

– Es gilt das gesprochene Wort –

**Rede zur Hauptversammlung der Deutschen Telekom
am 25. Mai 2016 in Köln**

**Timotheus Höttges
Vorstandsvorsitzender
Deutsche Telekom AG**

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
liebe Kunden,
meine Damen und Herren,

55 Cent.

Das ist die Dividende, die Vorstand und Aufsichtsrat Ihnen heute vorschlagen. Schon daran sehen Sie: Die Telekom war 2015 erfolgreich. Und wir halten, was wir versprechen. Die frei verfügbaren Finanzmittel sind um zehn Prozent gestiegen. Darum fällt auch Ihre Dividende zehn Prozent höher aus.

Und damit stellvertretend für 225.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter herzlich willkommen zur Hauptversammlung Ihrer Deutschen Telekom!

„Antworten für die digitale Zukunft“ lautet der Titel meiner heutigen Rede. Und die erste Antwort gebe ich gleich zu Beginn: Die Telekom baut das Netz für die

Gigabit-Gesellschaft. Wir legen damit das Fundament der Digitalisierung. Sie ist Chance für andere – und für uns. Um diese Chance zu nutzen, verändern wir uns selbst. Ich spreche darüber, wie wir das tun. Und darüber, wie das unseren Kunden nutzt.

Ich beginne aber mit dem Blick auf das Geschäftsjahr 2015. Welche unternehmerischen Fragen gab es? Welche Antworten haben wir gegeben? Wie sieht das Ergebnis aus? Wo sind wir gut? Was muss besser werden?

Meine Damen und Herren,

zusammengefasst: Die Telekom wächst. Und zwar kräftig:

- Beim Konzernumsatz: plus elf Prozent auf 69,2 Milliarden Euro.
- Beim bereinigten Ergebnis vor Zinsen, Abschreibungen und Steuern, dem sogenannten EBITDA: plus 13,3 Prozent auf 19,9 Milliarden Euro.
- Bei den frei verfügbaren Finanzmitteln – die Financer sprechen vom Free Cashflow: plus zehn Prozent auf 4,5 Milliarden Euro.

Wir haben Ihnen im vergangenen Jahr versprochen, Wert für Sie zu schaffen. Das ist gelungen. Die Telekom-Aktie hat 2015 mit Kursverlauf und Dividende eine Rendite von 30 Prozent erzielt. Mehr als der Dax mit zehn Prozent. Und mehr als die meisten unserer Wettbewerber.

Dafür danke ich allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Deutschen Telekom. Ihr Einsatz hat sich gelohnt. Sie sind zu Recht stolz. Es ist Ihr Erfolg.

Und Ihnen, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, verspreche ich: Wir ruhen uns nicht aus. Sondern wir legen die Latte jedes Jahr ein Stück höher. Wir stemmen mutige Investitionen.

Unsere Strategie leitet uns. Sie funktioniert. Darum bleibt sie, wie sie ist. Wir wollen Europas führendes Telekommunikations-Unternehmen sein. Führend aus Europa heraus. In allen unseren Märkten. Führend heißt für mich nicht allein Größe. Führend ist für mich eine Haltung. Führend sind wir, wenn wir einen Netztest nach dem anderen gewinnen. Wenn wir einen Preis als bester Arbeitgeber holen. Oder als Unternehmen, das verantwortungsvoll handelt. Und führend sind wir, wenn uns der Dialog mit den Kunden gelingt. Ein Dialog, der Vertrauen schafft. Vertrauen darauf, dass die Telekom nicht nur heute die besten Produkte bietet. Sondern auch morgen.

2015 haben wir das geschafft. Umsatz, Kundenzahlen und Ergebnis sprechen für sich.

Ich beginne mit dem Geschäft in Deutschland.

Zehn Jahre lang ging es bei den Umsätzen hier bergab. Unser Ziel war es, das zuerst zu stoppen. Und dann zu wachsen. Dafür haben wir investiert: In die Netze. In neue Produkte. In guten Service.

Das zahlt sich aus. Wir sind Marktführer im Festnetz. Wir sind Marktführer im Mobilfunk. Wir sind Marktführer bei Angeboten aus einer Hand. Und wir sind Marktführer bei den Geschäftskunden.

