

**Sendesperfrist: 30. April 2009 / Beginn Rede René Obermann**

– Es gilt das gesprochene Wort –

**Auf dem Weg zu einer neuen Telekom**

**Rede zur Hauptversammlung der Deutschen Telekom  
am 30. April 2009 in Köln**

**René Obermann  
Vorstandsvorsitzender  
Deutsche Telekom AG**

Guten Morgen, meine Damen und Herren,  
sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre.

Herzlich willkommen zu unserer Hauptversammlung.

Für die Deutsche Telekom war das Jahr 2008 insgesamt ein erfolgreiches Jahr, aber es war kein einfaches. Für mich war es das bisher schwierigste. Wichtig ist: Am Ende haben die Zahlen gestimmt. Wir haben weiter modernisiert. Und wir sind in der Aufarbeitung der Datenthemen ein gutes Stück vorangekommen.

Das Jahr 2008 hat wieder gezeigt, wie wichtig es ist, diszipliniert den Weg zu gehen, den wir Anfang 2007 eingeschlagen haben. Dieser Weg ist richtig. Auch wenn es Rückschläge gibt. Die Datenprobleme zum Beispiel haben unser Un-

ternehmen belastet. Wir wünschen uns andere Themen, keine Frage. Die Staatsanwaltschaft ermittelt noch, die Aufarbeitung ist noch nicht abgeschlossen. Das Wichtigste aus unserer Sicht ist, dass solche Dinge künftig nicht mehr passieren dürfen und dass die Datensicherheit für unsere Kunden und für unsere Mitarbeiter weiter erhöht wird.

Ich bin überzeugt, dass wir mit dem neuen Vorstand Dr. Manfred Balz den richtigen Mann für die Themen Datenschutz, Recht und Compliance an Bord haben. Wir stellen uns der Kritik der Fachwelt und wir wollen unsere Lernerfahrungen aus den Datenschutz-Zwischenfällen der Politik und unserer ganzen Branche zur Verfügung stellen. Wir haben deswegen einen Datenschutzbeirat gebildet, dem unser stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzende Lothar Schröder vorsitzt. Dort beraten uns Datenschutzexperten aus Politik, Wissenschaft und Vertreter der kritischen Öffentlichkeit, etwa des Chaos Computer Club. Zusätzlich bekommen wir Unterstützung von Dr. Gerhard Schäfer, dem Bundesrichter a. D. Unser aktueller Datenschutzbericht liegt übrigens hier für Sie aus. Darin berichten wir ab sofort regelmäßig darüber, was wir beim Thema Datenschutz und Datensicherheit tun.

Meine Damen und Herren,

obwohl das Thema Datenschutz die Berichterstattung über Monate bestimmt hat und wir in der vergangenen Woche unsere Prognose für 2009 anpassen mussten: Wir haben 2008 das Geschäft weiter verbessert, unsere Finanzziele 2008 nicht nur erreicht, sondern übertroffen. Das bereinigte EBITDA lag mit rund 19,5 Milliarden Euro leicht über unserer ursprünglichen Prognose von 19,3 Milliarden Euro. Auch beim Free Cash-Flow haben wir mit 7,0 Milliarden Euro unsere eigenen Erwartungen um 0,4 Milliarden Euro übertroffen. Das ist erheblich. Unsere Netto-Finanzverbindlichkeiten sind mit 38,2 Milliarden Euro nahezu stabil geblieben – trotz der Beteiligung an der griechischen OTE. Wir konsolidieren die OTE-Gruppe übrigens seit Februar zu 100 Prozent.

Ich gehe noch mal auf die vier strategischen Ziele ein, die wir seit zwei Jahren konsequent verfolgen.

#### 1. Das Deutschland-Geschäft verbessern.

Deutschland ist nach wie vor mit Abstand der größte Markt für uns und deshalb auch so wichtig. Unser Deutschland-Geschäft hat sich ordentlich entwickelt. Sowohl bei Breitband-Anschlüssen als auch im Mobilfunk haben wir die Marktführerschaft weiter ausgebaut.

