

Zusammengefasster Lagebericht

Die Finanzdaten des Konzerns auf einen Blick

Konzernstruktur

- 35 Geschäftstätigkeit
- 35 Segmentstruktur

Konzernstrategie

- 38 Von der „Leading European Telco“ zur „Leading Digital Telco“
- 40 Strategische Handlungsfelder
- 43 Unterstützende Handlungsfelder

Konzernsteuerung

- 45 Finanzstrategie
- 46 Steuerungssystem
- 50 Auswirkung der Coronavirus-Pandemie auf unsere Geschäftstätigkeit sowie Leistungsindikatoren

Wirtschaftliches Umfeld

- 50 Gesamtwirtschaftliche Entwicklung
- 51 Telekommunikationsmarkt
- 54 Wesentliche Regulierungsentscheidungen

Geschäftsentwicklung des Konzerns

- 57 Gesamtaussage des Vorstands zur Geschäftsentwicklung im Jahr 2021
- 58 Soll-Ist-Vergleich der Konzernenerwartungen
- 60 Ertragslage des Konzerns
- 65 Vermögenslage des Konzerns
- 68 Finanzlage des Konzerns und Rentabilität

Geschäftsentwicklung der operativen Segmente

- 71 Deutschland
- 74 USA
- 77 Europa
- 81 Systemgeschäft
- 83 Group Development
- 84 Group Headquarters & Group Services

Geschäftsentwicklung der Deutschen Telekom AG

- 86 Ertragslage der Deutschen Telekom AG
- 87 Vermögens- und Finanzlage der Deutschen Telekom AG
- 88 Risiko-Management bei der Bilanzierung von Sicherungsgeschäften

Corporate Responsibility und nichtfinanzielle Erklärung

- 89 Transparenz schaffen
- 90 Erläuterung des Geschäftsmodells
- 90 Strategischer und organisatorischer Nachhaltigkeitsansatz
- 92 Prozess zur Ermittlung wesentlicher Themen
- 92 Aspekt 1: Umweltbelange
- 97 Aspekt 2: Arbeitnehmerbelange
- 99 Aspekt 3: Sozialbelange
- 104 Aspekt 4: Achtung von Menschenrechten
- 106 Aspekt 5: Bekämpfung von Korruption

Mitarbeitende

- 107 Menschen unterstützen. Leistung fördern.
- 108 Unsere Personalarbeit entlang der Prioritäten
- 113 Entwicklung des Personalbestands

Technologie und Innovation

- 114 T&I-Strategie: digitale Transformation und Human Centricity
- 115 Innovationsprioritäten
- 116 Innovation als Dreiklang
- 119 Innovationsgovernance
- 120 Patent-Portfolio
- 120 Investitionen in Forschung und Entwicklung

Prognose

- 120 Gesamtaussage des Vorstands zur voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns
- 121 Konjunkturerwartungen
- 121 Erwartungen des Konzerns
- 125 Erwartungen der operativen Segmente

Risiko- und Chancen-Management

- 131 Einschätzung des Vorstands zur Gesamtrisiko- und Chancensituation
- 131 Risiko- und Chancen-Management-System
- 136 Risiken und Chancen

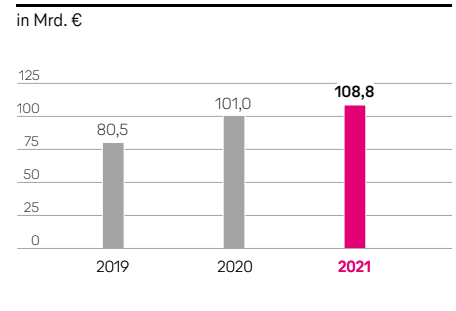
Governance und sonstige Angaben

- 149 Governance
- 150 Besondere Ereignisse nach Schluss des Geschäftsjahres
- 150 Rechnungslegungsbezogenes internes Kontrollsystem
- 151 Erklärung zur Unternehmensführung und Entsprechenserklärung
- 151 Rechtliche Konzernstruktur

Die Finanzdaten des Konzerns auf einen Blick

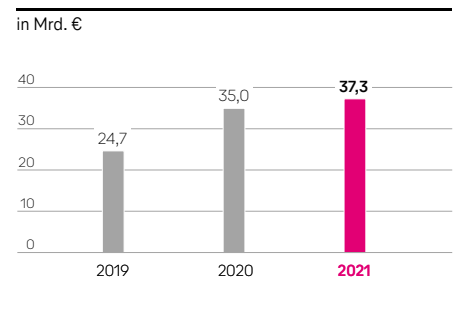
Konzernumsatz

- Der Konzernumsatz erhöhte sich um 7,7 % auf 108,8 Mrd. €. Auch organisch wuchs unser Umsatz um 4,7 Mrd. € bzw. 4,5 %. Der Service-Umsatz erhöhte sich um 5,2 Mrd. € bzw. 6,5 % auf 84,1 Mrd. €.
- Unser Segment USA zeigt einen Umsatzanstieg von 11,7 %. Organisch lag der Umsatz um 5,8 % über Vorjahresniveau, was auf gestiegene Service- und Endgeräteumsätze zurückzuführen ist.
- Unsere Segmente Deutschland und Europa konnten ihre Umsätze im Vergleich zum Vorjahr um 1,6 % bzw. 0,4 % aufgrund der guten Geschäftsentwicklung steigern. Organisch erhöhte sich der Umsatz in Europa sogar um 2,4 %.
- Der Umsatz unseres Segments Systemgeschäft lag um 3,4 % unter Vorjahresniveau, insbesondere infolge des erwartungsgemäß rückläufigen klassischen IT-Infrastrukturgeschäfts.
- In unserem Segment Group Development lag der Umsatz durch das operative und strukturelle Wachstum der T-Mobile Netherlands und GD Towers um 9,8 % über dem Vorjahresniveau. Organisch wuchs der Umsatz um 4,6 %.



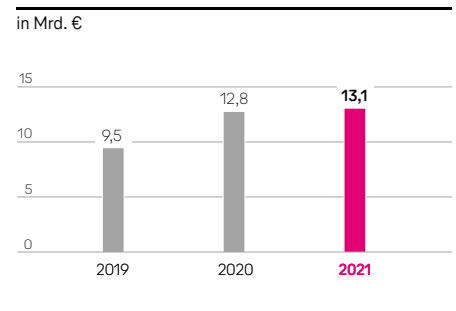
EBITDA AL (bereinigt um Sondereinflüsse)

- Unser bereinigtes EBITDA AL erhöhte sich um 6,6 % auf 37,3 Mrd. €, wobei alle operativen Segmente hierzu beitrugen. Organisch stieg unser bereinigtes EBITDA AL um 0,7 Mrd. € bzw. 1,9 %.
- Die USA zeigt eine deutliche Erhöhung des bereinigten EBITDA AL von 8,1 %, was u. a. auf den Zusammenschluss mit Sprint zurückzuführen ist. Organisch lag das bereinigte EBITDA AL auf Vorjahresniveau. Das bereinigte Core EBITDA AL, also die durch die negativen Auswirkungen aus dem planmäßigen Rückzug aus dem Endgeräte-Mietmodell unverzerrte Ergebnisgröße, stieg um 2,5 Mrd. € bzw. 14,7 %.
- Deutschland und Europa weisen dank werthaltigem Umsatzwachstum und verbesserter Kosteneffizienz Anstiege beim bereinigten EBITDA AL um 3,6 % bzw. 2,5 % aus.
- Im Systemgeschäft stieg das bereinigte EBITDA AL um 2,5 %. Effizienzeffekte aus unserem Transformationsprogramm sowie Umsatzsteigerungen in den Wachstumsfeldern überstiegen den Rückgang im klassischen IT-Infrastrukturgeschäft.
- Einen deutlichen Anstieg des bereinigten EBITDA AL von 18,7 % zeigt Group Development. Hier wirkten v. a. eine positive Umsatzentwicklung bei T-Mobile Netherlands und GD Towers sowie ein effizientes Kosten-Management positiv.
- Die bereinigte EBITDA AL-Marge des Konzerns lag mit 34,3 % leicht unter dem Vorjahresniveau. In Deutschland lag sie bei 39,4 %, in Europa bei 35,2 % und in den USA bei 33,2 %.



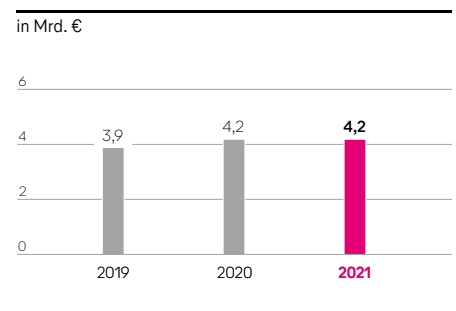
EBIT

- Unser EBIT erhöhte sich um 0,3 Mrd. € bzw. 2,0 % auf 13,1 Mrd. €.
- Das EBITDA AL ist mit Sondereinflüssen in Höhe von 3,4 Mrd. € belastet, denen im Vorjahr Aufwendungen in Höhe von 1,8 Mrd. € gegenüber standen. Im Zusammenhang mit entstandenen Akquisitions- und Integrationsaufwendungen sowie mit Restrukturierungskosten zur Realisierung von Kosteneffizienzen aus dem Zusammenschluss von T-Mobile US und Sprint wurden Aufwendungen von 2,6 Mrd. € erfasst. Aus der Veräußerung des niederländischen Funkturmgeschäfts entstand ein Entkonsolidierungsertrag von 0,2 Mrd. €. Gegenüber dem Vergleichszeitraum fielen um 0,6 Mrd. € geringere Aufwendungen für Personalrestrukturierungen an. Im Vorjahr erfasste Wertaufholungen betragen 1,7 Mrd. € und resultierten v. a. aus einer teilweisen Wertaufholung des Buchwerts von Spektrumlizenzen bei T-Mobile US.
- Die Abschreibungen lagen u. a. aufgrund des erstmals ganzjährigen Einbezugs von Sprint um 1,7 Mrd. € über dem Niveau des Vorjahres. Eine Nutzungsdauerverkürzung von angemieteter Netzwerk-Technik für Mobilfunk-Standorte führte zu um 0,8 Mrd. € höheren planmäßigen Abschreibungen.



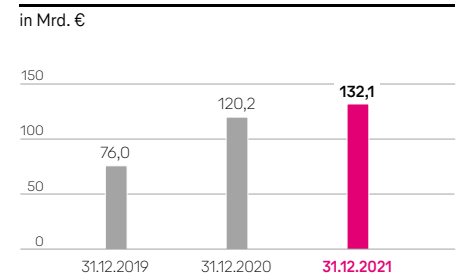
Konzernüberschuss

- Der Konzernüberschuss lag stabil bei 4,2 Mrd. €.
- Unser Finanzergebnis verringerte sich um 1,0 Mrd. € auf minus 5,1 Mrd. €, u. a. im Zusammenhang mit einem rückläufigen Zinsergebnis aufgrund der übernommenen finanziellen Verbindlichkeiten von Sprint. Das sonstige Finanzergebnis verringerte sich im Zusammenhang mit der Bewertung von Derivaten sowie der Bewertung von Rückstellungen und Verbindlichkeiten im Saldo um 0,5 Mrd. €.
- Der Steueraufwand betrug 1,8 Mrd. € gegenüber 1,9 Mrd. € im Vorjahr.
- Das den Anteilen anderer Gesellschafter zugerechnete Ergebnis verringerte sich um 0,7 Mrd. € auf 1,9 Mrd. €.
- Das bereinigte Ergebnis je Aktie beträgt 1,22 € gegenüber 1,20 € im Vorjahr.



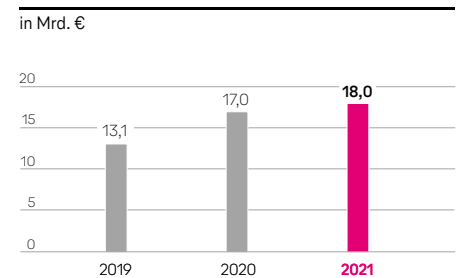
Netto-Finanzverbindlichkeiten

- Die Netto-Finanzverbindlichkeiten erhöhten sich gegenüber dem Jahresende 2020 um 11,9 Mrd. € auf 132,1 Mrd. €.
- Erhöhend wirkten insbesondere der Erwerb von Spektrum (8,4 Mrd. €), v. a. in den USA, Währungskurseffekte (6,9 Mrd. €) sowie Zugänge von Leasing-Verbindlichkeiten (5,3 Mrd. €). Die Dividendenausschüttungen – inklusive an Minderheiten – (3,1 Mrd. €) und der Erwerb von Shentel (1,9 Mrd. €) erhöhten die Netto-Finanzverbindlichkeiten zusätzlich.
- Reduzierend wirkte der Free Cashflow (14,3 Mrd. €).



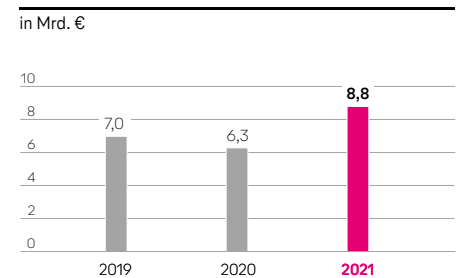
Cash Capex (vor Investitionen in Spektrum)

- Der Cash Capex (vor Investitionen in Spektrum) erhöhte sich um 1,0 Mrd. € auf 18,0 Mrd. €.
- Die Erhöhung resultierte v. a. aus dem erstmals ganzjährigen Einbezug von Sprint sowie aus dem weiteren Ausbau des 5G-Netzwerks in den USA. In Deutschland und Europa investierten wir weiter im Rahmen unserer integrierten Netzstrategie in die Bereitstellung von Breitband- und Glasfaser-Technologie sowie in 5G.
- Der Cash Capex (einschließlich Investitionen in Spektrum) stieg um 7,7 Mrd. € auf 26,4 Mrd. €. Im Berichtsjahr wurden im Segment USA FCC-Mobilfunk-Lizenzen im Wert von 8,3 Mrd. € erworben. Weitere 0,1 Mrd. € resultieren aus dem Spektrumerwerb im Segment Europa. Im Vorjahr waren insgesamt 1,7 Mrd. € für erworbene Mobilfunk-Lizenzen enthalten, welche die Segmente USA, Europa und Group Development betrafen.



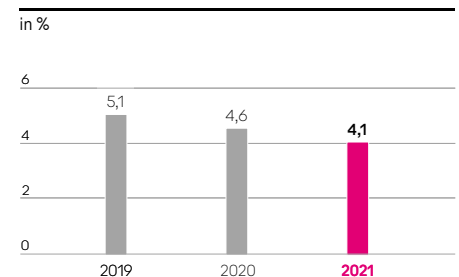
Free Cashflow AL (vor Ausschüttung und Investitionen in Spektrum)^a

- Der Free Cashflow AL (vor Ausschüttung und Investitionen in Spektrum) erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 2,5 Mrd. € auf 8,8 Mrd. €.
- Der Cashflow aus Geschäftstätigkeit erhöhte sich um 4,7 Mrd. €. Dabei wirkte insbesondere die weiterhin positive Geschäftsentwicklung der Segmente, v. a. der USA inklusive Sprint, erhöhend.
- Belastend wirkten neben dem um 1,0 Mrd. € höheren Cash Capex (vor Investitionen in Spektrum) insbesondere eine im September 2021 seitens T-Mobile US geleistete Vorauszahlung für Standortmieten sowie höhere Zinszahlungen, im Wesentlichen resultierend aus den im Rahmen des Erwerbs von Sprint übernommenen finanziellen Verbindlichkeiten sowie der in diesem Zusammenhang durchgeführten Neustrukturierung und Erhöhung des Finanzierungsvolumens. Höhere Ertragsteuerzahlungen wirkten ebenfalls belastend.



ROCE

- Die weiterhin durch die Integrationsaufwendungen als Folge des Zusammenschlusses mit Sprint belastete Kapitalrendite (ROCE) verringerte sich im Berichtsjahr um 0,5 Prozentpunkte auf 4,1%. Ursache hierfür war eine prozentual stärkere Erhöhung des durchschnittlich im Jahresverlauf gebundenen Vermögens (NOA) im Vergleich zur Erhöhung des operativen Ergebnisses (NOPAT).
- Der Anstieg der NOA ist im Wesentlichen auf den Erwerb weiterer Spektrumlizenzen bei T-Mobile US und unser weiterhin hohes Investitionsvolumen zurückzuführen.
- Der NOPAT liegt leicht über dem Vorjahresniveau. Seine Entwicklung ist maßgeblich durch höhere Integrationsaufwendungen als Folge des Zusammenschlusses von T-Mobile US und Sprint bedingt. Im Vorjahr war der NOPAT positiv beeinflusst durch die erfasste teilweise Wertaufholung des Buchwerts von Spektrumlizenzen.



Weitere Informationen finden Sie im Kapitel „Geschäftsentwicklung des Konzerns“.

Weitere Informationen zum Erreichungsgrad unserer bedeutsamsten finanziellen und nichtfinanziellen Leistungsindikatoren finden Sie im Kapitel „Geschäftsentwicklung des Konzerns – Soll-Ist-Vergleich der Konzernwartungen“.

^a Vor Zinszahlungen für Nullkupon-Anleihen und vor Auflösung von Zinssicherungsgeschäften bei T-Mobile US (jeweils in 2020).

Konzernstruktur

Geschäftstätigkeit



Wir gehören mit 248 Mio. Mobilfunk-Kunden, 26 Mio. Festnetz-Anschlüssen und 22 Mio. Breitband-Kunden zu den führenden integrierten Telekommunikationsunternehmen weltweit. Unseren Privatkunden bieten wir Produkte und Dienstleistungen aus den Bereichen Festnetz/Breitband, Mobilfunk, Internet und Internet-basiertes Fernsehen sowie ICT-Lösungen für Groß- und Geschäftskunden. Dabei richten wir uns international aus und sind in über 50 Ländern vertreten. Im Geschäftsjahr 2021 haben wir mit weltweit 216.528 Mitarbeiter*innen (31. Dezember 2021) einen Umsatz von 108,8 Mrd. € erwirtschaftet. Unsere Auslandsquote am Konzernumsatz liegt bei 77,0 %.

Das Festnetz-Geschäft umfasst alle Bereiche rund um die Sprach- und Datenkommunikation durch Festnetz- bzw. Breitband-Technik; dazu vertreiben wir sowohl Endgeräte und sonstige Hardware als auch Dienste an Wiederverkäufer. Im Mobilfunk-Geschäft bieten wir Privat- und Geschäftskunden mobile Sprach- und Datendienste an; hinzu kommt der Verkauf von Mobilfunk-Geräten und anderer Hardware. Wir vertreiben Mobilfunk-Dienste auch an Wiederverkäufer sowie an Gesellschaften, die Netzleistungen einkaufen und an Dritte vermarkten (Mobile Virtual Network Operator, MVNO). Zudem betreiben wir mit einer weltumspannenden Infrastruktur aus Rechenzentren und Netzen die Informations- und Kommunikationstechnik für global aufgestellte Unternehmen und öffentliche Institutionen.

Das Fundament für unsere verantwortungsvolle Unternehmensführung und den geschäftlichen Erfolg bilden unsere gemeinsamen Unternehmenswerte und unsere **Leitlinien**.  

| Weitere Informationen zu unseren Leitlinien finden Sie im Kapitel „Mitarbeitende“.

Unsere **Identität** beschreibt die „Mission“ der Deutschen Telekom. Warum sind wir hier, wofür stehen wir als Unternehmen und was ist unser Auftrag? Sie konkretisiert unseren Unternehmenszweck und beschreibt für was wir bei der Deutschen Telekom stehen: Wir wollen ein nachhaltig wachsendes Unternehmen sein, das seine Kund*innen begeistert, für seine Anleger*innen Werte schafft und in dem die Mitarbeiter*innen gerne arbeiten. Unser Netz ist schnell, zuverlässig, sicher und soll für jeden einfach zugänglich sein. Zudem wird es seit 2021 konzernweit zu 100 % mit Strom aus erneuerbaren Energien betrieben.

  Dabei sind wir mehr als irgendein Unternehmen, das die Gesellschaft mit Infrastruktur versorgt. Wir wollen Menschen verbinden und ihr Leben nachhaltig vereinfachen und bereichern. Das ist unser Auftrag. Als vertrauenswürdiger Begleiter sind wir nah bei den Kund*innen und transparent, fair und offen für den Dialog. Mit neuen Produkten, deren Chancen wir schnell und früh erkennen, um sie zusammen mit unseren Partnern zu entwickeln. So leisten wir unseren Beitrag für ein gesellschaftliches Miteinander. All das drückt sich in unserer Identität aus und verdichtet sich in unserem Unternehmenszweck: Wir geben uns erst zufrieden, wenn alle #DABEL sind.

Segmentstruktur

Unsere Finanzberichterstattung steht im Einklang mit unserer Konzernstrategie und ist in fünf operative Segmente sowie das Segment Group Headquarters & Group Services gegliedert, die wir nachfolgend im Detail erläutern.

Unser operatives Segment **Deutschland** umfasst sämtliche Aktivitäten des Festnetz- und Mobilfunk-Geschäfts für Privat- und Geschäftskunden mit eigenen Vertriebsgesellschaften in Deutschland, um einen kundenzentrierten Vertriebsgang zu ermöglichen. Als Wegbereiter der Digitalisierung bietet das Segment seinen Kunden ein individuelles Service- und Produkt-Portfolio an, mit dem Ziel, gleichzeitig innovativ, sicher und einfach zu sein. Ein weiterer Fokus des operativen Segment Deutschlands liegt auf dem Wholesale-Geschäft, in dessen Rahmen Telekommunikationsvorleistungen für Carrier erbracht werden. Mit der Bündelung des Services wird ein weiterer Fokus auf die Kundenzufriedenheit sowie Qualitätssicherung gelegt. Der Netzausbau für Mobilfunk und Festnetz erfolgt durch den Geschäftsbereich Technik innerhalb dieses Segments.

Unser operatives Segment **USA** umfasst sämtliche Mobilfunk-Aktivitäten auf dem US-amerikanischen Markt. Über ihre Hauptmarken bietet T-Mobile US Dienste, Endgeräte und Zubehör an. Zusätzlich werden Endgeräte für den Weiterverkauf an Händler und andere Drittanbieter vertrieben. T-Mobile US ist gemessen an den Kundenzahlen der zweitgrößte Anbieter in den USA. Die erfolgreiche Geschäftsentwicklung geht auf die verschiedenen „Un-Carrier“-Initiativen der letzten Jahre zurück. T-Mobile US profitierte außerdem erheblich vom Zusammenschluss mit Sprint am 1. April 2020. T-Mobile US folgt der Ambition, das beste 5G-Netz der USA zu bauen, um ihre Kund*innen mit einzigartiger Netzabdeckung und -kapazität zu versorgen. Ihr Mobilfunk-Angebot umfasst dabei verschiedene Tarife für Privat- und Geschäftskunden sowie eine große Auswahl an mobilen Endgeräten wie Smartphones, Wearables, Tablets und sonstigen Mobilfunk-Geräten von verschiedenen Herstellern. Zudem bietet T-Mobile US auch Produkte an, die ihre Mobilfunk-Dienste ergänzen, darunter Geräteschutz, Highspeed-Internet sowie Festnetz-Dienste.

Unser operatives Segment **Europa** umfasst sämtliche Festnetz- und Mobilfunk-Aktivitäten der Landesgesellschaften in Griechenland, Ungarn, Polen, der Tschechischen Republik, Kroatien, der Slowakei, Österreich, Nordmazedonien und Montenegro. Wir sind in diesen Ländern integrierter Anbieter von Telekommunikationsdienstleistungen. Nach Genehmigung durch die zuständigen Behörden hat OTE zum 30. September 2021 die Veräußerung ihres 54-prozentigen Anteils an der Telekom Romania Communications an Orange Romania vollzogen. Daher konzentrieren wir uns in Rumänien auf die Mobilfunk-Aktivitäten. Neben dem klassischen Festnetz- und Mobilfunk-Geschäft mit Privatkunden bieten die meisten Landesgesellschaften auch ICT-Lösungen für Geschäftskunden an.

Als eines der führenden IT-Service-Unternehmen im deutschsprachigen Raum bietet unser operatives Segment **Systemgeschäft** unter der Marke „T-Systems“ ein fokussiertes Produkt- und Lösungs-Portfolio für Geschäftskunden. Mit horizontalen Angeboten für Beratung, Cloud Services und Digitalisierungslösungen adressiert T-Systems die attraktivsten Wachstumsfelder im Markt für Informationstechnologie. Datensouveränität und Sicherheitslösungen sind dabei im Kern des Angebots, ergänzt um strategische Partnerschaften. Fokussierte, vertikale Angebote reichen tief in die Wertschöpfungsketten ausgewählter Industrien (Automotive, Gesundheitswesen, Öffentliche Hand und Transportwesen) hinein. Seit 2018 führen wir ein umfangreiches Transformationsprogramm durch. Im Rahmen dessen haben wir unsere Organisation und Abläufe neu ausgerichtet sowie Kapazitäten angepasst. Wir sind nun in vier Portfolio-Bereiche aufgestellt: Cloud Services (Public Cloud, SAP AO, Managed Infrastructure Services & Private Cloud), Digital Solutions (inklusive SAP SI), Security und Advisory mit Detecon als integrierte Beratung. Der Portfolio-Bereich Road Charging wurde als Road User Services GmbH herausgelöst, um lokale Partnerschaften zu vereinfachen.

Unser operatives Segment **Group Development** hat das Ziel, Einheiten bzw. Beteiligungen aktiv zu steuern und wertsteigernd zu entwickeln – ihnen soll das nötige Maß an unternehmerischer Freiheit eingeräumt und so ihre strategische Weiterentwicklung gefördert werden. In diesem Zuge wurde innerhalb des Segments die Einheit GD Towers geschaffen, welche nach der Veräußerung des niederländischen Funkturmgeschäfts seit dem zweiten Quartal 2021 das deutsche und das österreichische Funkturmgeschäft umfasst. Am 6. September 2021 haben wir eine Vereinbarung zum Verkauf der T-Mobile Netherlands unterzeichnet. Der Abschluss der Transaktion wird im ersten Quartal 2022 erwartet. Bei Group Development sind auch die Investment-Management-Gruppe DTCP, Comfort Charge als Anbieter der Ladeinfrastruktur für eMobilität sowie die Konzernfunktionen Mergers & Acquisitions und Strategisches Portfolio-Management angesiedelt.

Group Headquarters & Group Services umfasst alle Konzerneinheiten, die nicht direkt einem der operativen Segmente zugeordnet sind und berichtet auch über unseren Vorstandsbereich „Technologie und Innovation“. Als Richtungs- und Impulsgeber definiert Group Headquarters die strategischen Vorgaben für den Konzern, stellt sicher, dass diese eingehalten werden, und bearbeitet ausgewählte Konzernprojekte. Group Services erbringt seine Leistungen als Dienstleister für den Konzern; dazu zählen neben den von Deutsche Telekom Services Europe erbrachten typischen Dienstleistungen wie Finanzbuchhaltung, Personal-Service und operativem Einkauf auch Vermittlungsdienstleistungen durch unseren Personaldienstleister Vivento. Dieser vermittelt Mitarbeiter*innen in externe Beschäftigungsverhältnisse, v. a. in den öffentlichen Dienst. Darüber hinaus gibt es die Bereiche Group Supply Services (GSUS) für unser Immobilien-Management und unseren strategischen Einkauf sowie Telekom MobilitySolutions als Komplettanbieter von Fuhrpark-Management und Mobilitätsleistungen.

In unserem Vorstandsbereich „Technologie und Innovation“ sind die übergreifenden Funktionen Technologie, Innovation, IT und Security unserer operativen Segmente Deutschland, Europa und Systemgeschäft zusammengefasst. Hierzu gehören u. a. die Deutsche Telekom IT mit internen IT-Projekten unseres Konzerns als Schwerpunkt und unsere zentrale Innovationseinheit Product Innovation and Customer Experience (PIC), die mit unseren operativen Segmenten eng zusammenarbeitet, um Themen wie Digitalisierung, Big Data, Software Defined Networks, intelligente Sprachsteuerung („Voicification“), Virtualisierung und Cloud Services voran zu bringen. Im Innovation Hub (IHUB) bündeln wir für eine flexible Innovationsentwicklung alle notwendigen Kompetenzen in einer agilen Arbeitsumgebung für zukünftige Innovationsprojekte. Mit dem neugeschaffenen Bereich Technology Delivery International (TDI) bündeln wir das Know-how, um als starker Partner der Technologie-Bereiche in unseren Landesgesellschaften aus einer Hand Plattformen und Services entwickeln, produzieren, betreiben und länderübergreifend skalieren zu können. Dies schließt im Berichtsjahr noch den Bereich International Technology and Service Delivery (ITS) ein, der für die Harmonisierung von Planung, Entwicklung und Betrieb von Produkten, Services und Plattformen der europäischen Landesgesellschaften unter Berücksichtigung der technologischen und kommerziellen Aspekte verantwortlich ist. Strategy & Technology Innovation (S&TI) sorgt für die effiziente und kundengerechte Forschung und Innovationen mit Fokus auf Mobilfunk und Festnetz. Group Security (GSC) ist für die Entwicklung und Transformation der konzernweiten Sicherheitsstrategie zuständig.

Änderungen in der Segment- und Organisationsstruktur im Jahr 2021

Aus Sicht des Konzerns ergaben sich im Berichtsjahr folgende Änderungen bzw. Ergänzungen an der Segmentstruktur:

Strategische Maßnahmen zur langfristigen Sicherung der unternehmerischen Kontrolle an T-Mobile US. Am 6. September 2021 hat die Deutsche Telekom strategische Maßnahmen ergriffen, um ihre Beteiligung an T-Mobile US zu erhöhen und damit langfristig die bestehende unternehmerische Kontrolle über das US-Unternehmen sowie die Vollkonsolidierung zu sichern:

Entsprechend der am 6. September 2021 zwischen der Deutschen Telekom und SoftBank Group (SoftBank) abgeschlossenen Vereinbarung mit dem Ziel der **Erhöhung des Kapitalanteils an T-Mobile US** hat die Deutsche Telekom insgesamt rund 45,4 Mio. T-Mobile US-Aktien von SoftBank erworben. Dazu hat die Deutsche Telekom einen Teil ihrer im Juni 2020 von SoftBank erhaltenen Aktienoptionen zum Kauf von Aktien der T-Mobile US am 23. September 2021 ausgeübt. Im Gegenzug erhielt SoftBank 225 Mio. neue Aktien der Deutschen Telekom AG aus dem Genehmigten Kapital 2017 unter Ausschluss des Bezugsrechts für die bestehenden Aktionäre. Der Umfang der Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage betrug 576 Mio. €. Die Kapitalerhöhung der Deutschen Telekom AG wurde mit Eintragung ins Handelsregister am 28. September 2021 durchgeführt. Als Ergebnis dieser Transaktion wurde SoftBank mit rund 4,5 % der ausstehenden Aktien Aktionär der Deutschen Telekom AG. Für die Gesamtzahl von rund 45,4 Mio. T-Mobile US-Aktien, die im Rahmen dieses Aktientauschs erworben wurden, errechnet sich im Zusammenhang mit der Ausübung der bestehenden Aktienoptionen ein gewichteter Durchschnittspreis von rund 118 US-\$ je T-Mobile US-Aktie. Für die 225 Mio. Telekom-Aktien, die SoftBank im Gegenzug erhalten hat, und die einem Veräußerungsverbot bis 2024 unterliegen, haben beide Unternehmen einen beizulegenden Wert von 20 € je Aktie vereinbart. Durch diese Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage steigt die Anzahl der ausstehenden Aktien der Deutschen Telekom AG von 4.761 Mio. Aktien auf 4.986 Mio. Aktien. Mit Abschluss der Transaktion hat die Deutsche Telekom ihren Anteil an T-Mobile US um 3,6 Prozentpunkte auf 46,8 % erhöht. Der Anteil an T-Mobile US-Aktien, über die die Deutsche Telekom einschließlich einer mit SoftBank im Rahmen des Erwerbs von Sprint abgeschlossenen Vereinbarung die Stimmrechte ausüben kann, beträgt zum 31. Dezember 2021 52,0 %. Es ist beabsichtigt, SoftBank bei der Besetzung eines Aufsichtsratsmandats bei der Deutschen Telekom AG zu unterstützen. Deutsche Telekom und SoftBank haben außerdem eine Vereinbarung über eine neue strategische Partnerschaft getroffen, durch die die Deutsche Telekom zu einem wichtigen europäischen Partner im Ökosystem von SoftBank wird.

Darüber hinaus erwägt die Deutsche Telekom, einen Betrag von bis zu 2,4 Mrd. US-\$ (rund 2,1 Mrd. €) aus der am 6. September 2021 **vereinbarten Veräußerung der T-Mobile Netherlands** zu verwenden, um weitere Festpreis- und variable Aktienoptionen auf T-Mobile US-Aktien auszuüben. Diese hängen zur Hälfte von dem Durchschnitts-Börsenkurs der T-Mobile US ab und sind für die andere Hälfte mit einem Festpreis versehen. Dadurch würde der Anteil an T-Mobile US um weitere rund 1,6 Prozentpunkte, abhängig von der zu erwerbenden Anzahl der Aktien, erhöht. Die Deutsche Telekom erwartet, dass nach Abschluss beider Transaktionen der Kapitalanteil an T-Mobile US bei rund 48,4 % liegen wird.

Weitere Informationen zu der vereinbarten Veräußerung der T-Mobile Netherlands finden Sie im Abschnitt „(Voraussichtliche) Änderungen in der Segment- und Organisationsstruktur im Jahr 2022“.

Erwerb von Shentel. Am 28. Mai 2021 wurde zwischen T-Mobile US und Shenandoah Personal Communications Company (Shentel) – einem Anbieter von Mobilfunk-Netzprodukten in bestimmten Regionen einiger US-Bundesstaaten – ein Kaufvertrag über den Erwerb von Vermögenswerten und Schulden im direkten Zusammenhang mit dem Mobilfunk-Geschäftsbetrieb von Shentel unterzeichnet. Die Transaktion wurde am 1. Juli 2021 vollzogen. Zuvor wurden notwendige Genehmigungen der Regulierungsbehörden eingeholt sowie weitere Vollzugsbedingungen erfüllt. Der Kaufpreis betrug 1,9 Mrd. US-\$ (1,6 Mrd. €).

Veräußerung der Telekom Romania Communications. Am 6. November 2020 hat OTE mit Orange Romania eine Vereinbarung über die Veräußerung ihres 54-prozentigen Anteils an der dem operativen Segment Europa zugeordneten Telekom Romania Communications (TKR), die das rumänische Festnetz-Geschäft betreibt, an Orange Romania geschlossen. Die Transaktion wurde am 30. September 2021 nach Genehmigung durch die zuständigen Behörden vollzogen. Der Kaufpreis beläuft sich auf 296 Mio. €. Das aus dem Verkauf resultierende Entkonsolidierungsergebnis ist aus Konzernsicht unwesentlich. Die von der TKR gehaltenen 30 % der Anteile an der Telekom Romania Mobile Communications wurden vereinbarungsgemäß am 9. September 2021 von der OTE für einen Kaufpreis von 59 Mio. € erworben.

Zusammenlegung des Funkturmgeschäfts in den Niederlanden und Errichtung eines Infrastrukturfonds. Am 21. Januar 2021 haben u. a. die Deutsche Telekom, Cellnex Telecom (Cellnex) und die neu gegründete, unabhängig geführte Fondsgesellschaft Digital Infrastructure Vehicle II (DIV) eine Vereinbarung unterzeichnet, die jeweiligen niederländischen passiven Mobilfunk-Infrastruktur-Tochtergesellschaften der Deutschen Telekom und der Cellnex in der Cellnex Netherlands (Cellnex NL) zusammenzuführen. Im Rahmen der Vereinbarung wurde – nach Zustimmung der zuständigen Wettbewerbsbehörde – die niederländische Funkturmgesellschaft T-Mobile Infra, die dem operativen Segment Group Development zugeordnet war, am 1. Juni 2021 an die DIV veräußert und nachfolgend in die Cellnex NL eingebracht. Der von der Deutschen Telekom erhaltene Barmittelzufluss beträgt 0,4 Mrd. €. Der Veräußerungsgewinn beträgt 0,3 Mrd. € und ist wie folgt aufzuteilen: 0,2 Mrd. € waren im Berichtsjahr in den sonstigen betrieblichen Erträgen enthalten und 0,1 Mrd. € werden anteilig durch die nachfolgend genannte Sale-and-Leaseback-Transaktion in späteren Perioden erfasst. Unmittelbar vor dem Verkauf hat T-Mobile Infra der Deutschen Telekom AG zusätzlich eine Dividende in Höhe von 0,3 Mrd. € ausgeschüttet. Die Deutsche Telekom erhielt 37,65 % der Anteile an der neuen Cellnex NL, die mittelbar über die Beteiligung an der DIV nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen wird. T-Mobile Netherlands hat weiterhin vollständigen Zugang zur eingebrachten passiven Mobilfunk-Infrastruktur durch eine langfristige Vereinbarung zu marktüblichen Konditionen. Die in der Vereinbarung enthaltene Leasing-Komponente erfüllt die Voraussetzungen einer Sale-and-Leaseback-Transaktion. In diesem Zusammenhang wurden zum 1. Juni 2021 Nutzungsrechte in Höhe von 0,3 Mrd. € sowie Leasing-Verbindlichkeiten in Höhe von 0,4 Mrd. € erfasst.

Verlagerung des Wachstumfelds Internet der Dinge (IoT). Die Deutsche Telekom hat die Geschäfts- und Ergebnisverantwortung für die Deutsche Telekom IoT GmbH zum 1. Januar 2021 vom operativen Segment Systemgeschäft in den Geschäftskundenbereich des operativen Segments Deutschland verlagert. Die Konzerntochter verantwortet das IoT-Geschäft der Deutschen Telekom. Durch die Verlagerung sind wir in der Lage, den IoT-Markt schneller zu bedienen und somit die Position der Deutschen Telekom in diesem Wachstumsmarkt zu stärken. In den beiden betroffenen Segmenten wurden die Vorjahreswerte der operativen Entwicklung, der Kunden- und Mitarbeiterentwicklung sowie der Auftragsseingang rückwirkend angepasst.

Verlagerung des österreichischen Funkturmgeschäfts. Zum 1. Januar 2021 hat die Deutsche Telekom ihr österreichisches Funkturmgeschäft vom operativen Segment Europa in die Einheit GD Towers des operativen Segments Group Development verlagert, um Effizienzen im Management des Funkturmgeschäfts zu heben. Darüber hinaus wird GD Towers den Ausbau des Drittgeschäfts, die Steigerung der Profitabilität sowie die Erschließung von Wachstumfeldern vorantreiben. In den beiden betroffenen Segmenten wurden die Vorjahreswerte nicht angepasst.

Reorganisation der DT IT. Zum 1. Januar 2021 wurden die Deutsche Telekom IT (DT IT) Russland, DT IT Slowakei und DT IT Ungarn vom operativen Segment Deutschland in das Segment Group Headquarters & Group Services verlagert. In den beiden betroffenen Segmenten wurden die Vorjahreswerte nicht angepasst.

(Voraussichtliche) Änderungen in der Segment- und Organisationsstruktur im Jahr 2022

Vereinbarte Veräußerung der T-Mobile Netherlands. Am 6. September 2021 haben die Deutsche Telekom und Tele2 mit WP/AP Telecom Holdings IV – einem Konsortium aus Private Equity Fonds, die von Apax Partners und Warburg Pincus beraten werden – eine Vereinbarung zum Verkauf unserer, dem operativen Segment Group Development zugeordneten Tochtergesellschaft T-Mobile Netherlands unterzeichnet. Die Transaktion markiert den Abschluss der Überprüfung strategischer Optionen für T-Mobile Netherlands, die während des Kapitalmarkttags 2021 angekündigt worden war. Der vorläufige Verkaufspreis basiert auf einem Unternehmenswert von 5,1 Mrd. €. Der Barmittelzufluss – bezogen auf unseren Anteilsbesitz von 75 % – wird voraussichtlich rund 3,8 Mrd. € betragen. Einen Teil des Barmittelzuflusses erwägt die Deutsche Telekom für die weitere Erhöhung des Anteils an T-Mobile US zu verwenden. Die Transaktion steht unter dem Vorbehalt von behördlichen Genehmigungen und weiterer Vollzugsbedingungen. Die Vermögenswerte und Schulden der T-Mobile Netherlands werden zum 31. Dezember 2021 in unserer Konzern-Bilanz als „zur Veräußerung gehalten“ ausgewiesen. Der Abschluss der Transaktion wird im ersten Quartal 2022 erwartet.

Glasfaser-Ausbau durch Gemeinschaftsunternehmen mit IFM. Die Deutsche Telekom hat am 5. November 2021 den Einstieg von IFM Global Infrastructure Fund – der durch IFM Investors beraten wird – mit einer Beteiligung von 50 % an der Ausbaugesellschaft GlasfaserPlus GmbH bekannt gegeben. Der vereinbarte Kaufpreis für den 50 %-Anteil an dem Tochterunternehmen, das dem operativen Segment Deutschland zugeordnet ist, beläuft sich auf 0,9 Mrd. €, welcher zur Hälfte mit Abschluss der Transaktion und der restliche Anteil nach Ausbaufortschritt zu entrichten ist. Das daraus entstehende Gemeinschaftsunternehmen soll ab 2022 bis 2028 4 Mio. zusätzliche gigabitfähige FTTH-Anschlüsse im ländlichen Raum und in Fördergebieten ausbauen. Damit untermauert die Deutsche Telekom ihren Anspruch, führendes Unternehmen für den Glasfaser-Ausbau in Deutschland zu sein. In Folge der vereinbarten Veräußerung von 50 % der Anteile an der Gesellschaft und in Verbindung mit dem künftig nach Abschluss der Transaktion resultierenden Verlust der Beherrschung über die Gesellschaft werden die Vermögenswerte und Schulden der GlasfaserPlus zum 31. Dezember 2021 in der Konzern-Bilanz als „zur Veräußerung gehalten“ ausgewiesen. Nach Abschluss der Transaktion sollen die Anteile an dem Gemeinschaftsunternehmen nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen werden. Nachdem die Transaktion von der EU-Kommission am 25. Januar 2022 genehmigt wurde, wird der Abschluss der Transaktion noch im ersten Quartal 2022 erwartet.

Konzernstrategie

Von der „Leading European Telco“ zur „Leading Digital Telco“  

Seit 2014 haben wir unser unternehmerisches Handeln an unserer Strategie „Leading European Telco“ ausgerichtet – mit dem Ziel, der führende Telekommunikationsanbieter in Europa zu sein. Mit dieser Strategie waren wir sehr erfolgreich. Die Deutsche Telekom ist das mit Abstand führende Telekommunikationsunternehmen in Europa: hinsichtlich Marktkapitalisierung, Umsatz und Ertragsstärke (Stand: 31. Dezember 2021). Und unser Konzern wächst weiter. Dies zeigt sich in unseren wichtigsten Finanzkennzahlen und bei unserer Kundenentwicklung – auf beiden Seiten des Atlantiks. Unterjährig haben wir sogar dreimal unsere Jahresprognose für das Geschäftsjahr 2021 erhöht – trotz Coronavirus-Pandemie. Nicht zuletzt bewegt sich das Strategieverständnis und deren Unterstützung durch die Belegschaft mit 79 % auf Rekordniveau (Mitarbeiterbefragung November 2021). Zusammenfassend haben wir in den letzten sieben Jahren also die richtige Balance gefunden: Wir haben unsere Konzernstrategie konsequent umgesetzt, gleichzeitig haben wir Veränderungen in unserem Ökosystem frühzeitig antizipiert und unsere Strategie nur dort adaptiert, wo geänderte Marktbedingungen es erforderten. Wir sehen unsere aktuell sehr positive Situation allerdings nicht als Grund zur Entspannung, sondern vielmehr als ideales Sprungbrett: Wir dürfen uns auf vergangenen Erfolgen nicht ausruhen, sondern müssen diese vorteilhafte Ausgangslage nutzen, um die Telekom auf die zukünftigen Anforderungen auszurichten. Denn kaum eine Industrie ist so starken Veränderungen ausgesetzt wie die Telekommunikationsindustrie. Digitalisierung ist der zentrale Katalysator für die wesentlichen Trends:

- Digitalisierung prägt die Ansprüche von Konsumenten und Geschäftskunden: Konsumenten wünschen sich Produkte und Service-Erlebnisse, die vollständig auf ihre individuellen Bedürfnisse zugeschnitten und kontextsensitiv sind sowie nahtlos funktionieren. Anforderungen von Geschäftskunden sind geprägt durch die neue Form des digitalen, hybriden und „App-zentrierten“ Arbeitens. Sie erwarten sichere Konnektivität und flexible Service- sowie Produktmodelle, die sich einfach und sicher in ihre Abläufe integrieren lassen – und das alles aus einer Hand und „as-a-service“.
- Branchenfremde Unternehmen drängen mit schlanken, Software-basierten Produktionsmodellen in den Markt. Anbieter wie Google, Microsoft oder Amazon Web Services betreten das Feld globaler Konnektivität und schaffen es zunehmend, Netz-funktionen in ihren Cloud-Umgebungen abzubilden. Sie positionieren sich selbst verstärkt als Zulieferer für Telkos, aber auch als Partner für Geschäftskunden.
- Alternative Netzanbieter und -technologien (z. B. Satelliten-Konnektivität) gewinnen an Relevanz und können Risiko (Substitution von Teilen unseres Kerngeschäfts) und Chance zugleich für uns sein (z. B. Netzabdeckung in dünn besiedelten Regionen). Mit zunehmender Fragmentierung im Konnektivitätsmarkt erhöht sich die Komplexität, und insbesondere bei international aufgestellten Geschäftskunden steigt der Wunsch nach einem „One-Stop-Shop“, der Netze global orchestriert und Kunden genau das richtige Netz für ihre Anwendungsfälle bietet. Gleichzeitig erfordert der parallele Ausbau von Breitband- und Mobilfunk-Infrastruktur (Glasfaser und 5G) von Telekommunikationsunternehmen hohe Investitionen und neue Wege in der Umsetzung, z. B. durch Nutzung externer Infrastruktur oder von Investitionspartnern.
- Steigende Globalisierung der Wirtschaft, anhaltendes Wachstum der Weltbevölkerung sowie zunehmender Einsatz digitaler Technologien strapazieren verfügbare Ressourcen und verlangen ein nachhaltiges, ökologischeres Wirtschaften sowie sozialverantwortliches Handeln.
- Digitaler Wandel erfordert auch den Aufbau neuer Kompetenzen. Die Herausforderung besteht darin, zügig eine kritische Masse an digitalen Talenten aufzubauen. Flexible Arbeitsmodelle, globales Recruiting aber auch verantwortliches unternehmerisches Handeln gewinnen an Bedeutung.

Aus unserer Position als „Führende Europäische Telko“ wollen wir uns daher zur **„Führenden Digitalen Telko“** entwickeln. Mit unserem einzigartigen Footprint auf beiden Seiten des Atlantiks sind wir in der westlichen Techno-Sphäre hierfür bestens positioniert. Wir sind ein globales Unternehmen mit hoher Präsenz in Europa, europäischen Wurzeln und Werten sowie einem sehr starken Geschäftszweig in den USA. Unser Ziel ist klar: Wir wollen uns nachhaltig auf die Bedürfnisse unserer Kund*innen ausrichten und uns digital transformieren, um gegen neue Wettbewerber zu bestehen und unseren Wachstumskurs fortzuführen. Unser zukünftiges Wachstum stützt sich auf drei Säulen: „Führend bei digitalem Leben & Arbeiten“, „Führend bei Geschäftskundenproduktivität“ und „Magenta Advantage“. Die besten konvergenten Netze zu bauen und zu betreiben, bleibt der Kern unserer Strategie und wesentlicher Treiber für unsere Wachstumsfelder. Unseren Führungsanspruch in Technologie konkretisieren wir, indem wir neben Netzinfrastruktur auch in den Aufbau Cloud-basierter Service-Plattformen investieren und somit „Telko als Plattform bauen & skalieren“. Unseren internationalen Footprint nutzen wir, um konzernweit Synergien zu generieren und, um neben den globalen Tech-Giganten Gewicht zu haben.

Die zwei Handlungsfelder „Sparen für Investitionen in Wachstum“ und „Vereinfachen, digitalisieren, beschleunigen & Verantwortung leben“ unterstützen das Wachstumsziel und stecken den Rahmen für unser Handeln ab. Unsere Konzernstrategie hat nicht den Anspruch, alle lokalen Einheiten zu 100 % zu steuern, sondern einen strategischen Rahmen vorzugeben und die lokalen Stärken zu nutzen (Netze, Wettbewerbsposition).

Konzernstrategie „Leading Digital Telco“



Strategische Handlungsfelder

Führend bei digitalem Leben und Arbeiten: Bestes konvergentes Netz+ & tadelloser Service

Unser Anspruch ist es, Kunden immer und überall das beste Netz zu bieten – zu Hause und auf der Arbeit, nahtlos und technologieunabhängig. Deshalb vermarkten wir Festnetz und Mobilfunk in **konvergenten Produkten** (Fixed Mobile Convergence, FMC). Bis zum Ende des Berichtsjahres haben sich in Deutschland rund 5,3 Mio. Kunden für „MagentaEINS“ entschieden: Das sind über 200 Tsd. Kunden mehr als im Vorjahr. Die Landesgesellschaften unseres operativen Segments Europa konnten 2021 rund 840 Tsd. neue Kunden für „MagentaOne“ und vergleichbare FMC-Angebote gewinnen. Um diesen Wachstumspfad weiter zu beschreiten, arbeiten wir unablässig daran, unser konvergentes Angebot zu verbessern. Einen nächsten Schritt in diese Richtung haben wir mit unserem neuen Angebot „MagentaEINS Unlimited“ in Deutschland gemacht. Kunden erhalten unbegrenztes Datenvolumen für zuhause und unterwegs. Mit den passenden „Community Cards EINS“ kann das Bundle-Angebot für Familienmitglieder flexibel erweitert werden, die dann ebenso von den Unlimited-Vorteilen profitieren. Zudem bieten wir auch in den USA, auf Basis unseres führenden Mobilfunknetzes, verstärkt Breitband-Produkte für zuhause an. Auf dem Weg zum führenden digitalen Telekommunikationsunternehmen wollen wir mehr bieten als nur die beste Konnektivität: Entscheidend ist das **Netz-erlebnis**. Deshalb bieten wir zusätzlich Dienste, die unseren Anspruch der Netzführerschaft erlebbar machen. Im Berichtsjahr konnten wir hierfür wichtige Meilensteine setzen. Unser TV-Produkt „MagentaTV“ haben wir in ganz Europa bereits zu einem Aggregator von linearem Fernsehen mit umfangreichen Funktionalitäten, dem Zugriff auf die größten Abrufvideo-Anbieter sowie exklusiven Inhalten ausgerichtet. 2021 konnten wir das TV-Erlebnis weiter verbessern. In Deutschland haben wir neue Kooperationen mit wichtigen Content-Partnern abgeschlossen (u. a. DAZN) und mit „MagentaTV Entertain“ einen neuen Tarif unabhängig vom Internet-Anbieter geschaffen, der RTL+ und Disney+ integriert. Unsere europäischen Landesgesellschaften haben für ein noch personalisierteres Nutzererlebnis eine Android-basierte TV-Plattform mit Telekom-spezifischer Benutzeroberfläche ausgerollt (in Griechenland, der Slowakei und der Tschechischen Republik). Der Zuwachs um knapp 140 Tsd. TV-Kunden in Deutschland und um organisch rund 210 Tsd. TV-Kunden in unseren europäischen Landesgesellschaften zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Ein nahtloses Zusammenspiel unserer Produkte hat für uns ebenso hohe Priorität. In diesem Kontext haben wir 2021 unser eigenes Betriebssystem „Magenta HomeOS“ für den digitalen Haushalt gelauncht. In Interaktion mit Telekom- (TV, Smart Home, Router, MagentaCloud oder Sprachsteuerung) und Partner-Diensten schafft „Magenta HomeOS“ als „Verknüpfer“ völlig neue Anwendungsfälle. Zum Start sind das: Teilen des WLAN-Zugangs mit Gästen via QR-Code, Überprüfung und Neustart des Heimnetzwerks via TV oder auch das Teilen von Fotos aus der MagentaCloud auf dem TV-Bildschirm.

Tadelloser **Kundenservice**, unterstützt durch Digitalisierung, bleibt ein weiterer wichtiger Hebel, um uns vom Wettbewerb zu differenzieren. Daher haben wir im Berichtsjahr mehrere Initiativen zur Qualitätssteigerung vorgestellt. In Deutschland gehört dazu z. B. der „Digital Home Service“ (Beratung telefonisch oder vor Ort zu allen Heimnetz-Themen: u. a. WLAN, Fernsehen, Smart Home). Zudem lösen wir 54,7 % unserer Kundenanliegen im Erstkontakt. Darüber hinaus haben wir in unseren europäischen Landesgesellschaften die OneApp-Plattform für ein digitales Sales & Service-Erlebnis weiterentwickelt, die nach erfolgreicher Markteinführung in allen Ländern das Kundenerlebnis (z. B. Einrichtung sowie Management des Routers via App, Integration der Chat-Möglichkeit mit Mitarbeitern oder Service-Bots) verbessert und eine Monetarisierung unserer Angebote (z. B. In-App-Coupons und Loyalitätsprogramm, Vertragsabschluss als Neukunde für Pre- und Postpaid) ermöglicht. Unsere Auszeichnungen, wie z. B. in den Connect Service-Tests (Testsieger in den Hotline- und Service-App-Tests in Deutschland und Österreich, Hefte 05 und 10/2021), bestätigen unsere Anstrengungen. Auch in den USA trägt unser konsequenter Kundenfokus Früchte: T-Mobile US liegt bei zahlreichen Umfragen zur Service-Qualität vor den Wettbewerbern (z. B. zum 22. Mal in Folge das Mobilfunk-Unternehmen mit dem besten Kundenservice der USA in der Studie von J.D. Power).

Die **Kundenzufriedenheit** messen wir mit der weltweit anerkannten TRI*M-Methodik. Auf Basis dieser Steuerungsgröße steuern wir die Verbesserung unserer Prozesse im Kundenkontakt sowie unserer Produkte und Dienstleistungen. Gleichzeitig ermitteln wir darüber die Loyalität unserer Kunden zur Deutschen Telekom. Die Ergebnisse werden in einer Kennzahl dargestellt: dem TRI*M-Index, auf einer Skala von minus 66 bis plus 134 Punkten. Zum Ende des Berichtsjahres lag der Konzernwert (ohne T-Mobile US) bei plus 73,4 Punkten gegenüber einem angepassten Ausgangswert von 72,7 Punkten – bezogen auf äquivalente Berechnungsgrundlagen beider Werte. Für die kommenden Jahre ist unser Ziel, die Kundenzufriedenheit weiter zu verbessern.

Führend bei Geschäftskundenproduktivität: Software-basierte, sichere, globale Netze, IoT & Digitalisierung

Im Berichtsjahr konnten wir erneut unsere Marktführerschaft (gemessen am Umsatz) im Bereich Telekommunikationsservices für **Geschäftskunden** im operativen Segment Deutschland festigen und leicht über dem Niveau des letzten Jahres wachsen. Die fortschreitende Digitalisierung von kritischen Prozessen innerhalb von Unternehmen und Unternehmensverbänden setzt sichere und zuverlässige globale Konnektivität voraus. Wir bleiben verlässlicher Partner der deutschen Industrie mit einem Produkt-Portfolio an internationalen Kommunikationslösungen, das die Stärken unserer nationalen Netzinfrastruktur mit unseren internationalen Netzen kombiniert. Darüber hinaus konnten wir im operativen Segment Deutschland das Wachstum bei IT-Umsätzen im Geschäftskundenbereich insbesondere durch das Vorantreiben der Digitalisierung bei mittelständischen Unternehmen fortsetzen (plus 5,4 % gegenüber 2020). In unseren europäischen Landesgesellschaften haben wir im Geschäftskundenbereich im Vorjahresvergleich eine stabile organische Umsatzentwicklung erreicht, v. a. geprägt von einer konstanten Geschäftsentwicklung im Mobilfunk. Das IT-Geschäft verläuft im Vorjahresvergleich rückläufig. Unser Lösungsportfolio für Produktivität, Cloud, Smart Cities und Security verzeichnete weiterhin eine wachsende Nachfrage.

Wir wollen auch in Zukunft die erste Wahl für multinationale Unternehmen mit länderübergreifenden **Konnektivitätsanforderungen** sein. Deswegen investieren wir in robuste, globale Festnetz- und Mobilfunk-Konnektivität und agieren als „One-Stop-Shop“ für Konnektivität durch Orchestrierung von eigenen und Partnernetzen. Mittelfristig wollen wir mit Ende-zu-Ende Cloud-basierten und modularen Netzdiensten auf geänderte Kundenanforderungen eingehen und Netze dynamisch anpassen. Über sog. „APIs“ (Programmierschnittstellen) können einzelne Anwendungen zukünftig sogar individuelle Netzparameter automatisch in Echtzeit steuern. Hierfür werden wir in den nächsten Jahren unsere eigene Netz- und IT-Landschaft radikal umbauen hin zu einer modularen, Software-gesteuerten Produktion und der Fähigkeit zur Integration in kundenspezifische App- und IT-Landschaften.

Fokusthemen wie das **Internet der Dinge (IoT)** und **Cyber-Sicherheit** gewinnen zunehmend an Relevanz: Sicherheits- und Netz-lösungen (Netzwerk, IT und Cloud) verschmelzen zu hochsicheren Ende-zu-Ende-Lösungen. Sicherheitsfunktionen, die bislang separat erworben wurden, werden zunehmend ein Teil des Konnektivitätsprodukts: Beispielsweise sind neuartige Firewalls teilweise bereits integrierter Bestandteil von SD-WAN-Lösungen und SASE-Suites liefern SD-WAN in Kombination mit Cloud-Sicherheit aus einer Hand. Unsere MPLS (Multiprotocol Label Switching; dedizierte IP-VPN-Lösungen) und SD-WAN-Produkte als zentrale Elemente unseres Geschäftskunden-Portfolios werden wir daher ganzheitlich unter Netz- und Sicherheitsaspekten weiterentwickeln. Bei jedem Dienst und Produkt (z. B. Campus-Netze, IoT) stellen wir das Thema Sicherheit in den Fokus – und zwar bei jedem Teilaspekt der Kommunikationskette: vom Nutzer über das Endgerät, WLAN/Mobilfunk/LAN bis hin zu Zugangs- und Unternehmensnetzen, Transportnetzen und Datenzentren. Es gilt „Security by Design“ – von der Entwicklung über den Betrieb bis zum Management der Netzleistungen durch uns und unsere Kunden. [SDG 16](#) [STRUKTUR](#)

Unser Geschäft mit „klassischen“ IT-Outsourcing-Dienstleistungen für internationale Großkunden entwickelt sich seit einigen Jahren rückläufig. Hauptgrund dafür ist die anhaltend hohe Wettbewerbsintensität. Unser operatives Segment Systemgeschäft durchläuft deshalb seit 2018 eine tiefgreifende Transformation. Für unsere **Großkunden** verfolgen wir die Strategie des „Leading European vertical full-Service Players“ (Führender europäischer vertikaler IT-Dienstleister). Das bedeutet konkret: Wir fokussieren unser Systemgeschäft auf Wertschöpfung entlang der Kernkundenbedarfe in Digitalisierung (Beratung, Cloud-Services und digitale Lösungen). Für ausgewählte Branchen (Automotive, Gesundheitswesen, öffentliche Hand und öffentliches Transportwesen) werden wir auf Basis unserer Expertise verstärkt vertikale, industriespezifische Lösungen anbieten. Unser Fokus liegt dabei auf profitablen Wachstum.

Magenta Advantage: Neue Geschäftsmodelle basierend auf Deutsche Telekom Fähigkeiten

In unserem Kerngeschäft schaffen wir substanzielle Werte und Fähigkeiten, die andere Unternehmen nicht besitzen. Diese nennen wir den „Magenta Advantage“. Wir haben z. B. in unserem gesamten Footprint über 248 Mio. Mobilfunk-Kunden und sind mit rund 8 Mio. Kunden ein bedeutender Pay-TV-Anbieter in Europa. Im Geschäftskundensegment verfügen wir durch langjährige Beziehungen über Zugang zu den industrieübergreifend größten Unternehmen weltweit. In Zukunft wollen wir unsere Assets und Fähigkeiten stärker nutzen, um – neben unserem Kerngeschäft – neue, digitale Geschäftsmodelle zu entwickeln. In der Vergangenheit haben wir bereits die Werthaltigkeit des „Magenta Advantage“ für neues Geschäft unter Beweis gestellt. Ein Beispiel ist Ince (ein Deutsche Telekom Investment). Ince hat auf Basis unserer M2M-Konnektivität, eine Cloud-basierte IoT-Konnektivitätslösung außerhalb der Deutschen Telekom entwickelt, die uns jetzt den Zugang zu vollständig neuen Segmenten ermöglicht und unsere Position im IoT-Umfeld langfristig sichert. In Zukunft wollen wir den Magenta Advantage konsequenter und breiter nutzen – zum Wohle unserer Kunden, Partner und der Deutschen Telekom. Zum Beispiel wollen wir die digitale Reichweite unserer Sales & Service-Apps nutzen, um unseren Kunden exklusive digitale Services von Partnern zugänglich zu machen und neue Erlöse zu generieren. Insbesondere für kleinere Unternehmen und Start-ups ist der Zugang zu unserer Kundenbasis extrem wertvoll, um in stark fragmentierten Märkten schneller wachsen zu können. Unsere Energie verwenden wir im ersten Schritt darauf, die Voraussetzungen bei uns zu schaffen: Dafür bauen wir u. a. APIs zur einfachen Einbindung von Partnern und etablieren unsere OneApp im gesamten Footprint für noch mehr Reichweite. Einen echten Mehrwert für Kunden bieten nur personalisierte Empfehlungen, die zu den individuellen Bedürfnissen und Interessen passen. Daher müssen wir weitere Fähigkeiten zur Datenanalyse und Segmentierung aufbauen. Der Kern unseres Markenversprechens „Verlässlichkeit, Sicherheit und Vertrauen“ bleibt dabei unangetastet und der Schutz von Daten und Privatsphäre unserer Kund*innen sind oberstes Gebot. Auch unsere strategische Partnerschaft mit SoftBank stellt eine wichtige Komponente dar. Als globale Investment-Holding hält SoftBank Beteiligungen an zahlreichen führenden Start-ups in den unterschiedlichsten Industrien. Mit drei Portfolio-Unternehmen (TIER Mobility, Revolut, GoStudent) konnten wir im Berichtsjahr bereits erste Abkommen über eine Partnerschaft schließen sowie erste, erfolgreiche Piloten in ausgewählten europäischen Landesgesellschaften starten.

Telco als Plattform bauen & skalieren [SDG 9](#) [STRUKTUR](#)

Unsere Wachstumsfelder begründen sich auf dem Herzstück unserer Wertschöpfung: unseren Netzen und unserer Technologie. Deshalb bauen wir unsere Fest- und Mobilfunknetze konsequent aus und verzahnen sie miteinander. So können wir unseren Kunden jederzeit und überall die schnellstmögliche Verbindung in hervorragender Qualität anbieten. Konzernweit investierten wir rund 18,0 Mrd. € v. a. in den Aufbau und Betrieb von Netzen (Spektruminvestitionen nicht berücksichtigt), davon entfallen rund 5,5 Mrd. € allein auf Deutschland. Damit investieren wir mehr als jeder unserer Wettbewerber in Deutschland. Für hervorragende Qualität und einen noch schnelleren und effizienteren Netzausbau gehen wir auch neue Wege, z. B. mit der Nutzung von Künstlicher Intelligenz (KI) für eine bedarfsgerechtere und stärker automatisierte Infrastrukturplanung und -ausbau, sowie mit Kooperationen und Joint Ventures. Eine integrierte Steuerung verbessert die Auslastung unserer Infrastruktur und erhöht die Effizienz in Betrieb und Wartung.

Glasfaser-basierte **Festnetze** sind die Grundlage für das beste integrierte Netzerlebnis. Nahezu all unsere europäischen Landesgesellschaften sind führend im Ausbau von Glasfaser-Anschlüssen in über 7,0 Mio. Haushalten: In Griechenland ermöglichen wir z. B. mit dem landesweit größten Glasfasernetz mehr als 560.000 Haushalten und Unternehmen Zugang zu FTTH, in der Slowakei nahezu 950.000 Haushalten. In Deutschland umfasste unser Glasfasernetz bis zum Jahresende 2021 insgesamt rund 650.000 Kilometer Glasfaser-Kabel. 2021 haben wir so rund 1,2 Mio. weiteren Haushalten Zugang zu Glasfaser-Anschlüssen (FTTH) ermöglicht. In Zukunft wollen wir die Schlagzahl im Ausbau von Glasfaser aber nochmals deutlich erhöhen. Bis 2030 soll jeder Haushalt und jedes Unternehmen in Deutschland einen Glasfaser-Anschluss bekommen. Einen Großteil davon wird die Telekom Deutschland bauen. Bis Ende 2024 planen wir, ca. 10 Mio. Glasfaser-Anschlüsse bereitzustellen. Darüber hinaus haben wir auch Kooperationen mit anderen Unternehmen vereinbart, die zu unserer Zielsetzung beitragen (z. B. Gründung der Glasfaser NordWest gemeinsam mit EWE, Open Access Kooperation mit M-net). Der ländliche Raum genießt bei uns dieselbe Priorität wie die urbanen Zentren, daher planen wir dort bis 2030 insgesamt 8 Mio. Haushalte mit Glasfaser zu versorgen. Zusätzlich dazu sollen durch die Ausbaugesellschaft GlasfaserPlus gemeinsam mit dem australischen Investor IFM 4 Mio. weitere Haushalte auf dem Land folgen. Aber auch Wettbewerber sind gefragt. Der Netzausbau der Deutschen Telekom folgt dem Open-Access-Prinzip. Die entstehenden Netze sind offen für die Nutzung durch die Wettbewerber. Unsere Anstrengungen zahlen sich aus. In Deutschland sind wir 2021 erneut ausgezeichnet worden: für das beste Festnetz-Angebot (Connect, Heft 08/2021) und als bester Internet-Anbieter im Festnetz (Chip, Ausgabe 05/2021). In Österreich erhält Magenta Telekom im dritten Quartal 2021 die Auszeichnung für den schnellsten Internet-Zugang im Festnetz (Ookla Speedtest Awards) und wird zum 3. Mal in Folge Testsieger beim Breitband-Internet-Test im Festnetz (Connect, Heft 11/2021).

Im **Mobilfunk** heben wir uns mit unserer herausragenden Netzqualität vom Wettbewerb ab. In Deutschland haben wir mehr als 90.000 Mobilfunk-Antennen und stehen bei einer LTE-Haushaltsabdeckung von 99 %. Unsere europäischen Landesgesellschaften versorgen 98,2 % der Bevölkerung mit LTE und erreichen damit insgesamt rund 109 Mio. Einwohner. Mit dem **Kommunikationsstandard der 5. Generation (5G)** schaffen wir ein mobiles Netz mit sehr hoher Zuverlässigkeit, extrem kurzer Reaktionszeit sowie hohen Datendurchsatzraten. Über 63.000 Antennen funken mittlerweile in Deutschland mit 5G und über 90 % der Haushalte können die neueste Mobilfunk-Generation bereits nutzen. Bis Ende 2025 soll 5G auch 90 % der Fläche in Deutschland abdecken. Zum Jahresende 2021 haben unsere Landesgesellschaften 28,9 % der Bevölkerung in unserem europäischen Footprint mit 5G versorgt. In Kroatien erreicht Hrvatski Telekom als führender Betreiber bei der Entwicklung von 5G-Netzen und -Diensten mit mehr als 600 5G-Basisstationen bereits 48 % der Bevölkerung mit seinem 5G-Netz und hat mit dem im August 2021 ersteigerten Spektrum die Voraussetzungen geschaffen, seine Führungsposition weiter auszubauen. In Polen betreibt T-Mobile Polska zum Ende des Jahres 2021 3.500 5G-Basisstationen. Um mehr Frequenzen für die schnelleren und leistungsfähigeren Technologien LTE/4G und 5G nutzen zu können, haben z. B. T-Mobile Polska und Telekom Deutschland im Berichtsjahr Frequenzen im 3G-Netz abgeschaltet.

Regelmäßig schneiden wir bei unabhängigen Netztests als Sieger ab. In Deutschland haben wir 2021 erneut die drei großen Netztests von Connect (Heft 01/2022), Chip (Ausgabe 01/2022) und Computer Bild (Ausgabe 25/2021) gewonnen. Magenta Telekom (Österreich) wurde zum 8. Mal in Folge bei der Connect Leserwahl 2021 zum beliebtesten Mobilfunk-Netzbetreiber Österreichs gewählt (Heft 05/2021) und erhielt im Chip Mobilfunk-Netztest die Bestnote „sehr gut“. Ausgezeichnet wurden außerdem die Mobilfunknetze unserer Landesgesellschaften in Griechenland (Ookla) und zum wiederholten Male in Kroatien (Umlaut, Ookla). In den USA haben wir das zuverlässigste und schnellste 5G-Netz mit der besten Abdeckung (Umlaut 5G-Netztest, Ookla 5G-Netztest, PCMag 5G-Netztest). Aktuell erreichen wir mehr als 310 Mio. Menschen mit dem 600 MHz-Band, über 210 Mio. Menschen können „Ultra Capacity 5G“ im 2,5 GHz-Band und Millimeterwellen-Bereich (mmWave) nutzen. Hierbei kommt uns insbesondere die durch den Zusammenschluss mit Sprint überlegene Spektrumposition zugute.

Auch in Zukunft werden wir hohe Investitionen in den Ausbau der 5G-Infrastruktur tätigen. Dabei benötigen wir Rahmenbedingungen, die fair und verlässlich sind. Unser Ziel ist es, dass wir für unsere Produkte und Dienste die **beste integrierte Netzinfrastruktur** nutzen. Daher ergänzen wir unsere eigene Infrastruktur mit der von strategischen Partnern und berücksichtigen auch alternative Zugangsnetze (draht- und kabelgebundene Netze, Glasfaser, 4G-/5G-Mobilfunk, Satelliten, HAPS etc.). Einen ersten Schritt in diese Richtung sind wir im Rahmen unserer Kooperation mit Eutelsat gegangen. Seit Ende 2021 bieten wir in Deutschland breitbandiges Internet via Satellit an. Technische Basis hierfür ist der Konnect Satellit von Eutelsat, durch die Haushalte in entlegenen Regionen oder mit begrenztem Zugang künftig von leistungsstarken Netzen profitieren. Die Bereitstellung von Konnektivität und Diensten auf Basis eigener und Partnerinfrastruktur setzt technologie- und domänenunabhängige Orchestrierungsfähigkeiten voraus. Diese liegen in einem separaten technischen Kontroll-Layer über der eigentlichen Infrastruktur. Mit dieser Orchestrierungsebene steuern wir das „Netz der Netze“. Um die notwendigen Orchestrierungsfähigkeiten aufzubauen, modernisieren wir unsere NT-/IT-Architektur. Wir fokussieren uns darauf, das volle Potenzial von Netzwerk-Automatisierung, Cloudifizierung und Disaggregation zu heben und somit auch deutlich schneller, flexibler und kosteneffizienter in unserer Produktion zu werden. Durch Disaggregation – also die Trennung von Hardware und Software – wird auch die Einführung neuer Lieferanten möglich. Heute macht der Anteil großer, traditioneller Lieferanten in unserer Infrastruktur mehr als 90 % aus. Zukünftig wollen wir den Anteil kleinerer, innovativer Lieferanten deutlich steigern, um Innovationen schneller und flexibler in unsere Netze integrieren zu können und somit auch unseren Kunden zugänglich zu machen.

Unsere Produktionsplattform passen wir an die Kundenbedürfnisse der Zukunft an: Dafür bauen wir eine **Cloud-basierte, skalierbare, modulare Plattform**, die in ausgewählten Teilen auch für Dritte (z. B. Service Provider und Anwendungsentwickler) über offene Schnittstellen (APIs) zugänglich sein wird. Ziel ist es, dass Konnektivität, Dienste und Daten (z. B. Standortdaten, Verbindungskonditionen und Nutzerverhalten) bedarfsweise mit neuen Anwendungen kombinierbar sind. Die Vorteile einer solchen Architektur sind kürzere Entwicklungszeiten, eine schnellere Erschließung von Umsatzpotenzialen, eine stärker automatisierte und erheblich kosteneffektivere Produktion, eine Skalierung über Geschäftsbereiche und Länder hinweg sowie ein maßgeblich verbessertes Kundenerlebnis durch personalisierte, digitale Interaktionen.

Unterstützende Handlungsfelder

Sparen für Investitionen in Wachstum

Künftiges Wachstum bedarf ausreichender Investitionen. Dafür investieren wir in die eigene Innovationskraft, integrieren aber auch erfolgreich Neues von außen. Dank unserer strengen Kostendisziplin erwirtschaften wir die Mittel, die wir brauchen, um diese Investitionen zu finanzieren und unsere Wettbewerbsfähigkeit zu sichern. „Leading Digital Telco“ bedeutet für uns auch, in puncto Effizienz der führende Telekommunikationsanbieter zu sein. Digitalisierung ist einer der wesentlichen Hebel, um die Kosteneffizienz entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette weiter zu steigern: von der Kundenschnittstelle, über unsere Produktion bis hin zum Management unserer eigenen Infrastruktur und Lieferketten. Unseren Weg der Kostentransformation beschreiten wir deshalb konsequent weiter.

Unser **Beteiligungs-Portfolio** steuern wir wertorientiert. Geschäftsfelder, die wir in unserem Konzern nicht angemessen weiterentwickeln können, werden veräußert. Dementsprechend haben wir im Berichtsjahr den Verkauf des 54-prozentigen Anteils an der Telekom Romania Communications, die das rumänische Festnetz-Geschäft betreibt, an Orange vollzogen. Wertorientiert heißt für uns aber auch, Werte zu realisieren, wenn sich attraktive Rahmenbedingungen ergeben. In diesem Kontext haben wir, nach Überprüfung strategischer Optionen, mit WP/AP Telecom Holdings IV im Berichtsjahr eine Vereinbarung zum Verkauf unserer Tochtergesellschaft T-Mobile Netherlands unterzeichnet. Wir haben T-Mobile Netherlands mit einer klaren Wertsteigerungsstrategie als Herausforderer im Markt positioniert und damit zu einem der am stärksten wachsenden Mobilfunk-Unternehmen in Europa entwickelt (basierend auf EBITDA AL). Der Verkauf erfolgt zu einem Unternehmenswert von 5,1 Mrd. €, der etwa dem 8,7-fachen bereinigten EBITDA AL über die vergangenen zwölf Monate entspricht. Die Transaktion steht unter dem Vorbehalt von behördlichen Genehmigungen und weiterer Vollzugsbedingungen. Gleichermaßen unterstützen wir unsere Wachstumsambitionen durch Beteiligungen und Akquisitionen. In diesem Kontext haben wir mit SoftBank im Berichtsjahr eine Vereinbarung über einen Aktientausch geschlossen, wodurch die Deutsche Telekom ihre Beteiligung an T-Mobile US auf 46,8 % erhöht hat. Darüber hinaus erwägen wir, einen Teil der Erlöse aus der vereinbarten Veräußerung der T-Mobile Netherlands zu verwenden, um den Anteil an T-Mobile US nochmals zu steigern. Wir erwarten, dass nach Abschluss beider Transaktionen der Kapitalanteil an T-Mobile US bei rund 48,4 % liegen wird. Damit folgen wir der Strategie, unseren Kapitalanteil an T-Mobile US auf mehr als 50 % zu erhöhen und langfristig die bestehende unternehmerische Kontrolle zu sichern. Dies ist ein weiterer Meilenstein in der Erfolgsgeschichte unserer US-Aktivitäten, die im Berichtsjahr auch auf operativer Ebene von starkem Wachstum geprägt war: Wir haben auf Basis von Kundenzahlen die zweite Position im US-amerikanischen Mobilfunkmarkt weiter gefestigt und konnten allein im Jahr 2021 5,5 Mio. Neukunden gewinnen. Zudem übertrifft die Realisierung der Synergien durch den Zusammenschluss mit Sprint die Erwartungen. So hat T-Mobile US im Berichtsjahr Synergien in Höhe von 3,8 Mrd. US-\$ erzielt statt ursprünglich geplanter 2,9 bis 3,2 Mrd. US-\$.

Vereinfachen, digitalisieren, beschleunigen & Verantwortung leben

Einfachheit bei den Angeboten und bei der Organisation macht die digitale Transformation unseres Kerngeschäfts leichter. So erhöhen wir unsere **Umsetzungsgeschwindigkeit** – sowohl bei der Interaktion mit dem Kunden als auch bei der Umsetzung neuer, strategischer Initiativen. Deshalb wollen wir einfacher, digitaler und schlussendlich agiler werden.

Einfachheit hat für uns zwei Stoßrichtungen. Zum einen wollen wir unseren Kunden intuitiv bedienbare Produkte und leicht verständliche Tarife, wie z. B. „MagentaEINS Unlimited“ oder „MagentaTV Entertain“ bieten. In Zukunft wollen wir die Produktkomplexität noch einmal erheblich reduzieren. Unsere Ambition ist, dass unsere Dienste mit einem Klick und jederzeit verfügbar sind. Dank erfolgreich abgeschlossener IP-Migration können wir – abhängig vom Router – in immer mehr Haushalten den Anschluss aus der Ferne provisionieren und warten. Bereits heute gelingt die technische Bereitstellung eines Breitband-Anschlusses in neun von zehn Fällen direkt im ersten Versuch. Zum anderen wollen wir intern möglichst effizient, d. h. zeit- und kostensparend agieren. Bei der Agilisierung unserer IT sind wir vielversprechend unterwegs. In den letzten drei Jahren sind wir z. B. in Deutschland bei der Entwicklung von neuer Software oder Software-basierten Produkten mehr als dreimal schneller geworden. Heute liegen wir bei der durchschnittlichen Markteinführungszeit in Deutschland bei 2,7 Monaten, in Europa bei 1,5 Monaten. Bis 2024 wollen wir hier noch besser werden und die Zeit weiter reduzieren: in Europa auf einen Monat, in Deutschland auf zwei. Darüber hinaus werden wir auch in Zukunft unsere Organisation, Prozesse und Entscheidungsverfahren auf den Prüfstand stellen und, wo immer möglich, weiter optimieren.

Die **Digitalisierung** unseres Kerngeschäfts hilft uns, das Kundenerlebnis zu verbessern und unsere Effizienz zu steigern. Unsere Sales & Service-Apps haben wir in Deutschland und Europa als zentrale, digitale Kundenschnittstellen etabliert und das Service-Angebot konsequent ausgebaut. Auf dieser Grundlage interagieren unsere europäischen Landesgesellschaften mit über 64 % unserer Kunden digital via Service-App. In Deutschland weist die „MeinMagenta“ App inzwischen eine Penetration von über 65 % auf. Wichtig für ein herausragendes und v. a. personalisiertes Erlebnis ist auch der „Rundum“-Blick auf unsere Kund*innen, unabhängig vom Kanal – online und offline. „Magenta View“ ist unser Frontend für alle Mitarbeiter*innen mit direktem Kundenkontakt mit allen notwendigen Kundendaten aus einer Quelle. Von „Magenta View“ haben am Ende des Berichtsjahres bereits über 10.000 Kolleg*innen in Deutschland profitiert. Langfristig zielen wir auf eine nahezu vollständige digitale Transformation aller Wertschöpfungsstufen ab. Dafür bauen wir auch unser Know-how in innovativen Technologien wie Künstlicher Intelligenz konsequent aus. Bereits heute können wir durch datenbasierte Analysen unsere Hardware vorausschauender warten, Kundenbedürfnisse besser verstehen und unsere Netze effizienter managen. Die voranschreitende Digitalisierung beeinflusst auch unsere eigene Art der Zusammenarbeit. Schon vor der Coronavirus-Pandemie haben wir mobiles Arbeiten im Konzern erfolgreich gelebt und haben im Jahr 2020 gemeinsam mit den Sozialpartnern ein „Manifest zur neuen Arbeit“ verabschiedet. Unser Ziel ist es, das Beste aus beiden Welten (mobile Arbeit und Präsenz) für unsere Zusammenarbeit zu verbinden. Damit sich unsere Mitarbeiter*innen in der virtuellen und hybriden Arbeitswelt gut zurecht finden, bieten wir spezielle Trainings an. 2021 haben wir z. B. mehr als 31.000 Trainings durchgeführt zu Tools, die virtuelle Zusammenarbeit noch besser ermöglichen. Die Akzeptanz digitaler Tools hat sich bei unseren Mitarbeiter*innen weiter erhöht: 86 % bewerten digitale Tools als unterstützend in der täglichen Zusammenarbeit (+4 % gegenüber der Pulsbefragung im November 2020).

Einfachheit und Digitalisierung erfordern aber auch neue **Organisationsformen, Kompetenzen und kulturellen Wandel**. Für noch mehr Kundenorientierung haben wir beispielsweise unseren Kundenservice mit dem „Team of Experts“-Ansatz und regionalisierten Teams in Deutschland und den USA neu organisiert. Die Vorteile: Wir sind noch näher am Kunden und können durch interdisziplinäre Teams schneller helfen. In der digitalen Welt benötigen wir aber auch neue Kompetenzen, um die aktuellen und künftigen Herausforderungen zu meistern. Im Jahr 2021 wurden verstärkt konkrete, auf Zukunftsthemen ausgerichtete Programme, sog. „Explorer Journeys“, angeboten, um möglichst viele Beschäftigte auf zukünftige Skill-Anforderungen vorzubereiten. Rund 6.000 Beschäftigte registrierten sich 2021 für Themen wie Big Data, Digital Marketing, Künstliche Intelligenz und Software Development. Auch mit der Lernkultur-Initiative „Youlearn“ – zur Verankerung von selbstgesteuertem Lernen im Berufsalltag – haben wir die Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter*innen weiter deutlich vorangetrieben. Zudem stellen wir unseren Beschäftigten mit der intelligenten Lernplattform „Percipio“ (auch bezeichnet als das „Netflix des Lernens“) sowie mit „Coursera“ (Anbieter für digitale Weiterbildungskurse hochrangiger Hochschulen) ein leistungsfähiges Weiterbildungsangebot zur Verfügung. Über 180.000 Percipio-Registrierungen seit dem dritten Quartal 2019 bestätigen unsere Bemühungen. Als Arbeitgeber leben wir Verantwortung, dazu gehören neben einer modernen Lernumgebung auch die Gesundheit und das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter*innen. Unsere Impfkampagne gegen das Coronavirus wurde sehr gut angenommen. Insgesamt wurden 45.500 Termine für Erst-, Zweit- und Kreuzimpfungen vereinbart. Unseren Beschäftigten ermöglichen wir seit dem Berichtsjahr auch eine stärkere Teilhabe am Unternehmenserfolg über das Mitarbeiter-Aktienprogramm „Shares2You“. Alle Mitarbeiter*innen der teilnehmenden Konzerngesellschaften haben hiermit die Möglichkeit, einmal im Jahr in Aktien der Deutschen Telekom AG zu investieren. Für je zwei erworbene Aktien schenken wir eine Gratisaktie. Über 36.000 Mitarbeiter*innen haben am „Shares2You“-Programm 2021 teilgenommen. Unsere Bemühungen zahlen sich aus und schlagen sich in der Zufriedenheit unserer Mitarbeiter*innen nieder: Die Frage nach der Stimmung stellt eine Vergleichbarkeit zur ehemaligen Frage nach Zufriedenheit dar und bewegt sich – wie in der Vergangenheit – mit 80 % auf einem sehr hohen Level.

Darüber hinaus richten wir zur Wahrnehmung unserer gesellschaftlichen **Verantwortung** Kernunternehmensprozesse konsequent nachhaltig aus. Mit unserem Konzernprogramm #GreenMagenta wollen wir effektiv zur Klima- und Ressourcenschonung beitragen und erweitern damit unsere bisherige Klimastrategie. Mit mehr als 2,2 Mio. Geräten, die wir zurückgenommen haben, um sie entweder wiederaufzubereiten oder dem Recycling-Kreislauf zurückzuführen, tragen wir gemeinsam mit unseren Kund*innen aktiv zum Ressourcen- und Klimaschutz bei. Außerdem gilt seit 2020 ein nachhaltiger Verpackungsstandard, in dem auf Single-use-Plastik verzichtet und stattdessen auf recyclebare Materialien und umweltverträgliche Farben gesetzt wird. Alle neuen Gerätetypen unter der Marke Telekom („T-Branded“) und bereits über 60 % der neuen Verpackungen von Smartphones, die wir von unseren Lieferanten beziehen, entsprechen diesen Kriterien. Unseren eigenen Stromverbrauch decken wir seit 2021 für alle Konzerneinheiten zu 100 % mit Strom aus erneuerbaren Energien ab. Unsere Energieeffizienz – das Verhältnis von Datenvolumen im Netz und dafür aufgewendeten Strom – wollen wir bis 2024 verdoppeln. Die Außerbetriebnahme von Altplattformen, wie PSTN, die Umstellung auf effizientere Technologie, wie von 3G auf 5G, die Nutzung hocheffizienter Rechenzentren sowie der Einsatz von KI helfen hierbei. Langfristig wird auch die Umstellung von Kupfer- auf Glasfaser-Technologie einen Beitrag leisten. So können wir trotz signifikant steigenden Datenverkehrs, mehr aktiven Komponenten im Netz und einer weiteren Verdichtung unserer Netze, den Energieverbrauch in unseren Netzen in Deutschland und Europa in den Jahren bis 2024 stabil halten. Darüber hinaus setzen wir uns für eine verantwortungsvolle Digitalisierung ein. Mit unserem Label #GoodMagenta kennzeichnen wir unsere Projekte, Maßnahmen und Initiativen mit einem positiven Beitrag zu sozialen und gesellschaftlichen Herausforderungen in der digitalen Welt, z. B. unsere Kampagnen für digitale Zivilcourage (#DABEI – Gegen Hass im Netz), aber auch Projekte zur digitalen Demokratie (dabei-geschichten.telekom.com).