Der Umsatz stieg 2015 in Deutschland um 0,7 Prozent. Auf mehr als 22 Milliarden Euro. Das bereinigte Ergebnis (EBITDA) lag bei fast neun Milliarden Euro. Es war damit stabil.

Ein großer Erfolg ist weiterhin MagentaEINS mit mehr als zwei Millionen Kunden. Entstanden ist dieser Tarif, weil die Kunden wiederholt nach kompletten Angeboten gefragt haben. Darum gibt es jetzt Festnetz und Mobilfunk aus einer Hand. Und zusätzliche Bausteine wie Fernsehen oder das

vernetzte Zuhause. Wer das bucht, bekommt beim Mobilfunk einen Rabatt. Unter dem Strich machen wir in einem Haushalt mit einem solchen Tarif fast acht Euro mehr Umsatz pro Monat.

Wie sieht unsere Entwicklung in Europa aus?

Hier haben wir einen Umsatz von 12,7 Milliarden Euro erzielt. Minus zwei Prozent. Und auch im bereinigten Ergebnis (EBITDA) sind wir geschrumpft. Um 3,2 Prozent.

Wir müssen wieder wachsen. Wir setzen dabei vor allem auf Angebote aus einer Hand wie in Deutschland. Bei solchen Produkten greifen die Kunden zu:

- Beispiel MagentaEINS in Europa: von null auf eine Million in weniger als einem Jahr!
- Beispiel Fernsehen: plus 5,1 Prozent.
- Beispiel Breitband: plus 3,7 Prozent.

Im ersten Quartal 2016 war der Fortschritt in vielen europäischen Ländern erfreulich. Das Festnetz wächst überall. Und ohne die Niederlande wäre auch das Gesamtergebnis schon positiv.

Unsere Geschäftskunden-Sparte T-Systems ist weiter im Umbruch. Und unsere Kunden sind es auch.

Klassische Geschäftsmodelle verändern sich radikal. Software und die Analyse großer Datenmengen werden für die Unternehmen wichtiger. Die reine Handwerks- und Ingenieurskunst reicht nicht mehr. Darum besteht das Risiko, dass Umsätze und Gewinne der europäischen Industrie abwandern. Vor allem zu den großen Plattformen des Internets nach Nordamerika. Wir helfen, dies zu verhindern. Wir unterstützen die Unternehmen, ihre Geschäftsmodelle zu

digitalisieren. Dazu haben wir in den vergangenen drei Jahren T-Systems grundlegend umgebaut. Das zahlt sich aus:

- Umsatz mit externen Kunden: gestiegen um 3,4 Prozent. Auf 6,2 Milliarden Euro.
- Bereinigtes Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT): gestiegen um 73 Millionen Euro. Auf 200 Millionen Euro.
- Die Gewinnspanne (bereinigte EBIT-Marge): gestiegen von 1,5 Prozent auf 2,3 Prozent.
- Umsatz mit Cloud Computing – das Geschäft mit der „Datenwolke“: gestiegen um 24 Prozent. Auf fast eine Milliarde Euro. Konzernweit lag der Umsatz sogar bei 1,4 Milliarden Euro. Plus 30 Prozent.

Der Erfolg mit der Cloud ist ebenfalls das Ergebnis eines gelungenen Dialogs mit den Kunden. Wir haben die Unternehmen gefragt: Was braucht Ihr für eine erfolgreiche Digitalisierung? Die Antwort: Sichere Rechenzentren, bei denen die Daten in Deutschland bleiben. Und aus denen heraus die Anwendungen laufen.

Dafür haben wir das „Haus der Cloud“ erfunden. Weltweit einmalig. Wir verwalten darin die Daten als Treuhänder. Nur die Kunden können darauf zugreifen. Und gleichzeitig die Anwendungen der bekannten Anbieter aus Übersee nutzen. Egal ob Microsoft, Salesforce oder Cisco. Öffentliche Cloud oder private. Bei uns gibt es alles unter einem Dach. Sicher eingepackt unter deutschem Datenschutz. Im modernsten Rechenzentrum Europas. Die Nachfrage ist so groß, dass wir erweitern.

