tadellosem Service bekommen.

In den USA arbeiten die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zweier zuvor konkurrierender Unternehmen heute gemeinsam daran, die Nummer 1 zu werden. Das motiviert ungemein. 2021 hat die neue T-Mobile US ein Etappenziel erreicht und sich zwischen den vormaligen Platzhirschen Verizon und AT&T etabliert. Ausschlaggebend dafür: Immer mehr Menschen entscheiden sich für einen Vertrag im besten 5G-Mobilfunknetz der USA. 2021 waren es 5,5 Millionen neue Vertragskunden. Das ist ein weiterer Rekord. Und diese „We won't stop-Kultur“ überträgt sich auch auf den Rest der Gruppe.

Auch in Deutschland und Europa fällt der Zuwachs beachtlich aus. Mehr als 1,6 Millionen Menschen haben sich für unsere Mobilfunkprodukte entschieden. Das sind noch einmal 100.000 mehr als im Vorjahr. Von unseren Breitbandanschlüssen konnten wir rund 760.000 Kunden überzeugen. Hier liegt das Wachstum der Neukunden bei rund 50.000 gegenüber 2020. Und für unser MagentaTV haben sich rund 350.000 Menschen entschieden. Die Botschaft ist deutlich: Die Zeit der Anschlussverluste haben wir erfolgreich hinter uns gelassen. Die Nachfrage nach unseren Produkten wächst in allen Märkten konstant.

Meine Damen und Herren,

lassen Sie uns jetzt eine Ebene tiefer einsteigen und schauen, wie sich die Zahlen in den einzelnen Segmenten entwickelt haben. Zunächst zu unserem Heimatmarkt Deutschland. Besonders erfreulich ist das Kundenwachstum, rund 84.000 neue Breitband-Kunden sind klasse. Unser Marktanteil bei den Neukunden liegt erneut deutlich über 50 Prozent. Im Gesamtjahr sind das 360.000 neue Kunden. Zugleich zahlt sich unsere Strategie zunehmend aus, zunächst breit Vectoring und Supervectoring auszubauen und jetzt FTTH zu forcieren.

Der Anteil von Breitband-Anschlüssen mit mindestens 100 Mbit/s in unserem Bestand liegt inzwischen bei rund einem Drittel. Das sind fast 90 Prozent mehr als noch vor zwei Jahren. Wir haben inzwischen mehr als 1,2 Millionen Supervectoring-Anschlüsse in unserem Netz, rund 73 Prozent mehr als Ende 2020.

Mehr Bandbreite im Anschluss heißt natürlich auch, dass wir mehr Möglichkeiten für den Verkauf zusätzlicher Produkte und Services haben. Das nennt sich neudeutsch Upselling und funktioniert zunehmend besser. Der Umsatz pro Anschluss ist über die vergangenen zwei Jahre um 1,70 Euro gestiegen. Zusammen mit der höheren Zahl der Breitband-Anschlüsse hat das dazu beigetragen, den gesamten Service-Umsatz im zurückliegenden Jahr organisch um 1,8 Prozent zu erhöhen. Und ebenfalls positiv: Unsere Anschlussverluste verbleiben auf niedrigem Niveau, im vierten Quartal waren es 18.000.

Im Mobilfunk haben wir im vierten Quartal 202.000 neue Vertragskunden hinzugewonnen. Auf dieser Basis konnten wir die Service-Umsätze im Mobilfunk im vierten Quartal um 2,3 Prozent steigern.

Wie fügen sich dieses Quartal und das Jahr 2021 in unsere Prognosen vom Kapitalmarkttag 2018 ein? Das bereinigte EBITDA AL sollte im Durchschnitt der Jahre 2017 bis 2021 um 2 bis 2,5 Prozent steigen. Das haben wir geschafft. 21 Quartale in Folge hat das Deutschland-Team inzwischen das bereinigte EBITDA AL verbessert und im Gesamtjahr 2021 rund 9,5 Milliarden Euro erreicht.

Diesen Weg wollen wir fortsetzen: Zwischen 2020 und 2024 wollen wir das Ergebnis im Jahresdurchschnitt um 2,5 bis 3 Prozent erhöhen. Für 2022 lautet das Ziel rund 9,8 Milliarden Euro bereinigtes EBITDA AL.