Zusammenfassend drückt sich unsere Strategie in unserem Ziel aus, der **führende digitale Telekommunikationsanbieter** zu sein:

- Wir wollen **führend** sein bei digitalem Leben und Arbeiten sowie bei der Realisierung von Produktivitätsfortschritten für unsere Geschäftskunden. Denn nur, wenn wir führend sind, können wir wachsen und die Ansprüche unserer Kapitalgeber langfristig erfüllen.
- Wir wollen unsere bestehenden Assets und Fähigkeiten besser nutzen, um neben unserem Kerngeschäft neue, digitale Geschäftsmodellen zu **erschließen (Magenta Advantage)**.
- Zentraler technischer Treiber für unsere Wachstumsfelder ist „Telko als Plattform“: die **beste integrierte Netzinfrastruktur** – von uns und von Partnern – sowie Cloud-basierte Kunden- und Netz-Service-Plattformen. Basis dafür ist und bleibt unser anhaltendes Engagement im Netzausbau von Glasfaser und 5G.
- Künftiges Wachstum fördern wir durch einen sorgsamen Umgang mit unseren **finanziellen Ressourcen** und die **konsequente Transformation** zu einem einfachen, digitalen und in jeder Hinsicht agilen Unternehmen.
- Wir sind ein verantwortungsbewusster und aktiver Teil der **Gesellschaft**. Wir sind Partner nicht nur auf gesellschaftlicher, sondern auch auf politischer Ebene und tragen zu einer offenen und zukunftsorientierten Weiterentwicklung aller Länder bei, in denen wir aktiv sind. 🏠 SDG 8 🌐 BEZIEHUNGEN

Konzernsteuerung

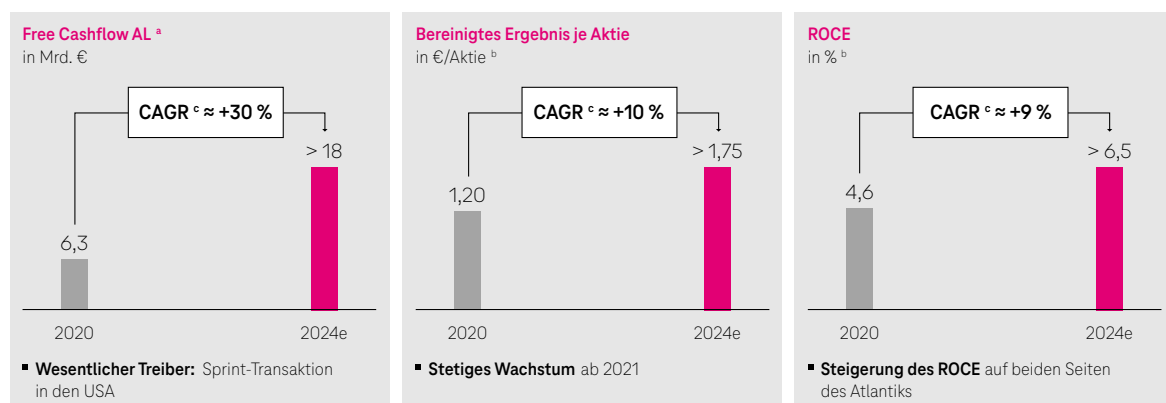
Wir verfolgen das Konzept der wertorientierten Unternehmensführung. Wir wollen einen Ausgleich der unterschiedlichen Erwartungen unserer Interessengruppen sicherstellen, damit genügend Mittel für eine attraktive Dividendenpolitik, den Schuldenabbau, einen verantwortungsvollen Personalumbau sowie Investitionen in ein nachhaltiges und positives Kundenerlebnis zur Verfügung stehen.

- Die **Aktionäre** erwarten eine angemessene und verlässliche Verzinsung auf ihr eingesetztes Kapital.
- Die **Fremdkapitalgeber** erwarten eine angemessene Verzinsung und die Fähigkeit zur Schuldentrückzahlung.
- Die **Mitarbeitenden** erwarten sichere Arbeitsplätze mit Zukunftsperspektiven sowie eine verantwortungsvolle Gestaltung des notwendigen Personalumbaus.
- Die „**Unternehmer im Unternehmen**“ erwarten ausreichende Investitionsmittel, um das zukünftige Geschäft zu gestalten und um Produkte, Innovationen und Services für die Kunden zu entwickeln.
- Die **Gesellschaft** erwartet, dass wir unsere Möglichkeiten ausschöpfen, um die Umwelt zu schützen, ein faires und demokratisches Miteinander zu fördern und die Digitalisierung verantwortungsvoll zu gestalten. 🌍 SDG 17 🌐 BEZIEHUNGEN

Finanzstrategie

Im Mai 2021 haben wir auf unserem [Kapitalmarkttag](#) die Finanzstrategie für die Jahre 2021 bis 2024 vorgestellt. Die Finanzstrategie der Deutschen Telekom bleibt attraktiv und verlässlich. Unsere Wachstumsprognose der vergangenen Jahre wollen wir bis 2024 weiter beschleunigen.

Für den Zeitraum zwischen 2021 und 2024 planen wir mit dem folgenden Ambitionsniveau:



Dividende: 40 bis 60 % des bereinigten Ergebnisses je Aktie
 Mindestdividende: 0,60 € je Aktie

^a Vor Ausschüttung und Investitionen in Spektrum.
^b Unter der Annahme konstanter Währungskurse.
^c Compound Annual Growth Rate (durchschnittliche Wachstumsrate pro Jahr).

Darüber hinaus erwarten wir beim Umsatz 1 bis 2 % und beim bereinigten EBITDA AL 3 bis 5 % durchschnittliches Wachstum pro Jahr.

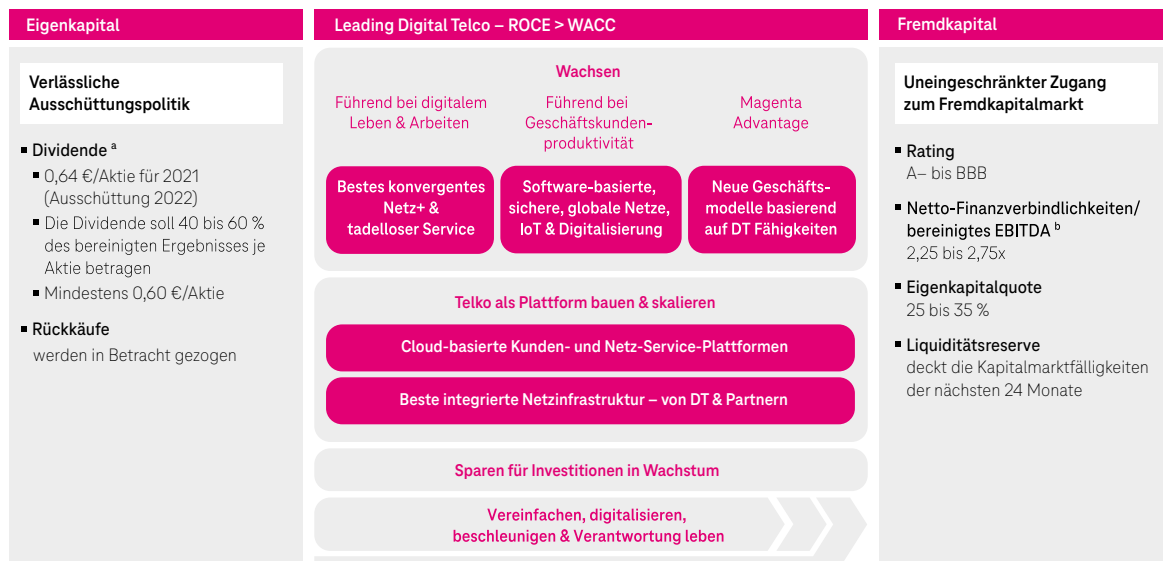
Zu unserer Finanzstrategie gehören zudem das Erreichen unserer angestrebten Finanzrelationen – relative Verschuldung (Verhältnis von Netto-Finanzverbindlichkeiten zum bereinigten EBITDA) und Eigenkapitalquote – sowie eine Liquiditätsreserve, die mindestens die Fälligkeiten der nächsten 24 Monate abdeckt. Mit diesen klaren Aussagen wollen wir unser Rating in einem Korridor von A– bis BBB halten und den uneingeschränkten Zugang zum Kapitalmarkt sicherstellen.

Für die Aktionäre gibt es – vorbehaltlich der notwendigen Gremienbeschlüsse und weiterer gesetzlicher Voraussetzungen – eine nachhaltige Dividendenpolitik. Die Dividendenhöhe für die Geschäftsjahre ab 2021 basiert auf einer Ausschüttungsquote von 40 bis 60 % am bereinigten Ergebnis je Aktie, wobei eine Dividende von mindestens 0,60 € je dividendenberechtigter Aktie gezahlt werden soll. Für das Geschäftsjahr 2021 wollen wir eine Dividende von 0,64 € je dividendenberechtigter Aktie vorschlagen. Dies entspricht 52,46 % des bereinigten Ergebnisses je Aktie. Unseren Aktionären bieten wir damit eine attraktive Rendite und Planbarkeit. Wie in den Vorjahren wird auch die Dividende für das Geschäftsjahr 2021 ohne Abzug von Kapitalertragsteuer ausgezahlt.

Daneben werden wir Aktienrückkäufe in Betracht ziehen.

Auch für die kommenden Jahre sind weiterhin hohe Gesamtinvestitionen geplant. Der Investitionsspielraum soll genutzt werden, um unsere Breitband-Infrastruktur weiter auszubauen und die digitale Transformation des Unternehmens voranzutreiben. Im Mobilfunk geschieht der Infrastrukturausbau auf Basis der Standards LTE und 5G, im Festnetz v. a. mit unserem beschleunigten Glasfaser-Ausbau. Die Finanzstrategie unterstützt die Transformation unseres Konzerns hin zur „Leading Digital Telco“. Um nachhaltig Wertzuwachs zu generieren, wollen wir mindestens unsere Kapitalkosten verdienen. Dieses Ziel soll einerseits durch eine Optimierung der Auslastung unseres Anlagevermögens, andererseits durch eine strenge Kostendisziplin und nachhaltig profitables Umsatzwachstum erreicht werden.

Unsere Finanzstrategie bis 2024



^a Vorbehaltlich der notwendigen Gremienbeschlüsse und weiterer gesetzlicher Voraussetzungen.
^b Kurzzeitiges Verlassen des Zielkorridors bis Ende 2024 durch den Zusammenschluss von T-Mobile US und Sprint.

Steuerungssystem

Um unsere strategischen Ziele besser setzen und erreichen zu können, verfolgen wir ein konzernweites, wertorientiertes Steuerungssystem. Wir verwenden konkrete Leistungsindikatoren, um den Erfolg zuverlässig und nachvollziehbar zu messen. Einen Überblick über unsere bedeutsamsten finanziellen und nichtfinanziellen Leistungsindikatoren geben die folgenden Tabellen und Erläuterungen.

Finanzielle Leistungsindikatoren

		2021	2020	2019	2018	2017
ROCE	%	4,1	4,6	5,1	4,7	5,8
Umsatz	Mrd. €	108,8	101,0	80,5	75,7	74,9
Service-Umsatz ^a	Mrd. €	84,1	78,9	n.a.	n.a.	n.a.
Betriebsergebnis (EBIT)	Mrd. €	13,1	12,8	9,5	8,0	9,4
EBITDA AL (bereinigt um Sondereinflüsse) ^b	Mrd. €	37,3	35,0	24,7	23,1	n.a.
Ergebnis je Aktie (bereinigt um Sondereinflüsse)	€	1,22	1,20	1,04	0,96	1,28
Free Cashflow AL (vor Ausschüttung und Investitionen in Spektrum) ^{b, c}	Mrd. €	8,8	6,3	7,0	6,1	n.a.
Cash Capex (vor Investitionen in Spektrum)	Mrd. €	(18,0)	(17,0)	(13,1)	(12,2)	(12,1)
Rating (Standard & Poor's, Fitch)		BBB, BBB+	BBB, BBB+	BBB+	BBB+	BBB+
Rating (Moody's)		Baa1	Baa1	Baa1	Baa1	Baa1

^a Die Definition des Service-Umsatzes wurde für die Jahre vor 2020 nicht konzerneinheitlich angewendet.

^b Für die seit der Einführung des Rechnungslegungsstandards IFRS 16 zum 1. Januar 2019 neu definierten Leistungsindikatoren wurden die Vergleichswerte für 2018 auf Pro-forma-Basis ermittelt.

^c Vor Zinszahlungen für Nullkupon-Anleihen und vor Auflösung von Zinssicherungsgeschäften bei T-Mobile US (jeweils in 2020).

Rentabilität

Eine nachhaltige Konzernwertsteigerung haben wir in den mittelfristigen Zielen festgeschrieben und als Kennzahl im gesamten Konzern implementiert. Eine wichtige Steuerungsgröße auf Konzernebene ist die Kapitalrendite (Return On Capital Employed, **ROCE**). Um die Kapitalrendite zu ermitteln, wird das operative Ergebnis nach Abschreibungen und kalkulatorischen Steuern (Net Operating Profit After Taxes, NOPAT) ins Verhältnis zum durchschnittlich im Jahresverlauf gebundenen Vermögen (Net Operating Assets, NOA) gesetzt.

Unser Ziel ist es, die aus dem Kapitalmarkt abgeleiteten Renditevorgaben der Fremd- und Eigenkapitalgeber zu verdienen bzw. zu übertreffen. Maßstab für den Verzinsungsanspruch ist der Kapitalkostensatz. Diesen ermitteln wir als gewichteten Durchschnittskostensatz aus Eigen- und Fremdkapitalkosten (Weighted Average Cost of Capital, WACC).

Der NOPAT leitet sich als Ergebnisgröße aus der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung unter der Berücksichtigung eines kalkulatorischen Steueraufwandes ab. Er ist ohne Berücksichtigung von Kapitalkosten definiert.

Die NOA umfassen alle Vermögenswerte, die direkt zur Umsatzerzielung beitragen. Dazu gehören alle Elemente der Aktivseite der Konzern-Bilanz, welche zur Leistungserbringung erforderlich sind. Hinzugefügt wird das operative Working Capital, welches sich aus den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, den Vorräten sowie den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Verbindlichkeiten ermittelt. Abgezogen wird der Betrag der „Sonstigen Rückstellungen“, da hierfür kein Verzinsungsanspruch besteht.

Umsatz und Ergebnis

Der **Umsatz** entspricht dem Wert unserer betrieblichen Tätigkeit. Der absolute Umsatz hängt davon ab, wie gut wir unsere Produkte und Dienstleistungen am Markt absetzen können. Die Entwicklung des Umsatzes ist eine wesentliche Größe, um den Unternehmenserfolg zu messen. Neue Produkte und Dienstleistungen sowie zusätzliche Absatzbemühungen sind erst erfolgreich, wenn sie den Umsatz erhöhen. **Service-Umsatz** sind die Umsätze, die von Kunden aus Diensten generiert werden (d. h. Umsätze aus Festnetz- und Mobilfunk-Sprachdiensten – eingehenden und abgehenden Gesprächen – sowie Datendiensten), zuzüglich Roaming-Umsätzen, monatlicher Grundgebühren und Visioren-Umsätzen, sowie Umsätze aus dem ICT-Geschäft. Die Service-Umsätze sind ein wichtiger Indikator für die erfolgreiche Umsetzung der Wachstumsstrategie des Konzerns. Die Service-Umsätze enthalten im Wesentlichen werthaltige – also planbare bzw. wiederkehrende – Umsätze aus Kernaktivitäten der Deutschen Telekom.

Eine Überleitung des im Konzernabschluss ausgewiesenen Konzernumsatzes einschließlich dessen Aufgliederung nach Erlösarten auf den finanziellen Leistungsindikator Service-Umsatz kann der nachfolgenden Tabelle entnommen werden:

in Mrd. €		2021
Konzernumsatz		108,8
Umsatzerlöse aus dem Verkauf von Gütern und Handelswaren		(19,6)
Umsatzerlöse aus der Nutzungsüberlassung von Vermögenswerten		(4,1)
Umsatzerlöse aus der Erbringung von Dienstleistungen		85,1
+/- Überleitung auf den Service-Umsatz als finanzieller Leistungsindikator		
Anpassung der Umsatzerlöse aus der Erbringung von Dienstleistungen ^a		(2,2)
Anpassung der Umsatzerlöse aus dem Verkauf von Gütern und Handelswaren ^b		0,3
Anpassung der Umsatzerlöse aus der Nutzungsüberlassung von Vermögenswerten ^c		0,9
Service-Umsatz		84,1

^a Nicht Gegenstand der Service-Umsatz Definition sind v. a. Umsätze aus Mehrwertdiensten, aus Antrags- und Auftragsleistungen und sonstige einmalige bzw. variable Umsätze.

^b Betrifft Umsätze aus dem Verkauf von Hardware im Zusammenhang mit dem ICT-Geschäft.

^c Betrifft im Wesentlichen Umsätze aus dem Wholesale-Bereich (z. B. im Zusammenhang mit Teilnehmeranschlussleitungen (TAL) und Kollokationsflächen).

Die Messung unserer operativen Ertragskraft erfolgt über das **bereinigte EBITDA AL** als ein um Abschreibungen auf aktivierte Nutzungsrechte sowie Zinsaufwendungen für passivierte Leasing-Verbindlichkeiten angepasstes und um Sondereinflüsse bereinigtes EBITDA. Dabei entspricht das EBITDA dem **EBIT** (Betriebsergebnis) vor Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte, Sachanlagen und Nutzungsrechte. Beide Kennzahlen messen die kurzfristige operative Leistungskraft und den Erfolg der einzelnen Geschäftsbereiche. Sondereinflüsse überlagern die Darstellung der operativen Geschäftstätigkeit und erschweren somit eine Vergleichbarkeit von Ergebnisgrößen mit Vorjahren. Für eine transparente Darstellung bereinigen wir daher unsere Ergebnisgrößen. Ohne diese Bereinigung sind Aussagen über die künftige Entwicklung der Ertragslage nur eingeschränkt möglich. Durch die zusätzliche Betrachtung des unbereinigten EBIT/EBITDA AL werden auch die Sondereinflüsse berücksichtigt. Hierdurch fördern wir den ganzheitlichen Blick auf unsere Aufwendungen. Neben diesen absoluten Größen verwenden wir die EBIT- und EBITDA AL-Margen, um diese Kennzahlen im Verhältnis zum Umsatz zu zeigen. Dies lässt einen Vergleich der Ertragskraft von ergebnisorientierten Bereichen unterschiedlicher Größen zu.

Die Herleitung des EBITDA AL, des EBIT sowie des Konzernüberschusses/(-fehlbetrags) auf die um Sondereinflüsse bereinigten Werte finden Sie im Kapitel „Geschäftsentwicklung des Konzerns“.

Das **bereinigte Ergebnis je Aktie** ermittelt sich aus dem bereinigten Konzernüberschuss im Verhältnis zur zeitlich gewichteten Summe aller ausstehenden Stammaktien, welche unter Abzug der gewichteten durchschnittlichen Anzahl der von der Deutschen Telekom AG gehaltenen eigenen Aktien berechnet wird.

Finanzierungsspielraum

Den **Free Cashflow AL** (vor Ausschüttung und Investitionen in Spektrum) definieren wir als Cashflow aus Geschäftstätigkeit abzüglich Nettozahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte (ohne Goodwill) und Sachanlagen sowie der Tilgung von Leasing-Verbindlichkeiten – ohne Berücksichtigung von Finanzierungs-Leasing-Sachverhalten der T-Mobile US. Der Free Cashflow AL ist ein zentraler Gradmesser für die Fremd- und Eigenkapitalgeber. Er misst das Potenzial zur Weiterentwicklung unseres Unternehmens, zur Schaffung von organischem Wachstum und für die Dividendenfähigkeit sowie für die Fähigkeit, Verbindlichkeiten zurückzuzahlen.

Der **Cash Capex** (vor Investitionen in Spektrum) entspricht den Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte (ohne Goodwill) und Sachanlagen, die als Teil des Free Cashflows auszahlungsrelevant dargestellt sind.

Ein **Rating** ist eine Beurteilung oder Klassifizierung der Bonität von Schuldtiteln und deren Emittenten nach einheitlichen Kriterien. Die Beurteilung der Bonität durch Rating-Agenturen hat Einfluss auf den Kapitalmarktzugang zu den internationalen Finanzmärkten und die Refinanzierungskosten. Wir haben als Teil unserer Finanzpolitik einen Rating-Korridor definiert. Mit einem Rating im Bereich von A– bis BBB (Standard & Poor's, Fitch) bzw. A3 bis Baa2 (Moody's) sind wir überzeugt, grundsätzlich den notwendigen Kapitalmarktzutritt zu haben, um die erforderlichen Finanzierungsmittel zu generieren.

Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

		2021	2020	2019	2018	2017
Kundenzufriedenheit (TRI*M-Index)		73,4	72,2	67,3	67,7	68,6
Mitarbeiterzufriedenheit (Engagement-Score) ^a		77	4,0	4,0	4,1	4,1
Energieverbrauch ^{b, c}	GWh	13.323	12.843	9.324	9.224	8.943
CO ₂ -Ausstoß (Scope 1 + 2) ^{c, d}	kt CO ₂ e	247	2.512	1.797	2.354	2.896
Kunden im Festnetz und Mobilfunk						
Mobilfunk-Kunden ^e	Mio.	248,2	241,5	184,0	178,4	168,4
Festnetz-Anschlüsse	Mio.	26,1	27,4	27,5	27,9	27,9
Breitband-Kunden ^{f, g}	Mio.	21,6	21,7	21,0	20,2	18,9
Systemgeschäft						
Auftragseingang ^h	Mio. €	4.174	4.564	4.740	6.776	5.241

^a Erhebung des Engagement-Score per in den Jahren 2021, 2019 und 2017 durchgeführter Mitarbeiterbefragung. 2021 wurde u. a. die Skalentlogik des Engagement-Scores (ehemals „Engagement-Index“) von 1 bis 5 auf 0 bis 100 geändert.

^b Energieverbrauch im Wesentlichen: Strom, Kraftstoff, weitere fossile Brennstoffe, Fernwärme für Gebäude.

^c Die Vorjahresangaben (2017 bis 2020) wurden aus den mit begrenzter Sicherheit (Limited Assurance) geprüften nichtfinanziellen Erklärungen der jeweiligen Jahre entnommen. Diese Angaben waren nicht Gegenstand der gesetzlichen Prüfung von Konzernabschluss und zusammengefasstem Lagebericht.

^d Berechnet nach der marktbasierter Methode des Greenhouse Gas Protocols.

^e Inklusive Wholesale-Kunden der T-Mobile US.

^f Ohne Wholesale.



^g Seit dem zweiten Quartal 2018 berichten wir Breitband-Kunden statt der auf einer Technologie-Sicht basierenden Breitband-Anschlüsse. Die Werte für 2017 wurden rückwirkend angepasst.

^h Im Zusammenhang mit der Neuaufstellung des Telekommunikationsgeschäfts für Geschäftskunden wurde der Auftragseingang für das Geschäftsjahr 2019 rückwirkend angepasst.



Wir wollen, dass unsere Kund*innen zufrieden – wenn nicht sogar begeistert – sind, denn zufriedene Kund*innen sind Multiplikatoren unseres Unternehmenserfolgs. Als serviceorientiertes, verantwortungsvolles Unternehmen liegen uns die Bedürfnisse und Meinungen unserer Kund*innen am Herzen und wir wollen sie langfristig an unser Unternehmen binden. Daher messen wir die **Kundenbindung/-zufriedenheit** in unseren Gesellschaften mithilfe der weltweit anerkannten TRI*M-Methodik. Die Ergebnisse systematischer Befragungen werden in einer Kennzahl dargestellt: dem **TRI*M-Index**. Um die hohe Bedeutung der Kundenbindung/-zufriedenheit für unser operatives Geschäft zu unterstreichen, wurde eine Steuerung und Incentivierung der Vorstände und berechtigten Führungskräfte auch über die langfristige variable Vergütung (Long Term Incentive) eingeführt. Als einer von vier relevanten Zielparametern fließt diese Kennzahl seit 2010 in die Variable II sowie in den seit 2015 aufgelegten Long Term Incentive Plan ein, an dem seit 2021 auch der Vorstand teilnimmt. Dabei aggregieren wir die für die operativen Einheiten (ohne T-Mobile US) ermittelten TRI*M-Indizes in Annäherung an die jeweiligen Umsatzanteile der Einheiten zu einem TRI*M-Konzernwert. Auf diese Weise partizipieren die Vorstände und berechtigten Führungskräfte an der Entwicklung der konzernweiten Kundenbindung/-zufriedenheit.

Weitere Informationen zur Kundenzufriedenheit finden Sie im Kapitel „Konzernstrategie“.

Unsere Mitarbeiter*innen möchten sich für die Entwicklung des Unternehmens einsetzen und sich mit ihm identifizieren. Wir wollen einen offenen Dialog und einen produktiven Austausch mit unseren Mitarbeiter*innen etablieren. Dabei helfen uns neue Arbeitsformen und moderne Kommunikationsmöglichkeiten sowie regelmäßige Befragungen. Zu den wichtigsten konzernweiten (ohne T-Mobile US) Feedback-Instrumenten für die Beurteilung der **Mitarbeiterzufriedenheit** zählen die regelmäßigen Mitarbeiterbefragungen und die halbjährlich durchgeführte Pulsbefragung. Wir messen den Leistungsindikator Mitarbeiterzufriedenheit in unserem Unternehmen mit dem sog. „**Engagement-Score**“ – abgeleitet aus den Ergebnissen der jeweils letzten Mitarbeiterbefragung. Im Rahmen der im Jahr 2021 durchgeführten Mitarbeiterbefragung wurden der Fragebogen und das Messmodell überarbeitet und auf Basis von Feedback und neusten wissenschaftlichen Erkenntnissen aktualisiert. Dabei wurde u. a. die Skalenlogik des Engagement-Scores (ehemals „Engagement-Index“) von 1 bis 5 auf 0 bis 100 geändert.

  Die hohe Bedeutung der Mitarbeiterzufriedenheit für den Unternehmenserfolg hat dazu geführt, dass eine Steuerung und Incentivierung der Vorstände und berechtigten Führungskräfte auch über die langfristige variable Vergütung (Long Term Incentive) eingeführt wurde. Als einer von vier relevanten Zielparametern fließt das Mitarbeiter-Feedback seit 2010 in die Variable II sowie in den seit 2015 aufgelegten Long Term Incentive Plan ein, an dem seit 2021 auch der Vorstand teilnimmt. Auf diese Weise partizipieren die Vorstände und berechtigten Führungskräfte an der Entwicklung der konzernweiten Mitarbeiterzufriedenheit.

Weitere Informationen zur Mitarbeiterzufriedenheit finden Sie im Kapitel „Mitarbeitende“.

  Klimawandel und Umweltzerstörung sind existenzielle Bedrohungen für die Welt. Unternehmen sind daher gefordert, ihre Energie- und Ressourceneffizienz deutlich zu steigern und den absoluten Energieverbrauch zu begrenzen. Für Anbieter von Informations- und Kommunikationstechnologie wird dieser Aspekt immer wichtiger. Die oft formulierte Erwartung an die Branche ist, dass der Grundverbrauch an Energie bei gleichzeitigem Ausbau des Telekommunikationsnetzes mittelfristig mindestens stabil bleibt oder sogar leicht sinkt. Die Deutsche Telekom erfasst seit über 20 Jahren „Environmental, Social and Governance“ (ESG)-Daten und -Kennzahlen, die in erster Linie dazu genutzt werden, unsere konzernweiten ESG KPIs zu berechnen, mit denen wir unsere CR-Leistung messen und steuern. Mit dem nichtfinanziellen Leistungsindikator „**Energieverbrauch**“ dokumentieren wir den Energieverbrauch für den Betrieb unseres eigentlichen Geschäftsmodells. So haben wir unser Ziel, den Energieverbrauch mittelfristig mindestens stabil zu halten, immer im Blick und können bei Bedarf nachsteuern. Zur Zielerreichung investieren wir in Energieeinsparmaßnahmen und -programme für alle Energieträger. Gleichzeitig beeinflusst das Ziel die Optimierung und Innovation unserer künftigen Infrastruktur und fördert den Einsatz innovativer Technologie-Komponenten. Wir kommen unserer Verantwortung zum Klima- und Ressourcenschutz auch dadurch nach, dass wir mit verschiedenen Initiativen daran arbeiten, den CO₂-Ausstoß zu reduzieren, der im Rahmen unserer Geschäftstätigkeit anfällt. Zu diesen Initiativen gehört u. a. die nachhaltige Verankerung von 100 % Grünstrom, die Verbrauchsoptimierung bei Gebäuden und die sukzessive Umstellung der im Konzern verwendeten Fahrzeugflotte von fossilen Brennstoffen auf emissionsfreie oder -arme Antriebsformen. Unseren Fortschritt bemessen wir mit dem nichtfinanziellen Leistungsindikator „**CO₂-Ausstoß**“ (Scope 1 und 2). Die hohe Bedeutung dieser beiden ESG-Ziele hat dazu geführt, dass seit 2021 eine Steuerung und Incentivierung der Vorstände auch über die jährliche variable Vergütung eingeführt wurde.

Weitere Informationen zu diesen und weiteren ESG KPIs finden Sie im Kapitel „Corporate Responsibility und nichtfinanzielle Erklärung“.

Als einer der weltweit führenden Anbieter von Telekommunikation und Informationstechnologie ist die Entwicklung unseres Konzerns – und damit auch unserer finanziellen Leistungsindikatoren – eng verknüpft mit der Entwicklung der **Kundenzahlen**. Darum sind Kundengewinnung und -bindung unabdingbar für den Erfolg unseres Unternehmens. Wir messen die Entwicklung unserer Kundenzahl entsprechend der Geschäftstätigkeit in unseren operativen Segmenten in unterschiedlichen Ausprägungen: Je nach operativem Segment sind das die Zahl der Mobilfunk-Kunden sowie die Zahl der Breitband-Kunden und Festnetz-Anschlüsse.

In unserem operativen Segment Systemgeschäft verwenden wir den **Auftragseingang** als nichtfinanziellen Leistungsindikator. Dabei definieren und ermitteln wir den Auftragseingang als die Summe aller Beträge der Kundenaufträge, die im Geschäftsjahr eingegangen sind. Der Auftragseingang in Form von langfristig abgeschlossenen Verträgen hat für unseren Konzern eine hohe Bedeutung bei der Abschätzung des Umsatzpotenzials. Damit ergibt sich aus dem Auftragseingang eine recht hohe Planungssicherheit.

Auswirkung der Coronavirus-Pandemie auf unsere Geschäftstätigkeit sowie Leistungsindikatoren

Die Weltwirtschaft hat sich 2021 von der Corona-Krise erholt, ihre Auswirkungen prägen jedoch weiterhin die wirtschaftliche Entwicklung. Unsere Geschäftstätigkeit und die finanziellen Leistungsindikatoren waren in verschiedenen Geschäftsfeldern bei Umsatz und Ergebnis von der Coronavirus-Pandemie betroffen. So bedeuten temporäre Reisebeschränkungen geringere Roaming- und Visatoren-Umsätze in unseren operativen Segmenten. Des Weiteren ergaben sich durch temporäre Shop-Schließungen Belastungen im Endgerätegeschäft. Auf der anderen Seite verzeichneten wir eine verstärkte Nachfrage bei Sprachverbindungen im Mobilfunk wie im Festnetz sowie einen Mehrbedarf an mobilen Daten durch hybrides Arbeiten.

Bei den nichtfinanziellen Leistungsindikatoren zeigte sich auch im Berichtsjahr, dass die Coronavirus-Pandemie unsere Art der Zusammenarbeit maßgeblich geprägt hat. Dabei konnten wir auf den Erfahrungen der vorangegangenen Monate aufbauen und proaktiv Maßnahmen ergreifen, die sich bei den Mitarbeiter*innen in einer ausgezeichneten Performance sowie einer Mitarbeiterzufriedenheit (Engagement-Score) auf Rekordniveau widerspiegelten. Unsere Kundenzahlen profitierten im Berichtsjahr von der Wiedereröffnung der Shops nach den Corona-bedingten temporären Shop-Schließungen im Vorjahr und zu Jahresbeginn. Dies spiegelte sich in unseren operativen Segmenten in der Entwicklung der Kundenzahlen wider.

Basierend auf den Erkenntnissen aus der Vergangenheit, sind durch die Coronavirus-Pandemie auch zukünftig nur eingeschränkt Auswirkungen auf unser Geschäft zu erwarten.

Wirtschaftliches Umfeld

Gesamtwirtschaftliche Entwicklung

Die Weltwirtschaft hat sich 2021 von der Corona-Krise erholt, ihre Auswirkungen prägen jedoch weiterhin die wirtschaftliche Entwicklung. In den fortgeschrittenen Volkswirtschaften hat der private Konsum im Zuge sinkender Neuinfektionen und rascher Impffortschritte ab dem Frühjahr 2021 deutlich angezogen. Allerdings führten seit Beginn 2021 zunehmende Liefer- und Kapazitätsengpässe zu Störungen in den globalen Wertschöpfungsketten und bremsten in vielen Ländern die Industrieproduktion. Aufgrund des Anstiegs der weltweiten Nachfrage und der angebotsseitigen Lieferengpässe sind die Erzeuger- und Verbraucherpreise stark angestiegen.

Der Internationale Währungsfonds (IWF) rechnet für das Jahr 2021 mit einer Zunahme der globalen Wirtschaftsleistung um 5,9 %. Auch in unseren Kernmärkten hat sich die Wirtschaft von den Folgen der Coronavirus-Pandemie erholt. In Deutschland ist das Bruttoinlandsprodukt (BIP) gegenüber dem Vorjahr um 2,7 % gewachsen. Das Wachstum hat sich allerdings zum Jahresende 2021 aufgrund der Liefer- und Materialengpässe sowie des erneut angestiegenen Infektionsgeschehens deutlich abgeschwächt. Steigende Erzeugerpreise, Lieferengpässe und ein Anstieg der privaten Nachfrage haben in vielen Regionen der Welt im zweiten Halbjahr 2021 zu einem kräftigen Auftrieb der Inflation geführt.

Der Bitkom-ifo-Digitalindex, der sich aus der Beurteilung der Geschäftslage und -erwartungen berechnet, ist im ersten Halbjahr 2021 stark angestiegen, in der zweiten Jahreshälfte etwas abgefallen. Im Vergleich zu der Gesamtwirtschaft lag das Geschäftsklima in der ICT-Branche auf deutlich höherem Niveau.

In den USA wuchs die Wirtschaft im Berichtsjahr um 5,7 % und erreichte bereits im zweiten Quartal 2021 das Niveau vor Ausbruch der Corona-Krise. Der deutliche Anstieg der privaten Konsumausgaben trug maßgeblich zum Wachstum bei. Der US-Arbeitsmarkt hat sich 2021 nach dem Corona-Einbruch erholt, die Arbeitslosenquote lag allerdings noch über Vorkrisenniveau. Die Verbraucherpreise sind 2021 im Vergleich zum Vorjahr deutlich angestiegen. Maßgebliche Ursache sind Lieferengpässe, höhere Energiepreise und steigende Mieten. Vor dem Hintergrund der zunehmenden wirtschaftlichen Aktivität hat die US-Notenbank Ende 2021 beschlossen, ihre Anleihenkäufe zurückzuführen und die Weichen für Zinserhöhungen gestellt. Auch die Volkswirtschaften der Länder unseres operativen Segments Europa verzeichneten 2021 trotz teils hoher Corona-Infektionszahlen ein kräftiges Wachstum der Wirtschaftsleistung; die Erwerbslosenquoten gingen zurück. Angesichts hoher Inflationsraten haben die Zentralbanken Ungarns, der Tschechischen Republik und Polens die Zinsen angehoben.

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Entwicklung der Wachstumsraten des BIP und der Arbeits- bzw. Erwerbslosenquoten in unseren wichtigsten Märkten. Für Deutschland wird die Arbeitslosenquote und für die übrigen Länder die Erwerbslosenquote nach ILO-Standard gezeigt.

in %

	BIP 2019 gegenüber 2018	BIP 2020 gegenüber 2019	Schätzung BIP 2021 gegenüber 2020	Arbeits-/ Erwerbslosen- quote 2019	Arbeits-/ Erwerbslosen- quote 2020	Schätzung Arbeits-/ Erwerbslosen- quote 2021
Deutschland	1,1	(4,6)	2,7	5,0	5,9	5,7
USA	2,3	(3,4)	5,7	3,7	7,7	5,5
Griechenland	1,8	(9,0)	7,1	17,9	17,6	15,3
Rumänien	4,2	(3,7)	7,0	3,9	5,0	5,0
Ungarn	4,6	(4,7)	7,4	3,3	4,1	4,1
Polen	4,7	(2,5)	4,9	3,3	3,2	3,3
Tschechische Republik	3,0	(5,8)	3,0	2,0	2,6	2,7
Kroatien	3,5	(8,1)	8,1	6,6	7,5	6,7
Niederlande	2,0	(3,8)	4,0	3,4	3,8	3,5
Slowakei	2,6	(4,4)	3,8	5,8	6,7	6,8
Österreich	1,5	(6,7)	4,4	4,8	6,0	5,0

Quellen: Eurostat, Europäische Kommission, nationale Behörden. Stand Januar 2022.

Telekommunikationsmarkt

Die Nachfrage nach schnellem Breitband – festnetzgebunden und mobil – ist ungebrochen. Nach Schätzungen von Analysys Mason stieg der Datenverkehr im Festnetz im Jahr 2021 weltweit um 25 %, der mobile Datenverkehr um 37 %. Gerade auch die Coronavirus-Pandemie hat deutlich gemacht, dass eine resiliente, leistungsfähige Breitband-Infrastruktur für die digitale Transformation von zentraler Bedeutung ist. Zahlreiche Länder haben ambitionierte Ausbauziele formuliert. So hat etwa die Europäische Kommission im März 2021 das Ziel vorgegeben, dass bis 2030 alle Haushalte in der Europäischen Union (EU) über eine Gigabit-Anbindung verfügen und alle bevölkerten Gebiete mit 5G-Netzen versorgt werden sollen. Eine Studie der Boston Consulting Group veranschlagt, dass Investitionen in Höhe von 300 Mrd. € erforderlich sind, um dieses Ziel zu erreichen.

Digitalisierung und Breitband-Infrastruktur spielen auch in den im Rahmen der Corona-Krise aufgelegten Konjunkturprogrammen eine wichtige Rolle. In der EU wurde im Februar 2021 die Einrichtung der Aufbau- und Resilienzfazilität beschlossen, die mit 672,5 Mrd. € ausgestattete tragende Säule des „NextGenerationEU“ Aufbauplans. Mindestens 20 % der Mittel, die an die Mitgliedsstaaten fließen, sind für Projekte bestimmt, die den digitalen Wandel fördern. Auch auf nationaler Ebene wurden zahlreiche Förderprogramme aufgelegt, um den Breitband-Ausbau und die digitale Transformation zu unterstützen. So hat etwa in den USA der Kongress im November 2021 ein umfangreiches Infrastrukturprogramm beschlossen, das u. a. 65 Mrd. US-\$ für den Ausbau der Breitband-Infrastruktur und die Förderung der Nachfrage nach Breitband-Diensten vorsieht.

Die Telekommunikationsbranche ist unverändert von einer hohen Wettbewerbsintensität geprägt. Verbraucher profitieren von einer breiten Angebotsauswahl. Im Festnetz stehen etablierte Telekommunikationsunternehmen im intensiven Wettbewerb mit Kabelnetz-Betreibern, Stadtnetz-Betreibern und Wiederverkäufern, die auf überwiegend regulierte Vorleistungsprodukte zurückgreifen. Finanzinvestoren steigen vermehrt in den Ausbau regionaler und überregionaler Glasfasernetze ein. Schließlich üben Internet-Unternehmen mit Over-The-Top (OTT)-Kommunikationsdiensten zunehmenden Wettbewerbsdruck aus. Zudem operieren in jedem unserer Märkte drei oder vier Mobilfunk-Betreiber, die über eine eigene Netzinfrastruktur verfügen. Darüber hinaus haben sich in vielen Märkten MVNOs etabliert, die auf die Netzinfrastruktur der klassischen Mobilfunknetz-Betreiber zurückgreifen.

Deutschland

Nach Angaben der Bundesnetzagentur in ihrem Tätigkeitsbericht von Dezember 2021 stieg der Umsatz mit Telekommunikationsdiensten, Pay-TV und IT-Diensten in Deutschland im Berichtsjahr im Vergleich zum Vorjahr leicht an. Ausschlaggebend hierfür war die einsetzende wirtschaftliche Erholung nach negativer Beeinträchtigung durch die Coronavirus-Pandemie. Dabei war der Umsatzanstieg v. a. auf das Wachstum der mobilen Telekommunikationsdienste zurückzuführen. Der Umsatz der Festnetz-Dienste inklusive TV stieg ebenfalls, allerdings mit geringerer Rate.

Die Zahl der Breitband-Anschlüsse in Deutschland stieg bis zum Ende des ersten Halbjahres 2021 gemäß Angaben der Bundesnetzagentur um 0,8 % auf 36,5 Mio. Für 2022 wird laut Prognose von Analysys Mason eine weitere Steigerung der Breitband-Anschlüsse um 2,2 % erwartet. Sowohl im Kabel- als auch im VDSL-/Vectoring-Netz werden immer mehr Anschlüsse mit hohen Bandbreiten vermarktet. Dabei wird das Angebot um Glasfaser-Anschlüsse sowie innovative hybride Anschluss-Technologien ergänzt. Die Verfügbarkeit von hohen Bandbreiten in Deutschland sowie das große Angebot an HD-Inhalten und Video-on-Demand-Diensten führen zu mehr Kundenwachstum im IPTV-Geschäft. Anbieter verzeichnen Umsatzwachstum im Breitband-Geschäft durch steigende Kundenzahlen und gleichzeitig steigende Umsätze pro Kunde bei Breitband-Produkten und Triple-Play-Bündeln aus Telefonie, Breitband-Anschluss und TV-Empfang. Des Weiteren hielt der Trend zur Nutzung konvergenter Angebote aus Festnetz und Mobilfunk (FMC) an.

Im deutschen Mobilfunk-Markt stiegen die Service-Umsätze gegenüber 2020 leicht an. Hauptgrund für das Umsatzwachstum war die weiterhin steigende Datennutzung um 54 % (Quelle: Analysys Mason). Dieser zusätzlichen Nachfrage nach höherwertigen Tarifen und Endgeräten wirkten Umsatzrückgänge aus fehlendem internationalem Roaming-Verkehr durch verminderte internationale Reisen sowie Regulierungseffekte und anhaltender Preis- und Wettbewerbsdruck entgegen. Die Nutzung von mobilen Daten u. a. für mobile Videoanwendungen wächst weiterhin stark. Dabei ist auch die Verfügbarkeit der neuesten Mobilfunk-Technologie 5G im Jahr 2021 stark gestiegen. Der Anteil von Sprach- und Datentarifen nimmt stetig zu. Klassische Sprach- und SMS-Dienste werden mehr und mehr durch kostenfreie IP-Messaging-Dienste wie WhatsApp und soziale Netzwerke wie Facebook ersetzt. Vernetzte Produkte wie Smartphones und Tablets, aber auch andere vernetzte Geräte wie Uhren und Fitness-armbänder (Wearables) werden immer beliebter. Dies steigert die Nachfrage nach hohen mobilen Breitband-Geschwindigkeiten, großen Datenvolumina und zusätzlichen SIM-Karten in den Tarif-Portfolios.

Die Digitalisierung schreitet weiter voran, daher verlangt auch die Industrie nach mehr Konnektivität, um Maschinen und Produktionsstätten zu vernetzen und Wertschöpfungsketten effizienter zu gestalten. Dazu braucht es umfassende IT- und Cloud-Lösungen sowie intelligente Ansätze für M2M-Kommunikation.

USA

Die andauernde Coronavirus-Pandemie hat in den USA zu einer anhaltenden Nachfrage nach Breitband-Diensten geführt – sowohl im Festnetz- als auch im Mobilfunk-Geschäft. Die Nutzung von Breitband-Diensten im Retail-Geschäft stieg aufgrund von über 10 Mrd. US-\$ an pandemiebedingten Fördermitteln für Privatkunden, Schulen und Bibliotheken. Die Pandemie hat darüber hinaus die Einführung digitaler Dienste beschleunigt. Dies hatte eine höhere Nachfrage nach ICT-Lösungen im Geschäftskundenbereich zur Folge.

Um dieser erhöhten Nachfrage gerecht zu werden, investieren Netzbetreiber intensiv sowohl ins Festnetz als auch ins Mobilfunknetz in städtischen, vorstädtischen und zunehmend auch in ländlichen Gebieten. Im Rahmen des Infrastrukturausbaus haben Telekommunikationsanbieter erhebliche Investitionen ins Glasfasernetz angekündigt. Anfang 2021 gab AT&T bekannt, die Abdeckung des eigenen Glasfasernetzes um weitere 3 Mio. Kundenstandorte in über 90 Ballungsräumen ausbauen zu wollen. Neben kleineren Anbietern gab auch Verizon Pläne für den weiteren Glasfaser-Ausbau bekannt. Der Festnetz-Anbieter Frontier hat sich zum Ziel gesetzt, bis 2025 10 Mio. Gebäude anzubinden, gegenüber ursprünglich geplanten 6 Mio. Ebenso hat der regionale Anbieter Windstream im Jahr 2021 eine Initiative für den Ausbau von Glasfaser bis ins Gebäude (Fiber to the Premises, FTTP) ins Leben gerufen.

Auch Mobilfunk-Anbieter haben weiterhin stark in die Errichtung des US-amerikanischen 5G-Netzes investiert: Die drei großen landesweiten Mobilfunknetz-Betreiber – AT&T, T-Mobile US und Verizon – machen geltend, 5G-Mobilfunk-Anbindungen in der gesamten USA anbieten zu können. Zum Jahresende 2021 teilte T-Mobile US mit, das eigene 5G-Netz versorge in den USA 310 Mio. Menschen über das 600 MHz-Band und über 210 Mio. Menschen mit „Ultra Capacity 5G“ im 2,5 GHz-Band und Millimeterwellen-Bereich (mmWave). Das Unternehmen AT&T gab bekannt, dass sein 5G-Netz im Juli 2021 landesweit über 250 Mio. Menschen erreicht habe. Nach Angaben von Verizon versorgt deren 5G-Mobilfunknetz im Niedrigband-Bereich über 230 Mio. Menschen in den USA. Die Betreiber bieten zunehmend auch Bündelangebote aus Festnetz und Mobilfunk an. Sie tun dies in Konkurrenz zu den etablierten Kabelnetz-Betreibern und Internet Service Providern sowie in Gebieten, in denen herkömmliche Breitband-Anschlüsse nicht zur Verfügung stehen. Von den großen Anbietern investieren v. a. Verizon und T-Mobile US in 5G-Bündelangebote aus Festnetz und Mobilfunk. Das Angebot von T-Mobile US steht landesweit über 30 Mio. Haushalten zur Verfügung, das von Verizon erreicht in den USA 62 Städte. Zusätzlichen Druck könnte DISH in den infrastrukturasierten Wettbewerb bringen, da das Unternehmen sein eigenes 5G-Netz weiter ausbaut. Die Auflagen der US-amerikanischen Regulierungsbehörde Federal Communications Commission (FCC) sehen vor, dass DISH bis spätestens 14. Juni 2022 mindestens 20 % der US-amerikanischen Bevölkerung mit 5G-Breitband-Diensten versorgt und ein Kernnetz ausgebaut haben muss. Die FCC hat 2021 weiteres Spektrum für den 5G-Ausbau vergeben, darunter Lizenzen im 3,5 GHz-Bereich und im 3,7 GHz-Bereich. Eine weitere Spektrumauktion über 100 MHz im Frequenzbereich 3,45 bis 3,55 GHz startete Anfang Oktober 2021 und wurde Ende Januar 2022 abgeschlossen. Für das Jahr 2022 ist eine weitere Spektrumauktion im Frequenzbereich 2,5 bis 2,7 GHz geplant.

Der Infrastrukturausbau in den USA wird in den kommenden Jahren von weiteren staatlichen Förderprogrammen profitieren. Dazu zählt der Rural Digital Opportunity Fund: Die FCC plant, über die nächsten 10 Jahre 20,4 Mrd. US-\$ für den Ausbau von Breitband-Infrastruktur in nicht- oder unterversorgten Gebieten der USA bereit zu stellen. Die erste Phase der Auktion wurde im September 2020 abgeschlossen und steuert 9,2 Mrd. US-\$ für den Ausbau in nicht versorgten Gebieten bei. Der Zeitraum für die zweite Auktionsphase steht noch nicht fest. Die Zuteilung weiterer Fördergelder in Höhe von 65 Mrd. US-\$ wurde per Gesetzgebung des US-Kongresses im September 2021 beschlossen. Der Kongress hat Zuschüsse für die Bundesstaaten in Höhe von 42,45 Mrd. US-\$ bewilligt. Damit sollen Ausbau und Kartierung der Breitband-Infrastruktur sowie der Zugang zu Breitband-Angeboten gefördert werden. Weitere 14,2 Mrd. US-\$ sollen dafür eingesetzt werden, den Zugang zur Breitband-Infrastruktur erschwinglicher zu machen. In Programme zur Förderung digitaler Chancengleichheit und Inklusion sollen 2,75 Mrd. US-\$ einfließen.

Europa

Die traditionellen Telekommunikationsmärkte unseres Segments waren zu Beginn des Berichtsjahrs im Wesentlichen durch die Coronavirus-Pandemie beeinflusst worden. Sie führte u. a. dazu, dass infolge der teils eingeschränkten Reisetätigkeiten die Roaming-Umsätze im Mobilfunk gegenüber dem Vorjahr gesunken sind. Aufgrund unterjähriger Lockdowns oder Teil-Lockdowns in den Ländern unseres Segments mussten z. B. die Shops zeitweise schließen. Somit verlagerte sich ein Großteil des öffentlichen Lebens ins Internet. Es wurden verstärkt Breitband- und TV-Dienste nachgefragt. Laut Analysys Mason spiegelt sich das in den Zahlen zum Festnetz-Geschäft (ohne Systemgeschäft) wider: Es wächst leicht und konnte damit die rückläufigen Umsätze aus der Sprachtelefonie ausgleichen. Auch die Entwicklung im Mobilfunk-Geschäft fiel leicht höher gegenüber dem Vorjahr aus. Somit erhöhten sich insgesamt auch die Umsätze gegenüber dem Vorjahr.

Im Berichtsjahr setzten sich in unserem europäischen Footprint Fusions- und Übernahmeaktivitäten von Marktteilnehmern, wie wir sie in den Jahren vor Ausbruch der Corona-Krise beobachten konnten, fort. Zum Beispiel wird in Griechenland nach der Übernahme von Forthnet/Nova auch die Übernahme von Wind Hellas durch die United Group im ersten Halbjahr 2022 erwartet. In Polen wird die Iliad Group nach Play voraussichtlich im ersten Halbjahr 2022 auch UPC PL übernehmen. In Ungarn hat die Digi angekündigt, ihr ungarisches Festnetz-, Mobilfunk- und Pay-TV-Geschäft an die ungarische ICT-Gruppe 4iG zu veräußern. In Rumänien übernahm Orange zum 30. September 2021 den 54 %-Anteil an der Telekom Romania von OTE. Hinsichtlich des Erwerbs von Spektrumlizenzen konnte nur mäßige Aktivität auf den Märkten im Berichtsjahr beobachtet werden. Jedoch haben sich die Aktivitäten bei den Funkturmgeschäften beschleunigt. So verständigten sich in Polen sowohl Play als auch Polkomtel auf ein Funkturmgeschäft mit Cellnex.

Konvergente Bündelangebote aus Festnetz und Mobilfunk (FMC) haben sich in unseren Märkten etabliert und weisen weiterhin starke Wachstumsraten auf. Laut Analysys Mason stiegen sowohl die FMC-Kundenzahlen als auch Umsätze gegenüber dem Vorjahr weiter an. Dieser Trend wird einerseits verstärkt durch weitere Übernahmen in ausgewählten europäischen Märkten wie Griechenland oder Kroatien. Andererseits erfolgt durch die Weiterentwicklung bestehender Endkundenangebote eine zielgruppenspezifische Ansprache, wie z. B. Proximus in Belgien, und innovative Bündelvorteile, u. a. „MagentaOne“ in unseren Landesgesellschaften. Diese integrierten Vorteilspakete weisen in unseren Gesellschaften weiterhin hohe Wachstumsraten auf und adressieren häufig die Mehrzahl der Privatkunden, was sich positiv auf Kundenzufriedenheit, Kündigungsraten und Umsatzsteigerung auswirkt.

In den Märkten unseres operativen Segments Europa stellen subscriptionsbasierte Streaming-Dienste wie Netflix und Prime Video weiterhin ein nur geringes Substitutionspotenzial zum klassischen „Bezahlfernsehen“ dar. Laut Analysys Mason lag der Anteil nur bei ca. 10 %. Dafür gibt es zwei Gründe: Erstens ist das Preisniveau dieser Dienste in der Regel international gleich und nicht (oder nur unwesentlich) an die lokale Kaufkraft angepasst. Zweitens sind erfolgreiche Angebote wie Disney+ in den meisten unserer Märkte bisher nicht verfügbar oder die Inhalte sind nur teilweise sprachlich lokalisiert und sprechen damit nur kleinere Bevölkerungsschichten an. Dass das dennoch ein attraktives Geschäftsmodell ist, das sich in unseren Märkten weiter entwickeln wird, zeigt sich an der Entwicklung gegenüber dem Vorjahr: Laut Analysys Mason zeigten die Streaming-Dienste in Europa sowohl bei den Umsätzen als auch bei der Kundenentwicklung einen starken Anstieg.

Der Geschäftskundenbereich erfuhr in Europa das zweite Jahr in Folge die Auswirkungen der Pandemie. Dem ersten Halbjahr 2021, das von Lockdowns und massiven Einschränkungen gezeichnet war, folgten im zweiten Halbjahr Liefer- und Materialengpässe und daraus resultierende Unsicherheiten in überdurchschnittlich vielen Branchen. Unternehmenserfolge in Europa zeigen mittlerweile starke Abhängigkeiten von anderen Kontinenten und benötigen Zuverlässigkeit bei der Logistik. So manche Investitionen wurden vorsorglich in das nächste Geschäftsjahr geschoben. Dennoch verstärkte sich auch im Jahr 2021 die Nachfrage bei Lösungen zu mobilem (Zusammen-)Arbeiten, Videokonferenzsystemen oder kosteneffizienteren Systemlandschaften in der Cloud- bzw. IoT-Welt. Der öffentliche Sektor stattete seine Mitarbeiter*innen in fast allen europäischen Märkten für mobiles Arbeiten aus. Große Unternehmen folgten auch 2021 dem Trend, ihre Systemlandschaften zukunftssicher zu machen, z. B. mit Lösungen wie Microsoft Azure. Digitalisierung von Datensicherungen, aber auch die Präsenz in der digitalen Ökonomie mit Online-Marketing und Webshops sind viele kleine und mittelständische Unternehmen vermehrt angegangen.

Systemgeschäft

In der Informationstechnologie (IT)-Branche in unserem Kernmarkt Westeuropa stieg das Volumen, das wir durch unser operatives Segment Systemgeschäft sowie die Marke „T-Systems“ adressieren können, im Berichtsjahr um 4,3 % auf 157 Mrd. €. Die Auswirkungen der globalen Coronavirus-Pandemie haben das Investitionsverhalten der IT-Kunden positiv beeinflusst. So starteten viele Unternehmen Digitalisierungsprojekte, z. B. das Einrichten von Homeoffice-Arbeitsplätzen in nahezu allen Industrien.

In Deutschland ist im Bereich der IT-Dienstleistungen die Nachfrage nach Public Cloud Services und Cyber Security Services sowie die Bedeutung der Digitalisierung (inklusive Industrie 4.0) und der Kommunikation zwischen Maschinen (M2M) weiter gewachsen. Der von T-Systems adressierte Security-Markt wuchs 2021 um 11,9 %. Eine ebenfalls positive Entwicklung zeigte der Gesundheitssektor. Hier wurden in Bereichen wie TeleHealth und Healthcare Cloud zweistellige Wachstumsraten erzielt. Demgegenüber zeigten die Marktsegmente der klassischen Infrastrukturen, des Projektgeschäfts und der SAP Services ein geringeres Nachfragewachstum.

Der Wettbewerbs- und Preisdruck hält in allen Teilmärkten unseres operativen Segments Systemgeschäft an. Grund dafür sind zum einen Wettbewerber aus dem klassischen IT-Services-Geschäft, wie z. B. IBM, Atos und Capgemini, zum anderen Cloud-Anbieter wie Amazon Web Services, Microsoft und Google. Der Preisverfall wird verstärkt durch Anbieter von primär „offshore“ erbrachten Leistungen (z. B. Tata Consultancy Services, Infosys, Wipro).

Group Development

Prägend für das Umfeld unseres operativen Segments Group Development sind in erster Linie die Märkte, in denen unsere Gesellschaften T-Mobile Netherlands, Deutsche Funkturm (DFMG) und die österreichische Magenta Telekom Infra (MTI) tätig sind.

Der niederländische Mobilfunk-Markt, in dem T-Mobile Netherlands agiert, war weiterhin geprägt von hohem Preis- und Wettbewerbsdruck. In den Niederlanden besteht eine im europäischen Vergleich fortgeschrittene Bündelung von Festnetz- und Mobilfunk-Produkten in konvergente Angebote (FMC). Aufgrund der Dominanz im Festnetz-Geschäft durch die beiden Unternehmen KPN und VodafoneZiggo blieben die Preise für Mobilfunk-Produkte aufgrund des FMC-Trends unter Druck.

Die DFMG ist der größte Anbieter von passiver Funkinfrastruktur für den Mobil- und Rundfunk in Deutschland. Auch im Geschäftsjahr 2021 verzeichnete der Markt eine gestiegene Nachfrage nach Mobilfunk-Standorten trotz der Coronavirus-Pandemie. Gründe dafür sind zum einen, dass die Netzanbieter Abdeckungslücken schließen wollen, zum anderen steigt die Nachfrage nach Mobilfunk-Datendiensten, was zu einer weiteren Verdichtung der Mobilfunknetze führt.

Die MTI ist der zweitgrößte Anbieter von passiver Funkinfrastruktur für den Mobil- und Rundfunk in Österreich. Im Geschäftsjahr 2021 verzeichnete der österreichische Markt eine weitere Verdichtung. Dies ist in der gestiegenen Nachfrage nach Mobilfunk-Datendiensten sowie der Erfüllung von Ausbau-Auflagen der Netzanbieter begründet.

Wesentliche Regulierungsentscheidungen

Unser Geschäft unterliegt in hohem Maße der nationalen und europäischen bzw. US-amerikanischen Regulierung; damit sind v. a. in Europa weitreichende Eingriffsbefugnisse in unsere Produkt- und Preisgestaltung verbunden. Auch 2021 wurde unser Festnetz- und Mobilfunk-Geschäft umfassend reguliert.

Regulierung

Commitment-Verträge sind in Kraft getreten. Im vierten Quartal 2020 wurden die Vereinbarungen mit Telefónica und Vodafone über die langjährige Zusammenarbeit im Festnetz verlängert. Hierbei wurden die bisherigen Kontingentverträge durch neue Commitment-Verträge ersetzt. Im ersten Quartal 2021 konnten entsprechende langfristige Vereinbarungen auch mit 1&1 und NetCologne getroffen werden. Nachdem die Bundesnetzagentur (BNetzA) keine regulatorischen Einwände gegen die Vereinbarungen vorgetragen hat, sind sie zum 1. April 2021 in Kraft getreten. Neben der fortlaufenden Nutzung von VDSL stellen die Vereinbarungen außerdem bereits die Weichen für eine Nutzung der in den kommenden Jahren von der Deutschen Telekom kontinuierlich auszubauenden FTTH-Glasfasernetze. Dadurch sind die Voraussetzungen für die Zusammenarbeit im Festnetz für die nächsten 10 Jahre geschaffen.

Festlegung von Terminierungsentgelten ab 1. Juli 2021 durch die Europäische Kommission. Die Europäische Kommission hat am 22. April 2021 einen Rechtsakt veröffentlicht, mit dem jeweils eine einheitliche Preisobergrenze für Mobilfunk- (MTR) und Festnetz-Terminierung (FTR) für alle Mitgliedsstaaten der Europäischen Union festgelegt werden. Demnach werden die Mobilfunk-Terminierungsentgelte in mehreren Schritten auf ein einheitliches Niveau von 0,2 Eurocent/Min. im Jahr 2024 abgesenkt. Für Festnetz-Terminierungsentgelte ist zum 1. Januar 2022 ein einheitliches Niveau von 0,07 Eurocent/Min. gesetzt worden; bis dahin galten seit dem 1. Juli 2021 aktualisierte, aber noch je nach Mitgliedsland variierende Preisobergrenzen.

Umsetzung des „Europäischen Kodex für die elektronische Kommunikation“ (EKEK) in nationales Recht. In Deutschland trat das Telekommunikationsmodernisierungsgesetz zum 1. Dezember 2021 in Kraft. Die Novellierung des deutschen Telekommunikationsgesetzes (TKG) war erforderlich, um europäische Vorgaben aus dem EKEK in nationales Recht umzusetzen. Die wichtigsten Änderungen betreffen Verbraucherschutzregelungen, die Regulierung von sog. „Netzen mit hoher Kapazität“, worunter auch FTTH fällt, die Frequenzregulierung, Regelungen zum Universaldienst sowie den Wegfall der Möglichkeit zur Abrechnung von Kabelfernsehanschlüssen über die Nebenkosten der Miete. So wurden zugunsten der Verbraucher Regelungen zu den Vertragslaufzeiten und Vertragsverlängerungen angepasst. Hierdurch sind Verträge nun nach Ablauf der Mindestvertragslaufzeit monatlich kündbar. Weitere Änderungen betreffen die bereits bestehenden Rechte der Endkunden zur Minderung bei Schlechtleistung, die nun noch einmal im TKG aufgenommen wurden. Für die Entstörung gibt es strengere Fristen als bisher. Im Bereich der Wholesale-Regulierung marktmächtiger Unternehmen sieht das TKG Regulierungserleichterungen für den Ausbau von FTTH-Netzen vor. Der bisherige Universaldienst wird nun in Form eines Versorgungsanspruchs sichergestellt. Mindestanforderungen müssen hierzu noch in einer Rechtsverordnung festgelegt werden. Eine wichtige Änderung besteht im Wegfall des sog. „Nebenkostenprivilegs“ zum 30. Juni 2024. Nach diesem Datum dürfen Vermieter die Kosten für Kabel-TV und Internet-Dienste nicht mehr als Betriebskosten in Rechnung stellen. Die Finanzierung des Ausbaus mit Glasfaser erfolgt über neue Finanzierungsinstrumente wie ein Glasfaser-Bereitstellungsentgelt für die Mieter in Höhe von max. 60 Euro pro Jahr für 5 bzw. 9 Jahre, eine Umlage auf die Kaltmiete oder die bereits bestehenden Regelungen zu Netznutzungsentgelten. Auch für Netzbetreiber sinken damit die Kosten für Nutzung von Inhausnetzen. In Griechenland, Österreich, der Slowakei, der Tschechischen Republik und in Ungarn ist der EKEK bereits in nationales Recht umgesetzt worden (mit unterschiedlichen Fristen für das Inkrafttreten, insbesondere im Bereich Kundenschutz). In Kroatien, den Niederlanden, Polen und Rumänien ist der Gesetzgebungsprozess noch nicht abgeschlossen.

BNetzA legt Entscheidungsentwurf für die FTTH-Netze Regulierungsentscheidung vor. Am 11. Oktober 2021 hat die BNetzA ihren Entscheidungsentwurf zur zukünftigen Regulierung des Zugangs zum Kupfer- und Glasfasernetz der Deutschen Telekom vorgelegt. Der Entwurf sieht für FTTH-Netze Regulierungserleichterungen vor: Es soll künftig weder eine ex-ante- noch eine Zugangsregulierung geben. Stattdessen wird das auch im neuen TKG verankerte Prinzip der „Gleichwertigkeit des Zugangs“ (Equivalence of Input, EoI) umgesetzt. Das Konzept sieht vor, dass Vorleistungsnachfrager auf dieselben sachlichen und personellen Ressourcen zugreifen können wie der Vertrieb der Deutschen Telekom. Auch bei der Regulierung von Layer2 (VDSL) beabsichtigt die BNetzA, künftig von der herkömmlichen ex-ante-Regulierung abzusehen und die Entgelte einer Anzeigepflicht zu unterwerfen. Der Entscheidungsentwurf sieht weiterhin vor, dass die Deutsche Telekom Zugang zu Leerrohren und zu Systemen der Betriebsunterstützung gewähren muss. Die Frist für Stellungnahmen zum Entscheidungsentwurf endete am 15. November 2021; die Notifizierung des Entwurfs bei der EU-Kommission soll im ersten Quartal 2022 erfolgen.

Deutsches Gericht hebt die fusionskontrollrechtliche Freigabe des Gemeinschaftsunternehmens Glasfaser NordWest auf. Telekom Deutschland und EWE haben 2020 das Gemeinschaftsunternehmen „Glasfaser NordWest“ gegründet. Ziel des Joint Ventures ist es, bis zu 1,5 Mio. Haushalte und Unternehmensstandorte mit schnellem Internet zu versorgen. Falls die Entscheidung des Oberlandesgerichts (OLG) Düsseldorf vom 22. September 2021 rechtskräftig wird, muss das Bundeskartellamt erneut über die Freigabe und etwaige Auflagen entscheiden. Bis dahin kann das Gemeinschaftsunternehmen den FTTH-Ausbau fortsetzen. Gegen die Nichtzulassung einer Revision gegen die Entscheidung des OLG Düsseldorf haben das Bundeskartellamt, EWE und Telekom Deutschland Nichtzulassungsbeschwerde eingelegt.

BNetzA-Sicherheitskatalog stuft Betreiber öffentlicher Telekommunikationsnetze erstmals als Unternehmen mit erhöhtem Gefährdungspotenzial ein. Die BNetzA hat am 25. August 2021 besondere Sicherheitsanforderungen für Betreiber öffentlicher Telekommunikationsnetze festgelegt. Für kritische Komponenten gelten nach dem IT-Sicherheitsgesetz 2.0 besondere gesetzliche Anforderungen wie z. B. eine Zertifizierungspflicht.

Weitere Informationen zum TKG-Sicherheitskatalog der BNetzA finden Sie im Kapitel [„Risiko- und Chancen-Management – Risiken und Chancen aus Regulierung“](#).

Europäische Roaming-Regulierung. Gemäß der im Dezember 2021 erzielten Einigung zwischen Europäischer Kommission, Rat und Parlament wird die aktuelle Roaming-Verordnung bis zum Jahr 2032 verlängert. Damit gelten die seit 2017 bestehenden Vorgaben zu „Roam like at Home“, wonach Endkunden innerhalb der Europäischen Union zu nationalen Bedingungen telefonieren und Datenvolumen nutzen können, für 10 Jahre weiter. Zusätzlich wurden neue Transparenzvorschriften eingeführt und festgelegt, dass die Qualität von Roaming-Leistungen gegenüber dem Leistungsumfang im Heimatland nicht reduziert werden soll. Für entsprechende Vorleistungen zwischen den Netzbetreibern werden neue, niedrigere Preisobergrenzen bis 2031 festgelegt, die 2024/2025 erneut überprüft werden sollen. Zuvor diskutierte Verschärfungen bei der Regulierung von Telefongesprächen und SMS zwischen Mitgliedsländern der Europäischen Union sind in dem Entwurf nicht aufgenommen worden. Die Verordnung soll zum 1. Juli 2022 in Kraft treten.

Frequenzvergabe

In den USA endete am 17. Februar 2021 die Assignment-Phase der C-Band-Auktion (3,7 bis 4,2 GHz). Die FCC gab am 24. Februar 2021 die Anzahl der ersteigerten Lizenzen der mitbietenden Unternehmen bekannt. Verizon gab ca. 45 Mrd. US-\$ für 3.511 Lizenzen aus, AT&T über 23 Mrd. US-\$ für 1.621 Lizenzen und T-Mobile US 9,3 Mrd. US-\$ für 142 Lizenzen. Insgesamt wurden in der C-Band-Auktion 280 MHz versteigert. Die Lizenzerwerber sind verpflichtet, über die nächsten drei Jahre sog. „Relocation Payments“ für die Umsiedlung der bisherigen Lizenzinhaber zu tätigen. Diese werden sich für T-Mobile US voraussichtlich auf 1,2 Mrd. US-\$ belaufen. In Ungarn wurde die Neuvergabe des 900 und 1.800 MHz-Spektrums, für das die Lizenzen 2022 auslaufen, am 28. Januar 2021 durchgeführt und abgeschlossen. Magyar Telekom erwarb 2x 8 bzw. 2x 20 MHz zu einem Gesamtpreis von umgerechnet 123 Mio. €. In Kroatien hat Hrvatski Telekom bei der Frequenzvergabe der Bereiche 700, 3.400 bis 3.800 sowie 26.000 MHz am 12. August 2021 Spektrum für insgesamt 17,4 Mio. € erworben. In Rumänien bestätigte die Regulierungsbehörde der Telekom Romania Mobile Communications nach Zahlung einer einmaligen Gebühr in Höhe von 25 Mio. € die Verlängerung der 2.100 MHz-Frequenznutzungsrechte für 2022 bis Ende 2031; die Abwicklung erfolgte bis Ende 2021. In Rumänien wurde im Dezember 2021 auch die Vergabe der restlichen Frequenzen in den Bereichen 800, 2.600 und 3.400 bis 3.800 MHz durchgeführt. Die Frequenzen haben zwecks Harmonisierung mit anderen Bereichen aus den jeweiligen Bändern nur noch kurze Nutzungsdauern von rund 4 bzw. 7 Jahren. Die drei etablierten rumänischen Netzbetreiber inklusive Telekom Romania Mobile Communications verzichteten daher auf einen Erwerb.

Nach wie vor gibt es keine Neuigkeiten zu dem in Polen verschobenen Starttermin für die 3.400 bis 3.800 MHz-Vergabe. Das Verfahren wird durch offene Gesetzgebungsverfahren aufgehalten. Es besteht die Erwartung, dass weiter vier 80 MHz-Lizenzen per SMRA und mit einem Cap von 80 MHz zu vergeben sind. Weitere Auktionsdetails sind noch offen. Rumänien plant die Vergabe des 5G-Spektrums in den Bändern 700 MHz und 1.500 MHz, die voraussichtlich im zweiten Halbjahr 2022 erfolgen soll. Die slowakische Regulierungsbehörde bereitet die Allokation des 3.400 bis 3.800 MHz-Bereichs vor, welcher jedoch erst 2024 für den breitbandigen Mobilfunk verfügbar wird. Eine Konsultation dazu wurde dazu durchgeführt und die Verschiebung der Vergabe auf das erste Halbjahr 2022 entschieden. Zwischenzeitlich wurde für die Vergabeprozedur die Ergänzung um den bisher ungenutzten 2.600 MHz-TDD-Bereich (50 MHz) in die Planungen aufgenommen. In den USA begann am 5. Oktober 2021 die 3.450 MHz-Auktion, bei der die FCC Frequenzen von insgesamt 100 MHz in dem Bereich zwischen 3.450 bis 3.550 MHz vergeben hat. Die Assignment-Phase endete am 4. Januar 2022. Mit einem Gesamterlös von mehr als 22,5 Mrd. US-\$ wurde der erforderliche Mindestertlös von 14,7 Mrd. US-\$ erreicht. T-Mobile US konnte sich insgesamt 199 Lizenzen für 2,9 Mrd. US-\$ sichern. In Deutschland laufen die Nutzungsrechte für 800, 1.800 und 2.600 MHz Ende 2025 aus. Die Bundesnetzagentur sieht laut aktueller Konsultation noch erheblichen Klärungsbedarf zu verschiedenen Fragestellungen. Mit einer Vergabe ist daher nicht vor 2024 zu rechnen.

Die folgende Tabelle gibt eine Übersicht über die wesentlichen laufenden und geplanten Frequenzvergaben wie Auktionen sowie Lizenzverlängerungen. Daneben gibt es in verschiedenen Ländern Hinweise auf in Kürze erwartete Frequenzvergaben.

Wesentliche Frequenzvergaben

	Erwarteter Vergabestart	Erwartetes Vergabeende	Frequenzbereiche (MHz)	Vergabeverfahren	Aktuelle Hinweise
Kroatien	Q4 2022	Q1 2023	800/900/1.800/ 2.100/2.600 1.500/3.400–3.800/ 26.000	Details noch offen	800 bis 2.600 MHz: Verlängerung erwartet. 1.500 MHz, bisher unverkaufte Reste in 3.400–3.800 MHz und 26.000 MHz nur bei Interesse im Markt.
Polen	Q1 2022	Q2 2022	3.400–3.800	Auktion (SMRA ^a), 4 Blöcke à 80 MHz, Cap bei 80 MHz	Neustart verzögert sich weiter durch politische Diskussionen um nationale Sicherheits-Richtlinien (Cyber Security Act).
Polen	Q3 2022	Q4 2022	700/2.100/26.000	Auktion, Details noch offen	Planungen für alle Bereiche noch unsicher wegen Diskussionen um Vergabemodelle, Stillstand bei 700 MHz-Grenzkordinierungsgesprächen mit Russland.
Rumänien	H2 2022	H2 2022	700/1.500	Auktion, Details noch offen	
Slowakei	Q2 2022	H2 2022	3.400–3.800/2.600 (TDD)	Auktion (SMRA ^a), Nutzungsbedingungen noch offen, Cap bei 100 MHz	Zweite Konsultation zur Finalisierung der Regeln im Q4 2021 abgeschlossen. Entscheidung steht noch aus. Auktionsstart in Q2 2022 erwartet.
Tschechische Republik	Q3 2023	Q1 2024	900/1.800/2.100	Verlängerung erwartet	900/1.800 MHz-GSM-Lizenz und 2.100 MHz-UMTS-Lizenz von TMCZ enden 2024.
USA	H1 2022	H1 2022	2.500–2.700	Auktion, Details noch offen	Andauernde Konsultation.

^a Simultaneous Multi Round Auction (SMRA): simultane elektronische Mehrrundenauktion mit aufsteigenden, parallelen Geboten für alle beteiligten Frequenzbänder.

Geschäftsentwicklung des Konzerns

Gesamtaussage des Vorstands zur Geschäftsentwicklung im Jahr 2021

Bonn, den 15. Februar 2022

Unseren Wachstumskurs in allen Segmenten konnten wir im Jahr 2021 fortsetzen, sodass wir auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurückschauen. Gemessen an den Kundenzahlen haben wir die zweite Position im US-amerikanischen Mobilfunk-Markt weiter gefestigt und im Berichtsjahr 6,7 Mio. Neukunden gewonnen. Wichtige Meilensteine zur langfristigen Sicherung der unternehmerischen Kontrolle an T-Mobile US konnten wir erreichen und auch auf dieser Seite des Atlantiks sind bedeutende Transaktionen und Reorganisationen zum Abschluss gekommen. Die Synergieeffekte aus dem Zusammenschluss von T-Mobile US und Sprint machen sich schneller und höher als erwartet in unseren Ergebnissen bemerkbar. In Europa erfreuen sich unsere integrierten Angebote einer starken Nachfrage und wir kommen im Netzausbau, v. a. bei 5G und Glasfaser, gut voran. Auch in unserem Heimatmarkt erhalten wir für unsere Leistungen im Service, beim Netzausbau und bei unseren integrierten Produkten große Anerkennung. Dabei ist und bleibt es uns wichtig, unserer gesellschaftlichen Verantwortung jederzeit und überall nachzukommen – insbesondere während der Coronavirus-Pandemie oder den Flut- und Hochwasserkatastrophen im Sommer 2021.

Auch unsere ambitionierten Klimaziele behalten wir im Auge. Seit 2021 surfen unsere Kund*innen weltweit im grünen Netz der Telekom und wir decken unseren eigenen Stromverbrauch für alle Konzerneinheiten zu 100 % mit Strom aus erneuerbaren Energien. Um die hohe Bedeutung unserer Nachhaltigkeitsziele im Konzern zu unterstreichen, wurde seit 2021 eine Steuerung und Incentivierung auch über die jährliche variable Vorstandsvergütung eingeführt.

Wir haben 2021 unsere wichtigsten Unternehmensziele erreicht und zum Teil sogar übertroffen. Dies zeigt sich in unseren Finanzkennzahlen und bei unserer Kundenentwicklung. Unterjährig haben wir dreimal unsere Jahresprognose für das Geschäftsjahr 2021 erhöht – trotz Coronavirus-Pandemie. Unser Konzernumsatz ist um 7,7 % auf 108,8 Mrd. € gestiegen. Der Service-Umsatz stieg um 6,5 % auf 84,1 Mrd. €. Dies ist Ergebnis des positiven Kundenzuspruchs, der sich v. a. im Mobilfunk- und Breitband-Geschäft zeigt. Im US-Geschäft verzeichnete T-Mobile US erneut einen starken Kundenanstieg, v. a. im Postpaid-Bereich, der sich auch in der Umsatzentwicklung zeigt. Im Systemgeschäft hingegen lag der Auftragseingang hinter den Erwartungen. Rückgänge im klassischen IT-Infrastrukturgeschäft sowie im Bereich SAP konnten nur teilweise durch die deutlich positive Entwicklung in unseren Wachstumsfeldern kompensiert werden.

Unser bereinigtes EBITDA AL stieg um 6,6 % auf 37,3 Mrd. €. Hauptgrund dafür ist die gute operative Entwicklung getrieben durch das Umsatzwachstum sowie eine weiter verbesserte Kosteneffizienz. Lässt man den Effekt aus dem planmäßigen Rückzug aus dem Endgeräte-Mietmodell in den USA im Jahresvergleich außen vor, stieg unser bereinigtes Core EBITDA AL um 10,1 %. Unser EBIT erhöhte sich um 2,0 % auf 13,1 Mrd. €. Und das, obwohl es deutlich durch negative Sondereinflüsse belastet war. Diese ergaben sich im Wesentlichen durch Akquisitions- und Integrationsaufwendungen sowie Restrukturierungskosten zur Realisierung von Kosteneffizienzen aus dem Zusammenschluss mit Sprint. Positiv wirkten hingegen geringere Aufwendungen für Personalrestrukturierungen und ein Entkonsolidierungsertrag aus der Veräußerung des niederländischen Funkturmgeschäfts. Die Abschreibungen lagen u. a. aufgrund des erstmals ganzjährigen Einbezugs von Sprint über dem Vorjahr.

Unser Finanzergebnis lag u. a. aufgrund von negativen Bewertungseffekten im Zusammenhang mit Derivaten um 1,0 Mrd. € unter Vorjahr. Der Konzernüberschuss lag stabil bei 4,2 Mrd. €. Der bereinigte Konzernüberschuss erhöhte sich um 2,6 % auf 5,9 Mrd. €. Das bereinigte Ergebnis je Aktie stieg auf 1,22 €.

Unser ROCE verringerte sich im Vergleich zum Vorjahr auf 4,1 %. Dies ist insbesondere auf höhere Integrationsaufwendungen infolge des Zusammenschlusses von T-Mobile US und Sprint bedingt. Darüber hinaus wurde das Vorjahr durch eine Wertaufholung der Spektrumlizenzen bei T-Mobile US gestützt.

Unsere Netto-Finanzverbindlichkeiten stiegen von 120,2 Mrd. € auf 132,1 Mrd. €. Das ist zum überwiegenden Teil auf die wichtigen Investitionen in Spektrumlizenzen – im Wesentlichen im Rahmen der C-Band-Auktion im Segment USA – zurückzuführen. Aber auch Zugänge von Leasing-Verbindlichkeiten, der Erwerb von Shentel sowie Effekte aus der Währungsumrechnung wirkten erhöhend.

Die Rahmenbedingungen, insbesondere auf den europäischen Telekommunikationsmärkten, bleiben aufgrund des anhaltenden Wettbewerbsdrucks und hohen regulatorischen Anforderungen herausfordernd. Um auch in Zukunft erfolgreich zu sein, investieren wir weiter intensiv in die Basis unseres Erfolgs: unsere Netzinfrastruktur und unsere Technologie. 2021 haben wir konzernweit Investitionen (vor Spektrum) in Höhe von 18,0 Mrd. € getätigt. Unser Fokus lag im parallelen Ausbau unserer Breitband- und Mobilfunk-Infrastruktur (Glasfaser und 5G). Einschließlich der Ausgaben für Mobilfunk-Spektrum waren es im Berichtsjahr 26,4 Mrd. €. Und wie angekündigt, erhöhen wir unser Investitionsvolumen weiter. Trotzdem sind wir weiterhin ein solides Investment Grade-Unternehmen mit Zugang zu den internationalen Kapitalmärkten. Die Rating-Agentur Moody's hat unseren Rating-Ausblick im Juni 2021 sogar angehoben. Unser Free Cashflow AL (vor Ausschüttung und Investitionen in Spektrum) stieg um 40,1 % auf 8,8 Mrd. €.

Im Mai 2021 haben wir auf unserem [Kapitalmarkttag](#) die Finanzstrategie und unsere Ziele bis einschließlich 2024 vorgestellt, die Ausblick auf stetes EPS-Wachstum geben. Unsere Wachstumsprognose der vergangenen Jahre wollen wir bis 2024 weiter beschleunigen. Für unsere Aktionär*innen gibt es eine nachhaltige Dividendenpolitik. Wir sehen eine Dividendenhöhe von 40 bis 60 % des bereinigten Ergebnisses je Aktie vor. Und wir bleiben außerdem bei einer Mindestdividende von 0,60 € je Aktie: Für das Geschäftsjahr 2021 werden wir eine Dividende von 0,64 € je dividendenberechtigte Aktie vorschlagen. Diese wird auch in diesem Jahr – und hiervon gehen wir für die kommenden Jahre ebenfalls aus – ohne Abzug von Kapitalertragsteuer ausgezahlt. Nach dem verhaltenen Jahr 2020 zeigten sich die Aktienmärkte 2021 eher von der starken Seite und das trotz Anhaltens der pandemischen Lage. Die T-Aktie beendete das Jahr 2021 mit einem Plus von 9,0 % – auf Total-Return-Basis sogar mit einem Plus von 12,9 %.

Aus unserer Position als „Führende Europäische Telko“ wollen wir uns zur „Führenden Digitalen Telko“ entwickeln. Unser Ziel ist klar: Wir wollen uns nachhaltig auf die Bedürfnisse unserer Kund*innen ausrichten und uns konsequent zu einem einfachen, digitalen und in jeder Hinsicht agilen Unternehmen transformieren, um gegen neue Wettbewerber zu bestehen und unseren Wachstumskurs fortzuführen. Die besten konvergenten Netze zu bauen und zu betreiben, bleibt der Kern unserer Strategie und wesentlicher Treiber für unsere Wachstumsfelder. Unseren Führungsanspruch in Technologie konkretisieren wir, indem wir neben Netzinfrastruktur auch in den Aufbau Cloud-basierter Service-Plattformen investieren. Unseren internationalen Footprint nutzen wir, um konzernweit Synergien zu generieren und, um neben den globalen Tech-Giganten Gewicht zu haben. Unsere Fähigkeiten – den Magenta Advantage – setzen wir ein, um neue Geschäftsmodelle zu erschließen.

Zusammenschluss von T-Mobile US und Sprint

Seit dem 1. April 2020 wird Sprint als vollkonsolidiertes Tochterunternehmen in den Konzernabschluss der Deutschen Telekom einbezogen. Die unterjährige Veränderung des Konsolidierungskreises führt neben der Übernahme der zu diesem Zeitpunkt neu bewerteten Vermögenswerte und Schulden auch zum Einbezug sämtlicher ab dem Erstkonsolidierungszeitpunkt erwirtschafteter Erträge und Aufwendungen in die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der Deutschen Telekom. Dies hat weiterhin Einfluss auf die Vergleichbarkeit der Darstellung der Ertrags- und Finanzlage im Zeitablauf.

Verlagerung des Wachstumsfelds Internet der Dinge (IoT)

Zum 1. Januar 2021 hat die Deutsche Telekom die Geschäfts- und Ergebnisverantwortung für die Deutsche Telekom IoT GmbH vom operativen Segment Systemgeschäft in den Geschäftskundenbereich des operativen Segments Deutschland verlagert. In den beiden Segmenten wurden die Vorjahreswerte der operativen Entwicklung, der Kunden- und Mitarbeiterentwicklung sowie der Auftragseingang rückwirkend angepasst.

Weitere Informationen zu der Verlagerung des IoT-Geschäfts finden Sie im Kapitel „Konzernstruktur“ sowie im Abschnitt „Segmentberichterstattung“ im Konzern-Anhang.

Soll-Ist-Vergleich der Konzernwartungen

Im Geschäftsbericht 2020 haben wir für unsere bedeutsamsten finanziellen und nichtfinanziellen Leistungsindikatoren, die in unserem Steuerungssystem verankert sind, Erwartungen für das Geschäftsjahr 2021 formuliert. Die nachfolgenden Tabellen geben einen zusammenfassenden Überblick über die Pro-forma-Werte für 2020, die für das Berichtsjahr erwarteten Ergebnisse und die tatsächlich erzielten Ergebnisse 2021. Die im Geschäftsbericht 2020 darüber hinaus von uns prognostizierten Leistungsindikatoren und deren Entwicklung werden im Rahmen der jeweiligen Kapitel dargestellt.

Soll-Ist-Vergleich der finanziellen Leistungsindikatoren

		Pro-forma 2020	Erwartungen 2021	Ergebnisse 2021
ROCE	%	4,6	Rückgang	4,1
Umsatz	Mrd. €	106,7	leichter Anstieg	108,8
Service-Umsatz	Mrd. €	83,3	Anstieg	84,1
Betriebsergebnis (EBIT)	Mrd. €	13,5	leichter Rückgang	13,1
EBITDA AL (bereinigt um Sondereinflüsse) ^a	Mrd. €	37,6	rund 38	37,3
Ergebnis je Aktie (bereinigt um Sondereinflüsse)	€	1,20	leichter Rückgang	1,22
Free Cashflow AL (vor Ausschüttung und Investitionen in Spektrum) ^{a, b}	Mrd. €	6,6	rund 8,5	8,8
Cash Capex (vor Investitionen in Spektrum)	Mrd. €	(17,8)	(18,4)	(18,0)
Rating (Standard & Poor's, Fitch)		BBB, BBB+	von A– bis BBB	BBB, BBB+
Rating (Moody's)		Baa1	von A3 bis Baa2	Baa1

^a Abweichend von den im zusammengefassten Lagebericht 2020 (Geschäftsbericht 2020) veröffentlichten Prognosen haben wir unterjährig die Erwartungswerte 2021 für das EBITDA AL (bereinigt um Sondereinflüsse) und den Free Cashflow AL (vor Ausschüttung und Investitionen in Spektrum) angepasst (Konzern-Zwischenberichte zum 31. März 2021, 30. Juni 2021 sowie zum 30. September 2021).

^b Vor Zinszahlungen für Nullkupon-Anleihen und vor Auflösung von Zinssicherungsgeschäften bei T-Mobile US (jeweils in 2020).

Der in der Tabelle dargestellte Vergleich der Pro-forma-Werte für 2020 bzw. der auf dieser Basis formulierten Erwartungen für 2021 mit den tatsächlich erzielten Ergebnissen 2021 erfolgt nicht auf vergleichbarer Basis, d. h. diesen Werten liegen keine vergleichbaren Währungskurse zugrunde. Im Folgenden erläutern wir die auf vergleichbarer Basis erzielten Ergebnisse.

Erneut war unsere Geschäftsentwicklung von positiven Wachstumsraten für unsere wichtigsten Leistungsindikatoren gekennzeichnet. Unsere Erwartungen haben wir erfüllt bzw. deutlich übertroffen. Beim Umsatz konnten wir organisch, d. h. währungskurs- und konsolidierungskreisbereinigt, mit einer Erhöhung von 4,5 % nicht nur einen leichten, sondern einen deutlichen Anstieg verzeichnen und auch der Service-Umsatz stieg organisch deutlich um 3,5 %. Unser bereinigtes EBITDA AL stieg trotz des schrittweisen Rückzugs aus dem Geschäftsmodell der Endgerätevermietung in den USA währungskurs- und konsolidierungskreisbereinigt um 1,9 %. Damit liegen wir unter Berücksichtigung negativ wirkender Währungskurseffekte gut über unserer zuletzt kommunizierten Erwartung von rund 38 Mrd. €. Das bereinigte Ergebnis je Aktie lag entsprechend der guten operativen Entwicklung mit 1,22 € über unserer Erwartung. Für den Free Cashflow AL (vor Ausschüttung und Investitionen in Spektrum) erreichten wir mit 8,8 Mrd. € sogar ohne Berücksichtigung negativ wirkender Währungskurseffekte einen deutlich über unserer unterjährig aktualisierten Erwartung von rund 8,5 Mrd. € liegenden Wert. Beim Cash Capex (vor Investitionen in Spektrum) treffen wir, auf zum Vorjahr vergleichbarer Basis, unsere Erwartung. Das ROCE verringerte sich wie erwartet aufgrund der Integrationskosten im Rahmen des Zusammenschlusses von T-Mobile US und Sprint.

