

– Es gilt das gesprochene Wort –

**Conference Call**  
**Bericht zum 2. Quartal 2016**  
**11. August 2016**

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

Meine Damen und Herren,

auch von meiner Seite herzlich willkommen.

Sie wissen, wie wichtig es mir ist, dass sich unsere Ergebnisse entlang der mittelfristigen Finanzziele entwickeln. Diese nochmals zur Erinnerung:

- Wir wollen von 2014 bis 2018 den Umsatz um jährlich durchschnittlich 1 bis 2 Prozent steigern.
- Das bereinigte EBITDA soll im Durchschnitt um 2 bis 4 Prozent pro Jahr zulegen.
- Für den Free Cashflow planen wir einen Zuwachs von jährlich rund 10 Prozent im Mittel der Jahre.

Und ich kann Ihnen klar sagen, dass die Ergebnisse des zweiten Quartals diese Mittelfristziele klar reflektieren.

Der Konzern-Umsatz stieg im zweiten Quartal 2016 um 2,2 Prozent. T-Mobile US war hier der treibende Faktor mit zweistelligem Wachstum. Organisch lag der Zuwachs sogar bei 3,9 Prozent.

Das bereinigte EBITDA stieg um 8,6 Prozent. Und 9,9 Prozent waren es auf Basis des gleichen Konsolidierungskreises und konstanter Wechselkurse. Soll heißen: Wir wachsen profitabel. Die EBITDA-Marge stieg um 1,8 Prozentpunkte auf 30,6 Prozent.

Damit verträgt sich auch, dass der Konzernüberschuss um 12,8 Prozent im Quartalsvergleich zurückging. Hierin enthalten sind im Saldo negative Sondereinflüsse von rund 0,4 Milliarden Euro, hauptsächlich Aufwendungen im Zusammenhang mit unserem Personalumbau.

Der Verbesserung des bereinigten EBITDA standen gestiegene Abschreibungen aufgrund erhöhter Investitionen und des Endgeräte-Mietmodells JUMP! On Demand bei T-Mobile US gegenüber. Beides führte zu einer höheren Abschreibungsbasis.

Im bereinigten Konzernüberschuss glichen sich das gestiegene EBITDA und die höhere Abschreibungsbasis weitestgehend aus. So lag der Konzernüberschuss im zweiten Quartal 2016 praktisch konstant auf Vorjahresniveau.

Beim Rückgang des Free Cashflows um 4,0 Prozent wirken sich mehrere positive Einmaleinflüsse aus 2015 aus. Zum einen hatte die Einzahlung aus einer Vergleichsvereinbarung den Wert im zweiten Quartal 2015 um 175 Millionen Euro einmalig erhöht. Zum anderen haben wir im Vorjahr noch eine

Dividende von unserem damaligen Joint Venture EE erhalten. Des Weiteren wirken sich die um 3,5 Prozent erhöhten Investitionen vor Spektrum aus. Bereinigt um die beiden genannten Einflussfaktoren im Vorjahr wäre der Free Cashflow um 19 Prozent gestiegen. Und damit liegen wir genau auf Linie im Hinblick auf unsere Free-Cashflow-Guidance für 2016, nämlich rund 4,9 Milliarden Euro.

Die Netto-Finanzverbindlichkeiten lagen auf dem Vorjahresniveau. Durch den deutlichen Ergebnisanstieg hat sich das Verhältnis von Netto-Finanzverbindlichkeiten zum bereinigten EBITDA auf 2,3 reduziert gegenüber 2,6 im Vorjahr. Wir haben uns damit wie damals angekündigt wieder klar in unseren Prognose-Korridor von 2 bis 2,5 bewegt.

Damit komme ich zur Entwicklung in den operativen Segmenten.

In Deutschland hat sich der Boom bei Glasfaser-Anschlüssen mit plus 578.000 fortgesetzt. Das ist noch einmal rund ein Drittel stärker als im Vorjahresquartal. Die Zuwächse bei unseren eigenen Breitband-Anschlüssen um 64.000 und bei den Entertain-Kunden um 41.000 sind jeweils etwas schwächer als in der Vergleichszeit.