Am wenigsten zugetraut hat man uns den Erfolg der Festnetzsparte T-Home. Heute können wir sagen: Die guten Kundenzahlen von 2007 waren keine Eintagsfliege. 2008 ging es weiter aufwärts. Ja, wir haben durch Regulierung und Technologie rund 2,5 Millionen Anschlüsse verloren. Das wussten wir vorab und haben es auch angekündigt. Am Ende waren es sogar etwas weniger als erwartet. Aber im vergangenen Jahr haben sich immerhin 500.000 Kunden gemeldet, die zur Telekom zurückkehren wollen: weil unser Service überzeugt und unser Preis-Leistungs-Verhältnis dem Wettbewerb überlegen ist. Das war mehr, als wir erhofft hatten. Unsere Mitarbeiter können stolz darauf sein.

Wir haben unseren Marktanteil am DSL-Neukundengeschäft wieder leicht gesteigert: Im Jahresschnitt lagen wir bei rund 45 Prozent – im vierten Quartal sogar nahe an der 50-Prozent-Marke. Auch im Zukunftsmarkt Internetfernsehen haben wir Fahrt aufgenommen: Wir hatten zum Jahresende rund 500.000 Entertain-Verträge verkauft. Ein guter Anfang. Aber hier müssen wir noch deutlich mehr Kunden überzeugen.

Bei der Steigerung unserer Effizienz haben wir ebenfalls eine Menge erreicht: Das Programm „Sparen für Service“ hat bis zum Jahresende 2008 schon eine jährliche Brutto-Einsparung von rund 4,1 Milliarden Euro erbracht – verglichen

mit der Ausgangssituation 2006. Ein großer Teil davon wurde sofort wieder in Vermarktung, neue Produkte und Service investiert. Sie erinnern sich vielleicht: Vor zwei Jahren hatten wir uns bis 2010 insgesamt 4,7 Milliarden vorgenommen. Ich glaube, wir werden das früher schaffen – und wir werden in den kommenden Jahren noch mehr sparen.

Zurück zum Markt: T-Mobile Deutschland hat die Marktführerschaft gefestigt. Das war wichtig. Mit dem iPhone von Apple, dem G1 aus der Kooperation mit Google und den Netbooks – also Minicomputern mit eingebauter Mobilfunkkarte und Tarifpaketen für unbegrenzte Internet-Nutzung – ist T-Mobile unstrittig Innovationsführer im Markt.

Die Basis dafür ist hart erarbeitet: Wir haben das beste deutsche Mobilfunknetz – das haben die Leser der Fachzeitschrift Connect 2008 erneut bestätigt. Und daran ändert auch der Vorfall der vergangenen Woche nichts. Wir wollen das nicht beschönigen – so eine erhebliche Störung ist ärgerlich. Wir werden alles tun, um es für die Zukunft zu vermeiden.

## 2. Wachstum im Ausland mit Mobilfunk.

Zu der positiven Entwicklung 2008 hat ganz wesentlich das Wachstum im Ausland beigetragen. Das gilt vor allem für unsere Märkte in den USA und in Osteuropa, auch wenn gerade die jetzt von der Krise stärker betroffen sind. Darauf gehe ich später noch ein. Sowohl das Mobilfunkgeschäft in den USA als auch in Osteuropa legten 2008 im operativen Ergebnis deutlich zu. Insgesamt haben wir die Zahl der Mobilfunkkunden im Ausland auf fast 90 Millionen gesteigert. Dabei haben wir allein 5,2 Millionen Vertragskunden hinzugewonnen.

Und wir haben eine Gelegenheit genutzt, um im Ausland auch durch Zukauf zu wachsen. Ganz klar: Die Beteiligung an dem griechischen Telekommunikations-Konzern OTE war ein wichtiger Schritt. OTE ist nicht nur Marktführer in

Griechenland, sondern mit seinen Tochtergesellschaften in fünf südosteuropäischen Ländern aktiv. Das sind mehr als 18 Millionen Mobilfunk- und 8,5 Millionen Festnetzkunden, davon etwa 1,5 Millionen mit Breitbandanschlüssen. Insgesamt ein Markt mit viel Wachstumspotenzial.

