

Sendesperrfrist: 6. März 2014

Beginn Rede Timotheus Höttges

MEDIENINFORMATION

Bonn, 6. März 2014

Deutsche Telekom knipst mit digitaler Steckerleiste Zukunft an

- Konzern setzt auf integrierte IP-Netze
 - Ziel: führender europäischer Telekommunikationsanbieter
-

Die Deutsche Telekom entwickelt ihre Strategie weiter und will zum führenden europäischen Telekommunikationsanbieter werden. Das Leitbild dafür formulierte der Vorstandsvorsitzende Timotheus Höttges: „Wir sind der vertrauenswürdige Begleiter in einer zunehmend komplexer werdenden digitalen Welt – privat und beruflich, immer und überall. Das Leben von Menschen nachhaltig zu vereinfachen und zu bereichern – das ist unser Auftrag. Die Deutsche Telekom sieht ihr Netz als Lebensader: schnell, zuverlässig und sicher. Für jedermann einfach zugänglich.“

Kunden entscheiden sich gerade angesichts stark steigender Datenmengen für Telekommunikationsanbieter mit leistungsfähigen Netzen, das ist der Grundgedanke. Starke Netze sind auch das erste Auswahlkriterium für Anbieter von Online-Services, die für ihre Angebote eine technische Plattform mit hoher Qualität sowie schneller und einfacher Einrichtung der eigenen Dienste brauchen. Dabei werden integrierte Telekommunikationsanbieter generell eine bessere Position haben als reine Festnetz- oder Mobilfunk-Anbieter.

Der Führungsanspruch der Telekom erstreckt sich auf vier Dimensionen:

- Das beste Netz
- Der beste Service
- Die besten Produkte
- Der bevorzugte Anbieter für Geschäftskunden

Aus diesem Leitbild leiten sich vier Handlungsfelder ab:

- Integrierte IP-Netze
- Kunden begeistern
- Mit Partnern gewinnen
- Führend bei Geschäftskunden

Integrierte IP-Netze

Die Deutsche Telekom treibt den Breitbandausbau sowohl im Festnetz wie im Mobilfunk weiter voran. Sie setzt dabei gleichzeitig konsequent auf Vereinfachung durch Umbau der Festnetz-Infrastruktur auf All-IP-Technologie. Bis Ende 2018 soll das in allen europäischen Gesellschaften des Konzerns erfolgt sein. Zudem hat die Telekom in fast allen ihren Märkten LTE gestartet. Bis Ende 2017 will sie ihren Kunden in Europa LTE mindestens mit 50 Prozent Netzabdeckung anbieten können.

In Deutschland wird im Rahmen der integrierten Netz-Strategie das LTE-Netz bei einer Netzabdeckung bis zu 85 Prozent für Geschwindigkeiten von bis zu 150 Mbit/s ausgebaut. Mit LTE advanced sollen künftig Geschwindigkeiten bis zu 300 Mbit/s möglich sein. Im Festnetz sollen durch den Ausbau von Glasfaser und Vectoring bis Ende 2016 mindestens 24 Millionen Haushalte die Möglichkeit haben, Bandbreiten bis zu 100 Mbit/s nutzen zu können.

Für die europäischen Beteiligungsgesellschaften plant die Telekom ein pan-europäisches, vollständig IP-basiertes Netz. „Wir wollen alle Zugangstechnologien unserer Netze intelligent miteinander verknüpfen und zwar über die Landesgrenzen hinweg. Gleichzeitig sollen unsere Kunden von komplizierter Technik nichts merken. Sie bekommen schlicht die beste Verbindung, egal ob zu Hause oder unterwegs. Und das zu einem guten Preis“, betonte Höttges die Zielrichtung dieser Netz-Strategie.

