

– Es gilt das gesprochene Wort –

Conference Call
Bericht zum 2. Quartal 2014
7. August 2014

Timotheus Höttges
Vorstandsvorsitzender
Deutsche Telekom AG

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

auch von meiner Seite aus einen schönen guten Morgen. Ich freue mich, dass Sie sich heute eingewählt haben. Ich möchte Sie in den folgenden Minuten zusammen mit Thomas Dannenfeldt durch unsere Zahlen führen.

Wie ist das Quartal gelaufen?

Auf einen Nenner gebracht: Wir haben unsere Strategie weiter vorangetrieben – und wir haben geliefert. Wir haben den positiven Trend der ersten drei Monate fortgesetzt und können auf ein gutes erstes Halbjahr zurückblicken.

Der Konzernumsatz ist im zweiten Quartal mit 15,1 Milliarden Euro praktisch stabil geblieben. Organisch haben wir sogar ein Plus von 0,6 Prozent.

Das bereinigte EBITDA lag mit 4,4 Milliarden Euro um 0,3 Prozent über dem Vorjahreswert. Umsatz und bereinigtes EBITDA haben dabei deutlich von der äußerst positiven Entwicklung in den USA profitiert. In Deutschland verlief das Geschäft weiter sehr solide und damit in vielen Bereichen deutlich besser als der Marktvergleich.

Zusätzlich haben wir deutliche Kostensenkungen in Deutschland und den europäischen Beteiligungsgesellschaften erzielt. In allen drei Segmenten Deutschland, T-Mobile US und Europa haben wir die Ergebnismargen verbessert!

Der ausgewiesene Netto-Gewinn ist um 34,2 Prozent auf 0,7 Milliarden Euro gestiegen. Im bereinigten Konzernüberschuss haben wir mehrere teils gegenläufige Entwicklungen, die Ihnen Thomas Dannenfeldt gleich im Detail erläutern wird.

Der Free Cashflow lag in den drei Monaten bei gut 1,0 Milliarden Euro und damit um 5,4 Prozent unter dem Vorjahreswert.

Alle Finanzzahlen liegen klar im Rahmen unserer Planungen. Daher können wir auch unsere Prognose für das Gesamtjahr bestätigen.

Den Grundstein für diese positive Entwicklung bilden unsere massiven Investitionen, die wir im zweiten Quartal um 6,2 Prozent auf 2,2 Milliarden Euro erhöht haben. Seit Jahresbeginn haben wir 4,3 Milliarden Euro Cash Capex investiert, so viel wie kein anderes Unternehmen unserer Branche in Europa.

Insgesamt wird die Telekom am Jahresende die gewaltige Summe von über 9 Milliarden Euro ohne Spektrum-Ausgaben investiert haben.

Diese hohen Investitionen waren und sind die Basis, um die Kunden von unseren Angeboten zu überzeugen. Das haben wir im zweiten Quartal in vielen Bereichen geschafft mit dem Ergebnis einer deutlich verbesserten Breitband-Versorgung, attraktiver Angebote, höherer Kundenzufriedenheit und deutlich gestiegener Kundenzahlen.

Und dieses Wachstum auf der Kundenseite macht sich bei Umsatz und Ergebnis deutlich bemerkbar. So wie wir es prognostiziert haben – wir beginnen zu ernten. Wir sind auf dem richtigen Weg, Europas führender Telekommunikationsanbieter zu werden.

Meine Damen und Herren,

in Deutschland kommen wir mit unserer integrierten Netzstrategie gut voran. Wir haben im zweiten Quartal mit gut 1,0 Milliarde Euro rund 60 Prozent mehr investiert als in der Vergleichszeit des Vorjahres. Im Vergleich der ersten Halbjahre liegt das Plus bei 39 Prozent.

Mittlerweile sind für rund 39 Prozent der Haushalte die Vorbereitungen abgeschlossen, um sie an unser Glasfasernetz anzuschließen. Das sind rund 15,9 Millionen Haushalte und 1,7 Millionen mehr als ein Jahr zuvor. Unser LTE-Netz hatte zur Jahresmitte eine Bevölkerungsabdeckung von 77 Prozent.