Soll-Ist-Vergleich der nichtfinanziellen Leistungsindikatoren

		Pro-forma 2020	Erwartungen 2021	Ergebnisse 2021
Kundenzufriedenheit (TRI*M-Index)		72,2	leichter Anstieg	73,4
Mitarbeiterzufriedenheit (Engagement-Score) ^a		4,0	stabiler Verlauf	77
Kunden im Festnetz und Mobilfunk				
Deutschland				
Mobilfunk-Kunden	Mio.	48,5	Anstieg	53,2
Festnetz-Anschlüsse	Mio.	17,6	stabiler Verlauf	17,5
Breitband-Anschlüsse Retail	Mio.	14,1	Anstieg	14,5
USA				
Postpaid-Kunden	Mio.	81,4	Anstieg	87,7
Prepaid-Kunden	Mio.	20,7	Anstieg	21,1
Europa				
Mobilfunk-Kunden	Mio.	45,6	leichter Anstieg	45,8
Festnetz-Anschlüsse	Mio.	9,1	stabiler Verlauf	7,8
Breitband-Kunden	Mio.	7,0	Anstieg	6,4
Systemgeschäft				
Auftragseingang	Mrd. €	4,6	stabiler Verlauf	4,2

^a Engagement-Score per zuletzt im Jahr 2021 durchgeführter Mitarbeiterbefragung. 2021 wurde u. a. die Skalenlogik des Engagement-Scores (ehemals „Engagement-Index“) von 1 bis 5 auf 0 bis 100 geändert.

Auch im Hinblick auf unsere nichtfinanziellen Leistungsindikatoren liegen wir gut im Plan. In den beiden operativen Segmenten Deutschland und USA entwickelten sich unsere Kundenzahlen erwartungsgemäß oder sogar über unserer Erwartung liegend. In unserem Heimatmarkt konnten wir wie erwartet v. a. im Mobilfunk Zugewinne von ca. 5 Mio. Kunden verzeichnen. Auch im operativen Segment USA erreichten wir erneut starke Zuwächse bei den Postpaid-Kunden: Die Kundenzahl erhöhte sich um 5,5 Mio. und liegt damit nochmal über unseren ohnehin schon hohen Erwartungen. Unser operatives Segment Europa zeigt in seinen Kundenzahlen gegenüber dem Erwartungsniveau eine stabile bzw. zum Teil rückläufige Entwicklung. Dies ist im Wesentlichen auf die Veräußerung der Telekom Romania Communications zum 30. September 2021 zurückzuführen, die bei den im Geschäftsbericht 2020 ausgegebenen Erwartungen für 2021 noch nicht berücksichtigt war. Der Auftragseingang unseres operativen Segments Systemgeschäft blieb hinter unseren Erwartungen zurück. Diese Entwicklung resultierte im Wesentlichen aus einem Rückgang im klassischen IT-Infrastrukturgeschäft sowie im Bereich SAP, der nur teilweise durch die deutlich positive Entwicklung in unseren Wachstumsfeldern kompensiert werden konnte.

Die Mitarbeiterzufriedenheit 2021 lag – nach Überarbeitung des Messmodells auf vergleichbarer Basis – weiterhin konstant hoch bei 77 Punkten. Die Kundenzufriedenheit lag zum Ende des Berichtsjahres bei 73,4 Punkten gegenüber einem angepassten Ausgangswert von 72,7 Punkten. Aufgrund von Veränderungen der Umsatzanteile der Länder und um eine äquivalente Vergleichsgrundlage für den Soll-Ist-Vergleich zu schaffen, wurde für 2021 ein an diese geänderten Strukturen angepasster Ausgangswert berechnet, der somit nicht dem zum 31. Dezember 2020 berichteten Wert von 72,2 entspricht. Zu der positiven Entwicklung trugen die operativen Segmente Deutschland und Systemgeschäft mit Verbesserungen in der Kundenloyalität bei. Für die kommenden Jahre ist unser Ziel, die Kundenzufriedenheit für Deutschland und Europa weiter zu verbessern, im Systemgeschäft soll der bereits hohe Wert stabilisiert werden.

Weitere Informationen zu den Entwicklungen unserer bedeutsamsten finanziellen und nichtfinanziellen Leistungsindikatoren finden Sie in diesem Kapitel sowie im Kapitel „Geschäftsentwicklung der operativen Segmente“.

Ertragslage des Konzerns

Umsatz, Service-Umsatz

2021 erzielten wir einen Konzernumsatz in Höhe von 108,8 Mrd. €, der mit einem Anstieg von 7,8 Mrd. € um 7,7 % über dem Niveau des Vorjahres lag. Organisch betrachtet, d. h. unter der Annahme eines vergleichbaren Konsolidierungskreises im Vorjahr und ohne Berücksichtigung von Währungskurseffekten, entwickelte sich der Umsatz mit einem Anstieg von 4,7 Mrd. € bzw. 4,5 % positiv. In der organischen Betrachtung wurde der Konzernumsatz in der Vergleichsperiode aufgrund von Konsolidierungskreiseffekten – im Wesentlichen aus dem Erwerb von Sprint, der Veräußerung der Prepaid-Sparte von Sprint an DISH sowie dem Erwerb von Shentel im operativen Segment USA – um im Saldo 5,5 Mrd. € erhöht und es wurden negative Währungskurseffekte von im Saldo 2,3 Mrd. € berücksichtigt. Der Service-Umsatz des Konzerns erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 5,2 Mrd. € bzw. 6,5 % auf 84,1 Mrd. €.

Beitrag der Segmente zum Konzernumsatz

in Mio. €

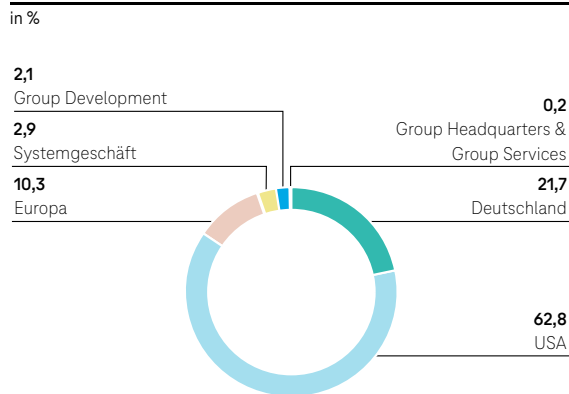
	2021	2020	Veränderung	Veränderung in %	2019
Konzernumsatz	108.794	100.999	7.795	7,7	80.531
davon: Service-Umsatz ^a	84.057	78.893	5.164	6,5	n.a.
Deutschland	24.164	23.790	374	1,6	23.750
USA	68.359	61.208	7.151	11,7	40.420
Europa	11.384	11.335	49	0,4	11.587
Systemgeschäft	4.019	4.159	(140)	(3,4)	4.411
Group Development	3.165	2.883	282	9,8	2.797
Group Headquarters & Group Services	2.515	2.556	(41)	(1,6)	2.627
Intersegmentumsatz	(4.812)	(4.932)	120	2,4	(5.061)

^a Die Definition des Service-Umsatzes wurde für die Jahre vor 2020 nicht konzerneinheitlich angewendet.

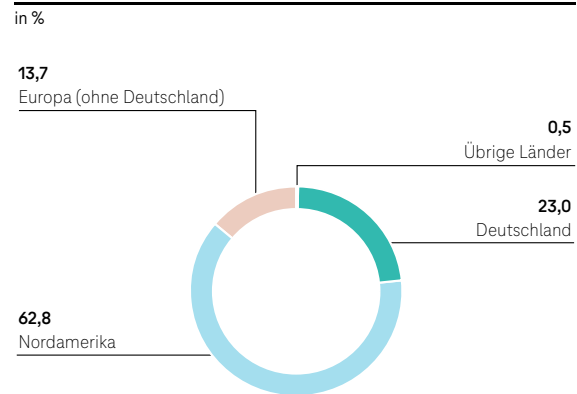
Zur positiven Umsatzentwicklung trug insbesondere unser operatives Segment USA mit einem Anstieg von 11,7 % bei. Organisch betrachtet, d. h. im Wesentlichen unter Annahme eines ganzjährigen Einbezugs von Sprint im Vorjahr und konstanter Währungskurse, lag der Umsatz um 5,8 % über Vorjahresniveau, was sowohl auf gestiegene Service- als auch auf gestiegene Endgeräteumsätze zurückzuführen ist. In unserem Heimatmarkt Deutschland lagen die Umsätze mit einem Anstieg von 1,6 % über dem Niveau des Vorjahres. Dies ist im Wesentlichen getrieben durch den Umsatzanstieg im Festnetz-Kerngeschäft, im Wesentlichen durch Breitband, sowie bei den Service-Umsätzen im Mobilfunk. Unser operatives Segment Europa erzielte einen Umsatzanstieg von 0,4 %. Organisch betrachtet, d. h. vor allem um die Veräußerung des rumänischen Festnetz-Geschäfts neutralisiert und unter der Annahme konstanter Währungskurse, erhöhte sich der Umsatz um 2,4 %. Die organischen Zuwächse waren hauptsächlich auf die gute Entwicklung im Mobilfunk-Geschäft zurückzuführen. Maßgeblich hierfür waren v. a. gestiegene mobile Service-Umsätze mit höheren Margen, leicht gestiegene Roaming- und Visitoren-Umsätze sowie höhere Umsätze aus Endgeräteverkäufen. Eine leicht bessere Umsatzentwicklung verzeichneten die Service-Umsätze des Festnetz-Geschäfts. Der Umsatz unseres operativen Segments Systemgeschäft lag um 3,4 % unter Vorjahresniveau. Der Rückgang war im Wesentlichen getrieben durch das erwartungsgemäß rückläufige klassische IT-Infrastrukturgeschäft, zum Teil bedingt durch bewusste unternehmerische Entscheidungen wie den Abbau von End-User-Services. Dagegen wuchsen unsere Wachstumsfelder deutlich, insbesondere Public Cloud, Digital Solutions und Road Charging. Der Umsatz unseres operativen Segments Group Development stieg um 9,8 %. Organisch betrachtet, d. h. um die Veräußerung des niederländischen Funkturmgeschäfts, die Verlagerung des österreichischen Funkturmgeschäfts sowie den Erwerb des niederländischen MVNO und SIM-Anbieters Simpel neutralisiert, stieg der Umsatz um 4,6 %. Der Umsatzanstieg resultierte aus dem operativen und strukturellen Wachstum unserer beiden Geschäftseinheiten T-Mobile Netherlands und GD Towers mit der DFMG sowie dem österreichischen Funkturmgeschäft.

Weitere Informationen zur Umsatzentwicklung unserer Segmente finden Sie im Kapitel „Geschäftsentwicklung der operativen Segmente“.

Beitrag der Segmente zum Konzernumsatz^a



Regionale Umsatzverteilung



^a Weitere Informationen zum Außenumsatz finden Sie in Angabe 36 „Segmentberichterstattung“ im Konzern-Anhang.

Gemessen am Außenumsatz leistete unser operatives Segment USA mit einem Anteil von 62,8 % mit Abstand den größten Beitrag zum Konzernumsatz und lag damit v. a. aufgrund des Erwerbs von Sprint um 2,2 Prozentpunkte über dem Niveau des Vorjahres. Auch die Auslandsquote des Konzerns am Konzernumsatz erhöhte sich in diesem Zusammenhang deutlich von 75,5 % auf 77,0 %.

Bereinigtes EBITDA AL, EBITDA AL

2021 erzielten wir ein gegenüber dem Vergleichszeitraum um 2,3 Mrd. € bzw. 6,6 % höheres bereinigtes EBITDA AL in Höhe von 37,3 Mrd. €. Organisch betrachtet erhöhte sich das bereinigte EBITDA AL um 0,7 Mrd. € bzw. 1,9 %. In der organischen Betrachtung wurde das bereinigte EBITDA AL in der Vergleichsperiode aufgrund von Konsolidierungskreiseffekten – im Wesentlichen aus dem Erwerb von Sprint sowie der Veräußerung der Prepaid-Sparte von Sprint an DISH im operativen Segment USA – um 2,5 Mrd. € erhöht und es wurden negative Währungskurseffekte von im Saldo 0,9 Mrd. € berücksichtigt. Das bereinigte Core EBITDA AL, das sich durch die Herausnahme der Umsatzerlöse aus der Endgerätevermietung in den USA vom bereinigten EBITDA AL unterscheidet und damit eine Darstellung der operativen Entwicklung zeigt, die nicht durch den Rückzug aus dem Geschäft der Endgerätevermietung verzerrt ist, stieg um 3,2 Mrd. € bzw. 10,1 % auf 34,5 Mrd. €.

Beitrag der Segmente zum bereinigten Konzern-EBITDA AL

in Mio. €

	Anteil am bereinigten Konzern-EBITDA AL in %		2020	Anteil am bereinigten Konzern-EBITDA AL in %	Veränderung	Veränderung in %	2019
	2021						
EBITDA AL (bereinigt um Sondereinflüsse) im Konzern	37.330	100,0	35.017	100,0	2.313	6,6	24.731
Deutschland	9.520	25,5	9.188	26,2	332	3,6	9.026
USA	22.697	60,8	20.997	60,0	1.700	8,1	11.134
Europa	4.007	10,7	3.910	11,2	97	2,5	3.910
Systemgeschäft	286	0,8	279	0,8	7		307
Group Development	1.307	3,5	1.101	3,1	206	18,7	1.033
Group Headquarters & Group Services	(440)	(1,2)	(429)	(1,2)	(11)	(2,6)	(650)
Überleitung	(47)	(0,1)	(28)	(0,1)	(19)	(67,9)	(29)

Alle operativen Segmente leisteten einen positiven Beitrag zu dieser Entwicklung. Das bereinigte EBITDA AL unseres operativen Segments USA entwickelte sich deutlich positiv, was u. a. auf den Zusammenschluss von T-Mobile US und Sprint zurückzuführen ist. Organisch betrachtet, d. h. vor allem um den Erwerb von Sprint neutralisiert sowie unter der Annahme konstanter Währungskurse, lag das bereinigte EBITDA AL auf Vorjahresniveau. Positiv wirkte der zuvor erläuterte Anstieg der Service- und Endgeräteumsätze. Negative Auswirkungen aus dem planmäßigen Rückzug aus dem Endgeräte-Mietmodell in den USA sowie höhere operative Aufwendungen – überwiegend im Zusammenhang mit dem Erwerb von Sprint – standen dem gegenüber. Das bereinigte Core EBITDA AL, also die nicht durch den Rückzug aus dem Geschäft der Endgerätevermietung verzerrte Ergebnisgröße, stieg um 2,5 Mrd. € bzw. 14,7 % auf 19,9 Mrd. €. Unser operatives Segment Deutschland trug dank werthaltigem Umsatzwachstum und einer verbesserten Kosteneffizienz mit einem um 3,6 % höheren bereinigten EBITDA AL zum Anstieg bei. Um 2,5 % erhöhte sich das bereinigte EBITDA AL in unserem operativen Segment Europa. Organisch betrachtet, d. h. um die Veräußerung des rumänischen Festnetz-Geschäfts und um die Verlagerung des österreichischen Funkturmgeschäfts neutralisiert sowie unter der Annahme konstanter Währungskurse, stieg das bereinigte EBITDA AL um 5,4 %. Dazu trugen neben den positiven Effekten aus dem Umsatz auch Einsparungen bei den indirekten Kosten bei. In unserem operativen Segment Systemgeschäft stieg das bereinigte EBITDA AL ebenfalls um 2,5 %. Effizienzeffekte aus unserem Transformationsprogramm sowie Effekte durch Umsatzsteigerung in unseren Wachstumsfeldern überstiegen den Ergebnisrückgang im klassischen IT-Infrastrukturgeschäft. Das bereinigte EBITDA AL in unserem operativen Segment Group Development erhöhte sich im Vorjahresvergleich um 18,7 %, organisch betrachtet um 13,5 %. Der Anstieg resultierte aus der positiven Umsatzentwicklung bei T-Mobile Netherlands, aus dem Erwerb von Simpel sowie dem effizienten Kosten-Management der T-Mobile Netherlands. Das GD Towers Geschäft entwickelte sich aufgrund steigender Mengen konstant positiv und wurde durch die Verlagerung des österreichischen Funkturmgeschäfts weiter verstärkt.

Unser EBITDA AL erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 0,7 Mrd. € bzw. 2,2 % auf 33,9 Mrd. €. Dabei veränderten sich die EBITDA AL-wirksamen Sondereinflüsse von minus 1,8 Mrd. € auf minus 3,4 Mrd. €. Aufwendungen im Zusammenhang mit Personalrestrukturierungen lagen bei 0,7 Mrd. € und damit um 0,6 Mrd. € unter dem Vergleichsniveau von 1,3 Mrd. €. Ein Teil des Rückgangs war auf die Auflösung einer in den Jahren 2010 und 2011 seitens OTE gebildeten sonstigen Personalrückstellung im Zusammenhang mit einer zusätzlichen Zahlung an den griechischen Sozialversicherungsfonds zurückzuführen, aufgrund eines im September 2021 abgeschlossenen Verfahrens. Im Bereich der Ergebniseffekte aus Entkonsolidierungen, Ver- und Zukäufen waren Aufwendungen von im Saldo 2,5 Mrd. € als Sondereinflüsse erfasst. Davon standen 2,6 Mrd. € im Wesentlichen im Zusammenhang mit entstandenen Akquisitions- und Integrationsaufwendungen sowie mit Restrukturierungskosten zur Realisierung von Kosteneffizienzen aus dem Zusammenschluss von T-Mobile US und Sprint. In diesem Zusammenhang resultierten 0,8 Mrd. € aus einer Nutzungsdauerverkürzung von angemieteter Netzwerk-Technik für Mobilfunk-Standorte in den USA. Im Vorjahr waren im Bereich der Ergebniseffekte aus Entkonsolidierungen, Ver- und Zukäufen Aufwendungen im Saldo in Höhe von 1,7 Mrd. € als Sondereinflüsse erfasst. Davon standen 1,5 Mrd. € ebenfalls im Wesentlichen im Zusammenhang mit dem Zusammenschluss mit Sprint. Daneben entlasteten im operativen Segment Group Development positive Sondereinflüsse das EBITDA AL im Saldo in Höhe von 0,2 Mrd. €. Diese standen im Zusammenhang mit dem aus der Veräußerung des niederländischen Funkturmgeschäfts entstandenen Entkonsolidierungsertrag. Die im Vorjahr als Sondereinflüsse erfassten Wertaufholungen betragen 1,7 Mrd. € und resultierten v. a. aus einer teilweisen Wertaufholung des Buchwerts von Spektrumlizenzen bei T-Mobile US. Die sonstigen EBITDA AL-wirksamen Sondereinflüsse beliefen sich im Vorjahr auf 0,5 Mrd. € und resultierten im Wesentlichen aus im Zusammenhang mit der Coronavirus-Pandemie im operativen Segment USA erfassten Aufwendungen.

▮ Weitere Informationen zur Entwicklung des (bereinigten) EBITDA AL der Segmente finden Sie im Kapitel „Geschäftsentwicklung der operativen Segmente“.

Eine Überleitung der Definition des EBITDA auf die „after leases“-Betrachtung (EBITDA AL) kann der nachfolgenden Tabelle entnommen werden:

in Mio. €					
	2021	2020	Veränderung	Veränderung in %	2019
EBITDA	40.539	38.633	1.906	4,9	27.120
Abschreibungen auf aktivierte Nutzungsrechte ^a	(5.547)	(4.530)	(1.017)	(22,5)	(3.181)
Zinsaufwendungen für die passivierten Leasing-Verbindlichkeiten ^a	(1.099)	(925)	(174)	(18,8)	(796)
EBITDA AL	33.893	33.178	715	2,2	23.143
EBITDA AL-wirksame Sondereinflüsse	(3.437)	(1.839)	(1.598)	(86,9)	(1.589)
EBITDA AL (bereinigt um Sondereinflüsse)	37.330	35.017	2.313	6,6	24.731

^a Ohne Finanzierungs-Leasing-Sachverhalte der T-Mobile US.

EBIT

Das EBIT des Konzerns erhöhte sich von 12,8 Mrd. € auf 13,1 Mrd. € und war damit um 0,3 Mrd. € bzw. 2,0 % höher als im Vorjahr. Ursächlich für diese Veränderung sind u. a. die beim bereinigten EBITDA AL bzw. EBITDA AL beschriebenen Effekte. Die Abschreibungen lagen insgesamt bei 27,5 Mrd. € und damit um 1,7 Mrd. € über dem Niveau des Vorjahres. Der Anstieg ist u. a. auf den erstmals ganzjährigen Einbezug von Sprint zurückzuführen. Darüber hinaus führte im operativen Segment USA eine Nutzungsdauerverkürzung von angemieteter Netzwerk-Technik für Mobilfunk-Standorte infolge des Zusammenschlusses von T-Mobile US und Sprint zu um 0,8 Mrd. € höheren planmäßigen Abschreibungen der entsprechenden Nutzungsrechte. Die Wertminderungen verringerten sich von 0,8 Mrd. € auf 0,3 Mrd. €. Im Vorjahr entfielen diese in Höhe von insgesamt 0,5 Mrd. € auf das operative Segment Systemgeschäft und das Segment Group Headquarters & Group Services sowie in Höhe von 0,2 Mrd. € auf das operative Segment Europa. Die im Berichtsjahr erfassten Wertminderungen entfallen in Höhe von 0,2 Mrd. € auf das operative Segment Systemgeschäft und auf das Segment Group Headquarters & Group Services. Diese standen u. a. im Zusammenhang mit der Überprüfung der Werthaltigkeit der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Systemgeschäft im Vorjahr. Darüber hinaus wurde trotz leicht verbesserter Geschäftsaussichten angesichts der im Berichtsjahr gestiegenen Kapitalkosten zum Jahresende 2021 erneut eine Wertminderung auf langfristige Vermögenswerte der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Systemgeschäft erfasst.

Weitere Informationen zu den Abschreibungen finden Sie in Angabe 27 „Abschreibungen“ im Konzern-Anhang.

Ergebnis vor Ertragsteuern

Das Ergebnis vor Ertragsteuern verringerte sich um 0,8 Mrd. € bzw. 8,7 % auf 7,9 Mrd. €. Das Finanzergebnis veränderte sich von minus 4,1 Mrd. € auf minus 5,1 Mrd. €. Dabei entwickelte sich das Zinsergebnis um 0,4 Mrd. € auf minus 4,6 Mrd. € rückläufig. Gründe hierfür sind v. a. die im Rahmen des Erwerbs von Sprint übernommenen finanziellen Verbindlichkeiten sowie die in diesem Zusammenhang durchgeführte Neustrukturierung und Erhöhung des Finanzierungsvolumens. In diesem Rahmen wurden seit April 2020 bis Ende 2021 bestehende T-Mobile US-Anleihen vorzeitig getilgt und stattdessen neue Anleihen zu günstigeren Konditionen emittiert. Das sonstige Finanzergebnis verringerte sich im Vorjahresvergleich um 0,5 Mrd. € auf minus 0,4 Mrd. €. Einerseits verringerte sich das Ergebnis aus Finanzinstrumenten um 1,2 Mrd. € auf minus 0,6 Mrd. €. Dazu beigetragen haben zum einen negative Bewertungseffekte, die u. a. aus eingebetteten Derivaten der T-Mobile US sowie aus einem Forward-Geschäft zur Preissicherung des künftigen Erwerbs von T-Mobile US-Aktien stammen. Zum anderen resultierten im Saldo positive Bewertungseffekte aus der Amortisation und Folgebewertung der im Juni 2020 von SoftBank erhaltenen Aktienoptionen zum Kauf von T-Mobile US-Aktien. Andererseits erhöhte sich der Zinsanteil aus der Bewertung von Rückstellungen und Verbindlichkeiten v. a. im Segment Group Headquarters & Group Services um 0,7 Mrd. €.

Konzernüberschuss, bereinigter Konzernüberschuss

Der Konzernüberschuss lag mit 4,2 Mrd. € auf Vorjahresniveau. Der Steueraufwand reduzierte sich um 0,1 Mrd. € auf 1,8 Mrd. €. Das den Anteilen anderer Gesellschafter zugerechnete Ergebnis verringerte sich von 2,6 Mrd. € auf 1,9 Mrd. €. Es entfällt im Wesentlichen auf unser operatives Segment USA. Ohne Berücksichtigung von Sondereinflüssen, die sich auf den Konzernüberschuss insgesamt in Höhe von minus 1,7 Mrd. € auswirkten, betrug der bereinigte Konzernüberschuss 5,9 Mrd. € und lag damit um 2,6 % über dem Niveau des Vorjahres.

Die folgende Tabelle zeigt die Herleitung des Konzernüberschusses auf die um Sondereinflüsse bereinigten Werte:

in Mio. €	2021	2020	Veränderung	Veränderung in %	2019
Konzernüberschuss/(-fehlbetrag)	4.176	4.158	18	0,4	3.867
EBITDA AL-wirksame Sondereinflüsse	(3.437)	(1.839)	(1.598)	(86,9)	(1.589)
Personalrestrukturierung	(717)	(1.268)	551	43,5	(913)
Sachbezogene Restrukturierungen	(22)	(32)	10	31,2	(81)
Ergebniseffekte aus Entkonsolidierungen, Ver- und Zukäufen	(2.542)	(1.655)	(887)	(53,6)	(462)
Wertaufholungen	0	1.655	(1.655)	(100,0)	0
Sonstiges	(156)	(539)	383	71,1	(132)
Konzernüberschuss-wirksame Sondereinflüsse	1.751	283	1.468	n.a.	510
Wertminderungen	(258)	(656)	398	60,7	(368)
Finanzergebnis	(139)	(25)	(114)	n.a.	(4)
Ertragsteuern	1.064	730	334	45,8	461
Minderheiten	1.084	234	850	n.a.	421
Sondereinflüsse	(1.686)	(1.557)	(129)	(8,3)	(1.081)
Konzernüberschuss/(-fehlbetrag) (bereinigt um Sondereinflüsse)	5.862	5.715	147	2,6	4.948

Ergebnis je Aktie, bereinigtes Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie ermittelt sich aus dem Konzernüberschuss im Verhältnis zur angepassten gewichteten durchschnittlichen Anzahl ausstehender Stammaktien – diese betrug zum 31. Dezember 2021 4.813 Mio. Stück. Dies führt zu einem Ergebnis je Aktie in Höhe von 0,87 €. Im Vorjahr betrug das Ergebnis je Aktie 0,88 €. Das bereinigte Ergebnis je Aktie, bereinigt um Konzernüberschuss-wirksame Sondereinflüsse, beträgt 1,22 € gegenüber 1,20 € im Vorjahr.

Sondereinflüsse

Die folgende Tabelle zeigt die Herleitung des EBITDA AL, des EBIT sowie des Konzernüberschusses auf die um Sondereinflüsse bereinigten Werte:

in Mio. €						
	EBITDA AL 2021	EBIT 2021	EBITDA AL 2020	EBIT 2020	EBITDA AL 2019	EBIT 2019
EBITDA AL/EBIT	33.893	13.057	33.178	12.804	23.143	9.457
Deutschland	(588)	(588)	(752)	(805)	(458)	(458)
Personalrestrukturierung	(471)	(471)	(676)	(676)	(423)	(423)
Sachbezogene Restrukturierungen	(12)	(12)	(18)	(18)	(38)	(38)
Ergebniseffekte aus Entkonsolidierungen, Ver- und Zukäufen	(3)	(3)	(18)	(18)	0	0
Wertminderungen	0	0	0	(52)	0	0
Sonstiges	(102)	(102)	(40)	(40)	3	3
USA	(2.637)	(2.692)	(370)	(370)	(544)	(544)
Personalrestrukturierung	(16)	(16)	(32)	(32)	(17)	(17)
Sachbezogene Restrukturierungen	0	0	0	0	0	0
Ergebniseffekte aus Entkonsolidierungen, Ver- und Zukäufen	(2.621)	(2.618)	(1.522)	(1.522)	(527)	(527)
Wertminderungen	0	(58)	0	0	0	0
Wertaufholungen	0	0	1.604	1.604	0	0
Sonstiges	0	0	(420)	(420)	0	0
Europa	11	11	(188)	(374)	(141)	(461)
Personalrestrukturierung	83	83	(181)	(181)	(111)	(111)
Sachbezogene Restrukturierungen	(1)	(1)	0	0	0	0
Ergebniseffekte aus Entkonsolidierungen, Ver- und Zukäufen	(39)	(39)	(6)	(6)	(23)	(23)
Wertminderungen	0	0	0	(186)	0	(320)
Wertaufholungen	0	0	50	50	0	0
Sonstiges	(32)	(32)	(51)	(51)	(8)	(8)
Systemgeschäft	(213)	(393)	(209)	(582)	(304)	(332)
Personalrestrukturierung	(148)	(148)	(167)	(167)	(149)	(149)
Sachbezogene Restrukturierungen	(3)	(3)	(3)	(3)	(4)	(4)
Ergebniseffekte aus Entkonsolidierungen, Ver- und Zukäufen	(39)	(39)	0	0	(11)	(11)
Wertminderungen	0	(180)	0	(373)	0	(27)
Sonstiges	(24)	(24)	(39)	(39)	(141)	(141)
Group Development	173	173	(43)	(43)	97	97
Personalrestrukturierung	(8)	(8)	(11)	(11)	(19)	(19)
Sachbezogene Restrukturierungen	0	0	0	0	(1)	(1)
Ergebniseffekte aus Entkonsolidierungen, Ver- und Zukäufen	184	184	(30)	(30)	111	111
Wertminderungen	0	0	0	0	0	0
Sonstiges	(3)	(3)	(2)	(2)	4	4
Group Headquarters & Group Services	(182)	(203)	(277)	(322)	(237)	(237)
Personalrestrukturierung	(157)	(157)	(201)	(201)	(195)	(195)
Sachbezogene Restrukturierungen	(7)	(7)	(11)	(11)	(38)	(38)
Ergebniseffekte aus Entkonsolidierungen, Ver- und Zukäufen	(23)	(23)	(78)	(78)	(13)	(13)
Wertminderungen	0	(21)	0	(44)	0	0
Sonstiges	5	5	14	14	9	9
Konzern	(3.437)	(3.692)	(1.839)	(2.496)	(1.589)	(1.959)
Personalrestrukturierung	(717)	(717)	(1.268)	(1.268)	(913)	(913)
Sachbezogene Restrukturierungen	(22)	(22)	(32)	(32)	(81)	(81)
Ergebniseffekte aus Entkonsolidierungen, Ver- und Zukäufen	(2.542)	(2.538)	(1.655)	(1.655)	(462)	(462)
Wertminderungen	0	(258)	0	(656)	0	(370)
Wertaufholungen	0	0	1.655	1.655	0	0
Sonstiges	(156)	(156)	(539)	(539)	(132)	(132)

in Mio. €

	EBITDA AL 2021	EBIT 2021	EBITDA AL 2020	EBIT 2020	EBITDA AL 2019	EBIT 2019
EBITDA AL/EBIT (bereinigt um Sondereinflüsse)	37.330	16.749	35.017	15.300	24.731	11.416
Finanzergebnis (bereinigt um Sondereinflüsse)		(4.998)		(4.103)		(2.192)
Ergebnis vor Ertragsteuern (bereinigt um Sondereinflüsse)		11.752		11.197		9.223
Ertragsteuern (bereinigt um Sondereinflüsse)		(2.879)		(2.659)		(2.454)
Überschuss/(Fehlbetrag) (bereinigt um Sondereinflüsse)		8.873		8.538		6.770
Zurechnung des Überschusses/(Fehlbetrags) (bereinigt um Sondereinflüsse) an die						
Eigentümer des Mutterunternehmens (Konzernüberschuss/(-fehlbetrag)) (bereinigt um Sondereinflüsse)		5.862		5.715		4.948
Anteile anderer Gesellschafter (bereinigt um Sondereinflüsse)		3.011		2.823		1.822

Vermögenslage des Konzerns

Konzern-Bilanz (Kurzfassung)

in Mio. €

	31.12.2021	Anteil an der Bilanzsumme in %	31.12.2020	Veränderung	31.12.2019
Aktiva					
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	7.617	2,7	12.939	(5.322)	5.393
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	15.299	5,4	13.523	1.776	10.846
Immaterielle Vermögenswerte	132.647	47,1	118.066	14.581	68.202
Sachanlagen	61.770	21,9	60.975	795	49.548
Nutzungsrechte	30.777	10,9	30.302	475	17.998
Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	8.888	3,2	9.640	(752)	7.250
Aktive latente Steuern	7.906	2,8	7.972	(66)	2.704
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und Veräußerungsgruppen	4.856	1,7	1.113	3.743	97
Sonstige Aktiva	11.867	4,2	10.387	1.480	8.634
Bilanzsumme	281.627	100,0	264.917	16.710	170.672
Passiva					
Kurz- und langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	111.466	39,6	107.108	4.358	66.349
Kurz- und langfristige Leasing-Verbindlichkeiten	33.133	11,8	32.715	418	19.835
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	10.452	3,7	9.760	692	9.431
Pensionsrückstellungen und ähnliche Verpflichtungen	6.134	2,2	7.684	(1.550)	5.831
Kurz- und langfristige sonstige Rückstellungen	9.463	3,4	9.033	430	6.663
Passive latente Steuern	19.809	7,0	17.260	2.549	8.954
Schulden in direktem Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen langfristigen Vermögenswerten und Veräußerungsgruppen	1.365	0,5	449	916	29
Sonstige Passiva	8.336	3,0	8.358	(22)	7.349
Eigenkapital	81.469	28,9	72.550	8.919	46.231
Bilanzsumme	281.627	100,0	264.917	16.710	170.672

Unsere **Bilanzsumme** betrug am 31. Dezember 2021 281,6 Mrd. € und erhöhte sich im Vergleich zum 31. Dezember 2020 um 16,7 Mrd. €. Der Anstieg ist im Wesentlichen auf die Investitionen in immaterielle Vermögenswerte für Spektrumerwerbe im operativen Segment USA zurückzuführen. Ebenso trugen positive Währungskurseffekte sowie Konsolidierungskreiseffekte, im Wesentlichen aus dem erstmaligen Einbezug der durch die T-Mobile US erworbenen Shentel zur Erhöhung des Buchwerts bei. Gegenläufig wirkte u. a. ein rückläufiger Bestand an Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten.

Der Bestand an **Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten** reduzierte sich gegenüber dem Vorjahr um 5,3 Mrd. € auf 7,6 Mrd. €.

Weitere Informationen hierzu finden Sie in Angabe 35 „Erläuterungen zur Konzern-Kapitalflussrechnung“ im Konzern-Anhang.

Die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** erhöhten sich um 1,8 Mrd. € auf 15,3 Mrd. €. Zum Anstieg trugen im operativen Segment USA insbesondere höhere Forderungen aus dem Geschäftsmodell der Endgerätefinanzierung sowie gestiegene Kundenzahlen bei. Ebenso erhöhte sich der Buchwert in den operativen Segmenten Deutschland und Europa stichtagsbedingt. Währungskurseffekte, v. a. aus der Umrechnung von US-Dollar in Euro, erhöhten den Forderungsbestand ebenfalls. Gegenläufig wirkten niedrigere Forderungsbestände im operativen Segment Group Development, v. a. infolge der Umklassifizierung der Vermögenswerte der T-Mobile Netherlands im Zuge der vereinbarten Veräußerung in die zur Veräußerung gehaltenen langfristigen Vermögenswerte und Veräußerungsgruppen.

Die **immateriellen Vermögenswerte und Sachanlagen** erhöhten sich um 15,4 Mrd. € auf insgesamt 194,4 Mrd. €. Diese resultieren in Höhe von 8,4 Mrd. € aus dem Erwerb von Mobilfunk-Spektrum im operativen Segment USA und standen im Wesentlichen im Zusammenhang mit der Beendigung der C-Band-Auktion der FCC in den USA. T-Mobile US hat hier 142 Lizenzen für rund 7,8 Mrd. € (9,3 Mrd. US-\$) ersteigert sowie erste „Relocation Payments“ für die Umsiedlung der bisherigen Lizenzinhaber in Höhe von 0,2 Mrd. € geleistet. Darüber hinaus wurden im operativen Segment Europa Lizenzen in Höhe von insgesamt 0,3 Mrd. € erworben, u. a. in der Tschechischen Republik und in Ungarn. Investitionen im Zusammenhang mit der Netzwerk-Modernisierung, dem Netzwerk-Ausbau sowie dem Erwerb mobiler Endgeräte im operativen Segment USA sowie mit dem Breitband- und Glasfaser-Ausbau und der Mobilfunk-Infrastruktur in den operativen Segmenten Deutschland und Europa wirkten ebenfalls buchwerterhöhend. Ebenso trugen Währungskurseffekte mit 10,4 Mrd. € sowie Konsolidierungskreiseffekte mit 1,6 Mrd. €, im Wesentlichen aus dem erstmaligen Einbezug der durch die T-Mobile US erworbenen Shentel, zur Erhöhung des Buchwerts bei. Abschreibungen verminderten die Buchwerte um insgesamt 21,3 Mrd. €. Die Umklassifizierung von Vermögenswerten in die zur Veräußerung gehaltenen langfristigen Vermögenswerte und Veräußerungsgruppen verringerten die Buchwerte um 3,1 Mrd. €. Diese standen im Wesentlichen im Zusammenhang mit der vereinbarten Veräußerung der T-Mobile Netherlands sowie der vereinbarten Veräußerung von 50 % der Anteile an der GlasfaserPlus. Darüber hinaus verringerten Abgänge die Buchwerte um 1,7 Mrd. €.

Weitere Informationen zum Erwerb von Shentel und zur vereinbarten Veräußerung der T-Mobile Netherlands finden Sie im Abschnitt [„Veränderung des Konsolidierungskreises und sonstige Transaktionen“](#) im Konzern-Anhang.

Die **Nutzungsrechte** erhöhten sich im Vergleich zum 31. Dezember 2020 um 0,5 Mrd. € auf 30,8 Mrd. €. Buchwerterhöhend wirkten Zugänge in Höhe von 5,5 Mrd. €, u. a. infolge einer nach der Zusammenlegung des Funkturmgeschäfts in den Niederlanden und der Errichtung eines Infrastrukturfonds abgeschlossenen Sale-and-Leaseback-Transaktion. Ebenfalls buchwerterhöhend wirkten Währungskurseffekte, v. a. aus der Umrechnung von US-Dollar in Euro, in Höhe von 2,1 Mrd. € und Konsolidierungskreiseffekte, im Wesentlichen im Zusammenhang mit dem Erwerb der Shentel, in Höhe von 0,3 Mrd. €. Den Buchwert mindernd wirkten sich Abschreibungen in Höhe von 6,2 Mrd. € aus. Darin enthalten sind um 0,8 Mrd. € höhere planmäßige Abschreibungen aufgrund einer im operativen Segment USA erfassten Nutzungsdauerverkürzung von angemieteter Netzwerk-Technik für Mobilfunk-Standorte infolge des Zusammenschlusses von T-Mobile US und Sprint. Ebenfalls buchwertmindernd wirkten die Umklassifizierung der Vermögenswerte der T-Mobile Netherlands in die zur Veräußerung gehaltenen langfristigen Vermögenswerte und Veräußerungsgruppen in Höhe von 0,5 Mrd. € sowie Abgänge in Höhe von 0,4 Mrd. €. Zusätzlich reduzierten Umgliederungen von Leasing-Vermögenswerten zum Ende der vertraglichen Leasing-Laufzeit in die Sachanlagen, v. a. im operativen Segment USA, den Buchwert in Höhe von 0,2 Mrd. €.

Die kurz- und langfristigen **finanziellen Vermögenswerte** verringerten sich um 0,8 Mrd. € auf 8,9 Mrd. €. Dabei verringerte sich der Buchwert der Derivate mit Hedge-Beziehung um 0,5 Mrd. € auf 1,6 Mrd. €. Dies resultierte im Wesentlichen aus dem Rückgang der positiven Marktwerte aus Zins-Swaps in Fair Value Hedges und ist v. a. begründet durch das angestiegene Zinsniveau. Der Buchwert der Derivate ohne Hedge-Beziehung reduzierte sich im Saldo um 0,8 Mrd. € auf 1,2 Mrd. €. Unter Berücksichtigung der teilweisen Ausübung der im Juni 2020 von SoftBank erhaltenen Aktienoptionen zum Kauf von T-Mobile US-Aktien sowie von Bewertungseffekten verringerte sich der Buchwert dieser Aktienoptionen gegenüber dem 31. Dezember 2020 um 0,6 Mrd. €. Darüber hinaus verringerte sich der Buchwert der Derivate ohne Hedge-Beziehung in Höhe von 0,4 Mrd. € im Zusammenhang mit eingebetteten Derivaten der T-Mobile US. Dies standen u. a. im Zusammenhang mit der vorzeitigen Rückzahlung von Anleihen. Buchwerterhöhend wirkten dagegen positive Bewertungseffekte bei in Verträgen eingebetteten Stromtermingeschäften in Höhe von 0,1 Mrd. €. Die Forderungen aus noch zu empfangenden Zuwendungen aus Förderprojekten für den Breitband-Ausbau in Deutschland erhöhten sich gegenüber dem Vorjahr um 0,1 Mrd. €.

Die **zur Veräußerung gehaltenen langfristigen Vermögenswerte und Veräußerungsgruppen** erhöhten sich im Vergleich zum 31. Dezember 2020 um 3,7 Mrd. € auf 4,9 Mrd. €. Der Anstieg beruhte in Höhe von 4,7 Mrd. € auf der Umklassifizierung der Vermögenswerte der T-Mobile Netherlands im Zuge der am 6. September 2021 vereinbarten Veräußerung sowie in Höhe von 0,1 Mrd. € aus der am 5. November 2021 geschlossenen Vereinbarung über den Verkauf von 50 % der Anteile an der GlasfaserPlus. Dem gegenüber standen Buchwertrückgänge in Höhe von 0,4 Mrd. € aufgrund der Veräußerung der niederländischen T-Mobile Infra zum 1. Juni 2021 sowie in Höhe von 0,6 Mrd. € aufgrund der Veräußerung der Telekom Romania Communications zum 30. September 2021.

Weitere Informationen zu den Unternehmenstransaktionen finden Sie im Kapitel [„Konzernstruktur“](#).

Der Anstieg der **sonstigen Aktiva** um 1,5 Mrd. € auf 11,9 Mrd. € resultierte u. a. aus der Erhöhung des Buchwerts der Beteiligungen an nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen. Dies resultierte im Wesentlichen aus der Zusammenlegung des Funkturmgeschäfts in den Niederlanden und der Errichtung eines Infrastrukturfonds. Infolge der Transaktion wurden im operativen Segment Group Development 37,65 % der Anteile an der Cellnex NL mit einem Buchwert in Höhe von 0,4 Mrd. € nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen. Die übrigen Vermögenswerte erhöhten sich um 0,5 Mrd. €, u. a. im Zusammenhang mit einem Anstieg von Vorauszahlungen für Hardware und Service-Leistungen im operativen Segment USA. Die aktivierten Vertragskosten erhöhten sich aufgrund höherer aktivierter Kosten für Vertragsanbahnungen aus dem Geschäft mit Vertragskunden im operativen Segment USA um 0,4 Mrd. €. Hierbei handelte es sich im Wesentlichen um Vertriebsprovisionen an Mitarbeiter und Dritthändler. Die Vorräte erhöhten sich im Vergleich zum 31. Dezember 2020 um 0,2 Mrd. €, insbesondere im Zusammenhang mit einer gestiegenen Bevorratung hochpreisiger Endgeräte für geplante Marketing-Aktionen im operativen Segment USA. Darüber hinaus wirkten Währungskurseffekte buchwerterhöhend.

Weitere Informationen zu der Zusammenlegung des Funkturmgeschäfts in den Niederlanden und der Errichtung eines Infrastrukturfonds finden Sie im Kapitel „[Konzernstruktur](#)“.

Auf der Passivseite erhöhten sich unsere **kurz- und langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten** im Vergleich zum Jahresende 2020 um 4,4 Mrd. € auf insgesamt 111,5 Mrd. €. Währungskurseffekte, insbesondere aus der Umrechnung von US-Dollar in Euro, erhöhten den Buchwert um insgesamt 5,0 Mrd. €. T-Mobile US hat im Geschäftsjahr 2021 Anleihen (Senior Notes) in Höhe von insgesamt 14,8 Mrd. US-\$ (12,5 Mrd. €) emittiert sowie Anleihen in Höhe von insgesamt 5,8 Mrd. US-\$ (4,8 Mrd. €) vorzeitig zurückgezahlt. Des Weiteren wurden durch T-Mobile US Anleihen in Höhe von 3,3 Mrd. US-\$ (2,8 Mrd. €) planmäßig getilgt. Darüber hinaus wurden im Konzern AUD-Anleihen in Höhe von 0,1 Mrd. AUD (0,1 Mrd. €) und Euro-Anleihen in Höhe von 0,1 Mrd. € emittiert sowie Euro-Anleihen in Höhe von 2,3 Mrd. € und US-Dollar-Anleihen in Höhe von 0,6 Mrd. US-\$ (0,5 Mrd. €) getilgt. Der Buchwert der Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten reduzierte sich im Vergleich zum 31. Dezember 2020 um 1,3 Mrd. €. Im Zusammenhang mit erhaltenen Barsicherheiten (Collaterals) für derivative Finanzinstrumente reduzierten sich die finanziellen Verbindlichkeiten um 0,1 Mrd. €.

Die **kurz- und langfristigen Leasing-Verbindlichkeiten** erhöhten sich im Vergleich zum 31. Dezember 2020 um 0,4 Mrd. € auf insgesamt 33,1 Mrd. €. Währungskurseffekte, insbesondere aus der Umrechnung von US-Dollar in Euro, erhöhten den Buchwert um 2,2 Mrd. €. Ebenso trugen Konsolidierungskreiseffekte, im Wesentlichen aus dem erstmaligen Einbezug der durch die T-Mobile US erworbenen Shentel mit 0,3 Mrd. €, zur Erhöhung des Buchwerts bei. Gegenläufig wirkten insbesondere eine im September 2021 seitens T-Mobile US an eine US-Funkturmgesellschaft – im Rahmen einer in der Berichtsperiode vereinbarten Änderung des bestehenden Leasing-Vertrags – geleistete Vorauszahlung für Standortmieten in Höhe von 0,9 Mrd. € sowie ein Rückgang in Höhe von 0,6 Mrd. €. Dieser stand u. a. mit der Aufgabe von ehemaligen Sprint-Mobilfunk-Standorten und einzelner ehemaliger Sprint-Shops im operativen Segment USA im Zusammenhang. Ebenfalls buchwertmindernd wirkte die Umklassifizierung der Schulden der T-Mobile Netherlands in die Schulden in direktem Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen langfristigen Vermögenswerten und Veräußerungsgruppen.

Weitere Informationen zur Entwicklung der finanziellen Verbindlichkeiten finden Sie in Angabe 13 „[Finanzielle Verbindlichkeiten und Leasing-Verbindlichkeiten](#)“ im Konzern-Anhang.

Die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Verbindlichkeiten** erhöhten sich um 0,7 Mrd. € auf 10,5 Mrd. €. Erhöhend wirkten sich im Wesentlichen höhere Verbindlichkeitenbestände gegenüber Lieferanten mobiler Endgeräte im operativen Segment USA sowie Währungskurseffekte, insbesondere aus der Umrechnung von US-Dollar in Euro, aus. Gegenläufig reduzierte sich der Verbindlichkeitenbestand im operativen Segment Group Development infolge der Umklassifizierung der Schulden der T-Mobile Netherlands in die Schulden in direktem Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen langfristigen Vermögenswerten und Veräußerungsgruppen.

Die **Pensionsrückstellungen und ähnlichen Verpflichtungen** reduzierten sich im Vergleich zum 31. Dezember 2020 um 1,6 Mrd. € auf 6,1 Mrd. €. Begründet ist dies im Wesentlichen durch eine positive Kursentwicklung der als Planvermögen ausgliederten Vermögenswerte sowie Rechnungszinsanpassungen. Insgesamt ergibt sich ein erfolgsneutral erfasster Gewinn aus der Neubewertung von leistungsorientierten Plänen in Höhe von 1,4 Mrd. €.

Die kurz- und langfristigen **sonstigen Rückstellungen** erhöhten sich gegenüber dem 31. Dezember 2020 um 0,4 Mrd. € auf 9,5 Mrd. €. Dabei erhöhten sich die übrigen Personalarückstellungen um 0,3 Mrd. €. Dies stand u. a. im Zusammenhang mit der kurzfristigen variablen Vergütung, Altersteilzeit und Urlaub. Gegenläufig reduzierte sich die Rückstellung für die Postbeamtenkrankenkasse (PBeaKK) um 0,1 Mrd. €, was im Wesentlichen auf die Folgebewertung des nach versicherungsmathematischen Grundsätzen bewerteten Barwerts (Zinseffekt) zurückzuführen ist. Die Rückstellungen für Rückbauverpflichtungen erhöhten sich um 0,2 Mrd. €. Innerhalb der Rückstellungen aus Anlass der Beendigung von Arbeitsverhältnissen wirkte u. a. die Auflösung einer in den Jahren 2010 und 2011 seitens OTE gebildeten sonstigen Personalarückstellung für eine zusätzliche Zahlung an den griechischen Sozialversicherungsfonds aufgrund eines im September 2021 abgeschlossenen Verfahrens in Höhe von 0,1 Mrd. € reduzierend auf den Rückstellungsbestand.

Die **Schulden in direktem Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen langfristigen Vermögenswerten und Veräußerungsgruppen** erhöhten sich im Vergleich zum 31. Dezember 2020 um 0,9 Mrd. € auf 1,4 Mrd. €. Der Anstieg beruhte in Höhe von 1,4 Mrd. € auf der Umklassifizierung der Schulden der T-Mobile Netherlands im Zuge der vereinbarten Veräußerung. Dem gegenüber stehen im Wesentlichen Buchwertrückgänge in Höhe von 0,2 Mrd. € im Zusammenhang mit der Veräußerung der niederländischen T-Mobile Infra zum 1. Juni 2021 sowie in Höhe von 0,3 Mrd. € aufgrund der Veräußerung der Telekom Romania Communications zum 30. September 2021.

Weitere Informationen zu den Unternehmenstransaktionen finden Sie im Kapitel „Konzernstruktur“.

Die **sonstigen Passiva** lagen mit 8,3 Mrd. € auf dem Niveau zum 31. Dezember 2020. Die übrigen Schulden verringerten sich um 0,1 Mrd. €. Dies stand im Wesentlichen im Zusammenhang mit geringeren Verbindlichkeiten aus der Regelung für den vorzeitigen Ruhestand für Beamte. Gegenläufig erhöhten sich die übrigen Schulden aufgrund bestehender Ausbaupflichtungen im Zusammenhang mit noch zu empfangenden Zuwendungen aus Förderprojekten für den Breitband-Ausbau in Deutschland um 0,1 Mrd. €. Die Ertragsteuerverbindlichkeiten sanken gegenüber dem Vorjahr um 0,1 Mrd. €. Dahingegen erhöhten sich die Vertragsverbindlichkeiten im Vorjahresvergleich um 0,2 Mrd. €.

Das **Eigenkapital** erhöhte sich gegenüber dem 31. Dezember 2020 von 72,6 Mrd. € auf 81,5 Mrd. €. Erhöhend wirkte sich der Überschuss in Höhe von 6,1 Mrd. € sowie das sonstige Ergebnis mit 6,7 Mrd. € auf das Eigenkapital aus. Die Kapitalerhöhung aus anteilsbasierter Vergütung erhöhte den Buchwert um 0,5 Mrd. €. Das Eigenkapital verringerte sich dagegen im Zusammenhang mit den Dividendenausschüttungen an die Aktionäre der Deutschen Telekom AG für das Geschäftsjahr 2020 in Höhe von 2,8 Mrd. € und an andere Gesellschafter von Tochterunternehmen in Höhe von 0,3 Mrd. €. Ebenfalls reduzierte der im Wege einer Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage durchgeführte Erwerb von T-Mobile US-Aktien den Buchwert des Eigenkapitals im Saldo um 0,8 Mrd. €. Infolgedessen erhöhte sich der Anteil der Deutschen Telekom AG an T-Mobile US um 3,6 Prozentpunkte auf 46,8 %. Unter Berücksichtigung eines beizulegenden Zeitwerts von 0,8 Mrd. € für die ausgeübten Aktienoptionen, die als Teil der Gegenleistung an SoftBank erfolgsneutral im Eigenkapital erfasst wurden, erhöhte sich das Eigenkapital der Eigentümer des Mutterunternehmens um insgesamt 1,5 Mrd. €, während sich die Anteile anderer Gesellschafter am Eigenkapital um 2,4 Mrd. € verringerten. Hierdurch erhöhte sich der Anteil der Eigentümer des Mutterunternehmens am Überschuss und folglich das Ergebnis je Aktie. Konsolidierungskreiseffekte – im Wesentlichen aufgrund der Veräußerung der Telekom Romania Communications im operativen Segment Europa – in Höhe von 0,2 Mrd. € sowie Transaktionen mit Eigentümern in Höhe von 0,2 Mrd. € wirkten sich buchwertmindernd aus.

Weitere Informationen zur Erhöhung des Kapitalanteils an T-Mobile US finden Sie im Kapitel „Konzernstruktur“ sowie in Angabe 19 „Eigenkapital“ im Konzern-Anhang.

Finanzlage des Konzerns und Rentabilität

Finanz-Management

Unser Finanz-Management stellt die permanente Zahlungsfähigkeit und damit die Erhaltung des finanziellen Gleichgewichts in unserem Konzern sicher. Die Grundzüge der Finanzpolitik legt der Vorstand jährlich fest, der Aufsichtsrat überwacht sie. Die Umsetzung der Finanzpolitik sowie das laufende Risiko-Management verantwortet die Konzern-Treasury. Um den Finanzierungsspielraum zu gewährleisten, überwachen wir fortlaufend die Entwicklung der Netto-Finanzverbindlichkeiten, das Rating der Deutschen Telekom AG, die finanzielle Flexibilität und den Free Cashflow AL.

Herleitung der Netto-Finanzverbindlichkeiten

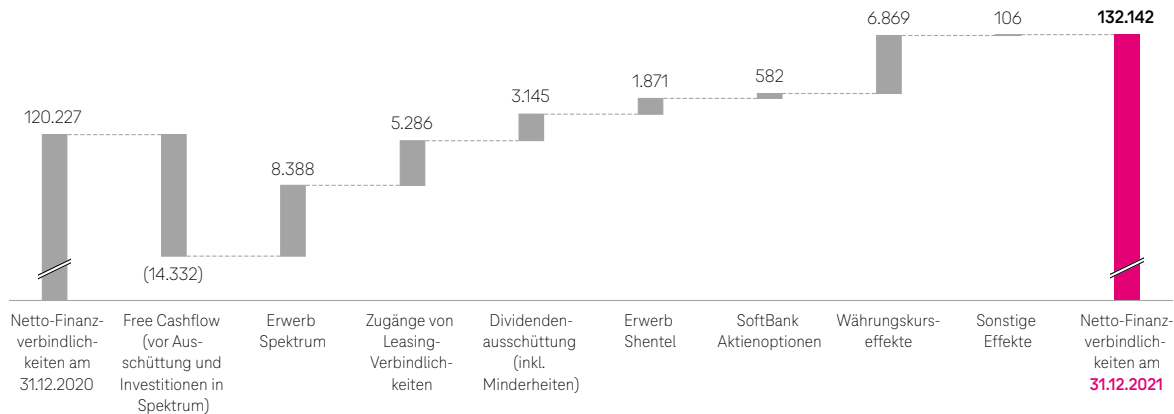
in Mio. €

	31.12.2021 ^a	31.12.2020	Veränderung	Veränderung in %	31.12.2019
Anleihen und sonstige verbrieftete Verbindlichkeiten	93.857	87.702	6.155	7,0	51.644
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	4.003	5.257	(1.254)	(23,9)	6.516
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	13.730	14.149	(419)	(3,0)	8.189
Leasing-Verbindlichkeiten	33.767	32.715	1.052	3,2	19.835
Finanzielle Verbindlichkeiten und Leasing-Verbindlichkeiten	145.357	139.823	5.534	4,0	86.184
Zinsabgrenzungen	(1.012)	(1.035)	23	2,2	(748)
Sonstige	(855)	(703)	(152)	(21,6)	(739)
Brutto-Finanzverbindlichkeiten	143.490	138.085	5.405	3,9	84.697
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	7.617	12.939	(5.322)	(41,1)	5.393
Derivative finanzielle Vermögenswerte	2.762	4.038	(1.276)	(31,6)	2.333
Andere finanzielle Vermögenswerte	969	881	88	10,0	940
Netto-Finanzverbindlichkeiten	132.142	120.227	11.915	9,9	76.031

^a Einschließlich der zum 31. Dezember 2021 in den Schulden in direktem Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen langfristigen Vermögenswerten und Veräußerungsgruppen enthaltenen Netto-Finanzverbindlichkeiten der T-Mobile Netherlands.

Veränderung der Netto-Finanzverbindlichkeiten

in Mio. €



Die sonstigen Effekte in Höhe von 0,1 Mrd. € enthalten eine Vielzahl kleinerer Effekte.

Sonstige Finanzierungsformen

Als außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente verkaufen wir v. a. Forderungen mittels Factoring. Zum 31. Dezember 2021 betrug das verkaufte Forderungsvolumen 3,3 Mrd. € (31. Dezember 2020: 3,1 Mrd. €). Dies beinhaltet im Wesentlichen Factoring-Vereinbarungen in den operativen Segmenten USA und Deutschland. Der Anstieg gegenüber dem Vorjahr resultiert aus üblichen Schwankungen der in Anspruch genommenen vertraglichen Verkaufsvolumina. Die Vereinbarungen werden insbesondere zum aktiven Forderungs-Management genutzt.

Im Berichtsjahr haben wir keine (2020: 0,2 Mrd. €) Finanzierungsformen gewählt, durch welche die Auszahlungen für Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen aus dem operativen und investiven Bereich durch Zwischenschaltung von Bankgeschäften später fällig werden und bei Zahlung im Cashflow aus Finanzierungstätigkeit gezeigt werden. In der Folge weisen wir diese in der Bilanz unter den finanziellen Verbindlichkeiten aus.

Rating der Deutschen Telekom AG

	Standard & Poor's	Moody's	Fitch
Langfrist-Rating / Ausblick			
31.12.2019	BBB+ / CreditWatch negative	Baa1 / negativ	BBB+ / stabil
31.12.2020	BBB / stabil	Baa1 / negativ	BBB+ / stabil
31.12.2021	BBB / stabil	Baa1 / stabil	BBB+ / stabil
Kurzfrist-Rating	A-2	P-2	F2

Nach dem Zusammenschluss von T-Mobile US und Sprint zum 1. April 2020 hat die Rating-Agentur Standard & Poor's das Rating der Deutschen Telekom AG von BBB+ auf BBB mit stabilem Ausblick gesenkt. Im Juni 2021 hat die Rating-Agentur Moody's den Rating-Ausblick der Deutschen Telekom AG angehoben. Das Rating bei Moody's liegt jetzt bei Baa1 mit stabilem Ausblick. Damit sind wir weiterhin ein solides Investment Grade-Unternehmen mit Zugang zu den internationalen Kapitalmärkten.

Finanzielle Flexibilität

	2021	2020	2019
Relative Verschuldung^a			
Netto-Finanzverbindlichkeiten	3,06x	2,78x	2,65x
EBITDA (bereinigt um Sondereinflüsse)			
Eigenkapitalquote	28,9	27,4	27,1

^a Die relative Verschuldung wird auf Quartalsbasis berechnet und beinhaltet für die Berechnung des Werts für 2020 als Eingangsgröße für das erste Quartal 2020 historische Pro-forma-Werte für die im operativen Segment USA übernommene Sprint.

Zur Sicherstellung der finanziellen Flexibilität setzen wir v. a. die Kennzahl „Relative Verschuldung“ ein. Sie ist zentraler Bestandteil unserer Finanzstrategie und gilt als wichtige Kennzahl für Investoren, Analysten und Rating-Agenturen. Mit einem Wert von 3,06x haben wir den Zielkorridor von 2,25x bis 2,75x aufgrund des Zusammenschlusses von T-Mobile US und Sprint wie erwartet verlassen. Wir gehen davon aus, diesen bis Ende 2024 wieder zu erreichen.

Herleitung des Free Cashflows AL

in Mio. €

	2021	2020	Veränderung	Veränderung in %	2019
Cashflow aus Geschäftstätigkeit	32.171	23.743	8.428	35,5	23.074
Zinszahlungen Nullkupon-Anleihen	0	1.600	(1.600)	(100,0)	0
Auflösung von Zinssicherungsgeschäften bei T-Mobile US	0	2.158	(2.158)	(100,0)	0
Cashflow aus Geschäftstätigkeit^a	32.171	27.501	4.670	17,0	23.074
Cash Capex	(26.366)	(18.694)	(7.672)	(41,0)	(14.357)
Investitionen in Spektrum	8.388	1.714	6.674	n.a.	1.239
Cash Capex (vor Investitionen in Spektrum)	(17.978)	(16.980)	(998)	(5,9)	(13.118)
Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten (ohne Goodwill) und Sachanlagen	139	236	(97)	(41,1)	176
Free Cashflow (vor Ausschüttung und Investitionen in Spektrum)^a	14.332	10.756	3.576	33,2	10.133
Tilgung von Leasing-Verbindlichkeiten ^b	(5.521)	(4.468)	(1.053)	(23,6)	(3.120)
Free Cashflow AL (vor Ausschüttung und Investitionen in Spektrum)^a	8.810	6.288	2.522	40,1	7.013

^a Vor Zinszahlungen für Nullkupon-Anleihen und vor Auflösung von Zinssicherungsgeschäften bei T-Mobile US (jeweils in 2020).

^b Ohne Finanzierungs-Leasing-Sachverhalte der T-Mobile US.

Der **Free Cashflow AL** (vor Ausschüttung und Investitionen in Spektrum) erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 2,5 Mrd. € auf 8,8 Mrd. €. Folgende Effekte beeinflussten die Entwicklung:

Der **Cashflow aus Geschäftstätigkeit** erhöhte sich um 4,7 Mrd. €. Dabei wirkte die weiterhin positive Geschäftsentwicklung der operativen Segmente, insbesondere der USA inklusive Sprint, erhöhend auf den Cashflow aus Geschäftstätigkeit. Insgesamt um 0,7 Mrd. € höhere Zinszahlungen (netto), im Wesentlichen resultierend aus den im Rahmen des Erwerbs von Sprint übernommenen finanziellen Verbindlichkeiten sowie der in diesem Zusammenhang durchgeführten Neustrukturierung und Erhöhung des Finanzierungsvolumens, wirkten belastend. Die Ertragsteuerzahlungen erhöhten sich gegenüber dem Vorjahr um 0,2 Mrd. €. Factoring-Vereinbarungen wirkten im Berichtsjahr in Höhe von 0,1 Mrd. € negativ auf den Cashflow aus Geschäftstätigkeit. Im Vorjahr ergaben sich negative Effekte aus Factoring-Vereinbarungen in Höhe von minus 0,8 Mrd. €, im Wesentlichen resultierend aus der vertragsgemäßen Kündigung einer revolvingierenden Factoring-Vereinbarung im operativen Segment Deutschland.

Der **Cash Capex** (vor Investitionen in Spektrum) erhöhte sich um 1,0 Mrd. € auf 18,0 Mrd. €. Der Anstieg lag v. a. am Einbezug von Sprint sowie am weiteren Ausbau des 5G-Netzwerks in den USA. Im operativen Segment Deutschland verringerte sich der Cash Capex leicht um 0,1 Mrd. €. Insgesamt investierten wir im operativen Segment Deutschland 2021 rund 4,1 Mrd. €, insbesondere in den 5G- und Glasfaser-Ausbau. Im operativen Segment Europa lagen unsere Investitionen mit 1,8 Mrd. € auf Vorjahresniveau. Auch hier investieren wir weiterhin im Rahmen unserer integrierten Netzstrategie in die Bereitstellung von Breitband- und Glasfaser-Technologie sowie in 5G.

Der Anstieg der geleisteten Tilgungen von Leasing-Verbindlichkeiten resultierte insbesondere aus Zahlungen für im operativen Segment USA bestehende Leasing-Verhältnisse. Er stammt aus dem erstmals ganzjährigen Einbezug von Sprint im Berichtsjahr sowie aus seitens T-Mobile US geleisteten Vorauszahlungen für Standortmieten.

Weitere Informationen zur Kapitalflussrechnung finden Sie in Angabe 35 „Erläuterungen zur Konzern-Kapitalflussrechnung“ im Konzern-Anhang.

Rentabilität

in Mio. €

	2021	2020	2019
ROCE %	4,1	4,6	5,1
Betriebsergebnis (EBIT)	13.057	12.804	9.457
Ergebnis aus at equity bilanzierten Unternehmen	(102)	(12)	87
Net Operating Profit (NOP)	12.956	12.792	9.544
Steuer (kalkulatorischer Steuersatz 2021: 27,8 %; 2020: 27,8 %; 2019: 27,8 %)	(3.602)	(3.556)	(2.653)
Net Operating Profit after Taxes (NOPAT)	9.354	9.236	6.891
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	7.617	12.939	5.393
Immaterielle Vermögenswerte	132.647	118.066	68.202
Sachanlagen	61.770	60.975	49.548
Nutzungsrechte ^a	30.777	30.302	17.998
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und Veräußerungsgruppen und Schulden ^b	3.491	664	68
Beteiligungen an at equity bilanzierten Unternehmen	938	543	489
Operatives Working Capital	7.702	6.458	2.983
Sonstige Rückstellungen	(9.463)	(9.033)	(6.663)
Net Operating Assets (NOA)	235.479	220.914	138.018
Durchschnittliche Net Operating Assets (Ø NOA)	229.035	201.545	135.618

^a Aufgrund der Einführung des Rechnungslegungsstandards IFRS 16 in 2019 angepasste Ermittlung des finanziellen Leistungsindikators.

^b Ohne Berücksichtigung der Buchwerte at equity bilanzierter Unternehmen.

Der ROCE verringerte sich im Berichtsjahr um 0,5 Prozentpunkte auf 4,1 %. Ursache hierfür war eine prozentual stärkere Erhöhung des durchschnittlich im Jahresverlauf gebundenen Vermögens (NOA) im Vergleich zur Erhöhung des operativen Ergebnisses (NOPAT). Der Anstieg der NOA ist im Wesentlichen auf den Erwerb weiterer Spektrumlizenzen durch T-Mobile US und der damit verbundenen Erhöhung der immateriellen Vermögenswerte zurückzuführen. Zudem spiegelt die Entwicklung der NOA auch unser weiterhin hohes Investitionsvolumen wider. Die Entwicklung des NOPAT ist gegenüber dem Vorjahr maßgeblich durch höhere als Sondereinflüsse klassifizierte Aufwendungen – im Wesentlichen im operativen Segment USA – beeinflusst. Diese standen im Zusammenhang mit höheren Integrationsaufwendungen und Restrukturierungskosten zur Realisierung von Kosteneffizienzen infolge des Zusammenschluss von T-Mobile US und Sprint sowie die Nutzungsdauerverkürzung von angemieteter Netzwerk-Technik für Mobilfunk-Standorte. Im Vorjahr entlastete die teilweise Wertaufholung des Buchwerts von Spektrumlizenzen das operative Ergebnis.

Insgesamt betrug der NOPAT im Jahr 2021 9,4 Mrd. €, nach 9,2 Mrd. € im Vorjahr. Die durchschnittlichen NOA erhöhten sich 2021 von 201,5 Mrd. € auf 229,0 Mrd. €.

Weitere Informationen zur Bedeutung und Ermittlung des ROCE finden Sie im Kapitel „Konzernsteuerung“.

Geschäftsentwicklung der operativen Segmente

Weitere Informationen zu der Geschäftsentwicklung der operativen Segmente finden Sie im IR-Back-up auf unserer [Investor Relations Website](#).

Zum 1. Januar 2021 hat die Deutsche Telekom die Geschäfts- und Ergebnisverantwortung für die Deutsche Telekom IoT GmbH vom operativen Segment Systemgeschäft in den Geschäftskundenbereich des operativen Segments Deutschland verlagert. In den beiden Segmenten wurden die Vorjahreswerte der operativen Entwicklung, der Kunden- und Mitarbeiterentwicklung sowie der Auftragseingang rückwirkend angepasst.

Weitere Informationen zu der Verlagerung des IoT-Geschäfts finden Sie im Kapitel „Konzernstruktur“ sowie im Abschnitt „Segmentberichterstattung“ im Konzern-Anhang.

Deutschland Kundenentwicklung

in Tsd.

	31.12.2021	31.12.2020	Veränderung	Veränderung in %	31.12.2019
Mobilfunk-Kunden	53.211	48.213	4.998	10,4	46.189
Vertragskunden ^{a, b}	23.129	25.975	(2.846)	(11,0)	25.291
Prepaid-Kunden ^{a, b}	30.081	22.239	7.842	35,3	20.898
Festnetz-Anschlüsse	17.525	17.590	(65)	(0,4)	17.824
Breitband-Anschlüsse Retail	14.478	14.118	360	2,5	13.730
davon: Glasfaser	10.379	9.515	864	9,1	8.529
TV (IPTV, Sat)	4.001	3.864	137	3,5	3.618
Teilnehmer-Anschlussleitungen (TAL)	3.622	4.101	(479)	(11,7)	4.638
Breitband-Anschlüsse Wholesale	7.948	7.733	215	2,8	7.372
davon: Glasfaser	6.778	6.433	345	5,4	5.863

^a Aufgrund der Neuaufstellung des Telekommunikationsgeschäfts für Geschäftskunden im Jahr 2020 wurden zum 1. Januar 2021 im Geschäftskundenbereich ca. 310 Tsd. SIM-Karten ausgebucht, die nun als interne Karten behandelt werden. Die Vorjahreswerte wurden rückwirkend angepasst.

^b Seit dem 1. Januar 2021 werden ca. 3,6 Mio. SIM-Karten eines Service Providers, die bisher unter den Vertragskunden ausgewiesen wurden, unter den Prepaid-Kunden ausgewiesen. Die Vorjahreswerte wurden nicht angepasst.

Gesamt

In Deutschland sind wir weiterhin Marktführer, sowohl bei den Festnetz- als auch bei den Mobilfunk-Umsätzen. Die Basis für unseren Erfolg sind unsere leistungsfähigen Netze. Wir begeistern unsere Kunden mit einer ausgezeichneten Netzqualität – in Festnetz und Mobilfunk – sowie einem breiten Produkt-Portfolio und exzellentem Service. Wir wollen unseren Kunden ein nahtloses und technologieunabhängiges Telekommunikationserlebnis bieten. Deshalb vermarkten wir neben Festnetz- und Mobilfunk-Produkten auch konvergente Produkte. Ende Mai 2021 haben wir den „MagentaEINS Unlimited“ Vorteil eingeführt mit deutschlandweit unbegrenztem Datenvolumen. Mit unseren konvergenten Produkten der „MagentaEINS“ Familie überzeugen wir unsere Kunden weiterhin. Bis Ende 2021 haben sich rund 5,3 Mio. Kunden dafür entschieden. Der Kundenbestand liegt somit um 217 Tsd. Kunden über Vorjahresendniveau.

Nach wie vor gab es eine hohe Nachfrage nach unseren Glasfaser-basierten Anschlüssen. Die Gesamtzahl dieser Kundenanschlüsse stieg bis Ende Dezember 2021 auf rund 17,2 Mio. Im Jahr 2021 haben in Deutschland somit 1,2 Mio. zusätzliche Kunden einen Glasfaser-basierten Anschluss von uns erhalten. Mit dem fortschreitenden Glasfaser-Ausbau haben wir die Vermarktung höherer Bandbreiten erfolgreich vorangetrieben.

Mobilfunk

Im Mobilfunk-Bereich gewannen wir 2021 insgesamt rund 5,0 Mio. Kunden hinzu; davon entfielen 666 Tsd. Kunden auf unser eigenes werthaltiges Vertragskundengeschäft unter den Marken „Telekom“ und „congstar“. Gründe dafür sind die konstante Nachfrage nach Mobilfunk-Tarifen mit integriertem Datenvolumen und unsere vielfach ausgezeichnete Netzqualität. Seit dem 1. Januar 2021 werden die bisher unter den Vertragskunden ausgewiesenen Kunden eines Service Providers unter den Prepaid-Kunden ausgewiesen. Unter Berücksichtigung dieser Ausweisänderung konnten wir im Bereich der Prepaid-Kunden seit Jahresbeginn einen Zuwachs von rund 4,2 Mio. Kunden verzeichnen, der im Wesentlichen durch unsere Automotive-Initiativen im Geschäftskundenbereich getrieben ist.

Die Option StreamOn, mit der bestimmte Nutzungen von Streaming-Diensten für Musik, Gaming oder Video nicht auf das Datenvolumen des Tarifs angerechnet werden, erfreut sich nach wie vor reger Nachfrage. Zum Ende des Jahres 2021 nutzten 4,6 Mio. Kunden diese Option, 16,0 % mehr als ein Jahr zuvor.

Festnetz

Der Festnetz-Breitband-Markt ist durch eine Vielzahl von Akteuren mit unterschiedlichen Infrastrukturen gekennzeichnet – vom überregionalen Anbieter bis hin zum regionalen Versorger. Um unsere Marktposition als führender integrierter Telekommunikationsanbieter in Deutschland zu behaupten, bauen wir unsere Angebote weiter aus.

Die Anzahl unserer Breitband-Anschlüsse ist im Jahr 2021 auf rund 14,5 Mio. gewachsen. Die Nachfrage nach unseren Glasfaser-basierten Anschlüssen Retail ist dabei mit 864 Tsd. der Treiber. Bei unseren TV-Kunden konnten wir gegenüber dem Jahresende 2020 ein Wachstum um 137 Tsd. verzeichnen. Im klassischen Festnetz sank die Zahl der Anschlüsse leicht um 65 Tsd., was eine deutliche Reduzierung der Anschlussverluste gegenüber dem Vorjahresvergleichszeitraum darstellt. Die Anzahl unserer Festnetz-Anschlüsse liegt somit wie erwartet bei 17,5 Mio. Anschlüssen.

Wholesale

Zum 31. Dezember 2021 lag der Anteil der Glasfaser-basierten Anschlüsse am Gesamtbestand mit 58,6 % um 4,2 Prozentpunkte über dem Jahresende 2020. Das Wachstum ergibt sich aus der Nachfrage nach Kontingentverträgen bzw. nach den seit dem 1. April 2021 erfolgreich eingeführten Commitment-Verträgen. Darüber hinaus spielt die steigende Nachfrage der Endkunden nach Anschlüssen mit höherer Bandbreite eine Rolle. Die Zahl unserer Teilnehmer-Anschlussleitungen reduzierte sich gegenüber dem Vorjahresende um 479 Tsd. Gründe dafür sind zum einen die Verlagerung zu höherwertigen Glasfaser-basierten Anschlüssen, zum anderen, dass Endkunden zu anderen Kabelanbietern wechseln. Hinzu kommt, dass unsere Wholesale-Kunden ihre Endkunden auf eigene Glasfaser-basierte Anschlüsse migrieren. Insgesamt lag der Anschlussbestand im Bereich Wholesale Ende 2021 bei rund 11,6 Mio.

Operative Entwicklung

in Mio. €

	2021	2020	Veränderung	Veränderung in %	2019
Gesamtumsatz	24.164	23.790	374	1,6	23.750
Privatkunden	12.221	11.740	481	4,1	11.618
Geschäftskunden	8.878	8.857	21	0,2	8.957
Wholesale	2.767	2.983	(216)	(7,2)	2.944
Sonstiges	298	210	88	41,9	230
Service-Umsatz^a	21.298	20.993	305	1,5	n.a.
Betriebsergebnis (EBIT)	4.951	3.970	981	24,7	4.238
EBIT-Marge %	20,5	16,7			17,8
Abschreibungen	(4.016)	(4.510)	494	11,0	(4.368)
EBITDA	8.968	8.480	488	5,8	8.606
EBITDA-wirksame Sondereinflüsse	(588)	(752)	164	21,8	(458)
EBITDA (bereinigt um Sondereinflüsse)	9.556	9.232	324	3,5	9.064
EBITDA AL	8.932	8.435	497	5,9	8.568
EBITDA AL-wirksame Sondereinflüsse	(588)	(752)	164	21,8	(458)
EBITDA AL (bereinigt um Sondereinflüsse)	9.520	9.188	332	3,6	9.026
EBITDA AL-Marge (bereinigt um Sondereinflüsse) %	39,4	38,6			38,0
Cash Capex	(4.116)	(4.191)	75	1,8	(4.447)

^a Die Definition des Service-Umsatzes wurde für die Jahre vor 2020 nicht konzerneinheitlich angewendet.

Gesamtumsatz, Service-Umsatz

Im Jahr 2021 erzielten wir einen Gesamtumsatz in Höhe von 24,2 Mrd. €, der mit einem Anstieg um 1,6 % über dem Niveau des Vorjahres lag. Der Zuwachs bei den Service-Umsätzen um 1,5 % ist sowohl auf den Umsatzanstieg im Festnetz-Kerngeschäft, im Wesentlichen durch Breitband, als auch bei den Service-Umsätzen im Mobilfunk zurückzuführen. In Summe war der Umsatz durch die Coronavirus-Pandemie beeinflusst wie z. B. durch temporär verhängte Reisebeschränkungen und Lockdowns sowie verschlechterte wirtschaftliche Rahmenbedingungen. Daraus ergaben sich negative Effekte bei den Roaming- und Visiten-Umsätzen sowie Verzögerungen oder Verschiebungen bei laufenden Aufträgen im Bereich des Telekommunikationsgeschäfts für Geschäftskunden.

Im **Privatkundenbereich** stieg der Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 4,1%. Das klassische Festnetz-Geschäft wurde weiterhin durch mengenbedingte Umsatzrückgänge bei den Voice-Komponenten beeinflusst. Dagegen stieg der Umsatz im Breitband-Geschäft um 6,9 %, u. a. positiv beeinflusst durch eine höhere Kundensensibilität für stabile Datenleitungen. Ebenfalls stieg das Festnetz-Endgerätegeschäft um 9,2 %, beeinflusst durch das kundenseitig stark in Anspruch genommene Endgeräte-Mietgeschäft. Das Mobilfunk-Geschäft entwickelte sich um 4,7 % positiv, im Wesentlichen durch höhere Umsätze aus dem Mobilfunk-Endgerätegeschäft und eine positive Kundenentwicklung unserer Zweitmarke „congstar“.

Im **Geschäftskundenbereich** lag der Umsatz um 0,2 % leicht über dem Vorjahresniveau. Gegenüber dem Vorjahr stieg der IT-Umsatz um 5,4 %, im Wesentlichen durch das Vorantreiben der Digitalisierung bei mittelständischen Unternehmen. Der Mobilfunk-Umsatz lag insgesamt um 2,1 % über Vorjahresniveau. Positive Umsätze aus dem Endgerätegeschäft sowie das anhaltende Bestandswachstum trugen dazu bei. Organisch betrachtet, d. h. vor allem unter der Annahme konstanter Währungskurse sowie um die Verlagerung der Deutsche Telekom IT (DT IT) Russland, DT IT Slowakei und DT IT Ungarn in das Segment Group Headquarters & Group Services neutralisiert, ergibt sich ein Umsatzanstieg um 2,0 % im Vorjahresvergleich.

Der Umsatz im **Wholesale-Bereich** lag Ende 2021 mit 7,2 % unter Vorjahresniveau. Die positive Mengenentwicklung der Glasfaser-basierten Anschlüsse von 5,4 % gegenüber dem Vorjahr setzte sich fort. Dies konnte aber die rückläufigen Umsätze aus Mengenverlusten bei den Teilnehmer-Anschlussleitungen um 11,7 % nicht kompensieren. Darüber hinaus ist im Vorjahresvergleich der positive Beitrag aufgrund der Verkürzung der Kundenbindungsdauer bei der Vermietung von Teilnehmer-Anschlussleitungen im Rahmen der Umstellung auf den Rechnungslegungsstandard IFRS 16 „Leases“ weggefallen. Seit dem 1. April 2021 führte der Übergang von Kontingentverträgen in neue Commitment-Verträge zu verstärkten Umsatzrückgängen im Berichtsjahr. Dies ist im Wesentlichen darauf zurückzuführen, dass in dem neuen Modell zu Beginn niedrigere jährliche Commitment-Zahlungen gegenüber den bisherigen Upfront-Zahlungen der Kontingentverträge hinterlegt sind. In den Folgejahren steigen die jährlichen Commitment-Zahlungen an. Der Voice-Umsatz lag unter dem Niveau des Vorjahres, im Wesentlichen aufgrund der damals Corona-bedingt höheren Umsätze in diesem Bereich.

▬ Weitere Informationen zum Inkrafttreten der Commitment-Verträge finden Sie im Kapitel „Wirtschaftliches Umfeld – Regulierung“.

Bereinigtes EBITDA AL, EBITDA AL

Das um Sondereinflüsse bereinigte EBITDA AL stieg gegenüber dem Vergleichszeitraum um 332 Mio. € bzw. 3,6 % und betrug 9,5 Mrd. €. Unsere bereinigte EBITDA AL-Marge ist im Vergleich zum Vorjahr von 38,6 % auf 39,4 % gestiegen. Hauptgründe dafür sind die positive operative Entwicklung getrieben durch das werthaltige Umsatzwachstum sowie eine verbesserte Kosteneffizienz. Diese ist auf geringere Personalaufwendungen, u. a. aufgrund einer niedrigeren Anzahl an Mitarbeitern und weiteren Umsetzungen von Effizienz- und Digitalisierungsmaßnahmen, zurückzuführen.

Gegenläufig zu den beim bereinigten EBITDA AL beschriebenen Effekten wirkten geringere als Sondereinflüsse erfasste Aufwendungen für sozialverträgliche Instrumente zum Personalumbau, insbesondere engagierter Vorruhestand. 2021 wuchs unser EBITDA AL auf 8,9 Mrd. € und lag um 5,9 % über Vorjahresniveau.

EBIT

Das Betriebsergebnis lag um 24,7 % über Vorjahresniveau und betrug 5,0 Mrd. €. Die positive Entwicklung des EBITDA AL zusammen mit niedrigeren Abschreibungen, insbesondere getrieben durch wesentlich geringere Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte aus dem Auslaufen der planmäßigen Abschreibungen der UMTS-Lizenzen, trugen zu dieser Entwicklung bei.

Cash Capex

Der Cash Capex sank im Vergleich zum Vorjahr um 75 Mio. € bzw. 1,8 %. Insgesamt investierten wir im Jahr 2021 rund 4,1 Mrd. € insbesondere in den 5G- und Glasfaser-Ausbau. Hierbei ist z. B. die Zahl der Haushalte, die die Möglichkeit einer direkten Anbindung an unser Glasfasernetz haben, zum Ende 2021 auf rund 3,4 Mio. gestiegen. Im Mobilfunk profitieren unsere Kunden von einer hohen LTE-Netzabdeckung. So versorgten wir zum 31. Dezember 2021 in Deutschland 99 % der Haushalte mit LTE. 5G können jetzt bereits über 90 % der Haushalte in Deutschland nutzen.

USA

Kundenentwicklung

in Tsd.

	31.12.2021	31.12.2020	Veränderung	Veränderung in %	31.12.2019
Kunden	108.719	102.064	6.655	6,5	67.895
Postpaid-Kunden	87.663	81.350	6.313	7,8	47.034
Postpaid-Telefonie-Kunden ^{a, b}	70.262	66.618	3.644	5,5	40.346
Andere Postpaid-Kunden ^{a, b}	17.401	14.732	2.669	18,1	6.689
Prepaid-Kunden ^{a, c}	21.056	20.714	342	1,7	20.860

Anpassungen der Kundenbasis

in Tsd.

	Summe Kundenbasis- anpassungen 2020	Anpassung der Kundendefinition Prepaid-Sparte Sprint zum 01.07.2020 ^c	Anpassung der Kundendefinition Sprint zum 01.04.2020 ^a	Zugänge Sprint zum 01.04.2020
Kunden	28.354	(9.393)	(4.853)	42.600
Postpaid-Kunden	28.830	0	(5.514)	34.344
Postpaid-Telefonie-Kunden	24.055	0	(1.861)	25.916
Andere Postpaid-Kunden	4.775	0	(3.653)	8.428
Prepaid-Kunden	(476)	(9.393)	661	8.256

^a Einschließlich der im Rahmen des Zusammenschlusses mit Sprint übernommenen Kunden und spezifischer Anpassungen der Kundenbasis zum 1. April 2020.

^b Im ersten Quartal 2021 wurden durch die Übernahme eines verbundenen Unternehmens 11.000 Postpaid-Telefonie-Kunden und 1.000 weitere Postpaid-Kunden übernommen. Im dritten Quartal 2021 wurden im Zuge des Erwerbs der Mobilfunk-Vermögenswerte von Shentel 716.000 Postpaid-Telefonie-Kunden und 90.000 weitere Postpaid-Kunden übernommen.

^c Zur Erlangung der Genehmigungen der US-Behörden für den Zusammenschluss mit Sprint wurden zum 1. Juli 2020 im Wesentlichen alle übernommenen Prepaid-Kunden nachfolgend durch DISH übernommen. Nach Abschluss der Transaktion mit DISH haben wir einen Rahmenvertrag (Master Network Service Agreement) geschlossen, gemäß dem wir den Prepaid-Kunden von DISH als virtueller Mobilfunk-Netzbetreiber für einen Zeitraum von bis zu sieben Jahren Mobilfunk-Dienste anbieten. Infolgedessen nahm T-Mobile US eine Anpassung der Kundenbasis vor, durch die sich die Zahl der Prepaid-Kunden im dritten Quartal 2020 um 9,4 Mio. verringert hat. Die in unserer Gesamtkundenbasis zum 30. Juni 2020 berücksichtigten Prepaid-Kunden umfassen auch die nachfolgend durch DISH übernommenen Kunden. Es ist davon auszugehen, dass diese Kunden sich aufgrund unterschiedlicher Grundsätze zum Ausweis von Kunden von den durch den Rahmenvertrag abgedeckten Kunden unterscheiden und als Wholesale-Kunden zu klassifizieren sind.

Kunden

Zum 31. Dezember 2021 hatte das operative Segment USA (T-Mobile US) 108,7 Mio. Kunden, gegenüber einem Bestand von 102,1 Mio. Kunden zum 31. Dezember 2020. Ohne Berücksichtigung der Kunden, die T-Mobile US im Laufe des Jahres infolge von Akquisitionen übernommen hat, belief sich der Kundenzuwachs im Jahr 2021 gegenüber der genannten Vorjahreszahl aufgrund der nachfolgend beschriebenen Faktoren auf 5,8 Mio.