Beim Einführen neuer Produkte und Services verkürzt die IP-Technologie die Zeit bis zum Marktstart deutlich. Mit IP können Neuerungen innerhalb weniger Tage oder Wochen verwirklicht werden. Darüber hinaus ermöglicht die Technik eine herausragende Sprachqualität, Zugang zu verschiedenen Services über ein einziges Endgerät, ein größeres Portfolio an Multimedia- und Konvergenzdiensten, Cloud-Lösungen und Remote IT-Support. Die IP-Technik hat in Mazedonien bereits die Einführung des Service „Broadband on demand“ ermöglicht. Dieses neue Konzept erlaubt es den Kunden, mit einem Klick Zugang zum Highspeed-Internet zu bekommen, wann immer sie diesen benötigen.

Partner der Deutschen Telekom können ihre Dienste wesentlich einfacher und schneller auf das Netz aufschalten. Zugleich bietet ein IP-basiertes Netz erhebliche Kostenvorteile im Betrieb durch Einsparungen bei Energie- und Wartungskosten sowie vereinfachte Prozesse beim Anschluss der Kunden an das Netz.

Kunden begeistern

Der Zusammenschluss von Technologien aus Festnetz und Mobilfunk ermöglicht es, Services unabhängig von der Zugangsinfrastruktur nahtlos zu verbreiten. Das heißt integrierte Angebote: Festnetz, TV und Mobilfunk – in einem Tarif. Und vom Handy auf die TV-Aufnahmen zugreifen. Möglich sind

auch flexible Erweiterungen von Paket-Angeboten für Familien, beispielsweise um zusätzliche SIM-Karten.

Ein wichtiger Baustein der Netzintegration im Anschlussbereich ist der Hybrid-Router. Er soll 2014 in Deutschland eingeführt werden und die Vorteile des Festnetzes – hohe gleichbleibende Kapazität – mit denen des Mobilfunks – hohe Übertragungsgeschwindigkeit – zu Spitzengeschwindigkeiten im Download von bis zu 250 Mbit/s verbinden. Durch die Zusammenfassung der einzelnen Komponenten zu einem integrierten Angebot wird für den Kunden die Transparenz erhöht und gleichzeitig die Möglichkeit von Kombi-Vorteilen geschaffen.

Zusätzlich sollen die Kunden durch vereinfachte Service-Plattformen viele Prozesse künftig selbst online durchführen können. Der Service soll einfacher und schneller werden und ein nahtloses Kundenerlebnis gewährleisten, unabhängig davon, auf welchem Weg der Kunde mit der Telekom in Kontakt tritt. Ziel der Deutschen Telekom ist es dabei, der beste Telekommunikationsanbieter in der Kundenwahrnehmung zu sein.

Mit Partnern gewinnen

„Wir bauen standardisierte Plattformen – denken Sie an das Bild einer Steckerleiste, an die Partner mit ihren Diensten einfach andocken“, sagte Höttges. Die vereinfachte Netzinfrastruktur ist ein wesentlicher Faktor, um künftig mit Partnern zusammen ein breiteres Angebot von Diensten und Produkten bieten zu können. Innovative Online-Dienste sollen dabei bevorzugt über Partnerschaften in den Konzern kommen und damit die Produkt- und Service-Palette der Telekom anreichern. Die Partner sollen dabei durch ein im Laufe des Jahres 2014 implementiertes Programm in die Lage versetzt werden, ihre Produkte und Services innerhalb von drei Monaten sowohl vertraglich wie auch technisch in das Portfolio der Telekom zu integrieren. So

wie das die Telekom heute schon mit Partnern wie Spotify und Evernote tut. Partner-Produkte werden flexibel in diese Plattformen eingebunden und sind dadurch für die Kunden einfacher und direkt buchbar.

