

**Conference Call zum 3. Quartal 2013**

**7. November 2013**

**René Obermann**  
**Vorstandsvorsitzender**  
**Deutsche Telekom AG**

Meine Damen und Herren,

herzlich willkommen zu unserer Telefonkonferenz.

Die wirtschaftliche Verfassung der Deutschen Telekom ist ausgesprochen gut. Wir können uns zwar nicht überall von der Marktentwicklung abkoppeln – aber wir haben uns im dritten Quartal weiter positiv vom Geschäftsverlauf unserer europäischen Wettbewerber abgehoben.

Fakt ist: Die Deutsche Telekom wächst. Das gilt im dritten Quartal 2013 sowohl für die Kundenzahl wie auch den Umsatz. Darauf haben wir lange mit großem Engagement hingearbeitet.

- Wir haben konzernweit 1,3 Millionen neue Vertragskunden im Mobilfunk gewonnen.
- Im TV-Geschäft sind weitere 152.000 Kunden hinzugekommen.
- Die Zahl der Breitband-Anschlüsse im Festnetz haben wir konzernweit um 21.000 gesteigert.

Insgesamt haben wir im dritten Quartal 2013 den ausgewiesenen Konzernumsatz um 6,0 Prozent gesteigert. In den ersten sechs Monaten stand hier ein Zuwachs von 0,5 Prozent.

Wir haben also deutlich an Tempo zugelegt. Das geht natürlich vor allem auf die Einbeziehung von MetroPCS seit dem 1. Mai 2013 zurück.

Aber auch organisch, also ohne Veränderungen des Konsolidierungskreises und der Wechselkurse, haben wir ein Wachstum von 2,4 Prozent im dritten Quartal erreicht.

Dafür sind drei Faktoren verantwortlich:

- Das starke Wachstum in den USA. Hier haben wir gegenüber dem Vorjahr eine Umsatz-Steigerung um 30,5 Prozent erreicht. T-Mobile US stand im dritten Quartal für rund ein Drittel des Konzernumsatzes.
- Das praktisch stabile Geschäft in Deutschland. Hier haben wir im dritten Quartal rund 34 Prozent unserer Umsätze erzielt.
- Zusätzlich haben wir mit T-Systems den Umsatz mit externen Kunden auf organischer Basis um 2,7 Prozent erhöht. In der konsolidierten Betrachtung liefert T-Systems einen Beitrag von rund 10 Prozent zum Konzernumsatz.

Rund drei Viertel des Konzernumsatzes haben wir also in Bereichen erzielt, die sich entweder stabil entwickelt haben oder rasant gewachsen sind. Damit konnten wir die Rückgänge im Segment Europa deutlich überkompensieren.

Das starke Marktwachstum kostet zunächst etwas Marge, was wir bewusst in Kauf nehmen, um unsere Zukunft zu sichern. Das bereinigte EBITDA des Konzerns sank leicht um 2,6 Prozent. Auch hier verzeichnen wir eine Verbesserung gegenüber den ersten sechs Monaten des Jahres, als der Rückgang noch bei 5,2 Prozent lag.

Die Basis für diese positive Entwicklung auf der Kundenseite sind unsere hohen Investitionen in den Netzausbau, die zur Qualitätsführerschaft in Deutschland geführt haben. Die Investitionen – ohne Funkspektrum – haben in den ersten neun Monaten rund 6,4 Milliarden Euro betragen. Das ist eine Steigerung gegenüber dem Vorjahreszeitraum von 13,3 Prozent.

Wir liegen beim Ergebnis wie auch beim Free Cashflow nach neun Monaten im Rahmen unserer Planungen. Daher bleiben auch unsere Prognosen für das Gesamtjahr unverändert.

Damit komme ich zur Entwicklung in den operativen Segmenten.

Hervorzuheben sind in diesem Quartal natürlich insbesondere die USA. T-Mobile US hat die Trendwende geschafft.