### 3. Mobiles Internet.

Auch der Erfolg mit mobilen Internetdiensten bestätigt unsere Strategie: Besonders in Europa haben wir das Wachstum beschleunigt. Und zwar erheblich. Inzwischen ist das mobile Internet ein Milliardengeschäft. Es gleicht zunehmend den Preis- und Umsatzrückgang im Sprachgeschäft aus. Beispiel Deutschland: Zwei Quartale in Folge sind die Service-Umsätze von T-Mobile nun stabil, das war lange anders.

Wir werden die Chancen des mobilen Internets weiter nutzen. 2008 haben wir in diesem Bereich insgesamt 2,5 Milliarden Euro umgesetzt. In Europa übrigens 45 Prozent mehr als im Jahr 2007. Und das ist erst der Anfang.

### 4. Aufbau des System-Geschäfts oder ICT.

T-Systems zeigt – nach der konsequenten Neuausrichtung auf so genannte netzzentrierte ICT-Angebote – nach Jahren erstmals einen positiven Trend. T-Systems schreibt schwarze Zahlen im operativen Ergebnis. Das ist ein ganz klarer Turnaround. Wir haben 2008 eine Reihe von großen Outsourcing-Verträgen gewonnen – unter anderem einen Milliarden-Auftrag mit Shell. Ein wichtiger strategischer Schritt war auch die Partnerschaft von T-Systems mit dem amerikanisch-indischen Unternehmen Cognizant, die wir im März 2008 vereinbart haben. Durch diese Partnerschaft können wir im Bereich Systemintegration Dienstleistungen zu verbesserten Konditionen anbieten.

All diese Erfolge sind Erfolge unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Alle haben sich engagiert. Ich sage Ihnen Danke! Trotz schmerzhafter Einschnitte in den vergangenen zwei Jahren sind Sie alle engagiert und motiviert dabei. Wir haben mit Ihnen ein Spitzenteam und gewinnen mittlerweile auch in puncto Service – selbst bei der Stiftung Warentest.

Meinen Vorstandskollegen und mir ist sehr bewusst, dass wir weiter modernisieren müssen, vor allem im deutschen Kerngeschäft. Eben weil es so einen großen Anteil an Umsatz und Ertrag hat. Und wir wissen auch, dass wir den Kolleginnen und Kollegen mit den Änderungen einiges abverlangen. Auch im vergangenen Jahr war das so.

Nur drei Beispiele:

Erstens: Das dringend erforderliche neue Computer-System für unsere Call-Center – die größte Systemintegration in unserer Branche – hat die Arbeit während der Einführungsphase erschwert.

Zweitens haben wir entschieden, die Zahl der Kundenservice-Standorte von 63 auf 33 zu reduzieren. Das bedeutet für einige längere Anfahrtszeiten oder für manche gar einen Wohnortwechsel. Aber wir mussten das machen. Nur so können wir die Servicequalität verbessern.

Drittens die Verkäufe der DeTelImmobilien – oder der Vivento Technical Services. Mit guten Regelungen für die Beschäftigten, das kann ich hinzufügen.

Seien Sie versichert: Wir tun das parallel zu allen Wachstumsinitiativen. Wir vergessen bei allen Sparanstrengungen die Innovationen nicht. Wir wissen, was wir den Menschen zumuten, aber es ist langfristig für das Geschäft und damit für attraktive Arbeitsplätze richtig und wichtig.

Meine Damen und Herren,

trotz der guten Geschäftsentwicklung ist der Aktienkurs nach wie vor unbefriedigend. Und insbesondere die vergangene Woche war nicht gut. Ihre Aktie ist seit vielen Jahren auf oder unterhalb des Ausgabekurses. Wir wollen das nicht allein auf eine Wirtschaftskrise schieben. Wir sagen: Dabei darf es nicht bleiben. Aber: Tatsächlich hat sich der Kurs in einem sehr schwierigen Umfeld 2008 besser als der Gesamtmarkt entwickelt – übrigens auch besser als der Durchschnitt unserer Wettbewerber.

