

– Es gilt das gesprochene Wort –

Conference Call
Bericht zum 1. Halbjahr 2019
8. August 2019

Christian P. Illek
Vorstand Finanzen
Deutsche Telekom AG

Danke, Tim,
meine Damen und Herren,

Tim hat es bereits betont:

Die hohe Dynamik in unserem operativen Geschäft hat im zweiten Quartal 2019 angehalten.

Der ausgewiesene Konzernumsatz ist in den drei Monaten um 7,1 Prozent auf 19,7 Milliarden Euro gestiegen. Der organische Zuwachs betrug 2,9 Prozent.

Die Differenz zwischen den beiden Größen resultiert zu rund 70 Prozent aus dem im Vergleich zum Vorjahr stärkeren Dollar. Auf die Erstkonsolidierung von UPC in Österreich und Tele2 in den Niederlanden gehen 30 Prozent zurück.

Das bereinigte EBITDA AL stieg in den drei Monaten um 7,1 Prozent auf 6,3 Milliarden Euro. Der organische Zuwachs betrug 3,5 Prozent.

Die Veränderung des Dollar-Kurses macht hier rund 77 Prozent der Differenz aus. Die weiteren 23 Prozent entfallen auf die genannten Veränderungen des Konsolidierungskreises in Österreich und in den Niederlanden.

Der Free Cashflow AL stieg im zweiten Quartal um 5,4 Prozent auf 1,5 Milliarden Euro. Die Entwicklung ist hier im Jahresverlauf durchaus volatil. Der Zuwachs im ersten Halbjahr von 11,4 Prozent gegenüber Vorjahr zeigt, dass wir klar auf dem Weg zu unserem Jahresziel sind.

Der bereinigte Konzernüberschuss betrug im zweiten Quartal 1,3 Milliarden Euro, plus 7,4 Prozent im Jahresvergleich. Er geht auf das höhere bereinigte EBITDA AL zurück. Zwei gestiegene Faktoren auf der Aufwandsseite konnten damit überkompensiert werden: zum einen die gewachsenen planmäßigen Abschreibungen als Folge unserer gestiegenen Investitionen, zum anderen der im Vorjahresvergleich höhere Ergebnisanteil, der anderen Gesellschaftern zuzurechnen ist.

Der ausgewiesene Konzernüberschuss erhöhte sich in den drei Monaten um 91 Prozent auf 0,9 Milliarden Euro. Neben dem Ergebnisanstieg im operativen Geschäft wirkte sich hier vor allem der Wegfall des negativen Sondereinflusses aus dem Vergleich im Schiedsverfahren Toll Collect im Vergleichsquartal 2018 aus.

Und nun zu unseren operativen Segmenten im Einzelnen.

Im Segment Deutschland haben wir weiter deutliche Kundenzuwächse erreicht.

Bei den Glasfaser-Anschlüssen hat die hohe Dynamik der vorangegangenen Quartale mit einem Zuwachs um 522.000 angehalten. Wir haben jetzt 15 Quartale in Folge jeweils mehr als eine halbe Million Glasfaser-basierte

Anschlüsse neu ans Netz genommen. Der im Vergleich zum Vorjahresquartal geringere Zuwachs bei den Neu-Anschlüssen geht vor allem auf eine geringere Nachfrage der Wettbewerber zurück.

Das Neu-Geschäft bei Breitband-Anschlüssen war im zweiten Quartal 2019 im gesamten Markt deutlich schwächer als im Vergleichsquartal des Vorjahres.

Daraus erklärt sich zum Teil der relativ niedrige Zuwachs der Breitband-Anschlüsse in unserem eigenen Geschäft um netto 28.000. Ein weiterer Einflussfaktor resultiert aus der IP-Migration, die erhöhte Anschlussverluste nach sich zieht. Das Wachstum im Breitband-Geschäft ist ein Thema, an dem wir künftig verstärkt arbeiten werden.

Bei MagentaTV hat sich das Neukunden-Geschäft mit einem Zuwachs um 58.000 gegenüber dem Vorjahresquartal beschleunigt. Das Rebranding und zusätzliche Inhalte wirken sich hier positiv aus.

