

– Es gilt das gesprochene Wort –

Strategischer Ausblick

Bonn, 26. Februar 2015

Timotheus Höttges

Vorstandsvorsitzender

Deutsche Telekom AG

Meine Damen und Herren,

Sie wissen, wir haben heute und morgen unseren Kapitalmarkttag, bei dem wir den Analysten unsere Mittelfrist-Planung im Detail präsentieren. Ich möchte Ihnen vorab schon einmal die zentralen Botschaften kompakt vorstellen:

Was planen wir operativ und strategisch für die Jahre bis 2018?

Und welche Finanzziele haben wir dahintergelegt?

Das Wichtigste: Unsere Strategie bleibt unverändert. Unser Anspruch lautet, der führende europäische Telekommunikations-Anbieter zu werden. Führend muss nicht automatisch heißen, der größte zu sein. Wichtiger ist für uns, dass wir uns in zwei Aspekten von unseren Wettbewerbern differenzieren und dort eine Führungsrolle übernehmen:

Erstens durch die Art, wie wir Infrastruktur bauen und betreiben: Wir investieren kontinuierlich und massiv in unsere Netze. Wir bauen unsere Infrastruktur in Richtung eines pan-europäischen Netzes auf Basis von All-IP um. Wir erreichen damit einen modularen Aufbau, der effizient, flexibel und skalierbar im Betrieb ist. Das führt gleichzeitig zu einem einfacheren Netz-Zugang – sowohl für Partner als auch für unsere Kunden.

Und das ist zweitens die Basis für unser Ziel, die höchste Kundenzufriedenheit zu erreichen. Wir wollen, dass uns unsere Kunden als einzigartig wahrnehmen: durch Einfachheit und besten Service in einer Welt, in der Festnetz und Mobilfunk immer mehr zusammenwachsen. Das heißt: konvergente Produkte aus Festnetz und Mobilfunk, eine übersichtliche Tarifpalette für Produkte aus einer Hand und einen einfachen, möglichst weitgehend internetgestützten Zugang zu unseren Angeboten, sowohl beim Kauf wie auch bei der Installation.

Diese Transformation finanziert sich selbst. Weil wir weiter diszipliniert an unseren Kosten arbeiten und weil die umgebaute Netz-Infrastruktur zu mehr Effizienz bei Investitionen und Betrieb führt.

Wir haben 2014 unter Beweis gestellt, dass unsere Strategie aufgeht. Wir haben in unsere Netze investiert – und bieten unseren Kunden dadurch mehr Bandbreite, mehr Geschwindigkeit und mehr Netzabdeckung. Die Zahl der Kunden ist gestiegen und in der Folge auch der Umsatz. Und zum ersten Mal seit 2009 auch das bereinigte EBITDA.

Das wollen wir in den kommenden Jahren fortsetzen: beim Umsatz und, mehr noch, beim bereinigten EBITDA und beim Free Cashflow. Und zwar schon im laufenden Jahr mit einer klaren Aufwärtsbewegung, die wir in den Jahren bis 2018 nachhaltig fortschreiben wollen. An diesem Wachstum sollen auch unsere Aktionäre weiter partizipieren. Gleichzeitig bleibt unsere umsichtige Fremdkapitalpolitik unangetastet.

In einem Satz: Wir wollen Wert schaffen für die Deutsche Telekom und ihre Aktionäre.

Was mich besonders freut: Beim Blick auf unseren Total Shareholder Return seit dem letzten Kapitalmarkttag im Dezember 2012 erkennt man, dass uns genau das in den vergangenen Jahren gelungen ist. Mit einem Total Shareholder Return von 108 Prozent haben wir deutlich besser abgeschnitten als alle relevanten Indizes: besser als der Dax, besser als der Euro Stoxx, besser als der Branchenindex Stoxx Telco; und wir haben deutlich besser abgeschnitten als KPN, Telefonica, Telecom Italia und Vodafone. Von den großen Wettbewerbern liegen nur Orange und BT auf Augenhöhe.

Auch aktuell wird die Telekom-Aktie deutlich besser als die Aktien der großen Wettbewerber am Markt gehandelt. Die wichtigsten Erfolgsfaktoren für dieses Premium: Wir haben unsere wichtigsten Versprechen aus dem Jahr 2012 diszipliniert abgearbeitet. Und wenn wir einmal unsere Planung geändert haben – wie beim Free Cashflow –, dann haben wir nachvollziehbar und transparent erläutert, welche Zielsetzung dahintersteht. Wir gehen neue Wege, beispielsweise bei der Festnetz-Mobilfunk-Konvergenz. Als Beispiele seien nur MagentaEINS oder auch der Hybrid-Router genannt. In den USA haben wir mit dem Zusammenschluss mit MetroPCS und der „Un-Carrier“-Strategie die Grundlage für weitere Wertsteigerung geschaffen. Das gilt auch für die geplante Transaktion mit BT in Großbritannien.

Schließlich – und das lag und liegt nicht allein in unserer Hand: In Deutschland war die gesamtwirtschaftliche Entwicklung natürlich nicht ansatzweise so turbulent wie in anderen Teilen Europas. Auch das hat uns in unserem Heimatmarkt sehr geholfen.