Trotz der Erfolge: Der Umbau von T-Systems ist noch nicht zu Ende. Unser Anspruch ist klar: Jeder Geschäftsbereich der Telekom muss einen positiven Cash-Beitrag liefern.

Abschließend der Blick auf die USA:

Noch vor drei Jahren war unsere Situation dort mäßig. Um Wert zu schaffen, fehlten uns die Kunden. Der erste wichtige Schritt war darum der Zusammenschluss mit MetroPCS. Außerdem haben wir massiv investiert: in das derzeit schnellste Netz in den USA. In neue Frequenzen für den Mobilfunk. Und in neue Tarife, die Kunden begeistern.

Der Erfolg ist beeindruckend. Er hat unsere Wettbewerber kalt erwischt. Mehr als acht Millionen neue Kunden haben wir 2015 gewonnen. Das ist das gesamte Kundenwachstum im Markt. Mit insgesamt mehr als 66 Millionen Kunden sind wir jetzt der drittgrößte Mobilfunkanbieter in den Vereinigten Staaten.

Das Geschäft von T-Mobile US liefert heute den größten Anteil an unserem Konzernumsatz. Fast 29 Milliarden Euro. Das sind 29 Prozent mehr als im Vorjahr. Das bereinigte Ergebnis (EBITDA) ist in Euro sogar um 55 Prozent gestiegen. Auf 6,7 Milliarden. Und der Wert unseres Anteils an T-Mobile US ist in den vergangenen drei Jahren um 168 Prozent gewachsen.

Auch 2016 verbessern wir das Netz. Vor allem den Empfang in Gebäuden und in den Vorstädten der Metropolen. Wichtig ist dafür die laufende Frequenzauktion. Die Ergebnisse erwarten wir in der zweiten Jahreshälfte.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

Sie sehen: Wir haben für jedes Segment eine Antwort für die digitale Zukunft. Wir liefern Innovationen. Wir haben eine klare Strategie und wir setzen sie um.

Die Erfolge sind sichtbar: Der Umsatz steigt. Das Ergebnis steigt. Die frei verfügbaren Mittel steigen. Und dadurch Ihre Dividende.

In diesem Jahr können Sie die Dividende erneut in Aktien beziehen. Im vergangenen Jahr haben das viele von Ihnen gemacht. Für 49 Prozent der Aktien haben Sie die Aktien- statt der Bardividende gewählt. Einzelheiten hierzu stehen in unserem Geschäftsbericht. Dadurch wurden rund 1,1 Milliarden Euro weniger Bardividende ausgezahlt. Stattdessen gab es eine Kapitalerhöhung um 1,6 Prozent. Das hat uns bei unserem Wachstumskurs geholfen. Dafür danke ich Ihnen!

Meine Damen und Herren,

ich habe Ihnen gezeigt, wo wir gut sind. Aber ich spreche auch darüber, was besser werden muss. Wir haben keinen Grund nachzulassen. Wir arbeiten weiter Punkt für Punkt unseren Plan ab.

1. Portfolio. Also die Unternehmen, an denen wir beteiligt sind. Noch läuft das Geschäft nicht in allen unseren Märkten gleich gut. Der Trend geht zu Anbietern mit Festnetz und Mobilfunk. Aber wir stellen fest: In jedem Markt gibt es eine Lücke für einen reinen Mobilfunker. Wir haben mehrfach bewiesen: Was andere abschreiben, erfinden wir neu. Die USA sind das eindrucksvollste Beispiel. Oder Großbritannien: Aus 50 Prozent an einer Beteiligung an einem reinen Mobilfunker wurden zwölf Prozent an BT. Dem Marktführer im Festnetz und Mobilfunk in der zweitgrößten Volkswirtschaft Europas. Im ersten Quartal 2016 hat der Verkauf einmalig 2,5 Milliarden Euro zu unserem Ergebnis beigetragen. Und wir bleiben als größter Einzelaktionär weiter am Fortschritt der BT beteiligt.

Bei allen unseren unternehmerischen Aktivitäten gilt das gleiche Ziel: Wir schaffen Werte.