Die Kundenbasis für unsere integrierten MagentaEINS Produktangebote konnten wir weiter ausbauen. Am Ende des zweiten Quartals hatten 23 Prozent der Haushalte mit einem Breitband-Anschluss auch ein MagentaEINS Paket gebucht. Das ist ein Zuwachs um 3 Prozentpunkte beziehungsweise rund 600.000 Kunden im Jahresvergleich. Bei den Mobilfunk-Vertragskunden beträgt der Anteil mit MagentaEINS Bündelprodukten inzwischen 54 Prozent.

Im deutschen Mobilfunk-Geschäft haben sich das Wachstum der eigenen Vertragskundenbasis und der starke Anstieg der Datennutzung fortgesetzt.

Im zweiten Quartal 2019 konnten wir 140.000 neue Vertragskunden unter unseren eigenen Marken hinzugewinnen.

Der Bestand an Kunden mit einem LTE-fähigen Endgerät und einer LTE-Tarifkomponente stieg zum Ende des ersten Halbjahres weiter auf 12,2 Millionen an. Gleichzeitig erhöhte sich die Datennutzung weiter deutlich: allein im Vergleich zum ersten Quartal 2019 um mehr als 0,3 GB pro Monat und Kunde auf 3,2 GB.

Die Service-Umsätze im Mobilfunk stiegen im zweiten Quartal um 2,4 Prozent gegenüber Vorjahr. Darin ist ein gegenläufiger Einfluss von 0,6 Prozentpunkten aus der Regulierung internationaler Gespräche berücksichtigt. Mit diesem Anstieg der Service-Umsätze haben wir unsere Position als Marktführer im Mobilfunk weiter gefestigt.

Der Umsatz des operativen Segments Deutschland stieg in den drei Monaten um 1,2 Prozent auf 5,4 Milliarden Euro. Dabei sind die Service-Umsätze insgesamt über alle Geschäftsfelder um 0,6 Prozent gewachsen. Diese Entwicklungen haben zusammen mit einem unterproportionalen Kostenanstieg zur Erhöhung des bereinigten EBITDA AL im zweiten Quartal um 2,4 Prozent auf 2,2 Milliarden Euro beigetragen.

Damit zum operativen Segment Europa.

Hier hat das starke organische Wachstum der Kundenzahlen angehalten.

Die Zahl der Vertragskunden im Mobilfunk stieg im zweiten Quartal um 300.000. Bei den Breitband-Kunden haben wir ein Plus von 63.000. Der Zuwachs bei integrierten Bündelprodukten hat gegenüber dem Vorjahresquartal noch einmal deutlich zugelegt auf 330.000 im zweiten Quartal.

Der berichtete Segment-Umsatz stieg um 2,8 Prozent auf 3,0 Milliarden Euro. Der organische Zuwachs betrug 0,4 Prozent. Der Unterschied stammt zu rund 90 Prozent aus der Erstkonsolidierung von UPC in Österreich.

Das bereinigte EBITDA AL erhöhte sich um 5,9 Prozent auf 1,0 Milliarden Euro. Die Differenz zum organischen Plus, das 2,0 Prozent betrug, geht zu mehr als 90 Prozent auf den Einfluss aus der erstmaligen Einbeziehung von UPC in den Konzern zurück.

T-Mobile US hat im 25. Quartal in Folge mehr als eine Million Neukunden hinzugewonnen. Im zweiten Quartal 2019 waren es insgesamt 1,8 Millionen. Davon entfielen 1,1 Millionen auf das Segment der Vertragskunden unter der eigenen Marke. Gleichzeitig konnte T-Mobile US die Wechslerate bei diesen Vertragskunden auf den niedrigsten bislang erreichten Wert von 0,78 Prozent senken.

Für das Gesamtjahr hat das Unternehmen die Prognose für die Steigerung der Kundenzahl deutlich angehoben. Im Vergleich zur bisherigen Planung erwartet T-Mobile US nun einen um 350.000 Neukunden höheren Mittelwert beim Wachstum der Vertragskunden.