Besonders wichtig ist das Plattformgeschäft für Partnerschaften in den Bereichen M2M-Geschäft, Smart Home, Intelligente Netze und Payment. Beispiel ist die Qivicon-Plattform bei der Vernetzung und Steuerung von Haustechnik mit inzwischen rund 30 Partnern oder die erfolgreiche Zusammenarbeit mit dem Buchhandel bei der Entwicklung des E-Readers Tolino. Die Deutsche Telekom profitiert durch modernste Dienste und Services, die die Kunden einfach buchen und transparent über ihre Telekom-Rechnung bezahlen können. Die Partner können sich auf ihre jeweiligen Produkte und Services konzentrieren, während die Deutsche Telekom die technischen Prozesse und die Abrechnung im Hintergrund managt und die Services in ihr Marketing integriert.

Darüber hinaus forciert die Telekom ihr TV-Geschäft. Dazu will das Unternehmen die TV-Plattform für Deutschland und Europa weiterentwickeln, hin zum Ziel „TV auf allen Bildschirmen“, egal ob etwa TV, Tablet oder Laptop. Für die Kunden bedeutet das: ein besseres Produkt und durch die Modernisierung der TV-Plattformen eine höhere Umsetzungsgeschwindigkeit bei neuen Anwendungen. Für das Jahr 2017 strebt die Deutsche Telekom rund 10 Millionen TV-Kunden in den Segmenten Deutschland und Europa an.

Führend bei Geschäftskunden

Große Erwartungen setzt die Telekom auf den Geschäftskundenbereich. Sie will in Deutschland stärker vom Wachstum bei IT-Lösungen für mittelständische Unternehmen profitieren. Bis 2018 soll der IT-Umsatz mit mittelständischen Unternehmen in Deutschland um mehr als 600 Millionen Euro wachsen. Die starke Position bei Telekommunikationslösungen soll genutzt werden, um den

Marktanteil bei IT-Lösungen für diese Kundengruppe auszubauen. Im Fokus stehen Cloud-Dienste, Sicherheitslösungen, konvergente Produkte aus Mobilfunk und Festnetz sowie Lösungen für eine virtuelle Zusammenarbeit. Details dazu wird die Deutsche Telekom auf der CeBIT in Hannover präsentieren.

Außerdem wird die Konzerntochter T-Systems ihr Geschäftsmodell umstrukturieren und auf Transformations- und Integrations-Services sowie skalierbare ICT-Services ausrichten. Im Fokus stehen dabei die Wachstumsfelder IT-Plattformen und Cloud-Services. Anstelle individueller Lösungen für einzelne Kunden fokussiert T-Systems künftig auf Plattformen, die für verschiedene Zwecke „wiederverwendet“ werden können. Beispiele für solche skalierbaren Dienste sind Cloud-Plattformen, ICT-Security-Lösungen, M2M-Services oder Angebote im Rahmen von Intelligent Networks. Spezifische Komponenten für einzelne Kunden sollen künftig von spezialisierten externen Anbietern zugekauft werden. Ziel ist es, ab 2017 rund 50 Prozent des Gesamtumsatzes von T-Systems mit solcher standardisierter IT zu erzielen.

In den europäischen Beteiligungsgesellschaften des Konzerns wird das B2B-Geschäft gestärkt: Hier will man vor allem die Umsatzanteile aus dem ICT-Geschäft steigern.

Durch den vereinbarten Erwerb der GTS können insbesondere die Mobilfunk-Gesellschaften der Telekom in Polen und Tschechien ihre Leistungen um Festnetz-Produkte erweitern. Zielgruppen sind vor allem Geschäftskunden und multinationale Kunden, denen künftig europaweit grenzüberschreitend Sprach- und Datendienste, virtuelle private Netze und Cloud-Services auf Basis eines weitreichenden regionalen Glasfasernetzes einschließlich Datenzentren angeboten werden können. Damit soll der ICT-Umsatz der europäischen Beteiligungsgesellschaften deutlich steigen.

