

– Es gilt das gesprochene Wort –

**Conference Call**  
**Bericht zum 1. Quartal 2015**  
**13. Mai 2015**

**Thomas Dannenfeldt**  
**Vorstand Finanzen**  
**Deutsche Telekom AG**

Meine Damen und Herren, auch ich begrüße Sie zu unserer Präsentation.

Lassen Sie mich direkt an die Ausführungen von Tim Höttges anknüpfen.

Unter dem Strich betrug der bereinigte Konzernüberschuss gut eine Milliarde Euro. Darin ist, ebenso wie im bereinigten EBITDA von 4,6 Milliarden Euro, ein positiver Einmaleffekt von rund 175 Millionen Euro enthalten. Er geht zurück auf eine Zahlung, die aus einer Vergleichsvereinbarung zur Beilegung eines Verfahrens resultiert.

Weil es sich hier um einen Einmaleffekt und keinen Sondereinfluss handelt, ist dieser Betrag jeweils in den bereinigten Ergebniswerten enthalten.

Im Free Cashflow des ersten Quartals ist dieser Faktor nicht enthalten, weil der Zahlungsmittelzufluss noch nicht erfolgt ist.

Wir nennen Ihnen diesen Faktor so ausdrücklich, um klarzumachen: Unsere Prognose für das gesamte Jahr bezieht sich auf das Ergebnis ohne diesen Einmaleffekt. Wir erwarten ein bereinigtes EBITDA im Gesamtjahr auf Basis konstanter Wechselkurse von rund 18,3 Milliarden Euro, dieser zusätzliche Faktor läuft praktisch parallel nebenher.

Das Gleiche gilt für unser Free Cashflow-Ziel von rund 4,3 Milliarden Euro.

Der Vollständigkeit halber sei erwähnt, dass sich im Gefolge der Vereinbarung mit der BT Group die Reklassifizierung unseres Joint Ventures EE in Großbritannien als „held for sale“ mit rund 280 Millionen Euro positiv auf den bereinigten und den ausgewiesenen Konzernüberschuss ausgewirkt hat.

Nach dieser Klärung möchte ich Sie einmal durch die Entwicklung in den einzelnen Segmenten führen.

Im Segment Deutschland haben wir die EBITDA-Marge mit 39,6 Prozent weiter im Bereich unserer Zielmarke für das Gesamtjahr von rund 40 Prozent gehalten.

Das bereinigte EBITDA ist bei einem Umsatzwachstum von 1,9 Prozent leicht um 0,9 Prozent zurückgegangen.

Dahinter steht ein Anstieg der bereinigten Kostenbasis um rund 3,6 Prozent.

Wir haben bei der Umstellung unseres Netzes auf IP noch einmal das Tempo erhöht und im ersten Quartal mehr als eine Million Anschlüsse migriert. Das sind zwei Drittel mehr als im Vorjahresquartal. Zudem haben wir unseren integrierten Netzausbau forciert, klar abzulesen an den erhöhten Investitionen. Das bringt natürlich höhere Arbeitsmengen auch im Service mit sich. Um hier das Qualitätsniveau weiter hochzuhalten, haben wir den Personalbestand im

Jahresvergleich um mehr als 2.000 Vollzeitstellen erhöht. Das kostet zusätzliches Geld, sinnvoll investiert in den besten Service der Branche.

Zur guten Entwicklung im deutschen Festnetz hat Tim Höttges schon wichtige Eckpunkte genannt. Zur Ergänzung noch zwei Daten, die zeigen, wie sich unsere integrierte Netzstrategie und die Themen Cross- und Upselling immer mehr durch unser Geschäft ziehen.

Zum Ende des Quartals erreichten wir 46 Prozent der Haushalte mit einem Glasfaser-Anschluss. Das sind fast 4 Millionen Haushalte mehr als ein Jahr zuvor.

Mit dem Anstieg der glasfaserbasierten Anschlüsse und steigenden Bandbreiten hat sich auch die Zahl der Entertain-Kunden weiter erhöht. Sie stieg im Quartal um 74.000 auf jetzt mehr als 2,5 Millionen.