Und heute können wir über eine ordentliche Dividende abstimmen. Aufsichtsrat und Vorstand schlagen Ihnen 78 Eurocent pro Aktie vor. Im Übrigen wird diese Dividende für alle inländischen Aktionäre steuerfrei ausgezahlt. Sie erhalten somit die Dividende erstmals brutto für netto.

In Zeiten der schlimmsten Wirtschaftskrise seit 80 Jahren steht unser Unternehmen vergleichsweise stabil da. Die Zahlen des ersten Quartals zeigen allerdings, dass wir in einigen Ländern – den USA, Großbritannien, Polen – die Auswirkungen der Krise stärker spüren als zunächst erwartet. Wir haben deshalb die Öffentlichkeit in der vergangenen Woche sofort informiert. Wir rechnen nun mit einem um zwei bis vier Prozent schlechteren EBITDA als noch zum Jahresanfang. Das wird sich auch auf den Cash-Flow auswirken. Wenngleich wir ihn mit 6,4 Milliarden Euro immer noch auf einem hohen Niveau erwarten.

Der Wind bläst auch uns stärker ins Gesicht. Die harte Arbeit der letzten Jahre hat sich trotzdem gelohnt: Die Telekom ist stabil finanziert, besser im Marktanteil – und zwar auf hohem Niveau –, besser im Service, stabil bei Ausbildungsplätzen und stabil in der Strategie. Die aktuellen Entwicklungen zeigen: In einem zunehmend schwierigen Umfeld werden wir weiter um jeden Euro kämpfen müssen. Angesichts der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, aggressiver

Wettbewerber, aber auch im Lichte einer harten Regulierung, die uns wie bisher zu schaffen macht.

Zum Thema Regulierung: Es wäre gut möglich gewesen für die Bundesnetzagentur, Ende März nach elf Jahren erstmals die Preise für unsere Anschlussvorprodukte zu erhöhen – also für die sogenannte letzte Meile. Unsere Kosten rechtfertigen das. Eine Erhöhung dieser Entgelte wäre auch eine Ermutigung für die Unternehmen gewesen, die in die Netze von morgen investieren wollen. Am Ende stand eine erneute Absenkung. Für uns eine Enttäuschung, für Deutschland eine verpasste Chance. Wir werden weiter in Breitband investieren. Das ist unsere Zukunft. Aber dafür stehen nach dieser Entscheidung nun 100 Millionen Euro weniger zur Verfügung, um weiße Flecken mit DSL auszubauen. Das ist bedauerlich für unsere Kunden. Aber es ist wirtschaftlich nicht anders machbar.

So weit zur Regulierung, die in Krisenzeiten offensichtlich die Krisensymptome noch verstärkt statt sie zu bekämpfen. Dazu könnte man noch viel sagen, auch zur EU-Regulierung. Aber das würde den Rahmen sprengen.

Wir haben einen langfristig angelegten Plan – sowohl für neue Produkte als auch für den Service und für die Wirtschaftlichkeit. Es reicht nicht, dass unser Ergebnis langfristig nur stabil bleibt. Wir müssen uns auf Dauer weiter verbessern. Auf Konzernebene erwirtschaften wir unsere angestrebte Kapitalverzinsung leider noch nicht, auch wenn wir etwas besser geworden sind.

Für die korrigierten Ziele für 2009 werden wir konsequent weiter Wachstumsfelder wie das mobile Internet, IT-Outsourcing und das Internetfernsehen besetzen, den Service für unsere Kunden weiter verbessern und noch wettbewerbsfähigere Kostenstrukturen schaffen. Insgesamt werden wir auch in diesem Jahr wieder Milliarden in unsere Zukunft investieren – so viel wie kaum ein anderes deutsches Unternehmen. Aber bei aller Überzeugung für die erforder-

lichen Zukunftsinvestitionen: Wir haben erschwerte Finanzierungsbedingungen. Gerade jetzt muss der Cash-Flow stimmen. Der Cash-Flow hat also Priorität. Er ist eine wichtige Voraussetzung für eine attraktive Dividendenpolitik. Und für geschäftliche Stabilität insgesamt.