Der Anstieg bei den **Postpaid-Kunden** belief sich 2021 auf netto 5,5 Mio. und lag damit sogar über dem oberen Ende der für das Geschäftsjahr ausgegebenen Erwartungen. Im Vergleich zum Vorjahr blieb der Nettozuwachs bei den Postpaid-Kunden nahezu stabil und war hauptsächlich geprägt von einem höheren Anstieg bei den Postpaid-Telefonie-Kunden, v. a. aufgrund des vermehrten Kundenkontakts im stationären Einzelhandel gegenüber dem eingeschränkten Kundenverkehr im Vorjahr aufgrund der Corona-bedingten Shop-Schließungen, der teilweise durch eine höhere Kundenabwanderung abgeschwächt wurde. Diesem Anstieg stand ein geringerer Zuwachs bei den anderen Postpaid-Kunden gegenüber, insbesondere infolge des Corona-bedingten starken Bruttozuwachses im Vorjahr im öffentlichen Bereich und Bildungssektor. Darüber hinaus resultierte aus einer größeren Kundenbasis eine höhere Anzahl an Anschlussverlusten, wobei dies durch das Wachstum im Bereich Highspeed-Internet teilweise kompensiert wurde. Diese Zunahme bei den Highspeed-Internet-Kunden belief sich zum 31. Dezember 2021 auf 546 Tsd., gegenüber einem Zuwachs von 87 Tsd. zum Jahresende 2020.

Die Zahl der **Prepaid-Kunden** stieg 2021 um netto 342 Tsd. gegenüber einem Anstieg von 331 Tsd. im Vorjahr. Diese Entwicklung ist hauptsächlich auf eine niedrigere Kundenabwanderung zurückzuführen.

Operative Entwicklung

in Mio. €					
	2021	2020	Veränderung	Veränderung in %	2019
Gesamtumsatz	68.359	61.208	7.151	11,7	40.420
Service-Umsatz^a	48.929	44.271	4.658	10,5	n.a.
Betriebsergebnis (EBIT)	7.217	9.187	(1.970)	(21,4)	5.488
EBIT-Marge	% 10,6	15,0			13,6
Abschreibungen	(18.338)	(15.665)	(2.673)	(17,1)	(7.777)
EBITDA	25.555	24.852	703	2,8	13.265
EBITDA-wirksame Sondereinflüsse	(1.836)	(270)	(1.566)	n.a.	(544)
EBITDA (bereinigt um Sondereinflüsse)	27.392	25.122	2.270	9,0	13.809
EBITDA AL	20.060	20.628	(568)	(2,8)	10.590
EBITDA AL-wirksame Sondereinflüsse	(2.637)	(370)	(2.267)	n.a.	(544)
EBITDA AL (bereinigt um Sondereinflüsse)	22.697	20.997	1.700	8,1	11.134
Core EBITDA AL (bereinigt um Sondereinflüsse) ^b	19.912	17.366	2.546	14,7	n.a.
EBITDA AL-Marge (bereinigt um Sondereinflüsse)	% 33,2	34,3			27,5
Cash Capex	(18.594)	(10.394)	(8.200)	(78,9)	(6.369)

^a Die Definition des Service-Umsatzes wurde für die Jahre vor 2020 nicht konzerneinheitlich angewendet.

^b Das bereinigte Core EBITDA AL unterscheidet sich durch die Herausnahme der Umsatzerlöse aus der Endgerätevermietung vom bereinigten EBITDA AL und zeigt damit eine Darstellung der operativen Entwicklung, die nicht durch den Rückzug aus dem Geschäft der Endgerätevermietung verzerrt ist.

Gesamtumsatz, Service-Umsatz

Der Gesamtumsatz unseres operativen Segments USA stieg 2021 gegenüber dem Vorjahr von 61,2 Mrd. € um 11,7 % auf 68,4 Mrd. €. Auf US-Dollar-Basis erhöhte sich der Gesamtumsatz der T-Mobile US um 15,2 % gegenüber dem Vorjahr. Hauptgrund dafür waren sowohl höhere Service- als auch Endgeräteumsätze, die sich im Einzelnen wie folgt entwickelten:

Die **Service-Umsätze** stiegen im Jahr 2021 um 10,5 % auf 48,9 Mrd. €, v. a. aufgrund höherer Umsätze im Postpaid-Bereich, die im Wesentlichen – einschließlich des Effekts aus der Übernahme von Kundenkonten durch den Zusammenschluss mit Sprint – auf eine höhere durchschnittliche Anzahl an Postpaid-Kundenkonten, einen höheren durchschnittlichen Umsatz je Postpaid-Kundenkonto (Average Revenue per Account, ARPA) sowie höhere Wholesale-Umsätze zurückzuführen sind. Letztere resultieren v. a. aus unserem zum 1. Juli 2020 in Kraft getretenen Rahmenvertrag über Mobilfunk-Dienste mit DISH sowie aus anderen erfolgreichen MVNO-Partnerschaften. Darüber hinaus stiegen die Service-Umsätze auch aufgrund höherer Umsätze im Prepaid-Bereich, die im Wesentlichen auf einen höheren durchschnittlichen Umsatz je Prepaid-Kunde (Average Revenue per User, ARPU) sowie eine höhere durchschnittliche Anzahl an Prepaid-Kunden zurückzuführen sind. Darüber hinaus ist der Anstieg der Service-Umsätze auf höhere andere Service-Umsätze zurückzuführen, die v. a. aus höheren Umsätzen im Rahmen des staatlich subventionierten Lifeline-Programms resultierten. Diese stehen im Wesentlichen im Zusammenhang mit dem durch den Zusammenschluss mit Sprint übernommenen Geschäft und der Integration des durch den Zusammenschluss mit Sprint übernommenen Festnetz-Geschäfts.

Die **Endgeräteumsätze** stiegen 2021 insbesondere aufgrund eines höheren Endgeräteabsatzes (mit Ausnahme der am Ende der Mietzeit kundenseitig erworbenen Geräte), v. a. durch eine höhere Anzahl an verkauften Endgeräten infolge einer durch den Zusammenschluss mit Sprint gewachsenen Kundenbasis und einer normalisierteren Wechselaktivität im Vergleich zum von gedämpften Rahmenbedingungen durch die Coronavirus-Pandemie geprägten Vorjahr. Dazu beigetragen haben auch ein verstärkter Wechsel zu höherwertigen Geräten sowie der planmäßige Umstieg bei der Endgerätefinanzierung von der Vermietung hin zum Ratenkauf. Darüber hinaus wurden höhere Umsätze durch Endgeräteverkäufe erzielt (mit Ausnahme der am Ende der Mietzeit kundenseitig erworbenen Geräte), da der durchschnittliche Umsatz je verkauftem Gerät durch den höheren Anteil hochwertiger Telefone gegenüber anderen Endgeräten im Portfolio gestiegen ist. Abgeschwächt wurde dieser Umsatzzuwachs allerdings infolge vermehrter Werbeangebote. Des Weiteren hat sich ein verstärkter Absatz an Zubehör aufgrund des vermehrten Kundenkontakts im stationären Einzelhandel gegenüber dem eingeschränkten Kundenverkehr im Vorjahr aufgrund der Corona-bedingten Shop-Schließungen sowie der durch den Zusammenschluss mit Sprint gewachsenen Kundenbasis positiv auf die Endgeräteumsätze ausgewirkt. Die Endgeräteumsätze sind zudem durch höhere Erlöse aus der Verwertung zurückgenommener Geräte gestiegen. Dieser Trend ist im Wesentlichen auf eine größere Anzahl zurückgegebener Geräte sowie einen wachsenden Anteil von High-End-Geräten zurückzuführen. Diesen positiven Umsatzrends stand ein Rückgang der Umsätze aus der Vermietung von Endgeräten gegenüber, da aufgrund des planmäßigen Umstiegs bei der Endgerätefinanzierung von der Vermietung hin zum Ratenkauf die Zahl der Mietgeräte rückläufig ist.

Bereinigtes EBITDA AL, EBITDA AL

Auf Euro-Basis stieg das bereinigte EBITDA AL um 8,1 % von 21,0 Mrd. € im Vorjahr auf 22,7 Mrd. € im Jahr 2021. Die bereinigte EBITDA AL-Marge verringerte sich von 34,3 % im Jahr 2020 auf 33,2 % im Berichtsjahr. Auf US-Dollar-Basis wuchs das bereinigte EBITDA AL im gleichen Zeitraum um 11,8 %. Das bereinigte EBITDA AL stieg im Wesentlichen aufgrund des zuvor erläuterten Anstiegs der Service- und Endgeräteumsätze (mit Ausnahme der Umsätze aus der Vermietung von Endgeräten). Diesen Entwicklungen standen zum Teil höhere Aufwendungen für den Bezug von Endgeräten (mit Ausnahme der am Ende der Mietzeit kundenseitig erworbenen Geräte) gegenüber, v. a. durch eine höhere Anzahl an verkauften Endgeräten infolge einer durch den Zusammenschluss mit Sprint gewachsenen Kundenbasis, einer normalisierteren Wechselaktivität im Vergleich zum von gedämpften Rahmenbedingungen durch die Coronavirus-Pandemie geprägten Vorjahr, eines vermehrten Wechsels zu höherwertigen Geräten sowie des planmäßigen Umstiegs bei der Endgerätefinanzierung weg vom Mietmodell hin zum Ratenkaufmodell. Darüber hinaus stiegen die Aufwendungen für den Bezug von Endgeräten (mit Ausnahme der am Ende der Mietzeit kundenseitig erworbenen Geräte), da die durchschnittlichen Kosten je verkauftem Gerät durch den höheren Anteil an Telefonen im Vergleich zu anderen Endgeräten im Portfolio gestiegen sind. Zudem wurden höhere Aufwendungen im Zusammenhang mit Kosten für Zubehör aufgrund des vermehrten Kundenkontakts im stationären Einzelhandel gegenüber dem eingeschränkten Kundenverkehr im Vorjahr aufgrund der Corona-bedingten Shop-Schließungen sowie der durch den Zusammenschluss mit Sprint gewachsenen Kundenbasis verzeichnet. Belastend wirkten zudem höhere Aufwendungen im Zusammenhang mit Anmietungen und bezogenen Leistungen, v. a. infolge des Zusammenschlusses mit Sprint, sowie der weitere Ausbau des landesweiten 5G-Netzes, einschließlich eines neuen Rahmenvertrags aus dem Jahr 2020 über die Anmietung von Funktürmen, sowie höhere Aufwendungen für Personal und personalbezogene Leistungen insbesondere aufgrund der höheren durchschnittlichen Personalausgaben infolge des Zusammenschlusses mit Sprint. Darüber hinaus fielen höhere Aufwendungen im Zusammenhang mit Werbung – im Vergleich zu den pandemiebedingt gedämpften Rahmenbedingungen im Vorjahr –, externen Kräften und Dienstleistungen, hauptsächlich infolge des Zusammenschlusses mit Sprint, sowie höhere Provisionen aufgrund von Änderungen in der Vergütungsstruktur und höheren Kundenzuwächsen an. Diese Kostenentwicklung wurde teilweise ausgeglichen von gestiegenen Synergieeffekten infolge des Zusammenschlusses mit Sprint, einschließlich einem Rückgang der Aufwendungen für Backhaul-Vereinbarungen durch die Beendigung von bestimmten im Zuge des Zusammenschlusses mit Sprint übernommenen Vereinbarungen, sowie von niedrigeren Aufwendungen durch uneinbringliche Forderungen aufgrund der Auflösung von im Vorjahr gebildeten Wertberichtigungen für zweifelhafte Forderungen im Zusammenhang mit den volkswirtschaftlichen Auswirkungen der Coronavirus-Pandemie.

Auf Euro-Basis stieg das bereinigte Core EBITDA AL um 14,7 % von 17,4 Mrd. € im Vorjahr auf 19,9 Mrd. € im Jahr 2021. Auf US-Dollar-Basis wuchs das bereinigte Core EBITDA AL im gleichen Zeitraum um 18,6 %. Diese Entwicklung geht hauptsächlich auf die beim bereinigten EBITDA AL beschriebenen Effekte zurück, ohne Berücksichtigung der Änderungen beim Umsatz aus Endgerätevermietung. Auf US-Dollar-Basis verringerte sich der Umsatz aus der Vermietung von Endgeräten im Berichtsjahr um 20,6 % infolge des planmäßigen Umstiegs bei der Endgerätefinanzierung weg vom Mietmodell hin zum Ratenkaufmodell.

Im EBITDA AL sind für 2021 negative Sondereinflüsse in Höhe von 2,6 Mrd. € enthalten, gegenüber negativen Sondereinflüssen in Höhe von 0,4 Mrd. € im Vorjahr. Die Entwicklung bei den Sondereinflüssen ergab sich im Wesentlichen aus im Jahr 2020 erfassten positiven Sondereinflüssen, u. a. einer Wertaufholung von zuvor wertgeminderten Spektrumlizenzen in Höhe von 1,6 Mrd. € sowie der von SoftBank erhaltenen Strukturierungsgebühr. Dem gegenüber standen zusätzliche Personalaufwendungen, Provisionen im indirekten Vertrieb und Reinigungsaufwendungen im Zusammenhang mit der Coronavirus-Pandemie sowie die Ausbuchung eines Abrechnungssystems für Postpaid-Kunden. Darüber hinaus erhöhten sich die Sondereinflüsse im Jahr 2021 aufgrund höherer Aufwendungen im Zusammenhang mit Unternehmenstransaktionen. Hierin enthalten sind Aufwendungen infolge des Zusammenschlusses mit Sprint und im Zusammenhang mit dem Erwerb weiterer verbundener Unternehmen, einschließlich Rechtskosten und Beratungsleistungen für den Vollzug dieser Transaktionen. Des Weiteren umfassen sie Restrukturierungskosten, einschließlich Abfindungen, Rationalisierungsmaßnahmen im stationären Handel, Netzwerk-Stilllegungen sowie Integrationskosten zur Erzielung von Effizienzen im Netz, im Einzelhandel, in der IT und im Back Office-Betrieb, die Migration von Kunden in das Netz von T-Mobile US und die Folgen von im Zuge des Zusammenschlusses mit Sprint übernommenen Rechtsverfahren. Insgesamt verringerte sich das EBITDA AL im Jahr 2021 aufgrund der bereits beschriebenen Faktoren, einschließlich der Auswirkungen von Sondereinflüssen, von 20,6 Mrd. € im Vorjahr um 2,8 % auf 20,1 Mrd. €.

EBIT

Das EBIT verringerte sich um 21,4 % von 9,2 Mrd. € im Vorjahr auf 7,2 Mrd. € im Berichtsjahr. Auf US-Dollar-Basis sank das EBIT im gleichen Zeitraum um 19,0 %, insbesondere aufgrund der höheren Abschreibungen und des niedrigeren EBITDA AL. Auf US-Dollar-Basis erhöhten sich die Abschreibungen um 20,7 %, hauptsächlich aufgrund höherer Abschreibungen (mit Ausnahme der Mietgeräte) im Zusammenhang mit dem weiteren Ausbau des landesweiten 5G-Netzes, der beschleunigten Abschreibung bestimmter Vermögenswerte im Rahmen der Integration nach dem Zusammenschluss mit Sprint sowie höherer Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte aufgrund der erstmalig ganzjährigen Abschreibung von im Zuge des Zusammenschlusses mit Sprint übernommenen immateriellen Vermögenswerten.

Cash Capex

Der Cash Capex stieg von 10,4 Mrd. € im Vorjahr auf 18,6 Mrd. € im Jahr 2021. Auf US-Dollar-Basis erhöhte sich der Cash Capex um 84,2 %, v. a. aufgrund von erworbenen Spektrumlizenzen, insbesondere im Rahmen der C-Band-Auktion im März 2021 in Höhe von 8,9 Mrd. US-\$, der Integration des infolge des Zusammenschlusses mit Sprint übernommenen Netzes und des weiteren Ausbaus des landesweiten 5G-Netzes.

Europa Kundenentwicklung

in Tsd.

		31.12.2021	31.12.2020	Veränderung	Veränderung in %	31.12.2019
Europa, gesamt^a	Mobilfunk-Kunden	45.816	45.619	197	0,4	46.165
	Vertragskunden	26.575	26.844	(269)	(1,0)	26.245
	Prepaid-Kunden	19.241	18.775	466	2,5	19.920
	Festnetz-Anschlüsse ^b	7.802	9.084	(1.282)	(14,1)	9.105
	davon: IP-basiert ^b	7.767	8.439	(672)	(8,0)	8.311
	Breitband-Kunden ^{b, c}	6.381	6.943	(562)	(8,1)	6.672
	TV (IPTV, Sat, Kabel) ^{b, d}	4.019	5.046	(1.027)	(20,4)	4.945
	Teilnehmer-Anschlussleitung (TAL)/ Wholesale PSTN	1.932	2.246	(314)	(14,0)	2.294
	Breitband-Anschlüsse Wholesale ^d	865	684	181	26,5	533
Griechenland	Mobilfunk-Kunden	7.045	6.914	131	1,9	7.365
	Festnetz-Anschlüsse	2.624	2.589	35	1,4	2.638
	Breitband-Kunden	2.306	2.185	121	5,5	2.033
Rumänien^a	Mobilfunk-Kunden	3.691	4.683	(992)	(21,2)	4.916
	Festnetz-Anschlüsse	0	1.444	(1.444)	(100,0)	1.560
	Breitband-Kunden	0	912	(912)	(100,0)	1.014
Ungarn	Mobilfunk-Kunden	5.634	5.427	207	3,8	5.369
	Festnetz-Anschlüsse	1.821	1.759	62	3,5	1.703
	Breitband-Kunden ^c	1.417	1.321	96	7,3	1.231
Polen	Mobilfunk-Kunden	11.542	11.198	344	3,1	10.954
	Festnetz-Anschlüsse ^b	29	31	(2)	(6,5)	18
	Breitband-Kunden ^b	77	32	45	n.a.	18
Tschechische Republik	Mobilfunk-Kunden	6.297	6.178	119	1,9	6.265
	Festnetz-Anschlüsse	645	606	39	6,4	533
	Breitband-Kunden	391	368	23	6,2	320
Kroatien	Mobilfunk-Kunden	2.276	2.253	23	1,0	2.274
	Festnetz-Anschlüsse	875	885	(10)	(1,1)	908
	Breitband-Kunden	633	625	8	1,3	621
Slowakei	Mobilfunk-Kunden	2.502	2.441	61	2,5	2.428
	Festnetz-Anschlüsse	880	865	15	1,7	860
	Breitband-Kunden	633	607	26	4,3	576
Österreich	Mobilfunk-Kunden	5.258	5.074	184	3,6	5.019
	Festnetz-Anschlüsse	593	569	24	4,2	549
	Breitband-Kunden	656	635	21	3,3	612
Übrige^e	Mobilfunk-Kunden	1.572	1.451	121	8,3	1.576
	Festnetz-Anschlüsse	336	335	1	0,3	335
	Breitband-Kunden	268	259	9	3,5	249

^a Im vierten Quartal 2021 verringerte sich die Anzahl der Anschlüsse bzw. Kunden in Rumänien infolge der Veräußerung der Telekom Romania Communications, die das rumänische Festnetz-Geschäft betreibt, am 30. September 2021.

^b Die Vergleichswerte für Festnetzanschlüsse, Breitband- und TV-Kunden in Polen wurden im Rahmen der Vereinheitlichung der zugrundeliegenden Kundendefinition rückwirkend angepasst.

^c Die Vorjahresvergleichswerte für Breitband-Kunden in Ungarn wurden im Rahmen der Vereinheitlichung der zugrundeliegenden Kundendefinition rückwirkend angepasst.

^d Die Vergleichswerte für TV-Kunden in Kroatien wurden im Rahmen der Vereinheitlichung der zugrundeliegenden Kundendefinition rückwirkend angepasst.

^e „Übrige“ enthält die Landesgesellschaften in Nordmazedonien, Montenegro und die Anschlüsse der GTS Central Europe Gruppe in Rumänien.

Gesamt

Ohne den Effekt aus der Veräußerung der Telekom Romania Communications erzielten wir im operativen Segment Europa gegenüber dem Vorjahr wieder einen Anstieg bei der Kundenentwicklung und lagen damit zum Teil sogar über unserer Erwartung. So verzeichneten wir in der organischen Betrachtung Zuwächse bei den Festnetz-Kunden. Gerade das konvergente Produkt-Portfolio „MagentaOne“ erzielte durch die anhaltende Nachfrage einen Anstieg bei den FMC-Kunden um 15,5 % im Vergleich zum Jahresende 2020. Mit Hochdruck bauen wir unsere Festnetz-Infrastruktur mit moderner Glasfaser aus. Ebenfalls organisch betrachtet konnten wir die Zahl der Breitband-Kunden um 5,8 % erhöhen. Auch das Mobilfunk-Geschäft erzielte in dieser Betrachtung mit einem Plus von 2,8 % steigende Kundenzahlen – sowohl bei den werthaltigen Vertragskunden als auch bei den Prepaid-Kunden. Unser Ausbau des 5G-Netzes kommt gut voran: In den meisten Landesgesellschaften konnten wir den Vertrieb von 5G-Angeboten kommerziell starten.

Mobilfunk

Zum 31. Dezember 2021 zählten wir im operativen Segment Europa insgesamt 45,8 Mio. Mobilfunk-Kunden; gegenüber dem Jahresende 2020 zeigt sich somit eine stabile Entwicklung. Die Anzahl der werthaltigen Vertragskunden reduzierte sich leicht um 1,0 %, was größtenteils auf den Effekt aus der Veräußerung der Telekom Romania Communications am 30. September 2021 zurückzuführen ist: Rumänische FMC-Kunden, die sowohl einen Festnetz-Anschluss als auch einen Mobilfunk-Dienst nutzen, wurden nach unserer Steuerungsdefinition dem Festnetz-Geschäft zugeordnet, sodass die entsprechenden SIM-Karten zum Jahresende 2021 nicht mehr enthalten sind. Ohne Berücksichtigung dieses Effekts stieg die Anzahl der Vertragskunden um 3,0 %. In den anderen Landesgesellschaften wuchs dagegen der Vertragskundenbestand, insbesondere in Polen, Ungarn und der Tschechischen Republik. Insgesamt belief sich der Anteil der Vertragskunden am Gesamtkundenbestand auf 58,0 %. Neben der reinen Kundenentwicklung haben wir das „Mehr-für-Mehr“-Prinzip in unserem Produkt-Portfolio erfolgreich fortgeführt, um die Werthaltigkeit pro Kunde nachhaltig zu steigern. Darüber hinaus profitierten unsere Kunden im Rahmen unserer integrierten Netzstrategie von einer hohen Netzabdeckung mit einer schnellen, mobilen Breitband-Anbindung. So versorgten wir zum 31. Dezember 2021 in den Ländern unseres operativen Segments 98,2 % der Bevölkerung mit LTE und erreichten damit insgesamt rund 109 Mio. Einwohner. Auch die 5G-Abdeckung schreitet in den Ländern unseres operativen Segments voran. Zum Jahresende 2021 haben unsere Landesgesellschaften 28,9 % der Bevölkerung (insbesondere in Griechenland, Kroatien und Österreich) mit 5G versorgt.

Der Prepaid-Kundenbestand zeigte im Vergleich zum Jahresende 2020 ein Wachstum von 2,5 %. Mit Zuwächsen u. a. in Polen und Österreich konnten wir die Rückgänge insbesondere in Rumänien überkompensieren. Darüber hinaus bieten wir unseren Prepaid-Kunden hochwertige Vertragstarife an, was sich ebenfalls positiv auf das Vertragskundengeschäft auswirkte.

Festnetz

Das Breitband-Geschäft hat sich gegenüber dem Vorjahresendwert um 8,1 % auf insgesamt 6,4 Mio. Kunden reduziert. Ohne Berücksichtigung des Effekts aus der Veräußerung des rumänischen Festnetz-Geschäfts erhöhte sich die Kundenzahl um 5,8 %. Dieser Zuwachs ist im Wesentlichen getrieben durch die Landesgesellschaften in Griechenland, Ungarn und Polen. Mittels unserer stetigen Investitionen in zukunftsweisende Glasfaser-Technologien bauen wir unsere Festnetz-Infrastruktur konsequent aus. Zum Ende des vierten Quartals 2021 haben rund 7,0 Mio. Haushalte (Abdeckung von 27,9 %) über unsere Landesgesellschaften die Möglichkeit, eine direkte Anbindung an unser schnelles Glasfasernetz mit Geschwindigkeiten von bis zu 1 GBit/s zu buchen. Der Anteil der IP-basierten Anschlüsse an den gesamten Festnetz-Anschlüssen stieg im selben Zeitraum auf 99,6 %. Insgesamt reduzierte sich die Anzahl der Festnetz-Anschlüsse in unserem operativen Segment Europa um 14,1 % auf 7,8 Mio. Ohne Berücksichtigung des Effekts aus der Veräußerung des rumänischen Festnetz-Geschäfts stieg die Zahl der Anschlüsse gegenüber dem Vorjahr um 2,1 % an.

Das TV- und Entertainment-Geschäft zählte zum 31. Dezember 2021 insgesamt 4,0 Mio. Kunden und reduzierte sich um 20,4 % gegenüber dem Vorjahresendwert. Ohne Berücksichtigung des Effekts aus der Veräußerung des rumänischen Festnetz-Geschäfts erhöhte sich das Kundenwachstum um 5,5 %. Der TV-Markt ist in vielen Ländern unseres Segments bereits gesättigt; hier sind es neben den Telekommunikationsunternehmen auch sog. „OTT-Player“, die TV-Dienste anbieten.

FMC – Fixed Mobile Convergence

Unser konvergentes Produkt-Portfolio „MagentaOne“ erfreut sich in all unseren Landesgesellschaften großer Beliebtheit. Im Privatkundenbereich erreichten wir zum 31. Dezember 2021 einen Bestand von 6,3 Mio. FMC-Kunden; das entspricht einem Anstieg von 1,0 % gegenüber dem Vorjahresendwert. Ohne Berücksichtigung des Effekts aus der Veräußerung des rumänischen Festnetz-Geschäfts erhöhte sich das Kundenwachstum um 15,5 %. Insbesondere unsere Landesgesellschaften in Griechenland, Ungarn, Polen, der Tschechischen Republik und Österreich trugen zu diesem Wachstum bei. Auch im Geschäftskundenbereich vertreiben wir das Produkt „MagentaOne Business“ mit steigenden Zuwachsraten.

Operative Entwicklung

in Mio. €					
	2021	2020	Veränderung	Veränderung in %	2019
Gesamtumsatz	11.384	11.335	49	0,4	11.587
Griechenland	3.078	2.940	138	4,7	2.943
Rumänien	709	951	(242)	(25,4)	980
Ungarn	1.769	1.734	35	2,0	1.872
Polen	1.427	1.453	(26)	(1,8)	1.486
Tschechische Republik	1.146	1.072	74	6,9	1.088
Kroatien	908	917	(9)	(1,0)	960
Slowakei	790	773	17	2,2	785
Österreich	1.351	1.302	49	3,8	1.276
Übrige ^a	301	283	18	6,4	298
Service-Umsatz^b	9.638	9.630	8	0,1	n.a.
Betriebsergebnis (EBIT)	1.814	1.278	536	41,9	1.109
EBIT-Marge %	15,9	11,3			9,6
Abschreibungen	(2.576)	(2.875)	299	10,4	(3.114)
EBITDA	4.390	4.153	237	5,7	4.223
EBITDA-wirksame Sondereinflüsse	11	(188)	199	n.a.	(141)
EBITDA (bereinigt um Sondereinflüsse)	4.380	4.341	39	0,9	4.364
EBITDA AL	4.018	3.722	296	8,0	3.769
EBITDA AL-wirksame Sondereinflüsse	11	(188)	199	n.a.	(141)
EBITDA AL (bereinigt um Sondereinflüsse)	4.007	3.910	97	2,5	3.910
Griechenland	1.265	1.199	66	5,5	1.212
Rumänien	147	153	(6)	(3,9)	141
Ungarn	536	520	16	3,1	551
Polen	385	378	7	1,9	383
Tschechische Republik	471	430	41	9,5	448
Kroatien	355	337	18	5,3	360
Slowakei	327	335	(8)	(2,4)	327
Österreich ^c	487	496	(9)	(1,8)	467
Übrige ^a	34	63	(29)	(46,0)	20
EBITDA AL-Marge (bereinigt um Sondereinflüsse) %	35,2	34,5			33,7
Cash Capex	(1.905)	(2.216)	311	14,0	(1.816)

Die Beiträge der Landesgesellschaften entsprechen den jeweiligen Einzelabschlüssen der Gesellschaften ohne Berücksichtigung von Konsolidierungseffekten auf der Ebene des operativen Segments.

^a „Übrige“ enthält die Landesgesellschaften in Nordmazedonien, Montenegro sowie die GTS Central Europe Gruppe in Rumänien und Europe Headquarters.

^b Die Definition des Service-Umsatzes wurde für die Jahre vor 2020 nicht konzerneinheitlich angewendet.

^c Zum 1. Januar 2021 wurde das österreichische Funkturmgeschäft vom operativen Segment Europa in das operative Segment Group Development verlagert. Die Vorjahreswerte wurden nicht angepasst.

Gesamtumsatz, Service-Umsatz

Unser operatives Segment Europa erzielte bis zum Ende des Berichtsjahres einen Gesamtumsatz von 11,4 Mrd. €, gegenüber dem Vorjahr ein Plus von 0,4 %. Organisch betrachtet, d. h. um die Veräußerung der das rumänische Festnetz-Geschäft betreibenden Telekom Romania Communications am 30. September 2021 neutralisiert und unter der Annahme konstanter Währungskurse, erhöhte sich der Umsatz um 2,4 % gegenüber dem Vorjahresniveau. Dabei verzeichneten die Service-Umsätze eine stabile Entwicklung gegenüber dem Vorjahr. Organisch stiegen sie um 2,0 %. Regulatorische Eingriffe sowie die Auswirkungen der Coronavirus-Pandemie belasteten auch im Berichtsjahr unsere organische Umsatzentwicklung.

Die organischen Umsatz-Zuwächse sind hauptsächlich auf die gute Entwicklung im Mobilfunk-Geschäft zurückzuführen. Maßgeblich hierfür waren v. a. gestiegene mobile Service-Umsätze mit höheren Margen, leicht gestiegene Roaming- und Visitoren-Umsätze sowie höhere Umsätze aus Endgeräteverkäufen. Eine leicht bessere Umsatzentwicklung verzeichneten hingegen die Service-Umsätze des Festnetz-Geschäfts. Dabei konnte insbesondere die gute Entwicklung beim Breitband-Geschäft die Einbußen bei den erwartungsgemäß rückläufigen Umsätzen der Sprachtelefonie ausgleichen. Das Systemgeschäft war insgesamt rückläufig.

Die beste organische Umsatzentwicklung aus Länderperspektive hatten im Berichtsjahr unsere Landesgesellschaften in Griechenland, Ungarn, Österreich und der Tschechischen Republik zu verzeichnen.

Im **Privatkundenbereich** erhöhten sich die Umsätze gegenüber dem Vorjahreszeitraum organisch um 2,5 %. Dazu beigetragen haben zum großen Teil höhere Mobilfunk-Umsätze: Sowohl die Service-Umsätze als auch die Verkäufe von mobilen Endgeräten stiegen an. Im Festnetz-Bereich erzielten wir im Breitband-/TV-Geschäft dank unserer innovativen TV- und Entertainment-Angebote und des kontinuierlichen Ausbaus der Glasfaser-Technologie ein Plus bei der Umsatzentwicklung. Dadurch konnten wir die rückläufigen Umsätze bei der Sprachtelefonie überkompensieren. Zusätzlich wirkte sich auch eine höhere Anzahl an FMC-Kunden umsatzsteigernd aus.

Der **Geschäftskundenbereich** hat das Berichtsjahr mit einer stabilen organischen Umsatzentwicklung abgeschlossen. Dabei glich die über das Jahr hinweg konstant positive Geschäftsentwicklung im Mobilfunk die leicht sinkende Nachfrage im Festnetz-Bereich aus. Getrieben durch unsere Geschäftsentwicklung in Polen, Ungarn und Österreich haben wir die Anzahl der SIM-Karten um 3 % im Vergleich zum Vorjahr gesteigert. Dies war eine Folge des vermehrten mobilen Arbeitens in den europäischen Unternehmen. Die starken Umsätze im IT-Geschäft aus dem Vorjahr konnten wir aufgrund der Veräußerung des Festnetz-Geschäfts in Rumänien sowie der Neuregelungen im Lizenzgeschäft in Kroatien im Jahr 2021 nicht wiederholen. Dennoch verzeichneten wir weiterhin eine wachsende Nachfrage und Umsätze in unseren Lösungsportfolios Produktivität, Cloud, Smart Cities und Security.

Bereinigtes EBITDA AL, EBITDA AL

Unser operatives Segment Europa erzielte im Berichtsjahr ein bereinigtes EBITDA AL von 4,0 Mrd. € und lag damit um 2,5 % über dem Vorjahr. Organisch betrachtet, d. h. um die Veräußerung des rumänischen Festnetz-Geschäfts und um die Verlagerung des österreichischen Funkturmgeschäfts zum operativen Segment Group Development neutralisiert sowie unter der Annahme konstanter Währungskurse, stieg das bereinigte EBITDA AL um 5,4 % und verzeichnete damit weiterhin einen positiven Ergebnisbeitrag. Dazu trugen neben den positiven Effekten aus dem Umsatz auch Einsparungen bei den indirekten Kosten, auch durch geringere Aufwendungen beim Personal, bei.

Aus Länderperspektive war der Anstieg des bereinigten organischen EBITDA AL auf die positive Entwicklung in fast allen unseren Landesgesellschaften, insbesondere aber in Griechenland, Österreich, Rumänien, Kroatien und Ungarn, zurückzuführen.

Unser EBITDA AL erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 8,0 % auf 4,0 Mrd. €. Die Sondereinflüsse veränderten sich von minus 188 Mio. € auf 11 Mio. €. Wesentlicher Grund für diese Veränderung war die Auflösung einer in den Jahren 2010 und 2011 seitens OTE gebildeten sonstigen Personalrückstellung im Zusammenhang mit einer zusätzlichen Zahlung an den griechischen Sozialversicherungsfonds IKA-ETAM in Höhe von 134 Mio. €. Ein diesbezüglich geführtes Verfahren wurde im September 2021 abgeschlossen. Aus der Veräußerung der Telekom Romania Communications resultierte ein als Sondereinfluss erfasster Entkonsolidierungsverlust in Höhe von 29 Mio. €. Organisch betrachtet stieg das EBITDA AL um 11,1 % an.

Operative Entwicklung in ausgewählten Ländern

Griechenland. In Griechenland lagen die Umsätze mit 3,1 Mrd. € um 4,7 % über dem Vorjahr. Die gute Entwicklung im Mobilfunk-Bereich ist im Wesentlichen auf den Zugewinn neuer Vertragskunden zurückzuführen. Damit verbunden sind sowohl höhere Endgeräteverkäufe als auch höhere Service-Umsätze. Aufgrund der sich wieder zunehmend normalisierenden Reise-tätigkeit entwickelten sich auch die Visitoren-Umsätze positiv. Der intensive Glasfaser- und Vectoring-Ausbau, einhergehend mit entsprechend höheren Kundenzahlen, beeinflusste das Festnetz-Geschäft zunehmend positiv. Hier erwirtschafteten wir im Berichtsjahr steigende Umsätze, im Wesentlichen getrieben durch deutliche Zuwächse im Breitband-Geschäft. Ferner trug das Systemgeschäft zum Umsatzwachstum bei.

2021 lag das bereinigte EBITDA AL in Griechenland bei 1,3 Mrd. € und stieg gegenüber dem Vorjahr somit deutlich um 5,5 %. Zu verdanken ist dies einer umsatzbedingt höheren Nettomarge. Einsparungen bei den indirekten Kosten hatten einen positiven Effekt auf das Ergebnis.

Ungarn. Im Geschäftsjahr 2021 erzielten wir in Ungarn einen Umsatz von 1,8 Mrd. €. Damit erhöhte sich der Umsatz trotz negativer Währungskurseffekte um 2,0 %. Organisch betrachtet lagen die Umsätze 4,1 % über dem Vorjahresniveau. Das Mobilfunk-Geschäft ist dabei der wesentliche Treiber, v. a. bedingt durch höhere Service-Umsätze. Darüber hinaus konnten durch Zuwächse bei der Anzahl der Vertragskunden positive Effekte auf das Endgerätegeschäft verzeichnet werden. Der Festnetz-Bereich stieg ebenfalls leicht gegenüber dem Vorjahr an mit höheren Service-Umsätzen im TV- sowie im Breitband-Geschäft, beides erneut durch eine höhere Kundenbasis. Das Systemgeschäft verzeichnete einen leichten Umsatzrückgang. Unser Konvergenzangebot „MagentaOne“ entwickelte sich weiterhin erfolgreich mit einer erneut gestiegenen Kundenzahl und entsprechenden Umsätzen.

Das bereinigte EBITDA AL lag mit 536 Mio. € um 3,1 % über dem Vorjahresniveau. Organisch betrachtet stieg das bereinigte EBITDA AL um 5,1 %. Dieses Wachstum ist insbesondere auf die höheren Umsätze zurückzuführen, die den Anstieg der Kosten mehr als ausgleichen.

Polen. In Polen reduzierten sich die Umsätze im Berichtsjahr um 1,8 % auf 1,4 Mrd. €. Verursacht war dies durch negative Währungskurseffekte. Organisch betrachtet stiegen die Umsätze leicht um 0,9 %. Dabei verzeichnete das Mobilfunk-Geschäft den größten Anstieg. Die Zuwächse bei der Anzahl der Vertragskunden schlugen sich auch im Endgerätegeschäft nieder. Darüber hinaus konnten höhere Roaming- und Visioren-Umsätze verzeichnet werden. Im Systemgeschäft konnten wir 2021 ein deutliches Wachstum verbuchen. Auch die Anzahl der FTTH-Kunden im Festnetz-Geschäft konnten wir deutlich steigern und damit die Basis für weiteres Breitband-Wachstum schaffen. Das spiegelt sich in unseren gesteigerten Service-Umsätzen im Breitband- und TV-Geschäft wider, auch dank unserer erfolgreichen Kooperationsvereinbarungen bei der Netzinfrastruktur.

Das bereinigte EBITDA AL lag im Jahr 2021 mit 385 Mio. € um 1,9 % über dem Vorjahr. Organisch betrachtet stieg das bereinigte EBITDA AL v. a. infolge des höheren Umsatzes um 4,6 % an.

Tschechische Republik. Im Berichtszeitraum lagen die Umsätze in der Tschechischen Republik bei 1,1 Mrd. € und somit um 6,9 % über dem Niveau des Vorjahres. Aufgrund positiver Währungseffekte betrug das organische Wachstum 3,6 %. Die Mobilfunk-Umsätze waren wesentlicher Treiber dieser Entwicklung. Das geht auf gestiegene Service-Umsätze (ohne Visioren) mit höheren Margen zurück, begleitet von höheren Endgeräteumsätzen. Daneben erweist sich auch das Festnetz-Geschäft mit seinem Breitband- und TV-Geschäft erneut als Wachstumstreiber bei den Service-Umsätzen und bestätigt damit unsere Strategie der Investitionen in Glasfaser. Die Anzahl der Breitband-Kunden stieg im Vergleich zum Vorjahr deutlich an. Im Bereich des Systemgeschäfts konnten wir ebenfalls Umsätze hinzugewinnen.

Das bereinigte EBITDA AL erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr um 9,5 % auf 471 Mio. €. Organisch betrachtet stieg das Ergebnis hauptsächlich umsatzbedingt um 6,2 %.

Österreich. In Österreich erwirtschafteten wir im Geschäftsjahr 2021 einen Umsatz von 1,4 Mrd. €. Das entspricht einem Anstieg von 3,8 % und ist im Wesentlichen auf Zuwächse bei den Mobilfunk-Umsätzen zurückzuführen. Dabei wiesen v. a. die höhermargigen Service-Umsätze eine Steigerung auf. Der Verkauf von mobilen Endgeräten leistete ebenso einen positiven Umsatzbeitrag. Auch die Visioren-Umsätze zeigten einen leicht positiven Einfluss. Die Service-Umsätze im Festnetz-Geschäft entwickelten sich ebenfalls erfreulich. Das Breitband-Geschäft erzielte deutliche Zuwachsraten, u. a. infolge einer höheren Kundenbasis und höherwertigerer Tarife.

Das bereinigte EBITDA AL sank zum 31. Dezember 2021 im Vergleich zum Vorjahr um 1,8 % auf 487 Mio. €. Organisch betrachtet, d. h. um die Verlagerung des österreichischen Funkturmgeschäfts zum operativen Segment Group Development neutralisiert, stieg das bereinigte EBITDA AL aufgrund der positiven Umsatzeffekte deutlich um 9,7 % an. Ein wesentlicher Beitrag kommt aus der Realisierung von Synergieeffekten sowie aus der Ausweitung konvergenter Produktangebote.

EBIT

Unser operatives Segment Europa wies im Berichtsjahr eine Steigerung des EBIT um 536 Mio. € auf. Neben einem um 237 Mio. € höheren EBITDA fielen die Abschreibungen um 299 Mio. € niedriger aus. Dabei lagen die planmäßigen Abschreibungen unter dem Niveau des Vorjahres. Hier wirkte sich v. a. die bis zum 30. September 2021 als zur Veräußerung gehaltene Telekom Romania Communications und das damit verbundene Aussetzen der planmäßigen Abschreibungen aus. Darüber hinaus verringerten sich die planmäßigen Abschreibungen aufgrund der Verlagerung des österreichischen Funkturmgeschäfts zum operativen Segment Group Development. Im dritten Quartal des Vorjahres wurde eine unterjährige Wertminderung der langfristigen Vermögenswerte des im Konzern verbleibenden rumänischen Mobilfunk-Geschäfts in Höhe von insgesamt 160 Mio. € erfasst. Begründet war diese Wertminderung durch den Wegfall der bisherigen MVNO-Vereinbarungen im Zusammenhang mit der seinerzeit noch in der Planung befindenden Veräußerung des rumänischen Festnetz-Geschäfts.

Cash Capex

Im Geschäftsjahr 2021 wies das operative Segment Europa einen im Vergleich zum Vorjahr um 14,0 % niedrigeren Cash Capex von 1,9 Mrd. € aus. Dieser Rückgang ist auf geringere Auszahlungen für den Erwerb von Spektrumlizenzen, v. a. in Ungarn und Griechenland, zurückzuführen. Wir investieren weiterhin im Rahmen unserer integrierten Netzstrategie in die Bereitstellung von Breitband- und Glasfaser-Technologie sowie in 5G.

**Systemgeschäft
Auftragseingang**

in Mio. €					
	2021	2020	Veränderung	Veränderung in %	2019
Auftragseingang	4.174	4.564	(390)	(8,5)	4.740

Geschäftsentwicklung

Das Geschäftsjahr 2021 stand weiter im Zeichen der Fokussierung unseres Systemgeschäfts auf Wachstums- und Zukunftsthemen sowie der Fortsetzung unseres Transformationsprogramms. Im Rahmen des Transformationsprogramms haben wir die Anpassung unserer Organisation, Abläufe und Kapazitäten sowie die Entwicklung der Strategie für unser Portfolio weiter vorangetrieben. Selbstständige Portfolio-Einheiten verantworten sowohl unsere Wachstumsfelder (z. B. Public Cloud und Security) als auch unser klassisches IT-Geschäft.

Wir haben ausgewählte Branchen definiert (Automotive, Gesundheitswesen, öffentliche Hand und öffentliches Transportwesen), für die wir auf Basis unserer Expertise verstärkt vertikale Lösungen anbieten. Darüber hinaus haben wir Kooperationen mit führenden Cloud Service-Anbietern vereinbart (z. B. Amazon, Google, Microsoft), um unseren Kunden ein noch breiteres und flexibleres Spektrum an Cloud-Lösungen anbieten zu können. Um unsere Konzernstrategie im Feld „Führend bei Geschäftskundenproduktivität“ konsequent umzusetzen, wurde zum 1. Januar 2021 unsere Portfolio-Einheit IoT (Internet of Things) in das operative Segment Deutschland überführt.

Der Auftragseingang unseres operativen Segments Systemgeschäft liegt im Geschäftsjahr 2021 um 8,5 % unter dem Vorjahr und damit auch unter unseren Erwartungen. Die Entwicklung resultierte im Wesentlichen aus einem Rückgang im klassischen IT-Infrastrukturgeschäft sowie im Bereich SAP, der nur teilweise durch die deutlich positive Entwicklung in unseren Wachstumsfeldern kompensiert werden konnte. Der Vorjahresvergleich ist zudem beeinflusst von zwei zum Ende 2020 abgeschlossenen Großaufträgen mit wichtigen Bestandskunden.

Operative Entwicklung

in Mio. €

	2021	2020	Veränderung	Veränderung in %	2019
Gesamtumsatz	4.019	4.159	(140)	(3,4)	4.411
davon: Umsatz extern	3.171	3.237	(66)	(2,0)	3.418
Service-Umsatz^a	3.893	3.903	(10)	(0,3)	n.a.
Betriebsergebnis (EBIT)	(242)	(534)	292	54,7	(336)
EBIT-wirksame Sondereinflüsse	(393)	(582)	189	32,5	(332)
EBIT (bereinigt um Sondereinflüsse)	151	48	103	n.a.	(4)
EBIT-Marge (bereinigt um Sondereinflüsse)	% 3,8	1,2			(0,1)
Abschreibungen	(425)	(720)	295	41,0	(452)
EBITDA	183	185	(2)	(1,1)	116
EBITDA-wirksame Sondereinflüsse	(213)	(209)	(4)	(1,9)	(304)
EBITDA (bereinigt um Sondereinflüsse)	396	394	2	0,5	421
EBITDA AL	73	70	3	4,3	2
EBITDA AL-wirksame Sondereinflüsse	(213)	(209)	(4)	(1,9)	(304)
EBITDA AL (bereinigt um Sondereinflüsse)	286	279	7	2,5	307
EBITDA AL-Marge (bereinigt um Sondereinflüsse)	% 7,1	6,7			7,0
Cash Capex	(237)	(235)	(2)	(0,9)	(324)

^a Die Definition des Service-Umsatzes wurde für die Jahre vor 2020 nicht konzerneinheitlich angewendet.

Gesamtumsatz, Service-Umsatz

Der Gesamtumsatz unseres operativen Segments Systemgeschäft lag im Geschäftsjahr 2021 bei 4,0 Mrd. € bzw. um 3,4 % unter Vorjahresniveau. Die Service-Umsätze entwickelten sich im Vorjahresvergleich nahezu stabil. Der Rückgang des Gesamtumsatzes war überwiegend getrieben durch das erwartungsgemäß rückläufige klassische IT-Infrastrukturgeschäft, zum Teil bedingt durch bewusste unternehmerische Entscheidungen wie den Abbau von End User Services. Darüber hinaus trugen anorganische Effekte wie die Veräußerung eines Geschäftsbetriebs zum Umsatzrückgang bei. Dagegen wuchsen unsere Wachstumsfelder deutlich, insbesondere Public Cloud (+19,2 %), Digital Solutions (+13,5 %) und Road Charging (+13,4 %).

Bereinigtes EBITDA AL, EBITDA AL

Im Geschäftsjahr 2021 stieg das bereinigte EBITDA AL unseres operativen Segments Systemgeschäft gegenüber dem Vorjahr um 2,5 % auf 286 Mio. €. Effizienzeffekte aus unserem Transformationsprogramm sowie Effekte durch Umsatzsteigerung in unseren Wachstumsfeldern überstiegen den Ergebnisrückgang im klassischen IT-Infrastrukturgeschäft. Das EBITDA AL stieg gegenüber dem Vorjahr um 3 Mio. € auf 73 Mio. €. Die Sondereinflüsse lagen um 4 Mio. € über Vorjahr bei minus 213 Mio. €, im Wesentlichen bedingt durch ein negatives Entkonsolidierungsergebnis im Zusammenhang mit der Veräußerung eines Geschäftsbetriebs sowie gegenläufig niedrigere Restrukturierungskosten.

Bereinigtes EBIT, EBIT

Das bereinigte EBIT unseres operativen Segments Systemgeschäft stieg im Geschäftsjahr 2021 gegenüber dem Vorjahr um 103 Mio. € auf 151 Mio. €, insbesondere vor dem Hintergrund rückläufiger planmäßiger Abschreibungen. Das EBIT stieg gegenüber dem Vorjahr um 292 Mio. € auf minus 242 Mio. €. Der Aufwand aus Sondereinflüssen lag um 189 Mio. € unter dem Vorjahr bei minus 393 Mio. €. Im Vorjahr belastete eine nicht zahlungswirksame Wertminderung der langfristigen Vermögenswerte das EBIT in Höhe von 0,4 Mrd. €, die in der Folge zu einer Verringerung der Abschreibungsbasis führte. Im Berichtsjahr wurden nicht zahlungswirksame Wertminderungen der langfristigen Vermögenswerte in Höhe von insgesamt 0,2 Mrd. € als Sondereinflüsse erfasst. Diese standen u. a. im Zusammenhang mit der Überprüfung der Werthaltigkeit der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Systemgeschäft im Vorjahr. Darüber hinaus wurde trotz leicht verbesserter Geschäftsaussichten angesichts der im Berichtsjahr gestiegenen Kapitalkosten zum Jahresende 2021 erneut eine Wertminderung auf langfristige Vermögenswerte erfasst.

Cash Capex

Der Cash Capex des operativen Segments Systemgeschäft lag im Geschäftsjahr 2021 mit 237 Mio. € auf dem Niveau des Vorjahres. Der Schwerpunkt unserer Investitionen liegt perspektivisch weiterhin auf der Entwicklung unseres Wachstumsgeschäfts.

Group Development Kundenentwicklung

in Tsd.

		31.12.2021	31.12.2020	Veränderung	Veränderung in %	31.12.2019
T-Mobile Netherlands	Mobilfunk-Kunden	6.939	6.803	136	2,0	5.610
	Festnetz-Anschlüsse	739	682	57	8,4	619
	Breitband-Kunden	728	668	60	9,0	605

In den Niederlanden stieg die Kundenanzahl im Mobilfunk-Bereich leicht an. Die Anzahl der Festnetz-Anschlüsse in den Niederlanden zahlte auf die positive Entwicklung im operativen Geschäft ein und profitierte von der Wiedereröffnung der T-Mobile-Läden nach dem Corona-Lockdown Ende April 2021 sowie von erfolgreichen Werbemaßnahmen.

Operative Entwicklung

in Mio. €

	2021	2020	Veränderung	Veränderung in %	2019
Gesamtumsatz	3.165	2.883	282	9,8	2.797
davon: T-Mobile Netherlands	2.071	1.946	125	6,4	1.910
davon: GD Towers ^{a, b}	1.112	989	123	12,4	945
Service-Umsatz^c	1.621	1.468	153	10,4	n.a.
Betriebsergebnis (EBIT)	1.084	562	522	92,9	615
Abschreibungen	(706)	(780)	74	9,5	(812)
EBITDA	1.790	1.343	447	33,3	1.427
EBITDA-wirksame Sondereinflüsse	173	(43)	216	n.a.	97
EBITDA (bereinigt um Sondereinflüsse)	1.618	1.386	232	16,7	1.330
davon: T-Mobile Netherlands	757	639	118	18,5	591
davon: GD Towers ^{a, b}	894	786	108	13,7	771
EBITDA AL	1.479	1.058	421	39,8	1.130
EBITDA AL-wirksame Sondereinflüsse	173	(43)	216	n.a.	97
EBITDA AL (bereinigt um Sondereinflüsse)	1.307	1.101	206	18,7	1.033
davon: T-Mobile Netherlands	668	554	114	20,6	502
davon: GD Towers ^{a, b}	669	587	82	14,0	563
EBITDA AL-Marge (bereinigt um Sondereinflüsse) %	41,3	38,2			36,9
Cash Capex	(572)	(699)	127	18,2	(452)

Die Beiträge von T-Mobile Netherlands und GD Towers sind ohne Berücksichtigung von Konsolidierungseffekten auf der Ebene des operativen Segments dargestellt.

^a Zum 1. Januar 2021 wurde das österreichische Funkturmgeschäft vom operativen Segment Europa in das operative Segment Group Development verlagert. Die Vorjahreswerte wurden nicht angepasst.

^b Zum 1. Juni 2021 wurde das niederländische Funkturmgeschäft an die DIV veräußert und nachfolgend in die Cellnex Netherlands eingebracht.

^c Die Definition des Service-Umsatzes wurde für die Jahre vor 2020 nicht konzerneinheitlich angewendet.

Gesamtumsatz, Service-Umsatz

Der Gesamtumsatz unseres operativen Segments Group Development stieg im Geschäftsjahr 2021 gegenüber dem Vorjahr um 9,8 % auf 3,2 Mrd. €. Organisch betrachtet, d. h. um die Veräußerung des niederländischen Funkturmgeschäfts zum 1. Juni 2021, die Verlagerung des österreichischen Funkturmgeschäfts zum 1. Januar 2021 sowie den Erwerb des niederländischen MVNO und SIM-Anbieters Simpel zum 1. Dezember 2020 neutralisiert, stieg der Umsatz um 4,6 %. Der Umsatzanstieg resultierte aus dem operativen und strukturell bedingten Wachstum unserer beiden Geschäftseinheiten T-Mobile Netherlands und GD Towers mit der DFMG sowie dem österreichischen Funkturmgeschäft. In den Niederlanden trug insbesondere der Mobilfunk-Bereich aufgrund höherer „Out of Bundle“-Umsätze und höherer Endgeräteverkäufe zum Umsatzanstieg bei. Der Bereich GD Towers verzeichnete ebenso einen Umsatzanstieg, welcher auf einer Anzahlerhöhung der Standorte bei der DFMG beruht sowie durch die Verlagerung des österreichischen Funkturmgeschäfts weiter verstärkt wurde. Der Service-Umsatz stieg gegenüber dem Vorjahr um 10,4 % auf 1,6 Mrd. €. Der Anstieg resultierte aus dem operativen Wachstum unserer Geschäftseinheit T-Mobile Netherlands sowie dem Erwerb des niederländischen MVNO und SIM-Anbieters Simpel.

Bereinigtes EBITDA AL, EBITDA AL

Das bereinigte EBITDA AL stieg gegenüber dem Vorjahr um 18,7 % auf 1,3 Mrd. € an. Der Anstieg resultierte aus der zuvor genannten positiven Umsatzentwicklung bei T-Mobile Netherlands, aus dem Erwerb von Simpel sowie dem effizienten Kostenmanagement der T-Mobile Netherlands. Das GD Towers Geschäft entwickelte sich aufgrund steigender Mengen konstant positiv und wurde durch die Verlagerung des österreichischen Funkturmgeschäfts weiter gestärkt. Darüber hinaus konnte auch eine operative Steigerung des bereinigten EBITDA AL durch Umsatzwachstum und Kostentransformation erreicht werden. Organisch betrachtet stieg das bereinigte EBITDA AL um 13,5 %. Positive Sondereinflüsse entlasteten das EBITDA AL im Saldo in Höhe von 173 Mio. €. Diese standen im Wesentlichen im Zusammenhang mit dem aus der Veräußerung des niederländischen Funkturmgeschäfts entstandenen Entkonsolidierungsertrag. Das EBITDA AL stieg gegenüber dem Vergleichszeitraum um 421 Mio. € auf 1,5 Mrd. € an.

EBIT

Das EBIT erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr im Wesentlichen aufgrund der beim EBITDA AL beschriebenen Entwicklung um 522 Mio. € auf 1,1 Mrd. €. Die Abschreibungen lagen unter dem Niveau des Vorjahres, im Wesentlichen aufgrund geringerer Abschreibungen im Zusammenhang mit der seit dem 6. September 2021 als zur Veräußerung gehaltenen T-Mobile Netherlands und dem damit verbundenen Aussetzen der planmäßigen Abschreibungen.

Cash Capex

Der Cash Capex lag bei 572 Mio. € und somit unter dem Niveau des Vorjahres. Der Rückgang ist im Wesentlichen auf den Erwerb von Mobilfunk-Lizenzen durch T-Mobile Netherlands im Jahr 2020 zurückzuführen. Der Schwerpunkt unserer Investitionen liegt weiterhin im beschleunigten 5G-Ausbau sowie im Ausbau der Mobilfunk-Infrastruktur in Deutschland.

Group Headquarters & Group Services

Operative Entwicklung

in Mio. €

	2021	2020	Veränderung	Veränderung in %	2019
Gesamtumsatz	2.515	2.556	(41)	(1,6)	2.627
Service-Umsatz^a	984	970	14	1,4	n.a.
Betriebsergebnis (EBIT)	(1.764)	(1.655)	(109)	(6,6)	(1.631)
Abschreibungen	(1.463)	(1.304)	(159)	(12,2)	(1.143)
EBITDA	(300)	(350)	50	14,3	(488)
EBITDA-wirksame Sondereinflüsse	(182)	(277)	95	34,3	(237)
EBITDA (bereinigt um Sondereinflüsse)	(118)	(73)	(45)	(61,6)	(251)
EBITDA AL	(622)	(707)	85	12,0	(887)
EBITDA AL-wirksame Sondereinflüsse	(182)	(277)	95	34,3	(237)
EBITDA AL (bereinigt um Sondereinflüsse)	(440)	(429)	(11)	(2,6)	(650)
Cash Capex	(1.007)	(990)	(17)	(1,7)	(1.010)

^a Die Definition des Service-Umsatzes wurde für die Jahre vor 2020 nicht konzern einheitlich angewendet.

Gesamtumsatz, Service-Umsatz

Der Gesamtumsatz unseres Segments Group Headquarters & Group Services verringerte sich 2021 gegenüber dem Vorjahr um 1,6 %. Diese Entwicklung ist im Wesentlichen auf gesunkene Umsätze im Bereich Grundstücke und Gebäude aufgrund der weiteren Optimierung von Flächen zurückzuführen. Gegenläufig wirkten sich die höheren konzerninternen Service-Umsätze bei der Deutschen Telekom IT aus der Lizenzierung des ERP-Systems positiv aus.

Bereinigtes EBITDA AL, EBITDA AL

Im Berichtsjahr sank das bereinigte EBITDA AL unseres Segments Group Headquarters & Group Services im Vergleich zum Vorjahr um 11 Mio. € auf minus 440 Mio. €. Diese Entwicklung resultierte im Wesentlichen aus gesunkenen Umsätzen im Bereich Grundstücke und Gebäude und geringeren Erträgen aus Immobilienverkäufen. Gegenläufig wirkten sich gestiegene Service-Umsätze bei der Deutschen Telekom IT aus der Lizenzierung des ERP-Systems und geringere operative Aufwendungen bei unseren Group Services positiv aus.

Insgesamt war das EBITDA AL im Berichtsjahr mit Sondereinflüssen, insbesondere für Personalmaßnahmen, in Höhe von 182 Mio. € belastet. Im Vorjahreszeitraum standen dem Sondereinflüsse, ebenfalls insbesondere für Personalmaßnahmen, in Höhe von 277 Mio. € gegenüber.

EBIT

Der Rückgang des EBIT um 109 Mio. € gegenüber dem Vorjahr auf minus 1,8 Mrd. € resultierte im Wesentlichen aus zwei gegenläufigen Effekten: Einerseits aus dem deutlichen Anstieg der planmäßigen Abschreibungen und andererseits aus der positiven Entwicklung des EBITDA AL. Der Anstieg der Abschreibungen ist im Wesentlichen auf das erhöhte Fertigungsvolumen im Zusammenhang mit der Einführung agiler Prozesse und auf kürzere Projektlaufzeiten bei Deutsche Telekom IT zurückzuführen. Darüber hinaus stiegen die Abschreibungen durch höhere Aktivierungen im Rahmen der Lizenzierung des ERP-Systems. Gegenläufig sanken die Abschreibungen im Bereich Grundstücke und Gebäude infolge der fortgesetzten Optimierung unseres Immobilien-Portfolios. Ferner ergaben sich im Segment Group Headquarters & Group Services im Berichtsjahr Wertminderungen auf durch das operative Segment Systemgeschäft genutzte Software in Höhe von insgesamt 21 Mio. €. Im Vorjahr entfielen in diesem Zusammenhang 44 Mio. € auf das Segment Group Headquarters & Group Services.

Cash Capex

Der Cash Capex erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 17 Mio. €. Höheren Investitionen bei Group Headquarters standen ein gesunkener Cash Capex für Fahrzeuge und geringere Investitionen im Bereich „Technologie und Innovation“, im Wesentlichen für Entwicklungsleistungen, gegenüber.

Geschäftsentwicklung der Deutschen Telekom AG

Die Deutsche Telekom AG stellt ihren Jahresabschluss nach den Grundsätzen des Handelsgesetzbuches (HGB) und des Aktiengesetzes (AktG) auf.

Als Konzernzentrale übernehmen wir strategische und segmentübergreifende Steuerungsaufgaben und erbringen Dienstleistungen für andere Konzerngesellschaften. Die Ergebnisse unserer Tochtergesellschaften und die Maßnahmen der Konzernfinanzierung prägen entscheidend unsere Vermögens-, Finanz- und Ertragslage. Der Gesamtumsatz des operativen Segments USA stieg gegenüber dem Vorjahr um 11,7 %. Hauptgrund dafür waren höhere Service- und Endgeräteumsätze. Im operativen Segment Deutschland lag der Gesamtumsatz um 1,6 % über dem Niveau des Vorjahres. Treiber waren im Wesentlichen die Service-Umsätze im Festnetz- als auch im Mobilfunk-Geschäft. In unserem operativen Segment Europa erhöhte sich der Gesamtumsatz gegenüber dem Vorjahr um 0,4 %. Organisch betrachtet, d. h. um die Veräußerung des rumänischen Festnetz-Geschäfts zum 30. September 2021 neutralisiert und unter der Annahme konstanter Währungskurse, erhöhte sich der Umsatz um 2,4 % gegenüber dem Vorjahresniveau. Die organischen Zuwächse waren hauptsächlich auf die gute Entwicklung im Mobilfunk-Geschäft zurückzuführen. Der Gesamtumsatz unseres operativen Segments Systemgeschäft lag um 3,4 % unter Vorjahresniveau. Der Rückgang war im Wesentlichen getrieben durch das erwartungsgemäß rückläufige klassische IT-Infrastrukturgeschäft, zum Teil bedingt durch bewusste unternehmerische Entscheidungen wie den Abbau von End User Services. Dagegen wuchsen unsere Wachstumsfelder deutlich, insbesondere Public Cloud (+19,2 %), Digital Solutions (+13,5 %) und Road Charging (+13,4 %). Der Gesamtumsatz unseres operativen Segments Group Development stieg gegenüber dem Vorjahr um 9,8 %. Organisch betrachtet, d. h. neutralisiert um die Veräußerung des niederländischen Funkturmgeschäfts zum 1. Juni 2021, die Verlagerung des österreichischen Funkturmgeschäfts zum 1. Januar 2021 sowie den Erwerb des niederländischen MVNO und SIM-Anbieters Simpel zum 1. Dezember 2020, stieg der Umsatz um 4,6 %.

Die Deutsche Telekom AG weist für das Geschäftsjahr 2021 einen Jahresüberschuss in Höhe von 3,6 Mrd. € aus. Die Geschäftsentwicklung war im Berichtsjahr neben dem operativen Geschäft von einer Vielzahl weiterer unterschiedlicher Effekte, u. a. einer Kapitalrückzahlung durch die T-Mobile Global Holding GmbH, Bonn, an die T-Mobile Global Zwischenholding GmbH, Bonn, unter Zugrundelegung von Zeitwerten geprägt.

Ertragslage der Deutschen Telekom AG

HGB-Gewinn- und Verlustrechnung Deutsche Telekom AG (Gesamtkostenverfahren)

in Mio. €

	2021	2020	Veränderung	Veränderung in %	2019
Umsatzerlöse	2.538	2.740	(202)	(7,4)	3.423
Andere aktivierte Eigenleistungen	9	9	0	0,0	7
Gesamtleistung	2.547	2.749	(202)	(7,3)	3.430
Sonstige betriebliche Erträge	1.177	4.725	(3.548)	(75,1)	2.387
Materialaufwand	(481)	(471)	(10)	(2,1)	(1.037)
Personalaufwand	(2.176)	(2.291)	115	5,0	(2.326)
Abschreibungen	(288)	(211)	(77)	(36,5)	(254)
Sonstige betriebliche Aufwendungen	(2.485)	(2.834)	349	12,3	(3.081)
Betriebsergebnis	(1.706)	1.667	(3.373)	n.a.	(881)
Finanzergebnis	5.606	1.245	4.361	n.a.	3.131
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	(278)	(380)	102	26,8	(484)
Ergebnis nach Steuern	3.622	2.532	1.090	43,0	1.766
Sonstige Steuern	(17)	(17)	0	0,0	(17)
Jahresüberschuss	3.605	2.515	1.090	43,3	1.749

Das negative Betriebsergebnis verschlechterte sich im Vergleich zum Vorjahr um ca. 3,4 Mrd. €. Dieser Rückgang resultierte im Wesentlichen aus im Vorjahresvergleich um 3,5 Mrd. € gesunkenen sonstigen betrieblichen Erträgen und um 0,2 Mrd. € verminderten Umsatzerlösen. Gegenläufig wirkten sich insbesondere um 0,3 Mrd. € geringere sonstige betriebliche Aufwendungen aus.

Geringere konzerninterne Weiterbelastungen aus der Personalüberlassung sowie aus Vermietung und Verpachtung trugen maßgeblich zu einem Rückgang der Umsatzerlöse um insgesamt 0,2 Mrd. € bei.

Die sonstigen betrieblichen Erträge waren im Vorjahr durch mehrere Effekte, darunter Erträge im Zuge einer Kapitalrückzahlung unter Zugrundelegung von Zeitwerten in Höhe von 1,5 Mrd. €, der Zuschreibung auf eine Beteiligung in Höhe von 0,9 Mrd. € sowie der Aufdeckung stiller Reserven infolge einer Ausgliederung in Höhe von 0,8 Mrd. €, positiv beeinflusst. Zum Rückgang von insgesamt 3,5 Mrd. € trugen ferner um 0,2 Mrd. € verminderte Erträge aus Derivaten, im Wesentlichen im Zusammenhang mit USD-Kontrakten, sowie um 0,1 Mrd. € geringere Währungskursgewinne aus Darlehen in Fremdwährungen, bei.

Die im Vergleich zum Vorjahr um 0,3 Mrd. € niedrigeren sonstigen betrieblichen Aufwendungen resultierten im Wesentlichen mit 0,1 Mrd. € aus verminderten Währungskursverlusten sowie mit 0,1 Mrd. € aus geringeren Aufwendungen aus Derivaten, insbesondere im Zusammenhang mit USD-Kontrakten. Darüber hinaus trugen um 0,1 Mrd. € gesunkene sonstige personalbezogene Aufwendungen zum Rückgang bei.

Das Finanzergebnis verbesserte sich um 4,4 Mrd. € auf 5,6 Mrd. €. Wesentlichen Einfluss hierauf hatte ein um 2,5 Mrd. € höheres Beteiligungsergebnis sowie ein um 0,5 Mrd. € niedrigeres negatives Zinsergebnis. Ferner war das Finanzergebnis im Vorjahr durch eine Abschreibung auf die CTA Holding GmbH, Bonn, in Höhe von 1,4 Mrd. € negativ beeinflusst.

Das Beteiligungsergebnis ist im Berichtsjahr insbesondere durch die Ergebnisabführung der Telekom Deutschland GmbH, Bonn, mit 4,3 Mrd. € (2020: 3,6 Mrd. €), der T-Mobile Global Zwischenholding GmbH, Bonn, mit 2,1 Mrd. € (2020: 0,6 Mrd. €), der GMG Generalmietgesellschaft mbH, Köln, mit 0,3 Mrd. € (2020: 0,2 Mrd. €) und der DFMG Holding GmbH, Bonn, mit 0,1 Mrd. € (2020: 0,2 Mrd. €) positiv geprägt. Gegenläufig wirkten sich die Verlustübernahmen von der Deutschen Telekom IT GmbH, Bonn, mit 0,7 Mrd. € (2020: 0,8 Mrd. €), von der T-Systems International GmbH, Frankfurt am Main, mit 0,2 Mrd. € (2020: 0,7 Mrd. €) sowie von der Telekom Innovation Pool GmbH, Bonn, mit 0,1 Mrd. € (2020: 6 Mio. €) aus.

Geprägt ist das Beteiligungsergebnis insbesondere durch das operative Geschäft der einbezogenen Tochtergesellschaften. Im Berichtsjahr war darüber hinaus der Effekt aus einer Kapitalrückzahlung durch die T-Mobile Global Holding GmbH, Bonn, an die T-Mobile Global Zwischenholding GmbH, Bonn, unter Zugrundelegung von Zeitwerten in Höhe von 2,1 Mrd. € enthalten.

Das gegenüber dem Vorjahr um 0,5 Mrd. € verbesserte negative Zinsergebnis resultierte im Wesentlichen mit 0,2 Mrd. € aus höheren Erträgen aus Deckungsvermögen für Pensionsverpflichtungen sowie mit 0,1 Mrd. € aus gesunkenen Zinsaufwendungen infolge der rückläufigen langfristigen Darlehen von Konzernunternehmen. Ferner wirkten sich mit 0,1 Mrd. € niedrigere Aufwendungen aus der Aufzinsung langfristiger sonstiger Rückstellungen positiv auf das Zinsergebnis aus.

Das insbesondere durch die vorgenannten Effekte geprägte Ergebnis nach Steuern erhöhte sich im Geschäftsjahr 2021 insgesamt gegenüber dem Vorjahr um 1,1 Mrd. €.

Bei einem sonstigen Steueraufwand von 17 Mio. € ergibt sich unter Einbeziehung der oben beschriebenen Einflüsse im Geschäftsjahr 2021 ein Jahresüberschuss von 3.605 Mio. €. Unter Berücksichtigung des Gewinnvortrags von 2.283 Mio. € ergibt sich ein Bilanzgewinn von 5.888 Mio. €.

Vermögens- und Finanzlage der Deutschen Telekom AG

HGB-Bilanz Deutsche Telekom AG

in Mio. €

	31.12.2021	31.12.2021 in %	31.12.2020	Veränderung	31.12.2019
Aktiva					
Immaterielle Vermögensgegenstände	301	0,3	216	85	217
Sachanlagen	2.337	2,0	2.388	(51)	2.313
Finanzanlagen	106.615	91,2	101.411	5.204	111.020
Anlagevermögen	109.253	93,5	104.015	5.238	113.550
Forderungen	5.186	4,4	8.180	(2.994)	6.695
Sonstige Vermögensgegenstände	1.556	1,3	964	592	1.313
Flüssige Mittel	454	0,4	3.201	(2.747)	2.076
Umlaufvermögen	7.196	6,2	12.345	(5.149)	10.084
Rechnungsabgrenzungsposten	455	0,4	437	18	463
Aktiver Unterschiedsbetrag aus der Vermögensverrechnung	0	0	9	(9)	13
Bilanzsumme	116.904	100,0	116.806	98	124.110
Passiva					
Gezeichnetes Kapital und Rücklagen	53.662	45,9	53.028	634	53.021
Bilanzgewinn	5.888	5,0	5.129	759	5.460
Eigenkapital	59.550	50,9	58.157	1.393	58.481
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	3.898	3,3	3.960	(62)	3.780
Steuerrückstellungen	252	0,2	412	(160)	411
Sonstige Rückstellungen	3.034	2,6	2.591	443	2.602
Rückstellungen	7.184	6,1	6.963	221	6.793
Finanzverbindlichkeiten	10.175	8,7	10.952	(777)	10.928
Übrige Verbindlichkeiten	39.859	34,1	40.594	(735)	47.776
Verbindlichkeiten	50.034	42,8	51.546	(1.512)	58.704
Rechnungsabgrenzungsposten	136	0,1	140	(4)	132
Bilanzsumme	116.904	100,0	116.806	98	124.110

Unsere Vermögenslage ist, neben dem Eigenkapital, im Wesentlichen durch das Anlagevermögen sowie die Forderungen und die Verbindlichkeiten gegenüber Konzerngesellschaften bestimmt. Die unter den Finanzanlagen ausgewiesenen Ausleihungen sowie die Forderungen und die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen resultieren überwiegend aus Finanzierungsbeziehungen zwischen der Deutschen Telekom AG und ihren Tochtergesellschaften.

Die Bilanzsumme lag mit 116,9 Mrd. € um 0,1 Mrd. € über dem Niveau des Vorjahres.

Die Entwicklung der Aktivseite war im Wesentlichen durch den Anstieg der Finanzanlagen um 5,2 Mrd. € und der sonstigen Vermögensgegenstände um 0,6 Mrd. € gekennzeichnet. Gegenläufig verringerten sich die Forderungen um 3,0 Mrd. € sowie die flüssigen Mittel um 2,7 Mrd. €.

Die Finanzanlagen erhöhten sich im Vorjahresvergleich um 5,2 Mrd. €. Wesentlichen Einfluss darauf hatte eine konzerninterne Umschuldung der kurzfristigen Forderungen aus Cash Management gegen die Telekom Deutschland GmbH, Bonn, in Höhe von 5,0 Mrd. € in langfristig ausgereichte Darlehen. Zum Anstieg trugen ferner mit 0,6 Mrd. € der Erwerb von Anteilen an der T-Mobile US, Inc., Bellevue, mit 0,3 Mrd. € eine Kapitalerhöhung bei der im Berichtsjahr gegründeten Fondsgesellschaft Digital Infrastructure Vehicle II SCSp SICAV-RAIF, Senningerberg, sowie mit 0,2 Mrd. € eine Erhöhung der Ausleihungen an die OTE Plc., London, bei. Gegenläufig wirkte sich insbesondere eine Darlehensrückzahlung durch die T-Mobile USA, Inc., Bellevue, in Höhe von 0,8 Mrd. € aus.

Der Rückgang der Forderungen von 3,0 Mrd. € resultierte insbesondere aus um 1,8 Mrd. € gesunkenen Forderungen aus Cash Management, im Wesentlichen bedingt durch eine konzerninterne Umschuldung der kurzfristigen Forderungen aus Cash Management gegen die Telekom Deutschland GmbH, Bonn, in langfristige Darlehensforderungen. Gegenläufig wirkte sich auf die Forderungen aus Cash Management die Kapitalrückzahlung der T-Mobile Global Holding GmbH, Bonn, aus. Weiterhin trugen um 1,1 Mrd. € geringere Finanzforderungen gegen verbundene Unternehmen, im Wesentlichen aus der Tilgung von kurzfristigen Darlehen durch die Deutsche Telekom Europe B.V., Maastricht, zum Rückgang der Forderungen bei.

Der Anstieg der sonstigen Vermögensgegenstände um 0,6 Mrd. € resultierte im Wesentlichen aus höheren Forderungen aus Collaterals. Die Veränderung der Forderungen aus Collaterals ist auf übliche Marktwertschwankungen zurückzuführen.

Die Passivseite war im Wesentlichen durch den Anstieg des Eigenkapitals um 1,4 Mrd. € geprägt. Gegenläufig verringerten sich die Finanzverbindlichkeiten um 0,8 Mrd. € sowie die übrigen Verbindlichkeiten um 0,7 Mrd. €.

Der Anstieg des Eigenkapitals um 1,4 Mrd. € resultierte im Wesentlichen aus dem Jahresüberschuss des Geschäftsjahres 2021 von 3,6 Mrd. € sowie aus einer Kapitalerhöhung von 0,6 Mrd. €. Gegenläufig wirkte sich mit 2,8 Mrd. € die Dividendenaus-schüttung für das Vorjahr aus.

Die Finanzverbindlichkeiten lagen mit 10,2 Mrd. € um 0,8 Mrd. € unter dem Niveau des Vorjahres. Zu diesem Rückgang haben insbesondere um 1,0 Mrd. € gesunkene Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten beigetragen. Gegenläufig wirkten sich mit 0,2 Mrd. € im Berichtsjahr begebene Anleihen aus.

Die übrigen Verbindlichkeiten reduzierten sich im Vergleich zum Vorjahr um insgesamt 0,7 Mrd. €. Wesentlichen Einfluss darauf hatte der Rückgang der Finanzverbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen um 3,7 Mrd. €, insbesondere durch Darlehensrückzahlungen an die Deutsche Telekom International Finance B.V., Maastricht, in Höhe von 2,6 Mrd. € und an die T-Mobile Austria Holding GmbH, Wien, in Höhe von 1,2 Mrd. €. Rückläufig entwickelten sich ferner mit 0,4 Mrd. € die sonstigen Verbindlichkeiten, darunter mit 0,3 Mrd. € Verbindlichkeiten aus dem vorzeitigen Ruhestand für Beamte*innen. Bedingt durch Zahlungseingänge bei Tochtergesellschaften, welche im Rahmen des konzerninternen Cash Managements an die Deutsche Telekom AG weitergeleitet wurden, stiegen gegenläufig die kurzfristigen Verbindlichkeiten aus Cash Management um 3,3 Mrd. € an.

HGB-Kapitalflussrechnung Deutsche Telekom AG

in Mio. €

	2021	2020	Veränderung	2019
Jahresüberschuss	3.605	2.515	1.090	1.749
Cashflow aus Geschäftstätigkeit	8.673	(1.808)	10.481	17.760
Cashflow aus Investitionstätigkeit	(2.980)	11.587	(14.567)	(14.536)
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	(8.440)	(8.654)	214	(1.828)
Nettoveränderungen der flüssigen Mittel	(2.747)	1.125	(3.872)	1.396
Bestand der flüssigen Mittel am Anfang des Jahres	3.201	2.076	1.125	680
Bestand der flüssigen Mittel am Ende des Jahres	454	3.201	(2.747)	2.076

Der Cashflow aus Geschäftstätigkeit erhöhte sich im Vorjahresvergleich um 10,5 Mrd. € auf 8,7 Mrd. € und resultierte neben einem Jahresüberschuss von 3,6 Mrd. € aus dem Anstieg der Nettoverschuldung im Rahmen des konzerninternen Cash Managements in Höhe von 5,1 Mrd. €. Der Anstieg im Vergleich zum Vorjahr ist hauptsächlich durch eine im Berichtsjahr vollzogene Umwandlung kurzfristiger Forderungen aus Cash Management in langfristige Darlehen bei der Telekom Deutschland GmbH, Bonn, begründet. Darüber hinaus wirkte sich eine im Vorjahr erfolgte Tilgung von Verbindlichkeiten aus Cash Management in Zusammenhang mit einer Kapitalrückzahlung der T-Mobile Global Zwischenholding GmbH, Bonn, auf den Anstieg im Vorjahresvergleich aus.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit veränderte sich gegenüber dem Vorjahr um 14,6 Mrd. € auf minus 3,0 Mrd. €. Er war im Berichtsjahr maßgeblich durch Mittelabflüsse in Höhe von 5,2 Mrd. € infolge der Ausreichung von Ausleihungen an Tochterunternehmen geprägt, im Wesentlichen resultierend aus konzerninternen Umschuldungsmaßnahmen bei der Telekom Deutschland GmbH, Bonn. Weitere Auszahlungen resultierten aus Kapitalmaßnahmen bei Tochterunternehmen in Höhe von 0,4 Mrd. €. Gegenläufig wirkten sich insbesondere Rückzahlungen von Darlehen durch die Deutsche Telekom Europe B.V., Maastricht, in Höhe von 1,0 Mrd. € und die T-Mobile USA, Inc., Bellevue, in Höhe von 0,8 Mrd. € aus. Darüber hinaus waren im Berichtsjahr erhaltene Zinsen in Höhe von 0,8 Mrd. € enthalten. Im Vorjahr bestimmten v. a. Kapital- und Darlehensrückzahlungen durch Tochterunternehmen in Höhe von 11,7 Mrd. €, insbesondere durch die T-Mobile USA, Inc., Bellevue, und die T-Mobile Global Zwischenholding GmbH, Bonn, sowie Auszahlungen an Tochterunternehmen im Rahmen von Darlehensgewährungen und Immobilienerwerben in Höhe von 1,3 Mrd. € die Investitionstätigkeit der Gesellschaft. Ferner waren im Vorjahr erhaltene Zinsen in Höhe von 1,2 Mrd. € enthalten.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit veränderte sich gegenüber dem Vorjahr nur geringfügig um 0,2 Mrd. € auf minus 8,4 Mrd. €. Er resultierte im Berichtsjahr im Wesentlichen aus Nettotilgungen von kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten in Höhe von 4,5 Mrd. €, der Auszahlung der Dividende für das Geschäftsjahr 2020 in Höhe von 2,8 Mrd. € und aus Zinszahlungen in Höhe von 1,3 Mrd. €.

Zusammen führte dies im Berichtsjahr zu einem Rückgang der flüssigen Mittel von 2.747 Mio. €.

Risiko-Management bei der Bilanzierung von Sicherungsgeschäften

Wir setzen derivative Finanzinstrumente ein, um Zinsänderungs- und Währungsrisiken zu begrenzen; also nur zu Sicherungszwecken und nicht aus spekulativen Gründen. Dabei überprüfen wir regelmäßig die Wirksamkeit des Sicherungszusammenhangs.

Corporate Responsibility und nichtfinanzielle Erklärung

Auch im Jahr 2021 hat die Deutsche Telekom ihren Beitrag zur Bewältigung der Coronavirus-Pandemie geleistet. In Zeiten physischer Distanz haben wir es möglich gemacht, dass Menschen in Kontakt bleiben, sich informieren und zuhause arbeiten oder lernen können. Unsere Milliardeninvestitionen in die Netzinfrastruktur haben sich ausgezahlt: Unsere Netze liefen trotz hoher Belastungen stabil. Zudem haben wir mit vielfältigen weiteren Maßnahmen einen Beitrag zur Linderung der Folgen der Corona-Krise für die Gesellschaft geleistet: Beispielsweise haben wir in Europa unseren Kunden, medizinischen Einrichtungen und Senioreneinrichtungen kostenloses Internet sowie Datenvolumen zur Verfügung gestellt. Zusätzlich haben wir Schüler*innen und Student*innen den Zugang zu technischem Equipment ermöglicht, um diese in Zeiten des Distanzunterrichts zu unterstützen. Über Deutschland hinaus ist die gemeinsam mit SAP entwickelte Corona-Warn-App mit inzwischen über 34 Mio. Nutzern zu einem wichtigen persönlichen Schutzinstrument während der Pandemie geworden.

Wie wichtig der Zugang zu Mobilfunk und Internet für die Bewältigung des Alltags ist, wird oft erst deutlich, wenn das Netz ausfällt. Die Hochwasser- und Flutkatastrophe im Sommer 2021 hat in Mitteleuropa verheerende Zerstörungen verursacht – auch an unseren Netzen. Unsere Mitarbeiter*innen haben in dieser Situation erneut Außergewöhnliches geleistet: Die Flächenversorgung mit Mobilfunk war bereits Ende Juli 2021 in den betroffenen Gebieten wiederhergestellt. Um die betroffenen Bewohner*innen schnell zu unterstützen haben wir rund 5.000 Handys einschließlich SIM-Karten, Powerbanks und Schnellstarter-Pakete verteilt sowie das Datenvolumen der betroffenen Kund*innen erhöht. Zudem arbeiten wir daran, das Festnetz so schnell wie möglich wieder aufzubauen. Über 96 % der bei der Flutkatastrophe in Rheinland-Pfalz und Nordrhein-Westfalen beschädigten 103.000 Festnetz-Anschlüsse waren zum Jahresende 2021 wieder voll funktionsfähig. In den besonders stark betroffenen Regionen bauen wir die Telekommunikationsinfrastruktur in enger Abstimmung mit Kommunen und weiteren Versorgern neu auf. Dabei setzen wir auf ein FTTH-Netz, das rund 40.000 Haushalte und Unternehmensstandorte direkt mit Glasfaser anschließen wird. Um die Menschen für die Zeit des Wiederaufbaus an das Netz zu bringen, haben unsere Techniker*innen Zwischenlösungen errichtet, z. B. wurden in Eschweiler und Stolberg die Multifunktionsgehäuse mit einer kostenlosen WLAN-Lösung ausgestattet. Unsere Mitarbeiter*innen, die in den Flutgebieten wohnen, haben wir ebenfalls z. B. mit bezahlten Freistellungen von der Arbeit und finanziellen Soforthilfen unterstützt.

Weitere Informationen hierzu finden Sie im Kapitel „Mitarbeitende“.

Die Starkregenfälle waren einer internationalen Studie der World Weather Attribution in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Wetterdienst zufolge mit sehr großer Wahrscheinlichkeit auch eine Folge des Klimawandels. Um dem Klimawandel entgegenzuwirken, haben wir 2021 unsere Klimaziele noch einmal deutlich verschärft: Bis 2025 wollen wir Klimaneutralität für unsere direkten und indirekten Emissionen und bis spätestens 2040 für alle Emissionen entlang der Wertschöpfungskette erreichen. Bereits seit 2021 stammt der Strom der Deutschen Telekom zu 100 % aus erneuerbaren Energiequellen – und das konzernweit. Bei der Berechnung werden Direktbezug, Herkunftsnachweise sowie Eigenerzeugung einbezogen. In den USA wurde dies u. a. durch Power Purchase Agreements (PPAs) mit zwei zusätzlichen Windenergieparks erreicht, die im Berichtsjahr in Betrieb genommen wurden. Die hohe Bedeutung der Klimaziele zeigt sich auch in der 2021 eingeführten Steuerung und Incentivierung der Vorstände der Deutschen Telekom AG über die jährliche variable Vergütung.

Weitere Informationen hierzu finden Sie im Kapitel „Konzernsteuerung“.



Noch mehr können wir für den Klimaschutz erreichen, indem wir unseren Kund*innen helfen, CO₂ einzusparen. 2021 waren in Deutschland die bei unseren Kunden ermöglichten positiven CO₂-Effekte um 380 % höher als unsere eigenen CO₂-Emissionen (Enablement Factor von 4,8 zu 1). Nicht nur beim Klimaschutz, auch in anderen Bereichen haben wir im Berichtsjahr wichtige Fortschritte erzielt: Alle in Deutschland neu eingeführten und mit einem „T“ gebrandeten Geräte besitzen seit 2021 eine nachhaltige Verpackung, z. B. durch den Einsatz recycelter Kartonagen. 2022 werden wir dies auf ganz Europa ausweiten.

Ein weiteres zentrales Thema war 2021 unser Engagement für digitale Teilhabe. Unsere Kampagne „#DABEI – Gegen Hass im Netz“ haben wir 2021 weitergeführt und mit dem Thema „Gaming – Wo der Spaß aufhört“ einen neuen Schwerpunkt gesetzt. Dabei setzen wir uns gemeinsam mit der Initiative #equalsports u. a. für mehr Diversität in eSports und Gaming ein und unterstützen Frauen bei der Teilhabe am Spitzen- und Breitensport.

Transparenz schaffen



Seit mehr als 20 Jahren berichten wir transparent über unsere Corporate Responsibility (CR)-Aktivitäten: auf unserer Website, im „We Care“-Magazin, im CR- und im Geschäftsbericht. Dabei erläutern wir seit dem Geschäftsjahr 2016 auch, auf welche Weise wir mit unserem Kerngeschäft dazu beitragen, die UN-Nachhaltigkeitsziele der Agenda 2030 (Sustainable Development Goals, SDGs) zu erreichen.

Weitere Informationen hierzu finden Sie im Kapitel „Ziele für nachhaltige Entwicklung“.