2. Unser Kundenservice. Ich war 2015 regelmäßig in unseren Shops. Und im Außendienst. Ich war bei Kunden zu Hause. Und ich habe mit ihnen

telefoniert. Da gab es viele Beschwerden. Jede einzelne ärgert mich. Und jede einzelne erdet mich. Ja: Unser Service ist besser als früher. Ja: Wir sind besser als unsere Wettbewerber. Aber nein: Wir erfüllen unsere Ansprüche noch nicht.

Darum ändern wir, was die Kunden stört. Zum Beispiel:

- Persönlicher Berater bei Wechsel oder Umzug. Viele Kunden fragen, warum sie im Service ständig an andere Mitarbeiter geraten. Und warum sie ihr Anliegen dann jedes Mal von vorn erklären müssen. Vor allem, wenn sie neu zu uns kommen oder mit einem Anschluss umziehen. Wir beantworten das dadurch, dass es für diese Kunden jetzt persönliche Berater gibt.
- Neue App für alle Fragen rund um den Service. Damit lösen unsere Kunden viele Probleme selbst. Oder sie verbinden sich per Knopfdruck mit einem Mitarbeiter. Per Chat, per Video oder per Anruf. Oder lassen sich zurückrufen. Und die App zeigt, wie lange die Wartezeit ist.
- Technikertermine. Viele Kunden ärgert, dass sie für einen Termin mit der Telekom extra freinehmen müssen. Wir lösen das, indem wir künftig viel mehr Termine samstags anbieten. Gleichzeitig entlasten wir damit die Wochentage und schaffen auch von Montag bis Freitag mehr Auswahl. Dafür brauchen wir flexiblere Arbeitszeiten. Und wir sind optimistisch, dass unser Sozialpartner hier mitzieht.

Meine Damen und Herren,

die Deutsche Telekom ist ein Weltkonzern. Aber wenn es um unsere Kunden geht, sind wir gleichzeitig ganz lokal. Anders als die großen Konzerne des Internets. In allen unseren Märkten sind wir vor Ort zu

erreichen. In der Landessprache. Wenn die Kunden uns fragen, bekommen sie eine Antwort. Diese Nähe unterscheidet uns.

Und damit komme ich zu meinem dritten Punkt, bei dem wir besser werden müssen: dem Netzausbau. Das ist und bleibt Grundlage für alles, was wir tun. Das ist mir ein Herzensanliegen.

Die Telekom liefert seit Jahren das beste Netz. Unser Kernprodukt ist zeitlos. Aber wir erfinden es stetig neu. Und wir planen unser Netz so, dass es Antwort auf die digitale Zukunft ist. 2010 war mein Vorgänger René Obermann der Erste in Deutschland, der von der Gigabit-Gesellschaft gesprochen hat. Heute sprechen alle davon. Aber nur die Deutsche Telekom hat in den vergangenen sechs Jahren danach gehandelt.

Kein Unternehmen in Deutschland hat mehr Glasfaser verlegt als wir. 400.000 Kilometer.

Kein Unternehmen in Deutschland hat eine Infrastruktur aus Glasfaser, die flächendeckend so nah am Kunden liegt.

Kein Unternehmen investiert wie wir: mehr als vier Milliarden Euro im vergangenen Jahr.

Für 2016 planen wir noch einmal höhere Investitionen. Ich bin hier glasklar: Deutschland braucht schnelle Netze. Deutschland braucht Breitband für alle. Und zwar heute und nicht morgen.

Und nicht nur in der Stadt, sondern auch auf dem Land. Da, wo schnelles Internet noch nicht zu Hause ist. Wo die Menschen darauf warten. Und wo außer der Telekom niemand hingehet. Mit dem von uns geplanten Ausbau liefern wir bis 2018 für über 80 Prozent der deutschen Haushalte

mindestens 50 Megabit pro Sekunde. Und wir werden viele Kunden mit deutlich höheren Bandbreiten von bis zu 100 oder 200 Megabit versorgen.

Dann kommt der nächste Schritt. Dabei setzen wir auf eine ganze Reihe von verschiedenen Technologien. Mittelfristig schaffen wir so bis zu 500 Megabit auf den letzten Metern bis zum Haus.