Das Unternehmen hat den großen Erfolg der „Un-carrier“-Strategie aus den Monaten April bis Juni nahtlos im dritten Quartal fortgesetzt.

Unsere US-Tochter hat netto über eine Million Kunden hinzugewonnen. Das sind im zweiten Quartal in Folge mehr als eine Million neue Kunden.

Die Zahl der Mobilfunk-Vertragskunden unter eigener Marke stieg im dritten Quartal um 648.000. Das US-Geschäft ist Wachstumsträger im Konzern. Das Team dort hat einen beeindruckenden Markterfolg erreicht. Es kommen nicht nur wieder Kunden zu uns, es verlassen uns auch deutlich weniger: Die Wechslerate lag im Vertragskundengeschäft um beachtliche 0,6 Prozentpunkte pro Monat unter dem Vorjahreswert.

Die Initiativen des Teams um John Legere kommen bei den Kunden sehr gut an. T-Mobile US steht heute für attraktive und vor allem völlig unkonventionelle Tarifangebote, die sonst keiner bietet. Der Erfolg basiert aber auch auf dem guten und schnellen Netz, das wir unseren Kunden dort mittlerweile bieten. Wie Sie wissen, haben wir in den vergangenen Jahren viel investiert – und das zahlt sich nun aus.

Eigentlich sollte das 4G-Netz zum Jahresende eine Bevölkerungsabdeckung von 200 Millionen erreichen. Dieses Ziel hat T-Mobile US bereits Ende September mit 202 Millionen überschritten.

Den Erfolg wollen wir natürlich fortsetzen: Für das Gesamtjahr erwartet T-Mobile einen Zuwachs der Vertragskunden unter eigener Marke um 1,6 bis 1,8 Millionen. Bisher lautete das Ziel 1,0 bis 1,2 Millionen. Gleichzeitig hat T-Mobile US die Prognose für die Finanz-Kennzahlen noch einmal bestätigt. Diese hervorragende Entwicklung ist auch am Kapitalmarkt sehr gut angekommen.

Und damit zum Geschäft in Deutschland.

Hier war der Umsatz praktisch stabil, unsere Kundenbasis haben wir weiter vergrößert.

Im Mobilfunkgeschäft haben wir unsere Position als Marktführer gestärkt. Die Zahl der Vertragskunden ist im dritten Quartal um fast eine halbe Million gestiegen.

Gleichzeitig haben wir unsere führende Position bei den Serviceumsätzen im Mobilfunk ausgebaut. Im Gesamtmarkt sind diese Umsätze im dritten Quartal um 4,7 Prozent zurückgegangen. Bei uns war der Rückgang deutlich geringer. Ohne den Effekt der gesenkten mobilen Terminierungsentgelte hatten wir lediglich ein Minus von 1,0 Prozent.

Unsere Strategie der Netz-Qualitätsführerschaft funktioniert. Wir erhalten Spitzenbewertungen für unsere Netzqualität am laufenden Band. Gerade erst gab es wieder Bestnoten von den Lesern der Computerbild für unser LTE-Netz in Deutschland. Das zeigt sich auch deutlich in unseren Geschäftszahlen. Im dritten Quartal haben wir mehr als eine Million Smartphones verkauft, 14 Prozent mehr als im Vorjahr. Rund 38 Prozent der Geräte waren LTE-fähig.

Im Festnetzgeschäft sehen wir weiterhin positive Entwicklungen bei unseren Glasfaser-Produkten wie VDSL, FTTH und Entertain.

Wir haben inzwischen rund 1,4 Millionen Glasfaser-Anschlüsse in Betrieb, 65 Prozent mehr als vor einem Jahr. Allein im dritten Quartal betrug der Zuwachs 119.000 Anschlüsse. Das verdanken wir vor allem dem Wechsel von Bestandskunden in höherwertige Produkte. Aber auch das Kontingentmodell mit Wettbewerbern trägt erheblich zu diesen guten Zahlen bei.

Bei Entertain betrug der Zuwachs 11 Prozent gegenüber dem dritten Quartal 2012 auf nun mehr als 2,1 Millionen Kunden in der neuen Generation des Fernsehens.