Das sind rund 63 Millionen Einwohner und damit fast 19 Millionen mehr als Mitte 2013. Darüber hinaus haben wir allein im zweiten Quartal bei 527.000 unserer Endkunden in Deutschland die Festnetzanschlüsse auf IP-Technologie umgestellt.

Die Entwicklung der Kundenzahlen für unsere Glasfaser-Produkte hat massiv Fahrt aufgenommen. Im zweiten Quartal hatten wir 227.000 neue Anschlüsse in der Summe aus eigenen Endkunden und unserem Wholesale-Geschäft, vor allem auf Basis des Kontingentmodells.

Im Festnetz haben wir erstmals seit mehreren Quartalen wieder eine positive Zahl bei der Breitband-Neukundenentwicklung. Noch sind es nur 7.000 Neukunden im Quartal. Die Trendverbesserung nach mehreren Quartalen mit negativer Entwicklung der Kundenzahlen macht uns aber zuversichtlich für das zweite Halbjahr.

Dazu beigetragen haben die Kundengewinne in den Gebieten, in denen wir Vectoring ausbauen. Dies zeigt, dass unsere Strategie richtig ist: Wir erreichen hier nicht nur steigende Anschlusszahlen, sondern wir gewinnen auch relativ Marktanteile zurück. Und rund die Hälfte der Kunden, die einen Vertrag über ein Glasfaser-Produkt mit der Telekom abschließen, buchen auch Entertain dazu.

Die Anschlussverluste im Festnetz sind weiter deutlich zurückgegangen. Sie liegen unter 170.000. Das gab es zuletzt in einem Quartal vor zehn Jahren.

All diese Faktoren haben dazu beigetragen, dass sich unser Festnetz-Umsatz solide entwickelt hat.

Im Mobilfunk profitieren wir weiter von der Top-Netzqualität, die uns in allen Tests der vergangenen Quartale bestätigt worden ist. Zur Jahresmitte hatten wir 4,3 Millionen Kunden auf unserem LTE-Netz.

Das ist ein Zuwachs im Jahresvergleich von 172 Prozent. Das hat ebenso wie der Zuwachs bei den Vertragskunden unter den Marken Telekom und Congstar dazu beigetragen, dass die Service-Umsätze praktisch stabil geblieben sind. In

einem Markt, der in einer Größenordnung von rund 2 Prozent nachgegeben hat, haben wir weiter Marktanteile hinzugewonnen.

Gleichzeitig haben wir auf der Kostenseite weiter diszipliniert gearbeitet. Das Resultat ist eine hervorragende bereinigte EBITDA-Marge für das gesamte Deutschland-Geschäft im zweiten Quartal von 41,3 Prozent. Das ist ein Plus von 0,7 Prozentpunkten.

Wir wollen unsere gute Position auf dem Heimatmarkt verteidigen – Sie wissen, der Wettbewerb hat in Deutschland noch mal deutlich Fahrt aufgenommen.

Wir werden uns zukünftig auf der Produktseite weiter differenzieren. Die IFA Anfang September wird genau in diesem Fokus stehen.

Meine Damen und Herren,

was ich Ihnen für das deutsche Geschäft aufgezeigt habe, gilt noch einmal mehr für die T-Mobile US.

Der „Dreisprung“ in der Geschäftsentwicklung funktioniert.

- Zunächst haben wir massiv Geld in die Hand genommen, um ein hochwertiges LTE-Netz auf- und auszubauen. Parallel dazu haben wir mit der Un-Carrier-Strategie radikal veränderte Angebote aufgelegt, die die Kunden überzeugen. Das zeigt sich in dem massiven Zuwachs bei den Neukunden wie auch bei der deutlich reduzierten Wechslerate.
- Im nächsten Schritt führt der hohe Kundenzuwachs zu einer deutlichen Steigerung des Umsatzes.

- Daraus resultiert in der dritten Stufe eine Verbesserung der Ergebnisse.