Meine Damen und Herren,

wir bauen dieses Netz. Darum beantworten wir auch die Frage, wie wir das machen. Technologisch und finanziell.

Für mich gibt es keine gute oder schlechte Technik. Sondern es gibt gute oder schlechte Bandbreite. Und es gibt versorgte und unterversorgte Gebiete.

Das hat damit zu tun, dass der Wettbewerb teilweise groteske Züge annimmt. Unsere Wettbewerber kritisieren und jammern in einer Tour. Mal finden sie die Mieten zu hoch, die sie für unser Netz zahlen. Mal haben wir angeblich die falsche Technik. Dann ist der Ausbau angeblich zu langsam. Aber sobald wir ausbauen, nehmen genau diese Kritiker unser Netz. Sie vermarkten unsere Produkte unter eigenem Namen. Und zwar, weil wir reguliert sind. Die Wettbewerber haben keinen Anreiz, selbst zu investieren.

Es wäre besser für Deutschland, wenn andere auch ausbauen würden. Darum habe ich höchsten Respekt vor den lokalen Anbietern, die das tun. Aber ich habe wenig Respekt vor denen, die nichts investieren und ihre Gewinne auf fremden Netzen einstreichen. Jammern baut kein Netz. Besser investieren als kritisieren. Dann haben wir echten Wettbewerb der Infrastrukturen.

Meine Damen und Herren,

klar ist: Das Netz der Zukunft basiert auf Glasfaser. Es ist Glasfaser. Aber das Netz der Zukunft wird mehr sein als höhere Bandbreite. Also, wie schnell die Daten fließen. Seine Qualität definiert sich durch weitere Punkte. Dadurch, dass es zuverlässig ist. Dadurch, dass es nahtlos zwischen Festnetz und Mobilfunk wechselt. Dadurch, dass es automatisch die beste Verbindung sucht. Dadurch, dass es schnell reagiert. Der technische Begriff heißt Latenz. Heute liegen wir im besten Fall zwischen 20 und 40 Millisekunden. Das ist ein Wimpernschlag. Aber dieser Wimpernschlag dauert für die Technik der Zukunft zu lang.

Für die können wir Daten nicht um die halbe Welt schicken. Wir werten sie da aus, wo sie entstehen. Nähe zählt. Rechner ziehen direkt in Mobilfunkmasten. Das gibt viel schnellere Reaktionszeiten. Für einzelne Anwendungen vielleicht nur eine Millisekunde.

Dieses Netz von morgen hat einen Namen: 5G. Darin kommunizieren Menschen und Milliarden von Maschinen und Sensoren: Container auf den Weltmeeren senden ihren Standort und den Zustand der Ladung. Sensoren auf dem Feld zeigen dem Bauern, ob genug Regen fällt und wann die Ernte reif ist. Aufzüge melden, dass sie gewartet werden müssen. Und zwar bevor sie ausfallen.

Das ist die digitale Zukunft. 5G ist unsere Antwort. Ab 2020 starten wir damit. Aber schon heute bereiten wir uns darauf vor.

Verehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

alles, was wir planen, hat mit Digitalisierung zu tun. Aber was wir als Chance sehen, macht anderen Sorgen. Sie fühlen sich überfordert, wenn sie ständig

erreichbar sind. Sie befürchten, dass bald Roboter ihre Arbeit erledigen. Oder, dass sie zum „gläsernen Menschen“ werden, weil ihre persönlichen Daten frei verfügbar sind.

Wir nehmen diese Sorgen ernst. Anfang des Jahres haben wir eine Initiative gestartet, mit der wir die Diskussion über die digitale Verantwortung in Gang bringen wollen. Denn auch wir lernen. Wir kennen nicht alle Antworten. Aber wir kennen die Experten, die sich jeden Tag damit beschäftigen. Die Digitalisierung kann kein Unternehmen, keine Politik, kein Kunde allein gestalten. Das ist eine Gemeinschaftsaufgabe. Wir laden ein – zum öffentlichen und offenen Dialog. Diskutieren Sie mit! Auf unserer Internetseite, auf dem Video-Portal YouTube oder über Twitter.