Wir haben im ersten Halbjahr einen stärkeren Fokus auf das Mobilfunk-Geschäft gelegt und erfolgreich mit dem More4More Ansatz neue Tarife eingeführt. Im zweiten Halbjahr wird der Fokus stärker auf dem Festnetzgeschäft liegen. Dabei erwarten wir aus unserem neuen Angebot „So gut, so günstig!“ zusätzlichen Schub. Unser Ziel bleibt: 2016 mehr Breitband-Kunden gewinnen als im Vorjahr.

Mit einem 1,8 Prozent höheren Umsatz im eigenen Breitband-Geschäft und 3,4 Prozent mehr bei Wholesale haben wir die Rückgänge im traditionellen Telefonie-Geschäft, dem Single Play, ausgleichen können.

Im Mobilfunk haben wir einen Zuwachs im Quartal von 151.000 Eigenkunden erreicht. Damit bewegen wir uns auf dem Niveau des Vorjahres.

Unsere More4More Tarife kommen, wie gesagt, gut bei den Kunden an. Und obwohl wir das in den Tarifen enthaltene Datenvolumen erhöht haben, entscheiden sich viele Kunden zusätzlich für ein Upgrade. Das Wachstum der Datennutzung hat sich im vergangenen Quartal weiter beschleunigt auf ein Plus von rund 60 Prozent.

Der Serviceumsatz im Mobilfunk ging im gleichen Umfang wie der Gesamtmarkt um rund 0,8 Prozent zurück. In unserer Umsatzentwicklung sind die Reduzierung der Roaming-Entgelte Anfang Mai sowie die vollständig im Mobilfunk verbuchten Rabatte aus den MagentaEINS Paketen enthalten. Ohne diese beiden Faktoren würde sich ein Anstieg der Serviceumsätze um rund 1,1 Prozent errechnen.

Wir gehen weiter davon aus, die mobilen Serviceumsätze – ohne den Einfluss von Regulierung – im Durchschnitt um ein Prozent erhöhen zu können.

Und bitte nicht verwirren lassen: Zwar mindert der deutliche Anstieg der MagentaEINS Kunden in Deutschland um rund eine viertel Million im zweiten Quartal die Serviceumsätze im Mobilfunk. In der Gesamtbetrachtung wirken sich die MagentaEINS Pakete jedoch deutlich positiv auf den Umsatz in Deutschland aus. Denn durch Up- und Cross-Selling steigt der Umsatz eines MagentaEINS Haushaltes gegenüber den Erlösen vor Buchung des Tarifbündels im Schnitt um 8,20 Euro im Monat.

In Summe waren damit die Serviceumsätze im Mobilfunk und im Festnetz stabil gegenüber Vorjahr.

Der Gesamtumsatz des Segments Deutschland lag im zweiten Quartal um 3,1 Prozent unter dem Vorjahreswert. Rund 2 Prozentpunkte des Rückgangs entfielen auf die reduzierten Umsätze aus dem Distributionsgeschäft mit Mobilfunk-Endgeräten.

Das bereinigte EBITDA bewegte sich auf dem Vorjahreswert.

Damit zur T-Mobile US, die ihre Erfolgsgeschichte unverändert fortgeschrieben und im zweiten Quartal starkes Wachstum in allen wichtigen Kennzahlen erreicht hat. Und ja, wir sind stolz auf Schlagzeilen wie „Telekom-Tochter setzt Siegeszug in Amerika fort“.

Ein Plus von 1,9 Millionen Neukunden im zweiten Quartal und damit um 8,5 Millionen im Jahresvergleich hat den Umsatz weiter erhöht.

Die Serviceumsätze in US-Dollar stiegen um 12,5 Prozent. Das ist abermals das stärkste Wachstum in der amerikanischen Mobilfunk-Branche.

Das bereinigte EBITDA verbesserte sich um rund ein Drittel. Damit stieg die EBITDA-Marge um mehr als 4 Prozentpunkte an.

Das Teilnehmerwachstum übersetzt sich in steigende Ergebnisse. Dazu tragen unterstützend mehrere Faktoren bei:

- Die Servicekosten stiegen im Jahresvergleich nur um gut 2 Prozent, deutlich unterproportional zum Serviceumsatz.
- Die Wechsler-Rate ging bei den Vertragskunden noch einmal gegenüber dem Vorjahr zurück und erreichte rekordniedrige 1,27 Prozent.
- Im Prepaid-Segment profitiert T-Mobile US vor allem von der starken Marke MetroPCS und stabilen hohen durchschnittlichen

Monatsumsätzen von knapp 38 Dollar pro Kunde. Gleichzeitig konnte auch hier die Wechslerate deutlich reduziert werden, um rund einen Prozentpunkt.