Der Umsatz von T-Mobile US erhöhte sich in den Monaten April bis Juni um 5,1 Prozent auf 11,0 Milliarden Dollar. Darin stiegen die Service-Umsätze um 6,9 Prozent. Wesentlicher Treiber war dabei das fortgesetzte Wachstum der Kundenbasis.

Das bereinigte EBITDA AL legte im zweiten Quartal um 6,0 Prozent auf 3,2 Milliarden Dollar zu.

Im Systemgeschäft haben wir die Transformation fortgesetzt. Der Auftrags-
eingang hat sich im zweiten Quartal weiter positiv entwickelt. Über die

vergangenen zwölf Monate haben wir hier einen Anstieg gegenüber der Vergleichszeit um 15 Prozent.

Der Umsatz entwickelte sich in den drei Monaten mit 1,8 Milliarden Euro stabil. Beim bereinigten EBITDA AL haben wir einen Anstieg um 2,4 Prozent. Für das Gesamtjahr erwarten wir weiter einen stabilen Umsatz sowie ein bereinigtes EBITDA AL von rund 0,5 Milliarden Euro.

Den Transformationskurs wollen wir mit weiteren Schritten vorantreiben. Dafür sollen Mitte des kommenden Jahres das Telekommunikationsgeschäft sowie die klassischen ICT-Services aus T-Systems heraus zu Telekom Deutschland verlagert werden. Damit vereinfachen wir die Struktur, reduzieren Schnittstellen und erhöhen die Effizienz, um eine höhere Kundenorientierung zu erreichen.

Im operativen Segment Group Development hat sich das starke Kundenwachstum bei T-Mobile NL im Mobilfunk fortgesetzt. Hier kamen organisch 77.000 Neukunden netto hinzu. Im Festnetz-Geschäft fiel der Kundenzuwachs mit einem Anstieg um 21.000 deutlich stärker als im Vergleichsquarter 2018 aus.

Umsatz und bereinigtes EBITDA AL stiegen bei TM NL sowohl auf berichteter Basis wie auch in organischer Betrachtung.

Im Funkturmgeschäft hat die Zahl der Sendestandorte in Deutschland im Jahresvergleich um 1.400 zugelegt. Wir liegen damit voll im Fahrplan, in der Zeitspanne 2018 bis 2021 insgesamt 9.000 Standorte neu in das Netz zu integrieren.

Umsatz und bereinigtes EBITDA AL stiegen in diesem Geschäftsfeld durch die erhöhte Zahl an Standorten.

Der berichtete Umsatz des operativen Segments Group Development stieg im zweiten Quartal im Vergleich zum Vorjahr um 28 Prozent. Der organische Zuwachs betrug 2 Prozent. Die Differenz geht auf die erstmalige Konsolidierung von Tele2 in den Niederlanden zurück.

Zum Anstieg des bereinigten EBITDA AL um 10 Prozent im zweiten Quartal haben beide Geschäftsfelder beigetragen. Das organische Ergebnisplus betrug 6 Prozent.

Zum Abschluss noch ein Blick auf die Finanzrelationen des Konzerns:
Alle Finanzkennzahlen liegen weiter innerhalb unserer Prognosebänder.

Die Netto-Finanzverbindlichkeiten stiegen gegenüber dem Ende des ersten Quartals 2019 um 3,8 Milliarden Euro. Das geht vor allem auf die Dividendenauszahlungen von 3,4 Milliarden Euro zurück, die üblicherweise in diesem Zeitraum anfallen.

Darüber hinaus sind in den Verbindlichkeiten zusätzliche Leasing-Verpflichtungen für Mobilfunk-Sendestationen vor allem in den USA berücksichtigt sowie die Auszahlung für Spektrum im Millimeter-Bereich, das T-Mobile US erworben hat.

Gegenläufig wirkte der Free Cashflow ohne Berücksichtigung der Auswirkungen von IFRS 16 von 2,3 Milliarden Euro.

Diese Entwicklungen zeigen, dass unser Wachstumsprofil weiter intakt ist bei soliden Finanzrelationen.

Jetzt freuen wir uns auf Ihre Fragen!