Ich bin überzeugt: Die Digitalisierung ist das größte Geschenk, weil sie den Wohlstand unserer Kinder ermöglicht. Sie verspricht neue Technologien, die das Leben von Menschen vereinfachen. Sie ist Motor für eine neue industrielle Revolution. Lassen Sie uns beim Umgang mit der Digitalisierung darum mehr Optimismus wagen.

Natürlich wird vieles schneller. Weniger planbar. Aufregender. Anstrengender. Aber wir können lernen, damit umzugehen. Reden reicht da nicht. Wir müssen es machen.

Darum erweitern wir die digitalen Fähigkeiten unserer Mitarbeiter. Dabei hilft, dass lernen selbst digitaler wird. So haben wir Kurse für die Teilnahme per Rechner entwickelt. Von jedem beliebigen Ort aus. Zu jeder beliebigen Zeit.

Digitale Unternehmen brauchen Menschen, die eigenverantwortlich arbeiten. Die Initiative zeigen. Und die in der Lage sind, sich neue Themen anzueignen. Darum ersetzen bei uns Projekt-Teams starre Hierarchien. Wir prüfen, welches Problem wir lösen müssen. Und suchen dann die Leute, die das können. Im

Unternehmen. Oder bei Partnern. Bei der Zusammenarbeit über Grenzen hinweg helfen digitale Werkzeuge. Wir haben eine Art Telekom-eigenes Facebook. Mehr als 100.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weltweit nutzen das.

Und sie werden unterstützt durch eine neue Generation von Führungskräften. Chefs, die moderieren statt kontrollieren. Die Innovationen einfordern und entwickeln. Dabei hilft, dass sie im Ausland waren. Dass sie Menschen aus verschiedenen Kulturen zusammenbringen. Und dass sie nicht nur einen Bereich kennen, sondern mehrere. Wer bei uns eine Führungsaufgabe übernimmt, muss diese Kriterien erfüllen.

Meine Damen und Herren,

wir blicken mit Optimismus in die Zukunft. Und wir werden die Chance ergreifen, Werte zu schaffen. Es geht um hohe Umsätze. Ob bei der Mobilität der Zukunft. Der Industrie 4.0. Dem vernetzten Zuhause. Überall sind unsere Kompetenzen gefragt. Unsere Antworten für die digitale Zukunft. Beste Netze. Sichere Rechenzentren. Nähe zum Kunden. Das unterscheidet uns von anderen. Darum ist auch unsere Prognose mutiger als die unserer Wettbewerber.

Wir wollen Jahr für Jahr weiter wachsen:

- Beim Umsatz von 2014 bis 2018 um durchschnittlich ein bis zwei Prozent.
- Beim Ergebnis vor Abschreibungen und Steuern (bereinigtes EBITDA) um durchschnittlich zwei bis vier Prozent.
- Und bei den frei verfügbaren Finanzmitteln (Free Cashflow) um durchschnittlich rund 10 Prozent.

Verehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

die Digitalisierung bedeutet Wandel. Aber im Wandel ist Ihre Deutsche Telekom geübt. Er zieht sich wie ein roter Faden durch die Geschichte unseres Unternehmens. Wenn wir diesen Faden aufnehmen, halten wir ein Stück Geschichte in unseren Händen. Er verbindet uns mit denen, die vor uns die Telekom gestaltet haben. Und er reicht weiter zu denen, die sie nach uns lenken.

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind stolz darauf, wie wir als Vorreiter die Digitalisierung gestalten. Und sie sind stolz auf unsere Tradition. Dazu zählt ein Geschäft, das im Kern 150 Jahre alt ist. Wir verbinden Menschen. Wir verbinden Unternehmen. Und in Zukunft verbinden wir alles mit allem.

Mir ist wichtig, dass die Telekom bei allem Wandel bleibt, was sie ist: bodenständig und anständig. Dass wir verbinden und verbindlich sind. Dass sich Menschen uns verbunden fühlen. Und, dass unsere Kunden bei uns erleben, was verbindet.

Vielen Dank!