Im Breitband-Geschäft im Festnetz hatten wir im dritten Quartal einen leichten Rückgang. Damit sind wir nicht zufrieden. Wir erwarten bereits für die letzten drei Monate des Jahres eine deutliche Verbesserung.

Üblicherweise ist das dritte Quartal bei der Neukundenentwicklung das schwächste im Jahresverlauf. Und wir sehen bereits, dass auf der Produktseite unser Kombi-Angebot mit Sky sehr positiv aufgenommen wird.

Schließlich werden wir mit fortschreitendem Glasfaser-Ausbau und Vectoring gerade im Wettbewerb mit den Kabelanbietern durch die höheren Bandbreiten mittelfristig deutlich stärker.

Hinzu kommen zwei Faktoren, die zeigen, wie unsere integrierte Netz-Strategie für den Konzern insgesamt wirkt.

Mit unserem Kontingentmodell und dessen zukünftiger Weiterentwicklung setzen wir Anreize für eine Migration aus den klassischen Vorleistungsprodukten wie zum Beispiel der TAL zu höherwertigen VDSL-Anschlüssen.

Auch wechselt eine ganze Reihe von Kunden innerhalb unseres Bestandes von Festnetzanschlüssen auf unser Produkt Call & Surf via Funk. Auch das ist Teil unserer Netz-Strategie: Durch unseren LTE- und 3G-Ausbau können wir diesen Kunden eine hochwertige und teils schnellere Breitband-Anbindung über unser Mobilfunk-Netz anbieten.

Wir setzen genau an den Punkten an, die für die Kundenbindung entscheidend sind: hohe Übertragungsgeschwindigkeiten und Komplettangebote.

Unsere letzten Markt-Analysen zeigen, dass der Tri\*M-Index bei den Privatkunden am höchsten liegt, die im Festnetz Übertragungsgeschwindigkeiten

von 16 MBit/s und mehr nutzen und die zusätzlich Entertain gebucht haben. Bei diesen Kunden lagen wir zuletzt vor dem Durchschnitt der Kabelanbieter.

Bei den Vertragskunden im Mobilfunk liegen wir bei der Kundenbindung ebenfalls an der Spitze, sowohl bei Privat- wie auch bei Geschäftskunden. Das gilt insbesondere für Kunden, die das mobile Internet nutzen. Also auch hier wieder das Argument Bandbreite (und Servicequalität).

Die höchste Kundenbindung haben wir bei der Gruppe der Privatkunden, die Festnetz und Mobilfunk aus einer Hand nutzen. Und genau diese Stärke wollen wir weiter ausbauen.

Damit zum Europa-Geschäft.

Zuerst die positiven Nachrichten, dann der Wermutstropfen: Wir haben im Mobilfunk weiter bei den Vertragskunden zugelegt, allein in diesem Quartal um 164.000 Kunden. Und auch im Festnetzgeschäft ist die Zahl der Breitband-Anschlüsse weiter um 64.000 auf knapp 5,2 Millionen gestiegen.

Das hat allerdings noch nicht zu mehr Umsatz geführt. Bei vergleichbarem Konsolidierungskreis und konstanten Wechselkursen hatten wir ein Minus von 3,4 Prozent.

In mehreren Märkten sind die mobilen Terminierungsentgelte gesenkt worden. Das machte fast die Hälfte des Rückganges beim Umsatz aus. Der Trend hat sich gegenüber dem zweiten Quartal zwar verbessert, aber die Entwicklung bleibt in einem herausfordernden konjunkturellen Umfeld insbesondere durch die völlig unsinnigen regulatorischen Eingriffe weiter schwierig.

Meine Damen und Herren,

die Folgen der schwachen Konjunktur in dieser Region zu bewältigen, ist eine unternehmerische Aufgabe. Wir investieren in die Kundengewinnung und -bindung.