In den USA geht die Integration der ehemaligen Sprint mit großen Schritten voran. Ende des vierten Quartals 2021 waren rund 50 Prozent der vormaligen Sprint-Kunden auf das Netz der T-Mobile migriert. Die Synergien aus dem Zusammenschluss beider Unternehmen konnten wir 2021 gegenüber dem Vorjahr fast verdreifachen auf 3,8 Milliarden Dollar. Damit haben wir bereits etwa die Hälfte der geplanten jährlichen Synergien von 7,5 Milliarden Dollar erreicht.

Der starke Kundenzuwachs hat sich unterdessen 2021 fortgesetzt. Unter eigener Marke konnten wir allein im vierten Quartal 1,75 Millionen neue Vertragskunden für uns gewinnen. Gleichzeitig blieb die Wechslerquote bei den Vertragskunden mit rund 1,1 Prozent sehr niedrig. Als Teil der Integrationsarbeit stellen wir das

Geschäftsmodell der ehemaligen Sprint um und reduzieren das Leasing-Geschäft mit Endkunden.

Christian Illek hat das Thema ausführlich erläutert, ich greife es trotzdem nochmal auf, weil es kurzfristig und vor allem langfristig Auswirkungen auf unser Geschäft haben wird. Unter Berücksichtigung dieses Einflusses hatten wir auch im vierten Quartal 2021 ein Wachstum des bereinigten Core EBITDA von 3,2 Prozent. Für 2022 plant T-Mobile US einen weiteren deutlichen Ergebnisanstieg. Der Kundenstamm soll um weitere 5 bis 5,5 Millionen Vertragskunden wachsen. Dieser Ausblick wurde vom Kapitalmarkt sehr gut aufgenommen. Das klare Signal dahinter: Unser US-Geschäft bleibt dynamisch, unsere Wachstumsgeschichte ist intakt.

In unseren europäischen Beteiligungen sehen wir im vierten Quartal erneut hohes organisches Wachstum bei den Kundenzahlen. Für unsere konvergenten Bündelprodukte haben sich 224.000 Menschen entschieden. Bei den Vertragskunden im Mobilfunk hatten wir einen Zuwachs auf Vorjahresniveau von 171.000 Kunden. Beim Thema Breitband betrug das Plus 87.000 Kunden. Weitere 58.000 Kunden haben sich für unser TV-Angebot entschieden.

Seit 2017 hat sich die Entwicklung der Service-Umsätze im Segment Europa kontinuierlich verbessert. 2021 hatten wir hier einen organischen Zuwachs von rund 2 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Das bereinigte EBITDA AL ist inzwischen 16 Quartale in Folge im Vorjahresvergleich gestiegen. 2021 betrug der organische Anstieg 5,4 Prozent. Für die kommenden Jahre haben wir uns weiteres Wachstum vorgenommen. Zwischen 2020 und 2024 soll das Ergebnis jährlich im Durchschnitt um 1,5 bis 2,5 Prozent steigen, so unsere Prognose vom Kapitalmarkttag 2021. Auch hier sind wir auf einem guten Weg.

Kommen wir nun zu unserem Systemgeschäft. Hier verzeichneten wir 2021 weiteres Wachstum im Geschäft mit Public Cloud mit einem Umsatzplus von 19 Prozent sowie bei digitalen Lösungen mit 14 Prozent. Was mich persönlich freut: Die Erfolgsgeschichte mit digitalen Gesundheitslösungen geht weiter. Nach der Corona-Warn-App entwickelt T-Systems jetzt eine Lösung für die Weltgesundheitsorganisation. Die WHO digitalisiert den internationalen Impfpass für

196 Länder. Das Gateway für den Nachweis der Echtheit dieser Zertifikate liefert T-Systems. Davon können Milliarden Menschen rund um den Globus profitieren.

Das klassische IT-Geschäft war hingegen weiter rückläufig. Das ist ein allgemeiner Trend in der Branche. T-Systems setzt seinen Umbau fort und fokussiert konsequent auf Wachstumsfelder. Das heißt: Im Projektgeschäft konzentrieren wir uns auf Industrien und Märkte, in denen wir für die T-Systems Wettbewerbsvorteile sehen. Wenn man den geplanten Rückzug aus Teilgeschäften wie der Wartung von Desktops rausrechnet, wäre das Geschäft im letzten Jahr um rund ein Prozent gewachsen. Insgesamt ist eine strategisch getriebene Verschiebung des Umsatzmixes vom klassischen Portfolio zu den Wachstumsfeldern sichtbar. Heute machen die Wachstumsbereiche fast 60 Prozent des Umsatzes aus. Im Vergleich zu 2019 ist dies eine Steigerung von mehr als 10 Prozentpunkten.