Im Mobilfunk haben wir den Trend der vergangenen Quartale fortsetzen können und weiter Marktanteile bei den Service-Umsätzen hinzugewonnen. Wir lagen mit einem Plus von 2,8 Prozent rund 1,5 Prozentpunkte besser als die von uns erwartete Marktentwicklung.

Insgesamt stieg unsere Kundenbasis im ersten Quartal 2015 um 289.000 Vertragskunden. Die Aufteilung zwischen Kunden unter eigener Marke und Service-Providern wurde dabei wesentlich durch Umgliederungen in Höhe von netto 288.000 Kunden beeinflusst.

Unser LTE-Netz deckt inzwischen 82 Prozent der Bevölkerung ab, noch einmal 8 Prozentpunkte mehr als vor einem Jahr. Das macht sich bezahlt: 6,4 Millionen Kunden nutzen aktuell ein LTE-fähiges Endgerät zusammen mit einem LTE-Tarif, das sind 85 Prozent mehr als vor einem Jahr. Durch ein weiteres starkes Quartal bei den Smartphone-Verkäufen ist der Anteil der

Privatkunden unter den Marken Telekom und Congstar mit einem Smartphone weiter auf 78 Prozent gestiegen. Das ist allein gegenüber dem Jahresende 2014 ein Plus von 4 Prozentpunkten. Diese Zahlen sprechen eine deutliche Sprache.

Und damit zu unserem US-Geschäft. T-Mobile US ist der amerikanische Anbieter mit dem stärksten Kunden-, Umsatz- und Ergebniswachstum.

Die Kundenbasis ist im Jahresvergleich um 7,8 Millionen gestiegen. Gleichzeitig hat sich die Kundenbindung bei den Telefonie-Vertragskunden unter eigener Marke weiter verbessert und die Wechslerate im ersten Quartal mit 1,3 Prozent den besten Wert des Unternehmens überhaupt erreicht. Durch diese Entwicklungen wurde der Rückgang der monatlichen Durchschnittsumsätze bei den Vertragskunden mit Telefonie-Vertrag deutlich überkompensiert. Die Service-Umsätze stiegen im ersten Quartal um 9,1 Prozent. Die Ertragskraft hat deutlich stärker zugelegt: Das bereinigte EBITDA stieg um 18,4 Prozent. Alle Werte sind nach der Rechnungslegung IFRS und in Dollar dargestellt, damit also ohne Wechselkurseinfluss.

Sie wissen, dass T-Mobile US seine Ziele für die Kundengewinnung im Gesamtjahr gerade angehoben hat auf 3 bis 3,5 Millionen Vertragskunden unter eigener Marke nach zuvor 2,2 bis 3,2 Millionen. Dabei wurde die Ergebnisprognose konstant gehalten. Selbst am unteren Rand der Ziel-Spanne würde das ein Plus im Gesamtjahr von mehr als 20 Prozent bedeuten. Das heißt, dass die Ergebnisentwicklung im Jahresverlauf gegenüber dem ersten Quartal noch an Dynamik zulegen sollte.

Und damit komme ich zum Segment Europa.

Hier haben sich Umsatz- und Ergebnisentwicklung weiter leicht gegenüber den zuletzt genannten Zahlen verbessert.

Der ausgewiesene Umsatz ging nur leicht um 0,6 Prozent zurück nach einem Minus von 3,4 Prozent im Vorquartal. Dies war positiv beeinflusst durch die Konsolidierung der GTS.

Das bereinigte EBITDA sank um 1,9 Prozent, organisch errechnet sich hier ein Minus von 3,8 Prozent. Das ist ebenfalls eine Verbesserung gegenüber einem Minus von 4,7 Prozent in den letzten drei Monaten 2014.

Sowohl bei der ausgewiesenen wie auch bei der organischen Umsatzentwicklung haben wir also Verbesserungen erzielen können.

Das geht auch zurück auf die Fortsetzung unserer Umsatztransformation hin zu Wachstumsfeldern, die im Vergleich zum Vorjahr einen um 3 Prozentpunkte höheren Anteil an den Gesamtumsätzen haben.