Das können Sie an der Entwicklung im Mobilfunk und bei den Breitband-Anschlüssen im Festnetz erkennen. Und wir investieren massiv in unsere Netze. Im dritten Quartal allein 13,5 Prozent mehr als im Vorjahr. Wir investieren hier gegen den Trend der Industrie.

Leider sind wir immer noch mit verschiedenen regulatorischen und wettbewerbsrechtlichen Problemen konfrontiert, die einem zügigen Ausbau der Infrastruktur auf Basis wirtschaftlicher Maßstäbe entgegenstehen. Weil Zeitpläne abrupt geändert und regulatorische Entscheidungen ohne Rücksicht auf die Investitionsfähigkeit getroffen werden. Zuletzt zeigte sich das exemplarisch bei den Mobilfunk-Lizenz-Vergaben:

- In Rumänien wurde die Spektrum-Auktion verschoben, weil die Mindesthöhe für die Gebote zu hoch angesetzt war.
- In Tschechien wurde die Auktion abgebrochen, weil selbst die Regulierungsbehörde zu der Erkenntnis kam, dass die Höhe der Gebote weit oberhalb des wirtschaftlich Vertretbaren angekommen war.
- In verschiedenen Ländern werden die Auktionen zudem technisch so ausgestaltet, dass die Bieter keine Transparenz mehr haben und die Versteigerungserlöse maximiert werden. Das Negativbeispiel ist hier die kürzlich erfolgte Auktion in Österreich mit einem absurd hohen Versteigerungserlös. Den Betreibern werden damit die Mittel für den Netzausbau und eine angemessene Rendite entzogen.

Mich macht das sprachlos: Was muss denn noch alles passieren, dass man seitens der Politik endlich aufwacht und erkennt, dass man so den Unternehmen die Basis für weitere Investitionen entzieht? Die Zitrone ist ausgequetscht, mehr geht nicht, wenn man möchte, dass Europa auch in Zukunft eine wettbewerbsfähige Telko-Industrie hat, die nicht zum Übernahmeobjekt wird.

Auch auf die Gefahr hin, dass ich mich wiederhole: Eine Reform der europäischen Regulierungs- und Wettbewerbspolitik ist dringend notwendig. Wir haben in Europa mehr als 200 Mobilfunkanbieter, die nicht nur dem europäischen Recht unterliegen, sondern auch jeweils nationalen Regulierungen. Der Markt ist zersplittert und an verschiedenen Stellen wird die Basis für betriebswirtschaftliche Kalkulationen gefährdet.

Im Vergleich mit den USA kann man die Folgen erkennen. Dort gibt es vier nationale Anbieter, dadurch sind Größenvorteile als prägendes Element der Telekommunikationsbranche deutlich einfacher zu realisieren. Damit sind Investitionen besser kalkulierbar. Der Ausbau der 4G-Netze erfolgt deutlich schneller als in Europa. Wir laufen Gefahr, dass der Infrastrukturausbau in Europa gegenüber den USA, aber auch asiatischen Staaten ins Hintertreffen gerät. Mit schwerwiegenden Folgen für die Wirtschaft insgesamt.

Meine Damen und Herren,

wir brauchen eine belastbare Basis für Investitionen und die Weiterentwicklung unseres Geschäfts. Nur dann können wir die Grundlage für eine Infrastruktur schaffen, die den Wohlstand in Europa fördert.

Wir sind bereit, für den Ausbau der Netze viel Kapital in die Hand zu nehmen. Das zeigen wir in allen Regionen, in denen der Konzern tätig ist. Für eine

moderne Infrastruktur brauchen wir aber eine Kehrtwende der europäischen Wettbewerbspolitik.

Dass sich die Telekom trotz dieser widrigen Rahmenbedingungen so gut im Markt schlägt – ich darf hier nur einmal auf den Vergleich mit europäischen Wettbewerbern verweisen –, dafür bin ich allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sehr dankbar und vor allem auch den Kunden, die uns ihr Vertrauen schenken.

Und damit gebe ich das Wort weiter an Tim Höttges.