Seit dem Berichtsjahr 2017 veröffentlichen wir im Lagebericht eine nichtfinanzielle Erklärung (nfE) gemäß CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz in Übereinstimmung mit §§ 315c i.V.m. 289c bis 289e HGB. Bei der Auswahl der Sachverhalte für die vorliegende nfE 2021 haben wir die gesetzlichen Anforderungen sowie die Ergebnisse unserer Wesentlichkeitsanalyse berücksichtigt.   Die Beschreibung der Konzepte in dieser nfE erfolgt auf Basis unserer langjährigen CR-Berichterstattung und in Anlehnung an die Global Reporting Initiative (GRI)-Standards. Zudem erfüllen wir die ab dem Berichtsjahr 2021 verpflichtenden Berichtsanforderungen über ökologisch nachhaltige Wirtschaftsaktivitäten gemäß der Verordnung (EU) 2020/852 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 18. Juni 2020 über die Einrichtung eines Rahmens zur Erleichterung nachhaltiger Investitionen und zur Änderung der Verordnung (EU) 2019/2088 (im Folgenden EU-Taxonomie): Im Abschnitt „Aspekt 1: Umweltbelange“ schlüsseln wir auf, welcher Anteil unseres Umsatzes, sowie unserer Investitions- und unserer Betriebsausgaben für die klimabezogenen Umweltziele, die bis jetzt für unsere Branche mit Kriterien hinterlegt sind, taxonomiefähig sind („eligible“). Die Transparenzanforderungen zur unternehmerischen Nachhaltigkeit nehmen kontinuierlich zu. Deshalb lehnen wir in der vorliegenden nfE Konzepte und Materialitätsanalyse an den GRI Standards an und orientieren uns mit unserer CR-Berichterstattung zusätzlich an weiteren freiwilligen Rahmenwerken wie denen des Sustainability Accounting Standards Board (SASB) und der Task Force for Climate-related Financial Disclosures (TCFD).

Ausführliche Informationen hierzu werden in unserem CR-Bericht 2021 veröffentlicht.

Die inhaltliche Prüfung der nfE obliegt dem Aufsichtsrat der Deutschen Telekom AG. Das Gremium wurde dabei von der PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft durch eine Prüfung mit begrenzter Sicherheit (Limited Assurance) unterstützt. Die beiden nichtfinanziellen Leistungsindikatoren „Energieverbrauch“ und „CO₂-Ausstoß“ sind als steuerungsrelevante Leistungsindikatoren Teil der Prüfung „mit hinreichender Sicherheit“ (Reasonable Assurance) des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts. Prüfungsgrundlage der nfE waren der International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (revised). Alle Angaben in der nfE gelten, soweit nicht anders kenntlich gemacht, gleichermaßen für den Konzern und das Mutterunternehmen (zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung). Um Dopplungen innerhalb des Lageberichts zu vermeiden, verweisen wir an den betreffenden Stellen auf weiterführende Informationen in anderen Kapiteln. Verweise auf Angaben außerhalb des zusammengefassten Lageberichts sind weiterführende Informationen und nicht Bestandteil der nfE, und sind daher nicht geprüft.

Unser jährlicher CR-Bericht ergänzt diese nfE. Mit ihm erfüllen wir umfassend die Anforderungen an eine fundierte Rechenschaftsberichterstattung heterogener Anspruchsgruppen. Hier finden CR-Expert*innen alles, was sie zur Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung der Deutschen Telekom brauchen. Darüber hinaus wollen wir Stakeholder für unsere Nachhaltigkeitsthemen begeistern. Im Berichtsjahr haben wir deshalb den CR-Bericht um interaktive Nachhaltigkeitsstories erweitert. Damit entsprechen wir dem wachsenden Interesse einer breiten Öffentlichkeit. Die Stories bieten wir teils auch in deutscher einfacher Sprache an.  

Im Berichtsjahr wurden wir für die beste Nachhaltigkeitskommunikation im Rahmen des CSR-Benchmarks der NetFederation ausgezeichnet. Auch bei den ESG Reporting Awards 2021 konnten wir in der Kategorie „Best Sustainability Reporting: Technology & Telecoms“ den ersten Platz erreichen. Mit Gold wurde unser CR-Bericht 2020 sowohl beim Deutschen Preis für Onlinekommunikation in der Kategorie „CSR & Annual Report“ als auch beim PR Report Award 2021 in der Kategorie „Nachhaltigkeit und CSR“ prämiert.

Erläuterung des Geschäftsmodells

Wir gehören zu den führenden integrierten Telekommunikationsunternehmen weltweit. Unseren Privatkund*innen bieten wir Produkte und Dienstleistungen aus den Bereichen Festnetz/Breitband, Mobilfunk, Internet und Internet-basiertes Fernsehen sowie unseren Groß- und Geschäftskunden ICT-Lösungen.

Weitere Informationen zu unserem Geschäftsmodell finden Sie in den Kapiteln „Konzernstruktur“ und „Konzernstrategie“.

Strategischer und organisatorischer Nachhaltigkeitsansatz

Unser Selbstverständnis als verantwortungsvolles Unternehmen ist als Kernelement in unserer Konzernstrategie verankert. Wir verpflichten uns zu nachhaltigem Handeln entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette – und dazu, zur Lösung der ökologischen, ökonomischen und sozialen Herausforderungen beizutragen. Dabei bekennen wir uns ausdrücklich zu den Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen (UN), zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex sowie zum „Leitbild für verantwortliches Handeln in der Deutschen Wirtschaft“. Darüber hinaus unterstützen wir die Ziele für nachhaltige Entwicklung der UN (Sustainable Development Goals, SDGs); insbesondere leisten wir einen Beitrag zu den Zielen Nr. 3 Gesundheit und Wohlergehen, 4 Hochwertige Bildung, 5 Geschlechtergleichheit, 8 Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum, 9 Industrie, Innovation und Infrastruktur, 11 Nachhaltige Städte und Gemeinden, 12 Nachhaltiger Konsum und Produktion, 13 Maßnahmen zum Klimaschutz sowie 16 Frieden, Gerechtigkeit und starke Institution.

Die inhaltlichen Schwerpunkte unserer CR-Strategie gelten nach wie vor. Es hat sich jedoch gezeigt, dass sich die drei Handlungsfelder unserer CR-Strategie – „Vernetztes Leben und Arbeiten – nachhaltige Lebensweise in der digitalen Welt ermöglichen“, „Teilhabe an der Informations- und Kommunikationsgesellschaft“ und „Klimafreundliche und ressourcenschonende Gesellschaft“ – teilweise überschneiden. Vor allem der Aspekt eine „nachhaltige Lebensweise in der digitalen Welt ermöglichen“ kann nicht von den beiden anderen Handlungsfeldern getrennt betrachtet werden. An Bedeutung gewonnen hat in den letzten Jahren darüber hinaus das Thema der digitalen Verantwortung von Unternehmen. Deshalb haben wir unsere Handlungsfelder sprachlich angepasst und entsprechend ergänzt: „Klimaschutz & Ressourceneffizienz“, „Digitale Verantwortung“ und „Digitale Teilhabe“. Unterstützt von einer klaren Governance tragen alle drei Handlungsfelder dazu bei, eine nachhaltige Digitalisierung zu ermöglichen. Die weiteren wesentlichen Themen unseres Nachhaltigkeitsmanagements führen wir unverändert fort: „Datensicherheit und Datenschutz“, „Nachhaltige Lieferkette & Menschenrechte“, „Sustainable Finance“ sowie „Gesellschaftliches Engagement“ und „Verantwortungsvoller Arbeitgeber“. Darüber hinaus ist das Prinzip der verantwortungsvollen Unternehmensführung ein wichtiger Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten.

Um unser Engagement auch in der Kommunikation mit Stakeholder-Gruppen wie Mitarbeiter*innen oder Kund*innen noch besser zu positionieren, haben wir viele unserer CR-Themen im Berichtsjahr unter den Bezeichnungen #GreenMagenta und #GoodMagenta gebündelt. Diese beiden Kategorien nutzen wir auch zur Kennzeichnung von unseren Produkten und Initiativen, die Nachhaltigkeitsvorteile aufweisen. #GreenMagenta kennzeichnet Produkte, Services, Projekte, Maßnahmen und Initiativen der Telekom, die einen positiven Beitrag zum Klimaschutz und zu einem verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen leisten. #GoodMagenta kennzeichnet Projekte, Maßnahmen und Initiativen mit einem positiven Beitrag zu sozialen und gesellschaftlichen Herausforderungen in der digitalen Welt. So erhöhen wir die Transparenz unserer CR-Kommunikation. Zusätzlich steigern wir auch für CR-Expert*innen die Transparenz, indem wir unsere CR-Strategie den ESG-Perspektiven zuordnen.

SDG 12 BEZIEHUNGEN

Die CR-Gesamtverantwortung trägt unser Vorstand: Er diskutiert und entscheidet über wichtige CR-Angelegenheiten. Der Bereich Group Corporate Responsibility (GCR) entwickelt konzernweite Richt- und Leitlinien. Deren Ziel ist es, die Unternehmenskultur insbesondere im Hinblick auf nachhaltige Innovation und gesellschaftliche Verantwortung weiterzuentwickeln. Die zunehmende Bedeutung von Nachhaltigkeit für die Deutsche Telekom hat zu dem Beschluss geführt, den Bereich GCR zum 1. Januar 2022 aus dem Vorstandsbereich „Personal und Recht“ in den Bereich des Vorstandsvorsitzenden zu verlagern. Mit ihrer Entscheidung unterstreichen Aufsichtsrat und Vorstand, wie ernst wir unsere Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt nehmen. Verantwortlich für die Umsetzung der CR-Strategie sind die CR-Manager*innen der jeweiligen Geschäftseinheiten und Landesgesellschaften. Sie arbeiten im internationalen CR-Manager-Netzwerk zusammen. GCR wird zudem vom CR-Board beraten, das sich aus den Leiter*innen wesentlicher Konzernbereiche zusammensetzt.

Unsere Werte und Grundsätze sind in unseren Leitlinien, dem Code of Conduct, der Grundsatzzerklärung „Menschenrechtskodex & Soziale Grundsätze“ sowie in weiteren, themenspezifischen Richtlinien verankert. Die Eckpfeiler unseres Nachhaltigkeitsmanagements sind in unserer CR-Richtlinie für alle Konzerneinheiten formal und verbindlich festgeschrieben. Im Rahmen unseres CR-Controllings erfassen wir „Environmental, Social und Governance“ (ESG)-Daten und -Kennzahlen. Diese nutzen wir in erster Linie, um unsere konzernweiten ESG KPIs (Key Performance Indicators) zu berechnen, mit denen wir unsere CR-Leistung messen und steuern. Neben den ESG KPIs berichten wir weitere Kennzahlen und quantitative Angaben, um interne und externe Ansprüche an Transparenz zu erfüllen. Teilweise lassen sich die KPIs sowie ergänzende Indikatoren auch den SDGs zuordnen und zeigen so unseren Fortschritt bei Themen auf, die ebenfalls im Fokus der SDGs stehen. Im Berichtsjahr wurde das CR-Controlling als strategisch relevanter Prozess erstmalig in das interne Kontrollsystem (IKS) der Deutschen Telekom aufgenommen. Dafür wurden bereits spezifische IKS-Grundsätze für das CR-Controlling definiert und von den berichtspflichtigen Geschäftseinheiten bestätigt. Die IKS-Grundsätze gelten für alle Indikatoren, die derzeit dezentral systemisch erfasst und auf Konzernebene konsolidiert werden. Sie zielen auf eine hohe Datenqualität, Termintreue und Transparenz des Prozesses ab.

Immer mehr Investor*innen berücksichtigen bei der Geldanlage Nachhaltigkeitsaspekte (Socially Responsible Investments, SRI). SRI-Anlageprodukte bestehen aus Wertpapieren von Unternehmen, die einer Überprüfung nach Kriterien in den Bereichen Umwelt, Soziales und gute Unternehmensführung (ESG) standhalten. Die Nachfrageentwicklung der T-Aktie in dieser Anlagekategorie dient uns als Indikator, um unsere Nachhaltigkeitsleistung zu beurteilen. Der ESG KPI „Nachhaltiges Investment“ gibt den Anteil von Aktien der Deutschen Telekom AG an, der von solchen Investor*innen gehalten wird. Unser Einsatz für mehr Nachhaltigkeit zahlt sich aus: Zum Stichtag 30. September 2021 waren rund 12 % der T-Aktien im Besitz von Investoren, die zumindest teilweise auch ökologische, soziale und Governance-Kriterien berücksichtigen; 10 % wurden von Investoren gehalten, die ihre Fonds vorrangig unter SRI-Gesichtspunkten managen.

SDG 8 FINANZEN

Listing der T-Aktie in Nachhaltigkeitsindizes bzw. Prädikate

Rating-Agentur	Indizes/Prädikate/Ranking	2021	2020	2019	2018	2017
S&P CSA	DJSI World	✓	✓	✓	✓	✓
	DJSI Europe	✓	✓	✓	✓	✓
	S&P ESG Index Series	✓	✓	✓	–	–
CDP	STOXX Global Climate Change Leaders	✓	✓	✓	✓	✓
	Supplier Engagement A-List	✓	✓	✓	✓	✗
MSCI	ESG Universal Indexes	✓	✓	✓	✓	✓
ISS-oekom	„Prime“ (Sector Leader)	✓	✓	✓	✓	✓
Bloomberg	Gender Equality Index	✓	✓	✓	✓	✗
Sustainalytics	STOXX Global ESG Leaders ^a	✓	✓	✓	✓	✓
	UN Global Compact 100	✓	✓	✓	✓	✓
FTSE Financial Times Stock Exchange	FTSE4Good	✓	✓	✓	✓	✓
V.E.	Euronext-Indizes, die V.E.-Daten nutzen	✓	✓	✓	✗	✗

✓ erfolgreich gelistet ✗ nicht gelistet – Index existierte im relevanten Jahr noch nicht

^a In weiteren Indizes des entsprechenden Universums gelistet.

Wir machen unsere Beiträge zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen messbar. Dazu haben wir einen Prozess und eine Methodik entwickelt, um die externe Wirkung ausgewählter Produkte, Lösungen und Maßnahmen zu bewerten. Dies hilft uns, wesentliche Nachhaltigkeitsaktivitäten wirkungsorientiert zu steuern und unseren Beitrag zur Erreichung der SDGs sichtbar zu machen.

Ausführliche Informationen hierzu werden in unserem CR-Bericht 2021 veröffentlicht.

Prozess zur Ermittlung wesentlicher Themen

In einem umfassenden Wesentlichkeitsprozess ermitteln wir die Themen, die für die Ausrichtung unserer Nachhaltigkeitsstrategie sowie unsere Berichterstattung relevant sind. Hierzu führen wir jährlich eine Dokumentenanalyse durch, bei der wir u. a. bestehende Gesetzgebungen sowie die Erwartungen unserer Stakeholder, z. B. des Kapitalmarkts, analysieren. Im Berichtsjahr haben wir dabei einen besonderen Fokus auf Nachhaltigkeitschancen und -risiken gelegt. Um die Ergebnisse zu validieren, wurde ein Workshop mit internen Expert*innen durchgeführt, in dem wir die Risikoergebnisse detailliert untersucht haben. Aus der Wesentlichkeitsanalyse 2021 haben sich im Vergleich zum Vorjahr keine zusätzlichen Top-Themen ergeben. Folglich besteht keine Notwendigkeit, weitere Sachverhalte in die nFE 2021 aufzunehmen.

Ausführliche Informationen zum Vorgehen werden in unserem CR-Bericht 2021 veröffentlicht.

Im Rahmen unseres umfassenden Risiko- und Chancen-Managements ermitteln wir aktuelle sowie potenzielle Risiken und Chancen, die aus ökologischen, ökonomischen oder sozialen Aspekten bzw. aus der Führung unseres Unternehmens resultieren. So bergen die Themen „Klimaschutz“, „Lieferanten“ und „Reputation“ mögliche Risiken, die wir im Kapitel „Risiko- und Chancen-Management“ erläutern. Um die Transparenzanforderungen unserer Stakeholder zu erfüllen, halten wir an dieser Praxis fest, auch wenn diese Themen gemäß der Risikoeinschätzung eine „geringe“ Risikobedeutung haben und damit nicht als „sehr wahrscheinlich schwerwiegend“ im Sinne des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes einzustufen sind. Die vorliegende nFE thematisiert diese Risiken und Chancen bei den entsprechenden Aspekten.

Weitere Informationen hierzu finden Sie im Kapitel „Risiko- und Chancen-Management“.

Aspekt 1: Umweltbelange

Wir verpflichten uns nicht nur, mögliche negative Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf das Klima zu minimieren, sondern auch die Chancen der Digitalisierung für eine nachhaltige Entwicklung zu nutzen. Richtig eingesetzt, kann sie dazu beitragen, Energie zu sparen und damit den Klimawandel zu verlangsamen.

Weitere Informationen hierzu finden Sie im Abschnitt „Gesellschaftlich nützliche Anwendungen von ICT-Produkten“.

Um den wachsenden regulatorischen Anforderungen insbesondere der EU gerecht zu werden, haben wir 2020 eine interne bereichsübergreifende „Taskforce Green Deal“ ins Leben gerufen. Auf diese Weise stellen wir sicher, dass notwendige Maßnahmen und Prozesse zeitnah implementiert werden und die notwendige Transparenz geschaffen wird. Entsprechend finden Bewertungen und Indikationen aus der Taskforce Berücksichtigung in den diversen Nachhaltigkeitsinitiativen des Konzerns, z. B. ist T-Systems dem Climate Neutral Data Centre Pact beigetreten. Unser ganzheitliches Umwelt-Management-System basiert auf dem internationalen Standard ISO 14001. Eine konzernweite Umweltrichtlinie fasst die wesentlichen unserer konzernweit gültigen Selbstverpflichtungen zusammen.

Klimaschutz und Ressourcenschonung SDG 13 UMWELT

Mit unseren Investitionen in den Netzausbau gehören wir zu den größten Investoren der Branche. Die steigende Nachfrage nach schnelleren, flächendeckend verfügbaren Datendiensten darf nicht zu einem Anstieg der CO₂-Emissionen führen und so den Klimawandel beschleunigen. Deshalb sorgen wir dafür, dass durch Energieeffizienzsteigerungen – z. B. in unseren Rechenzentren – der Energieverbrauch zumindest stabil gehalten wird. Zudem nutzen wir erneuerbare Energien, um den Energieverbrauch von den CO₂-Emissionen zu entkoppeln. Als Bestandteil der variablen Vorstandsvergütung sollen zwei ESG-Ziele die Nachhaltigkeitsinitiative der Deutschen Telekom langfristig unterstützen. Seit dem Berichtsjahr wird der Vorstand dahingehend incentiviert, dass der Energieverbrauch mittelfristig mindestens stabil gehalten sowie der CO₂-Ausstoß reduziert wird. Bemessungsgrundlage für die Zielerreichung sind die beiden nichtfinanziellen Leistungsindikatoren „Energieverbrauch“ und „CO₂-Ausstoß“ (Scope 1 und 2). Im Berichtsjahr ist der Energieverbrauch mit 13.323 GWh gegenüber dem Vorjahr stabil geblieben. Der CO₂-Ausstoß ist insbesondere durch den konzernweiten Einsatz von Strom aus erneuerbaren Energien im Vergleich zum Vorjahr stark gesunken und liegt bei 247 kt CO₂e.

Seit rund zwei Jahrzehnten hat das Thema Klimaschutz bei der Telekom stetig an Bedeutung gewonnen. Unsere konzernweite Klimaschutzstrategie beinhaltet folgende Aspekte: „Emissionen aus der Wertschöpfungskette“, „Erneuerbare Energien“, „Energieeffizienz“ und „Enablement: positive Klimaschutzeffekte bei unseren Kunden“. 2019 hat der Konzernvorstand ehrgeizige Klimaziele beschlossen, die 2021 nochmals verschärft wurden:

- a. Bis Ende 2021 setzen wir konzernweit Strom zu 100 % aus erneuerbaren Energien ein (Scope 2, marktbasierter Methode). Dieses Ziel haben wir erreicht.
- b. Bis Ende 2025 wollen wir Klimaneutralität im Unternehmen erreichen. Bis zu 95 % unserer CO₂-Emissionen (Scope 1 und 2) sollen durch die Umstellung auf Strom aus erneuerbaren Energien sowie weitere Maßnahmen reduziert werden. Ein Rest von Emissionen muss durch Kompensationsmaßnahmen ausgeglichen werden.
- c. Bis 2030 wollen wir die Emissionen, die bei der Herstellung und der Nutzung unserer Produkte entstehen, pro Kunde um 25 % (gegenüber 2017) senken (Scope 3, Kategorien: erworbene Produkte und Dienstleistungen, Kapitalgüter, Nutzung verkaufter Produkte, Nutzung vermieteter Produkte). Diese Emissionen machen über 98 % unseres CO₂-Fußabdrucks aus. Wir stehen im engen Dialog mit Lieferanten, um die Emissionen in der Produktion zu verringern und Produkte anzubieten, die in der Nutzungsphase weniger Energie verbrauchen.
- d. Bis spätestens 2040 wollen wir „Netto-Null“ sein und über alle drei Scopes keinen CO₂-Fußabdruck mehr hinterlassen. Dieses Ziel steht im Einklang mit den Zielvorstellungen der European Green Digital Coalition. In dieser ist die Deutsche Telekom Gründungsmitglied.

Unsere Konzern-Klimaziele haben wir entlang aktueller wissenschaftlicher und politischer Rahmenbedingungen entwickelt. Die Science Based Targets Initiative (SBTi) hat uns bestätigt, dass unsere Klimaschutzziele zur Einhaltung des Pariser Klimaabkommens beitragen. Die 2021 nachgeschärften Klimaziele werden im Jahr 2022 nach der neuen Richtlinie der SBTi überprüft. Auch die Ziele unserer Landesgesellschaften in den USA und Ungarn wurden durch die SBTi positiv geprüft. Um diese Ziele zu erreichen, gehen die Landesgesellschaften unterschiedliche Wege. Unter anderem schließen sie sog. „Power Purchase Agreements“ (PPAs) über den Ankauf von Strom aus bestimmten nachhaltigen Stromquellen (z. B. Wind und Solar) ab. Ende 2021 haben wir 23,1 % unseres Stroms über solche PPAs bezogen. SDG 7 UMWELT

Wir berechnen unsere CO₂-Emissionen konzernweit entsprechend der marktbasierter Methode des Greenhouse Gas (GHG) Protocols. Der Standard unterscheidet drei Kategorien von CO₂-Emissionen (Scope 1, 2 und 3). Diese berichten wir jedes Jahr im Rahmen des CDP sowie in unserem CR- und Geschäftsbericht.

▮ Ausführliche Informationen zur Datenentwicklung gegenüber dem Vorjahr werden in unserem CR-Bericht 2021 veröffentlicht.

Die folgende Grafik visualisiert die Emissionen der unterschiedlichen Scopes aus unserer Geschäftstätigkeit, dargestellt in CO₂-Äquivalenten (CO₂e).

CO₂e-Emissionen (Scope 1–3)

Konzern Deutsche Telekom 2021 in % und kt CO₂e



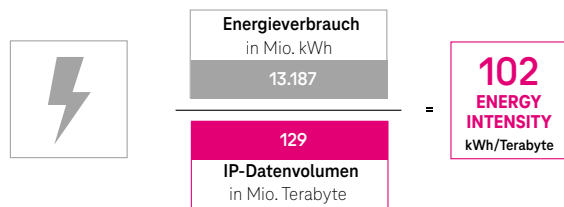
- **Scope 3-Emissionen aus vorgelagerten Aktivitäten:**
Vorgelagerte Transportdienstleistungen, erworbene Produkte und Dienstleistungen, Kapitalgüter, Produktionsabfälle, Energie- und Kraftstoffvorketten, Geschäftsreisen und Weg zur Arbeit
- **Scope 1-Emissionen aus den eigenen Aktivitäten:**
Primärenergiebedarf zum Betrieb der Anlagen, Gebäude und Fahrzeuge der Deutschen Telekom
- **Scope 2-Emissionen aus eingekaufter Energie:**
Erzeugung der von der Deutschen Telekom eingekauften Mengen Strom- und Fernwärme/-kühlung
- **Scope 3-Emissionen aus nachgelagerten Aktivitäten:**
Transport verkaufter Produkte zum Kunden, Nutzung verkaufter und vermieteter Produkte sowie Entsorgung und Verwertung verkaufter Produkte

Ein Indikator für die Effizienzsteigerung unserer Rechenzentren ist der sog. „Power Usage Effectiveness“ (PUE)-Wert, den wir nach der Methode der RZ Norm EN50600 ermitteln. Diese verlangt, dass sämtliche Energieverbräuche der Rechenzentren (nicht nur die zum Betrieb der Server) in die Wertermittlung einfließen. Der globale PUE-Wert unserer T-Systems Rechenzentren lag 2021 bei 1,58. Unsere hochverfügbaren, modernen Rechenzentren von T-Systems in Deutschland sind für einen PUE-Wert von 1,30 ausgelegt. Zwischen 2008 und 2021 konnten wir den durchschnittlichen PUE-Wert aller deutschen Rechenzentren von 1,85 auf 1,49 senken.

Die Wirksamkeit unserer Klimaschutzmaßnahmen messen wir mit verschiedenen Kennzahlen. Die KPI-Werte „Energy Intensity“ und „Carbon Intensity“ für die Deutsche Telekom (Festnetz- und Mobilfunk-Gesellschaften) sind in den nachfolgenden Grafiken dargestellt. Die beiden KPIs setzen unseren Energieverbrauch bzw. unsere CO₂-Emissionen ins Verhältnis zum transportierten Datenvolumen und beschreiben damit die konkrete Entwicklung der Energie- und Emissionseffizienz unseres Netzes. Das Ergebnis liegt bei 102 für den KPI „Energy Intensity“ sowie bei 2 für den KPI „Carbon Intensity“. Für den Konzern in Deutschland liegen die Werte bei 45 (KPI „Energy Intensity“) sowie ebenfalls bei 2 (KPI „Carbon Intensity“). Damit wurden unsere Netze über den Verlauf der letzten Jahre immer effizienter – und das trotz steigendem Datenvolumen.

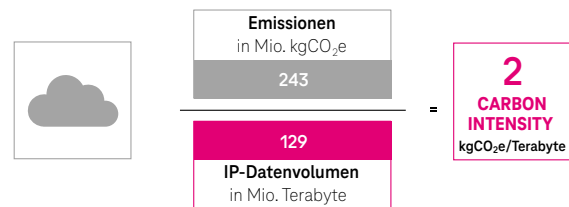
ESG KPI „Energy Intensity“

Konzern Deutsche Telekom (Festnetz- und Mobilfunk-Gesellschaften) 2021








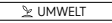
ESG KPI „Carbon Intensity“

Konzern Deutsche Telekom (Festnetz- und Mobilfunk-Gesellschaften) 2021





Eine weitere wichtige Messgröße ist für uns der KPI „Erneuerbare Energien“. Er weist den Anteil erneuerbarer Energien am Gesamtstromverbrauch aus; er lag 2021 konzernweit bei 100 %. Bei der Berechnung werden Direktbezug, Herkunftsnachweise sowie Eigenerzeugung einbezogen.

Um den Klimawandel wirksam einzudämmen, braucht es die Zusammenarbeit vieler Akteure. Deshalb engagieren wir uns in nationalen wie internationalen Zusammenschlüssen und Organisationen, z. B. der Global Enabling Sustainability Initiative (GeSI) oder econsense. Auch in unserer Lieferkette arbeiten wir systematisch an Verbesserungen im Klimaschutz. Seit 2016 wird im Supplier Engagement Rating des CDP bewertet, wie gut es Unternehmen gelingt, das Thema Klimaschutz in ihre Lieferkette zu integrieren. 2021 haben wir in diesem Rating ein „A“ erhalten und damit die Aufnahme in das Supplier Engagement Rating Leader Board erreicht. Mit unser ESG KPI „CDP-Lieferkettenabdeckung“ erfassen wir das Einkaufsvolumen, das durch die Teilnahme unserer Lieferanten im „Supply Chain“-Programm 2021 des Rating-Unternehmens CDP abgedeckt ist. Insgesamt betrug das abgedeckte Einkaufsvolumen 2021 über 70 %. Im Berichtsjahr hat eine Rekordzahl von 268 Lieferanten an dem Programm teilgenommen (2020: 222).  

Nicht zuletzt spielt bei einem ganzheitlichen Ansatz zur ökologischen Verantwortung auch der effiziente Umgang mit wertvollen Ressourcen eine wichtige Rolle. Unser bisheriges Umweltprogramm „We care for our Planet“ wurde im Berichtsjahr in #GreenMagenta-Programm umbenannt. So wird deutlich, dass das Programm Teil unserer übergeordneten Nachhaltigkeitsklammer #GreenMagenta und #GoodMagenta ist. Im Rahmen des Programms setzen wir vielfältige Maßnahmen zur Ressourcenschonung um – ob in unseren Telekom-Shops, bei unseren Produkten und Netzen oder beim Thema Mobilität.   Zum Beispiel erhalten seit Ende 2020 alle neuen Telekom-eigenen Produkte eine nachhaltige Verpackung. Dafür haben wir entsprechende Nachhaltigkeitskriterien entwickelt. Über 60 % der neuen Verpackungen von Smartphones, die wir von unseren Lieferanten beziehen, entsprechen diesen Kriterien ebenfalls.   Unsere Tochtergesellschaft Comfort Charge bietet Lade-Infrastruktur für eMobilität in Deutschland an. Durch den Betrieb von Schnell-Ladestationen konnten wir über 548 Tonnen CO₂ einsparen. Dies entspricht den CO₂-Emissionen einer mit dem Pkw zurückgelegten Strecke von ca. 3 Mio. Kilometern. Innerhalb des Konzerns verfolgen wir zudem das Ziel, den Anteil von Elektrofahrzeugen in unserer Flotte zu erhöhen. Der Anteil der Elektrofahrzeuge bei Neubestellungen liegt aktuell bei ca. 30 %. Es wurden verschiedene Maßnahmen vereinbart, um den Anteil in den kommenden Jahren deutlich zu steigern sowie den Anteil an Verbrennern zu senken. Außerdem stand im Berichtsjahr die internationale Vernetzung und Ausweitung des #GreenMagenta-Programms weiter im Fokus. Für jede Teilinitiative wurden Kennzahlen (KPIs) entwickelt, die in unsere ESG KPIs einfließen. Die KPIs helfen uns, unsere Fortschritte zu messen und erhöhen zudem die Transparenz nach außen.

Weitere Informationen zu den Fortschritten unseres Umweltprogramms sowie zu unseren Kennzahlen finden Sie im CR-Bericht 2021.

Ressourcenschonung ist auch eines der Anliegen unserer Mitarbeiter-Initiative „Green Pioneers“. Hier haben sich inzwischen über 350 Beschäftigte von rund 50 Standorten in Deutschland angeschlossen. Unsere Green Pioneers fördern innerhalb der Belegschaft das Bewusstsein für Ressourceneffizienz am Arbeitsplatz und geben zudem Impulse ins Kerngeschäft – all das auf freiwilliger Basis und zusätzlich zu ihren eigentlichen Aufgaben. Unter anderem führten einige Green Pioneers im Jahr 2021 Schulungen zu Umweltthemen für Kolleg*innen durch, an denen mehr als 1.500 Beschäftigte teilnahmen. Im Rahmen der #GreenMagenta-Week organisierten sie Workshops und riefen anlässlich des „World Clean-Up Day“ im September zu einem Müllsammelwettbewerb auf. Andere Green Pioneers organisierten im Berichtsjahr Aktionen zu nachhaltiger Mobilität wie „Mit dem Fahrrad zur Arbeit“ und „Radelnde Mittagspause“. Trotz des erhöhten Homeoffice-Anteils in der Corona-Zeit konnten mit diesen beiden Rad-Aktionen bis Ende September 2021 über 20.000 kg CO₂ eingespart werden. Gemeinsam mit dem Facility-Management installierten die Green Pioneers darüber hinaus Fahrrad-Service-Stationen, an denen radelnde Beschäftigte schnell und einfach kleinere Reparaturen an ihren Fahrrädern durchführen können. International stießen CR-Manager der Landesgesellschaften entsprechende lokale Aktivitäten an. So setzte z. B. die DT IT Solutions Russia in der #GreenMagenta-Week lokale Aktionen um, bei der neben Weiterbildungsangeboten auch Teamaktivitäten zum Müllsammeln auf dem Programm standen.  

Entsprechung mit den Transparenzvorgaben der EU-Taxonomie

Ziel der EU-Taxonomie ist, Investitionsströme aus dem Finanzsektor an Unternehmen zu fördern, die sich mit ökologisch nachhaltigen Aktivitäten beschäftigen. Sie soll damit der EU helfen, den europäischen Green Deal umzusetzen. Dabei soll die EU-Taxonomie ein gemeinsames Verständnis der ökologischen Nachhaltigkeit von Aktivitäten und Investitionen schaffen. Weiterhin verpflichtet die Verordnung Unternehmen zur Berichterstattung über diese Wirtschaftstätigkeiten. In der EU-Gesetzgebung wurden Mitte 2021 die ersten Taxonomie-Umweltziele „Klimaschutz“ („Climate Change Mitigation“) und „Anpassung an den Klimawandel“ („Climate Change Adaptation“) mit Kriterien hinterlegt.

Für die Deutsche Telekom als Unternehmen der Informations- und Telekommunikationsbranche sind zwei von den in der EU-Taxonomie derzeit aufgeführten Wirtschaftsaktivitäten wesentlich:

- Datenverarbeitung, Hosting und damit verbundene Tätigkeiten (8.1. im Annex I + II der delegierten Verordnung (EU) 2021/2139)
- Datenbasierte Lösungen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen (8.2. im Annex I der delegierten Verordnung (EU) 2021/2139)

Die relevanten Kennzahlen sind hierbei für zwei Umweltziele anwendbar: „Klimaschutz“ und „Anpassung an den Klimawandel“. Wir ordnen sie dem Ziel „Klimaschutz“ zu.

Die EU-Taxonomie umfasst derzeit noch keine Kriterien mit Bezug zur Wirtschaftsaktivität „Bereitstellung und Betrieb einer Netzwerk-Infrastruktur für Telekommunikation“. Der wesentliche Teil unseres Geschäftsmodells ist folglich bisher nicht von der Taxonomie erfasst. Mangels dessen können wir unser Kerngeschäft nicht als taxonomiefähig („eligible“) darstellen. Es fehlen zudem geeignete EU-Taxonomie-Kriterien, mit denen wir unsere Leistungen im Klimaschutz als taxonomiekonform („aligned“) darstellen könnten. In verschiedenen Wirtschafts- und Branchenverbänden engagieren wir uns deshalb für die Aufnahme relevanter und angemessener Kriterien zur Abbildung unserer Kernaktivitäten in der EU-Taxonomie.

Andererseits adressiert die EU-Taxonomie auch Wirtschaftsaktivitäten, die z. B. für unser Flotten- und Gebäude-Management relevant sind, die jedoch außerhalb des Kerngeschäfts der Deutschen Telekom liegen. Dazu gehören u. a. die Installation, Wartung und Reparatur von energieeffizienten Geräten, von Ladestationen für Elektrofahrzeuge, von Geräten für die Messung, Regelung und Steuerung der Gesamt-Energieeffizienz von Gebäuden und von Technologien für erneuerbare Energien. Diese Aktivitäten betreffen vorrangig unsere Investitionsausgaben sowie auch unsere Betriebsausgaben. Ob die damit verbundenen Umsätze der Hersteller dieser Leistungen taxonomiekonform sind, wird erst Anfang 2023 in den veröffentlichten Berichten unserer Geschäftspartner transparent sichtbar werden. Bis dahin können wir keine Investitions- und Betriebsausgaben, die sich auf den Erwerb von Produkten aus taxonomiekonformen Wirtschaftstätigkeiten beziehen, als taxonomiefähig ausweisen. Wir konnten die am 2. Februar 2022 veröffentlichte „Draft Commission Notice“ nicht mehr berücksichtigen. Sie konkretisiert die Auslegung der Investitions- und Betriebsausgaben (Kategorie c des Abschnitts 1.1.2.2. bzw. 1.1.3.2. des Annex 1 zum delegierten Rechtsakt). Die komplexe und qualitätsgesicherte Erhebung und Prüfung der dafür notwendigen Angaben werden aufgrund des Veröffentlichungszeitpunkts erst für das kommende Geschäftsjahr 2022 durchgeführt.

In der untenstehenden Tabelle zeigen wir die Taxonomiefähigkeit unserer Wirtschaftsaktivitäten für dieses Berichtsjahr, jeweils mit absoluten Werten sowie mit ihrem prozentualen Anteil an Gesamtumsatz, Investitions- und Betriebsausgaben des Konzerns. Ab dem Berichtsjahr 2022 werden wir auch berichten, welche Summe und welcher Anteil unserer Wirtschaftsaktivitäten taxonomiekonform ist. Im Folgenden erläutern wir unseren Ansatz zu den beiden derzeit für uns relevanten Wirtschaftsaktivitäten.

Die für die Berechnung auf Basis der Vorgaben der EU-Taxonomie relevanten Gesamtwerte des Konzerns liegen im Berichtsjahr für den Umsatz bei 108,8 Mrd. €, für die Investitionsausgaben bei 35,7 Mrd. € und für die Betriebsausgaben bei 0,5 Mrd. €. Dabei entspricht die Definition des Umsatzes aus der EU-Taxonomie den Umsatzerlösen des Konzerns. Die relevanten Investitionsausgaben wurden auf Basis der Konzern-Bilanz ermittelt und ergeben sich aus der Summe der folgenden wesentlichen Posten: Zugängen und Veränderungen im Konsolidierungskreis von Sachanlagen, immateriellen Vermögenswerten (ohne Goodwill) sowie Nutzungsrechten. Die Angaben zu den Investitionsausgaben sind nicht Bestandteil eines Investitionsausgaben-Plans entsprechend den Vorschriften der EU-Taxonomie. Die Definition der EU-Taxonomie für die Ermittlung der relevanten Betriebsausgaben umfasst Aufwendungen für Forschung und Entwicklung, Gebäudesanierungsmaßnahmen, kurzfristiges Leasing, Wartung und Reparatur sowie andere direkte Aufwendungen im Zusammenhang mit der täglichen Wartung von Sachanlagen, die in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung innerhalb der sonstigen betrieblichen Aufwendungen ausgewiesen werden.

Die im Folgenden als taxonomiefähig ausgewiesenen Angaben zu Umsatz, Investitions- und Betriebsausgaben sind direkt dem Betrieb von Rechenzentren entsprechend der Wirtschaftstätigkeit 8.1 bzw. dem Bereitstellen von ICT-Lösungen entsprechend der Wirtschaftstätigkeit 8.2. auf Produktebene zugeordnet.

Die Wirtschaftsaktivität „**Datenverarbeitung, Hosting und damit verbundene Tätigkeiten**“ umfasst die „Speicherung, Manipulation, Verwaltung, Bewegung, Kontrolle, Anzeige, Vermittlung, Austausch, Übertragung oder Verarbeitung von Daten über Rechenzentren, einschließlich Edge-Computing“ und bezieht sich auf den gleichlautenden Wirtschaftszweig J.63.1.1. im europäischen Branchenverzeichnis. Innerhalb unserer konzernweiten Geschäftsaktivitäten deckt das Systemgeschäft (T-Systems) diesen Wirtschaftszweig ab. Für die Bewertung der Taxonomiefähigkeit betrachten wir das weltweite Geschäft von T-Systems, inklusive solcher Rechenzentren, die von anderen Unternehmen betrieben werden und in denen wir Kapazitäten anmieten („3rd party“). Der taxonomiefähige Umsatz lässt sich mittels eines geeigneten Schlüssels transparent und eindeutig spezifischen Rechenzentren zuordnen. Dafür nutzen wir den jeweiligen Anteil eines Rechenzentrums an der Gesamtzahl der Server-IDs von T-Systems. Investitions- und Betriebsausgaben können unter Nutzung der jeweiligen IT-Systeme konkret für alle Rechenzentren ermittelt werden. Die Auswertung ergibt, dass ein großer Anteil des Umsatzes unseres Systemgeschäftes taxonomiefähig ist. Doppelzählungen im Sinne der EU-Taxonomie werden vermieden, indem die Cloud-Lösungen von T-Systems nicht hier, sondern ausschließlich unter den im Folgenden beschriebenen Wirtschaftsaktivitäten für „Datenbasierte Lösungen“ erfasst und berichtet werden.

Bezogen auf die relevanten Gesamtwerte des Konzerns liegt die Taxonomiefähigkeit unserer Geschäftsaktivitäten für Datenverarbeitung und Hosting bei 1,1 % (Umsatz) sowie bei 0,2 % (Investitionsausgaben). Da wir unsere Rechenzentren als Anlagevermögen bilanzieren, fallen in diesem Zusammenhang keine direkten Aufwendungen an. Um die Taxonomiefähigkeit auch aus Segmentsicht bereitzustellen, stellen wir die Kennzahlen in Ergänzung auch bezogen auf das Systemgeschäft dar. Der taxonomiefähige Anteil liegt hier nach gleicher Ermittlungslogik und bezogen auf den Außenumsatz des Segments bei 36,6 % und bezogen auf die Investitionsausgaben bei 21,3 %.

Die Definition der Wirtschaftsaktivität „**Datenbasierte Lösungen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen**“ wenden wir auf solche Lösungen und Produkte im Konzern an, die „vorwiegend zur Bereitstellung von Daten und Analysen zur Ermöglichung der Senkung der Treibhausgasemissionen bestimmt sind“, also ein klares Potenzial zur Einsparung von CO₂-Emissionen auf Nutzerseite haben. Dabei orientieren wir uns an den wichtigsten Hebeln des etablierten ESG KPI „Enablement Factor“ sowie an weiteren Lösungen mit klarem CO₂-Einsparungspotenzial auf Nutzerseite im Rahmen des ESG KPIs „Anteil Umsatz mit Nachhaltigkeitsbezug“ und des Labels #GreenMagenta. Innerhalb unserer konzernweiten Geschäftsaktivitäten gehören dazu v. a. folgende Dienstleistungen: Web- und Videokonferenzen, Workplace- und Cloud-Lösungen sowie Connected Car. Diese Lösungen bieten wir vorrangig im operativen Segment Deutschland, in unseren wesentlichen Tochtergesellschaften im operativen Segment Europa sowie im operativen Segment Systemgeschäft an. Für die Bewertung der Taxonomiefähigkeit konzentrieren wir uns daher auf die dazugehörigen Gesellschaften. Doppelzählungen im Sinne der EU-Taxonomie werden vermieden, indem Cloud-Lösungen von T-Systems nur hier, und nicht unter den Wirtschaftsaktivitäten für „Datenverarbeitung und Hosting“ berichtet werden.

Resultierend aus der sehr spezifischen Auswahl von Wirtschaftsaktivitäten für dieses Taxonomie-Umweltziel ergibt sich nur ein geringer taxonomiefähiger Anteil von Umsatz (0,8 %), Investitionsausgaben (0,1 %) und Betriebsausgaben (2,1 %) für den Konzern Deutsche Telekom. Nur im operativen Segment Systemgeschäft weisen wir für die Wirtschaftstätigkeit 8.2. direkte Betriebs- und Investitionsausgaben aus; für die anderen operativen Segmente verzichten wir aus Wesentlichkeitsgründen darauf.

Auch die aggregierte Betrachtung der Taxonomiefähigkeit beider Wirtschaftsaktivitäten ergibt im Berichtsjahr sehr niedrige Anteile für Umsatz (1,8 %), Investitionsausgaben (0,2 %) und Betriebsausgaben (2,1 %).

KPI der EU-Taxonomie – Taxonomiefähigkeit („Eligibility“) der Wirtschaftsaktivitäten des Konzerns Deutsche Telekom

		Umsatz		Investitionsausgaben		Betriebsausgaben	
		in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
Konzern Deutsche Telekom 2021							
Relevante Gesamtwerte des Konzerns		108.794	100,0	35.665	100,0	473	100,0
davon:	8.1. Datenverarbeitung und Hosting	1.160	1,1	70	0,2	0	0,0
taxonomiefähig	8.2. Datenbasierte Lösungen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen	836	0,8	17	0,1	10	2,1
	Summe	1.996	1,8	87	0,2	10	2,1
davon: nicht-taxonomiefähig		106.798	98,2	35.578	99,8	463	97,9

Aspekt 2: Arbeitnehmerbelange

Unsere fast 217.000 Mitarbeiter*innen sorgen mit ihrem Engagement, ihrer Kompetenz und ihrer Leistungsfähigkeit dafür, dass wir stets für unsere Kunden da sind, ein stabiles Netz betreiben, das Unternehmen weiterentwickeln und den Weg in eine digitale Gesellschaft ebnen können. So tragen sie entscheidend zu unserem Geschäftserfolg bei. Grundpfeiler für das Miteinander in unserem Unternehmen bilden sechs Leitlinien, die unsere Werte repräsentieren. Unter dem Motto „Menschen unterstützen. Leistung fördern.“ haben wir strategische Prioritäten für unsere HR-Arbeit definiert. Wir legen großen Wert auf Mitwirkung und ein auf Fairness ausgerichtetes Miteinander, fördern Vielfalt und betreiben ein systematisches Gesundheitsmanagement.

SDG 8 MITARBEITENDE

Unsere Unternehmensleitlinien sowie weitere Informationen zu unserer HR-Arbeit finden Sie im Kapitel „Mitarbeitende“.

Zusammenarbeit mit Arbeitnehmervertretung/Gewerkschaften SDG 17 MITARBEITENDE

Die Digitalisierung verändert die Art und Weise wie wir zusammenarbeiten von Grund auf. Von Mitarbeiter*innen wird immer mehr Flexibilität, Sozialkompetenz und Eigenverantwortung erwartet; ebenso, dass sie lebenslang lernen und sich verstärkt selbst steuern. Wir haben es uns zum Ziel gesetzt, unsere Mitarbeiter*innen bei diesem Wandel zu begleiten – und sie in die Lage zu versetzen, diese Veränderungen nicht nur zu bewältigen, sondern aktiv mitzugestalten.

Mitbestimmungsrechte spielen im Hinblick auf den digitalen Wandel eine zentrale Rolle. Gemeinsam mit Arbeitnehmervertretung und Gewerkschaften wollen wir die Arbeitswelt von morgen schaffen – im Sinne unserer Beschäftigten und für den Erfolg unseres Unternehmens. Aufgrund unterschiedlicher gesetzlicher und vertraglicher Grundlagen in den jeweiligen Ländern werden Mitbestimmungsthemen mit Gewerkschaften und Arbeitnehmervertretern dezentral gesteuert. In besonders wichtigen Fragen ist grundsätzlich die Konzernleitung eingebunden.

In unserem Konzern in Deutschland vertreten die Betriebsräte, die Gesamtbetriebsräte und der Konzernbetriebsrat die Interessen der Beschäftigten. Auf europäischer Ebene ist unser Sozialpartner der Europäische Betriebsrat (EBR). Hinzu kommen die Vertretungen der leitenden Angestellten und die Vertretungen der Schwerbehinderten auf Betriebs-, Unternehmens- bzw. Konzernebene. Der EBR hat sich bereits seit Jahren für uns als wichtiger Dialogpartner etabliert und vertritt die Interessen unserer Beschäftigten innerhalb der Länder der Europäischen Union und des europäischen Wirtschaftsraums. Der EBR verfügt über 32 Mandate; davon werden derzeit 29 ausgeübt (Stand: 31. Dezember 2021). Tarifpolitik hat bei uns eine hohe Bedeutung und lange Tradition, was auch der Abdeckungsgrad durch Tarifverträge bestätigt. Zum 31. Dezember 2021 waren 73 % der Beschäftigten in Deutschland tariflich gebunden. Die konzernweite Abdeckungsquote erfassen wir in einem zweijährigen Turnus. Sie betrug zum 31. Dezember 2020 knapp 46 %. 2021 wurden in Deutschland 115 Tarifverträge mit den Gewerkschaften abgeschlossen – ein Zeugnis für die intensive Zusammenarbeit mit Arbeitnehmervertretungen.

Gewerkschaftsthemen in den USA haben wir 2021 sorgfältig begleitet. Die Verantwortung für nationale Personal-Management-Themen in den USA liegt beim Management der T-Mobile US. Diese Verantwortung wird mit hohem Engagement wahrgenommen. Die Deutsche Telekom respektiert weltweit das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen unter Beachtung des jeweiligen nationalen Rechts. Dies gilt selbstverständlich auch in den USA. Alle Mitarbeiter*innen der T-Mobile US haben das Recht, Gewerkschaften zu bilden bzw. diesen beizutreten. Gleichermaßen haben die Beschäftigten auch die freie Wahl, dies nicht zu tun. T-Mobile US wird hierauf keinen Einfluss nehmen und Beschäftigte wegen einer getroffenen Wahl weder bevorzugen noch benachteiligen.

Basis für die Zusammenarbeit mit den Arbeitnehmervertretern ist unser Bekenntnis zur vertrauensvollen Zusammenarbeit – festgeschrieben in unserer Konzernrichtlinie „Employee Relations Policy“: Sie beschreibt anhand von zwölf Kernelementen, wofür wir als Arbeitgeber weltweit stehen. In der Richtlinie ist auch unser Anspruch zu folgenden Personalthemen formuliert: virtuelles Arbeiten, Mitarbeiterentwicklung, verantwortungsvoller Umgang mit Veränderungen, Gesundheit und Nachhaltigkeit, faire Bezahlung, Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben, Führung, Vielfalt, Verbot von Diskriminierung, Kommunikation sowie der Umgang mit dem Sozialpartner. Auch Themen wie Meinungsfreiheit und Digitalisierung werden behandelt. Unsere Grundsatzerklärung „Menschenrechtskodex & Soziale Grundsätze“ enthält ebenfalls eine Selbstverpflichtung zur Wahrung der Vereinigungsfreiheit und des Rechts auf Kollektivverhandlungen (unter Beachtung des jeweiligen nationalen Rechts).

Als wichtiger Indikator für die Beziehungen zwischen unserem Unternehmen und unseren Beschäftigten dient unsere Mitarbeiterbefragung (MAB), die wir alle zwei Jahre durchführen. Sie wird ergänzt durch Pulsbefragungen, mit denen wir zweimal jährlich ein konzernweites Stimmungsbild einholen. An der Mitarbeiterbefragung 2021 haben 80 % – mehr als 117.000 Kolleg*innen – teilgenommen. Unter anderem wurde auch zu Nachhaltigkeitsthemen gefragt – mit beachtlichem Erfolg: 84 % der Befragten gaben an, sich mit dem ökologischen und gesellschaftlichen Engagement der Telekom zu identifizieren. Insgesamt 83 % sind überzeugt, dass die Deutsche Telekom ihre Verantwortung im Hinblick auf Umwelt und Gesellschaft wahrnimmt. Beide Werte bedeuten eine Zunahme um sieben Prozentpunkte gegenüber der Befragung aus 2019.

Weitere Informationen zu der Mitarbeiterbefragung finden Sie im Kapitel „Mitarbeitende“.

Vielfalt, Chancengleichheit und Einbindung

Bei der Telekom arbeiten Menschen aus etwa 150 Nationen sehr erfolgreich zusammen. Sie bringen unterschiedliche Fähigkeiten und kulturelle Prägungen mit an ihren Arbeitsplatz. Die Individualität unserer Mitarbeiter*innen zu achten und ihre Vielfalt für unseren gemeinsamen Erfolg zu nutzen, ist für unseren Konzern ebenso wichtig wie die Entwicklung einer gemeinsamen Unternehmenskultur. Aus diesem Grund ist im Vorstandsbereich „Personal und Recht“ ein Diversity-Team angesiedelt. Wichtige Grundlagen für unser Bekenntnis zu Vielfalt bilden unsere „Konzernrichtlinie für Vielfalt, Chancengleichheit und Einbindung“, die sechs Unternehmensleitlinien, die „Employee Relations Policy“ sowie die Grundsatzerklärung „Menschenrechtskodex & Soziale Grundsätze“. Wir sind zudem Gründungsmitglied der Unternehmensinitiative „Charta der Vielfalt“.

Gemäß den Kern-Diversity-Dimensionen der „Charta der Vielfalt“ bieten wir allen Beschäftigten – unabhängig von Alter, ethnischer Herkunft und Nationalität, Geschlecht und geschlechtlicher Identität, körperlichen und geistigen Fähigkeiten, Religion und Weltanschauung, sexueller Orientierung oder sozialer Herkunft – zahlreiche Möglichkeiten, sich zu entfalten und weiterzuentwickeln: Dazu setzen wir u. a. Mentoring-Programme, flexible Arbeitsmodelle, Angebote zur Kinderbetreuung, Beratung für pflegende Angehörige oder einen Aktionsplan für Inklusion um. Über die Entwicklung des Anteils an Frauen in Führungspositionen und in den Aufsichtsräten wird jährlich im Vorstand berichtet und diskutiert. Mit verschiedenen Trainingsangeboten klären wir über unbewusste Denkmuster auf, um Vorurteile deutlich zu machen. Nicht zuletzt unterstützen wir die zahlreichen Mitarbeiter*innen-Netzwerke der Telekom, in Deutschland z. B. Magenta Pride, Women@telekom, das Väternetzwerk oder das Netzwerk internationaler Mitarbeiter*innen.

Eine transparente und geschlechtsneutrale Entlohnung stellen wir z. B. in Deutschland über unsere Tarifverträge und Kollektivvereinbarungen mit unseren Sozialpartnern sicher. Alle fünf Jahre veröffentlichen wir einen Bericht zur Gleichstellung und Entgeltgleichheit – zuletzt im Geschäftsjahr 2017 – und erfüllen damit die Anforderungen des Entgelttransparenzgesetzes.

| Weitere Informationen zur Chancengleichheit und Vielfalt in unserem Konzern finden Sie im Kapitel „Mitarbeitende“.

Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit

Das Jahr 2021 stand weiterhin im Zeichen der Coronavirus-Pandemie. Wir haben unsere umfassenden Hygienekonzepte fortgeführt und weitere Maßnahmen veranlasst, um die Gesundheit unserer Beschäftigten zu schützen. Im Fokus standen u. a. Impfangebote für unsere Beschäftigten sowie die Arbeit im Homeoffice, sofern nicht zwingende betriebliche oder persönliche Gründe dem entgegenstehen.

| Weitere Informationen hierzu finden Sie im Kapitel „Mitarbeitende“.

Maßnahmen zur Gesundheitsförderung in Unternehmen helfen nicht nur den einzelnen Mitarbeiter*innen und sichern den langfristigen Geschäftserfolg, sondern sie wirken auch über die Unternehmensgrenzen hinaus positiv auf die Gesellschaft. Mit unserem ganzheitlichen Gesundheitsmanagement übernehmen wir soziale Verantwortung und machen uns für eine proaktive Gesundheitskultur stark. Unsere Beschäftigten unterstützen wir mit zahlreichen zielgruppenspezifischen Maßnahmen und breit angelegten Präventionsangeboten bei der Erhaltung ihrer Gesundheit und bei der Arbeitssicherheit. Dabei sind gesetzliche Vorgaben für uns die Minimalanforderungen. Über zertifizierte Management-Systeme sowie entsprechende Leit- und Richtlinien ist der betriebliche Arbeits- und Gesundheitsschutz fest in unseren Strukturen verankert. Den konzernweiten Ansatz unterstützen wir mit einem international einheitlichen Qualitäts-, Arbeits- und Gesundheits- sowie Umweltschutz-Management-System. Es basiert auf den internationalen Standards ISO 9001, ISO 45001 und ISO 14001.

Die übergeordnete Verantwortung für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sowie Umweltschutz trägt der Vorstand. Segmentübergreifende Maßnahmen steuern wir auf Konzernebene; in den Konzerngesellschaften verantworten zudem Health & Safety Manager spezifische Prozesse und Angebote, die besondere Anforderungen und Rahmenbedingungen bis auf die betriebliche Ebene berücksichtigen. Die Wirksamkeit der Maßnahmen evaluieren wir systematisch. So wird z. B. die Gesundheitsquote quartalsweise an den Vorstand berichtet. Zudem greifen wir u. a. auf Ergebnisse unserer MAB, Auswertungen aus den tariflichen Belastungsschutzregelungen, Krankenkassenreports sowie Wettbewerbsanalysen zurück. Diese Daten analysieren wir und leiten daraus jedes Jahr Maßnahmen ab, die über die gesetzlichen Vorgaben hinausgehen. Hohe Priorität haben bei uns Sensibilisierung, Prävention und Eigenverantwortung.

Mit konzernweiten Maßnahmen fördern wir das Gesundheitsbewusstsein und die Gesundheitskompetenz unserer Beschäftigten: Zum Beispiel erhalten im Anschluss an die MAB alle Teams in 30 Ländern Handlungsempfehlungen mit Maßnahmen, die in Abhängigkeit von deren jeweils ermittelten Gesundheitsindex zum Einsatz kommen. Die betriebliche Gesundheitsförderung in Deutschland hält für ihre Beschäftigten zahlreiche Angebote bereit, darunter z. B. ein umfassender Gesundheitscheck, die Darmkrebsvorsorge und Gripeschutzimpfung. Seit Anfang Juni 2021 impft der Betriebsärztliche Dienst (BAD) Beschäftigte der Telekom an 87 Standorten bundesweit gegen das Coronavirus. An großen Standorten wurden Versammlungs- und Meeting-Bereiche zu temporären Impfzentren mit Impfstraßen umgebaut. Auch Kurse zu Ernährung, Bewegung und Entspannung (z. B. Stressprävention und Achtsamkeit) sind im Programm. Aufgrund der Coronavirus-Pandemie fanden seit 2020 viele dieser Kurse online statt. Auch im Jahr 2021 wurden digitale Angebote zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus bieten wir mit unserer bundesweiten Mitarbeiter- und Führungskräfteberatung ein Produkt-Portfolio von Unterstützungsangeboten im Bereich der psychosozialen Gesundheit, aber auch der Krisenprävention sowie der Beratung im Falle psychosozialer Krisen und Extremereignissen an. Im Zuge dessen beantworten Arbeitsmediziner*innen seit 2020 auch medizinische Fragen rund um das Coronavirus. Im Jahr 2021 haben wir das Angebot um eine Beratung für unsere Beschäftigten ergänzt, die den Extremereignissen der Hochwasser- und Flutkatastrophe 2021 ausgesetzt waren.

Zur Steigerung der Arbeitssicherheit sind in Deutschland Standards festgelegt, die u. a. für die sichere und ergonomische Ausstattung von Gebäuden und Fahrzeugen gelten. Neben Angeboten, die alle Beschäftigten abrufen können, gibt es auch zielgruppenspezifische Maßnahmen, z. B. Fahrsicherheitstrainings für bestimmte Arbeitsbereiche. Ziel ist neben der Gesundheitsförderung und Motivation der Beschäftigten auch die Steigerung der Gesundheitsquote.

Verschiedene Kennzahlen belegen die Wirksamkeit unserer Leistungen im betrieblichen Gesundheitsmanagement: Bei der Telekom in Deutschland beträgt die Gesundheitsquote 2021 mit Berücksichtigung von Langzeitkranken 95,3 % (Vorjahr: 95,0 %). Die Gesundheitsquote 2021 ohne Berücksichtigung der Langzeitkranken beträgt 96,7 % (Vorjahr: 96,5 %). Die Gesundheitsquote wird quartalsweise an den Vorstand berichtet. Hierbei strebten wir für 2021 ein konzernweites Ziel von 95,9 % (ohne Berücksichtigung von Langzeitkranken) an. Die Gesamtzahl der Arbeitsunfälle hat sich im Berichtsjahr gegenüber dem Vorjahr weiter verringert. Die Unfallquote lag in Deutschland mit 4,2 Unfällen (mit mehr als drei Ausfalltagen) pro tausend Mitarbeiter weiterhin deutlich unter dem Branchendurchschnitt. Dieser Wert umfasst auch Betriebsunfälle infolge der Coronavirus-Pandemie. Ohne diese Covid-19-Fälle lag die Unfallquote in Deutschland bei 3,7 und damit erneut unter dem Vorjahreswert (3,8). Der alle zwei Jahre im Rahmen einer konzernweiten Mitarbeiterbefragung gemessene Gesundheitsindex zeigt 2021 gegenüber der letzten Erhebung eine leichte Steigerung. Der Gesundheitsindex der Mitarbeiterbefragung 2021 weist auf Konzernebene einen Ergebniswert von 69 auf einer Skala von 0 bis 100 aus. Bei der Befragung aus 2019 wurde der Index als Mittelwert auf einer Skala von 1 bis 5 angezeigt und erzielte einen Wert von 3,6. Dies entspricht nach Umrechnung in die neue Skalenanzeige 65 Punkten und stellt eine positive Steigerung um vier Punkte dar. Die nächste Befragung findet 2023 statt.


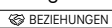


In den Jahren 2020 und 2021 verzeichneten wir Sondereffekte aufgrund der Corona-bedingten Verordnungen (Lockdown) und Hygienemaßnahmen. Das führte zu einem Anstieg der Gesundheitsquote und einer Verbesserung der Unfallquote. Mit der Rückkehr zu „normalen“ Arbeitsbedingungen, aber auch gesellschaftlicher Normalität, müssen wir mit einem Anstieg der infektionsbedingten Arbeitsunfähigkeitsfälle und einer Erhöhung der Wegeunfälle rechnen. Vor diesem Hintergrund werden weder das Gesundheitsquoten- noch das Unfallquoten-Ziel verändert.

Aspekt 3: Sozialbelange

Der Zugang zu modernen Informationstechnologien ist ein wichtiger Schlüssel zur Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft. Mit unserer Markenkampagne #DABEL geben wir das Versprechen, möglichst vielen Menschen die Teilhabe zu ermöglichen – auch und gerade in Krisenzeiten. Mit vielfältigen Maßnahmen setzen wir uns dafür ein, dieses Versprechen einzulösen. Die Sicherheit der Daten unserer Kunden steht dabei an erster Stelle. Das Internet soll aber auch ein Ort sein, an dem sich jeder sicher fühlen kann und wo wir nach demokratischen Spielregeln zusammenleben. Deshalb gestalten wir den Wandel hin zu einer positiven Dialogkultur im Netz aktiv mit, fördern einen kompetenten Umgang mit ICT, engagieren uns gegen Hass im Netz und für mehr digitale Zivilcourage.

▮ Weitere Informationen zu unserer Unternehmensidentität und unseren Leitlinien finden Sie in den Kapiteln „Konzernstruktur“ und „Mitarbeitende“.

Gesellschaftlich nützliche Anwendungen von ICT-Produkten

Das Internet ermöglicht uns, während der Coronavirus-Pandemie Abstand zu halten und uns trotzdem nah zu sein. Gemeinsam mit SAP haben wir die im Auftrag der Bundesregierung entwickelte Corona-Warn-App stetig weiterentwickelt. Unter anderem lässt sich in der App nun das digitale Impfbizertifikat der EU darstellen. Bis September 2021 wurde sie mehr als 33 Mio. Mal heruntergeladen.   Darüber hinaus haben wir mit verschiedenen Lösungen und Aktionen 2021 konkrete Hilfe geleistet. Beispielweise unterstützte Slovak Telekom Gesundheitsfachkräfte, Lehrkräfte und Studierende mit mobilen Daten, technischer Ausrüstung sowie finanziellen Mitteln. In den USA hat T-Mobile US ihr Projekt „10Million“ fortgesetzt, um zu gewährleisten, dass Schüler*innen Zugang zum Internet haben. In Kroatien und Polen haben unsere Landesgesellschaften Hard- und Software bereitgestellt, damit in Einrichtungen für ältere oder pflegebedürftige Menschen ein Internet-Zugang gewährleistet werden konnte.  

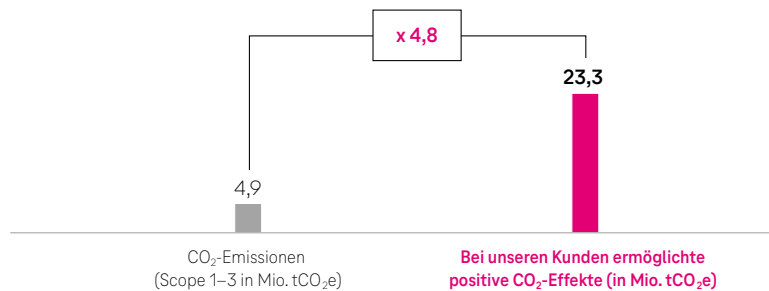
Mit unseren Produkten, Dienstleistungen und Aktivitäten können wir uns an der Bewältigung vieler ökologischer und gesellschaftlicher Herausforderungen beteiligen – dies zeigt ein Abgleich mit den 17 Nachhaltigkeitszielen (SDGs) der Vereinten Nationen. So können ICT-Lösungen u. a. dabei helfen, in der Landwirtschaft den Verbrauch von Ressourcen zu reduzieren und Ernteerträge zu erhöhen, Städte und Mobilität in puncto Nachhaltigkeit fit für die Zukunft zu machen, Stromversorgungsnetze zu stabilisieren oder den Zugang zu Bildung und medizinischer Versorgung zu verbessern. Diese Anwendungsgebiete bergen für uns Marktchancen. Für die Bewertung der in dieser nfE beschriebenen Konzepte ist es wichtig, den Blick auch auf die durch die Digitalisierung ermöglichten Chancen für eine nachhaltige Entwicklung zu richten. Aus diesem Grund greifen wir dieses Thema hier auf, auch wenn es im Sinne des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes nicht gefordert ist.

Weitere Informationen zu unseren Nachhaltigkeitsrisiken und -chancen finden Sie im Kapitel „Risiken- und Chancen-Management – Risiken und Chancen“.

Mithilfe des ESG KPIs „Anteil Umsatz mit Nachhaltigkeitsbezug“ ermitteln wir, wie viel Umsatz wir (ohne T-Mobile US) mit Produkten erzielen, die einen Nachhaltigkeitsbeitrag leisten. 2021 belief sich der Anteil auf gut 42 %. Darüber hinaus errechnen wir für den ESG KPI „Enablement Factor“ die positiven CO₂-Effekte, die auf Kundenseite durch die Nutzung ausgewählter Produkte ermöglicht werden. Relevante Emissionen auf Kundenseite werden grundsätzlich berücksichtigt, ausgenommen davon sind Emissionen aus dem Betrieb von Videokonferenzräumen. Rebound-Effekte werden, soweit mit angemessenem Aufwand möglich, auf Basis von Studien und Experteneinschätzungen berücksichtigt. Diese Zahl setzen wir in Bezug zu unseren eigenen CO₂-Emissionen: Mit diesem „Enablement Factor“ messen wir unsere Gesamtleistung im Klimaschutz. Demnach lagen 2021 in Deutschland die bei unseren Kunden ermöglichten positiven CO₂-Effekte um 380 % höher als unsere eigenen CO₂-Emissionen (Enablement Factor von 4,8 zu 1). Der Rückgang im Vergleich zum Vorjahr (Enablement Factor von 7,1 zu 1) resultiert aus einer noch differenzierteren Erhebungsmethodik sowie einer geringeren Nutzerzahl unserer Konferenzlösungen.

ESG KPI „Enablement Factor“

Konzern Deutsche Telekom in Deutschland 2021



Nachhaltige Produkte sind für uns auch ein wichtiger Wettbewerbsfaktor. Um unser Produktangebot immer nachhaltiger zu gestalten, arbeiten wir eng mit den Herstellern zusammen. Im Berichtsjahr haben wir in Deutschland und Österreich unsere Zusammenarbeit mit Fairphone weiter ausgebaut, dem führenden Hersteller für nachhaltige Smartphones. Auch mit Samsung sind wir eine Partnerschaft für mehr Nachhaltigkeit eingegangen und wollen bis Ende 2022 zusammen ein „grünes“ Smartphone auf den Markt bringen. Darüber hinaus haben wir gemeinsam mit vier weiteren europäischen Mobilfunk-Betreibern das Eco-Rating eingeführt. Dieses Rating kommt bereits in 26 Ländern zum Einsatz. Mehr als 150 Mobiltelefone von 15 Lieferanten wurden hinsichtlich ihrer Umweltauswirkungen über den gesamten Lebenszyklus bewertet. So unterstützen wir unsere Kund*innen dabei, nachhaltigere Kaufentscheidungen zu treffen und motivieren Hersteller, den ökologischen Fußabdruck ihrer Geräte zu reduzieren.

Um unseren Kund*innen die Nachhaltigkeitsvorteile unserer Produkte zu signalisieren, lassen wir geeignete Produkte mit anerkannten Umweltzeichen auszeichnen. So sind mehrere Router und Mesh-Geräte mit dem Umweltzeichen „Green Product“ des TÜV Rheinland zertifiziert. Darüber hinaus ist ein Großteil der Festnetz-Telefone und Media-Receiver der Telekom Deutschland mit den Prüfsiegeln „Blauer Engel“ oder „Green Product“ zertifiziert. Auch das gemeinsame Rücknahmesystem für Mobiltelefone von Telekom Deutschland und dem Unternehmen Teqcycle Solutions trägt den „Blauen Engel“.

Mit unseren Labeln #GreenMagenta und #GoodMagenta kennzeichnen wir zudem Produkte, Services, Maßnahmen und Initiativen, die einen ökologischen oder sozialen Nachhaltigkeitsmehrwert bieten. Für die Vergabe der beiden Label haben wir uns Regeln gesetzt. Nachhaltigkeitsvorteile müssen belegt sein. Gibt es eindeutige Nachteile für Gesellschaft oder Ökologie, darf #Green oder #GoodMagenta nicht vergeben werden. Die Entscheidung über eine Kennzeichnung trifft ein Gremium aus Experten unterschiedlicher Fachbereiche. Mit #GreenMagenta haben wir beispielsweise unser grünes Netz in Deutschland, das bereits seit 2020 mit Strom aus 100 % erneuerbarer Energie betrieben wird, gekennzeichnet. Auch unser Router Speedport Smart 4 mit einem Gehäuse aus 90 % Recycling-Kunststoff und einer plastikfreien Verpackung trägt das Label. Weitere Informationen zu unserem Label #GoodMagenta finden sie in den beiden nachfolgenden Abschnitten. [SDG 12](#) [UMWELT](#)

Ausführliche Informationen hierzu werden in unserem CR-Bericht 2021 veröffentlicht.

Zugang zum Netz und digitale Verantwortung

Überall auf der Welt ist der Zugang zu modernen Informationstechnologien Voraussetzung für die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit und gesellschaftliche Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft. Deshalb bauen wir unsere Infrastruktur zügig weiter aus und erhöhen mit neuen, sicheren Technologien die Übertragungsgeschwindigkeiten.

Die Nachfrage nach schnelleren, flächendeckend verfügbaren Datendiensten wächst stetig. Konzernweit investierten wir rund 18,0 Mrd. € v. a. in den Aufbau und Betrieb von Netzen, davon entfallen rund 4,1 Mrd. € allein auf das operative Segment Deutschland. Hinzu kommen noch die Investitionen, die wir im Rahmen des Erwerbs von Mobilfunk-Frequenzen tätigen. Der Ausbau breitbandiger Netze umfasst damit den Großteil des Investitionsvolumens des Konzerns in Deutschland. Richtschnur für den Ausbau sind die Ziele unserer europaweiten integrierten Netzstrategie: Mit ihr helfen wir, die Netzausbauziele der EU-Kommission sowie die Digitale Agenda und die Breitband-Strategie der Bundesregierung zu erreichen bzw. umzusetzen. Dabei ruht unsere Strategie auf den beiden Säulen Mobilfunk- und Glasfaser-Ausbau: u. a. sieht sie den Ausbau unserer Mobilfunknetze mit der 4G/LTE-Technologie vor, die eine Netzabdeckung mit schneller mobiler Breitband-Anbindung ermöglicht. Ende 2021 versorgten wir in Deutschland bereits 99 % der Haushalte mit LTE. Darüber hinaus haben wir 2021 den 5G-Ausbau in Deutschland vorangetrieben: über 90 % der Haushalte konnten 5G Ende des Jahres 2021 nutzen. In mehr als 140 deutschen Städten funkt 5G im schnellen 3,6 GHz-Frequenzbereich (Stand: Ende 2021). Im Festnetz waren zum Ende des Berichtsjahres rund 36 Mio. Haushalte mit Glasfaser-basierter Technik versorgt. Auch den FTTH-Ausbau haben wir im Berichtsjahr vorangetrieben: 2021 haben wir für rund 1,2 Mio. weitere Haushalte die Möglichkeit geschaffen, Glasfaser-Anschlüsse zu buchen. Neben FTTH-Ausbau setzen wir andere innovative Produkte ein: So kombiniert z. B. unser Hybrid-Router Übertragungsbreiten von Festnetz und Mobilfunk und ermöglicht so v. a. in ländlichen Gebieten höhere Übertragungsgeschwindigkeiten.

Weitere Informationen zu unseren Ausbauzielen finden Sie im Kapitel „Konzernstrategie“.

Grundsätzlich gilt, dass wir unsere Netzinfrastruktur und unsere Produkte so effizient, umwelt- und gesundheitsverträglich wie möglich gestalten wollen. Daher haben wir uns zu einem verantwortungsvollen Umgang mit dem Thema Mobilfunk und Gesundheit verpflichtet. Im Zusammenhang mit dem Ausbau des 5G-Netzes gibt es in der Öffentlichkeit Debatten über mögliche gesundheitliche Auswirkungen von 5G. Wir informieren seit über 20 Jahren über die wissenschaftliche Faktenlage zum Thema Mobilfunk und Gesundheit. Auch unterstützen wir gemeinsam mit Telefónica Deutschland, Vodafone sowie Drillisch Netz die Informationsplattform www.informationszentrum-mobilfunk.de. Das Informationszentrum Mobilfunk informiert sachlich und wissenschaftlich fundiert über öffentlich kontrovers diskutierte Fragen des Mobilfunks: über Gesundheit, Forschung, Technik, Nutzen und Anwendungen. Im Jahr 2021 hat das Informationszentrum u. a. gemeinsam mit den drei kommunalen Spitzenverbänden eine neue Broschüre zum Thema Mobilfunk und Gesundheit herausgebracht. Bereits 2004 haben wir unsere konzernweit gültige EMF-Policy (Elektromagnetische Felder, EMF) verabschiedet: Sie umfasst einheitliche Anforderungen für den Umgang mit dem Thema Mobilfunk und Gesundheit, die weit über die jeweiligen nationalen, gesetzlichen Anforderungen hinausgehen.

Weitere Informationen hierzu finden Sie im Kapitel „Risiko- und Chancen-Management“.

Die Gestaltung der digitalen Verantwortung ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe. Unser Vorstand bringt sich aktiv in diese Diskussion ein. Dazu gehört auch die Frage des verantwortungsvollen Umgangs mit Künstlicher Intelligenz (KI). KI ist in immer mehr ICT-Produkten und -Services oftmals unbemerkt enthalten. Sie bietet Chancen, birgt aber auch Herausforderungen. Unter der Federführung des Bereichs Compliance Management haben wir bereits 2018 KI-Leitlinien zur Digitalen Ethik verabschiedet – als eines der ersten Unternehmen weltweit. Diese Leitlinien bilden den Rahmen für einen verantwortungsvollen Umgang mit KI. Ergänzend haben wir 2021 gemeinsam mit Expert*innen den Leitfaden „Professionsethik“ für alle mit KI befassten Entwickler*innen und Produktverantwortlichen entwickelt. Er liefert Best Practices, Methoden und Tipps, die dabei unterstützen, die KI-Leitlinien auf die Anwendung in Entwicklungsprozessen zu übertragen.

KI kommt u. a. in einem Sprach- und Chatbot zum Einsatz, den der Geschäftskundenvertrieb der Telekom Deutschland gemeinsam mit dem Technologie-Partner Cognigy anbietet. Dieses Angebot haben wir 2021 nach dem BSI-Kriterienkatalog für vertrauenswürdige KI (AIC4 – Artificial Intelligence Cloud Service Compliance Criteria Catalogue) überprüfen lassen. Die Einhaltung der BSI-Kriterien wurde bestätigt. Damit waren wir eines der ersten Unternehmen, das diese Überprüfung durchgeführt hat. Um auch in der Lieferkette die Entwicklung von KI sicherzustellen, die unseren hohen ethischen Anforderungen genügt, haben wir unseren Lieferantenkodex (Supplier Code of Conduct) im Jahr 2020 um entsprechende Inhalte unserer KI-Leitlinien erweitert – auch bei diesem Thema gehören wir zu den Vorreitern.

Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft

Damit Menschen gleichberechtigt an der Informations- und Wissensgesellschaft teilhaben können, ist neben dem technischen Zugang auch die Bezahlbarkeit der Produkte und Dienstleistungen wichtig. Zudem gewinnt die Kompetenz, digitale Medien sicher, eigenverantwortlich und zum Wohle aller nutzen zu können, zunehmend an Bedeutung. Wir setzen uns deshalb für mehr Medien- und Demokratiekompetenz in der Bevölkerung ein. Dabei leitet uns im Sinne unserer #DABEL-Kampagne der Anspruch, dass digitale Teilhabe auch gesellschaftliche Teilhabe umfasst.

Als eine der großen Unternehmensstiftungen in Deutschland setzt sich die Deutsche Telekom Stiftung für gute MINT-Bildung (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik, MINT) in der digitalen Welt ein. Seit 2018 unterstützt sie die Initiative „Die Zukunft des MINT-Lernens“ und entwickelt gemeinsam mit fünf Hochschulen Konzepte für guten MINT-Unterricht mit digitalen Medien. Die Deutsche Telekom Stiftung investiert insgesamt 1,6 Mio. € in das Vorhaben. SDG 4 BEZIEHUNGEN

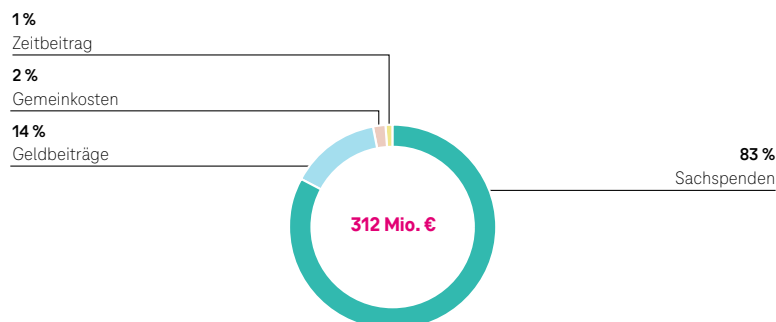
Die Umsetzung von Projekten zur digitalen Teilhabe liegt in der Verantwortung der einzelnen Landesgesellschaften. Beispiele dafür sind die Jugendförderungsprogramme in der Slowakei und den USA. Slovak Telekom trägt mit dem nationalen Bildungsprogramm „ENTER“ zur Förderung von digitaler Bildung bei. Mit der „Changemaker Challenge“ hat T-Mobile US die Jugend zu einem Ideenwettbewerb für ein besseres Zusammenleben in den Kategorien Technologie, Umwelt und Bildung aufgerufen. Dabei gab es auch eine Zusatzkategorie für T-Mobile US Mitarbeiter*innen und deren Familien. Insgesamt wurden 16 Projekte ausgezeichnet. SDG 4 BEZIEHUNGEN

Unsere Initiativen für mehr Medienkompetenz in Deutschland bündeln wir v. a. auf der Website „Medien, aber sicher“. Hier bieten wir Informationen und Material für alle Zielgruppen. Das Angebot „#DABEL-Geschichten“ – Themen aus der digitalen Welt für Jugendliche und Erwachsene – setzt sich praxisnah mit gesellschaftlich relevanten Themen der Digitalisierung auseinander und überführt diese in Angebote für Multiplikator*innen. Ziel ist es, zu sensibilisieren, Handlungsalternativen aufzuzeigen und neue Verhaltensweisen und -möglichkeiten zu erproben. Alle Module der „#DABEL-Geschichten“ sind auch in einfacher Sprache vorhanden. Unsere mehrfach ausgezeichnete Initiative „Teachtoday“ fördert den sicheren und kompetenten Umgang von Kindern und Jugendlichen mit dem Internet. Seit 2020 gibt es eine Toolbox für Multiplikator*innen und Lehrkräfte, die mehr als 120 Formate umfasst, die sich vorrangig mit Medien- und Demokratiekompetenz beschäftigen. Sie können ohne Expertenwissen eingesetzt werden und sind didaktisch für 9 bis 16-Jährige aufbereitet. Die Initiative gibt zudem das digitale und interaktive Kindermagazin „Scroller“ heraus, das auch die Möglichkeit bietet, Materialien und Hintergrundinformationen für den Unterricht zu nutzen. SDG 4 BEZIEHUNGEN

Gemeinsam mit dem Marken-Management der Deutschen Telekom haben wir 2020 die Kampagne „#DABEL – Gegen Hass im Netz“ ins Leben gerufen und führten diese auch 2021 fort. Ein weiterer Themenschwerpunkt 2021 lautete „Gaming – Wo der Spaß aufhört“: Zu den Schattenseiten von Gaming-Plattformen gehören Hass und Ausgrenzung, die das Ziel haben, die Gesellschaft zu spalten. Zusammen mit 44 Partnern wie der esports player foundation und der Amadeu Antonio Stiftung setzen wir ein Zeichen für mehr digitale Zivilcourage und Haltung im Gaming. Mit Podcasts konnten wir viele tausend Menschen erreichen. Auf einem internationalen Treffen der Telekom-Führungskräfte und im Rahmen des „Equal Esports Festivals“ wurde das Thema Hass und Gaming ebenfalls aufgegriffen. Insgesamt haben wir seit Start der Kampagne im zweiten Quartal 2020 eine Reichweite von rund 720 Mio. Medienkontakten erzielt. Mehr als 3,8 Mio. Menschen haben wir alleine im Jahr 2021 direkt oder über Multiplikator*innen wie Eltern und Pädagog*innen (z. B. mit Workshops) erreicht. Die Kampagne „#DABEL – Gegen Hass im Netz“ und unser entsprechendes Engagement haben wir mit unserem #GoodMagenta-Label gekennzeichnet. Außerdem haben wir mit „Gegen Hass im Netz“ diverse Auszeichnungen und Preise gewonnen. Zum sicheren Umgang mit digitalen Medien gehört auch das Thema Datenschutz. In unserem Online-Ratgeber www.sicherdigital.de bieten wir praxisnahe Ratschläge zum sicheren Umgang mit digitalen Medien. SDG 16 BEZIEHUNGEN

Die Wirkung unseres gesellschaftlichen Engagements messen wir konzernweit mit einem Set aus drei ESG KPIs. Während 2020 der Fokus der KPIs noch auf Medienkompetenz lag, haben wir 2021 den Aspekt der digitalen Teilhabe als zentralen Anspruch unserer CR- und Unternehmensstrategie nun auch in neuen bzw. angepassten KPIs abgebildet. Der ESG KPI „Community Contribution“ zeigt unser finanziell, personell und in Sachmitteln geleistetes gesellschaftliches Engagement: 2021 war dies eine Summe von 312 Mio. €. Der neue ESG KPI „Reach“ gibt die Anzahl der Personen an, die wir mit unserer Kommunikation zu digitaler Teilhabe erreicht haben. 2021 lag dieser bei 968 Mio. Personen. Der ESG KPI „Beneficiaries“ gibt die Anzahl der Personen an, die von unserem Engagement in dem Bereich digitale Teilhabe profitierten: 2021 waren es 28 Mio. Personen. Die ESG KPI-Werte für den Konzern Deutsche Telekom in Deutschland lagen 2021 bei 56 Mio. € (Community Contribution), 21 Mio. Personen (Beneficiaries) sowie 873 Mio. Personen (Reach). Wegen des Einführungsprozesses der zuvor beschriebenen abgewandelten ESG KPI ab 2021 ist der Wert der T-Mobile US für „Reach“ noch nicht enthalten.

ESG KPI „Community Contribution“



Datenschutz und Datensicherheit SDG 16 STRUKTUR

Nur wenn Menschen Vertrauen in die Sicherheit ihrer persönlichen Daten haben, werden sie ICT-Lösungen nutzen – und nur dann können diese Lösungen auch ihr Potenzial für eine nachhaltigere Entwicklung entfalten. Deshalb sind der Schutz und die Sicherheit von Daten für uns von besonders großer Bedeutung.

Weitere Informationen hierzu finden Sie im Kapitel „[Risiko- und Chancen-Management](#)“.

Unsere über zehn Jahre aufgebaute aktive Datenschutz- und Compliance-Kultur setzt nationale und internationale Standards. Das datenschutzbezogene Compliance-Management-System beschreibt die Maßnahmen, Prozesse und Audits, mit denen wir die Einhaltung von Gesetzen, Regelungen und Selbstverpflichtungen zum Datenschutz im Konzern sicherstellen. Der Konzernvorstand wird seit 2009 von einem unabhängigen Datenschutzbeirat beraten, der mit namhaften Expert*innen aus Politik, Wissenschaft, Wirtschaft und unabhängigen Organisationen besetzt ist.

Datenschutz und Datensicherheit unterliegen entsprechenden Konzernrichtlinien: Die Richtlinie „Datenschutz“ (Binding Corporate Rules Privacy) regelt den Umgang mit personenbezogenen Daten. Die Richtlinie „Sicherheit“ enthält die wesentlichen sicherheitsrelevanten Grundsätze des Konzerns, die sich an den internationalen Normen ISO 27001 und ISO 27701 orientieren. So gewährleisten wir ein adäquat hohes und konsistentes Datenschutz- und Sicherheitsniveau innerhalb unseres gesamten Konzerns.

Wir geben einen jährlichen Transparenzbericht heraus – seit 2014 in Deutschland, seit 2016 auch für unsere weiteren europäischen Landesgesellschaften. Darin legen wir Art und Umfang unserer Auskünfte an Sicherheitsbehörden offen. Auf diese Weise kommen wir unserer gesetzlichen Verpflichtung als Telekommunikationsunternehmen nach.

Um für noch mehr Datenschutz und Datensicherheit in unserem Konzern zu sorgen, werden unsere Unternehmensbereiche mehrfach pro Jahr durch externe und interne Fachleute auditiert und zertifiziert. Hierzu zählen die jährliche (Re)-Zertifizierung des „Telekom Security Managements“ nach ISO 27001 sowie regelmäßige konzernweite interne Security Checks und die jährliche Überprüfung der einzelnen Konzerneinheiten im Rahmen des sog. „Security Maturity Reporting“. Diese Audits helfen uns, den Status-quo der Sicherheit in unserem Konzern zu bewerten.

Alle zwei Jahre messen wir stichprobenartig, wie es um das Datenschutz- und Sicherheitsbewusstsein im Unternehmen steht. Beim Konzerndatenschutz-Audit (KDSA) befragen wir 25.000 Beschäftigte der Deutschen Telekom zu den Themen Datenschutz und Datensicherheit. Auf Basis der Ergebnisse wird u. a. die Datenschutz-Award-Kennzahl berechnet, die das Datenschutzniveau in den Einheiten auf einer Skala von 0 bis 100 % misst. Sie wird aus den Antworten der Beschäftigten zu ihrem Denken, Handeln und Wissen in Bezug auf Datenschutz berechnet. Die Datenschutz-Award-Kennzahl wurde 2020 zuletzt erhoben und lag bei 86 % (2018: 76 %), ohne T-Mobile US.

Bei unserer Online Awareness-Umfrage (OAU) liegt der Fokus auf dem Sicherheitsbewusstsein im Unternehmen. Die OAU befragt konzernweit rund 42.000 Beschäftigte (ohne T-Mobile US) über alle Hierarchie-Ebenen hinweg und liefert Kennzahlen zum Sicherheitsbewusstsein. Mit wissenschaftlicher Begleitung berechnen wir auf Basis der Ergebnisse den Security Awareness-Index (S.A.I.). Er erreichte 2021 bei der letzten Befragung 80,9 von maximal 100 Punkten und liegt damit höher als bei allen anderen Unternehmen im Benchmark. Darüber hinaus lassen wir unsere Prozesse, Management-Systeme sowie Produkte und Dienste durch externe unabhängige Stellen wie den TÜV, die DQS und die DEKRA oder Wirtschaftsprüfungsgesellschaften zertifizieren. Dass die IT-Systeme der Telekom Deutschland sicher sind, hat das Prüfinstitut TÜV Informationstechnik (TÜViT) der TÜV Nord Group zuletzt 2020 bescheinigt.