Zusammengefasst: Wir haben unsere Ziele erreicht – und deshalb wollen wir auch unser Dividendenversprechen wie angekündigt einlösen. Vorstand und

Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2014 erneut eine Dividende von 50 Cent je Aktie vor.

Unsere Marschrichtung für die kommenden vier Jahre lautet: weiter disziplinierte Umsetzung unserer Strategie, um nachhaltiges Wachstum und Wertsteigerung für den Konzern zu erreichen.

Meine Damen und Herren,

wir haben über die vergangenen Monate die maßgeblichen Trends analysiert, die unsere Industrie und unser Geschäft derzeit beeinflussen und prägen. Diese Analyse hat uns darin bestärkt, dass unsere Strategie richtig ist. Sie orientiert sich daher unverändert an folgenden vier strategischen Blöcken:

Integrierte IP-Netze: Sie sind die Basis dafür, Kunden ein durchgehendes Produkterlebnis über Festnetz und Mobilfunk zu bieten. Sie sind effizienter als bisherige Infrastrukturen – und das heißt: geringere Kosten im Betrieb pro übertragenem Megabit, mehr Effizienz und mehr Netzausbau bei gleichem Investitionsvolumen.

Kunden begeistern: Wir wollen konvergente Produkte bieten: mehr Übersichtlichkeit, mehr Performance, einfache Nutzung, einfache Installation und Updates – am besten sofort und selbst ausführbar. Dafür bauen wir den Online-Service deutlich aus.

Mit Partnern gewinnen: Wir wollen mit Partnern zusammenarbeiten, die marktführende Produkte anbieten – denn das ist es, was die Kunden wollen. Die Produkte dieser Partner lassen sich mit einem IP-basierten Netz schneller und einfacher zu unseren Kunden bringen. Denn die Schnittstellen sind standardisiert und die einzelnen Produkte lassen sich schneller über Netze ausrollen, die eine Sprache sprechen – eben IP.

Führend bei Geschäftskunden: Cloud-Produkte, das internationale TK-Geschäft, Industrie 4.0: Das sind die Bereiche, die wir mit unserer Strategie vor allem adressieren wollen.

Dazu kommt der Umbau unseres Portfolios, die Weiterentwicklung unserer Finanzziele und ein kulturelles Ziel: der Ausbau von Führungskompetenz und Leistungsorientierung im Konzern.

Ich freue mich, dass wir Christian Illek als neuen Personalvorstand gewinnen konnten, um gerade dieses Thema voranzutreiben. Für die laufende Transformation der Deutschen Telekom ist eine unternehmerisch getriebene Personalarbeit essenziell. Christian Illek versteht die Anforderungen und Veränderungen, die sich aus der Digitalisierung ergeben, wie kaum ein anderer.

Gleichzeitig gilt mein Dank Thomas Kremer, der die Aufgaben als Personalvorstand seit mehr als einem Jahr parallel zu seiner Arbeit als Vorstand Datenschutz, Recht und Compliance wahrgenommen hat.

Meine Damen und Herren,

unsere Strategie bleibt stabil. Aber was heißt das jetzt konkret für die mittelfristige Planung in den einzelnen operativen Segmenten? Folgende Prioritäten zur Umsetzung der Strategie haben wir für die Jahre 2015 bis 2018 festgelegt:

Für Deutschland: Bis 2018 wollen wir die erwähnte vollständige Migration zu einem neuen Produktionsmodell abgeschlossen haben, das komplett auf Basis von IP läuft. Zudem differenzieren wir uns durch modernste Netze, die wir weiter konsequent ausbauen. Dazu kommen qualitativ hochwertige und kombinierbare Produkte und das beste Kundenerlebnis. MagentaEINS zeigt

die Richtung: integriert, einfach, mit klaren Vorteilen für die Kunden. Wir wollen den Breitbandausbau weiter beschleunigen: Eine Regulierungsänderung vorausgesetzt, könnten bis 2018 rund 80 statt bislang geplant 65 Prozent der Haushalte mit Anschlüssen versorgt werden, die mindestens 50 Mbit/s ermöglichen. Mit Supervectoring können sogar mehr als 250 Mbit/s erreicht werden. Das alles mit dem Ziel, den Umsatz ab 2016 zu stabilisieren und beim bereinigten EBITDA wieder zu wachsen.

Für Europa: Auch hier ist das Ziel die vollständige Migration zu einem pan-europäischen Produktionsmodell, auf Basis von IP. Und genau wie in Deutschland wollen wir uns durch integrierte Produkte und beste Prozesse im Kundenservice differenzieren, wobei wir auch hier die internetbasierten Kanäle deutlich ausbauen wollen. Dabei soll stringentes Sparen bei den indirekten Kosten zu einer überdurchschnittlichen Entwicklung der Cash Contribution und bei der Verzinsung des eingesetzten Kapitals führen, beim operativen ROCE.