Diese Medieninformation enthält zukunftsbezogene Aussagen, welche die gegenwärtigen Ansichten des Managements der Deutschen Telekom hinsichtlich zukünftiger Ereignisse widerspiegeln. Diese zukunftsbezogenen Aussagen beinhalten Aussagen zu der erwarteten Entwicklung von Umsätzen, Erträgen, Betriebsergebnis, Abschreibungen, Cashflow und personalbezogenen Maßnahmen. Daher sollte ihnen nicht zu viel Gewicht beigemessen werden. Zukunftsbezogene Aussagen unterliegen Risiken und Unsicherheitsfaktoren, von denen die meisten schwierig einzuschätzen sind und die generell außerhalb der Kontrolle der Deutschen Telekom liegen. Zu den Faktoren, die unsere Fähigkeit zur Umsetzung unserer Ziele beeinträchtigen könnten, gehören auch der Fortschritt, den wir im Rahmen unserer personalbezogenen Restrukturierungsmaßnahmen und anderer Maßnahmen zur Kostenreduzierung erzielen, sowie die Auswirkungen anderer bedeutender strategischer, arbeitsbezogener und geschäftlicher Initiativen, so z. B. der Erwerb und die Veräußerung von Gesellschaften, Unternehmenszusammenschlüsse und unsere Initiativen zur Netzmodernisierung und zum Netzausbau. Weitere mögliche Faktoren, welche die Kosten- und Erlösentwicklung wesentlich beeinträchtigen können, sind ein Wettbewerb, der schärfer ist als erwartet, Veränderungen bei den Technologien, Rechtsstreitigkeiten und regulatorische Entwicklungen. Des Weiteren können ein konjunktureller Abschwung in unseren Märkten sowie Veränderungen in den Zinssätzen und Wechselkursen ebenfalls einen Einfluss auf unsere Geschäftsentwicklung und die Verfügbarkeit von Kapital unter vorteilhaften Bedingungen haben. Veränderungen unserer Erwartungen hinsichtlich künftiger Cashflows können Wertminderungsabschreibungen für zu ursprünglichen Anschaffungskosten bewertete Vermögenswerte haben, was unsere Ergebnisse auf Konzern- und operativer Segmentebene wesentlich beeinflussen könnte. Sollten diese oder andere Risiken und Unsicherheitsfaktoren eintreten oder sich die den Aussagen zugrunde liegenden Annahmen als unrichtig erweisen, könnten unsere tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von denjenigen abweichen, die in zukunftsbezogenen Aussagen ausgedrückt oder impliziert werden. Wir können nicht garantieren, dass unsere Schätzungen oder Erwartungen tatsächlich erreicht werden. Wir lehnen – unbeschadet bestehender kapitalmarktrechtlicher Verpflichtungen – jede Verantwortung für eine Aktualisierung der zukunftsbezogenen Aussagen durch Berücksichtigung neuer Informationen oder zukünftiger Ereignisse oder anderer Dinge ab.

Zusätzlich zu den nach IFRS erstellten Kennzahlen legt die Deutsche Telekom auch Pro-forma-Kennzahlen vor, einschließlich EBITDA, EBITDA-Marge, bereinigtes EBITDA, bereinigte EBITDA-Marge, bereinigtes EBT, bereinigter Konzernüberschuss, Free Cashflow sowie Brutto- und Netto-Finanzverbindlichkeiten, die nicht Bestandteil der Rechnungslegungsvorschriften sind. Diese Kennzahlen sind als Ergänzung, jedoch nicht als Ersatz für die nach IFRS erstellten Angaben zu sehen. Pro-forma-Kennzahlen, die nicht Bestandteil der Rechnungslegungsvorschriften sind, unterliegen weder den IFRS noch anderen allgemein geltenden Rechnungslegungsvorschriften. Andere Unternehmen legen diesen Begriffen unter Umständen andere Definitionen zugrunde.



Deutsche Telekom AG
Corporate Communications

Tel.: 0228 181-49 49

E-Mail: medien@telekom.de

Weitere Informationen für Medienvertreter:

www.telekom.com/medien und www.telekom.com/fotos

<http://twitter.com/deuschetelekom>

Für Smartphone- und Tablet-Nutzer:

Einfach den
QR-Code scannen und
die Präsentation
herunterladen.