Telekommunikationsunternehmen müssen ihre Mitarbeiter*innen zu Beginn des Arbeitsverhältnisses in puncto Datenschutzrecht schulen. Über diese gesetzliche Anforderung gehen wir hinaus: Wir schulen unsere Mitarbeiter*innen in Deutschland alle zwei Jahre und verpflichten sie auf das Daten- und Fernmeldegeheimnis. Für unsere internationalen Gesellschaften gelten entsprechende Vorgaben. Wo ein höheres Risiko für Datenmissbrauch besteht – bei Kunden- oder Beschäftigtendaten – führen wir zudem weitere Schulungen durch: Online-Trainings zum Selbststudium, Datenschutzvorträge sowie Präsenzveranstaltungen zu speziellen Themen wie „Kundendatenschutz“.

Die Cyber Security-Kompetenz des Konzerns ist seit dem 1. Juli 2020 bei der Telekom Tochter Deutsche Telekom Security gebündelt, dem Marktführer von IT-Sicherheitslösungen in Deutschland. Sie verantwortet Themen der internen Sicherheit zum Schutz aller Konzerneinheiten und bietet für Privat- und Geschäftskunden Sicherheitslösungen, die Informationstechnologie vom Smartphone bis zur Konzerninfrastruktur sicherer machen. Im „Cyber Defense und Security Operation Center“ überwachen mehr als 240 Sicherheitsexperten weltweit rund um die Uhr unsere Systeme und die unserer Kunden.

Wir reagieren auf neu entstehende Bedrohungen und entwickeln fortwährend innovative Verfahren zur Abwehr von Angriffen. Aus gutem Grund: Unternehmen aller Branchen sind immer aggressiveren und raffinierteren Cyber-Angriffen ausgesetzt. Alleine im Berichtszeitraum haben wir durchschnittlich fast 52 Mio. Angriffe pro Tag auf unsere Honeypot-Systeme registriert. Selbstverständlich sind das nicht alles ernstzunehmende Angriffe, die von den Sensoren erkannt werden. In den meisten Fällen handelt es sich um automatisiertes Scannen auf potenzielle Schwachstellen. Das muss zwar nicht unbedingt als ein Angriff gewertet werden, zumindest aber als eine relevante Vorbereitungshandlung. Die Deutsche Telekom Security entwickelt in einer abgeschirmten Umgebung auch selbst Schad-Software und testet damit neue Systeme, ob diese Angriffe zuverlässig detektieren und auch mitigieren können. So stellen wir den Schutz unserer eigenen kritischen IT-Infrastruktur sicher. Wir bieten auch anderen Betreibern kritischer Infrastrukturen Beratungsleistungen an, z. B. für Energieversorger.

Die Erfahrung unserer Sicherheitsexperten fließt in die Entwicklung von Sicherheitslösungen für unsere Kund*innen ein. Die Deutsche Telekom Security hat zahlreiche Lösungen zur Marktreife gebracht. Unter anderem haben wir unsere wichtigsten Sicherheits- und Verteidigungsmaßnahmen im „Magenta Security Shield“ als Paketlösung zusammengefasst, um unseren Kunden einen noch besseren Schutz zu ermöglichen. Grundsätzlich spielen bei der Entwicklung unserer Produkte und Dienste Datenschutz- und Sicherheitsaspekte eine wichtige Rolle. Unsere Systeme überprüfen wir bei jedem Entwicklungsschritt auf ihre Sicherheit. Dabei nutzen wir das „Privacy and Security Assessment“-Verfahren für neu entwickelte und für bestehende Systeme, die technisch oder in der Art der Datenverarbeitung angepasst werden. Außerdem dokumentieren wir in einem standardisierten Verfahren den Datenschutz- und Datensicherheitsstatus unserer Produkte über ihren gesamten Lebenszyklus. Unsere Security Management-Systeme lassen wir extern zertifizieren. Gleichzeitig stellen wir sicher, dass unsere Leistungen auch spezifische regulatorische Anforderungen aus anderen Branchen gerecht werden, wie TISAX in der Automobilbranche.

Auch Jugendschutzkriterien werden bei der Entwicklung unserer Dienste und Produkte berücksichtigt. In Deutschland konsultieren wir bei jugendschutzrelevanten Angeboten unsere Jugendschutzbeauftragte, die Beschränkungen oder Änderungen vorschlagen kann. Bereits 2014 haben wir in jeder europäischen Landesgesellschaft für jugendschutzrelevante Themen einen Child Safety Officer (CSO) ernannt: Der CSO ist zentraler Ansprechpartner für die jeweiligen gesellschaftlichen Akteure und nimmt intern eine Schlüsselrolle bei der Koordinierung jugendschutzrelevanter Themen ein. Da der Jugendmedienschutz eine branchenübergreifende Herausforderung ist, kooperieren wir mit verschiedenen Jugendschutzorganisationen und beteiligen uns an Allianzen, wie der „Alliance to better protect minors online“, die sich zum Ziel gesetzt hat, das Internet zu einem sichereren Ort für Kinder und Jugendliche zu machen.

Weltweit arbeiten wir mit Forschungseinrichtungen, Industriepartnern, Initiativen, Standardisierungsgremien, öffentlichen Institutionen und anderen Internet-Dienstleistern zusammen – mit dem Ziel, gemeinsam der Cyber-Kriminalität entgegenzutreten und die Sicherheit im Internet zu erhöhen. So kooperieren wir bundesweit z. B. mit dem Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik und auf EU-Ebene mit der Europäischen Agentur für Netzwerk- und Informationssicherheit. Das Cyber Security Cluster Bonn ist ein Zusammenschluss von Bonner Behörden und Unternehmen, die sich der Beratung, Aufklärung und Forschung im Bereich Cyber-Sicherheit verschrieben haben. Als Expertengremium bietet das Cyber Security Cluster Bonn deutschen und europäischen Regierungsbehörden direkte Beratung an.

Aspekt 4: Achtung von Menschenrechten

Die Achtung der Menschenrechte hat für uns einen sehr hohen Stellenwert. Dies gilt nicht nur unternehmensintern, sondern gleichermaßen für unsere Geschäftspartner und unsere ca. 20.000 Lieferanten in über 80 Ländern. Sie nehmen wir ausdrücklich mit in die Verantwortung.

Arbeitsstandards in der Lieferkette und im Konzern

Die Einhaltung von Menschenrechten ist weltweit immer noch keine Selbstverständlichkeit. Durch unsere globalen Beschaffungstätigkeiten können wir länder- und lieferantenspezifischen Risiken ausgesetzt sein. Dazu zählen z. B. mangelhafte Arbeits- und Sicherheitsbedingungen vor Ort. Verstöße fügen den Betroffenen großen Schaden zu und können für Unternehmen einen Reputationsverlust bedeuten sowie negative wirtschaftliche Folgen hervorrufen.



Weitere Informationen hierzu finden Sie im Kapitel „Risiko- und Chancen-Management“.

Als verantwortungsbewusstes Unternehmen bekennen wir uns ausdrücklich zu den vom Menschenrechtsrat der Vereinten Nationen 2011 verabschiedeten UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte (Ruggie-Principles). Die Verpflichtung zur Achtung der Menschenrechte ist in unseren grundlegenden Regelwerken verankert – in unseren Unternehmensleitlinien sowie in unserer Grundsatzklärung „Menschenrechtskodex & Soziale Grundsätze“, die jeweils vom Vorstand verabschiedet wurden. Diese unterstreicht unser Bekenntnis zum Schutz der Menschenrechte und zu den Zielen des „Nationalen Aktionsplans Wirtschaft und Menschenrechte“ der Bundesregierung aus dem Jahr 2016. Zugleich bekennen wir uns darin zu den Leitlinien der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO), der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) sowie zur Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte und zum Global Compact der Vereinten Nationen. Über diese Verpflichtungen erkennen wir auch die sozialen Mindeststandards an, die gemäß der neuen EU-Taxonomie-Verordnung notwendige Bedingung für die Taxonomiekonformität von Wirtschaftsaktivitäten sind. Wir befürworten zudem das neue Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz in Deutschland. Seit Jahren führen wir regelmäßige Menschenrechtsüberprüfungen durch, die wir im Jahr 2021 hinsichtlich des neuen Gesetzes analysiert haben und zukünftig entsprechend anpassen werden. Auch von unseren Lieferanten fordern wir die Einhaltung aller menschenrechtsbezogenen Leitlinien. Innerhalb unseres Konzerns liegt unser Augenmerk in erster Linie darauf, das Recht auf Kollektivvereinbarungen zu wahren sowie Vielfalt und Chancengleichheit zu gewährleisten.

Weitere Informationen hierzu finden Sie im Abschnitt „Arbeitnehmerbelange – Zusammenarbeit mit Arbeitnehmervertretung/Gewerkschaften“ und „Vielfalt, Chancengleichheit und Einbindung“.



Ausführliche Informationen hierzu werden in unserem CR-Bericht 2021 veröffentlicht.

Um die Anforderungen der UN-Leitprinzipien zu erfüllen, haben wir für unseren gesamten Konzern ein umfassendes Programm zur Implementierung der Leitprinzipien entwickelt und einen fortlaufenden Prozess aus mehreren ineinandergreifenden Maßnahmen und Instrumenten eingeführt. Das Programm umfasst u. a. unsere Grundsatzerklärung, Bewusstseinsförderung, einen Beschwerdemechanismus, eine Risiko- und Auswirkungsanalyse sowie Berichterstattung.

Zur Überprüfung unseres „Menschenrechtskodex & Soziale Grundsätze“ im Konzern nutzen wir v. a. zwei Instrumente: Zum einen erstellen wir jedes Jahr einen zentralen Menschenrechts- und Sozialbericht (Human Rights & Social Performance Report). Für das Jahr 2021 erklärten darin alle befragten 111 Gesellschaften, dass sie die Grundsätze und Prinzipien des „Menschenrechtskodex & Soziale Grundsätze“ einhalten. Zusätzlich haben wir für das Jahr 2021 fünf Joint Ventures befragt. Für 2021 verzeichnet der Bericht keinerlei Verstöße. Zum anderen haben wir eine zentrale Kontaktstelle für Menschenrechte eingerichtet, die unter der E-Mail-Adresse „humanrights@telekom.de“ erreichbar ist. Weitere Kontaktmöglichkeiten sowie ein anonymes Hinweisgeber-System sind auf unserem konzernweiten Hinweisgeber-Portal „TellMe“ zusammengefasst. Wir untersuchen jeden Hinweis und leiten Gegenmaßnahmen ein, sofern sich die Hinweise als plausibel herausstellen. 2021 erhielt die Kontaktstelle sowie das Hinweisgeber-Portal sieben Hinweise mit Menschenrechtsbezug. Nicht alle Hinweise wurden als plausibel bewertet. In unseren Landesgesellschaften führen wir bei Bedarf Begutachtungsprozesse zur Einschätzung der Arbeitgeber-Mitarbeiter-Beziehungen durch. Dafür erheben wir fünf menschenrechtsbezogene Kennzahlen wie z. B. die Mitarbeiterzufriedenheit oder die Gesundheitsquote und werten diese mit einem Ampelsystem aus.  

Weitere Informationen zur Mitarbeiterzufriedenheit finden Sie im Kapitel „Mitarbeitende“.

Zusätzlich überprüfen wir jährlich formal die Einhaltung unserer „Employee Relations Policy“. Im September 2021 wurde ein „Employee Relations Policy“-Review bei OTE in Griechenland durchgeführt. Nach einem solchen Review werden die Ergebnisse mit den jeweiligen Regional-Managern der Landesgesellschaften diskutiert; bei Bedarf vereinbaren wir Maßnahmen wie ein „Human Rights Impact Assessment and Engagement“. Das ist ein Verfahren, um die tatsächlichen und potenziellen Auswirkungen des unternehmerischen Handelns auf die Menschenrechte abzuschätzen. Zudem wird die Fähigkeit der Organisation bewertet, negative Auswirkungen zu verhindern, zu mildern oder zu beheben. 2021 konnten wir aufgrund der Coronavirus-Pandemie keine weiteren routinemäßigen Assessments im Ausland durchführen. Auch die Vor-Ort-Schulungen, mit denen wir Führungskräfte und Beschäftigte zu Menschenrechtsthemen vor Ort sensibilisieren, haben wir im Berichtsjahr aufgrund der Pandemie ausgesetzt. Stattdessen haben wir bereits 2020 ein „Human Rights Risk Assessment“ (Menschenrechts-Risikoanalyse) in der Konzernzentrale durchgeführt. Dabei haben wir weitere konzernweite Herausforderungen im Bereich der Menschenrechte identifiziert, die u. a. Anpassungen an einzelne Richtlinien und Kommunikationsmaßnahmen notwendig machen. Die entsprechenden Maßnahmen, wie die Anpassung unseres Menschenrechtskodexes, werden fortlaufend umgesetzt. Beispielsweise haben wir im Jahr 2021 eine Menschenrechts-Arbeitsgruppe gegründet und eine vertiefende Betrachtung des Einkaufsprozesses durchgeführt.

Zu unserem Selbstverständnis als gesellschaftlich und ökologisch nachhaltig handelndes Unternehmen gehört es, Verantwortung entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette zu übernehmen. Seit vielen Jahren arbeiten wir daran, die Nachhaltigkeitsleistung in unserer Lieferkette zu verbessern. Unsere Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf ist konzernweit in den Einkaufsprozessen verankert. Die Verantwortung für deren Umsetzung tragen die Leiter des CR- und des Einkaufsbereichs gemeinsam. Zum 1. Januar 2022 ändert sich die Verantwortung und es wird direkt an den Vorstandsvorsitzenden berichtet. Ein Eskalationsprozess sieht in gravierenden Fällen Entscheidungen auf Vorstandsebene vor. Die seit dem Berichtsjahr international ausgerichtete Arbeitsgruppe „Sustainable Procurement Group“ unterstützt unsere nationalen und internationalen Einkaufsbereiche dabei, die Nachhaltigkeitsanforderungen umzusetzen. Gleichzeitig soll der Austausch zwischen Einkaufsbeschäftigten gefördert werden. Fixiert sind unsere Nachhaltigkeitsprinzipien für den Einkauf in der Konzernrichtlinie „Global Procurement Policy“. Die ergänzenden „Procurement Practices“ liefern konkrete Handlungsanweisungen für den Einkauf in Deutschland und gelten als Vorlage für die Umsetzungen in den einzelnen Landesgesellschaften. Das Kapitel Nachhaltigkeit der „Procurement Practices“ gibt den Einkäufer*innen einen Überblick darüber, welche CR-Kriterien an welcher Stelle des Beschaffungsprozesses zu berücksichtigen sind. Unsere Mitarbeiter*innen haben konzernweit über ein E-Learning Tool Zugriff auf Schulungsvideos zum Thema Nachhaltigkeit im Einkauf.  

Unsere Lieferanten müssen die Grundsätze unseres Supplier Code of Conduct akzeptieren und die damit einhergehenden Anforderungen einhalten. Dennoch können wir nicht garantieren, dass alle unsere Lieferanten den Maßstäben entsprechen. Um Risiken zu minimieren und die Lieferanten bei der Weiterentwicklung ihrer Nachhaltigkeitsleistung zu unterstützen, überprüfen wir diese regelmäßig und arbeiten eng mit ihnen zusammen. Im Vorfeld der Lieferantenbewertung klassifizieren wir unsere Warengruppen risiko- und chancenbasiert in kritische und unkritische Warengruppen. Auf Basis von Experteninterviews haben wir dafür 14 „Corporate Social Responsibility (CSR)“-Risiko-Kriterien und vier CSR-Chancen-Kriterien festgelegt.

Für die Lieferantenbewertung selbst verwenden wir einen mehrstufigen Ansatz. So ist der Verhaltenskodex für Lieferanten integraler Bestandteil aller Lieferantenverträge und bindend für alle unsere Zulieferer. In ihm sind ethische, soziale und ökologische Grundsätze sowie grundsätzliche Menschenrechte festgeschrieben. Nachhaltigkeitsbelange werden im Rahmen der Lieferantenauswahl bei Ausschreibungen mit 10 % gewichtet. Außerdem werden alle neuen Lieferanten durch ein auf die Analyse publizierter ESG-Risikodaten spezialisiertes Unternehmen überprüft (ohne T-Mobile US). So stellen wir bereits in einem frühen Stadium fest, ob bei einem unserer Zulieferbetriebe erhöhte Risiken hinsichtlich bestimmter Nachhaltigkeitskriterien bestehen.

Wir arbeiten kontinuierlich daran, die soziale und ökologische Nachhaltigkeit in unserer Wertschöpfungskette zu erhöhen. Im Berichtsjahr haben wir spezifische Nachhaltigkeitskriterien für IT- und Netzwerk-Produkte, die wir bereits 2020 in einem Pilotprojekt erprobt hatten, nochmals einem dezidierten Review-Prozess unterzogen. Als Ergebnis haben wir in enger Zusammenarbeit mit dem Telekommunikationsunternehmen Orange ein harmonisiertes Kriterien-Set entwickelt, das bei ausgesuchten Ausschreibungen für Hardware-Produkte pilotiert wurde. Ab 2022 sollen diese harmonisierten Kriterien bei allen Ausschreibungen von Hardware-Produkten angewendet werden und mit einer Gewichtung von 20 % in die Lieferantenauswahl einfließen.

Bei ausgewählten Lieferanten, die in kritischen Warengruppen aktiv sind, werden zusätzliche Nachhaltigkeitsbewertungen und Überprüfungen durchgeführt. Abhängig von deren individuellen Nachhaltigkeitsleistungen und Risikoklassifizierungen nutzen wir dabei verschiedene Instrumente, beispielsweise das Informationssystem EcoVadis, mobile Mitarbeiterumfragen oder Lieferantenprüfungen vor Ort (Social Audits). Wir konzentrieren uns dabei nicht nur auf unsere direkten Lieferanten, sondern – soweit möglich – auch auf Zulieferer in der nachgelagerten Lieferkette. Die Effektivität unserer Audits steigern wir durch unsere Zusammenarbeit mit der Joint Audit Cooperation (JAC), die sich derzeit aus 17 Telekommunikationsunternehmen zusammensetzt. 2021 haben wir insgesamt 88 Social Audits durchgeführt – 71 Audits und 17 mobile Umfragen – 34 davon bei unseren direkten und 54 bei unseren indirekten Zulieferern. Seit 2010 haben wir im Rahmen von JAC 812 Audits durchgeführt.

In enger Kooperation mit unseren strategisch wichtigen Lieferanten arbeiten wir an der Verbesserung ihrer Nachhaltigkeitsleistung, etwa bei Umweltschutz, Arbeitszeitregelungen oder Gesundheitsschutz. Dies geschieht in erster Linie im Rahmen des von uns initiierten Entwicklungsprogramms für Lieferanten. Seit 2018 wird das Programm als freiwilliger branchenweiter Industrieansatz unter dem Namen „Sustainable Development Program“ (SDP) umgesetzt. Seit 2021 wird das SDP in der Joint Audit Cooperation (JAC) weitergeführt. Neben der Deutschen Telekom, die die Projektleitung innehat, arbeiten Telefónica, Swisscom und Orange gemeinsam daran, das SDP-Konzept gemäß den JAC-Nachhaltigkeitszielen kontinuierlich weiterzuentwickeln. Im Berichtszeitraum wurden vier weitere Lieferanten (zwei von der Deutschen Telekom und zwei von Swisscom) in das SDP aufgenommen. Seit dem Start des Programms im Jahr 2014 haben insgesamt 29 Lieferanten das SDP durchlaufen und messbare ökologische, soziale und ökonomische Fortschritte erzielt. Beispielsweise konnte ein Lieferant seinen Energieverbrauch um 2,45 % senken und 681,54 Tonnen CO₂e-Emissionen einsparen. Ein anderer Lieferant hat regelmäßige Mitarbeiterzufriedenheits-Umfrage etabliert und in der zweiten Hälfte des Jahres 2021 eine Zufriedenheitsrate von 80 % erreicht.

Die Nachhaltigkeitsleistung im Einkauf wird mit folgenden ESG KPIs gemessen: Der ESG KPI „Einkaufsvolumen ohne CR-Risiko“ – Zielwert bis 2025 95 % – stellt das Einkaufsvolumen von direkten Geschäftspartnern dar, die im Berichtszeitraum durch einen etablierten externen Dienstleister ohne Auffälligkeiten auf negative Meldungen in der Medienberichterstattung geprüft werden. Hierbei fließen auch die Lieferanten ein, bei denen zwar Auffälligkeiten festgestellt, aber auch entsprechende Korrekturmaßnahmen ergriffen wurden. Der Anteil dieses risikogeprüften Einkaufsvolumens lag 2021 bei 99,7 % (Vorjahr: 99,6 %). Der ESG KPI „Als unkritisch verifiziertes Einkaufsvolumen“ – Zielwert bis 2025 60 % – misst hingegen den Anteil an Lieferanten, der im Rahmen von dezidierten Überprüfungen auf soziale und ökologische Kriterien geprüft wurden – etwa im Zuge von EcoVadis, dem CDP, Social Audits, Lieferantenbesuchen oder unserem Lieferantenentwicklungsprogramm. Der Anteil dieser CR-qualifizierten Lieferanten lag 2021 bei 60 % (Vorjahr: 62 %). Die Berechnung erfolgt jeweils in Bezug zum bereits größtenteils einheitlich abgebildeten konzernweiten Einkaufsvolumen (ohne die Kategorie „Network Capacity“ und T-Mobile US), jedoch auf unterschiedlichen Lieferantenbeziehungsebenen.

Ausführliche Informationen zu unserem Lieferanten-Management werden in unserem CR-Bericht 2021 veröffentlicht.

Aspekt 5: Bekämpfung von Korruption

Korruption und unlauteres Geschäftsgebaren verstoßen gegen nationales und internationales Recht und Gesetz. Wir lehnen jede Form von Korruption ab – daher liegt einer der Schwerpunkte unserer Compliance-Maßnahmen auf dem Thema Prävention und Korruptionsvermeidung.

Ethische Geschäftspraktiken und Compliance

Besonderen Wert legen wir darauf, dass sich alle Beschäftigten und Organe unseres Konzerns zu jeder Zeit integer wie auch wertekonform verhalten und sich an die Verhaltensgrundsätze sowie geltendes Recht und Gesetz halten. Ziel unserer Compliance-Arbeit ist es, Verstöße sowie nicht-integres Geschäftsverhalten zu verhindern und Compliance frühzeitig und nachhaltig in unsere Geschäftsprozesse zu integrieren. Unsere Kunden müssen sich darauf verlassen können, dass unser Handeln weltweit höchsten Compliance- und Integritätsstandards gerecht wird. Nur dann werden sie in uns einen zuverlässigen Partner sehen.

Wir bekennen uns zu ethischen Grundsätzen sowie zu Recht und Gesetz. Verankert haben wir dies in unseren Leitlinien und unserem Verhaltenskodex Code of Conduct. Der Verhaltenskodex ist konzernweit gültig und wurde in allen Landesgesellschaften eingeführt.

Unsere zentrale Compliance-Organisation (Group Compliance) versteht sich auch als wesentlicher Mitgestalter einer auf Integrität und Wertschätzung ausgerichteten Unternehmensführung und Unternehmenskultur. Sie fördert eine Compliance-Kultur in unserem Konzern, einen durch Compliance geprägten Wertekanon und sorgt dafür, dass dieser bei Führungskräften und Beschäftigten verinnerlicht wird. Damit geht unser Compliance-Verständnis weit über die reine Rechtmäßigkeit des Unternehmenshandelns – also die Einhaltung von Gesetzen und internen Regelungen – hinaus und zielt auf ein integriertes Verhalten aller ab.

Um konzernweit integres und rechtskonformes Verhalten sicherzustellen, haben wir ein Compliance-Management-System implementiert: ein ganzheitlicher Ansatz, um Risiken finanzieller und rechtlicher Art zu minimieren, Reputationsschäden vom Unternehmen sowie seinen Beschäftigten und Organen abzuwenden und Verstöße gegen geltendes Recht, Gesetz, interne Richtlinien und Regelungen sowie nichtwertekonformes Verhalten zu vermeiden. Ziel des Compliance Managements ist es, dass alle Aktivitäten im Einklang mit den gesetzlichen und rechtlichen Vorschriften sowie mit unseren internen Richtlinien und Regelungen stehen. Die Verantwortung für das Compliance-Management-System liegt im Vorstandsressort „Personal und Recht“. Zudem gibt es in jedem unserer Konzernunternehmen auf Geschäftsführungs- bzw. Vorstandsebene ein Mitglied, das für Compliance verantwortlich ist. Unser Chief Compliance Officer ist zuständig für die konzernweite Ausgestaltung, Weiterentwicklung und Umsetzung des Compliance-Management-Systems. Auf der Ebene unserer operativen Segmente und Landesgesellschaften setzen Compliance Officer das Compliance-Management-System und unsere Compliance-Ziele vor Ort um.

Um Korruption vorzubeugen und zu bekämpfen, führen wir zahlreiche Maßnahmen durch. Eine Grundlage unseres Compliance-Management-Systems sind die Compliance Risk Assessments (CRA), mit denen wir Compliance-Risiken identifizieren und bewerten sowie geeignete Präventionsmaßnahmen einleiten können. Dazu haben wir konzernweit einen jährlich zu durchlaufenden Prozess aufgesetzt. Die Auswahl der Gesellschaften, die am CRA teilnehmen, erfolgt nach einem reifegradorientierten Modell. Das CRA im Berichtsjahr umfasste 112 Einheiten (92 Gesellschaften und 20 Zentralbereiche) – eine Abdeckungsquote von 98,1% (nach Mitarbeiterzahl der vollkonsolidierten Gesellschaften und Zentralbereiche). Die jeweiligen Konzerngesellschaften zeichnen verantwortlich für die Durchführung des CRA, dabei unterstützt und berät sie die zentrale Compliance-Organisation. Wir lassen unser Compliance-Management-System mit dem Schwerpunkt „Antikorruption“ prüfen. Im Jahr 2020 wurden zunächst neun deutsche Gesellschaften einer Prüfung unterzogen; weitere Prüfungen in 13 internationalen Gesellschaften folgten 2021. Insgesamt wurden somit in dem Zwei-Jahres-Turnus 2020/2021 22 Gesellschaften erfolgreich geprüft. Wie im Jahr 2020 standen auch in den Prüfungen im Berichtsjahr Prozesse in den Gesellschaften im Fokus, die einem erhöhten Korruptionsrisiko ausgesetzt sind: z. B. in den Bereichen Einkauf, Vertrieb, Events, Spenden, Sponsoring, M&A und Personal.

Wir führen regelmäßig risikoorientierte und adressatengerechte Compliance- und Anti-Korruptionsschulungen durch. Rund um das Thema Compliance haben wir das Beratungsportal „AskMe“ eingerichtet. Dort erhalten unsere Mitarbeiter*innen zuverlässige Informationen über Gesetze, interne Richtlinien und Verhaltensgrundsätze, die für ihre tägliche Arbeit relevant sind.

Trotz bester Präventionsmaßnahmen können in Unternehmen immer wieder Gesetzesverstöße und Pflichtverletzungen vorkommen. Um Verstöße bzw. Verdacht auf Verstöße gegen Recht, Gesetz und interne Richtlinien und Regelungen zu melden, steht unseren Beschäftigten und Externen das konzernweite Hinweisgeber-Portal „TellMe“ zur Verfügung. 2021 sind über das „TellMe“-Portal 87 Compliance-relevante Hinweise eingegangen (im Vorjahr 113 Hinweise). Von diesen haben sich im zurückliegenden Jahr 47 Fälle als Fehlverhalten bestätigt und wurden entsprechend geahndet. Wir gehen allen Hinweisen, auch denjenigen, die uns über andere Kanäle erreichen, im Rahmen der rechtlichen Möglichkeiten konsequent nach und sanktionieren tat- und schuldangemessen im Einklang mit den einschlägigen Rechtsvorschriften. Als Steuerungs- und Überwachungsinstrument haben wir einen konzernweiten Reporting-Prozess implementiert.

Mit unserem Supplier Code of Conduct als Bestandteil der Einkaufsbedingungen verpflichten wir unsere Lieferanten u. a., jede Art von Korruption sowie Handlungen, die als solche ausgelegt werden könnten, zu unterlassen. Geschäftspartner wählen wir Compliance-konform aus und führen risikoorientierte Geschäftspartnerprüfungen (Compliance Business Assessments) durch. Seit 2014 bieten wir regelmäßig E-Learning-Schulungen zum Thema Compliance für unsere Lieferanten an.

Mitarbeitende

Menschen unterstützen. Leistung fördern.

Wir als Deutsche Telekom gestalten die digitale Transformation der Gesellschaft mit und als Unternehmen befinden wir uns selbst in der kulturellen und digitalen Transformation. Umwelteinflüsse, neue Technologien und Geschäftsmodelle verändern die Arbeit und die erforderlichen Kompetenzen in vielen Bereichen fundamental. Unser Bestreben ist, diesen Veränderungsprozess zu gestalten und dabei den Menschen in den Mittelpunkt zu stellen. Schließlich machen unsere Mitarbeiter*innen den Unterschied. Um unseren Kund*innen hervorragende Produkte und Leistungen sowie exzellenten Service anbieten zu können, benötigen wir die besten Mitarbeiter*innen – heute und in Zukunft. Daher müssen wir auch weiterhin dafür sorgen, dass wir für Talente als Arbeitgeber attraktiv sind, ein Arbeitsumfeld schaffen, das flexible, partizipative Arbeitsweisen fördert, und eine Lernkultur etablieren, die uns hilft, Fähigkeiten aufzubauen, mit denen wir aktuelle und künftige Herausforderungen meistern können.

Unsere Prioritäten 2021



1. Mitarbeitende durch Krisen begleiten
2. Unsere Kultur weiterentwickeln und neue Arbeitswelten gestalten
3. Die nachhaltige Transformation unserer Belegschaft fortsetzen

Im Folgenden erläutern wir beispielhaft Projekte und Maßnahmen zu diesen Prioritäten.

Unsere Personalarbeit entlang der Prioritäten

1. Mitarbeitende durch Krisen begleiten

Als Unternehmen der kritischen Infrastruktur leisten wir als Deutsche Telekom einen wichtigen gesellschaftlichen Beitrag durch die zuverlässige Bereit- und Wiederherstellung unserer Telekommunikationsdienstleistungen. Dies gilt in ganz besonderem Maße bei der Wiederherstellung der Telekommunikationsinfrastruktur nach Naturkatastrophen und Krisen, u. a. bei der Bewältigung der Hochwasser- und Flutkatastrophe in Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz im Juli 2021, den schweren Bränden in Griechenland im August 2021 sowie der Beibehaltung der Geschäftsfähigkeit in all unseren Landeseinheiten während der globalen Coronavirus-Pandemie. Solche Krisen erfordern besondere Maßnahmen zur Aufrechterhaltung der Geschäftsfähigkeit und zum Schutz der Mitarbeiter*innen von der Deutschen Telekom. Gemeinsam mit dem Konzernlagezentrum wurden die im Folgenden beschriebenen konzernweiten Maßnahmen zur Pandemieprävention, -information und -intervention ergriffen. Das Konzernlagezentrum ist Teil des Sicherheitsvorfall-Managements der Deutschen Telekom und verantwortet die Koordination, Steuerung und Überwachung von Maßnahmen bei akuten Gefährdungen, sichtet, bewertet Informationen und ergreift Gegenmaßnahmen – entweder direkt, z. B. im Rahmen des „Master-Incident-Managements“ der Deutschen Telekom Security, oder durch Weiterleitung an Mitarbeiter*innen und Abteilungen, die die Themen fachseitig verantworten.



Coronavirus-Pandemie.   Seit Beginn der Pandemie agieren wir mit äußerster Vorsicht und nutzen alle Möglichkeiten, um die Gesundheit unserer Kund*innen und Mitarbeiter*innen bestmöglich zu schützen. Unser Hygienekonzept wird laufend mit wissenschaftlicher Begleitung von Virolog*innen überarbeitet und entsprechend der aktuellen Lage angepasst: Es reicht von reduzierten Raumbelagungen und dem Tragen eines medizinischen Mund-Nasen-Schutzes über die Bereitstellung von Desinfektionsmitteln und Masken, bis zur Möglichkeit, aus dem Homeoffice zu arbeiten. Darüber hinaus stellen wir für in Präsenz beschäftigte Kolleg*innen in Deutschland und weiteren europäischen Ländern, wie Polen und der Slowakei, kostenlose Selbsttests zur Verfügung.

In Deutschland setzt die Deutsche Telekom die von Bund und Ländern verabschiedete 3G-Regelung für den Zutritt zu Arbeitsstätten mit Inkrafttreten der gesetzlichen Regelung seit November 2021 um. Mitarbeiter*innen sind verpflichtet, vor dem Zutritt den erforderlichen Nachweis zu erbringen, unsere Führungskräfte kontrollieren und dokumentieren den Nachweis. Damit unsere Mitarbeitenden ihren Nachweis unmittelbar bei ihren jeweiligen Führungskräften erbringen können, wurde von der Deutschen Telekom eine App entwickelt, welche einen von T-Systems International entwickelten Validierungsdienst, unsere bewährte Mitarbeiter-App und das Zugangsmanagementsystem vereint. Die Anwendung befand sich im Dezember 2021 in der Pilotierung – die vollständige Umsetzung startete im Januar 2022. In den verschiedenen Landesgesellschaften gelten ebenfalls Zugangsregelungen, z. B. in Österreich ebenfalls 3G und in den USA gilt die 1G-Regelung.

In vielen unserer internationalen Gesellschaften haben wir unsere Mitarbeiter*innen durch eigene Impfkampagnen unterstützt, u. a. in Kroatien, Polen und Österreich. Im Rahmen unserer ersten Impfkampagne zwischen Juni und September 2021 haben wir z. B. deutschlandweit an 87 Standorten, davon 18 exklusive Telekom-Impfzentren, Corona-Schutzimpfungen für Mitarbeiter*innen und deren Angehörige angeboten. Insgesamt wurden 45.500 Termine für Erst-, Zweit- und Kreuzimpfungen vereinbart. Ab Dezember 2021 wurden auch Booster-Impfungen für Mitarbeiter*innen angeboten.

Mit einem täglichen Corona-Briefing des Konzernlagezentrums an alle relevanten Kontakte in den lokalen Organisationen, dem Reporting von Verdachtsfällen und Erkrankungen an das Konzernlagezentrum sowie der Einführung eines Prozesses zur Intervention bei bestätigten Fällen konnten wir die Ausbreitung der Coronavirus-Pandemie innerhalb des Konzerns weitgehend eindämmen. Die stetige Kommunikation von Informationen, Schutz- und Verhaltensregeln an alle Mitarbeiter*innen haben wir durch den persönlichen Newsletter „Coronavirus Update“ der Vorständin für Personal und Recht beibehalten. Zusätzlich haben wir unser umfangreiches Netzwerk zwischen DAX-Unternehmen und mit der Wissenschaft genutzt, um unsere Praktiken permanent weiterzuentwickeln sowie mit anderen Unternehmen zu teilen. Darüber hinaus wurden in den Landesgesellschaften individuelle Unterstützungsangebote entwickelt. So konnten wir beispielsweise allen Mitarbeiter*innen in Deutschland einen regelmäßigen Chat mit einem Virologen und Hygieneexperten der Universität Bonn via Livestream anbieten. Neben einer Einschätzung der Lage wurden hier wichtige Themen gebündelt, Handlungsempfehlungen gegeben, Fragen beantwortet und über Konsequenzen gesprochen, die sich für das Arbeiten im „New Normal“ bei der Deutschen Telekom ergeben.

Hochwasser- und Flutkatastrophe.   Im Juli des Berichtsjahres kam es in Teilen Deutschlands zu extremen Unwettern. Zu besonders schwer betroffenen Gebieten zählten eine Reihe von Städten und Gemeinden in Rheinland-Pfalz und Nordrhein-Westfalen. Die durch Starkregen ausgelöste Flut überschwemmte ganze Ortschaften und zerstörte große Teile der lokalen Infrastruktur. Neben dem Wiederaufbau der technischen Infrastruktur leistete die Deutsche Telekom einen entscheidenden Beitrag für die Menschen: Unsere 1.319 betroffenen Mitarbeiter*innen konnten sich zunächst bezahlt freistellen lassen und erhielten zusätzlich bis zu 5 Tage bezahlten Sonderurlaub. Darüber hinaus stellte unser Betreuungswerk betroffenen Mitarbeiter*innen eine Soforthilfe von 500 € pro Familienmitglied zur Verfügung. Unterkünfte und Mobiliar wurden ebenso bereitgestellt.

Auch das Engagement unserer nichtbetroffenen Mitarbeiter*innen war sehr hoch: 250 freiwillige Helfer*innen unterstützten zu jeder Tageszeit vor Ort; ihnen wurde ebenfalls eine bezahlte Freistellung durch die Deutsche Telekom ermöglicht. 2.000 Mitarbeiter*innen nahmen ehrenamtlich Spenden bei der SAT.1-Spendengala entgegen. Zusätzlich zu den unternehmensseitigen Spenden (z. B. „Aktion Lichtblicke e.V.“, „Aktion Deutschland Hilft e.V.“) spendeten über 500 Kolleg*innen an unser Betreuungswerk.

Mitarbeitergesundheit. Ziel unseres Gesundheits-Managements ist es, die Gesundheit und Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeitenden zu erhalten. Gesetzliche Vorgaben zum Arbeits- und Gesundheitsschutz stellen für uns dabei nur Minimalanforderungen dar. Mit einer entsprechenden Unternehmenskultur fördern wir die Eigenverantwortung unserer Mitarbeitenden im Umgang mit ihrer Gesundheit. Resultierend aus den getroffenen Maßnahmen u. a. zum Infektionsschutz, ist nach 2020 auch im Jahr 2021 ein Anstieg der Gesundheitsquote zu verzeichnen. Nach dem wiederholten Erhalt des Corporate Health Awards im Jahr 2020, auf welchen sich Unternehmen im zweijährigen Rhythmus bewerben können, haben weitere internationale Telekom Landesgesellschaften im Berichtsjahr Auszeichnungen im Kontext Gesundheit und Sicherheit erzielt, u. a. T-Mobile US als erstes Mobilfunk-Unternehmen mit dem „WELL Health-Safety Rating“. Darüber hinaus unterstützen wir Mitarbeiter*innen und Führungskräfte durch die Bereitstellung von virtuellen Formaten zu den Themen Führung, Zusammenarbeit auf Distanz und Resilienz (wie z. B. dem Online-Seminar „Starke Psyche“) sowie mit der Einrichtung zusätzlicher IT-Support-Kanäle und einer Helpline zur Bewältigung psychologischer Probleme.

Weitere Informationen zum Thema Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit finden Sie im Kapitel „Corporate Responsibility und nichtfinanzielle Erklärung“.

Mitarbeiterzufriedenheit. Das Niveau des Engagement-Scores, unserem Maß für die Mitarbeiterzufriedenheit, ermittelt sich aus der konzernweiten (ohne T-Mobile US) Mitarbeiterbefragung, die wir alle zwei Jahre durchführen. Im Rahmen der Mitarbeiterbefragung 2021 wurden der Fragebogen und das Messmodell überarbeitet und auf Basis von Feedback und neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen aktualisiert. Dabei wurde u. a. die Skalenlogik des Engagement-Scores (ehemals „Engagement-Index“) von 1 bis 5 auf 0 bis 100 geändert. Zudem wird der Engagement-Score seit der Mitarbeiterbefragung 2021 aus folgenden Fragen neu berechnet: Stimmung, Arbeitgeberattraktivität, Markenidentität und Inspiration. Aus der Mitarbeiterbefragung 2021 ergibt sich ein hoher Engagement-Score von 77 Punkten. In der im November 2021 durchgeführten Befragung haben wir mit einer Teilnahmequote von 80 % und den Ergebnissen in vielen Bereichen wie „Ziele“ (92 %), „Stärken“ (88 %), „Sinnhaftigkeit“ (86 %), „Digitale Zusammenarbeit“ (86 %) und „Information“ (86 %) Höchstwerte erzielt. Die Frage nach der Stimmung stellt eine Vergleichbarkeit zur ehemaligen Frage nach Zufriedenheit dar und bewegt sich mit 80 % auf einem sehr hohen Level. Um qualitative Antworten zu ermöglichen, konnten Mitarbeitende erstmals im Freitext angeben, welche Faktoren das eigene Engagement bei der Arbeit noch mehr stärken würden. Zusätzlich holen wir zweimal jährlich mit Pulsbefragungen die Rückmeldungen unserer Beschäftigten ein. Wir arbeiten mit unterschiedlichen Initiativen weiter daran, die Mitarbeiterzufriedenheit zu erhöhen.

T-Mobile US führte 2021 in den Monaten Januar, Juni und Oktober eine separate Mitarbeiterbefragung durch. Eine Umgestaltung der Mitarbeiterbefragung im Berichtsjahr diente dazu, den Blick auf kulturelle Aspekte zu erweitern, um eine übergreifende Mitarbeiterbefragung zu gewährleisten. An der zuletzt durchgeführten Mitarbeiterbefragung im Oktober 2021 haben 39.000 von über 75.000 Mitarbeitenden der T-Mobile US teilgenommen. Die Ergebnisse zeigen die hohe Mitarbeiterzufriedenheit: 86 % der Beschäftigten geben an, dass das eigene Team ein integratives Arbeitsumfeld schafft, welches alle Kolleg*innen akzeptiert. 83 % der Befragten sind stolz darauf, für das Unternehmen zu arbeiten. 80 % der Mitarbeitenden würden T-Mobile US als attraktiven Arbeitgeber empfehlen. Dies spiegelt sich ebenfalls in den zahlreichen Auszeichnungen wider, die T-Mobile US in den letzten Jahren für seine Arbeitgeber-Attraktivität erhalten hat. Wie im vergangenen Jahr wurde die Gesellschaft von Forbes als „America’s Best Employers“ ausgezeichnet. Gleich vier Auszeichnungen mit HR-Bezug erhielt T-Mobile US von Comparably: in den Kategorien „Best Company Perks & Benefits“, „Best Company Leadership“, „Best Places to Work in Seattle“ und „Best Company Leadership Teams“. In der „Best Companies to work for“ Top-100-Liste von Fortune liegt T-Mobile US auf Platz 51. T-Mobile US erhielt auch zum neunten Mal in Folge den Wert von 100 beim „Human Rights Campaign Corporate Equality Index“. Damit ist T-Mobile US der beste Arbeitsplatz in Bezug auf die Gleichbehandlung von Homo- und Bisexuellen sowie Transgender-Personen.

2. Unsere Kultur weiterentwickeln und neue Arbeitswelten gestalten

Wir sind davon überzeugt, dass die Kultur eines Unternehmens ein wesentlicher Faktor für den langfristigen Erfolg ist. Aufbauend auf dem stabilen Kern unserer Leitlinien muss die Kultur die sich wandelnden Kunden- und Mitarbeiterbedürfnisse widerspiegeln, weshalb wir Kulturentwicklung als lebendigen Prozess verstehen. Bei der Deutschen Telekom sprechen wir von Living Culture. Unser im Januar 2020 vorgestellter Unternehmenszweck „Wir geben uns erst zufrieden, wenn alle #DABEI sind“ fungiert als unser Wegweiser, auf den sich alle unternehmerischen Bemühungen konzentrieren. In Zeiten von physischer Distanz in der Gesellschaft und in unserem Unternehmen wird uns die Bedeutung dieser gemeinsamen Identität immer wieder neu vor Augen geführt.

Unsere Leitlinien. Kultur verstehen wir als die DNA der Deutschen Telekom. Auf dem Weg dorthin sind unsere Leitlinien die Richtschnur unseres Verhaltens, welche weiterhin der täglichen Reflexion unseres Verhaltens dienen und uns dazu verhelfen, die richtigen Entscheidungen zu treffen. Jährlich machen wir uns Leitlinien im Rahmen des Living Culture-Tages und Telekom Team Award bewusst. Im Rahmen des Living Culture-Tages haben wir im Jahr 2021 erstmalig ein hybrides Event unter dem Motto „Lust auf Zukunft“ durchgeführt. Über 20 Länder haben sich beteiligt, mehr als 5.000 Teilnehmer*innen haben den Live-Stream verfolgt. In den internen sowie externen sozialen Medien wurden 17.000 Beiträge sowie Kommentare veröffentlicht und Likes vergeben. Der Telekom Team Award ist ein internationaler, konzernweiter Award, der in sechs Kategorien – analog zu unseren Unternehmensleitlinien – zur Würdigung herausragender Teamleistungen vergeben wird. Im Jahr 2021 wurden auf Basis von 272 Bewerbungen aus 19 Ländern 18 Gewinnerteams gekürt. Rund 14.000 Mitarbeiter*innen weltweit haben im Zeitraum November bis Dezember in einem Online-Tool über die finale Reihenfolge abgestimmt.

Unsere sechs Unternehmensleitlinien



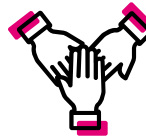
**BEGESTERE
UNSERE KUNDEN**



**EINFACH
MACHEN**



**HANDLE MIT
RESPEKT
UND INTEGRITÄT**



**OFFEN
DISKUTIEREN,
DANN
GESCHLOSSEN
HANDELN**



**ICH BIN DIE
TELEKOM –
AUF MICH IST
VERLASS**



**BLEIBE
NEUGIERIG UND
WACHSE**

Vielfalt leben. Wir setzen uns für eine Arbeitsumgebung ein, in der alle Mitarbeitenden ihr volles Potenzial entfalten können. Vielfalt, Chancengleichheit und Einbindung hinsichtlich Geschlecht, Alter, kultureller Identität zu fördern, ist Teil unseres Selbstverständnisses. Wir sind davon überzeugt, dass uns dies auch unternehmerisch erfolgreicher macht, denn wir glauben an die Wirkmacht diverser Teams als Innovationstreiber. Unser Ziel, den Frauenanteil in Management-Positionen bis 2025 weltweit auf 30 % zu steigern, gilt weiterhin (ohne T-Mobile US). Mit einem Frauenanteil von 45 % im Aufsichtsrat sowie mit einem Anteil von 37,5 % im Vorstand der Deutschen Telekom AG haben wir das Ziel in diesen Gremien bereits übertroffen. Im Gesamtkonzern liegt der Frauenanteil im mittleren und oberen Management zum Jahresende 2021 bei 27,3 %. Um unser Ziel auch in diesen Führungsebenen zu erreichen, haben wir gemeinsam mit den unterschiedlichen Geschäftssegmenten konkrete Implementierungspläne erarbeitet (ohne T-Mobile US). Auf Grundlage der spezifischen Ausgangssituation des jeweiligen Segments werden konkrete Maßnahmen zur Steigerung der Diversität in den Führungsteams in den Dimensionen Geschlecht, Alter und Internationalität vereinbart. T-Mobile US hat sich ebenfalls zum Ziel gesetzt, ihre hinsichtlich Geschlecht, Alter und Internationalität vielfältige Belegschaft zu erhalten und weiterhin zu erhöhen.

Eine Vielzahl von Maßnahmen und Produkten unterstützt und begleitet unsere Anstrengungen für noch mehr Vielfalt im Unternehmen. Die stetige Weiterentwicklung und Umsetzung von Maßnahmen und Produkten steigert die Diversität im Gesamtkonzern. Unter anderem wurde im Berichtsjahr eine erneuerte Konzernrichtlinie für Vielfalt, Chancengleichheit und Einbindung (VC&E) international implementiert. Ziel ebendieser ist es, durch eine schriftliche und verbindliche Verpflichtung, unsere Werte bei jeder Entscheidung und Handlung auf allen Ebenen unseres Konzerns zu unterstützen. Die Einführung der neuen Richtlinie wird von einer breiten Kommunikationskampagne „Connected as One“ begleitet. Die Kampagne fokussiert sich auf individuelle Unterschiede und betont gleichzeitig, dass wir dennoch vereint sind, wenn es heißt, Vielfalt, Gleichberechtigung und Inklusion in jeder Hinsicht zu fördern. Auch T-Mobile US geht mit diversen Maßnahmen zur Förderung der Vielfalt voran, u. a. „Women & Allies Netzwerk“ (WAN), „Women in Tech“ und dem „McKinsey Black Leadership Program“.

Mit dem erfolgreichen Start des Talent-Hub im Jahr 2021 fördern wir im Bereich Nachfolge-Management die gezielte Platzierung von Talenten in allen Dimensionen, z. B. Geschlecht, Alter und kulturelle Herkunft. Darüber hinaus sensibilisieren wir Mitarbeitende mit maßgeschneiderten Trainings zu den Themen „Unbewusste Denkmuster“, Rassismus sowie Transgender und fördern die Bereitschaft zur Reflexion.

Neues Arbeiten. Auch in diesem Jahr hat die Coronavirus-Pandemie unsere Art der Zusammenarbeit maßgeblich geprägt. Die im Jahr 2020 durch den Vorstand verabschiedeten Leitplanken haben sich auch im Berichtsjahr bewährt:

1. Wir werden das Beste aus beiden Welten gestalten: Die Art der Arbeit bestimmt den Mix aus mobiler Arbeit und Präsenz, sei es beim Kunden, in Shops oder in unseren Büros. Dabei wird der Anteil an mobilem Arbeiten deutlich steigen, denn es „funktioniert“ nicht nur, es wird uns in vielen Bereichen sogar produktiver machen. Aber auch Begegnungen im realen Leben bleiben künftig ein wesentlicher Bestandteil unseres Arbeitslebens, denn der Erfolg kreativen Arbeitens, komplexer Problemlösungen oder Teamprozesse basiert häufig auf physischer Nähe.
2. Unsere Büros werden Orte der Begegnung: Das Büro bleibt der wichtigste Ort unserer Identität. Noch mehr als bisher werden unsere Bürogebäude dabei zu Orten der Teamarbeit, der Begegnung und des sozialen und kreativen Austauschs.
3. Digitale Tools werden noch wichtiger: Digitale Kollaborationstools sind unsere stetigen Begleiter und wichtige Helfer im Alltag geworden. Wir beschleunigen daher unsere unternehmensweiten Investitionen in IT-Tools und IT-Ausstattung und Enablement.
4. Wir werden weniger reisen: Wir werden auch zukünftig auf viele Geschäftsreisen verzichten und somit einen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten.
5. Wir werden anders führen: Unser Führungsverständnis basiert nicht auf Anwesenheit und Kontrolle, sondern auf Vertrauen und Transparenz. Virtuelle Führung und das Führen von hybriden Teams stellt uns dabei vor neue Herausforderungen. Es wird noch wichtiger, dass unsere Führungskräfte einen sicheren und motivierenden „Raum“ gestalten, klare Ziele formulieren, Feedback geben und Ergebnisse nachhalten. Hierfür bieten wir eine Vielzahl an virtuellen Unterstützungsangeboten für unsere Führungskräfte.

Als Deutsche Telekom verfolgen wir keine zentralen Vorgaben und auch keine Einheitslösung für alle, da die Natur der Arbeit in unserem Unternehmen unterschiedlich ist. Wir sehen unsere Führungskräfte in der Verantwortung, die neue Arbeit mit ihren Teams zu gestalten.

So konnten wir auf den Erfahrungen der vorangegangenen Monate aufbauen und Maßnahmen ergreifen, deren Erfolg sich bei den Mitarbeitenden in einer wiederholt sehr hohen Mitarbeiterzufriedenheit und einer ausgeprägten Arbeitgeberattraktivität auf weiterhin sehr hohem Niveau widerspiegelten. Insgesamt konnten wir die Leitplanken sukzessive umsetzen: So haben wir die Gestaltung unserer Büros zu Orten der Begegnung und Identifikation weiter vorangetrieben und durch die Einführung von konzernweiten Kollaborations-Tools die virtuelle und hybride Zusammenarbeit vereinfacht und optimiert. In einem mit dem Konzernbetriebsrat vereinbarten Pilotprojekt zum wohnortnahen Arbeiten in Deutschland erproben wir derzeit ein weiteres Instrument zur Flexibilisierung des Arbeitsorts. Die Zeit zwischen den Homeoffice-Empfehlungen haben wir intensiv genutzt, um durch vielfältige Veranstaltungen in gemeinsame Zeit mit unseren Kund*innen, Geschäftspartner*innen sowie unseren Mitarbeitenden zu investieren, um Beziehungen zu stärken und Kreativität neu zu fördern.

Shares2You. Im Jahr 2021 hat die Deutsche Telekom AG das Mitarbeiter-Aktienprogramm „Shares2You“ aufgelegt. Im Rahmen dieses Programms erhalten die Mitarbeiter*innen einmal im Jahr die Möglichkeit, Aktien der Deutschen Telekom AG zu einem Betrag von maximal 1.000 € zu erwerben und für je zwei dieser Aktien eine weitere Aktie ohne weitere Zuzahlung zu erhalten. Alle so erworbenen Aktien unterliegen nach Erwerb einer vierjährigen Haltefrist. Das Programm ist 2021 in teilnehmenden deutschen Konzerngesellschaften gestartet und soll in den kommenden Jahren sukzessiv auch auf Konzerngesellschaften außerhalb Deutschlands ausgeweitet werden. Im Berichtsjahr haben 36.290 Mitarbeiter*innen an dem Programm teilgenommen. An diese Teilnehmenden wurden insgesamt 3.055.071 Aktien aus dem Bestand der Deutschen Telekom AG übertragen.

3. Die nachhaltige Transformation unserer Belegschaft fortsetzen

Es ist unsere Verantwortung, die richtigen Mitarbeiter*innen zur richtigen Zeit am richtigen Ort unter wettbewerbsfähigen Bedingungen einzusetzen und weiterzuentwickeln. Neben den wichtigen durch Digitalisierung und Automatisierung getriebenen Transformationsinitiativen sowie Ab- und Umbaumaßnahmen sind das vorausschauende Total-Workforce-Management, die Digitalisierung unserer Kernprozesse sowie die Investition in Skill-Entwicklung für uns entscheidend.

Große Transformationsinitiativen. Auch im Berichtsjahr konnten wir wichtige Transformationen einzelner Geschäftsbereiche innerhalb des Konzerns, z. B. des Geschäftskunden- und Service-Bereichs der Telekom Deutschland sowie der DT IT und T-Systems, realisieren. Der Umbau erfolgt sozialverträglich. Zur Unterstützung unserer Führungskräfte haben wir im Berichtsjahr einen besonderen Fokus auf Trainingsangebote zur Begleitung in Veränderungsprozessen gelegt.

Systematische Skill-Entwicklung. Das tiefe Wissen und die zukunftsorientierten Kompetenzen unserer Beschäftigten gehören zu den wichtigsten Unternehmensressourcen und sind damit entscheidend für den Geschäftserfolg. Bei der Deutschen Telekom haben dabei zukunftsfähige, digitale Fähigkeiten eine besondere Bedeutung: Der Anteil benötigter digitaler Expert*innen in unserem Konzern wird sich bis zum Jahr 2024 auf 17 % erhöhen. Daher sehen wir es als unsere Verantwortung, optimale Rahmenbedingungen für die Skill-Transformation sicherzustellen. Die Gewerkschaft ver.di, der Konzernbetriebsrat und die Deutsche Telekom haben mit der Einführung einer Global Job Architecture (GJA) und mit eigenen Konzernbetriebsvereinbarungen zur Strategischen Qualitativen Personalplanung (SQP) sowie zum Skillmanagement die Grundlagen für die notwendige Skill-Transformation gelegt. Die GJA vereinfacht die vorhandenen Funktionsstrukturen und führt diese in zukunftsfähigen Jobprofile übergreifend zusammen. Unsere SQP setzt unter Berücksichtigung sich verändernder Marktbedingungen die notwendigen Akzente, um gezielt in Kompetenzen der Zukunft zu investieren. In persönlichen Entwicklungsgesprächen werden fehlende Skills auf individueller Ebene mit Unterstützung eines digitalen Tools sichtbar und Entwicklungspläne können mittels gezielter, individueller Qualifizierungsmaßnahmen stetig angepasst werden. 2021 wurde der Skillmanagement-Prozess für rund 30.000 Beschäftigte erfolgreich durchgeführt. Unser modernes Performance-Management „We grow“, das einen kontinuierlichen Dialog zwischen Führungskräften und Mitarbeiter*innen ermöglicht, legt ebenfalls den Fokus auf die persönliche Weiterentwicklung unserer Mitarbeitenden. Durch die Kombination dieser strategischen HR-Instrumente der Jobarchitektur, der strategischen Personalplanung sowie der Identifikation von individuellen Qualifizierungsbedarfen, wird die Basis für ein gezieltes Up- und Reskilling unserer Beschäftigten gelegt.

Up- und Reskilling-Angebote mit Fokus auf digitale Fähigkeiten. Um möglichst viele Beschäftigte auf zukünftige Skill-Anforderungen vorzubereiten und ihre Beschäftigungsfähigkeit optimal zu sichern, wurden auch im Jahr 2021 verstärkt konkrete, auf Zukunftsthemen ausgerichtete Programme, sog. „Explorer Journeys“, angeboten. In mehrwöchigen, digitalen Lernprogrammen registrierten sich 2021 rund 6.000 Beschäftigte für Themen wie Big Data, Digital Marketing, Künstliche Intelligenz und Software Development. Wir haben zudem Akademien entwickelt, mit der Zielsetzung des Reskillings oder massiven Upskillings für digitale Expert*innen – z. B. in Software Engineering, DevOps, Artificial Intelligence und Data Analytics. Allein in unserem Unternehmensbereich „Technologie und Innovation“ wurden 1.650 Mitarbeiter*innen im Jahr 2021 qualifiziert – neben einer Vielzahl an Standardqualifizierungen wie in den Vorjahren.



Lerninitiativen und -angebote. Die Entwicklung von zukunftsfähigen Skills und die Stärkung der Lernkultur haben für uns hohe Priorität und spiegeln sich in unserer Leitlinie „Bleibe neugierig und wachse“ wider. Mit der Lernkultur-Initiative „Youlearn“ – zur Verankerung von selbstgesteuertem Lernen im Berufsalltag – haben wir die Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter*innen weiter deutlich vorangetrieben. Im Berichtsjahr investierten Mitarbeiter*innen in Deutschland und den europäischen Landesgesellschaften fast 4 Mio. Lernstunden – das sind im Schnitt 4,6 Arbeitstage pro Mitarbeiter*in. Nach einem Rückgang von Lernstunden im Jahr 2020 (Corona-bedingter Effekt durch fehlende Präsenzangebote) wurde das Konzern-Lernportfolio 2021 zu 83 % konsequent digitalisiert (ohne T-Mobile US). Mit der intelligenten Lernplattform „Percipio“ (auch bezeichnet als das „Netflix des Lernens“) sowie der Integration von „Coursera“ als Anbieter für digitale Weiterbildungskurse hochrangiger Hochschulen hat die Deutsche Telekom ein leistungsfähiges Angebot für Beschäftigte aufgebaut. Über 180.000 Percipio-Registrierungen seit dem dritten Quartal 2019 bestätigen unsere Bemühungen. Auch die im Jahr 2018 gestartete Mitarbeiterinitiative „Lernen von Experten“ (LEX) ist ein Beispiel für selbstbestimmtes, selbstorganisiertes und digitales Lernen: Dabei geben Expert*innen aus dem Konzern ihr Wissen über verschiedene Wege an ihre Kolleg*innen weiter. Highlight sind dabei offene, digitale Kurse, sog. „LEX-Sessions“. Ende 2021 standen mehr als 5.000 solcher Inhalte bereit, an denen 140.000 Kolleg*innen teilgenommen haben. LEX ist heute mit 20.000 aktiven Mitgliedern die wachstumsstärkste Community im Konzern. Die Akzeptanz des digitalen Lernens ist so weiter gestiegen, welche sich durch den Anstieg der digitalen Lernquote auf 90 % sowie der gesteigerten Zufriedenheit mit Lernangeboten (+4 %) gegenüber 2020 äußert. 2021 wurde erstmals der sog. „Top Learner Award“ für herausragendes Lern-Engagement an vier Beschäftigte verliehen. Der Youlearn-Day, ein digitaler Lerntag für alle Beschäftigten, erlebte mit rund 5.000 registrierten Teilnehmenden aus 30 Ländern einen neuen Rekord im Vergleich zum Vorjahr. Mitarbeiter*innen der T-Mobile US absolvierten 5,4 Mio. Lernstunden mit einem Lernmanagement-System. Zudem bietet T-Mobile US mit der sog. „Magenta University“ eine zentrale Anlaufstelle an, welche Mitarbeiter*innen helfen soll, ihre Fähigkeiten und Karriere-Chancen zu wahrzunehmen, Führungskompetenzen zu erweitern sowie ihr Engagement für Vielfalt, Gerechtigkeit und Inklusion zu vertiefen.

Recruiting und Onboarding. Wir wollen die digitale Welt von morgen gestalten. 2021 konnten wir trotz der anhaltenden Coronavirus-Pandemie konzernweit (ohne T-Mobile US) ca. 8.280 neue Mitarbeiter*innen gewinnen. T-Mobile US hat im Jahr 2021 über 16.000 Mitarbeitende rekrutiert. Insbesondere technische und IT-Profile gewinnen zunehmend in der internationalen Arbeitswelt an Bedeutung, weshalb wir auf diese Profile mit unserem Arbeitgebermarketing Schwerpunkte legen. In Deutschland konnten wir zudem 2.076 neue Auszubildende und duale Student*innen mit einem hohen Anteil in technischen/IT-Profilen willkommen heißen. Dass wir unsere Nachwuchskräfte fördern und ihnen Erfolgchancen bieten, bestätigte auch die Zeitschrift „Capital“, indem sie uns 2021 zu „Deutschlands beste Ausbilder“ in den Kategorien „Berufsausbildung“ und „Duales Studium“ zählte. Unser digitaler und gleichzeitig persönlicher Ansatz prägt unsere gesamte Recruiting-Strategie. Mit unserer weltweiten [Karriere-Website](#) bieten wir unseren Bewerber*innen eine Plattform zur Jobsuche mit transparenten Informationen (z. B. Vorstellung der Mitarbeitenden und Einblicke in die Arbeitswelt) sowie digitales Recruiting und internationale Standards in unseren Auswahlverfahren (z. B. virtuelle Job-Interviews sowie Assessment Center). Trotz Digitalisierung legen wir Wert auf direkten und persönlichen Kontakt, indem wir weiterhin auf Messen, Events und Networking-Veranstaltungen vertreten sind. Ein weiterer Bestandteil unserer Recruiting-Strategie ist es, mit zielgruppenspezifischen Ansprachen verstärkt weibliche Talente für unser Unternehmen zu gewinnen. Für unseren Frauen-MINT-Award können sich zum achten Mal MINT-Studentinnen aus aller Welt bewerben. Darüber hinaus engagieren wir uns bei Femtec, einem Karriereprogramm für MINT-Studentinnen, sowie dem Frauen-Netzwerk Global Digital Women. Wir haben gezeigt, dass digitales Recruiting ein wichtiger Erfolgsfaktor ist, um auf die veränderten Anforderungen schnell zu reagieren und weiterhin die kritischen Profile für das Unternehmen sicher zu stellen.

Das Motto „Gemeinsam stärker“ haben wir gerade in der Corona-Krise genutzt, um Onboarding international neu zu denken. Eine Onboarding-App ermöglicht es, dass Mitarbeitende die Deutsche Telekom bereits vor ihrem ersten Tag kennenlernen und während ihres Onboardings bestmöglich auf die kommenden Aufgaben vorbereitet werden. Dazu gehört eine Einführung in die genutzten Tools, die Strategie der Deutschen Telekom oder auch in die Lernangebote (ohne T-Mobile US). Des Weiteren unterstützt die Onboarding-App auch die Führungskraft im Onboarding-Prozess (u. a. durch Checklisten). Im Zuge dieses Prozesses hat das virtuelle und globale Willkommens-Event für unsere neuen Mitarbeiter*innen, sog. „New Unstoppables“, im Mai und November 2021 mit 689 neuen Beschäftigten stattgefunden (ohne T-Mobile US).

In der zweiten Jahreshälfte 2021 führte T-Mobile US das sog. „Being Un-Carrier“-Onboarding-Programm für Backoffice-Mitarbeiter*innen ein, mit dem Ziel, eine ganzheitliche und konsistente Erfahrung für neue Mitarbeiter*innen zu erzeugen. Zuvor hatte jede Geschäftssparte ihren eigenen Onboarding-Ansatz. Aufgrund der Einrichtung einer Plattform wurden die vorgeschlagenen Onboarding-Aktivitäten zentralisiert und stehen allen Mitarbeitenden sowie ihren Vorgesetzten zur Verfügung. Zweiteilige virtuelle Live- und interaktive Orientierungssitzungen, die in einem wöchentlichen Turnus angeboten werden, ermöglichen den Backoffice-Mitarbeitenden mit anderen Kolleg*innen außerhalb ihres Teams in Kontakt zu treten.

Arbeitgebermarke. Digitalisierung, Automatisierung, Freiraum, Neues Arbeiten und Selbstverwirklichung stehen bei Bewerber*innen im Vordergrund und wirken sich auch auf die Jobsuche aus. Der Wunsch nach Sicherheit im Job und einem flexiblen Arbeitsumfeld, das eine gute Balance zwischen beruflichen und privaten Herausforderungen ermöglicht, gehören zu den Top-Kriterien bei der Arbeitgeberwahl. Insbesondere im Bereich IT & Tech hat sich 2021 der „War for Talents“ noch weiter zugespitzt – diese Zielgruppe wird so stark wie nie umworben. Um unsere Arbeitgebermarke weiter zu stärken, haben wir in unserer entsprechenden Kommunikation frühzeitig auf die Bedürfnisse unserer Zielgruppe reagiert, indem wir sie über digitale Bewerbungsprozesse, agile Arbeitsweisen, flexibles Arbeiten und Homeoffice bei der Deutschen Telekom informiert haben. Ein weiterer wichtiger Aspekt in unserer Kommunikation ist eine persönliche Ansprache der Talente sowie das Schaffen von Nähe in unserer digitalen Welt, denn auch das Thema der Zugehörigkeit steht 2021 hoch im Kurs. Mit unserer neuen Arbeitgeber-Kampagne „Wir sind IT“ adressieren wir die Menschen hinter den IT-spezifischen Jobs mit ihren vielfältigen Interessen. In einer einzigartigen externen und internen IT-Umfrage haben wir untersucht, was IT-Professionals außerhalb und in der Telekom bewegt und sie miteinander verbindet. Mit zielgruppenspezifischen Botschaften, einer authentischen Kommunikation und einer starken Content-Strategie erinnern wir IT-Expert*innen daran, was Technologie für sie bedeutet und welche Möglichkeiten sie bei der Deutschen Telekom entdecken können. Eine starke Arbeitgebermarke zahlt sich aus: Magenta Telekom in Österreich wurde im Berichtsjahr u. a. mit dem Leading Employer Award ausgezeichnet.

Angebote für Führungskräfte.   Führungskräfte benötigen im Zeitalter der Digitalisierung andere Kompetenzen und Methoden als in der analogen Welt. Darum unterstützen wir seit dem Berichtsjahr nicht nur unsere leitenden Angestellten mit levelUP!, einem innovativen, digitalen Fortbildungsangebot, sondern alle Führungskräfte weltweit bei dem erfolgreichen Führen in der digitalen Ära. levelUP! besteht aus Bausteinen, die flexibel kombiniert werden können. Wissen wird primär über interaktive, digitale Lernformate vermittelt, kombiniert mit Präsenzveranstaltungen. Darüber hinaus ist levelUP! der zentrale Informations-Hub sowohl zu konzernweiten als auch segmentspezifischen Führungsthemen. 2021 standen Angebote rund um „Leading in Transformation“ und „Leading into the Future“ zur Verfügung. Der Erfolg des neuen Ansatzes zeigt sich in den Nutzerzahlen sowie der -zufriedenheit: Mit mehr als 1.300 Führungskräften nutzten so viele Führungskräfte wie noch nie das levelUP! Angebot. Ein Zufriedenheitsindex von 8,7 dokumentiert die sehr hohe Akzeptanz des Programms.

Nach erfolgreichem Programmablauf von levelUP!NextGeneration im Vorjahr haben wir das Programm im Jahr 2021 erneut digital angeboten: Weltweit durchliefen 500 Mitarbeiter*innen aus 45 Gesellschaften und 18 Ländern dieses viermonatige Entwicklungsprogramm, welches sich durch digitales Lernen und die Vermittlung von innovativen, sowie inspirierenden und greifbaren Führungsthemen und Fähigkeiten auszeichnet (z. B. Ambidextrie, Achtsamkeit, Agilität). Die individuelle Ergänzung durch Wahlmodule unterstützt dabei, Entwicklungsbedarfe zu erfüllen. Des Weiteren stärken und fördern wir mit levelUP!Next-Generation die konzernweite und segmentübergreifende Zusammenarbeit.

Von besonderer Bedeutung ist es für uns, dass sich unsere Führungskräfte als Teil eines Führungsteams verstehen. Deshalb investieren wir neben der Vermittlung von Kompetenzen und Methoden in die Stärkung unserer Leadership Communities. Im Sommer 2021 haben wir die Gelegenheit genutzt, dies bewusst auch wieder in Präsenz zu tun. Im Juli 2021 waren unsere 47 Business Leader gemeinsam mit dem Vorstand auf einer knapp einwöchigen Lernreise zum Thema Digitalisierung in Estland und sind in den Dialog mit Unternehmen, Start-ups und Behörden gegangen. Der thematische Schwerpunkt unseres Telekom Transformation Teams (T3), das fast 250 Führungskräfte und Top-Talente umfasst, lag 2021 auf dem Thema Mut, insbesondere in Veränderungsprozessen. Das gemeinsame Event hat im Sommer in Kroatien stattgefunden.

T-Mobile US bietet eine Vielzahl an Karriere- und Führungsentwicklungsprogrammen an, die darauf ausgerichtet sind, den eigenen beruflichen Erfolg ihrer Mitarbeiter*innen zu definieren und zu erreichen. Unterstützt werden sie durch ein Portfolio, welches Coaching, Lernmöglichkeiten zum Selbststudium sowie weitere Entwicklungsprogramme umfasst (u. a. CareerTraX oder Magenta9).

Entwicklung des Personalbestands

Der Personalbestand im Konzern sank im Vergleich zum Vorjahresende um 4,3 %. In unserem operativen Segment Deutschland sank die Anzahl der Mitarbeiter um 9,3 % gegenüber dem Jahresende 2020, was im Wesentlichen aus der Umgliederung von Mitarbeitern in das Segment Group Headquarters & Group Services im Zusammenhang mit einer Reorganisationsmaßnahme der Deutschen Telekom IT resultierte. Darüber hinaus setzte sich die Inanspruchnahme sozialverträglicher Instrumente zum Personalumbau, wie z. B. engagierter Vorruhestand oder Altersteilzeit, fort. Die Gesamtzahl der Mitarbeiter in unserem operativen Segment USA blieb gegenüber dem 31. Dezember 2020 stabil. In unserem operativen Segment Europa sank die Mitarbeiterzahl gegenüber dem Vorjahresende um 14,4 %. Dabei verringerte sich der Mitarbeiterbestand insbesondere in Rumänien aufgrund der Veräußerung der Festnetz-Sparte. Die Mitarbeiterzahl in unserem operativen Segment Systemgeschäft sank gegenüber dem Jahresende 2020 um 1,2 %. Dabei wurde die Bestandswirkung unserer globalen Effizienzmaßnahmen durch Mehrbedarfe in unseren Wachstumsbereichen kompensiert. Der Rückgang resultierte aus der Veräußerung eines Geschäftsbetriebs und der konzerninternen Verlagerung von Geschäftsteilen (-2,0 %). Gegenläufig wirkte die Übernahme externer Dienstleister in Mexiko (+0,9 %). Im operativen Segment Group Development lag die Mitarbeiterzahl auf dem Niveau des Jahresendes 2020. Der Personalbestand im Segment Group Headquarters & Group Services stieg im Vergleich zum Jahresende 2020 um 17,6 %, im Wesentlichen bedingt durch die bereits o. g. Umgliederung von Mitarbeitern aus dem operativen Segment Deutschland.

Mitarbeiterstatistik

Entwicklung des Personalbestands

	31.12.2021	31.12.2020	Veränderung	Veränderung in %	31.12.2019
Mitarbeiter (FTE) im Konzern	216.528	226.291	(9.763)	(4,3)	210.533
davon: Deutsche Telekom AG	13.897	15.374	(1.477)	(9,6)	17.461
davon: Beamte (Inland, aktives Dienstverhältnis)	9.653	10.583	(930)	(8,8)	12.153
Operatives Segment Deutschland ^a	60.189	66.348	(6.159)	(9,3)	69.117
Operatives Segment USA	71.094	71.303	(209)	(0,3)	47.312
Operatives Segment Europa	35.319	41.272	(5.953)	(14,4)	44.410
Operatives Segment Systemgeschäft	27.754	28.098	(344)	(1,2)	29.800
Operatives Segment Group Development	2.674	2.684	(10)	(0,4)	2.603
Group Headquarters & Group Services ^a	19.498	16.585	2.913	17,6	17.292
Geografische Verteilung					
Deutschland	85.160	89.032	(3.872)	(4,3)	94.111
International	131.368	137.258	(5.890)	(4,3)	116.422
davon: übrige EU	50.005	55.816	(5.811)	(10,4)	58.743
davon: Europa außerhalb EU	2.066	2.168	(102)	(4,7)	2.055
davon: Nordamerika	71.337	71.617	(280)	(0,4)	47.652
davon: übrige Welt	7.960	7.658	302	3,9	7.971
Fluktuationsquote (natürlich)	%	5,2	3,9	1,3	33,3
davon: Inland	%	2,1	2,0	0,1	6,1
davon: Ausland	%	9,3	6,6	2,7	40,9
Produktivitätsentwicklung^b					
Konzernumsatz je Mitarbeiter	Tsd. €	493	452	41	9,1

^a Zum 1. Januar 2021 wurden ca. 3,7 Tsd. Mitarbeiter im Zuge einer Reorganisation der Deutschen Telekom IT aus dem operativen Segment Deutschland in den Bereich „Technologie und Innovation“ des Segments Group Headquarters & Group Services umgegliedert. Die Vorjahreswerte wurden nicht angepasst.

^b Berechnung auf Basis der Mitarbeiter im Durchschnitt.

Personalaufwand

in Mrd. €

	2021	2020	Veränderung	Veränderung in %	2019
Personalaufwand im Konzern	18.463	18.853	(390)	(2,1)	16.723
davon: Inland	8.461	8.764	(303)	(3,5)	8.699
davon: Ausland	10.002	10.089	(87)	(0,9)	8.024
Sondereinflüsse ^a	906	1.836	(930)	(50,7)	1.037
Personalaufwand im Konzern (bereinigt um Sondereinflüsse)	17.556	17.017	539	3,2	15.686
Konzernumsatz	108.794	100.999	7.795	7,7	80.531
Bereinigte Personalaufwandsquote	%	16,1	16,8	19,5	
Personalaufwand der Deutschen Telekom AG nach HGB	2.176	2.291	(115)	(5,0)	2.326

^a Aufwendungen für Personalmaßnahmen.

Technologie und Innovation

T&I-Strategie: digitale Transformation und Human Centricity

Innovation bei der Telekom bedeutet, auf Basis des besten Netzes für das beste (digitale) Kundenerlebnis zu sorgen – heute und in Zukunft. Wir stellen dabei weder Smartphones her, noch erstellen wir eigene Filminhalte im wesentlichen Umfang oder bei industriellen Campus-Netzwerken die Automatisierungstechnik oder Sensorik. Unsere Kernkompetenz besteht darin, die einzelnen Bausteine zu integrieren und im Zusammenspiel mit eigener Partner-, Netz- und IT-Infrastruktur das beste Kundenerlebnis auf angemessener Kostenbasis mit resilienter und zukunftssicherer Technologie zu garantieren. Genau das ist die Aufgabe des Vorstandsbereichs „Technologie und Innovation“ in enger Zusammenarbeit mit unseren operativen Segmenten. Hier bündeln und integrieren wir die Funktionen Technologie, Innovation, IT und Security. Damit sind wir auf die kommende Generation der Netze und die damit verbundenen Anforderungen unserer Kund*innen ebenso wie die unserer Mitarbeiter*innen, Partner und Anteilseigner ausgerichtet – auch mit Blick auf Netzsicherheit und Nachhaltigkeit. Unsere Konzernstrategie „Leading Digital Telco“ gilt nicht nur für eine leistungsfähige Breitband-Versorgung, sondern auch für eine verantwortungsbewusste Netzproduktion. Gerade vor dem Hintergrund der zunehmenden Cloudifizierung und des steigenden Datenverkehrs bei wachsender Anzahl und Dichte von aktiven Komponenten in unserem Netz ist das eine ökonomische und ökologische Notwendigkeit.

Wie wichtig Investitionen in zukunftssichere und resiliente Technologie sind, hat sich in der Corona-Krise gezeigt: Unsere Netze und IT waren, sind und werden sicher und stabil sein. Ohne die IP-Migration in unseren Märkten und den IT-Turnaround, insbesondere in Deutschland, wäre das nicht der Fall gewesen.


Wir ermöglichen somit das heutige Geschäft der Telekom und gestalten gleichzeitig die Zukunft. Wir sind überzeugt, dass wir dazu entsprechend der Prioritäten unserer Segmente zuverlässig Ergebnisse liefern und kontinuierlich Innovationen mit Bezug auf Produkte, Branchenlösungen und Technologien entwickeln, während wir gleichzeitig uns und unsere Arbeitsweise weiterentwickeln.

- **Delivery Innovation:** Technologie und Innovation ist ein Zulieferer und Leistungserbringer für den Konzern. Hier ist es insbesondere wichtig, dass wir zuverlässig unsere Verpflichtungen einhalten, also gewissenhaft Dienstleistungen erbringen, Synergien aus der zentralen Produktion schöpfen und kosteneffizient arbeiten. Gleichzeitig gestalten wir hier auch die Zukunft, z. B. durch die Förderung agiler Methoden zur zukunftssicheren Produktion.
- **Experience Innovation:** Wir sind die zentrale Innovationseinheit der Telekom, mit der Freiheit, dem Auftrag und der Verpflichtung, Innovationen zum Nutzen unserer Kund*innen, des Konzerns und aller weiteren Stakeholder kontinuierlich voranzutreiben. Unsere technologischen Innovationen bilden hierfür die Grundlage. Dazu arbeiten wir eng mit unseren Segmenten und externen Partnerunternehmen zusammen, um alle Anforderungen unserer Kund*innen zu erfüllen und die dafür notwendigen Innovationen zu schaffen.
- **Capability Innovation:** Auf dem weiteren Weg zu einem Software-basierten Unternehmen müssen wir unsere Fähigkeiten kontinuierlich weiter transformieren. Wir wollen die Notwendigkeit für zukünftige Veränderungen des Unternehmens erkennen und meistern. Nachhaltig werden Veränderungen v. a. durch begleitende kulturelle Innovationen wie die „Skill-Transformation“, die systematische Umschulung und Weiterbildung unserer Beschäftigten zu Software Engineers, KI-Experten oder Netzarchitekten. Bis Ende 2021 haben wir in 15 sog. „Skill Academies“ 1.650 Mitarbeiter*innen intensiv in zukunftsrelevanten Themen wie Software-Entwicklung, Künstliche Intelligenz (KI) und Cloud-Technologien sowie agilen Methoden geschult.

Innovationsprioritäten

Innovationen können überall entstehen. Daher ist es wichtig, dass unsere Innovationsaktivitäten unternehmensübergreifend und strategisch ausgerichtet sind. Einen ganzheitlichen, konzernweit gültigen Rahmen dafür bilden unsere miteinander verbundenen Innovationsfelder. Auch in diesem Berichtsjahr haben wir unsere Innovationsprioritäten in enger Abstimmung mit den operativen Segmenten weiterentwickelt, aufbauend auf den Aktivitäten in 2020:

- **Connectivity:** Wir entwickeln unser Router-Betriebssystem für die digitale Zukunft – mit verbesserter Cloud-basierter Konnektivitätssteuerung und Service-Qualität, überlegener Kundenerfahrung und einheitlicher Bedienung via App, PC oder TV, sowie Mehrwert stiftenden Anwendungen, wie z. B. Kinderschutz, Haus-Sicherheit, vorausschauender Instandhaltung und Fehlerbehebung. Diese neue Router-Generation basiert auf einem global skalierenden Referenzsystem (RDK), welches wir gemeinsam mit weiteren führenden Telco-Anbietern kontinuierlich weiterentwickeln. Einen ersten erfolgversprechenden Piloten für Beta-Nutzer haben wir im Berichtsjahr in Ungarn gestartet und bereiten dort die Markteinführung für 2022 vor, neben weiteren Anwendungen und Prototypen in Deutschland, Kroatien, Griechenland und Nordmazedonien. Kernelement der Konnektivitätssteuerung ist das Software-Feature „Heimnetz-Check“, das 2021 sowohl in den nationalen Service-Apps (z. B. „MeinMagenta“) als auch via TV-Schnittstelle vorgestellt wurde, und welches neue kontextbasierte Kundeninteraktion zur Leistungsoptimierung und Fehlerbehebung im Heimnetz ermöglicht.
- **Smart Home:** Die Cloudifizierung des Smart Home-Angebots startete bereits im Jahr 2019 und wird weiterhin kontinuierlich vorangetrieben mit dem Ziel, ein zukunftssicheres Ökosystem zu gestalten. Kernbestandteil ist die Cloud-basierte App „MagentaZuhause“, die im September 2021 für Beta-Nutzer eingeführt wurde. Die App ermöglicht die Einbindung aller verbundenen Geräte im Haushalt und die personalisierte Nutzung durch jedes Haushaltsmitglied. Für Nutzer eines geeigneten Telekom-Routers ist die Entwicklung von Software-basierten Einstiegs-Anwendungsszenarien ein Schwerpunkt.
- **Service-Orchestrierung im vernetzten Zuhause:** Wir wollen das Kundenerlebnis im und um das Haus deutlich verbessern, indem wir eine nahtlose, konsistente und unkomplizierte Interaktion zwischen allen Diensten und Geräten der Deutschen Telekom sowie ausgewählten Partnerdiensten ermöglichen. Dies wird durch die von der Deutschen Telekom entwickelte Orchestrierungsplattform „Magenta HomeOS“ erreicht. Die Plattform verbindet unsere verschiedenen Dienste und ermöglicht es, einzigartige Kundenerlebnisse zu gestalten. Die MagentaZuhause TV App, die im Dezember 2021 auf den Markt gekommen ist, ist der erste Kunden-Touchpoint, der die HomeOS Plattform nutzt. Die App, welche TV, Smart Home, Router-Management, MagentaCloud und Sprachsteuerung kombiniert, ist in mehr als 3,5 Mio. Haushalten in Deutschland verfügbar. Der Start der MagentaZuhause Mobile App ist für Februar 2022 geplant.
- **Magenta Voice:** Mit der intelligenten Sprachsteuerung („Voicification“) wollen wir das Kundenerlebnis unserer Dienste weiter verbessern und die Interaktion mit der Technik und den Geräten vereinfachen. Dazu entwickeln wir die eigene Sprachplattform kontinuierlich weiter, binden Partner ein und integrieren die Sprachsteuerung in zahlreiche weitere Produkte und Dienste, wie z. B. TV, Smart Home und die App „MeinMagenta“, um eine umfassende konvergente Anwendungsebene für unsere Kunden anzubieten. Die laufende Verbesserung der Funktionalitäten hat zu einer steigenden Kundenzufriedenheit und -nutzung geführt. Die Weiterentwicklung hin zu B2B-Lösungen wird parallel vorangetrieben. Beispiele dafür sind ein Termin-Assistent für Geschäftskunden oder eine Spracherkennung zur Authentisierung und Personalisierung.

- **Campus Networks:** Einer der wichtigsten Anwendungsfälle für die 5G-Technologie sind Campus-Netzwerke für Firmenkunden. Campus-Netze kombinieren dedizierte Mobilfunk-Konnektivität mit Edge Computing und integrierten digitalen Anwendungen aus Produktion, Automatisierung und Logistik, was die Möglichkeiten für Produktionsautomatisierung, Flexibilität und Stabilität für die Industrie erhöht. Im Berichtsjahr haben wir unser Campus-Portfolio mit eigenständigen und hybriden Lösungen komplettiert und weitere wichtige Ankerkunden gewinnen können. Die Deutsche Telekom wurde im Berichtsjahr als bester Mobilfunk-Betreiber für 5G-Enterprise-Angebote in einer internationalen Studie von ABI Research unter 20 Telekommunikationsanbietern ausgezeichnet. Zusätzliche vertikale Lösungen als Ergänzung zum Campus-Netz sind 5G-unterstützte Positionierungslösungen in der Produktion, die Fabrikobjekte und autonome Geräte in Echtzeit via Ultra-Breitband (UWB) mit einer Genauigkeit von bis zu 30 cm erfassen und lokalisieren.
- **Network Differentiation:** In diesem Innovationsprogramm treiben wir Entwicklungen zur Disaggregation, Cloudifizierung und Automatisierung unserer Netzproduktion voran. Dieser neue Ansatz wird sowohl das Kundenerlebnis deutlich verbessern als auch die Flexibilität und Skalierbarkeit erhöhen bei gleichzeitiger Senkung der Kosten. Erreichen werden wir dies z. B. durch Software-Lösungen zur automatisierten Analyse und durch Fehlerkorrektur auf Basis von Künstlicher Intelligenz und maschinellem Lernen. Darüber hinaus erhöhen wir durch unsere Multi-Vendor-Strategie die Unabhängigkeit von einzelnen Lieferanten und sichern dadurch auch weiterhin unsere Technologie-Führerschaft. Zudem werden neue Optionen zur direkten Monetarisierung des Netzes möglich, z. B. über Netz-Programmierschnittstellen (Network APIs). Führende Netzbetreiber verfolgen im Rahmen der O-RAN Alliance das Ziel, einen Standard für ein herstellerübergreifendes, modulares, offenes Funkzugangszugangnetz festzulegen und gemeinsam mit anderen Partnern die Entwicklung von entsprechenden Hardware- und Software-Komponenten voranzutreiben. Im Berichtsjahr hat die Deutsche Telekom Europas erstes Modellnetz für Open RAN inklusive Massive Multiple Input Multiple Output (MIMO) in Neubrandenburg erfolgreich in Betrieb genommen. Im Open Test & Integration Center (OTIC) in Berlin können Start-ups, Lieferanten, Betreiber und Systemintegratoren das Zusammenspiel neuer Komponenten mit den Mobilfunknetzen testen.
- **5G Standalone:** Bisher setzt die Telekom auf 5G Non-Standalone (5G NSA), bei dem noch das vorhandene 4G-Netz das technische Rückgrat bildet. Als Technologie-Führer hat die Deutsche Telekom im Berichtsjahr in Garching bei München ihren ersten Standort für 5G Standalone (5G SA) in Betrieb genommen. Dabei wird das 5G-Funkzugangszugangnetz mit dem neuen 5G-Kernnetz integriert. Dieses Kernnetz sorgt dann für die entscheidenden Neuerungen und Vorteile, denn eine gleichzeitige Verbindung zum 4G- und 5G-Netz ist damit für Endgeräte nicht mehr nötig. Das 5G-Kernnetz beruht auf cloudifizierter, virtualisierter Hardware und Software und wird so neue Anwendungen ermöglichen, wie z. B. Network Slicing. Network Slices sind voneinander getrennte logische Netze, mit individuellen anwendungsspezifischen Leistungsmerkmalen wie z. B. Bandbreite, Latenz oder Kapazität, die auf der gleichen physischen Infrastruktur produziert werden. So wird es möglich, Anwendungen immer für genau das passende (virtuelle) Netz zur Verfügung zu stellen, wodurch das Kundenerlebnis verbessert wird. So könnten Network Slices z. B. für bandbreiten- und latenzkritische Anwendungen wie Augmented/Virtual Reality, für die sicherheitskritische Kommunikation von Behörden oder für sichere und hochverfügbare Anwendungen von Geschäftskunden eingesetzt werden. Als weltweit erster Netzbetreiber hat die Deutsche Telekom im Berichtsjahr zusammen mit ihren Partnern die Vorteile von Network Slicing für eine Gaming-Anwendung auf einem kommerziellen Smartphone demonstriert. Weiterhin wurde die aktive Steuerung von Leistungsparametern entsprechend der unterschiedlichen Anforderungen bei 5G-Network Slicing über eine Netz-Programmierschnittstelle erfolgreich getestet.
- **AI One Conversation:** Mit der Integration von Künstlicher Intelligenz bleiben unsere Produkte und Dienste auch in Zukunft wettbewerbsfähig. Der Fokus unserer Aktivitäten im Berichtsjahr liegt auf der Skalierung unseres KI-basierten digitalen Assistenten „Frag Magenta“ in Chat und Hotline. Ziel des digitalen Assistenten ist es, alle Kundeninteraktionen kontaktpunktübergreifend weiter zu personalisieren. „Frag Magenta“ ist von der Fachzeitschrift Computer Bild und Statista im November 2021 zum besten deutschen Telekommunikations-Chatbot für 2022 gekürt worden. Auch unsere Marketing- und Sales-Aktivitäten werden weiter personalisiert, um unseren Kunden maßgeschneiderte Lösungen zu bieten, die auf den vorhergehenden Kundeninteraktionen beruhen.
- **Big Data & AI:** In diesem Innovationsfeld treiben wir die Umsetzung konzernübergreifender Prinzipien zur Datenverarbeitung und -analyse weiter voran. Mit unserem einheitlichen Datenmodell ermöglichen wir eine bessere Datenanalyse und können erfolgreiche Anwendungen mithilfe der Cloud-basierten Bereitstellungsarchitektur leicht auf neue Märkte und Länder übertragen. Dabei verbleiben Kunden- und Netzwerk-Daten in der jeweiligen Landesgesellschaft; der Datenschutz und die Datenintegrität unserer Kunden haben unsere höchste Priorität.   In acht unserer Landesgesellschaften sind Dutzende Anwendungsfälle rund um Datenaufbereitung, -analyse und -qualität realisiert und innerhalb der Gruppe skaliert.
- **Sustainable Telco:** Unser jüngstes Innovationsfeld widmet sich der nachhaltigen Transformation der Telekommunikationsbranche. Im Fokus liegen dabei aktuell v. a. die energieoptimierte dynamische Netzproduktion und ressourcenschonende Produkt- und Dienstgestaltung. Im Berichtsjahr haben wir erfolgreiche Prototypen und Tests in mehreren Ländern zu KI-unterstütztem intelligentem Energie-Management im Mobilfunknetz und zu regenerativer, dezentraler Energieproduktion wie hybrider Solar- und Windenergie sowie wasserstoffbasierten Brennstoffzellen durchgeführt.  