Das bereinigte EBITDA AL stieg 2021 unterdessen organisch um 6,1 Prozent. Hier zahlt sich zunehmend aus, dass wir in den Jahren 2017 bis 2021 die indirekten Kosten um rund 0,4 Milliarden Euro gesenkt haben. In den kommenden Jahren wollen wir diese positive Ergebnisentwicklung fortsetzen. Das Ziel vom Kapitalmarkttag 2021 lautet: Wir wollen das bereinigte EBITDA AL zwischen 2020 und 2024 im Durchschnitt jährlich um mehr als 5 Prozent erhöhen.

In unserem Segment Group Development konsolidieren wir die T-Mobile NL bis zum Closing des Verkaufs im Konzern. Das Unternehmen hat den Wachstumskurs der vergangenen Jahre im vierten Quartal 2021 fortgesetzt: 58.000 neue Mobilfunk-Vertragskunden und 19.000 Abschlüsse im Bereich Breitband sind hinzugekommen. Sie wissen, dass der Verkauf ein wichtiger Teil unserer Portfolio-Strategie ist, bei der wir uns in Europa auf konvergente Geschäftsmodelle konzentrieren. T-Mobile NL ist sehr erfolgreich, aber immer noch stark auf Mobilfunk konzentriert. Dieses Geschäft kann sich unter den neuen Eigentümern besser weiterentwickeln als in unserem Konzern.

Bei den Funktürmen ist die Zahl unserer Standorte auf 40.600 angestiegen. Seit 2017 haben wir insgesamt 6.300 Sendestandorte neu errichtet, davon 1.400 alleine im Jahre 2021. Siebenmal so viel wie unser nächstgroßer Wettbewerber. Dabei

haben wir kontinuierlich das Geschäft mit Kunden außerhalb des Konzerns gestärkt. Im vierten Quartal 2021 stammten rund 24 Prozent der wiederkehrenden Mieterlöse aus dem Geschäft mit Dritten wie zum Beispiel Vodafone. Organisch war das in den drei Monaten ein Plus von 12,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Das bereinigte EBITDA ist organisch um 5,9 Prozent gestiegen. Dazu haben auch sinkende Kosten pro Sendestandort beigetragen – wir erhöhen also nicht nur den Umsatz, sondern steigern auch die Effizienz.

Meine Damen und Herren,

ich fasse zusammen: 2021 war ein weiteres gutes Jahr für unser Unternehmen. Wir haben geliefert. Wir haben bewiesen, dass wir mit Herausforderungen gut umgehen können. Wir haben wichtige Weichen für die strategische Weiterentwicklung der Telekom gestellt. Das sind klare Fakten. Fakten, die uns mutig, nicht übermütig stimmen. Mit dieser Haltung nehmen wir es auch mit den Herausforderungen der Zukunft auf.

Wir wollen den Weg 2022 fortsetzen:

- Das Core Adjusted EBITDA AL soll um rund 5 Prozent auf rund 35,5 Milliarden Euro steigen.
- Für den Free Cashflow AL planen wir eine Steigerung um 18 Prozent auf rund 10 Milliarden Euro.
- Das bereinigte Ergebnis je Aktie erwarten wir bei mindestens 1,25 Euro.

Das fügt sich nahtlos in unsere mittelfristigen Ziele vom Kapitalmarkttag 2021 ein.

Zur Erinnerung:

- Wir wollen unseren Umsatz in den Jahren 2020 bis 2024 jährlich im Schnitt um 1 bis 2 Prozent steigern.

- Das bereinigte EBITDA AL soll derweil im Schnitt um 3 bis 5 Prozent zulegen.
- Der Free Cashflow AL soll durchschnittlich um etwa 10 Prozent pro Jahr auf mehr als 18 Milliarden Euro im Jahr 2024 wachsen.
- Unser bereinigter Gewinn pro Aktie soll auf über 1,75 Euro steigen, von 1,22 Euro im Jahr 2021.

Von unseren Erfolgen im zurückliegenden Geschäftsjahr sollen auch unsere Aktionäre profitieren. Für 2021 sollen sie – vorbehaltlich der Zustimmung der Hauptversammlung – eine Dividende von 64 Cent pro Aktie erhalten. Und Sie kennen unsere Ausschüttungspolitik: Die Dividende soll sich am Wachstum des bereinigten Ergebnisses je Aktie orientieren. Zwischen 40 und 60 Prozent des bereinigten Gewinns je Aktie wollen wir ausschütten. Ein klarer Weg, um die Aktionäre am Erfolg des Unternehmens teilhaben zu lassen.

Vielen Dank.