Sie erinnern sich vielleicht an die Diskussion, die wir im Rahmen des letzten Calls geführt haben: Da kam Ihrerseits die Frage auf, ob wir uns Kunden kaufen und ob das Wachstum in den USA „nachhaltig“ ist. Die Zahlen belegen: Ja, das Wachstum ist nach- und werthaltig!

T-Mobile US hat im zweiten Quartal weiter massiv Neukunden gewonnen und inzwischen die Marke von 50 Millionen Kunden überschritten. Die Kundenbasis von T-Mobile US ist innerhalb eines Jahres organisch um 6,5 Millionen gestiegen, davon allein 3,75 Millionen Vertragskunden unter der Marke T-Mobile.

Das zweistellige Umsatzwachstum der vergangenen drei Quartale war zu einem Teil Resultat der Erstkonsolidierung der MetroPCS zum 1. Mai 2013. Das hat sich natürlich im zweiten Quartal 2014 in dem hohen Maße nicht fortgesetzt, weil wir den Erstkonsolidierungseffekt nur noch für einen Monat, den April, haben.

Anstelle dessen sehen wir jetzt, dass die Entwicklung der Service-Umsätze durch das Wachstum der Kundenzahl deutlich an Fahrt aufnimmt:

Bezieht man in das zweite Quartal 2014 ebenso wie in den Vorjahreszeitraum MetroPCS jeweils vollständig mit ein, zeigt sich eine Steigerung der Service-Umsätze um 5 Prozent. Im ersten Quartal hatte das Wachstum noch bei 2,5 Prozent gelegen. Unter den vier großen nationalen Mobilfunkanbietern in den USA ist T-Mobile im zweiten Quartal bei den Service-Umsätzen am schnellsten gewachsen!

Dieses Momentum will T-Mobile US konsequent weiter nutzen: Zum zweiten Mal in diesem Jahr hat das Team um John Legere das Ziel für die Neugewinnung von eigenen Vertragskunden angehoben auf jetzt 3 bis 3,5 Millionen. In den ersten beiden Quartalen waren es bereits mehr als 2,2 Millionen.

Meine Damen und Herren,

auch in unseren europäischen Beteiligungsgesellschaften arbeiten wir weiter konsequent an der Umsetzung unserer Strategie. Im Mobilfunk bauen wir LTE weiter aus, im Juni hat beispielsweise unsere polnische Tochter LTE-Services neu in den Markt gebracht.

Innerhalb von nur einem Jahr haben wir die Zahl der LTE-Standorte in allen europäischen Beteiligungen auf 10.000 versiebenfacht. Damit decken wir 19 Prozent der Bevölkerung ab.

Im Festnetz erreichen wir mit unseren Glasfaser-Produkten inzwischen rund 6 Millionen Haushalte. Bei der Umstellung unserer Festnetze in den verschiedenen Landesgesellschaften auf IP haben wir einen Anteil von 32 Prozent über alle Gesellschaften erreicht. Das entspricht knapp 3 Millionen Anschlüssen, so viel wie niemand anderes in Europa. Das ist ein entscheidender Vorteil gegenüber den anderen europäischen Playern und Grundvoraussetzung für den Aufbau eines paneuropäischen All-IP-Netzes, wie wir es anstreben.

Auf vergleichbarer Basis haben wir die Zahl der Mobilfunk-Vertragskunden im Jahresvergleich um mehr als 300.000 erhöht. Die Zahl der Breitband-Kunden stieg um mehr als 250.000.

Die Integration von GTS treiben wir seit dem Zeitpunkt der Erstkonsolidierung Ende Mai voran. GTS stärkt unsere Position auf dem umkämpften Markt für Geschäftskunden insbesondere in Polen und Tschechien, wo wir künftig integrierte Angebote machen können.

Meine Damen und Herren,

unsere hohen Investitionen folgen einem klaren und einfachen Leitsatz: Qualität zahlt sich aus. Daran glauben wir. Und die Entwicklung des zweiten Quartals zeigt: Die Kunden geben uns recht.

Und damit übergebe ich jetzt an Thomas Dannenfeldt, der Ihnen die Finanzzahlen im Detail erläutert.