Innovation als Dreiklang

Differenzierung durch und Wachstum aus Innovationen generieren wir auf drei Arten:

1. Eigenentwicklungen

Im Jahr 2021 haben wir laufende Innovationsthemen weiter vorangetrieben und unsere Delivery optimiert, neue Produkte entwickelt und gleichzeitig die Transformation zu einem agileren Unternehmen intensiviert.

- **Delivery Innovation:** Künstliche Intelligenz treibt interne Digitalisierung, z. B. im Kampagnen-Management oder mit unserem preisgekrönten Chatbot „Frag Magenta“. Mit Dynamic Spectrum Sharing haben wir unsere Vorreiterposition weiter ausgebaut. Die neue Antennen-Technologie ermöglicht die parallele Nutzung von 4G und 5G im gleichen Frequenzband.
- **Experience Innovation:** Im Privatkundenumfeld haben wir die Verknüpfung von verschiedenen Magenta Diensten zu Hause mit der Home Orchestrierung via App und TV kommerziell eingeführt. Zudem ist die Markteinführung von industriellen Campus-Netzwerken erfolgt.
- **Capability Innovation:** Durch unsere agile Transformation arbeiten mehr als 95 % unserer Mitarbeiter*innen in einem agilen Set-up, was sich auch in der IT-Delivery niederschlägt. So finden ca. zwei Drittel unserer IT-Deployments außerhalb klassischer Wasserfall-Entwicklungen statt.

Die T-Labs sind der Forschungs- und Entwicklungsbereich der Deutschen Telekom. Tätigkeitsschwerpunkt ist die Übersetzung neuer Technologie-Trends in greifbare Ergebnisse für das Innovations-Portfolio der Deutschen Telekom. Das T-Labs-Team sieht im Kern seinen Auftrag darin, durch begleitende Forschung ein überragendes Kundenerlebnis zu erzielen und disruptive Technologien für Telekommunikationsinfrastrukturen der Zukunft zu erkunden. Von unserem Hauptstandort in Berlin arbeiten wir mit zahlreichen Universitäten in Deutschland, Europa, Israel und der ganzen Welt zusammen.

Ziel aktiver Kooperation mit Universitäten und der akademischen Welt ist es grundsätzlich, Ideen in Handeln umzusetzen. Dies war von Anfang an der Grundgedanke für den Auftrag der T-Labs. Als vertrauenswürdige Bindeglied zwischen Hochschulen und Wirtschaft sorgen wir für schnellen Zugang zu wissenschaftlicher Innovation sowie Forschung und Entwicklung (F&E) und bereiten so den Boden für unterschiedliche Formen gemeinsamer Kreativität. Bei der T-Challenge handelt es sich um ein neues Innovationsformat, das sich an die Forschungsgemeinschaft in der ganzen Welt richtet. Erst unlängst haben die Deutsche Telekom und T-Mobile US eine T-Challenge gestartet, bei der es um 5G XR (Erweiterte Realität) im Einzelhandel geht. In einem weltweit angelegten Wettbewerb für Start-ups, Entwickler*innen, Wissenschaftler*innen und Designer*innen suchen wir nach Forschungsergebnissen und Lösungen für den Einsatz der 5G-Netze sowie der XR-Technologie für ein völlig neues Einkaufserlebnis über alle Einzelhandelskanäle hinweg. Die T-Challenge soll die Art und Weise, wie Kunden einkaufen, auf eine neue innovative Grundlage stellen: Er soll eintauchen in ein XR-Erlebnis im Laden, zuhause und unterwegs.

Von der aktiven Förderung der Zusammenarbeit mit Universitäten durch die T-Labs, gemeinsam mit dem HR-Team der Deutschen Telekom, profitiert der Konzern insgesamt, denn auch Talente werden dadurch auf uns aufmerksam und die Wahrnehmung der Unternehmensmarke in der F&E-Community wird gestärkt.

Unsere aktuellen Forschungsfelder sind: Netze der Zukunft & KI, räumliche Computer-Technologie (Spatial Computing) sowie dezentrale Systeme.

Netze der Zukunft & KI. Telekommunikationsnetze zählen zu den komplexesten Strukturen in den Industriegesellschaften unserer Zeit. Die technisch-ökonomische Entwicklung dieser Netze folgt den Grundsätzen der Dezentralisierung, Disaggregation und Automatisierung. Infolgedessen betreiben wir Forschung im Bereich der datengetriebenen algorithmischen Ansätze für einen optimierten Betrieb und der präventiven Cyber-Sicherheit in Telekommunikationssystemen. Im Fokus der neuen Forschungstätigkeiten der T-Labs stehen die Bereiche Open RAN, Cyber-Sicherheit, Quantentechnik sowie Funknetz-Technologie der nächsten Generation (6G). Insbesondere die kommende Generation der digitalen Kommunikation (6G) ist zum einen eine Weiterentwicklung der aktuellen Technik und zum anderen ein fundamentaler Fortschritt auf Basis umfassender Forschung.

Spatial Computing. Spatial Computing (wörtlich: räumliches Rechnen) konzentriert sich darauf, eine neue Dimension der Benutzerinteraktion für verschiedene Kundensegmente durch Einsatz von XR-Technologien der nächsten Generation und Mensch-Maschine-Schnittstellen zu ermöglichen. Unsere auf smarten Medien basierenden Aktivitäten sorgen für ein nahtloses und konsistentes Kundenerlebnis bei der Nutzung von zukünftigen Produkten und Diensten der Deutschen Telekom. Unsere Mission als Innovatoren, Forscher und Entwickler ist es, eine begeisternde, immersive Welt für unsere Kunden zu schaffen. Ein konkretes Beispiel ist das Projekt „5G Cloud VR“ (Virtuelle Realität), das fotorealistische VR-Dienste ermöglicht, die auf den Funktionen der modernen 5G-Netze basieren, wie z. B. dem Rendering von 3D-Visualisierungen in einer Cloud-basierten Infrastruktur. Im Rahmen weiterer Aktivitäten gemeinsam mit unserer Landesgesellschaft Hrvatski Telekom haben wir einen Feldversuch durchgeführt, bei dem das Streaming von Live-Sportkanälen mit geringer Latenz getestet wurde.

Dezentrale Systeme. Bei diesem Forschungsgebiet geht es um die Verteilung der Datenhoheit zwischen verschiedenen Akteuren, ohne dass Vermittler zwischengeschaltet werden müssen. Unternehmen und Einzelpersonen haben gleichermaßen das riesige Potenzial der Distributed-Ledger-Technologie erkannt. Sie ermöglicht Dezentralisierung, schafft Transparenz und gewährleistet Datenintegrität. Gleichzeitig erzielt sie beträchtliche Effizienzgewinne. Ziel ist es, Vertrauen zu ermöglichen, ohne eine Abhängigkeit von einzelnen vertrauenswürdigen Parteien zu schaffen. Zu den Anwendungsfällen in diesem Bereich zählen digitale Identitäten, digitale Geschäftsprozesse, digitales Asset-Management und Crypto-Ökonomien. Jüngste Ergebnisse wurden von NOMAD präsentiert, einem Blockchain-Netz für Transaktionen zwischen Betreibern im Bereich Wholesale-Roaming, das von der GSMA und anderen Partnern in der Branche konzipiert und gegründet wurde.

2. Partnerschaften

Um die digitale Transformation erfolgreich umsetzen zu können, greifen wir auch auf die Kompetenzen und Fähigkeiten unserer Partner zurück. Dabei setzen wir u. a. auf die große Innovationskraft aus dem Silicon Valley, aus Israel, China, Korea, Indien, Deutschland und anderen Innovations-Hotspots weltweit. Einige Beispiele für erfolgreiche Partnerschaften stellen wir im Folgenden vor:

- Wie viele weitere Expert*innen auch ist die Deutsche Telekom überzeugt, dass erweiterte Realität (XR), in der reale und virtuelle Welten miteinander verschmelzen, die nächste große technologische Revolution einläuten wird. Diese Entwicklung wollen wir fördern und unterstützen daher die offene XR-Entwickler-Plattform Snapdragon Spaces von **Qualcomm**, die XR einen weiteren Schub verleihen wird. Spannende Anwendungen, immer bessere Hardware und v. a. 5G mit seiner geringen Latenz bieten die technologische Basis für den Siegeszug von XR. Im Frühjahr 2022 werden hubraum, der Tech-Inkubator der Telekom, und der T-Mobile Accelerator jeweils neue XR-Programme auflegen. Start-ups, Kreative und Entwickler*innen erhalten die Chance, gemeinsam mit Mentoren aus unserem Konzern Lösungen auf Snapdragon Spaces zu entwickeln und zu erproben.
- Die Deutsche Telekom sagt dem Papierkram den Kampf an. Für rechtssichere digitale Prozesse bietet sie kleinen und mittleren Firmen jetzt die elektronische Signatur mit **Adobe Sign** an. Die Lösung ist seit Dezember 2021 im Telekom Cloud-Portal verfügbar. Unabhängig von Ort und Gerät können Kund*innen mit Adobe Sign rechtsgültig signierte Dokumente verwalten, versenden und archivieren – und so langwierige papierbasierte Prozesse ablösen. Als Service aus der Cloud ist immer sichergestellt, dass Nutzer die aktuellste Version mit allen Leistungsmerkmalen zur Verfügung haben. Mithilfe standardisierter Konnektoren lässt sie sich einfach in bestehende IT-Systeme integrieren. Das gilt z. B. für Microsoft 365.

SDG 12 FINANZEN

- Der Videokonferenz- und Unified-Communications-Anbieter **Zoom** und die Deutsche Telekom intensivieren ihre Partnerschaft. Die Coronavirus-Pandemie beschleunigt das hybride Arbeiten weltweit und verlangt innovative Kommunikations- und Kollaborationslösungen maßgeschneidert für alle Unternehmensgrößen. Wir bieten unterschiedliche Lösungen für Kommunikation aus einer Hand in Deutschland sowie in weiteren europäischen Landesgesellschaften an. Des Weiteren arbeiten beide Unternehmen an neuen und zukünftigen innovativen Lösungen für das Privat- und v. a. Geschäftskundensegment.
- Darüber hinaus ist die im September 2021 vereinbarte Partnerschaft mit **SoftBank** in die operative Umsetzung gestartet und unterstützt im Rahmen des strategischen Handlungsfelds Magenta Advantage den Ausbau der exklusiven digitalen Partnerangebote. In verschiedenen Kooperationsmodellen mit Start-ups und kleineren Unternehmen aus dem SoftBank Portfolio konnten wir unseren Kund*innen in einzelnen europäischen Märkten bereits ausgewählte Partnerangebote (z. B. rabattierte eMobilität über den Anbieter TIER Mobility) unterbreiten und wollen dies in Zukunft weiter ausbauen.

3. Start-up-Förderung SDG 9 BEZIEHUNGEN

Als das führende Start-up-Programm der Telekom verbindet der Tech-Inkubator **hubraum** externe Start-ups mit relevanten Geschäftseinheiten in unserem Konzern, um gemeinsam innovative Produkte für unsere Privat- und Geschäftskunden anzubieten. Dazu ermöglicht hubraum den Start-ups Frühphasenfinanzierung aus einem eigenen Investment Fund und gezielte Innovationsprogramme mit Blick auf unsere strategischen Wachstumsfelder und Technologien.

Seit der Gründung im Jahr 2012 haben wir ein strategisches Investment-Portfolio von über 30 Unternehmen aufgebaut und mit weiteren ca. 350 Start-ups aus Europa und Israel in Bereichen wie Realtime Gigabit Society (z. B. 5G und Edge Cloud), Smart Data Economy (z. B. KI und Process Automation) und dem Internet der Dinge (z. B. NB-IoT und Industrie 4.0) intensiv zusammengearbeitet. Der hubraum Campus am Standort Berlin – mit einem der ersten 5G-Netze in Europa und Edge Cloud-Infrastruktur – bietet den Start-ups neben Co-Working-Büroflächen auch exklusiven Zugang zu Netzen, Produktplattformen und Testdaten unseres Konzerns zur Beschleunigung ihres Geschäftsaufbaus. Die hubraum 5G-Prototyping-Initiative wurde im Jahr 2021 mit spezifischeren Programmen fortgesetzt:

- **Campus Networks:** 2021 wurden zwei Start-ups ausgewählt, die ähnlich wie im vergangenen Jahr gemeinsam mit hubraum und T-Systems Anwendungen im Bereich 5G-Campus-Netzwerke entwickeln.
- **iOS AR Innovation Program:** Augmented Reality ist bereits seit 2019 im Fokus unseres Start-up-Inkubators. Nun versucht das Berliner Team erstmalig mit Entwicklern zu kooperieren, die iOS-basierte Anwendungen erstellen. Dabei stehen verschiedene Industrien im Vordergrund, z. B. Gaming, Bildung oder Kommunikation. 2021 haben neun Start-ups aus den USA und Finnland ihre Resultate Ende November in Berlin vorgestellt.

Neben der hubraum 5G-Prototyping-Initiative gab es 2021 weitere Programme und Initiativen:

- **Network Sustainability Award:** Mit der Absicht, unsere Telekommunikationsnetzwerke energieeffizienter zu gestalten, hat hubraum diesen Award 2020 ins Leben gerufen und im Jahr 2021 erneut verliehen. Nach der Sichtung von insgesamt 221 Bewerbungen wurden final vier Sieger ausgewählt. Derzeit werden Tests durchgeführt, um die Effizienz der nachhaltigen Lösungen zu testen und deren Nutzen vor einem Roll-out zu prüfen. Namenhafte Partner wie Microsoft, Orange und South Korean Telecom haben diesen Award begleitet. Seitens Technologie und Innovation wird das Thema im Rahmen des TESLA-Programms (Telco Energy Efficiency, Sustainability & Leveraging Assets) betreut. SDG 13 UMWELT
- **Residency Program for IoT Creators:** Mit insgesamt ca. 150 Sitzplätzen in Berlin und Krakau hat hubraum im Berichtsjahr erstmalig begonnen, Büroräume inklusive Mentoring in einem strukturierten Rahmen anzubieten. Insgesamt sieben Start-ups sind dafür in unsere Räumlichkeiten eingezogen und entwickeln derzeit mithilfe der bereitgestellten Infrastruktur und Mentoren ihre Anwendungen für die finale Präsentation Ende Februar 2022. Eine Besonderheit hierbei ist der Fokus auf IoT, weshalb die IoT-Ingenieure (Deutsche Telekom IoT GmbH) eine essenzielle Rolle als Partner spielen.

- **Developer Relations:** Derzeit ist es für Entwickler schwierig, Telekommunikationsdienste in ihre Applikationen zu integrieren, da dies von der derzeitigen Netzwerk-Architektur nicht unterstützt wird. Um diese Problematik zu lösen, entwickelt hubraum derzeit ein Portal mit Zugang zu Telekom APIs (Programmierschnittstellen) und bildet eine Community rund um dieses Thema. Das letztendliche Ziel lautet: Unternehmen sollen in der Lage sein, ihre Produkte und Dienstleistungen inklusive Telekommunikationsdienstleistungen problemlos anbieten zu können.
- **Accuracy Unlocked:** In diesem Programm wird daran gearbeitet wie eine präzise Positionierung mithilfe einer Cloud-basierten Lösung umgesetzt werden kann, um die vorhandene Satellitennavigation zu optimieren und sowohl im B2C- als auch B2B-Bereich Anwendungsfälle für den Massenmarkt anzubieten. Dreizehn von hubraum und Swift Navigation ausgewählte und betreute Start-ups haben im August 2021 demonstriert, wie deren Lösungen funktionieren – z. B. im Bereich Robotics, Shared Mobility oder Automotive.
- **hub4industry:** Das Konsortium „hub4industry“ wurde 2019 aus Mitteln des polnischen Ministeriums für wirtschaftliche Entwicklung und Technologie gegründet. hubraum baut die Fabrik der Zukunft mit einem 4G/5G-Campus-Netz auf Basis der typischen Single-RAN-Architektur und einem EPC-Netzwerk vor Ort auf. Dies dient als Showroom für zahlreiche Kunden und Partner, die an Industrie 4.0 interessiert sind.

Folgende Start-ups haben von uns im Berichtsjahr ein Investment erhalten:

- **MonoLets** hat eine besonders energieeffiziente und skalierbare IoT-Systemlösung für Logistik und Versorgung entwickelt. Diese ermöglicht eine Echtzeitüberwachung verschiedener Parameter auf der Ebene von einzelnen Gütern.
- **PHYTunes** löst das Problem einer schlechten 5G-Verbindung in Innenräumen. Dafür hat PHYTunes ein neues Verfahren zur Übertragung von 5G-Mobilfunk-Signalen entwickelt, das Hindernisse wie Fenster, Wände, Pflanzen etc. umgeht.

hubraum wird im Jahr 2022 sein 10-jähriges Jubiläum feiern, womit er als ältester Start-up-Inkubator in Berlin in der europäischen Start-up-Welt ein Sondermerkmal aufweist. Außerdem sind weitere, teilweise aufbauende Innovationsprogramme geplant, die sich (erneut) auf Themen wie Nachhaltigkeit, Augmented Reality oder 5G konzentrieren.

Innovationsgovernance

Die Innovationszyklen werden immer kürzer. Darum müssen wir unsere Innovationsprojekte agil und flexibel steuern, was Management und Budget-Bereitstellung betrifft. Wir orientieren uns dabei sowohl an Best Practice-Ansätzen innovativer Start-ups und erfolgreicher Unternehmen als auch an neuesten Erkenntnissen aus Forschung und Lehre.

Portfolio und Innovation Board

Unser Portfolio & Innovation Board (PIB) ist zentraler Bestandteil unserer Innovationssteuerung. Mit diesem konzernübergreifenden Gremium stellen wir sicher, dass wir die richtigen Prioritäten setzen. Hier identifizieren und selektieren wir die Innovationsprojekte für unseren Konzern und entscheiden über die Art der Umsetzung. Dabei orientieren wir uns grundsätzlich an der Konzernstrategie und schaffen konzernweit Transparenz über unsere Innovationsinvestitionen.

Corporate Innovation Fund

Unser Corporate Innovation Fund (CIF) wird zentral von unserem PIB gesteuert: Mit dem CIF bieten wir – ähnlich einem Venture Capital-Ansatz – für alle konzerninternen Geschäfts- und Produktideen eine flexible und ergebnisorientierte Form der Budget-Bereitstellung für jeweils eine fest definierte Projektphase. Mit dem zusätzlich bereitgestellten Innovationsbudget können wir z. B. neue Innovationsprojekte kurzfristig und unkompliziert mit Mitteln ausstatten. Dabei erfolgt diese Finanzierung unabhängig vom jährlichen Planungszeitraum, was eine bessere Ausrichtung an den Markt- und Kundenanforderungen ermöglicht. Einzige Vorgabe ist, dass die neuen Geschäfts- und Produktideen in Bezug zu den zentralen Innovationsschwerpunkten stehen.

T&I Investment Committee

Damit Investitionsentscheidungen über unsere mehrjährigen Innovationsprioritäten schneller getroffen werden können, haben wir das Investment Committee eingerichtet. Der Anspruch dieses Komitees ist es, wie ein (interner) Risikokapitalgeber zu agieren. Unser Investment Committee allokiert die finanziellen Mittel erfolgsabhängig – analog zu dem in der Start-up-Welt und bei Venture Capital-Investoren verbreiteten Ansatz, dass neue Finanzmittel nur bei überzeugender Performance von Kapitalgebern eingeworben werden können. Dies verschafft uns die notwendige Flexibilität bei der Entwicklung unserer Innovationsthemen und rückt die Erfolgsorientierung in den Mittelpunkt. So stellen wir finanzielle Mittel für die nächste Projektphase nur dann bereit, wenn konkrete und für unsere Kunden relevante Ergebnisse erreicht werden.

DTCP

Die Anfang 2015 gegründete Investment Management Gruppe DTCP verwaltet ca. 1,0 Mrd. US-Dollar für die Deutsche Telekom und andere institutionelle Investoren und hat über 60 Unternehmen im Portfolio. DTCP verfolgt zwei Investitionsstrategien: einerseits Wachstumskapital (Growth Equity) in Europa, den USA und Asien, andererseits Investments in digitale Infrastruktur in Europa. Die Investitionen der DTCP sind primär finanziell motiviert – so erwirbt DTCP z. B. Anteile an Unternehmen in der Wachstumsphase, unterstützt diese dabei weiter zu wachsen und verfolgt das Ziel, die Anteile später gewinnbringend zu veräußern. Zudem unterstützt DTCP aktiv dabei Geschäftsbeziehungen zwischen den innovativen Portfolio-Unternehmen und der Deutschen Telekom und anderen Partnerkonzernen zu etablieren, um damit Mehrwert für beide Seiten zu schaffen.

Im Bereich Growth Equity bedeutete der Fokus auf Cloud-basierte Software-as-a-Service (SaaS)-Lösungen für Unternehmen wie bereits in den Vorjahren eine positive Entwicklung, nicht zuletzt angetrieben durch die weiter ansteigende Verbreitung und Akzeptanz von Heimarbeit und zunehmende Digitalisierung. Neu hinzugekommen im Growth Equity-Portfolio sind die Unternehmen Axonius (Cyber-Sicherheits-Asset-Management), Iterable (Cross-Channel-Marketing-Plattform), One Store (südkoreanischer App-Store), Neo4j (Graphdatenbankverwaltungssystem) und Figma (Infrastruktur für Web3 Staking). Zudem wurde das Engagement in den erfolgreichen Portfolio-Unternehmen AppsFlyer (Marketing-Analyse), Aircall (Callcenter-Software) und Arctic Wolf Networks (Netzwerk-Sicherheit für Unternehmen) ausgebaut. Das ehemalige Portfolio-Unternehmen Signavio, welche Geschäftsprozess-Software anbietet, wurde von SAP übernommen. Des Weiteren wurde das Single-Sign-On-/IT-Einmalanmeldung-Unternehmen Auth0 von Okta erworben. Darüber hinaus wurde die Portfolio-Firma Epsagon (Anwendungsüberwachung) von Cisco erworben und das Portfolio-Unternehmen Guardicore (Cyber-Sicherheit durch Netzwerk-Segmentierung) von Akamai übernommen. Durch die Fusion mit einem Private Equity finanzierten Wettbewerber konnte außerdem ein Teil der Beteiligung an Dynamic Signal, einem Anbieter für firmeninterne Kommunikationssoftware, veräußert werden.

Für Investments mit einer vornehmlich strategischen Motivation steht das strategische Beteiligungsfahrzeug Telekom Innovation Pool (TIP) zur Verfügung. Durch DTCP beraten, realisiert die Deutsche Telekom hier Investitionen und Unternehmensgründungen, welche einen strategischen Fokus haben und die langfristigen Ziele des Konzerns durch Zusammenarbeit mit jeweiligen Geschäftsbereichen unterstützen. Insbesondere in den Feldern Software-Defined Networking (SDN), dezentralisierte und Cloud-basierte Anwendungen und Digitalisierung des Geschäftsbetriebs werden hier aktiv langfristige Innovationen für den Konzern verfolgt. 2021 wurden durch TIP vier neue Unternehmensbeteiligungen realisiert: Celo (Dezentralisierte Finanzsysteme und Tools für Smartphones), Signalwire (Communications-Plattform-as-a-Service, CPaaS), Teridion (Software-Defined Wide Area Network, SD-WAN) sowie GoStudent (digitale Ausbildung, Online-Learning).

Patent-Portfolio

Die Bedeutung von Patenten in der Telekommunikationsbranche wächst beständig. Akteure und Aktionsfelder ändern sich und beeinflussen unsere Patent-Strategie. Dabei gilt es einerseits, die Handlungsfreiheit unseres Konzerns zu erhalten. Andererseits wollen wir die Ergebnisse unserer eigenen Forschung und Entwicklung schützen und in Kooperationen und Partnerschaften nutzen. Dafür sind Patentrechte – national wie international – außerordentlich bedeutend. Wir widmen uns daher intensiv der Erzeugung und Aufrechterhaltung eigener Patente. Im Berichtsjahr verfügt die Deutsche Telekom über einen Gesamtbestand von rund 8.800 Patentrechten. Unser Patent-Portfolio entwickeln wir intensiv weiter unter Berücksichtigung heutiger und zukünftig relevanter Technologien. Dies sichert in einer dynamischen Welt die Werthaltigkeit unserer Innovationen und stützt die Wettbewerbsfähigkeit des Konzerns.

Investitionen in Forschung und Entwicklung

Zu unseren Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen (F&E) zählen produktvorbereitende Forschung und Entwicklung, wie z. B. die Suche nach alternativen Produkten, Verfahren, Systemen oder Dienstleistungen. Nicht als F&E-Aufwendungen erfassen wir im Gegensatz dazu die Aufwendungen zur Entwicklung von System- und Anwender-Software, die zum Ziel hat, die Produktivität zu steigern und unsere Geschäftsprozesse effektiver zu gestalten. 2021 lag der F&E-Aufwand für den Konzern bei 33 Mio. € (2020: 33 Mio. €). Die Investitionen unseres Konzerns in zu aktivierende selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte lagen 2021 bei 612 Mio. € und damit über dem Vorjahreswert von 448 Mio. €. Schwerpunktmäßig betreffen diese Investitionen selbst erstellte Software, wobei der überwiegende Anteil auf das Segment Group Headquarters & Group Services sowie auf unser operatives Segment Systemgeschäft entfällt.

Prognose^a

Gesamtaussage des Vorstands zur voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns

Unseren Wachstumskurs auf beiden Seiten des Atlantiks setzten wir auch im Jahr 2021 erfolgreich fort. Die starke Entwicklung der vergangenen Jahre wollen wir noch übertreffen und den Konzern mit nachhaltigem Wachstum in die Zukunft führen. Auf unserem Kapitalmarkttag im Mai 2021 haben wir unsere mittelfristige Strategie und den finanziellen Ausblick vorgestellt. Wichtige Meilensteine zur langfristigen Sicherung der unternehmerischen Kontrolle an T-Mobile US konnten wir bereits passieren und auch auf dieser Seite des Atlantiks sind bedeutende Transaktionen und Reorganisationen zum Abschluss gekommen. Mit dieser starken Ausgangsposition wollen wir unseren Erfolg auch in Zukunft mit soliden finanziellen Wachstumsraten untermauern, die Technologie-Führerschaft mit den besten und modernsten Netzen weiter ausbauen und damit unsere Strategie „Leading Digital Telco“ umsetzen.

^a Die Prognosen enthalten vorausschauende Aussagen über künftige Entwicklungen, die auf aktuellen Einschätzungen des Managements beruhen. Wörter wie „antizipieren“, „annehmen“, „glauben“, „einschätzen“, „erwarten“, „beabsichtigen“, „können/könnten“, „planen“, „anstreben“, „sollten“, „werden“, „wollen“ und ähnliche Begriffe kennzeichnen vorausschauende Aussagen. Diese vorausschauenden Aussagen enthalten Aussagen zur erwarteten Entwicklung in Bezug auf Umsatz, Service-Umsatz, EBIT, EBITDA after leases, bereinigtes EBITDA after leases, bereinigtes Core EBITDA after leases, ROCE, Cash Capex und Free Cashflow after leases. Solche Aussagen sind Risiken und Unsicherheiten unterworfen. Beispiele hierfür sind ein konjunktureller Abschwung in Europa oder Nordamerika, Veränderungen der Wechselkurse und Zinssätze, der Ausgang von Streitigkeiten, an denen die Deutsche Telekom beteiligt ist, sowie wettbewerbs- und ordnungspolitische Entwicklungen. Einige Unsicherheitsfaktoren oder andere Unwägbarkeiten, die die Fähigkeit, die Ziele zu erreichen, beeinflussen können, werden im Kapitel „Risiko- und Chancen-Management“ im zusammengefassten Lagebericht und im „Haftungsausschluss“ am Ende des Geschäftsberichts beschrieben. Sollten diese oder andere Unsicherheitsfaktoren und Unwägbarkeiten eintreten oder sich die den Aussagen zugrunde liegenden Annahmen als unrichtig erweisen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den in diesen Aussagen genannten oder implizit zum Ausdruck gebrachten Ergebnissen abweichen. Wir garantieren nicht, dass sich unsere vorausschauenden Aussagen als richtig erweisen. Die hier enthaltenen vorausschauenden Aussagen basieren auf der zukünftigen Konzernstruktur, wobei unter Umständen noch zu beschließende Akquisitionen, Veräußerungen, Unternehmenszusammenschlüsse oder Joint Ventures unberücksichtigt bleiben. Diese Aussagen werden im Hinblick auf die Gegebenheiten am Tag der Veröffentlichung dieses Dokuments getroffen. Wir haben – unbeschadet bestehender kapitalmarktrechtlicher Verpflichtungen – weder die Absicht noch übernehmen wir eine Verpflichtung, vorausschauende Aussagen laufend zu aktualisieren.

Damit verbunden sind unsere finanziellen Ziele bis 2024, die wir auf unserem [Kapitalmarkttag](#) im Mai 2021 kommuniziert haben. Zwischen 2020 und 2024 wollen wir pro Jahr die folgenden durchschnittlichen Wachstumsraten (CAGR) bzw. Ziele für unsere wichtigsten finanziellen Leistungsindikatoren erreichen:

- Der **Umsatz** soll durchschnittlich um 1 bis 2 % steigen; die durchschnittliche Wachstumsrate des **Service-Umsatzes** soll 3 bis 4 % betragen.
- Das **bereinigte EBITDA AL** soll durchschnittlich um 3 bis 5 % steigen; das bereinigte Core EBITDA AL, d. h. das bereinigte EBITDA AL ohne Umsätze aus der Endgerätevermietung in den USA, soll durchschnittlich um 5 bis 6 % steigen.
- Der **Free Cashflow AL** (vor Ausschüttung und Investitionen in Spektrum) soll kontinuierlich steigen und im Jahr 2024 über 18 Mrd. € betragen.
- Das **Ergebnis je Aktie** (bereinigt um Sondereinflüsse) soll im Jahr 2024 über 1,75 € betragen.

Für 2022 erwarten wir nachfolgende Entwicklung gegenüber dem Vorjahr – dabei gehen wir von einem vergleichbaren Konsolidierungskreis und konstanten Wechselkursen aus:

- Unser **Umsatz** wird 2022 voraussichtlich zunächst stabil verlaufen. Für den **Service-Umsatz** erwarten wir einen leichten Anstieg.
- Das **bereinigte EBITDA AL** wird 2022 bei rund 36,5 Mrd. € erwartet. Im Berichtsjahr lag das bereinigte EBITDA AL bei 37,3 Mrd. € bzw., auf vergleichbarer Basis zu dem für 2022 prognostizierten bereinigten EBITDA AL, bei 36,5 Mrd. €. Für das bereinigte Core EBITDA AL erwarten wir für 2022 einen Anstieg von rund 5 %.
- Der **Free Cashflow AL** soll 2022 auf rund 10 Mrd. € wachsen. 2021 lag der Free Cashflow AL bei 8,8 Mrd. € bzw., auf vergleichbarer Basis zu dem für 2022 prognostizierten Free Cashflow AL, bei 8,4 Mrd. €.
- Für das **Ergebnis je Aktie** (bereinigt um Sondereinflüsse) erwarten wir im Jahr 2022 einen leichten Anstieg.

Konjunkturerwartungen

In seiner Konjunkturprognose von Januar 2022 geht der Internationale Währungsfonds (IWF) davon aus, dass die Weltwirtschaft im Jahr 2022 um 4,4 % wachsen wird. Wir erwarten auch für unsere Kernmärkte eine fortgesetzte konjunkturelle Erholung. Die Liefer- und Kapazitätsengpässe dürften sich 2022 langsam abschwächen und an Einfluss verlieren. Die Inflationsraten dürften sich 2022 abschwächen, wenn maßgebliche Sonderfaktoren wie der Anstieg der Preise für Rohstoffe und Energie aus dem Vorjahresvergleich herausfallen. Insbesondere die osteuropäischen Volkswirtschaften dürften 2022 auch von den ersten Auszahlungen im Rahmen der Aufbau- und Resilienzfähigkeit, der tragenden Säule des „NextGenerationEU“ Wiederaufbaufonds, profitieren.

Prognose für die Entwicklung des BIP und der Arbeits- und Erwerbslosenquote in unseren Kernmärkten für 2022 und 2023

in %	BIP 2022 gegenüber 2021	BIP 2023 gegenüber 2022	Arbeits-/Erwerbslosen- quote 2022	Arbeits-/Erwerbslosen- quote 2023
Deutschland	3,8	2,5	5,2	5,0
USA	4,0	2,6	4,2	4,0
Griechenland	5,2	3,6	15,0	14,5
Rumänien	5,1	5,2	4,8	4,5
Ungarn	5,4	3,2	3,1	2,9
Polen	4,6	3,7	3,1	3,0
Tschechische Republik	4,4	3,2	2,6	2,4
Kroatien	5,6	3,4	6,2	5,8
Slowakei	5,3	4,3	6,4	5,6
Österreich	4,9	1,9	4,6	4,5

Quellen: Internationaler Währungsfonds, Europäische Kommission, HSBC; Stand Januar 2022.

Für Deutschland wird die Arbeitslosenquote und für die übrigen Länder die Erwerbslosenquote nach ILO-Standard gezeigt.

Erwartungen des Konzerns

Erwartungen bis 2023. Für die nächsten beiden Jahre erwarten wir ein weiter anhaltendes, profitables Wachstum und damit eine gute Basis, um unsere finanziellen Ambitionen – kommuniziert auf unserem Kapitalmarkttag im Mai 2021 – zu erreichen.

Für unsere **finanziellen Leistungsindikatoren** erwarten wir 2022 und 2023 folgende Entwicklungen:

- Für den **Umsatz** wird 2022 im Vergleich zum Vorjahr ein stabiler Verlauf erwartet und für 2023 ein leichter Anstieg. Die Entwicklung wird v. a. durch das operative Segment USA geprägt, für das wir ebenso für 2022 einen stabilen Verlauf und einen leichten Anstieg für 2023 erwarten. Der Prognosezeitraum ist in den USA durch den Rückzug aus dem Geschäftsmodell der Endgerätevermietung sowie niedrigere Umsätze im Wholesale-Geschäft belastet. Im operativen Segment Deutschland wird 2022 ein leichter Anstieg und 2023 ein Anstieg der Umsatzerlöse erwartet.
- Für den **Service-Umsatz** ist 2022 und 2023 jeweils im Vergleich zum Vorjahr ein leichter Anstieg zu erwarten. Für das operative Segment USA erwarten wir nach einem Anstieg für 2022 einen leichten Anstieg im Jahr 2023.

- Unser **bereinigtes EBITDA AL** wird 2022 bei rund 36,5 Mrd. € erwartet und 2023 voraussichtlich ansteigen. Auch die bereinigte EBITDA AL-Entwicklung ist in den kommenden beiden Jahren durch einen schrittweisen Rückzug aus dem Geschäftsmodell der Endgerätevermietung in den USA belastet, bei welchem den Umsatzerlösen aus der Endgerätevermietung aufwandsseitig v. a. Abschreibungen der aktivierten Endgeräte gegenüberstehen. Die Endgerätevermietung stand v. a. bei Sprint im Fokus und soll durch eine vermehrte Vermarktung des Geschäftsmodells der Endgerätefinanzierung durch Ratenzahlung des Kunden ersetzt werden.
- Für das **bereinigte Core EBITDA AL** erwarten wir 2022 und 2023 jeweils im Vergleich zum Vorjahr einen Anstieg. Das bereinigte Core EBITDA AL unterscheidet sich durch die Herausnahme der Umsatzerlöse aus der Endgerätevermietung in den USA vom bereinigten EBITDA AL und zeigt damit eine Darstellung der operativen Entwicklung, die nicht durch den Rückzug aus dem Geschäft der Endgerätevermietung verzerrt ist. Aus diesem Grund ergänzen wir unsere finanziellen Leistungsindikatoren in den Jahren des Rückzugs aus dem Geschäftsmodell der Endgerätevermietung in den USA für erläuternde Zwecke um das bereinigte Core EBITDA AL.
- Für das **EBIT** erwarten wir 2022 und 2023 jeweils einen starken Anstieg im Vergleich zum Vorjahr. Basis ist die positive Entwicklung des bereinigten Core EBITDA AL. Während das Jahr 2022 zusätzlich von Erträgen im Zusammenhang mit der Veräußerung der T-Mobile Netherlands profitiert, zeigen sich 2023 die Effekte aus der Verminderung der Integrationskosten im Rahmen des Zusammenschlusses von T-Mobile US und Sprint.
- Der **ROCE** wird 2022 voraussichtlich leicht ansteigen und 2023 stark ansteigen. Unser Ziel einer Kapitalrendite oberhalb des Niveaus des zu erwartenden, gewichteten durchschnittlichen Kapitalkostensatzes (WACC) werden wir damit – nach einer kurzfristig erhöhten Belastung bis 2022 durch die Integrationskosten im Rahmen des Zusammenschlusses von T-Mobile US und Sprint – voraussichtlich im Jahr 2023 wieder erreichen.
- Unsere Investitionen sollen 2022 – gemessen am **Cash Capex** (vor Investitionen in Spektrum) – rund 19,3 Mrd. € betragen und beinhalten erhöhte Investitionen für den beschleunigten 5G-Ausbau im operativen Segment USA. 2023 soll der Cash Capex (vor Investitionen in Spektrum) stark zurückgehen. Wir wollen weiter massiv in den Ausbau unserer Netzinfrastruktur in Deutschland, den USA und Europa investieren, um unsere Technologie-Führerschaft dauerhaft zu sichern.
- Unser **Free Cashflow AL** (vor Ausschüttung und Investitionen in Spektrum) wird 2022 bei rund 10 Mrd. € erwartet. Auch 2023 erwarten wir aufgrund der guten operativen Entwicklung einen starken Anstieg des Free Cashflow AL. Dabei erwarten wir für das Geschäft außerhalb der USA einen Free Cashflow AL in Höhe von 3,7 Mrd. € für 2022. 2021 lag der Free Cashflow AL außerhalb der USA bei 3,9 Mrd. € bzw., auf vergleichbarer Basis zu dem für 2022 prognostizierten Free Cashflow AL außerhalb der USA, bei 3,5 Mrd. €.
- Ende 2021 stuften uns die **Rating-Agenturen** Standard & Poor's (S&P) mit BBB, stabiler Ausblick, Fitch mit BBB+ und stabilem Ausblick sowie Moody's mit Baa1 und stabilem Ausblick ein. Der Erhalt eines Investment Grade Ratings innerhalb der Bandbreite von A– bis BBB ermöglicht uns auch zukünftig den Zugang zu den internationalen Kapitalmärkten und ist daher Kernbestandteil unserer Finanzstrategie.
- Für unser **Ergebnis je Aktie** (bereinigt um Sondereinflüsse) erwarten wir 2022 einen leichten Anstieg. Für 2023 gehen wir von einem starken Anstieg des bereinigten Ergebnis je Aktie aus.

Mit unserem Daueremissionsprogramm (Debt Issuance-Programm) sind wir in der Lage, Emissionen mit einer kurzen Vorlaufzeit an den internationalen Kapitalmärkten zu platzieren. Über unser Commercial Paper-Programm können wir darüber hinaus kurzfristige Papiere am Geldmarkt emittieren. Die Refinanzierung von T-Mobile US erfolgt hauptsächlich über besicherte und unbesicherte Anleihen.

In den Jahren 2022 und 2023 werden Rückzahlungen von Anleihen und Darlehen im Volumen von insgesamt 7,0 Mrd. € bzw. 7,8 Mrd. € fällig. Einige Anleihen der T-Mobile US enthalten Kündigungsrechte für die Emittentin. Sofern sich durch die vorzeitige Kündigung und Refinanzierung dieser Anleihen wirtschaftliche Vorteile erzielen lassen, können sich hieraus weitere Refinanzierungsbedarfe ergeben. Wir planen die Neuemission von Anleihen in verschiedenen Währungen. Die genauen Finanzierungstransaktionen hängen von den Entwicklungen an den internationalen Finanzmärkten ab. Einen Teil unseres Liquiditätsbedarfs wollen wir außerdem durch die Emission von Commercial Paper abdecken.

Auch in Zukunft wollen wir durch passende Kooperationen oder angemessene Akquisitionen in unseren Märkten Größenvorteile und Synergien nutzen. Nicht geplant ist hingegen die Expansion in Schwellenländer (Emerging Markets). Unsere bestehenden Kooperationen und Beteiligungen werden wir kontinuierlich unter strategischen Gesichtspunkten und mit Blick auf die Unternehmenswertmaximierung prüfen.

Die Erwartungen bis 2023, auf Ebene unseres Konzerns und unserer operativen Segmente, sind in den nachfolgenden Tabellen für unsere finanziellen und nichtfinanziellen Leistungsindikatoren dargestellt und gelten unter der Annahme einer vergleichbaren Konsolidierungsstruktur und konstanter Wechselkurse. Sollte es zu einer Verschlechterung der Konjunktur oder zu unvorhergesehenen staatlichen bzw. regulatorischen Eingriffen kommen, könnte sich dies auf die dargestellten Erwartungen entsprechend auswirken. Auch können Abweichungen aufgrund makroökonomischer Unsicherheiten, z. B. im Zusammenhang mit dem Fortschreiten der Coronavirus-Pandemie, nicht ausgeschlossen werden. Alle Trendaussagen beziehen sich auf das jeweilige Vorjahr. Bei der Intensität und der Richtung unserer Prognosen nutzen wir folgendes Bewertungsraster: starker Rückgang, Rückgang, leichter Rückgang, stabiler Verlauf, leichter Anstieg, Anstieg, starker Anstieg.

Finanzielle Leistungsindikatoren

		Ergebnisse 2021	Pro-forma 2021 ^a	Erwartungen 2022 ^b	Erwartungen 2023 ^b
Umsatz					
Konzern	Mrd. €	108,8	106,5	stabiler Verlauf	leichter Anstieg
Deutschland	Mrd. €	24,2	24,2	leichter Anstieg	Anstieg
USA (in lokaler Währung)	Mrd. US-\$	80,8	81,0	stabiler Verlauf	leichter Anstieg
Europa	Mrd. €	11,4	11,0	leichter Anstieg	stabiler Verlauf
Systemgeschäft	Mrd. €	4,0	4,0	stabiler Verlauf	leichter Anstieg
Group Development	Mrd. €	3,2	1,1	Anstieg	Anstieg
Service-Umsatz					
Konzern	Mrd. €	84,1	82,1	leichter Anstieg	leichter Anstieg
USA (in lokaler Währung)	Mrd. US-\$	57,8	57,8	Anstieg	leichter Anstieg
Betriebsergebnis (EBIT)					
	Mrd. €	13,1	12,5	starker Anstieg	starker Anstieg
EBITDA AL					
	Mrd. €	33,9	33,0	Anstieg	starker Anstieg
EBITDA AL (bereinigt um Sondereinflüsse)					
Konzern	Mrd. €	37,3	36,5	rund 36,5	Anstieg
Deutschland	Mrd. €	9,5	9,5	9,8	leichter Anstieg
USA (in lokaler Währung)	Mrd. US-\$	26,9	26,8	26,4	Anstieg
Europa	Mrd. €	4,0	3,9	4,0	leichter Anstieg
Systemgeschäft	Mrd. €	0,3	0,3	0,3	Anstieg
Group Development	Mrd. €	1,3	0,6	0,6	Anstieg
Core EBITDA AL (bereinigt um Sondereinflüsse)^c					
Konzern	Mrd. €	34,5	33,7	Anstieg	Anstieg
USA (in lokaler Währung)	Mrd. US-\$	23,6	23,6	Anstieg	starker Anstieg
ROCE					
	%	4,1		leichter Anstieg	starker Anstieg
Cash Capex (vor Investitionen in Spektrum)					
Konzern	Mrd. €	18,0	17,7	19,3	starker Rückgang
Deutschland	Mrd. €	4,1	4,1	Anstieg	Anstieg
USA (in lokaler Währung)	Mrd. US-\$	12,2	12,2	starker Anstieg	starker Rückgang
Europa	Mrd. €	1,8	1,7	stabiler Verlauf	stabiler Verlauf
Systemgeschäft	Mrd. €	0,2	0,2	stabiler Verlauf	stabiler Verlauf
Group Development	Mrd. €	0,6	0,3	starker Anstieg	stabiler Verlauf
Free Cashflow AL (vor Ausschüttung und Investitionen in Spektrum)					
	Mrd. €	8,8	8,4	rund 10,0	starker Anstieg
Rating					
Standard & Poor's, Fitch		BBB, BBB+		von A- bis BBB	von A- bis BBB
Moody's		Baa1		von A3 bis Baa2	von A3 bis Baa2
Sonstige					
Dividende je Aktie ^{d, e}	€	0,64		Ausschüttungsquote von 40 bis 60 % am EPS (bereinigt um Sondereinflüsse), Minimum 0,60 €	Ausschüttungsquote von 40 bis 60 % am EPS (bereinigt um Sondereinflüsse), Minimum 0,60 €
Ergebnis je Aktie (bereinigt um Sondereinflüsse)	€	1,22		leichter Anstieg	starker Anstieg
Eigenkapitalquote	%	28,9		25 bis 35	25 bis 35
Relative Verschuldung		3,06x ^f		> 2,75x ^f	> 2,75x ^f

^a Berücksichtigung von Änderungen in der Organisationsstruktur sowie wesentlicher Konsolidierungskreisveränderungen bis zum Tag der Aufstellung des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts (u. a. die Veräußerung der T-Mobile Netherlands – Herausnahme 12 Monate für Pro-forma 2021 und Erwartungen, die Veräußerung der Telekom Romania Communications, der Erwerb von Shentel, die Zusammenlegung des Funkturmgeschäfts in den Niederlanden und Errichtung eines Infrastrukturfonds).

^b Auf vergleichbarer Basis.

^c Das bereinigte Core EBITDA AL unterscheidet sich durch die Herausnahme der Umsätze aus der Endgerätevermietung in den USA vom bereinigten EBITDA AL und zeigt damit eine unverzerrte Darstellung der operativen Entwicklung. Aus diesem Grund ergänzen wir unsere finanziellen Leistungsindikatoren in den Jahren des Rückzugs aus dem Geschäftsmodell der Endgerätevermietung in den USA für erläuternde Zwecke um das bereinigte Core EBITDA AL.

^d Die angegebene Erwartung zur Dividende je Aktie bezieht sich auf das jeweils genannte Geschäftsjahr.

^e Vorbehaltlich der notwendigen Gremienbeschlüsse und weiterer gesetzlicher Voraussetzungen.

^f Kurzzeitiges Verlassen des Zielkorridors von 2,25–2,75x bis Ende 2024 durch den Zusammenschluss von T-Mobile US und Sprint.

Nichtfinanziellen Leistungsindikatoren

		Ergebnisse 2021	Pro-forma 2021 ^a	Erwartungen 2022	Erwartungen 2023
Konzern					
Kundenzufriedenheit (TRI*M-Index)		73,4		leichter Anstieg	leichter Anstieg
Mitarbeiterzufriedenheit (Engagement-Score)		77		stabiler Verlauf	stabiler Verlauf
Energieverbrauch ^b	GWh	13.323		stabiler Verlauf	stabiler Verlauf
CO ₂ -Ausstoß (Scope 1 + 2) ^c	kt CO ₂ e	247		leichter Rückgang	leichter Rückgang
Kunden im Festnetz und Mobilfunk					
Deutschland					
Mobilfunk-Kunden	Mio.	53,2	53,2	Anstieg	Anstieg
Festnetz-Anschlüsse	Mio.	17,5	17,5	stabiler Verlauf	stabiler Verlauf
Breitband-Anschlüsse Retail	Mio.	14,5	14,5	leichter Anstieg	leichter Anstieg
TV (IPTV, Sat)	Mio.	4,0	4,0	Anstieg	starker Anstieg
USA					
Postpaid-Kunden	Mio.	87,7	87,7	Anstieg	starker Anstieg
Prepaid-Kunden	Mio.	21,1	21,1	leichter Anstieg	leichter Anstieg
Europa					
Mobilfunk-Kunden	Mio.	45,8	45,8	leichter Anstieg	leichter Anstieg
Festnetz-Anschlüsse	Mio.	7,8	7,8	leichter Rückgang	stabiler Verlauf
Breitband-Kunden	Mio.	6,4	6,4	Anstieg	Anstieg
TV (IPTV, Sat, Kabel)	Mio.	4,0	4,0	Anstieg	Anstieg
Systemgeschäft					
Auftragseingang	Mrd. €	4,2	4,2	leichter Anstieg	leichter Anstieg

^a Berücksichtigung von Änderungen in der Organisationsstruktur sowie wesentlicher Konsolidierungskreisveränderungen bis zum Tag der Aufstellung des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts.

^b Energieverbrauch im Wesentlichen: Strom, Kraftstoff, weitere fossile Brennstoffe, Fernwärme für Gebäude.

^c Berechnet nach der marktbasierter Methode des Greenhouse Gas Protocols.

Weitere Informationen zur Entwicklung der nichtfinanziellen Leistungsindikatoren unserer operativen Segmente finden Sie im Abschnitt „Erwartungen der operativen Segmente“.

Unsere **Kundenbindung/-zufriedenheit** – gemessen mit dem Leistungsindikator **TRI*M-Index** – wollen wir 2022 und 2023 jeweils leicht verbessern.

Aufgrund des hohen Niveaus des **Engagement-Scores** von 77 Punkten – auf einer Skala von 0 bis 100 – als Resultat der Mitarbeiterbefragung 2021 sowie aufgrund der Ergebnisse der im Jahr 2021 durchgeführten Pulsbefragungen erwarten wir, dass die hohe Zustimmung unserer Mitarbeiter*innen zu unserem Unternehmen in den nächsten Pulsbefragungen in den Jahren 2022 und 2023 einen stabilen Verlauf aufweisen wird.

Unseren **Energieverbrauch** wollen wir in den Jahren 2022 und 2023 stabil halten. Für den **CO₂-Ausstoß** (Scope 1 und 2) erwarten wir in den kommenden beiden Jahren jeweils einen leichten Rückgang, da wir den Stromverbrauch seit 2021 für alle Konzerneinheiten zu 100 % mit Strom aus erneuerbaren Energien abdecken und damit bereits ein Großteil der Emissionen wegfällt.

Weitere Informationen zu unseren ESG KPIs finden Sie im Kapitel „Corporate Responsibility und nichtfinanzielle Erklärung“.

Im Rahmen unserer Planung haben wir die folgenden Wechselkurse angenommen:

Währung		Wechselkurs
Kroatische Kuna	HRK	7,53
Polnischer Zloty	PLN	4,57
Tschechische Krone	CZK	25,65
Ungarischer Forint	HUF	358,54
US-Dollar	USD	1,18

Erwartungen der Deutschen Telekom AG. Die Geschäftsentwicklung der Deutschen Telekom AG als Konzernmuttergesellschaft spiegelt sich insbesondere in den Leistungsbeziehungen zu unseren Tochtergesellschaften und den Ergebnissen aus den inländischen Organschaftsverhältnissen der Töchter sowie sonstigen Beteiligungserträgen wider. Somit prägen v. a. die Chancen und Herausforderungen unserer Töchter und deren operative Ergebnisse die zukünftige Entwicklung der Ergebnisse der Deutschen Telekom AG. Neben den Konzernerwartungen beeinflussen entsprechend die auf den folgenden Seiten beschriebenen Erwartungen der operativen Segmente zur Umsatz- und Ergebnisentwicklung, wie z. B. starker Wettbewerbsdruck, regulatorische Entscheidungen, Markt- und Konjunkturerwartungen, die zukünftige Entwicklung des Jahresüberschusses der Deutschen Telekom AG.

Für das Geschäftsjahr 2021 werden wir eine Dividende von 0,64 € je dividendenberechtigter Aktie vorschlagen. Die Dividendenhöhe für die Geschäftsjahre ab 2021 basiert – vorbehaltlich der erforderlichen Gremienbeschlüsse und weiterer gesetzlicher Voraussetzungen – auf einer Ausschüttungsquote von 40 bis 60 % am bereinigten Ergebnis je Aktie, wobei eine Dividende von mindestens 0,60 € je dividendenberechtigter Aktie gezahlt werden soll.

Erwartungen der operativen Segmente

Nachfolgend erläutern wir die Markterwartung und die Erwartungen für die finanziellen und nichtfinanziellen Leistungsindikatoren unserer operativen Segmente. Bei der Entwicklung der Leistungsindikatoren gehen wir von einem vergleichbaren Konsolidierungskreis und konstanten Wechselkursen aus.

Weiterführende Informationen haben wir auf unserem [Kapitalmarkttag](#) im Mai 2021 präsentiert.

Deutschland

Nach dem Anstieg der Umsätze mit Telekommunikationsdiensten in Deutschland im Berichtsjahr im Vergleich zum Vorjahr wird auch im Jahr 2022 weiteres Umsatzwachstum erwartet. Die negativen Umsatzbeeinträchtigungen durch die Coronavirus-Pandemie im Mobilfunk-Markt werden zurückgehen. Negative regulatorische Effekte durch sinkende MTR-Sätze und der Rückgang in der klassischen Festnetz-Telefonie werden durch die weiterhin wachsende Nachfrage nach mobilem Datenvolumen und nach schnellerer Konnektivität im Privat- und Geschäftskundenbereich überkompensiert. Im deutschen Mobilfunk-Markt wird mit einem Anstieg der Umsätze im Jahr 2022 um 0,9 % gerechnet, im Festnetz-Geschäft wird die Anzahl der Breitband-Anschlüsse weiter zunehmen. Es wird mit einem Umsatzwachstum von 1,2 % gerechnet (Quelle: Analysys Mason).

Für unsere Positionierung im Wettbewerb spielen im Privatkundenbereich innovative, attraktive Tarife und Zusatzdienste wie TV-, Streaming-Optionen und Smart Home-Dienste eine immer größere Rolle. Bei den Geschäftskunden werden Cloud Services, Security-Anwendungen sowie Lösungen für Industrie 4.0 zunehmend wichtiger. Wir differenzieren uns von anderen Anbietern durch Technologie-Führerschaft und unsere breite Produkt- und Service-Palette. Tarifinnovationen wie unser konvergentes Angebot „MagentaEINS Unlimited“ oder innovative Festnetz-Produkte wie den 5G Hybrid Router sind Beispiele unserer Innovationsfähigkeit. Als erstes Telekommunikationsunternehmen in Deutschland haben wir dem Thema Nachhaltigkeit Rechnung getragen, indem wir mit der Einführung der beiden Nachhaltigkeitslabels „#GreenMagenta“ und „#GoodMagenta“ die Transparenz unserer Produkte erhöhen.

Der Mobilfunk-Markt in Deutschland wird aktuell von drei Anbietern mit eigener Netzinfrastruktur geprägt, die mit der 4G/LTE- und 5G-Technologie einen Großteil der Bevölkerung mit mobilem Hochgeschwindigkeits-Internet versorgen. Im Jahr 2019 hat auch die Drillisch Netz AG, eine Tochter der United Internet AG, Mobilfunk-Spektrum ersteigert und angekündigt, ein viertes Mobilfunknetz aufzubauen. Die Drillisch Netz AG hat am 21. Mai 2021 einen Vertrag mit Telefónica über National Roaming abgeschlossen, über den Drillisch seine Kunden versorgt, bis sie ein eigenes Mobilfunknetz errichtet haben. Der Infrastrukturwettbewerb wird dadurch weiter zunehmen.

Im Mobilfunk sind wir durch die Einhaltung unseres Netzausbau-Versprechens führend in der Netzabdeckung – bei Geschwindigkeiten und im Kundenerlebnis. Insgesamt können Ende 2021 mehr als 90 % der Bevölkerung in Deutschland die modernste Mobilfunk-Technologie im Netz der Telekom nutzen. Bei 5G erfolgt der Ausbau in Kombination auf zwei Frequenzbändern. Auf der reichweitenstarken 2,1 GHz-Frequenz werden hohe mobile Bandbreiten insbesondere in ländliche Gebiete gebracht. Die 3,6 GHz-Frequenz bietet Highspeed-5G dort, wo sich viele Menschen auf kleinem Raum bewegen, wie z. B. in großen Städten. Mit unserer Mehrmarkenstrategie im Mobilfunk sprechen wir zudem das gesamte Kundenspektrum an, vom Smart Shopper bis hin zum Premiumkunden. Unsere Geschäftskunden überzeugen wir mit unseren „Business Mobile“-Tarifen, welche bereits über den neuen 5G-Standard verfügen und mit zusätzlichen Optionen exklusiv für Geschäftskunden erweitert werden können.

Im Unterschied dazu ist der Markt für Festnetz-Breitband durch eine Vielzahl von Akteuren mit unterschiedlichen Infrastrukturen gekennzeichnet – vom überregionalen Anbieter bis hin zum regionalen Versorger. Wir gehen davon aus, dass der Wettbewerb von Seiten der Kabelnetzbetreiber intensiv bleibt und die Zahl der Anbieter mit eigenem Glasfasernetz zunehmen wird.

Im Festnetz wollen wir immer mehr Kunden mit Glasfaser-basierten Produkten begeistern. Unser deutschlandweites IP-basiertes Netz erreicht hohe Übertragungsbandbreiten von bis zu einem Gigabit pro Sekunde. Um unseren Kunden stets wettbewerbsfähige Highspeed-Anschlüsse anzubieten, investieren wir verstärkt in die digitale Infrastruktur. In den folgenden Jahren wollen wir bis zu 2,5 Mio. Haushalte pro Jahr mit Glasfaser bis zum Haus (FTTH) ausbauen, sodass wir 2024 ca. 10 Mio. Haushalte und Unternehmensstandorte mit Glasfaser-Anschlüssen versorgen können. Im Berichtsjahr haben wir unseren FTTH-Roll-out bereits verdoppelt und 1,2 Mio. Haushalten eine direkte Anbindung an das Glasfasernetz ermöglicht. Von unserem Ausbau profitieren sowohl Menschen im städtischen als auch im ländlichen Raum. Ein wichtiger Baustein unseres Glasfaser-Ausbaus sind Kooperationen. Neben bereits etablierten Kooperationen wurde im Jahr 2021 die Ausbaugesellschaft GlasfaserPlus GmbH gegründet, an der sich der IFM Global Infrastructure Fund mit 50 % beteiligen wird. Das Gemeinschaftsunternehmen soll bis 2028 4 Mio. zusätzliche gigabitfähige FTTH-Anschlüsse im (geförderten) ländlichen Raum und in Fördergebieten ausbauen. Mit unseren vielfältigen Kooperationsmodellen wollen wir Maßstäbe für eine nachhaltige Breitband-Infrastruktur setzen. Die Auslastung unserer Plattform sichern wir dabei durch unser eigenes Endkundengeschäft wie auch die Verlängerung langjähriger Partnerschaften mit Wholesale-Anbietern in der Breitband-Vermarktung.

Im TV-Markt wollen wir weiter wachsen und uns dabei auf unsere Entertainment- und exklusiven Streaming-Angebote bei MagentaTV konzentrieren, d. h. eine große Entertainment-Vielfalt „aus einer Hand“. Um unseren Kunden das bestmögliche Nutzungserlebnis zu bieten, setzen wir hier auf starke Partnerschaften wie z. B. RTL+, Disney+, Netflix, Prime Video, Sky, DAZN und AppleTV+. MagentaTV vereint somit mehrere Entertainment-Welten in einer.

Wir beschleunigen unser umfassendes Transformationsprogramm im operativen Segment Deutschland und verfolgen das Ziel, unsere Marktposition als führender integrierter Telekommunikationsanbieter in Deutschland durch innovative und wettbewerbsfähige Angebote weiter auszubauen. Die Komplexität unserer Produkte und Prozesse wollen wir hierzu durch Automatisierung und Digitalisierungsinitiativen weiter reduzieren. Unser Ziel ist es, mit perfektem Service das beste Kundenerlebnis bieten zu können. Dafür investieren wir weiter konsequent in unsere Netze sowie das Markenerlebnis. Wir verbessern das Service- und Einkaufserlebnis über unsere digitalen Kanäle durch den Ausbau unserer Möglichkeiten, kunden- und kontextindividuelle Angebote zu machen. Für unsere Geschäftskunden positionieren wir uns als der bevorzugte Partner für die Digitalisierung. Sowohl kleine wie große Geschäftskunden und multinationale Konzerne erhalten von uns ein integriertes Portfolio. Von Festnetz über Mobilfunk bis hin zu IT bieten wir kompetent, schnell und aus einer Hand ganzheitliche Lösungen, die unsere Kunden in einer digitalen Welt bestmöglich und nachhaltig unterstützen sollen.

Wir wollen auch in den kommenden Jahren die Marktführerschaft, gemessen am Umsatz, sichern und unseren Vorsprung durch steigende Service-Umsätze ausbauen. Wir reagieren auf den stetig anwachsenden Bedarf unserer Kunden an Bandbreite und investieren weiterhin umfassend in breitbandige Netze, digitale Transformation und erstklassigen Kundenservice. In unserem Breitband-Geschäft verzeichnen wir ein kontinuierliches Umsatzwachstum bei einer gleichzeitig ansteigenden Kundenzufriedenheit – diesen Wachstumskurs wollen wir auch im Jahr 2022 fortsetzen. Zur Verbesserung der Kundenzufriedenheit werden wir die Weiterentwicklung der Mobile Services (z. B. App: „MeinMagenta“) vorantreiben und einen nahtlosen Service über alle Kanäle (z. B. Web, Hotline, Shop) hinweg sicherstellen.

In unserem operativen Segment Deutschland erwarten wir 2022 ein leichtes Umsatzwachstum. 2023 rechnen wir mit einem Anstieg des Umsatzes. Werttreiber sind die zunehmenden Mobilfunk- und Breitband-Umsätze, resultierend aus einer höheren Attraktivität unserer Mobilfunk-Eigenmarke und dem Anstieg unserer Kundenzahl mit Highspeed-Anschlüssen, sowie das Umsatzwachstum in unserem Geschäftskundenbereich, u. a. durch den positiven Trend im IT- und Cloud-Geschäft. Unser Glasfaser-Angebot wollen wir weiter ausbauen, u. a. durch Geschäftsmodelle mit Vorleistungsprodukten, wie die Commitment-Verträge, sowie durch weitere Kooperationen.

Wir erwarten weiterhin, dass unsere Wachstumsinitiativen in Deutschland den mengenbedingten Umsatzrückgang im klassischen Festnetz-Geschäft kompensieren und wir die Marktführerschaft im Mobilfunk und Festnetz weiter ausbauen. Dank unserer hervorragenden Netzqualität und dem fortschreitenden Glasfaser-Ausbau erwarten wir in den kommenden beiden Jahren einen Anstieg der Zahl unserer Mobilfunk-Kunden und ebenso einen Anstieg bei unseren Breitband-Produkten, getrieben durch die Nachfrage nach TV- und Highspeed-Anschlüssen. Mit unseren Initiativen zur Digitalisierung des IT-Lösungsgeschäfts für unsere Geschäftskunden werden Umsätze aus dem IT- und Cloud-Umfeld sowie dem M2M/IoT-Geschäft weiter vorangetrieben. Im Bereich Wholesale erwarten wir insgesamt rückläufige Absatzmengen. Grund dafür ist v. a., dass unsere Wholesale-Kunden ihre Endkunden auf alternative Kabel- und Glasfaser-basierte Infrastruktur migrieren. Die Nachfrage aus unseren Commitment-Verträgen erwarten wir dennoch auf hohem Niveau.

Für die beiden nächsten Jahre gehen wir in unserem operativen Segment Deutschland von einem Ergebnisanstieg im Vergleich zum jeweiligen Vorjahr aus. Im Jahr 2022 erwarten wir ein bereinigtes EBITDA AL in Höhe von ca. 9,8 Mrd. €. Haupttreiber für den Anstieg sind das werthaltige Umsatzwachstum bei einer gleichzeitigen Reduktion der indirekten Kosten, die im Wesentlichen durch Digitalisierungs- und Automatisierungsmaßnahmen erzielt werden soll. 2023 wird unser bereinigtes EBITDA AL voraussichtlich weiter leicht ansteigen. Bis 2023 prognostizieren wir eine stabile bereinigte EBITDA AL-Marge.

Unsere Weichen stehen weiterhin auf Innovation und Wachstum: Während wir die Investitionen in neue Technologien in Zukunft stets mit hoher Kraft vorantreiben, werden wir Alttechnologien zurückbauen und dadurch Kosten einsparen. Unser Investitionsschwerpunkt in den kommenden Jahren liegt im Ausbau einer zukunftsgerichteten Festnetz- und Mobilfunk-Infrastruktur (z. B. FTTH und 5G). Dabei verfolgen wir das Ziel, Lücken im Netz der ländlichen Gebiete zu schließen und Ballungsräume entsprechend des hohen Bandbreitenbedarfs zu versorgen. Wir wollen diesen Ausbau effizient fortsetzen und nehmen an Förderprogrammen teil. Bei unseren Investitionen (Cash Capex) erwarten wir, im Vergleich zum jeweiligen Vorjahr, in den Jahren 2022 und 2023 einen Anstieg.

USA

Nachdem sich der gesamte ICT-Markt in den USA 2020 rückläufig entwickelt hatte, hat er im Berichtsjahr wieder an Dynamik gewonnen. In der ICT-Branche sind fast alle Bereiche, u. a. IT-Ausstattung und -Services, wieder zurück auf Wachstumskurs, sowie auch TK-Infrastruktur und -Services insgesamt. Im Bereich mobiler Sprach- und Datendienste wurde gegenüber dem Vorjahresniveau ein starker Zuwachs verzeichnet. Für den gesamten Markt sowie für die einzelnen Branchen wird bis 2026 stetiges Wachstum erwartet.

Es wird mit insgesamt jährlich weiter steigenden Mobilfunk-Umsätzen gerechnet, mit anhaltendem Kundenwachstum, zunehmender Datennutzung und Wachstum auf dem Endgerätemarkt. Der Tarifwettbewerb ist unverändert stark. Wie erwartet haben die Kabelgesellschaften Altice, Charter und Comcast 2021 mit ihren Mobilfunk-Angeboten an Bedeutung gewonnen und intensivieren den Wettbewerb deutlich, wobei die beiden letzteren jeweils auf über 3 Mio. Kund*innen gewachsen sind. Die Kabelgesellschaften könnten den Konkurrenzdruck noch weiter erhöhen, wenn sie das Potenzial des 2020 erworbenen mittleren Frequenzbands ausschöpfen. Der gemeinsame Vorstoß von DISH zusammen mit seinem Prepaid-Anbieter „Boost Mobile“ steht noch aus.

Führende Branchenverbände wie die GSMA gehen davon aus, dass die USA beim Umstieg auf 5G weltweit eine führende Rolle spielen werden. Der Ausbau des US-amerikanischen 5G-Netzes dürfte sich durch die Erweiterung der Netzkapazität und -abdeckung in sich ergänzenden Frequenzbändern seitens der Anbieter 2022 und in den folgenden Jahren beschleunigen. Zur Unterstützung des 5G-Ausbaus versteigerte die FCC im Jahr 2021 Spektrum im 3,45 GHz-Bereich, schafft das Regelwerk für die Spektrumauktion im 2,5 GHz-Bereich und arbeitet auf den Einsatz des C-Band-Spektrums hin. Nach Schätzungen der GSMA werden 2025 nahezu die Hälfte aller Mobilfunk-Verbindungen über 5G-Netze laufen. Ericsson rechnet bis 2027 mit einem Anteil von 90 %. T-Mobile US hat die 5G-Netzführerschaft des Unternehmens ausgebaut: Zum Jahresende 2021 wurden über das 600 MHz-Spektrum mehr als 310 Mio. Menschen erreicht und über 210 Mio. Menschen mit „Ultra Capacity 5G“ versorgt. Dafür setzt T-Mobile US u. a. das durch den Zusammenschluss mit Sprint erworbene 2,5 MHz-Spektrum ein.

T-Mobile US hat 2021 in einigen Bereichen Rekordergebnisse erzielt. Außerdem haben die Wachstumsinitiativen des Unternehmens an Dynamik gewonnen, und der Ausbau der Netzführerschaft verschafft T-Mobile US eine gute Ausgangslage für ein starkes Jahr 2022. T-Mobile US wird sich weiterhin darauf konzentrieren, den Unternehmenswert zu steigern und auf dem US-amerikanischen Mobilfunk-Markt das beste Angebot im besten 5G-Netz mit prämierten Kundenerlebnissen zu bieten. Zu den Fokusthemen des Unternehmens gehört außerdem, weiterhin nachhaltig und profitabel den Wettbewerb zu schlagen, den Wert der Synergien schneller und umfangreicher zu heben als erwartet und kurzfristig die notwendigen Investitionen zu tätigen, um das Unternehmen langfristig erfolgreich zu positionieren. Mit diesem Leistungsangebot hält T-Mobile US weiter an ihrem Erfolgsrezept fest und bietet zugleich ausgezeichneten Kundenservice sowie das branchenbeste 5G-Netz, um starkes und nachhaltiges langfristiges Wachstum zu gewährleisten und entsprechende Margeneffekte zu generieren.

T-Mobile US geht für 2022 und 2023 sowohl bei Postpaid- als auch bei Prepaid-Kunden von einem anhaltenden Anstieg (allerdings bei letzteren eher von einem leichten Zuwachs) aus, wenn noch nicht erschlossenes Wachstumspotenzial in kleineren Märkten und mit Kunden im ländlichen Raum und Geschäftskunden gehoben und so künftiges Wachstum vorangetrieben wird. Tarife wie „Military“, „Unlimited 55+“ und Familientarife sowie die erfolgte Ausdehnung des Einzelhandelsnetzes in neu erschlossene Gebiete haben T-Mobile US in den vergangenen Jahren zum wachstumsstärksten Unternehmen in dem Sektor gemacht und dabei gleichzeitig hervorragende Finanzergebnisse sowie branchenführende Kundenzuwächse verzeichnen lassen. Des Weiteren wird auf dem US-amerikanischen Mobilfunk-Markt mit einem Zuwachs bei den jüngeren und älteren Altersgruppen sowie einer Zunahme an neuen Produktkategorien im Highspeed-Internet-Geschäft gerechnet. Wettbewerbsdruck und unvorhergesehene Veränderungen in der Mobilfunk-Branche in den USA könnten sich jedoch erheblich auf die Erwartungen auswirken, eigene Postpaid- und Prepaid-Kunden zu gewinnen und zu binden.

T-Mobile US geht für 2022 von einer stabilen Entwicklung des Gesamtumsatzes in lokaler Währung und einem leichten Anstieg für 2023 aus. Ausschlaggebend hierfür ist der für 2022 erwartete leichte Anstieg des Service-Umsatzes und das für 2023 erwartete weitere Wachstum, das hauptsächlich auf den Zuwachs im Bereich Postpaid-Kundenkonten und durchschnittlicher Umsatz je Kundenkonto (ARPA) zurückzuführen ist. Die weitere Einführung von 5G-Geräten wird voraussichtlich zu einem Wachstum beim Umsatz mit Endgeräten und einem Anstieg der Ratenfinanzierungen für Endgeräte führen. Dem gegenüber stehen jedoch rückläufige Umsätze aus der Vermietung von Endgeräten aufgrund einer rückläufigen Basis im Vermietungsgeschäft sowie niedrigere Umsätze im Wholesale-Geschäft.

T-Mobile US rechnet für das Jahr 2022 mit einem bereinigten EBITDA AL von 26,4 Mrd. US-\$ und für das Jahr 2023 mit einem weiteren Anstieg. Die Entwicklung des bereinigten EBITDA AL wird in den kommenden Jahren vom weiteren Ausstieg aus der Vermietung von Endgeräten beeinflusst sein. Bei Sprint stand die Vermietung von Endgeräten stärker im Fokus – dieser Schwerpunkt wird nun auf den Ratenkauf von Endgeräten verlagert. Der Umsatz wird voraussichtlich überproportional zu den Aufwendungen wachsen, denn T-Mobile US setzt den Schwerpunkt auf Kundenwachstum und die Realisierung von Synergien infolge des Zusammenschlusses mit Sprint: Effizienzgewinne bei den operativen Kosten werden vorangetrieben und Basisstationen werden im Zuge der Integration des Netzes und der Migration von Kunden ins Zielnetz außer Betrieb genommen. Neben weiteren Investitionen zur Erschließung von Wachstumspotenzialen wie der Gewinnung von Kunden im Bereich Digitalisierung, in kleineren Märkten und im ländlichen Raum sowie von Geschäftskunden werden jedoch auch die höher erwarteten Wechselaktivitäten im Zuge der Netzmigration voraussichtlich das bereinigte EBITDA AL beeinflussen. Das bereinigte Core EBITDA AL, d. h. das bereinigte EBITDA AL ohne Umsätze aus der Endgerätevermietung, wird voraussichtlich 2022 ansteigen und im Jahr 2023 stark ansteigen.

Ohne Berücksichtigung der Aufwendungen für Spektrum geht T-Mobile US für 2022 von einem starken Anstieg des Cash Capex in lokaler Währung aus, da die Investitionen hoch bleiben, die Netzintegration beschleunigt sowie der Ausbau des 5G-Netzes weiter vorangetrieben werden. Dies dürfte im Jahr 2023 dann zu einem deutlichen Rückgang des Cash Capex führen.

Europa

Die Coronavirus-Pandemie hat auch 2021 die wirtschaftliche Entwicklung der Länder unseres operativen Segments Europa geprägt, wobei sich die Konjunktur nach dem Einbruch im Vorjahr deutlich erholt hat. Der private Konsum hat im Laufe des Jahres 2021 deutlich an Fahrt aufgenommen. Im Jahr 2022 soll das reale BIP in den Ländern unseres Segments zwischen 4,4 und 5,6 % pro Jahr zunehmen. Die anhaltende wirtschaftliche Ungewissheit könnte sich allerdings negativ auf die Haushalts- und Geschäftsausgaben für Telekommunikationsdienstleistungen auswirken und somit insbesondere die Umsätze im Geschäftskundenbereich, bei Roaming und im Prepaid-Segment negativ beeinflussen. So geht Analysys Mason für die Länder unseres operativen Segments Europa für das Jahr 2022 von einem Anstieg von 1,4 % der Gesamtumsätze für Telekommunikationsdienste aus; für 2023 wird das Wachstum nur moderat ausfallen. Der Bedarf der Kunden an einer schnellen und

zuverlässigen Breitband-Anbindung soll auch für die kommenden beiden Jahre zu einem Wachstum der Breitband-Umsätze um ca. 3 % führen. Der Trend zu vermehrter Datennutzung wird sich weiter fortsetzen, insbesondere in den Haushalten, die bisher noch nicht ausreichend mit schnellem Breitband-Anschluss versorgt sind. Die Nachfrage ist auch aufgrund der Corona-bedingten Erfordernis, im Homeoffice zu arbeiten, größer geworden. Hinzu kommt der beschleunigte Glasfaser-Ausbau. In den meisten mittel- und osteuropäischen Ländern besteht noch die Möglichkeit, die Netzabdeckung mit Breitband zu erhöhen. Zusätzliche regulatorisch induzierte Maßnahmen werden die Investitionen in die Netzinfrastruktur voraussichtlich weiter steigern. Dieses Wachstum wird unterstützt durch die steigende Anzahl an Unternehmen, die konvergente Produkte anbieten. Beim traditionellen Pay-TV-Geschäft wird laut Analysys Mason in den nächsten beiden Jahren auch der TV-Umsatz für 2022 und 2023 jeweils um ca. 3 % ansteigen. Die Mobilfunk-Umsätze werden sich nach der Prognose von Analysys Mason im Jahr 2022 wieder leicht um ca. 1 % erhöhen. Auch für 2023 gehen die Analysten eher von einer stabilen Entwicklung aus.

Unser Ansporn ist es, uns in den kommenden Jahren zum führenden digitalen Telekommunikationsanbieter in Europa zu entwickeln. Wir sind davon überzeugt, dass wir nur dann langfristige und nachhaltige Zuwächse generieren können, wenn wir unsere Kunden in den Mittelpunkt all unseres Handelns stellen. Im Privatkundensegment wollen wir z. B. das beste Kundenerlebnis erzielen, indem wir unseren Kunden segmentspezifisch und über alle Landesgesellschaften hinweg unser FMC-Produkt-Portfolio anbieten. Das gelingt uns, weil wir unsere Netzinfrastruktur basierend auf unterschiedlichen Technologien intelligent nutzen. Mit unseren schnellen Glasfasernetzen sowie dem beschleunigten Roll-out von 5G treiben wir die Digitalisierung mit großen Schritten voran und wollen mit unseren vollintegrierten Produkten Privathaushalte, unsere Geschäftskunden sowie Kommunen versorgen.

Das operative Segment Europa ist durch sein starkes Beteiligungsportfolio gekennzeichnet: Alle unsere Landesgesellschaften sind, außer Rumänien, integrierte Anbieter von Telekommunikationsdienstleistungen und besitzen zusammen mit ihrem hohen Markenerkennungswert eine bedeutende Relevanz auf ihren jeweiligen Heimatmärkten. In Rumänien haben wir uns durch die Veräußerung der Anteile an der Telekom Romania Communications von einem integrierten zu einem reinen Mobilfunk-Anbieter transformiert. Die Tatsache, dass wir im Europa Segment international stark aufgestellt sind, bietet uns den Vorteil von Synergieeffekten: Die Landesgesellschaften unterstützen sich gegenseitig mit einem Qualifikations- und Wissenstransfer. Insbesondere bei den Herausforderungen durch die Digitalisierung und der Cloudification verschafft uns diese länderübergreifende Zusammenarbeit einen Vorteil vor den rein regional agierenden Anbietern.

Mit unserem erfolgreichen konvergenten Produkt-Portfolio „MagentaOne“ verfügen wir über starke, integrierte Festnetz- und Mobilfunk-Angebote für unsere Kunden, mit denen wir das Geschehen auf den europäischen Märkten erfolgreich mitgestaltet haben. Im Berichtsjahr haben wir weiter signifikante Fortschritte erzielen können: Zum einen weisen unsere Landesgesellschaften weiterhin starke Wachstumsraten auf, sodass die Mehrzahl unserer Kunden häufig über entsprechende Bündelverträge verfügt und wir damit den Anteil der FMC-Umsätze an den Gesamtumsätzen weiter steigern konnten. Zum anderen profitieren wir damit einhergehend von einer erhöhten Kundenzufriedenheit verbunden mit geringeren Abwanderungsquoten (Churn-Rate). In den nächsten Jahren werden wir unsere konvergenten Bündelangebote in Richtung zielgruppenspezifische Ansprache weiterentwickeln und wollen damit den Wert pro Haushalt kontinuierlich steigern. Mit „MagentaOne“ schaffen wir insbesondere für Familien eine hervorragende Verbindung für zuhause und unterwegs – kombiniert mit attraktiven Zusatzleistungen. Unser Ziel ist es weiterhin, das beste, integrierte Kundenerlebnis zu schaffen.

Unser TV-Geschäft bleibt ein wesentlicher Schlüssel zum Erfolg von FMC. Grundlage hierfür ist die Kombination von exzellentem Netz, einem herausragenden Kundenerlebnis und vielfältigem Content („Superaggregation“). Im Bereich Content legen wir weiterhin Wert auf qualitativ hochwertige und – dort, wo es Sinn macht – exklusive eigene Inhalte. Auch zukünftig werden wir, abhängig von den lokalen Marktbedingungen, über den (co-)exklusiven Erwerb von Rechten für Sportübertragungen wie z. B. der UEFA Champions League und Europa League oder Lizenzen von TV-Spielfilmen/-Serien verhandeln. Wir sehen jedoch ebenfalls weiterhin eine hohe Relevanz von qualitativ hochwertigen lokalen Inhalten in unseren Märkten, die wir unseren Kunden umfassend anbieten möchten. Über die Implementierung einer neuen TV-Plattform können wir zum einen das Kundenerlebnis verbessern und zum anderen schnell neue Dienste und Inhalte ausrollen. Zusätzlich kooperieren wir mit sog. „OTT-Playern“ wie Netflix oder Prime Video und erweitern sukzessive unser Angebot von OTT-Diensten – lokale wie internationale – über alle Bildschirme, insbesondere auf unseren Android-TV-basierenden Endgeräten. Insgesamt rechnen wir damit, dass wir unsere Umsätze im TV-Geschäft in den kommenden beiden Jahren weiter steigern können.

Um einen weiteren Schritt hin zum besten Kundenerlebnis zu machen, wollen wir uns noch konsequenter auf unsere Kund*innen und deren Bedürfnisse fokussieren. Insbesondere schauen wir auf das end-to-end Kundenerlebnis über alle Kanäle hinweg. Hierbei leistet die Digitalisierung einen wesentlichen Beitrag: Wir werden die digitale Interaktion mit unseren Kunden weiter ausbauen, um individueller und effizienter auf die Kundenbedürfnisse einzugehen sowie Produkte und innovative Dienstleistungen schneller am Markt zu platzieren. Dabei wollen wir weiterhin sicherstellen, dass neben dem digitalen auch der menschliche Kontakt ein wesentlicher Faktor bei der Interaktion mit den Kunden ist. So glauben wir, dass wir bei der Kundenzufriedenheit bis 2024 Platz 1 der Telekommunikationsunternehmen in den jeweiligen Landesgesellschaften erzielen werden, basierend auf dem empirisch erhobenen TRI*M-Index.

Der Breitband-Ausbau wird auch in den kommenden Jahren ein klarer Schwerpunkt bleiben. Mit unserer hochmodernen Netzinfrastruktur begleiten wir die Digitalisierung und setzen auf die Technologie-Führerschaft. Nach den erfolgreichen Spektrumauktionen nimmt der 5G-Roll-out weiter Fahrt auf. Zum Jahresende 2021 haben unsere Landesgesellschaften 28,9 % der Bevölkerung in unserem europäischen Footprint mit 5G versorgt. In Griechenland, Kroatien und Österreich sind es teils schon mehr als 50 % der Bevölkerung, die von den Vorteilen der 5G-Technologie profitieren. LTE bleibt dabei das Rückgrat für mobile Datendienste und wird mit einer Netzabdeckung von 98,2 % zur neuen Standard-Technologie. In den ersten Ländern haben wir dazu die Abschaltung der 3G-Technologie gestartet. So werden wir sukzessive in allen Ländern, in denen wir aktiv sind, die heute noch für 3G genutzte Technologie und das Frequenzspektrum für die Erhöhung der LTE- und 5G-Kapazität einsetzen. Der Ausbau der Glasfaser-Technologie schreitet ebenfalls immer weiter voran. Im Berichtsjahr konnten wir unseren Ausbau erneut steigern und für weitere 1,4 Mio. Haushalte Glasfaser-Anschlüsse bereitstellen. Bis 2023 werden wir die Glasfaser-Abdeckung von derzeit 7,0 Mio. Haushalten (27,9 % Abdeckung) um weitere ca. 2 Mio. Haushalte auf dann 36 % Netzabdeckung erhöhen. Neben dem Glasfaser-Ausbau haben wir im Festnetz mit den ersten Piloten zu einer Abschaltung der alten Kupferinfrastruktur begonnen. Dies werden wir in den nächsten Jahren konsequent fortsetzen.

Mit unserer Service-App haben wir in den vergangenen Jahren unseren digitalen Ansatz erfolgreich revolutioniert. Auf einer preisgekrönten Architektur produzieren wir die App zentral für alle Landesgesellschaften als hochmodernes digitales Interaktionsinstrument mit unseren Kund*innen. Mehr als zwei Drittel unserer Kunden nutzen die Service-App und wir nutzen dies zur Monetarisierung (Up- and Cross-sell) sowie zur Kostenreduzierung, indem wir durch Selbst-Service und vorausschauende Instandhaltung signifikant Service-Fälle verringern. Dieses Produktionsmodell ist so erfolgreich, dass dies nun für mehr und mehr Produkte genutzt wird. Derzeitiger Fokus liegt auf einem zentralen OneShop (bereits live in vier Märkten) und zentral produzierten TV-Produkten (zwei Märkte mit neu entwickelter TV-App befinden sich bereits im finalen Entwicklungsstatus) sowie zentral entwickelten Breitband- und Router-Produkten. Zusätzlich bietet diese zentrale Digitalisierung zahlreiche Möglichkeiten zu Kundenerlebnissen über Produktgrenzen hinweg, z. B. das Management des Routers in der Service-App.