Beispielhaft möchte ich hier den Umsatzanteil des mobilen Datengeschäfts an den gesamten Mobilfunk-Umsätzen von 22 Prozent nennen. Das sind ebenfalls 3 Prozentpunkte mehr als ein Jahr zuvor. Gegenüber dem ersten Quartal sind die mobilen Datenumsätze um 10 Prozent gestiegen und haben den Rückgang der klassischen SMS-Erlöse weit überkompensiert.

Es wirkt sich also positiv aus, dass wir die Zahl der LTE-Sendestationen um 145 Prozent auf 16.500 gesteigert und damit die Netzabdeckung im Jahresvergleich von knapp 50 Millionen Einwohnern auf rund 70 Millionen erhöht haben.

Parallel dazu treiben wir unter anderem die Umstellung der Netze auf All-IP weiter voran. Zwei Länder haben bereits vollständig auf IP umgestellt, zwei weitere sollen 2015 folgen. Der Anteil der umgestellten Anschlüsse liegt inzwischen bei 40,4 Prozent, 11 Prozentpunkte mehr als ein Jahr zuvor.

Die Investitionen gehen mit steigenden Kundenzahlen einher.

Bei den Breitband-Anschlüssen haben wir ein Wachstum gegenüber dem ersten Quartal 2014 um 3,9 Prozent auf 5,3 Millionen und bei den TV-Kunden um 2,8 Prozent auf 3,7 Millionen. Im Mobilfunk konnten wir die Zahl der Vertragskunden um 24.000 steigern.

Und nun noch zu T-Systems.

Der Quartalsumsatz hat 2 Milliarden Euro betragen, das bereinigte EBITDA 154 Millionen Euro.

Die Market Unit hat ihren Umsatz leicht um 1,0 Prozent auf 1,7 Milliarden Euro gesteigert.

Der Auftragseingang ist im ersten Quartal wie erwartet zurückgegangen – um 9,1 Prozent auf knapp 1,3 Milliarden Euro.

Dahinter steht bekanntlich ein Marktangang, bei dem wir striktere Profitabilitätskriterien anlegen. Restrukturierung bedeutet aber auch, Chancenfelder stärker zu adressieren. Ein Beispiel ist das Wachstumsfeld Cloud-Dienste, in dem der Umsatz im ersten Quartal um rund 20 Prozent zugelegt hat.

Erste positive Ergebnisse sehen wir in der bereinigten EBIT-Marge der Market Unit. Sie stieg auf 2,0 Prozent, im Vergleichszeitraum hatte sie noch negative 0,4 Prozent betragen.

Zum Abschluss ein Blick auf unsere Finanzzahlen. Und hier insbesondere auf die Entwicklung von Free Cashflow und bereinigtem Konzernüberschuss.

Ausgehend von 865 Millionen Euro Free Cashflow im ersten Quartal halten wir an unserer Jahresprognose von rund 4,3 Milliarden Euro fest.

Warum, werden Sie sich fragen, erhöht die Deutsche Telekom ihr Ziel denn nicht, wenn sie doch zusätzliche 175 Millionen Euro fest auf der Einnahmenseite vorgesehen hat?

Ein Beispiel für einen negativen Einmaleffekt im ersten Quartal ist die Zahlung, die die Slovak Telekom im Rahmen eines Vergleichs zur Beilegung eines EU-Verfahrens geleistet hat. Auch dieser Effekt hat unsere Prognose nicht geändert.

Die Quintessenz lautet: Unsere Prognose von rund 4,3 Milliarden Euro für den Free Cashflow steht, und wir haben aus heutiger Sicht Aufwärtspotenzial. Aber das werden wir dann am Jahresende sehen.

Und damit zur Entwicklung des Konzernüberschusses.

Hier sehen Sie den Anstieg des bereinigten EBITDA um 453 Millionen Euro, der den beschriebenen Effekt von 175 Millionen Euro enthält.