Für die USA: T-Mobile US setzt ihre überaus erfolgreiche „Un-Carrier“-Strategie weiter fort. Auch hier steht der Kunde im Mittelpunkt: mit Produkten, die klar auf die Entscheidungsparameter der Kunden zielen, mit mehr Geschwindigkeit, mit der wir neue Produkte in den Markt bringen, mit einem klaren Auftritt beim Kunden, der authentisch ist und unsere Kunden zu Botschaftern des Unternehmens macht. Dazu will T-Mobile US das LTE-Netz bis zum Jahresende 2015 auf eine Bevölkerungsabdeckung von 300 Millionen ausbauen. Damit verbunden streben wir ein ausgewogenes Wachstum bei Umsatz, EBITDA und operativem Free Cashflow an. Aus Konzernperspektive gilt für unser USA-Geschäft weiter der Dreiklang: Risikominimierung, Selbstfinanzierung und Entwicklung zum sogenannten „King Maker Asset“.

Für T-Systems: Hier steht die Umsetzung des Transformations-Programms „T-Systems 2015+“ im Vordergrund. Das heißt: Differenzierung über skalierbare Plattformen, Qualität, Sicherheit und Kundenvertrauen – mit dem

Ziel, den Umsatz der Market Unit im Schnitt um drei Prozent pro Jahr zu steigern. Wichtige Geschäftsfelder sind dabei – wie bereits erwähnt – Cloud-Services und die Entwicklung im Rahmen von Industrie 4.0. Daraus soll eine positive bereinigte Cash-Contribution ab 2016 resultieren und eine bereinigte EBIT-Marge von rund sechs Prozent bis 2018.

Seit Jahren bewährt sind die finanziellen Leitplanken, die unsere Strategie flankieren. Das wollen wir beibehalten, denn sie stehen für Stabilität, für Verlässlichkeit und für Berechenbarkeit. Denn das sind Werte, die unsere Investoren in der Vergangenheit zu schätzen gelernt haben.

Wir verfolgen dabei weiter das Ziel, dass der ROCE auf Konzernebene unsere Kapitalkosten insgesamt übersteigt.

Unsere Fremdkapital-Politik steht weiter unter der Maßgabe, dass wir jederzeit uneingeschränkten Zugang zum Fremdkapitalmarkt haben, unterstützt durch: Ratings zwischen A- und BBB, ein Verhältnis von Nettoschulden zum bereinigten EBITDA vom 2- bis 2,5-Fachen, eine Eigenkapitalquote von 25 bis 35 Prozent und Liquiditäts-Reserven, die mindestens die Fälligkeiten der kommenden 24 Monate abdecken.

Neu – aber ebenfalls ganz im Zeichen der Kontinuität – ist die Dividendenaussage des Vorstands für die Geschäftsjahre 2015 bis 2018: Wir wollen unsere Aktionäre angemessen am Erfolg beteiligen und gleichzeitig ihr Risiko verringern. Im Zeitraum 2015 bis 2018 erwarten wir einen deutlichen Anstieg des Free Cashflow um durchschnittlich rund 10 Prozent im Jahr. Im Einklang damit soll auch die Dividende steigen. Mindestens aber wollen wir eine Dividende von 50 Cent je Aktie zahlen.

Wir bieten also nicht nur die Perspektive, am steigenden Free Cashflow teilzuhaben. Wir wollen unseren Investoren, von denen viele einen

sogenannten „Value-Ansatz“ verfolgen – also auf verlässliche Verzinsung setzen –, auch ein Stück Sicherheit für die Dividenden signalisieren.

Wie immer stehen die Dividenden-Aussagen unter dem Vorbehalt der Gremienbeschlüsse und der Zustimmung durch die Hauptversammlung.

Meine Damen und Herren,

vor diesem Hintergrund trauen wir uns zu, eine mehrjährige Wachstumsprognose auszusprechen. Damit stehen wir in der europäischen Telekom-Branche derzeit wohl allein da.

Ausgehend vom Geschäftsjahr 2014 lautet das mittelfristige Ambitionsniveau für die wichtigsten Finanzkennzahlen des Konzerns wie folgt: Wir wollen beim Umsatz bis einschließlich 2018 um durchschnittlich 1 bis 2 Prozent pro Jahr wachsen, beim EBITDA um durchschnittlich 2 bis 4 Prozent pro Jahr und beim Free Cashflow um durchschnittlich rund 10 Prozent pro Jahr.

Das überproportionale Wachstum beim Ergebnis wollen wir durch weiterhin stringentes Kostenmanagement erreichen. Bei weiter hohen Investitionen soll dann vor allem der Free Cashflow von dieser steigenden Ertragskraft profitieren.

Und – wie gerade erläutert: Für die Geschäftsjahre 2015 bis 2018 strebt der Vorstand ein Dividendenwachstum im Einklang mit dem erwarteten Anstieg des Free Cashflow an. Zugleich unterstreichen wir unsere Absicht, für jedes der genannten Geschäftsjahre eine Dividende von mindestens 50 Cent je Aktie auszuschütten.

Diese Erwartungen basieren auf konstanten Wechselkursen und vergleichbarem Konsolidierungskreis – wir sprechen also über organisches Wachstum.

Soweit unsere Finanzplanung auf einen Blick.