Die starke Performance im zweiten Quartal ist sehr gut am Kapitalmarkt angekommen: Die Aktie hat in den Folgetagen deutlich zugelegt und die meisten Analysten haben ihre Kursziele und Bewertungen für T-Mobile US angehoben.

Im Segment Europa haben wir in Summe weiteres Wachstum der Kundenzahlen erreicht.

Weitere 153.000 neue Vertragskunden im Mobilfunk, ein Netto-Zuwachs von 53.000 bei den eigenen Breitband-Anschlüssen und 39.000 neue TV-Kunden.

Das Minus im ausgewiesenen Umsatz von 3,2 Prozent verursachten vor allem das ausgegliederte Energie-Handelsgeschäft in Ungarn und Wechselkurseffekte. Organisch lag der Rückgang bei 1,2 Prozent. Die Wachstumsbereiche tragen inzwischen rund 30 Prozent zum Umsatz bei. Dabei hat insbesondere das mobile Datengeschäft zugelegt sowie beispielsweise in Griechenland das TV-Geschäft.

Das bereinigte EBITDA verringerte sich organisch um 2,9 Prozent.

Klammert man einmal die Entwicklung in den Niederlanden aus, war der Umsatz des Segments praktisch stabil und der Ergebnisrückgang wäre deutlich geringer ausgefallen.

Wir sehen in den Niederlanden aber auch ermutigende Zeichen:

Das Unternehmen hat jetzt zwei Quartale in Folge eine positive Entwicklung bei den Vertragskunden. Im zweiten Quartal stieg die Zahl der Vertragskunden um 32.000 gegenüber einem Minus von 85.000 im Vorjahr.

Wir arbeiten daran, auch in den Niederlanden wieder in positives Terrain zu kommen.

Dass das gelingen kann, zeigt das Beispiel Österreich:

Vor drei Jahren hatten wir hier ein Umsatzminus von 9 Prozent und einen Einbruch des bereinigten EBITDA um knapp ein Viertel. Im abgelaufenen zweiten Quartal 2016 hat T-Mobile Austria die Zahl der Vertragskunden gesteigert und das Wachstum bei Mobile Data vorangetrieben. Der Umsatz ist um 1,5 Prozent gestiegen und das bereinigte EBITDA um gut 6 Prozent.

Abschließend kurz zu T-Systems.

Der Umsatz mit Cloud-Services, die zu mehr als 70 Prozent bei T-Systems anfallen, ist weiter deutlich gewachsen. Nach einem Plus im ersten Quartal von 31 Prozent auf Konzernebene haben wir hier für die ersten sechs Monate einen Anstieg um 22 Prozent auf mehr als 0,7 Milliarden Euro. T-Systems hält an der Prognose fest, in den Jahren bis 2018 im Cloud-Geschäft stärker als der Markt zu wachsen.

Das bereinigte EBIT des Segments ging gegenüber der Vergleichszeit 2015 zurück. Mehrere Einmaleffekte wirkten sich belastend auf das Ergebnis aus, unter anderem die Anschubkosten für die Open Telekom Cloud.

Mit dem Land Sachsen-Anhalt hat T-Systems einen Vertrag über die Erneuerung des Landesdatennetzes über gut 170 Millionen Euro abgeschlossen bei fünf Jahren Laufzeit.

Ganz aktuell hat der österreichische Autobahnbetreiber ASFINAG T-Systems den Zuschlag für das neue Mautabrechnungssystem „GO-Maut 2.0“ erteilt. Der Großauftrag umfasst den Betrieb der IT-Systeme im Rechenzentrum in Wien, der rund 230 Vertriebsstellen im In- und Ausland sowie der 48 mobilen Kontrolleinheiten.

Meine Damen und Herren,

unsere Bilanzkennziffern bewegen sich sämtlich in den von uns formulierten Zielkorridoren.

Insgesamt sind wir nach der ersten Jahreshälfte auf einem sehr guten Weg, die gesteckten Ziele für 2016 für die Deutsche Telekom abzuliefern.

Und jetzt freuen wir uns auf Ihre Fragen.