Der Zuwachs des Finanzergebnisses um 244 Millionen Euro steht im Zusammenhang mit der geänderten Buchungssystematik für unsere Beteiligung an EE. Bislang wurden Dividendenzahlungen der EE im Rahmen der Equity-Bilanzierung direkt in der Bilanz gegen den Buchwert unseres Anteils an der Beteiligung gerechnet. Nachdem wir zusammen mit Orange die Vereinbarung zum Verkauf der britischen EE getroffen haben, wird die Beteiligung als „held for sale“ klassifiziert und der Beteiligungsbuchwert praktisch „eingefroren“. Als Folge werden die Dividendenzahlungen der EE jetzt über das Finanzergebnis erfolgswirksam verbucht. Daher haben wir jetzt diesen Einfluss auf den Konzernüberschuss, nicht jedoch auf das EBITDA.

Die Netto-Finanzverbindlichkeiten sind im Vergleich zum Jahresende 2014 um 3,8 Milliarden Euro angestiegen. Ein wichtiger Faktor waren dabei die Ausgaben für Spektrum, insbesondere in den USA, mit 1,9 Milliarden Euro.

In gleicher Größenordnung hatten wir einen technischen Faktor, der allein aus der Euro-Schwäche resultierte und die Finanzverbindlichkeiten um ebenfalls 1,9 Milliarden Euro erhöht hat. Sie kennen dieses Thema aus der Vergangenheit, es handelt sich um die Umrechnung der vor allem bei T-Mobile US liegenden und auf US-Dollar lautenden Finanzverbindlichkeiten zum Wechselkurs am Stichtag 31. März 2015.

Damit in Zusammenhang steht auch die gelbe Ampel bei der Relation von Netto-Finanzverbindlichkeiten zum bereinigten EBITDA auf dem nächsten Chart, auf dem unsere Bilanzrelationen aufgeführt sind.

Die Relation betrug im ersten Quartal 2,6 gegenüber 2,2 ein Jahr zuvor.

Die Netto-Finanzverbindlichkeiten sind im Jahresvergleich um rund 8 Milliarden Euro gestiegen. Davon entfallen allein rund 3,7 Milliarden Euro auf den Umrechnungseffekt der auf Dollar lautenden Finanzverbindlichkeiten.

Das bedeutet: Zwischen den beiden Stichtagskursen liegt im Jahresvergleich ein Rückgang des Euro-Kurses um rund 22 Prozent, der sich voll auf die Umrechnung der Finanzverbindlichkeiten auswirkt.

Die zweite Größe der Relation, das bereinigte EBITDA, hat diese Euro-Schwäche erst etwa seit Ende November 2014 vollzogen.

Das heißt: Die Relation ist erheblich dadurch beeinflusst, dass bei der einen Größe, nämlich dem bereinigten EBITDA, der Wechselkurseffekt mit einem erheblichen Zeitverzug nachläuft. Würden wir die Wechselkurse in der

Entwicklung des bereinigten EBITDA denen der Bilanz vollständig anpassen, dann läge die Relation leicht unter 2,5.

Für das zweite Quartal erwarten wir, dass die Relation der Netto-Finanzverbindlichkeiten zum bereinigten EBITDA durch den beschriebenen Nachlaufeffekt und die Dividendenausschüttung weiterhin noch oberhalb von 2,5 liegt.

Im zweiten Halbjahr erwarten wir dann aber, dass wir wieder in unseren Korridor zurückkehren.

Zum einen, weil der Nachlaufeffekt aus der Berechnung herauswächst. Zum anderen, weil die Ergebnisprognose von T-Mobile US für den weiteren Jahresverlauf einen noch stärkeren Anstieg als in den ersten drei Monaten signalisiert.

Fazit: Eine von insgesamt vier Größen unserer Finanzstrategie liegt aus zum Teil nicht operativen Gründen leicht außerhalb der Bandbreite, die wir vorgesehen haben. Das behalten wir natürlich im Blick und wissen, wie das zu bewerten ist.

Und jetzt gebe ich noch einmal kurz ab an Tim Höttges.