Wie schon mehrfach gesagt: Wir müssen die Kosten weiter senken – in allen Bereichen. Das betrifft auch den notwendigen Personalumbau, den wir fortsetzen – gemeinsam mit dem Sozialpartner. Nach den harten Kontroversen im Jahr 2007 und 2008 sind wir in den vergangenen Monaten wieder ein gutes Stück zusammengerückt. Richtige und wichtige Schritte in der Vergangenheit – etwa die Gründung der Service-Gesellschaften – erlauben jetzt Neueinstellungen. Wir können wieder junge Leute in das Unternehmen holen. Und wir haben weiterhin die höchste Ausbildungsquote unter den deutschen Großunternehmen. Das soll so bleiben. Der jüngste Tarifabschluss bringt mehr Geld und mehr Sicherheit für die Beschäftigten. Er ist ein guter Kompromiss. Zusätzlich haben die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer den Erfolg des Geschäftsjahres 2008 direkt im Portemonnaie gespürt.

Wir setzen den Kurs der vergangenen beiden Jahre fort. Wir modernisieren weiter – in der Zentrale und überall dort, wo wir in Deutschland vertreten sind. Die Grundzüge der organisatorischen Weiterentwicklung habe ich auf der Bilanzpressekonferenz im Februar vorgestellt. Ich bin sehr froh, dass der Aufsichtsrat gestern seine Zustimmung für die nächsten Schritte gegeben hat.

In Zukunft wird es nur noch eine Firma für das Geschäft mit Standardprodukten in Deutschland geben. Dort bündeln wir Festnetz und Mobilfunk. Das passiert in mehreren Schritten, wenn zuvor die Finanzbehörden zustimmen – und Sie als Aktionäre. Aber das Ziel steht fest: Wir müssen und werden im Sinne der Kunden als eine Firma, als eine Telekom auftreten. Die Menschen verstehen nicht, wenn zum Beispiel im Call-Center der eine Bereich sagt, mit dem anderen habe ich nichts zu tun. Damit muss Schluss sein. Mobilfunk und Festnetz

werden künftig aus einem Guss geplant, gebaut, geführt und vermarktet. Daraus entstehen Vorteile für die Kunden, mehr Innovationskraft, Wettbewerbsvorteile für uns und wir bekommen neue spannende Aufgaben für unsere Leute.

Festnetz und Mobilfunk wachsen immer mehr zusammen. Das zeigen zum Beispiel das G1, das so genannte Googlephone, oder das iPhone, die sowohl UMTS als auch WLAN-Technik nutzen und echte Internet-Taschencomputer sind. Oder Laptops, die den Internetzugang per Festnetz und Mobilfunk ermöglichen. Oder die Übertragung von Bildern per Handy auf den heimischen Fernseher, die jetzt möglich ist. Wir wollen unseren Kunden in Zukunft noch mehr integrierte Produkte bieten. Dafür brauchen wir eine integrierte Führung dieser Bereiche. Wir versprechen uns davon mittelfristig eine engere Kundenbindung und Umsatzchancen. Wir werden Kunden, die bisher nur Festnetzprodukte nutzen, die dazu passenden Mobilfunkangebote machen. Und wir wollen Kosten sparen – bei Prozessen und IT-Systemen, bei Kampagnen. Aber ich betone: Es ist kein Stellenabbauprogramm. Es geht um Kunden. Es geht um Vorteile im Wettbewerb, vor allem in Deutschland.

International gibt es ebenfalls mehr zu tun. Darum haben wir jetzt auch einen eigenen Vorstand für die Region Süd- und Osteuropa. Denn die wird ja mit der Beteiligung an der griechischen OTE immer wichtiger für uns. Gerade hier sehen wir trotz der Krise mittelfristig weitere Wachstums-Chancen. Mit unserer internationalen Präsenz haben wir echte Größenvorteile – die wollen wir stärker als bisher nutzen. Bei Produkten & Innovation, bei der IT, bei den Netzen und beim Einkauf, wo wir es zum Teil schon umgesetzt haben. Wir schaffen deshalb die Position eines so genannten „Chief Operating Officer“. Er verantwortet europaweit Produktentwicklung, IT und Technik – und er ist für den weltweiten Einkauf zuständig. Wir haben das bisher nicht genug angepackt. Jetzt werden wir das tun.

Wir brauchen diese neue integrierte Telekom – innovativ, international, effizient –, weil unser Geschäft morgen ein anderes sein wird als heute. Die Menschen leben und arbeiten zunehmend vernetzt. „Vernetztes Leben und Arbeiten“ heißt für uns: Neben dem bisherigen Stammgeschäft gibt es mehr. Nicht nur Anschlüsse und Verbindungen, sondern eine Vielfalt internetbasierter Services: über den PC nutzbar, über das Handy, über den Bordcomputer, die Spielekonsole und über den Fernseher – unkompliziert und mit anderen teilbar.

Wir wollen ein internationaler Marktführer werden für dieses vernetzte Leben und Arbeiten, basierend auf den besten Breitband-Anschlüssen. Das ist unsere Vision. Sie wissen, wie das praktisch aussieht: Schon heute wollen viele nur noch auf ein Adressbuch zurückgreifen, egal ob von zu Hause, am PC oder unterwegs. Immer mehr Menschen wollen unterwegs E-Mails lesen, persönliche Post auch sofort persönlich in die Tasche bekommen, Fotos verschicken oder chatten – unabhängig von Zeit und Ort. Das Ganze geht jetzt erst richtig los. Connected life and work – vernetztes Leben und Arbeiten – wird mit dem mobilen Internet und der Konvergenz der Medien immer mehr zur Realität.

Das mobile Internet wird in seiner Bedeutung das bisher leitungsgebundene Internet weit übertreffen. Es ist zu unserem wichtigsten Wachstumsprodukt geworden: Moderne Smartphones wie iPhone und G1 haben hier die Dynamik beschleunigt. Das Datenvolumen in unserem Mobilfunknetz vervielfacht sich jedes Jahr. Jeder Nutzer eines iPhone 3G verbringt 60-mal mehr Zeit im mobilen Internet als der Besitzer eines „normalen“ Handys. Das iPhone läuft dem Computer fast den Rang ab: Die Nutzung des mobilen Internets über das iPhone liegt bei 90 Prozent der Internetnutzung am PC.

Wir verkaufen entscheidende Bausteine für das „Vernetzte Leben und Arbeiten“. Unsere schnellen Netzzugänge, unsere zunehmend internetbasierten Kommunikationsdienste, unsere Multimedia-Verteilssysteme zum Beispiel für digitale Unterhaltung und unsere Kundendienste für fast 200 Millionen Men-

schen verschaffen uns eine gute Ausgangsposition. Und als Partner von Großkonzernen sorgen wir für vernetzte Arbeitsprozesse und Arbeitsmobilität, die unseren Kunden oftmals den entscheidenden Wettbewerbsvorteil bringen. Denn der ortsunabhängige Zugang zu Geschäftsdaten und Transaktionen wird immer wichtiger.

Meine Damen und Herren,

mir ist eins wichtig: Dass wir unser Ziel nicht aus den Augen verlieren, auch gerade jetzt, wo wir die Auswirkungen der Krise spüren. Wir haben eine Reihe von ersten Produkten rund um das „vernetzte Leben und Arbeiten“ auf der Cebit Anfang März vorgestellt. Und wir werden sie in den kommenden Monaten auf den Markt bringen. Ich habe dort mit vielen Menschen gesprochen, die begeistert waren. Im Herbst auf der IFA in Berlin erfolgt der nächste Schritt. T-Systems arbeitet parallel an den neuesten ICT-Diensten, zum Beispiel für Verwaltungen oder in der Medizin.

Wir haben die Basis für die Neue Telekom gelegt. Das macht uns relativ stark in der Krise. Das gibt uns die Substanz, um in die Zukunft zu investieren. Ich sage Ihnen: Unser Geschäft wird sich positiv entwickeln – mit guten Arbeitsplätzen für unsere Mitarbeiter und mit ordentlichen Renditen für Sie, die Aktionäre. Auch wenn dieser Umbau Zeit braucht und es Rückschläge geben kann. Wir halten Kurs.

Vielen Dank!