Unsere Geschäftskunden in Europa haben mit der Telekom in den kommenden Jahren einen starken und verlässlichen Partner an ihrer Seite, wenn es um ihren Geschäftserfolg geht. Wir haben uns schneller und präziser denn je aufgestellt, um Lösungen für Produktivität, Digitalisierung und Kontinuität aus einer Hand anzubieten. Denn die anhaltende Coronavirus-Pandemie sowie die immer komplexeren Anforderungen in der digitalen Wirtschaft setzen kleine wie große Unternehmen und den öffentlichen Sektor weiter unter Handlungsdruck. Diesen Auftrag haben wir verstanden und werden unser 5G-Netz und unser Glasfaser-Angebot mit starken, bewährten Partnern wie Microsoft und Cisco, aber auch mit jüngeren Unternehmen wie Zoom, mit Produktivitätslösungen für hybrides Arbeiten verschmelzen. Dazu zählen wir auch modernste Datenspeicher-Lösungen in der Cloud (sog. „Cloud Storage-Lösungen“) mit automatischen Back-up-Funktionen. Darüber hinaus können unsere Geschäftskunden ihr digitales Geschäft mit uns und unseren Partnern weiter stärken. Und schließlich bleibt Sicherheit weiterhin eines unserer großen Fokusthemen. Dazu haben wir bereits in einigen Märkten den Datenverkehr unserer Mobilfunk- und Festnetze für Geschäftskunden abgesichert, ganz automatisch und ohne notwendige Installationen auf Kundenseite. Diese Features bauen wir weiter aus, ebenso erweitern wir stetig unser Portfolio für alle Geschäftsgrößen und entwickeln unseren Beratungsansatz mit Expertenteams weiter (z. B. die Live-Demonstrationen von Angriffen aus dem Internet auf Unternehmen, sog. „Live Hacking-Verfahren“).

In unserem operativen Segment Europa rechnen wir v. a. dank der stärkeren Fokussierung auf die Konvergenzmarke „MagentaOne“ in den nächsten beiden Jahren mit einer positiven Kundenentwicklung. Für die Anzahl der TV- und Breitband-Kunden rechnen wir 2022 und 2023 jeweils mit einem Anstieg. Bei der Anzahl der Mobilfunk-Kunden planen wir 2022 sowie 2023 mit einem leichten Anstieg. Die Festnetz-Anschlüsse prognostizieren wir für 2022 mit einem leichten Rückgang und 2023 mit einem stabilen Niveau.

Für unser operatives Segment Europa erwarten wir, trotz belastender Entscheidungen von Regulierungsbehörden, für das Jahr 2022 einen leichten Anstieg und 2023 einen stabilen Verlauf der Umsätze – auf vergleichbarer Basis, d. h. bei konstanten Wechselkursen und Marktbedingungen sowie konstanten Organisationsstrukturen. Betrachtet man die zukünftige Entwicklung der Service-Umsätze, so gehen wir für 2022 von einem leichten Wachstum aus. Für das Jahr 2023 erwarten wir einen stabilen Verlauf.

Die hohe Wettbewerbsintensität auf den Märkten unseres operativen Segments bringt möglicherweise Margenverluste mit sich. Um dafür über die Realisierung von Kostensenkungspotenzialen gewappnet zu sein, wollen wir unsere Produktivität erhöhen und die Vorteile der Digitalisierung nutzen – u. a. bei der Automatisierung von Prozessen. Entsprechend erwarten wir für das bereinigte EBITDA AL eine positive Entwicklung. Wir gehen davon aus, dass das bereinigte EBITDA AL 2022 ansteigen und bei rund 4,0 Mrd. € liegen wird und rechnen für 2023 mit einem leichten Anstieg.

Um unsere Technologie-Führerschaft zu halten, investieren wir weiter in unsere integrierten Netze und wollen unsere Investitionen in den nächsten Jahren insgesamt auf einem hohen Niveau halten. Wir erwarten, dass der Cash Capex 2022 und 2023 einen stabilen Verlauf zeigen wird.

Systemgeschäft

Insgesamt wird das Wachstum im IT-Markt in den kommenden Jahren weiter auf hohem Niveau bleiben. Der Markt wird durch andauernden Kostendruck und scharfen Wettbewerb geprägt sein. Der Einfluss der Coronavirus-Pandemie hat die Digitalisierung in vielen Bereichen beschleunigt. Aus diesem Grund erwarten wir eine weiter steigende Nachfrage nach Lösungen aus den Bereichen Cloud Services, Big Data sowie Digitalisierung von Geschäftsprozessen, aber auch IT-Sicherheit (Cyber Security).

Das Marktwachstum für IT-Dienstleistungen dürfte sich in den nächsten Jahren fortsetzen. Zugleich ist dieser Markt einem starken Wandel unterworfen, u. a. infolge fortschreitender Standardisierung und Automatisierung, der Nachfrage nach intelligenten Dienstleistungen sowie Veränderungen im Outsourcing-Geschäft durch Cloud Services. Hinzu kommen neue Herausforderungen durch die Digitalisierung, die immer wichtiger werdende Cyber Security, Big Data und die wachsende Mobilität. Das traditionelle IT-Geschäft wird weiter rückläufig sein, während Cloud Services, Mobilität und Cyber Security zweistellige Wachstumsraten erreichen können. Angesichts dessen planen wir, weiterhin verstärkt in Wachstumsmärkte zu investieren – insbesondere in Digitalisierung (z. B. EDGE, Künstliche Intelligenz (KI) und Blockchain), Multi- & Hybrid Cloud Services und Cyber Security.

Bestandteil unserer Konzernstrategie ist der Anspruch, führender Partner bei der Geschäftskundenproduktivität zu sein. Mit Angeboten für Beratung, Cloud Services und Digitalisierungslösungen, inklusive Datensouveränität und -sicherheit, sowie strategischen Partnerschaften begleiten wir unsere Kunden in digitale Geschäftsmodelle.

Im Rahmen der Transformation unseres Systemgeschäfts haben wir unsere Organisation und Abläufe portfoliobasiert ausgerichtet und damit die Grundlagen für geschäftliche Transparenz sowie dedizierte Steuerung und Strategie unseres Portfolios geschaffen. Wir forcieren weiterhin den Ausbau des Wachstumsgeschäfts (z. B. Public Cloud, Sovereign Cloud, Cloud Migration) bei gleichzeitiger Stabilisierung und weiterer Kosteneinsparungen im etablierten IT-Geschäft (z. B. Infrastructure Solutions) mit dem Ziel, eine bedeutende Verschiebung im Umsatzmix in Richtung unserer Wachstumsbereiche zu erreichen.

Wir gehören, gemessen am Umsatz und Marktanteil, zur Spitzengruppe der Anbieter auf dem europäischen IT-Markt und sind Marktführer in Deutschland. Dabei ist unsere sehr hohe Kundenzufriedenheit – mit einem TRI*M-Wert von 90 – zentraler Baustein, um uns dauerhaft auf dem europäischen Markt zu etablieren und auch im Bereich Digitalisierung eine führende Rolle einzunehmen.

Insgesamt prognostizieren wir für das operative Segment Systemgeschäft beim Auftragseingang jeweils einen leichten Anstieg im Vergleich zum Vorjahr für die Jahre 2022 und 2023. Für den Umsatz erwarten wir im Jahr 2022 zunächst einen stabilen Verlauf und einen leichten Anstieg im Jahr 2023. Der Umsatz besteht überwiegend aus Service-Umsatz. Der Trend des Service-Umsatzes folgt damit grundsätzlich dem des Gesamtumsatzes. Das bereinigte EBITDA AL dürfte 2022 ansteigen und bei etwa 0,3 Mrd. € liegen. Auch 2023 erwarten wir einen Anstieg des bereinigten EBITDA AL. Bei anhaltenden Investitionen in den Wachstumsbereichen erwarten wir beim Cash Capex einen stabilen Verlauf für 2022 und 2023.

Group Development

Die Entwicklung der finanziellen Leistungsindikatoren unseres operativen Segments Group Development wird zukünftig v. a. durch die Funktürme der GD Towers geprägt sein.

GD Towers setzt sich aus den Beteiligungen Deutsche Funkturm (DFMG) und Magenta Telekom Infra (MTI) zusammen. DFMG ist mit rund 33.600 Standorten der größte Anbieter von passiver Funkinfrastruktur für den Mobil- und Rundfunk in Deutschland. In den kommenden Jahren ist mit einer stetig steigenden Nachfrage nach Mobilfunk-Standorten zu rechnen. Gründe dafür sind zum einen, dass die Netzanbieter Abdeckungslücken schließen wollen, zum anderen werden die Mobilfunknetze weiter verdichtet, um die wachsende Nachfrage nach Mobilfunk-Datendiensten zu decken. MTI bündelt das österreichische Funkturmgeschäft und ist mit rund 7.000 Standorten der zweitgrößte Anbieter von passiver Funkinfrastruktur für den Mobil- und Rundfunk in Österreich. In den kommenden Jahren ist hier ebenfalls mit einer ansteigenden Nachfrage nach Mobilfunk-Standorten zu rechnen, weshalb im Jahr 2021 bereits erste 5G-Modernisierungen durchgeführt wurden. Diese werden künftig weiter forciert. Zudem werden weitere neue Standorte errichtet.

Für 2022 erwarten wir für unser operatives Segment Group Development einen Anstieg des Umsatzes. Im Jahr 2023 dürfte der Umsatz weiter zulegen. Das bereinigte EBITDA AL wird 2022 voraussichtlich ansteigen und bei rund 0,6 Mrd. € liegen; auch 2023 gehen wir von einem Anstieg des bereinigten EBITDA AL aus. Die positive Entwicklung des Umsatzes ist im Wesentlichen durch den weiteren Standortausbau bei der DFMG sowie die 5G-Modernisierung der MTI getrieben. Die positive Entwicklung des bereinigten EBITDA AL und der EBITDA AL-Marge ist durch das Umsatzwachstum und Kosteneffizienzen getrieben.

In unserem operativen Segment Group Development rechnen wir für 2022 mit einem starken Anstieg und 2023 mit einem stabilen Verlauf der Investitionen. Zurückzuführen ist dies v. a. auf den weiteren Ausbau von Mobilfunk-Standorten, den Ausbau von 5G und Modernisierungsmaßnahmen der DFMG in Deutschland sowie den 700 MHz Roll-out in Österreich.

Group Headquarters & Group Services

In den Group Headquarters & Group Services werden wir auch in den kommenden beiden Jahren unsere fortwirkenden Effizienzmaßnahmen im Fokus behalten, indem wir unsere Strukturen, v. a. bei den Group Services, weiter optimieren und uns auch künftig darauf konzentrieren, unsere Kostensenkungsmaßnahmen umzusetzen. Schwerpunktmäßig erfolgt dies durch die optimierte Reallokation personeller Ressourcen, Bündelung standardisierter Prozesse für den Konzern sowie die Aufwertung unseres Immobilien-Portfolios durch innovative Flächen- und Arbeitsplatzkonzepte. Damit einhergehend arbeiten wir beständig an der weiteren Optimierung von Büro-Arbeitsflächen/-kapazitäten im Konzern. Dabei profitieren wir von bestehenden technischen Lösungen, mit denen wir es unseren Mitarbeiter*innen erleichtern, ihren individuellen Arbeitsort flexibel zwischen zu Hause oder dem Büro zu gestalten. Auf diese Weise können gleiche Arbeitsplätze – zeitlich versetzt – von mehreren Mitarbeiter*innen genutzt werden. Zudem kommt uns diese Flexibilität auch in der aktuellen pandemischen Lage zugute, in der die Rahmenbedingungen für Arbeitsplätze oftmals und kurzfristig angepasst werden müssen. Von den Kostensenkungen profitieren auch die operativen Segmente, da wir in die Lage versetzt werden, unsere Leistungen kostengünstiger bereitzustellen.



Unser Vorstandsbereich „Technologie und Innovation“ wird auch in den kommenden Jahren, neben der IT-Standardisierung und dem weiteren Aufbau zentraler Produktionsplattformen, die Entwicklung innovativer Technologien, Produkte und Services vorantreiben. Große Investitionsfelder im Zeitraum von 2022 bis 2023 sind die Technologie-Entwicklung, die Umsetzung unserer IT-Strategie sowie Security. Hieraus erwarten wir eine Senkung der Gesamtkosten und Investitionen, getrieben durch die IT-Betriebskosten, sowie durch die fortschreitende Standardisierung der IT-Infrastruktur und -Plattformen, im Wesentlichen durch Cloudifizierung, Automatisierung und Retiring.

Diese Einsparungen unterstützen nachhaltig die Finanzierung der Innovationsbestrebungen für den Konzern. Wir fokussieren Innovationsthemen wie Network Slicing, Open Radio Access Network (O-RAN), Anwendungen basierend auf dem neuen Mobilfunk-Standard 5G, die Weiterentwicklung einer eigenen intelligenten Sprachsteuerung für Produkte und Services der Deutschen Telekom sowie die Einführung eines einheitlichen Betriebssystems für vom Konzern vertriebene Router. Die Innovationen im Technologie-Umfeld dienen der dauerhaften Sicherung der Netzwerk- und Technologie-Führerschaft unserer operativen Segmente Deutschland und Europa sowie der Weiterentwicklung sog. „Campus-Netzwerke“ zur besseren integrierten Automation von Produktionsabläufen für unsere internationalen Industriekunden. Insgesamt steht die Verbesserung der Kundenerfahrung bei all unseren Investitionsprojekten im Mittelpunkt.

Risiko- und Chancen-Management

Einschätzung des Vorstands zur Gesamtrisiko- und Chancensituation

Die Einschätzung der Gesamtrisikosituation ist das Ergebnis der konsolidierten Betrachtung aller wesentlichen Risikokategorien bzw. Einzelrisiken. Die Gesamtrisikosituation war 2021 im Vergleich zum Vorjahr weitgehend stabil. Unsere wesentlichen Herausforderungen sind insbesondere die regulatorischen Rahmenbedingungen, die konjunkturellen Unsicherheiten sowie der intensive Wettbewerb und der damit einhergehende Preisdruck im Telekommunikationsgeschäft sowie der Veränderungsdruck aus neuen Technologien bzw. strategischer Transformation. Aus heutiger Sicht sieht der Vorstand der Deutschen Telekom AG den Bestand des Konzerns nicht gefährdet. Für die Deutsche Telekom AG und die wesentlichen Konzernunternehmen bestehen weder zum Abschluss-Stichtag noch zum Zeitpunkt der Aufstellung des Abschlusses bestandsgefährdende Risiken.

Wir sind davon überzeugt, dass wir auch in Zukunft Herausforderungen meistern und Chancen nutzen können, ohne dabei unvertretbar hohe Risiken weder für unser Geschäft noch für Ökologie und Gesellschaft eingehen zu müssen. Insgesamt streben wir ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Chancen und Risiken an. Unser Ziel dabei ist es, durch die Analyse und das Ergreifen neuer Marktchancen den Mehrwert für unsere Interessengruppen zu steigern.  

Weitere Informationen zum Thema Nachhaltigkeit finden Sie im Kapitel „Corporate Responsibility und nichtfinanzielle Erklärung“.

Risiko- und Chancen-Management-System

Als einer der weltweit führenden Anbieter von Telekommunikation und Informationstechnologie sind wir zahlreichen Unsicherheiten und Veränderungen ausgesetzt. Um in diesem anhaltend volatilen Umfeld erfolgreich zu agieren, antizipieren wir mögliche Entwicklungen frühzeitig und erfassen, bewerten und steuern daraus resultierende Risiken und Chancen systematisch. Ein funktionsfähiges Risiko- und Chancen-Management-System ist für uns daher zentrales Element einer wertorientierten Unternehmensführung.

Ein solches Risiko- und Chancen-Management-System ist dabei nicht nur aus betriebswirtschaftlicher Sicht notwendig, sondern auch aufgrund von Vorschriften und gesetzlichen Regelungen, insbesondere des § 91 Abs. 2 und Abs. 3 Aktiengesetz (AktG). Gemäß § 107 Abs. 3 Satz 2 AktG überwacht der Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats der Deutschen Telekom AG die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems und des Risiko-Management-Systems.

Unser Risiko- und Chancen-Management-System orientiert sich an dem weltweit gültigen Risiko-Management-Standard der Internationalen Organisation für Normung (ISO). Die Norm ISO 31000 „Risk management – Principles and guidelines“ gilt als Leitfaden für ein international anerkanntes Risiko-Management-System.

Seit dem 1. Januar 2021 ist der neue IDW Prüfungsstandard 340 zur Prüfung des Risikofrüherkennungssystems in Kraft getreten. Wir haben unser Risiko- und Chancen-Management-System an die Methodik des neuen Standards angepasst. Wesentliche Änderungen sind die Implementierung eines Risikotragfähigkeitskonzepts, die Verbesserung der Risikoaggregation (z. B. durch verstärkte Quantifizierung von Risiken) sowie die Umbenennung und teilweise Neuordnung der Risiken und Chancen zu den Risiko- und Chancenkategorien. So wurden u. a. die bisher in der Kategorie „Risiken aus Innovation (Substitution)“ erfassten Risiken entsprechend ihrer Segmentzugehörigkeit in der Kategorie „Marktumfeld“ neu zugeordnet. Außerdem wurde die Kategorie „Risiken aus bestehender und zukünftiger IT-Infrastruktur USA“ in der Kategorie „Technologie USA“ zusammengefasst. Bei den „Regulatorischen Risiken“ sind wir von einer rein qualitativen auf eine quantitative Risikobewertung übergegangen. Zudem haben wir nun die Kategorie „Compliance-Risiken“ mit aufgenommen. [SDG 16](#) [FINANZEN](#) Sofern es inhaltliche Änderungen der Risikokategorien gibt, werden diese in den jeweiligen Berichtspassagen erläutert.

Unsere interne Revision prüft in regelmäßigen Abständen die Funktionsfähigkeit und Wirksamkeit von Elementen unseres Risiko-Management-Systems. Gemäß § 317 Abs. 4 Handelsgesetzbuch (HGB) hat der Abschlussprüfer von börsennotierten Aktiengesellschaften zu beurteilen, ob der Vorstand die ihm nach § 91 Abs. 2 AktG obliegenden Maßnahmen in einer geeigneten Form getroffen hat und ob das danach einzurichtende Überwachungssystem seine Aufgaben, u. a. frühzeitig bestandsgefährdende Entwicklungen zu erkennen, erfüllen kann. Unser System entspricht den gesetzlichen Anforderungen an ein Risikofrüherkennungssystem.

Darüber hinaus gibt unser Konzern-Controlling eine Reihe von konzernweiten Leitfäden bzw. Verfahren vor: für die Planung/Budgetierung, die betriebswirtschaftliche Steuerung sowie das Reporting von Investitionen und Projekten. Diese Leitfäden bzw. Verfahren sollen sowohl die erforderliche Transparenz im Investitionsprozess als auch die Durchgängigkeit von Investitionsplanungen und -entscheidungen in unserem Konzern und in unseren operativen Segmenten gewährleisten. Außerdem unterstützen sie die Entscheidungsfindung des Vorstands. Im Rahmen dieses Prozesses werden auch strategische Risiken und Chancen systematisch identifiziert.

Organisation des Risiko- und Chancen-Managements

Unser Bereich Group Risk Governance gibt Methoden für das konzernweit eingesetzte Risiko- und Chancen-Management-System und das dazugehörige Berichtswesen, v. a. dem Konzern-Risikobericht, vor. Alle operativen Segmente sowie das Segment Group Headquarters & Group Services sind über ihr jeweiliges Risiko- und Chancen-Management an das zentrale Risiko- und Chancen-Management des Konzerns angebunden. In den Segmenten sind die jeweiligen Verantwortlichen dafür zuständig, die Risiken zu identifizieren, zu bewerten und fortlaufend zu monitoren. Mögliche Chancen werden durch das Management im jährlichen Planungsprozess berücksichtigt und im operativen Geschäftsverlauf kontinuierlich weiterentwickelt.

Unser konzernweites Risiko- und Chancen-Management-System erfasst strategische, operative, regulatorische, rechtliche, Compliance und finanzielle Risiken und Chancen unserer konsolidierten sowie wesentlichen nicht konsolidierten Beteiligungen. Wir orientieren uns an dem nachfolgend dargestellten Regelprozess. Ausgangspunkt für die Identifikation von Risiken und Chancen ist die Abweichung von einem Planwert bzw. den Unternehmenszielen. Nach der Identifikation von Risiken und Chancen erfolgen die weitergehende Analyse bzw. Bewertung. Im Anschluss wird über die konkrete Handhabung entschieden, etwa um Risiken zu vermindern oder Chancen zu ergreifen. Der jeweilige Risikoeigner bewertet, implementiert und überwacht die damit verbundenen Maßnahmen. Die Risiken werden in einem Risiko-Reporting zusammengefasst und an die Entscheidungsträger im Unternehmen bzw. entsprechende Kontrollgremien geleitet. Dies gewährleistet auch ein nachvollziehbares Monitoring der Entwicklung einzelner Risiken sowie der gesamten Risikolage inklusive der ergriffenen Maßnahmen zur Mitigation. Unsere Risikokultur, die Art und Weise wie wir mit Risiken umgehen, ist ein wesentlicher Bestandteil und ist in allen Unternehmensteilen verankert.

Nachfolgend wird der Risiko- und Chancen-Management-Prozess anhand von fünf Elementen erläutert. Aus Vereinfachungsgründen wird hier von „Risiken“ anstatt jeweils von „Chancen und Risiken“ gesprochen. Es stehen jedoch immer sowohl positive als auch negative Abweichungen vom Planwert im Fokus. Beim Risiko-Management handelt es sich also immer um Chancen- und Risiko-Management.

Das Risiko- und Chancen-Management-System



Risikokultur

Unsere Risikokultur beinhaltet die grundsätzlichen Einstellungen in Bezug auf Risiken und bildet das Fundament und den Rahmen für das tägliche Geschäft, um risikoorientierte Entscheidungen treffen zu können. Die Risikokultur ist verzahnt mit der Unternehmenskultur der Deutschen Telekom, welche einen positiven und transparenten Umgang mit Chancen und Risiken fordert. Kern unserer Risikokultur ist das Motto „Jeder ist ein Risiko-Manager“, was bedeutet, dass grundsätzlich jeder Verantwortung für seine Risiken übernimmt und sie entsprechend des dargestellten Prozesses bearbeitet.

Unternehmensziele

Ausgangspunkt für die Identifikation von Risiken als Abweichungen von einem Planwert sind die Unternehmensziele (oder daraus abgeleitete Ziele der jeweiligen Einheit). Diese beinhalten quantitative und qualitative Ziele. Zur Bewertung der Bestandsgefährdung haben wir das Konzept der Risikotragfähigkeit implementiert. Die Risikotragfähigkeit ist die Deckungsmasse, mit der mögliche Verluste abgedeckt werden können. Die Deckungsmasse wird durch Eigenkapital und Liquidität definiert.

Risikoanalyse

Risikoidentifikation. Jedes Segment erstellt nach den Vorgaben des zentralen Risiko-Managements und gemäß seinen spezifischen Wesentlichkeitsgrenzen quartalsweise einen Risikobericht bzw. eine Risikomeldung. Darin werden Risiken unter Berücksichtigung ihrer Ausmaße im Hinblick auf ihre Auswirkung auf die Finanz-, Vermögens- und Ertragslage sowie ihre Eintrittswahrscheinlichkeit bewertet, Handlungsbedarfe identifiziert und Maßnahmen aufgezeigt bzw. initiiert. Qualitative Faktoren, die unsere strategische Positionierung und Reputation beeinflussen, werden berücksichtigt. Für die Beurteilung der Risiken haben wir einen Zeitraum von zwei Jahren zugrunde gelegt. Dieser Zeitraum entspricht auch unserem Prognosezeitraum. Bestehen über den Prognosezeitraum hinaus wesentliche Risiken, werden diese fortlaufend beobachtet. Zudem betrachten wir jährlich sog. „Emerging Risks“, die primär aus externen Studien abgeleitet werden. Dies sind Risiken und Chancen, die sich mit einer erheblichen Dynamik entwickeln und teilweise schwer einzuschätzen sind. Auslöser solcher Risiken und Chancen können v. a. die technologischen Entwicklungen (z. B. die Digitalisierung), Umwelt (z. B. der Klimawandel) oder Gefahren (z. B. Cyber-Attacks) sein.

Risikobewertung. Für die Bewertung der Einzelrisiken werden die Ausprägungen „Eintrittswahrscheinlichkeit“ und „Risikoausmaß“ herangezogen. Dabei gelten folgende Beurteilungsmaßstäbe:

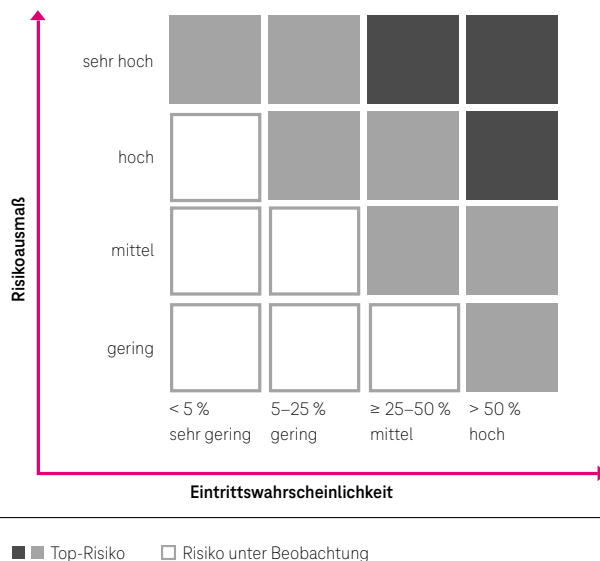
Eintrittswahrscheinlichkeit	Beschreibung
< 5 %	sehr gering
5 bis 25 %	gering
> 25 bis 50 %	mittel
> 50 %	hoch

Risikoausmaß	Beschreibung
gering	Begrenzte negative Auswirkungen auf Geschäftstätigkeit, Vermögens-, Finanz- & Ertragslage, Reputation, < 200 Mio. € EBITDA AL-Einzelrisiko
mittel	Negative Auswirkungen auf Geschäftstätigkeit, Vermögens-, Finanz- & Ertragslage, Reputation, ≥ 200 Mio. € EBITDA AL-Einzelrisiko
hoch	Beträchtliche Auswirkungen auf Geschäftstätigkeit, Vermögens-, Finanz- & Ertragslage, Reputation, ≥ 500 Mio. € EBITDA AL-Einzelrisiko, betrifft ggf. mehr als eine Konzerneinheit
sehr hoch	Schädigende negative Auswirkungen auf Geschäftstätigkeit, Vermögens-, Finanz- & Ertragslage, Reputation, ≥ 1,0 Mrd. € EBITDA AL-Einzelrisiko, betrifft ggf. mehr als eine Konzerneinheit

Das Risikoausmaß wird vorzugsweise nach EBITDA AL bewertet. Möglich ist aber auch eine Bewertung nach anderen Kennzahlen, z. B. finanzwirtschaftliche Risiken nach Cashflow, die ebenfalls in die Bewertung der Risikokategorien einfließen können. Die Werte zur Einordnung des Risikoausmaßes wurden im Geschäftsjahr 2021 angepasst, da durch organisches Unternehmenswachstum und den Zusammenschluss von T-Mobile US mit Sprint das EBITDA AL der Deutschen Telekom stark gewachsen ist. Diese Anpassungen haben teilweise Auswirkungen auf die Darstellung und Bewertung der Risiken und Chancen und werden in der Tabelle „Unternehmensrisiken“ dargestellt.

Durch die Einschätzung nach den o. g. Ausprägungen kategorisieren wir die Einzelrisiken in unserem Risiko- und Chancen-Management-Prozess gemäß der folgenden Grafik in Top-Risiken und Risiken unter Beobachtung.

Risiko-Portfolio



Wir berichten grundsätzlich die Top-Risiken (grau und dunkelgraue Schattierung). Ausnahmen sind möglich – etwa bei Risiken aus den Vorjahren, die wir aufgrund der Berichtsstetigkeit aufführen, auch wenn sie im Betrachtungszeitraum als „Risiko unter Beobachtung“ (weiße Schattierung) eingestuft werden.

Zu beachten ist dabei: Risiken mit einem derzeit niedrig eingeschätzten Ausmaß können sich in Zukunft stärker auswirken als Risiken mit einem aktuell höher eingeschätzten Ausmaß. Grund dafür können Unsicherheitsfaktoren sein, die wir heute nicht einschätzen können und die außerhalb unseres Einflusses liegen.

Für den aggregierten Ausweis einer Gesamtrisikoposition wird eine „EBITDA AL at Risk“-Berechnung durch das zentrale Risiko-Management für die Deutsche Telekom durchgeführt. Diese gibt an, dass mit einer bestimmten Eintrittswahrscheinlichkeit das in der Simulation ermittelte Risikoausmaß nicht überschritten wird. Diese Risikoaggregation erfolgt durch eine Monte-Carlo-Simulation, bei der eine große Anzahl risikobedingt möglicher Zukunftsszenarien berücksichtigt werden. Die Gesamtrisikoposition wird in Bezug zur Risikodeckungsmasse gesetzt.

Chancenidentifikation und -bewertung innerhalb des jährlichen Planungsprozesses. Das systematische Management von Risiken ist die eine Seite, die langfristige Sicherung des Unternehmenserfolgs durch ein ganzheitliches Chancen-Management die andere. Für unseren jährlichen Planungsprozess ist es deshalb essentiell, Chancen zu identifizieren sowie diese strategisch und finanziell zu bewerten – und sie dadurch zum Bestandteil unserer Prognoseaussagen für die finanziellen und nichtfinanziellen Leistungsindikatoren zu machen.

Das kurzfristige Ergebnis-Monitoring und der mittelfristige Planungsprozess helfen unseren operativen Segmenten und unserer Konzernzentrale dabei, das ganze Jahr über die Chancen in unserem Geschäft zu erkennen und zu nutzen. Während das kurzfristige Ergebnis-Monitoring auf Chancen abzielt, die v. a. das laufende Geschäftsjahr betreffen, stehen im mittelfristigen Planungsprozess Chancen im Fokus, die für unseren Konzern strategisch wichtig sind. Dabei unterscheiden wir zwei Arten von Chancen:


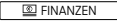
- Externe Chancen, die Ursachen haben, die wir nicht beeinflussen können, z. B. die Rücknahme einer Zusatzsteuer in Europa.
- Interne Chancen, die in unserem Unternehmen entstehen, z. B. durch organisatorische Fokussierung auf Innovations- bzw. Wachstumsfelder und -produkte oder durch Partnerschaften und Kooperationen, von denen wir Synergien erwarten.

Unseren Planungsprozess gestalten wir laufend effizienter, um mehr Freiräume zu schaffen. Die Vorplanungen unserer operativen Segmente münden in eine konzentrierte Planungsphase. In dieser Phase diskutieren Vorstände, Business Leader, leitende Angestellte und Experten aus allen Geschäftsbereichen intensiv über die strategische und finanzielle Ausrichtung des Konzerns und seiner operativen Segmente. Schließlich fügen sie all dies zu einem Gesamtbild zusammen. Wichtig ist bei diesem Prozess, Chancen aus Innovation zu identifizieren und diese strategisch sowie finanziell zu bewerten. Als Ergebnisse dieser „Denkrunden“ werden Chancen angenommen und in die Organisation überführt oder verworfen und zur Überarbeitung in die jeweiligen Arbeitsgruppen zurückgegeben.

Risikohandhabung

Konzernversicherungsmanagement. Soweit es möglich und wirtschaftlich sinnvoll ist, deckt ein konzernübergreifendes Versicherungsprogramm versicherbare Risiken ab. Dabei fungiert die DeTeAssekuranz – ein Tochterunternehmen der Deutschen Telekom AG – als Versicherungsmakler für das Konzernversicherungsmanagement: Die Gesellschaft entwickelt und implementiert Lösungen für die betrieblichen Risiken unseres Konzerns mittels Versicherungs- und versicherungsähnlichen Instrumenten und platziert diese in den nationalen und internationalen Versicherungsmärkten.

Der Abschluss von Versicherungen ist für unseren Risikotransfer nach außen wesentlich. Voraussetzung für die Deckung von Risiken in unseren Konzernversicherungsprogrammen ist, dass ein Risikotransfer aus Bilanzschutzgründen des Konzerns erforderlich ist: Dazu muss das mögliche Risikoausmaß entweder eine „konzernrelevante“ Größe erreicht haben oder eine Risikobündelung und -steuerung auf Konzernebene notwendig sein, um das Konzerninteresse zu wahren (opportune Gründe/Kostenoptimierung/Risikoreduzierung).

Business Continuity Management (BCM). Als Teil des operativen Sicherheits- und Risiko-Managements hilft das BCM dabei, Geschäftsprozesse vor den Auswirkungen schädigender Ereignisse und Unterbrechungen zu schützen. Durch stetige Analyse, Bewertung und Handhabung relevanter Risiken für Menschen, Technik, Infrastruktur sowie Liefer- und Leistungsbeziehungen und Informationen stellt das BCM die Kontinuität der Geschäftsprozesse sicher. Ziel ist es, potenzielle Bedrohungen frühzeitig zu erkennen sowie die Auswirkungen und Dauer einer Unterbrechung der kritischen Geschäftsprozesse auf ein akzeptables Mindestmaß zu reduzieren. Dabei gewährleistet die Fähigkeit zu einer wirksamen Antwort auf Bedrohungen eine entsprechende Widerstandsfähigkeit der Organisation.  

Hierzu identifiziert das BCM kritische und schutzwürdige Geschäftsprozesse einschließlich unterstützender Prozesse, Prozessschritte und Vermögenswerte (Menschen, Technik, Infrastruktur und Informationen sowie Liefer- und Leistungsbeziehungen). Zudem definiert es entsprechende Schutzmaßnahmen. Insbesondere untersucht das Sicherheits-Management in Abstimmung mit den jeweiligen Fachabteilungen und Prozessverantwortlichen die möglichen Folgen äußerer und innerer Bedrohungen mit einem ursächlichen Sicherheitsbezug, wie z. B. Naturkatastrophen, Vandalismus oder Sabotage. Sind Schadensausmaße und Schadenseintrittswahrscheinlichkeit bewertet, können vorbeugende Maßnahmen implementiert und Notfallpläne entwickelt werden.

Maßnahmen zur Risikobegrenzung. Die Verantwortlichen leiten weitere Maßnahmen zur Risikobegrenzung ein und setzen diese um. Je nach Risikoart steht dazu eine Vielzahl von Maßnahmen zur Verfügung. Im Folgenden beschreiben wir exemplarisch einige dieser Maßnahmen:

- Risiken aus dem Marktumfeld begegnen wir mit einem umfassenden Vertriebs-Controlling und einem intensiven Kunden-Management.
- Risiken aus Marke und Reputation begegnen wir durch fortlaufende Markt- und Kommunikationsanalysen.
- Operativen Risiken wirken wir mit einer ganzen Reihe von Maßnahmen entgegen: So verbessern wir unsere Netze durch stetige betriebliche und infrastrukturelle Maßnahmen und führen für unsere Mitarbeiter*innen systematische Schulungs-, Weiterbildungs- und Qualifikationsprogramme durch.
- Risiken aus dem politischen und regulatorischen Umfeld begegnen wir durch einen intensiven und konstruktiven Dialog mit Behörden und Politik.
- Rechtsrisiken minimieren wir durch eine angemessene Verfahrensbetreuung und entsprechende Vertragsgestaltungen im Vorfeld.
- Zins- und Währungsrisiken steuern wir mithilfe unseres systematischen Risiko-Managements und sichern sie durch den Einsatz derivativer und originärer Finanzinstrumente ab.
- Der Bereich Konzernsteuern identifiziert frühzeitig eventuelle steuerliche Risiken und erfasst, bewertet und überwacht diese systematisch. Gegebenenfalls veranlasst er Maßnahmen zur Minimierung steuerlicher Risiken und stimmt sie mit den betroffenen Konzerngesellschaften ab. Ferner erstellt und kommuniziert der Bereich Richtlinien, um steuerliche Risiken zu vermeiden.

Risiko-Monitoring

Der Konzern-Risikobericht, in dem die wesentlichen Risiken dargestellt sind, wird vierteljährlich für den Vorstand erstellt. Auch der Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats der Deutschen Telekom AG befasst sich in seinen Sitzungen mit diesem Bericht. Darüber hinaus informiert der Vorstand den Aufsichtsrat. Zusätzlich werden jährlich als Teil des Risikoberichts die „Emerging Risks“ dargestellt. Der Konzern-Risikobericht gewährleistet u. a. ein nachvollziehbares Monitoring der Entwicklung einzelner Risiken sowie der gesamten Risikolage. Dies wird durch das neue konzernweite Risiko-Management-Tool unterstützt. Treten unerwartete Risiken auf, so werden diese unmittelbar gemeldet (auch außerhalb der Regel-Reportings). Über alle aktuellen Entwicklungen bzw. Änderungen im Risiko-Management-System informieren wir zudem den Prüfungsausschuss in einer jährlichen Sondersitzung.

Risiken und Chancen

Im Folgenden stellen wir alle wesentlichen Konzern-Risiken und -Chancen inklusive sog. „Emerging-Risks“ dar, die aus heutiger Sicht die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage und/oder die Reputation der Deutschen Telekom sowie über die Ergebnisse der Tochtergesellschaften die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Deutschen Telekom AG beeinflussen könnten. Wir betrachten ausschließlich Risiken nach den ergriffenen Mitigierungsmaßnahmen (Nettobetrachtung). Lassen sich Risiken und Chancen eindeutig einem operativen Segment zuordnen, ist dies nachfolgend entsprechend dargestellt.

Um die Auswirkungen der Risiken besser und verständlicher zu erläutern, haben wir die einzelbewerteten Risiken den folgenden Kategorien zugeordnet. Wenn mehrere Einzelrisiken einer Risikokategorie angehören, führen wir zur Ermittlung der Risikobedeutung eine Risikoaggregation mittels sog. „Monte-Carlo-Simulation“ durch. In dieser Simulation berücksichtigen wir die Einzelrisiken mit ihrem individuellen Risikoausmaß und Eintrittswahrscheinlichkeit. Das Ergebnis, die Risikobedeutung, ist der „Value at Risk“. Dieser gibt an, dass mit einer bestimmten Eintrittswahrscheinlichkeit das in der Simulation ermittelte Risikoausmaß nicht überschritten wird. Im Fall von nicht quantifizierten Risikokategorien erfolgt eine Expertenschätzung.

Die sich für die Risikokategorien ergebende Risikobedeutung untergliedert sich in vier Stufen:

Risikobedeutung	Beschreibung
gering	< 200 Mio. € Value at Risk
mittel	≥ 200 Mio. € Value at Risk
hoch	≥ 500 Mio. € Value at Risk
sehr hoch	≥ 1,0 Mrd. € Value at Risk

Diese Darstellung ist in ihrer Anwendung gegenüber dem Vorjahr neu und reflektiert die stärkere Fokussierung auf die Quantifizierung von Risiken und deren Aggregation. Um zusätzlich die Transparenz zu erhöhen, haben wir bei der Risikobedeutung die zuvor beschriebenen Stufen neu eingeführt.

Unternehmensrisiken

	Risikobedeutung	Veränderung gegenüber Vorjahr ^a
Strategische Risiken		
Makroökonomisches Umfeld Deutschland	gering	verbessert ^b
Makroökonomisches Umfeld USA	gering	verbessert ^b
Makroökonomisches Umfeld Europa	gering	verbessert ^b
Marktumfeld Deutschland	gering	verbessert ^b
Marktumfeld USA	sehr hoch	unverändert
Marktumfeld Europa	gering	verbessert ^b
Strategische Umsetzung und Integration	hoch	verbessert
Marke und Reputation	gering	unverändert
Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung	mittel	unverändert
Gesundheit	gering	verbessert ^b
Operative Risiken		
Technologie Deutschland	gering	verbessert ^b
Technologie USA	hoch	unverändert
Technologie Europa	gering	verbessert ^b
Einkauf und Lieferanten	gering	unverändert
Datenschutz und Datensicherheit	mittel	unverändert
Sonstige operative Risiken	gering	unverändert
Regulatorische Risiken		
	mittel	-
Rechts- und Kartellverfahren		
	Siehe dazu Rechtsverfahren	
Compliance-Risiken		
	Siehe dazu Compliance-Risiken	
Finanzwirtschaftliche Risiken		
	hoch	verschlechtert ^b

^a Als Vergleichsmaßstab wird das Risikoausmaß des Geschäftsberichts 2020 herangezogen.

^b Die Veränderung der Risikobedeutung gegenüber dem Vorjahr resultiert ausschließlich aus der methodischen Anpassung der Risikoausmaßswerte.

Strategische Risiken und Chancen

Risiken und Chancen aus dem makroökonomischen Umfeld. Als international tätiges Unternehmen operieren wir in einer Vielzahl von Ländern und mit unterschiedlichen Währungen. Ein größerer konjunktureller Einbruch könnte grundsätzlich zu einer verminderten Kaufkraft unserer Kunden führen und unseren Zugang zu den Kapitalmärkten beeinträchtigen. Wechselkursschwankungen können sich auf unser Ergebnis auswirken.

Die Weltwirtschaft hat sich 2021 von der Corona-Krise erholt, ihre Auswirkungen prägen jedoch weiterhin die wirtschaftliche Entwicklung. Führende Institute und Organisationen erwarten, dass sich die konjunkturelle Erholung 2022 fortsetzt. Die Wachstumsaussichten für Deutschland und Europa sind insgesamt positiv. Der Internationale Währungsfonds rechnet in seiner Prognose von Januar 2022 mit einem Wachstum der Wirtschaft im Euroraum von 3,9 % für 2022 (Deutschland +3,8 %). Die wirtschaftliche Entwicklung vieler Länder in Osteuropa war 2021 vergleichsweise robust und wird voraussichtlich auch 2022 über dem EU-Durchschnitt liegen. Auch in den USA dürfte sich die wirtschaftliche Erholung fortsetzen. In den USA wurden 2021 umfangreiche Konjunktur- und Infrastrukturpakete verabschiedet, die perspektivisch allerdings auch mit höheren US-Körperschaftsteuersätzen und/oder einer Mindeststeuer einhergehen könnten, die unter Umständen unsere Konzerngesellschaft T-Mobile US in Zukunft stärker steuerlich belasten würden. Der Internationale Währungsfonds rechnet in seiner Prognose von Januar 2022 mit einem Wachstum der US-Wirtschaft von 4,0 % für 2022. Die Wirtschaftstätigkeit in den USA hat Mitte 2021 ihr Vorkrisenniveau wieder erreicht.

Allerdings stören vielfältige angebotsseitige Engpässe die globalen Wertschöpfungsketten und dämpfen zusammen mit weiterhin bestehenden pandemiebedingten Einschränkungen das Wachstum. Ansteigende Rohstoff- und Energiepreise sowie die Liefer- und Kapazitätsengpässe haben den Inflationsdruck weltweit verstärkt. Dieser soll 2022 auch nur leicht nachlassen, wobei eine schnelle Rückkehr zu einem Umfeld sehr niedriger Inflationsraten wie in der Vorkrisenzeit nicht zu erwarten ist.

Die weitere wirtschaftliche Entwicklung unterliegt demnach auch nicht unbedeutenden Risiken. Erneute umfassende pandemiebedingte Einschränkungen oder länger anhaltende Liefer- und Kapazitätsengpässe könnten die Erholung stärker beeinträchtigen als erwartet. Weitere Risiken resultieren aus eventuellen geopolitischen Konflikten und der Unsicherheit aus internationalen Handelskonflikten.

Diesen Risiken stehen Chancen gegenüber, insbesondere wenn es gelingen sollte, die Coronavirus-Pandemie effektiv einzudämmen. Basierend auf den Erkenntnissen aus der Vergangenheit sind durch die Coronavirus-Pandemie nur eingeschränkt Auswirkungen auf das Geschäft der Deutschen Telekom zu erwarten. Sollten die Liefer- und Kapazitätsengpässe schneller überwunden werden als erwartet, eröffnet sich die Chance, dass die aufgestaute Konsum- und Investitionsnachfrage für einen dynamischeren Aufschwung sorgt.

Risiken aus dem Marktumfeld. Zu den wesentlichen Marktrisiken, denen wir ausgesetzt sind, zählen sinkende Preisniveaus bei Sprach- und Datendiensten im Festnetz und im Mobilfunk. Ursachen dafür sind neben regulierungsbedingten Preissenkungen in erster Linie der anhaltend starke Wettbewerb in der Telekommunikationsbranche.

Mit weiterhin anhaltendem Wettbewerbsdruck ist insbesondere im Festnetz-Bereich in Deutschland und den Ländern unseres operativen Segments Europa zu rechnen. Im Breitband-Markt bestätigt sich der Trend, dass v. a. in Deutschland die Marktanteile regionaler Netzbetreiber und überregionaler spezialisierter FTTH-Anbieter überproportional steigen und diese ihre Marktdeckung durch Ausbau ihrer eigenen Infrastruktur erhöhen. Zunehmend erfolgt dies mit Glasfaser-Infrastruktur. Dadurch erhöhen sie ihre Kundenzahlen und vertiefen ihre eigene Wertschöpfung. Im Neukundengeschäft besteht weiterhin starker Preiswettbewerb mit hohen Anfangsrabatten.

Anhaltenden Preisdruck erwarten wir auch in der mobilen Sprachtelefonie und bei mobilen Datendiensten. Dies könnte sich negativ auf unsere Service-Umsätze im Mobilfunk auswirken. Hauptgründe für den Preisdruck sind u. a. datenzentrierte, preisaggressive Angebote. Anbieter ohne eigene Infrastruktur (MVNOs) vermarkten diese Angebote u. a. über das Internet. Dabei besteht weiterhin das Risiko von unvorhergesehenen preisaggressiven Maßnahmen kleinerer Wettbewerber. Technologische Neuerungen, wie die Verwendung reiner eSIMs in Smartphones, könnten den Preisdruck durch erhöhte Wechselbereitschaft der Kunden erhöhen.

Ein weiteres Wettbewerbsrisiko liegt darin, dass wir sowohl im Festnetz als auch im Mobilfunk verstärkt Konkurrenten gegenüberstehen, die nicht zur Telekommunikationsbranche im engeren Sinne zählen, aber vermehrt in die klassischen Telekommunikationsmärkte eindringen: Dies gilt v. a. für große Unternehmen aus der Internet- und Unterhaltungselektronikbranche. Für uns besteht daraus das Risiko, Wertschöpfungsanteile und Margen dadurch zu verlieren, dass wir den direkten Kundenkontakt zunehmend an Wettbewerber verlieren.

Das Marktumfeld der T-Mobile US ist durch intensiven und zunehmenden Wettbewerb gekennzeichnet. Neben klassischen Telekommunikationsanbietern, die gebündelte Angebote einschließlich Inhalts- und mobiler Videodienste bereitstellen, gibt es zusätzlichen Wettbewerb z. B. durch Big Cable im Mobilfunk-Bereich, da die Mobilfunk-, Festnetz- und Satellitenbranche zunehmend konvergieren. Dazu kommen strategische Allianzen und MVNO-Beziehungen wie zwischen DISH und AT&T. Eine mögliche Marktsättigung in den USA kann weiterhin dazu führen, dass sich das Kundenwachstum der Mobilfunk-Branche im Vergleich zu den Vorjahren stark abschwächen könnte, begleitet von einer gesteigerten Wettbewerbsintensität. Obwohl T-Mobile US einen Vorteil bei der Frequenzausstattung hat, ist es entscheidend, den Netzausbau fortzusetzen, insbesondere in wenig ausgebauten kleineren Märkten und ländlichen Gebieten, um die Führung als bestes Netz behaupten zu können. T-Mobile US muss weiterhin seine Markenstrategie als „Value Leader“, „Customer Service Leader“ und „5G Network Leader“ erfolgreich fort- bzw. umsetzen, um das Kundenwachstum und die Kundenbindung weiter aufrecht erhalten zu können. Sollten sich das Verbraucherverhalten oder die Kundenansprüche ändern, könnte es schwierig werden, künftige geschäftliche, finanzielle und operative Ergebnisziele zu erreichen.

Die Innovationszyklen werden immer kürzer. Dies stellt den Telekommunikationssektor vor die Herausforderung, neue Produkte und Dienstleistungen in immer kürzeren Zeitabständen hervorbringen zu müssen. Neue Technologien verdrängen bestehende Technologien, Produkte und Services teilweise oder manchmal sogar vollständig. Dies kann bei den angebotenen Diensten wie z. B. Telefonie, Nachrichten, Internet-Zugang, Smart Home oder TV zu geringeren Preisen und Umsätzen führen – bis hin zur vollständigen Substitution durch neue, globale Anbieter. Diese Substitutionsrisiken könnten unseren Umsatz und unser Ergebnis beeinflussen. Dem Ausmaß der Substitutionsrisiken begegnen wir u. a. durch integrierte Lösungen mit Hyperpersonalisierung und Kontextbezug (z. B. „Magenta HomeOS“), um „Kunden zu Fans“ zu machen und dadurch zu binden. Der Ausbau des Mobilfunk-Standards 5G als technologische Innovation birgt Unsicherheiten in sich in Form von öffentlichen Diskussionen zu Sicherheit und elektromagnetischer Verträglichkeit sowie der begrenzten Anzahl von Telekommunikationshardware-Anbietern, die wir in Planungsszenarien abbilden.

Unser operatives Segment Systemgeschäft steht ebenfalls vor Herausforderungen. So belasten ein beständig starker Wettbewerb sowie der anhaltende Kostendruck das klassische IT-Geschäft. Darüber hinaus führt der technische Wandel hin zu Cloud-Lösungen und Digitalisierung im IT-Geschäft zum Markteintritt neuer, kapitalstarker Wettbewerber. Dies kann zu Umsatzrückgängen und Margenverfall bei T-Systemen führen.

Chancen aus dem Marktumfeld. Der Telekommunikations- und IT-Markt ist ein sehr dynamischer, hart umkämpfter Markt. Die wirtschaftlichen und wettbewerbliehen Rahmenbedingungen sowie sich verändernde Kundenwünsche beeinflussen unser Handeln und wirken sich auf unsere Unternehmenskennzahlen aus. Grundsätzlich gehen wir von den Entwicklungen aus, wie wir sie im Kapitel „[Prognose](#)“ beschrieben haben.

Neben den beschriebenen Risiken eröffnen die immer kürzer werdenden Innovationszyklen die Möglichkeit, die Digitalisierung unserer Gesellschaft voranzutreiben und unseren Privat- und Geschäftskunden innovative Produkte bzw. Lösungen anzubieten. Daher sind bei wachsender Konvergenz von Netz, IT und Produkten unsere Aktivitäten rund um Innovationen und Technologien entscheidend, wenn es darum geht, Chancen zu erkennen, zu nutzen und sie im zunehmenden Wettbewerb zu etablieren. In unserem Vorstandsbereich „Technologie und Innovation“ sind daher alle relevanten Funktionen unter einer gemeinsamen Leitung zusammengeführt, um eine enge Integration der Bereiche Innovation, Netz, IT und Sicherheit zu ermöglichen. Wir stellen dabei die Entwicklung von menschenzentrierten Lösungen und herausragenden nahtlosen Kundenerlebnissen in den Vordergrund und wurden im Berichtsjahr u. a. wiederholt für unseren digitalen Assistenten „Frag Magenta“ und das Produkt „Magenta SmartHome“ ausgezeichnet.

Weitere Informationen zu unserer Innovationsarbeit finden Sie im Kapitel „[Technologie und Innovation](#)“.



Der aktuell ausgerollte 5G-Mobilfunk-Standard bietet durch die deutliche Erhöhung von Kapazität, Bandbreite und Verfügbarkeit sowie geringeren Latenzen mehr Zuverlässigkeit, Sicherheit und garantierte Dienstqualität z. B. für industrielle Anwendungsszenarien. Damit bietet 5G nicht nur die unmittelbare Chance, bei bestehenden Geschäftsmodellen stark steigende Anforderungen zukünftig kosteneffizienter bewältigen zu können, sondern auch Chancen für weitere Geschäftsmodelle, indem man Netzfähigkeiten (z. B. Netzzugang, Lokalisierung, Sicherheit, Identität, Speicherort, Datenzwischenlagerung, Echtzeitverarbeitung) an entsprechende Partner vermarktet. Bereits heute haben wir erste Anwendungsfälle realisiert wie z. B. 5G-Campus-Netzwerke und Mobile Edge Computing, bei denen die Datenverarbeitung dezentral – am Rand des Netzes – erfolgt. 5G und Edge Computing bilden so gemeinsam mit anderen Technologien wie dem NarrowBand-Internet of Things (NB-IoT) oder Künstlicher Intelligenz (KI) die Basis für die weitere Digitalisierung der Gesellschaft. Zur Entwicklung der nächsten 6. Mobilfunk-Generation arbeiten wir mit der Forschung zusammen an einem Standard, der eine Reihe von aktuellen Herausforderungen an Telekommunikationsnetze adressieren soll: die Verbindung zwischen allen Menschen, Nachhaltigkeit und CO₂-Neutralität sowie die weitere Untermauerung von Datenschutz, Vertrauen und Sicherheit.

Zusätzlich ergeben sich in unserem Systemgeschäft Chancen auf neue Projektgeschäfte durch Zukunftsthemen wie Künstliche Intelligenz (KI) und Industrial-IoT-Initiatoren.

Risiken aus strategischer Umsetzung und Integration. Wir befinden uns in einem stetigen Prozess strategischer Anpassungen und Kostensenkungsinitiativen. Können wir diese Vorhaben nicht wie geplant umsetzen, sind wir bestimmten Risiken ausgesetzt. So könnte der Nutzen der Maßnahmen geringer sein als ursprünglich abgeschätzt, sie könnten sich später als angenommen auswirken oder ihre Wirkung könnte ganz ausbleiben. Jeder dieser Faktoren – allein oder in Kombination – könnte sich negativ auf unsere Geschäfts-, Vermögens-, Finanz- und Ertragslage auswirken.

Der Zusammenschluss von T-Mobile US und Sprint wurde am 1. April 2020 vollzogen. Die Umsetzung des Zusammenschlusses stellt T-Mobile US vor komplexe Herausforderungen, die erfolgreich bewältigt werden müssen, um die geplanten Synergien weiterhin zu erzielen und die vereinbarten Auflagen der Behörden zu erfüllen. Die Zusammenführung beider Unternehmen zur neuen T-Mobile US betrifft alle betrieblichen Bereiche. Beispiele sind die Zusammenführung der Mobilfunknetze sowie der IT- und Techniklandschaft, das Kunden-Management, der Vertrieb, das Personal-Management, die Logistik und das Kontrollumfeld. Gleichzeitig wird es u. a. notwendig sein, die mit den Kartell- und Regierungsbehörden vereinbarten Auflagen wie z. B. der Federal Communications Commission (FCC), des US-amerikanischen Justizministeriums Department of Justice (DoJ), der Aufsichtsbehörden diverser US-amerikanischer Bundesstaaten sowie des Committee on Foreign Investment in the United States (CFIUS) zu erfüllen. Es bestehen zahlreiche Verpflichtungen, insbesondere in Bezug auf den Netzaufbau und die Unterstützung von DISH beim Aufbau eines eigenständigen Netzes. Fast ein Jahr nach der Fusion mit Sprint gab T-Mobile US auf ihrem Analystentag im März 2021 ein Update zu den Integrationsfortschritten des Unternehmens und stellte fest, dass T-Mobile US bei der Umsetzung der Synergien aus dem Zusammenschluss bereits zu diesem Zeitpunkt über der Planung lag, die bei Bekanntgabe der Transaktion im April 2018 kommuniziert wurde.

Die Zusammenarbeit mit chinesischen Lieferanten wird durch den andauernden Handelskonflikt zwischen den USA und China erschwert. Seit 2020 sanktionieren die USA aufgrund von Sicherheitsbedenken die Nutzung von US-Technologie für und durch chinesische Lieferanten. Dabei wirken sie auch auf andere Länder ein, sich entsprechend zu verhalten. In Deutschland hat der Gesetzgeber durch das neue „Zweite Gesetz zur Erhöhung der Sicherheit informationstechnischer Systeme“ (IT-Sicherheitsgesetz 2.0) eine langjährige intensive Diskussion um die Sicherheit in kritischen Infrastrukturen beendet. Positiv ist, dass nun einige Anforderungen an kritische Infrastrukturen (KRITIS) geregelt werden, die lange Zeit strittig waren. Die Deutsche Telekom selbst prüft sicherheitskritische Komponenten seit langem vor dem Einbau und laufend im Betrieb. Wir gehen davon aus, dass auch die Prüfung durch die Behörden mit einem zügigen Netzausbau vereinbar ist und es nicht zu dauerhaften Verzögerungen kommt. Das IT-Sicherheitsgesetz 2.0 beinhaltet kein Verbot von einzelnen Herstellern. Für die praktische Anwendung des IT-Sicherheitsgesetzes 2.0 erarbeitet das Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat gegenwärtig die notwendigen Regularien (u. a. zur Zertifizierung kritischer Komponenten und Garantieerklärung der Hersteller). Bezüglich der möglicherweise betroffenen kritischen Komponenten sind die Vorgaben des sog. „TKG-Sicherheitskatalogs“ relevant, der zwischen der Bundesnetzagentur und dem Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik erarbeitet und Anfang August 2021 veröffentlicht wurde. Hinsichtlich einer Zertifizierungspflicht verbauter Komponenten sieht der Katalog eine Übergangsfrist bis zum 31. Dezember 2025 vor, sodass bis dahin weitestgehend von einem Bestandsschutz auszugehen ist. Das Risiko einer Rückbauanordnung bereits im Netz verbauter Komponenten ist anhand der Gesetzeslage als gering einzuschätzen. Für die Zeit ab dem 1. Januar 2026 kann indes nicht ausgeschlossen werden, dass aktuell genutzte kritische Komponenten bestimmter Hersteller nicht weiter verwendet werden dürfen. Zur Klärung unbestimmter Rechtsbegriffe und des Anwendungsumfangs des Sicherheitskatalogs wurde netzbetreiberübergreifend ein förmliches Widerspruchsverfahren angestrengt. Unabhängig davon wird eine Rückbauanordnung einmal genehmigter Komponenten nur nach hohen Hürden angeordnet werden können. In anderen Ländern wie Österreich und Polen besteht weiterhin die Möglichkeit, dass es zu einem angeordneten Austausch von Lieferanten in kritischer Infrastruktur innerhalb von vorgegebenen Fristen kommen kann. Insbesondere aufgrund des in Deutschland erlassenen IT-Sicherheitsgesetzes 2.0 reduziert sich das potenzielle Schadensausmaß. Aufgrund der verbesserten Risikosituation bei der Umsetzung der Synergien in den USA und bei der Zusammenarbeit mit chinesischen Lieferanten haben wir die Risikobedeutung der Risikokategorie „Strategische Umsetzung und Integration“ auf „hoch“ abgesenkt.

Chancen aus strategischer Umsetzung und Integration.   Partnerschaften bieten u. a. Chancen zu erhöhten Umsätzen und verstärkter Kundenbindung. Zum Beispiel werden durch die Aufnahme des neuen strategischen Handlungsfelds Magenta Advantage in unserer Konzernstrategie und das damit verbundene Programm Portfolio-Unternehmen von SoftBank Zugang zu digitalen Kundenschnittstellen und Vertriebsstellen erhalten und damit die Palette unserer Dienste innovativ erweitern.

Das durch die abgeschlossene IP-Transformation (All IP) entstandene logische Netz spricht „eine Sprache“ und funktioniert technisch weitgehend unabhängig von den übertragenen Diensten. Dies ermöglicht Effizienzsteigerungen, indem z. B. die Komplexität bei Wartung und Betrieb reduziert wird, dienstspezifische Altplattformen abgeschaltet werden sowie durch Energieeinsparungen. Zudem schafft All IP Wachstumspotenziale: kurz- und mittelfristig durch ein verbessertes Kundenerlebnis vorhandener Dienste (z. B. bessere Sprachqualität, mehr Customer-Self-Service, flexiblere Konfigurationsmöglichkeiten), mittel- und langfristig als eine unverzichtbare Basis für neue Konvergenzprodukte, für das Internet der Dinge und für das beschleunigte Einführen neuer Angebote (Time-to-Market).

Nicht zuletzt fungiert das All IP-Netz als eine Grundvoraussetzung für die zukünftige Cloud- und Software-basierte Netz- und Dienstproduktion. Bei gleichzeitiger höherer Automatisierung ergeben sich Chancen für Effizienzsteigerungen, schnellere Bereitstellung von neuen Diensten und Leistungsmerkmalen, verbesserte Qualität und die Erschließung neuer Umsatzpotenziale.

Die Disaggregation der Zugangsnetzwerke (im Mobilfunk: Open Radio Access Network, O-RAN; im Festnetz: Access 4.0) und Kernnetze (z. B. des 5G-Kernnetzes) als Teil unserer Netzwerk-Differenzierungsstrategie bietet die Erweiterung des Lieferanten-Ökosystems und dadurch eine Steigerung von Wettbewerb, Flexibilität und Innovationen als Chancen. Bei gleichzeitiger Forcierung von Automatisierung und Cloudifizierung erwarten wir zudem mittelfristig eine Reduzierung der Gesamtkosten sowie eine Erhöhung der Agilität und Geschwindigkeit in der Bereitstellung neuer Dienste und Leistungsmerkmale.

Wir treiben die Transformation unserer IT mit agiler Entwicklung, Entkopplung und Cloudifizierung weiter voran. Durch diese Ansätze können neue Möglichkeiten beschleunigter Entwicklungen und effizienter IT-Produktion ausgeschöpft werden, indem modulare Komponenten, sog. „Microservices“, und Application Programming Interfaces (API) bereitgestellt werden und in einer skalierbaren Cloud mit modernster Technologie produziert werden. Zudem eröffnet die agile und entkoppelte Entwicklung die Chance durch flexible kleinere Software-Releases, Big Bang-Risiken bei der Ablieferung mächtiger Software-Releases zu verringern.

Risiken und Chancen aus Marke und Reputation. Eine unvorhersehbare negative mediale Berichterstattung über unsere Produkte und Dienstleistungen oder unsere unternehmerische Tätigkeit und Verantwortung kann einen großen Einfluss auf die Reputation unseres Unternehmens und unser Marken-Image haben. Durch soziale Netzwerke kann es zu einer noch schnelleren und weiteren Verbreitung solcher Informationen und Meinungen kommen. Letztlich kann sich eine negative Berichterstattung auf unseren Umsatz und unseren Markenwert auswirken. Um dies zu vermeiden, sind wir in einem ständigen intensiven und konstruktiven Dialog v. a. mit unseren Kund*innen, den Medien und der Finanzwelt. Höchste Priorität hat für uns, die Interessen aller Stakeholder möglichst ausgewogen zu berücksichtigen und somit unserem Ruf gerecht zu werden, ein verlässlicher Partner zu sein.

Nachhaltigkeitschancen und -risiken und gesellschaftliche Verantwortung. Zu einem umfassenden Risiko- und Chancen-Management gehört für uns auch, Chancen und Risiken zu berücksichtigen, die aus ökologischen oder sozialen Aspekten resultieren bzw. aus der Führung unseres Unternehmens. Dazu binden wir alle relevanten Stakeholder aktiv und systematisch in den Prozess ein, um aktuelle und potenzielle Risiken und Chancen zu ermitteln. Das kontinuierliche Monitoring von ökologischen, sozialen und Governance-Themen geht einher mit der systematischen Ermittlung der Positionen unserer Stakeholder zu diesen

Themen. Wichtige Tools dabei sind: Die Befragung von Stakeholdern, eine Dokumentenanalyse – berücksichtigt werden u. a. Gesetzestexte, Studien und Veröffentlichungen in Medien –, unsere Mitarbeit in Arbeitsgruppen und Gremien nationaler und internationaler Unternehmens- und Sozialverbände, wie z. B. GeSI, ETNO, BDI, Bitkom, Econsense und BAGSO, von uns organisierte Stakeholder-Dialogformate sowie unsere verschiedenen Publikationen, wie Pressespiegel und Newsletter. Zudem integrieren wir die wichtigsten Nachhaltigkeitsrisiken in die interne Compliance-Bewertung. Dadurch erfassen wir die dazu gehörige Positionierung und Maßnahmenentwicklung in den verschiedenen Geschäftsbereichen.

Weitere Informationen zum Thema Nachhaltigkeit finden Sie im Kapitel „Corporate Responsibility und nichtfinanzielle Erklärung“.

Folgende Themen haben wir als die Wesentlichen unseres Nachhaltigkeitsmanagements identifiziert:

- **Reputation.** Der Umgang mit Nachhaltigkeitsthemen birgt für unsere Reputation sowohl Risiken als auch Chancen. Eine hohe Service-Qualität ist einer der wichtigsten Faktoren für eine bessere Kundenwahrnehmung. Um die Wichtigkeit des Themas Kundenzufriedenheit zu unterstreichen, ist die Kundenzufriedenheit in unserer Konzernsteuerung als nichtfinanzieller Leistungsindikator verankert. Transparenz und Reporting tragen dazu bei, das Vertrauen anderer externer Stakeholder in unseren Konzern zu fördern. Diesem Zweck dienen auch unsere Geschäfts- und CR-Berichte. Dagegen können Themen wie Geschäftspraktiken, Datenschutz oder Arbeitsstandards in der Lieferkette sowie der Umgang mit Menschenrechten und ethischer Umgang mit bzw. Einsatz von Künstlicher Intelligenz auch Reputationsrisiken beinhalten: Finden sich unsere Marken, Produkte oder Dienstleistungen im Zusammenhang mit diesen Thematiken in einer negativen medialen Berichterstattung, kann das unserer Reputation großen Schaden zufügen. In unserem Nachhaltigkeitsmanagement überprüfen wir kontinuierlich solche möglichen Risiken und leiten gegebenenfalls Maßnahmen ein, um sie zu minimieren. Dazu gehört auch die systematische Einbettung in das konzerninterne Compliance-Management, um die Relevanz der Risiken zu Nachhaltigkeitsthemen und deren reputative Wirkung über Unternehmensbereiche hinweg zu ermitteln. Zudem ermitteln wir positive Nachhaltigkeitsbeiträge unserer Produkte und Dienstleistungen, um unsere Reputation entsprechend zu beeinflussen.
- **Klimaschutz.** Im Rahmen unserer integrierten Klimastrategie befassen wir uns sowohl mit den Risiken als auch mit den Chancen, die der Klimaschutz für uns und unsere Stakeholder birgt. ICT-Produkte und -Dienstleistungen werden im Jahr 2030, trotz zu erwartender Rebound-Effekte, das Potenzial haben, in anderen Branchen bis zu siebenmal so viel CO₂-Emissionen einzusparen wie das Wachstum der ICT-Branche selbst verursacht (GeSI-Studie „Digital with Purpose“). So besteht die Möglichkeit, bei Annahme eines optimistischen Szenarios, bis zu 9 % der globalen CO₂-Emissionen im Jahr 2030 einzusparen. Es wird zudem ein Investitionsvolumen von etwa 3 Billionen US-Dollar in innovative Lösungen bis 2030 erwartet, welches nicht nur zum Ausbau des Geschäfts führen wird, sondern auch die SDGs unterstützt. Diese Entwicklung begleiten wir, indem wir unser Produkt-Portfolio hinsichtlich Nachhaltigkeitsvorteilen bewerten. Zusätzlich wollen wir das Verhältnis aus Emissionen, die durch unsere Produkte und Dienste eingespart werden können, und Emissionen aus unserer eigenen gesamten Wertschöpfungskette kontinuierlich verbessern.

Unter den Risiken, die der Klimawandel mit sich bringt, sind bereits heute zunehmend extreme Wetterbedingungen erkennbar. Solche Unwetterereignisse können unsere Infrastruktur beschädigen und den Netzbetrieb stören. Dies beeinflusst unsere Stakeholder unmittelbar, z. B. unsere Kund*innen, Zulieferer und Mitarbeiter*innen. Umsatzeinbußen oder geringere Kundenzufriedenheit können die Folge sein. Die Betrachtung des Risikos für die Fortführung des Betriebes wird durch das Risiko-Management abgedeckt und operativ in den Geschäftseinheiten gesteuert. Die Deutsche Telekom begrüßt die hinter der „Task Force on Climate-related Financial Disclosures“ (TCFD) stehenden Ziele und bemüht sich aktiv um deren Umsetzung. Im ersten Schritt haben wir eine Lückenanalyse zur Abdeckung der TCFD-Empfehlungen durchgeführt. In verschiedenen Workshops mit relevanten Akteuren aus Technik, Einkauf, Strategie und Risiko-Management haben wir die wesentlichen klimabezogenen Chancen und Risiken der Deutschen Telekom AG definiert und eine erste Gewichtung vorgenommen. Im nächsten Schritt führten wir für Deutschland exemplarisch eine Standortanalyse der physischen Klimarisiken in verschiedenen Klimaszenarien durch („Business-as-Usual“ und „4-Grad-Szenario“), welche nun im Zuge eines länderübergreifenden Projekts internationalisiert werden soll. Neben den physischen Risiken werden nun auch die transitorischen Risiken (Bedrohungen, die durch plötzliche Anpassungen von Wirtschaftszweigen an den Klimawandel entstehen) einer detaillierten Analyse unterzogen.

Ausführliche Informationen hierzu werden in unserem CR-Bericht 2021 veröffentlicht.

Einen Beitrag zur weiteren Vorbeugung können wir zusätzlich leisten, indem wir unsere eigenen CO₂-Emissionen reduzieren. Aus diesem Grund haben wir uns 2021 das ambitionierte Ziel gesetzt, unsere konzernweiten CO₂-Emissionen (Scope 1 und 2) bis 2025 auf netto null zu bringen. Dabei sollen bis zu 95 % real reduziert werden. Mögliche verbleibende Emissionen werden über Kompensationsmaßnahmen ausgeglichen. Außerdem birgt der Klimaschutz auch finanzielle Risiken, sei es durch die aufkommenden Abgaben für CO₂-Emissionen oder erhöhte Energiekosten sowie verstärkter Vorgaben für Produkte, z. B. im Hinblick auf Energieeffizianzforderungen. Um diesen Risiken entgegenzuwirken, messen wir u. a. unsere eigene Energieeffizienz und entwickeln Maßnahmen, um diese zu verbessern. Unsere neu für 2021 beschlossenen ESG-Ziele für die Vorstandsvergütung des jeweiligen jährlichen Energieverbrauchs als auch der geplanten jährlichen CO₂-Emissionen für Scope 1 und 2 unterstützen zusätzlich die Erreichung der Klimaziele und Energieeffizienzmaßnahmen. In einem konzernweiten Programm adressieren wir gezielt unsere Lieferkette und arbeiten an der Optimierung unserer Produkte und deren Verpackung. Seit 2021 deckt der Konzern seinen Strombedarf zu 100 % aus erneuerbaren Energien ab. Dies passiert durch Power Purchase Agreements (PPA) und andere Formen von Direktbezug, u. a. auch durch Herkunftsnachweise.

Weitere Informationen hierzu finden Sie im Kapitel „Corporate Responsibility und nichtfinanzielle Erklärung“.

■ **Lieferanten.** Mehr Nachhaltigkeit in unserer Lieferkette sehen wir als Chance – für unsere Reputation und unseren wirtschaftlichen Erfolg. Neben allgemeinen Risiken im Rahmen unserer globalen Beschaffungstätigkeiten können wir länder- und lieferantenspezifischen Risiken ausgesetzt sein. Dazu zählen z. B. der Einsatz von Kinderarbeit, die bewusste Inkaufnahme von Umweltschäden oder mangelhafte Arbeits- und Sicherheitsbedingungen vor Ort. Wir überprüfen unsere Prozesse systematisch auch im Hinblick auf kommende Anforderungen (wie z. B. dem deutschen Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz), gleiches gilt für unsere Lieferanten. So minimieren wir die Risiken. Audits hierzu führen wir im Rahmen der Joint Audit Corporation (JAC) durch. Ziel der JAC ist die Reduzierung von Nachhaltigkeitsrisiken in unserer Lieferkette sowie die Verbesserung ökologischer und sozialer Aspekte, darunter auch das Thema Menschenrechte. Die Überprüfung steht daher im Einklang mit international anerkannten Richtlinien und Standards wie den ILO-Kernarbeitsnormen, den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte oder den OECD-Leitsätzen für multinationale Unternehmen. Unsere Kooperationen mit Lieferanten, die internationale Nachhaltigkeitsstandards einhalten, sichern eine hohe Produktqualität sowie eine zuverlässige Beschaffung. Mit einem speziellen Entwicklungsprogramm helfen wir unseren Lieferanten dabei, Geschäftspraktiken einzuführen, die sowohl sozial und ökologisch verträglich als auch wirtschaftlich effizient sind. Das Programm zeigte auch im Berichtsjahr messbare Erfolge und punktet in dreifacher Hinsicht: Es hat positive Auswirkungen auf die Arbeitsbedingungen bei den Lieferanten sowie deren Profitabilität und verdeutlicht die wirtschaftliche Relevanz von Nachhaltigkeit für beide Seiten – für unsere Lieferanten und für unseren Konzern. So senken z. B. bessere Arbeitsbedingungen bei unseren Lieferanten die Zahl der arbeitsbedingten Unfälle und die Fluktuationsrate. Dies wiederum sichert eine hohe Produktqualität und steigert die Produktivität – bei gleichzeitig niedrigeren Kosten für Rekrutierung und Training. Wir stärken also nicht nur die Profitabilität und CR-Performance bei unseren Lieferanten, sondern reduzieren auch deutlich identifizierte Risiken.

Gesundheit. Der Mobilfunk bzw. die elektromagnetischen Felder, die der Mobilfunk nutzt, lösen immer wieder Bedenken in der Bevölkerung über mögliche Gesundheitsrisiken aus. Dazu gibt es eine anhaltende öffentliche, politische und wissenschaftliche Diskussion. Die Akzeptanzprobleme in der Öffentlichkeit betreffen dabei zumeist die Mobilfunknetze, seltener den Einsatz mobiler Endgeräte wie Smartphones, Tablets und Laptops. Diese Diskussion hat verstärkt Auswirkungen auf den Ausbau der Mobilfunk-Infrastruktur. Im Festnetz-Bereich kann dies die Verwendung von herkömmlichen IP- bzw. DECT-Geräten (digitale schnurlose Telefone) sowie von Endgeräten mit WLAN-Technologie betreffen. Es besteht das Risiko regulatorischer Eingriffe, wie etwa die Verschärfung der Grenzwerte für elektromagnetische Felder oder die Umsetzung von Vorsorgemaßnahmen für den Mobilfunk, z. B. durch Veränderungen im Baurecht, aber auch das Risiko einer Kennzeichnungspflicht für Endgeräte.

Basierend auf dem aktuellen wissenschaftlichen Kenntnisstand haben anerkannte Gremien, wie die Weltgesundheitsorganisation (WHO) und die Internationale Strahlenschutzkommission (ICNIRP), in den vergangenen Jahren wiederholt die geltenden Grenzwerte für den Mobilfunk überprüft und, bei Einhaltung dieser Werte, die sichere Nutzung der Mobilfunk-Technik bestätigt. Die Grenzwertempfehlungen werden auch weiterhin regelmäßig von nationalen und internationalen Fachgremien geprüft.

Wir sind davon überzeugt, dass die sichere Anwendung der Mobilfunk-Technik durch die Einhaltung der geltenden Grenzwerte gewährleistet wird. Dabei stützen wir uns auf die Bewertung der anerkannten Gremien. Basis unseres verantwortungsvollen Umgangs mit diesem Thema ist unsere konzernweite „EMF-Policy“: In dieser verpflichten wir uns – weit über die gesetzlichen Anforderungen hinaus – zu mehr Transparenz, Information, Partizipation und Unterstützung der unabhängigen Mobilfunk-Forschung. Wir arbeiten daran, Bedenken in der Bevölkerung durch eine sachliche, wissenschaftlich fundierte und transparente Informationspolitik abzubauen. So sehen wir uns auch weiterhin in der Pflicht, den vertrauensvollen Austausch mit Kommunen fortzusetzen und erfolgreich zu gestalten. Dies gilt insbesondere, nachdem die langjährige Zusammenarbeit mit Kommunen beim Mobilfunk-Ausbau 2013 gesetzlich verankert wurde. Davor erfolgte die Zusammenarbeit auf Basis von freiwilligen Übereinkünften der Netzbetreiber.

Operative Risiken und Chancen



Risiken aus Technologie. Wir verfügen über immer leistungsfähigere Informations-/Netztechnik-Infrastruktur (IT-/NT-), die wir beständig ausbauen und modernisieren, um das beste Kundenerlebnis sicherzustellen und unsere Technologie-Führerschaft zu festigen. Ausfälle der aktuellen und zukünftigen technischen Infrastruktur können nicht vollständig ausgeschlossen werden und könnten im Einzelfall einen Umsatzausfall oder Kostensteigerungen nach sich ziehen; schließlich bilden unsere IT-/NT-Ressourcen und -Strukturen die wesentliche organisatorische und technische Plattform für unsere Geschäftstätigkeit. Die zunehmende Konvergenz von IT/NT birgt Risiken. Um diesen gesamthaft zu begegnen, sind unsere Netz-, Innovations- und IT-Aufgaben im Vorstandsressort „Technologie und Innovation“ gebündelt.

Es können Risiken entstehen, die alle IT-/NT-Systeme und -Produkte mit Internet-Anbindung betreffen. So könnten Störungen zwischen neu entwickelten und bereits bestehenden IT-/NT-Systemen zu Unterbrechungen bei Geschäftsprozessen, Produkten und Services führen, wie z. B. bei Smartphones und „MagentaTV“ oder bei Connectivity für Geschäftskunden. Um Ausfallrisiken, z. B. ausgelöst durch Naturkatastrophen oder Feuer, zu vermeiden, nutzen wir technische Frühwarnsysteme und Dopplungen von IT-/NT-Systemen. Das Computer Emergency Response Team (CERT) der Deutschen Telekom Security befasst sich mit der Sicherheit der Server unserer Geschäftskunden. Beim Cloud Computing lagern alle Daten und Anwendungen in Rechenzentren. Unsere europäischen Rechenzentren sind sicherheitszertifiziert und erfüllen die strengen Datenschutzbestimmungen sowie die Regularien der EU. So sind alle Daten von Unternehmen und Privatpersonen vor fremdem Zugriff geschützt. Ständige Pflege und automatische Updates halten die Sicherheitsvorkehrungen stets auf dem aktuellsten Stand. Auf Basis eines konzernweit standardisierten Business Continuity Managements (BCM) setzen wir zudem organisatorische und technische Maßnahmen ein, um Schäden zu verhindern bzw. deren Auswirkungen zu mindern. Versicherbare Risiken decken wir zudem im Rahmen unseres Versicherungsprogramms ab.

Für die Bereitstellung und Unterstützung von Services stützt sich T-Mobile US auf eigene Systeme und Netze sowie die Systeme und Netze anderer Anbieter und Zulieferer. Die Geschäftstätigkeiten von T-Mobile US – wie auch die Tätigkeiten der meisten Einzelhändler und Mobilfunk-Unternehmen – umfassen den Empfang, die Speicherung und Übertragung vertraulicher Kundendaten, einschließlich sensibler personenbezogener Daten sowie Zahlungsdaten, vertraulicher Informationen über Mitarbeiter*innen und Zulieferer sowie anderer sensibler Daten über T-Mobile US wie Geschäftspläne, Transaktionen und geistiges Eigentum. Cyber-Angriffe wie Denial of Service und andere böswillige Angriffe können die internen Systeme, Netze und Anwendungen von T-Mobile US zum Erliegen bringen, die Fähigkeit des Unternehmens zur Erbringung seiner Dienste beeinträchtigen und das Geschäft auf andere Weise negativ beeinflussen.

Zur Sicherung von Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit in der Branche mithilfe neuer und neu entstehender Technologien muss sich T-Mobile US auf zukünftige technologische Veränderungen einstellen, laufend in das eigene Netz investieren, die Netzkapazität steigern, die vorhandenen Angebote stetig erweitern und neue Angebote einführen, um den sich verändernden Anforderungen ihrer bestehenden und potenziellen Kunden gerecht zu werden. Sollte T-Mobile US nicht in der Lage sein, die technologischen Entwicklungen zeitnah für sich zu nutzen, könnte dies zu einem Rückgang der Nachfrage nach ihren Leistungen oder zu Schwierigkeiten bei der Umsetzung oder Weiterentwicklung ihrer Geschäftsstrategie führen. Nach dem Zusammenschluss mit Sprint betreibt und hält T-Mobile US mehrere Kundenabrechnungssysteme in Stand und führt diese weiterhin fort, bis die erfolgreiche Migration von Sprints Altkunden auf die existierenden T-Mobile US Abrechnungssysteme stattgefunden hat. Unerwartete Schwierigkeiten oder Verzögerungen könnten zu größeren System- oder Betriebsunterbrechungen führen.

Chancen aus Technologie. Die Nutzung großer Datenmengen (Big Data) aus unseren Netzen kann aufgrund der höheren Transparenz Entscheidungsprozesse verbessern und beschleunigen. Möglich wird dies, weil von einer hypothesengestützten zu einer faktenbasierten Entscheidungsfindung übergegangen wird und z. B. Korrelationen erkannt werden können.

Unser operatives Segment Systemgeschäft besetzt innovative Geschäftsfelder im Umfeld der Digitalisierung von Geschäftsprozessen wie Cloud Computing, Edge Computing und Cyber Security. Diese Geschäftsfelder könnten sich schneller als angenommen entwickeln. Als Vorreiter der Digitalisierung haben wir die Chance, mit verschiedenen Projekten im Gesundheitswesen und im Bereich MobilitySolutions die Marktentwicklung mitzugestalten und nicht nur an ihr teilzuhaben. In der Hochlaufphase dieser neuen, auf Maschinenkommunikation (M2M) und Big Data basierenden Geschäftsmodelle ist unser partnerbasierter Ansatz sehr Erfolg versprechend, um unsere Kernkompetenzen in puncto Cloud Computing, Edge Computing und Cyber Security in verschiedenen Projekten einzubringen. Zudem verfügen wir über Referenzen bezüglich strategischer Engagements in unseren Fokusbranchen Automotive, Public, Health und Public Transport. Darüber hinaus sehen wir Entwicklungsmöglichkeiten im Umfeld von Sovereign Clouds.  

Als Technologie- und Entwicklungspartner befinden wir uns in einer guten Wettbewerbsposition, was das Mautgeschäft in Europa betrifft. In den europäischen Mautprojekten in Belgien und Österreich sowie durch die Vermarktung eines europaweiten Mautsystems (Toll4Europe) wurden wertvolle Referenzen erworben, die uns helfen, uns vom Wettbewerb zu differenzieren.

Einkauf- und Lieferantenrisiken. Die Deutsche Telekom arbeitet mit unterschiedlichen Lieferanten für technische (Informations- und Kommunikationstechnologie) und nicht-technische Produkte und Dienstleistungen zusammen. Zu den Produkten und Dienstleistungen mit latent höherem Risiko zählen u. a. Soft- und Hardware, Netztechnik-Komponenten und alle Produkte und Dienstleistungen, die direkt dem Endkunden bereitgestellt werden.

Lieferrisiken lassen sich nicht grundsätzlich ausschließen. So können sich z. B. Pandemien, sonstige Lieferengpässe, Preiserhöhungen, veränderte wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen oder Produktstrategien der Lieferanten negativ auf unsere Geschäftsprozesse und unser Ergebnis auswirken. Aus Abhängigkeiten von einzelnen Zulieferern bzw. dem Ausfall von einzelnen Lieferanten können zusätzlich Risiken erwachsen, dies gilt insbesondere für chinesische Telekommunikationslieferanten. Diesen begegnen wir mit organisatorischen, vertraglichen und einkaufsstrategischen Maßnahmen. So besteht z. B. seit Anfang 2021 die konzernweite „Chip Shortage Task Force“. Hier wird in regelmäßigen Intervallen die Risikosituation der Deutschen Telekom bewertet und bei Notwendigkeit entsprechende Mitigierungsmaßnahmen eingeleitet und deren Umsetzung überwacht.

Risiken und Chancen aus Datenschutz und Datensicherheit

Seit Einführung der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) gibt es in Europa ein weitgehend harmonisiertes Datenschutzrecht. Davon hat die Telekom als Konzern mit Schwerpunkt in Europa erheblich profitiert. In der nahen Vergangenheit haben europäische Institutionen den Datenschutz weiter gestärkt. So hat der Europäische Gerichtshof (EuGH) am 16. Juli 2020 das wegweisende Urteil zu „Schrems II“ gesprochen. Europas höchstes Gericht trug damit den Bedenken zum Datenschutzniveau in den USA Rechnung und erklärte den Angemessenheitsbeschluss der EU-Kommission für die USA („Privacy Shield“) für unwirksam. Als Konzernschutz arbeiten wir gemeinsam mit allen betroffenen Konzerneinheiten daran, die aus dem Urteil und den Veröffentlichungen des Europäischen Datenschutzausschusses resultierenden Anforderungen umzusetzen. Den erheblichen Herausforderungen dieses Urteils müssen sich alle Unternehmen in der EU, aber auch deren Vertragspartner in aller Welt stellen, um auch zukünftig eine datenschutzkonforme Datenverarbeitung gewährleisten zu können.

Die neuen Vorgaben haben auch Einfluss auf das seit zwölf Jahren im Konzern etablierte Verfahren „Privacy and Security Assessment“ (PSA). Dieser mittlerweile vollständig digital implementierte Prozess erfüllt die Vorgaben der DSGVO hinsichtlich der Durchführung eines Privacy Impact Assessment zur Bewertung und Dokumentation von Risiken bei Datenverarbeitungen. So wurde in das PSA-Verfahren ein sog. „Transfer Impact Assessment“ integriert. In allen neuen Verfahren mit Drittlandsbezug werden somit bereits in der Entwicklung alle Anforderungen aus dem „Schrems II“-Urteil berücksichtigt und dokumentiert. Zwar können bereits vereinbarte Standardvertragsklauseln noch bis Ende 2022 genutzt werden. Allerdings gelten für die Vertragsparteien und die Datenschutzaufsichtsbehörden umfangreiche Prüfpflichten, ob das Datenschutzniveau auch tatsächlich adäquat ist. Hier sind technische und rechtliche Fragen für alle Drittlandtransfers umfassend zu prüfen und ggf. sind auch Anpassungen vorzunehmen.

Das Schrems II-Urteil hat Einfluss auf die Umsetzung der Cloudifizierungsaktivitäten der Telekom. Vor der Verlagerung von Workloads bzw. Applikationen, z. B. in eine Cloud-Lösung aus einem Drittland, werden sowohl eine detaillierte Risikoanalyse zum Transfer und dessen potenzielle Auswirkungen auf das Geschäft durchgeführt, als auch die Rückholbarkeit der Workloads bzw. Applikation sichergestellt. Falls Cloud-Lösungen in Drittstaaten zukünftig nicht mehr nutzbar wären, käme es zu signifikanten Effizienzverlusten und Mehrkosten.

Darüber hinaus haben wir uns intensiv mit technischen Entwicklungen und Digitalisierungsprojekten im Sinne der Konzernstrategie auseinandergesetzt. Beispielsweise mit der Service-App, mit der unsere Kunden ihre Telekom Produkte und Verträge managen können. Im Jahr 2021 ging diese einheitliche technische und datenschutzkonforme Lösung auch in Deutschland an den Start. Ein weiteres Beispiel ist die deutsche Corona-Warn-App sowie die sich daran anschließende europäische Lösung, die wir gemeinsam mit dem Robert-Koch-Institut, SAP und weiteren Partnern weiterentwickelten. Als Deutsche Telekom begleiteten wir maßgeblich das Datenschutzkonzept in der Entwicklung und führten die Abstimmungen mit den Partnern, dem Bund und weiteren Stellen durch. Hierdurch konnten und können wir einen maßgeblichen Beitrag zur weiteren Bekämpfung der Coronavirus-Pandemie in Deutschland und Europa leisten.

T-Systems hat den EU Cloud Code of Conduct (EU Cloud CoC) unterschrieben. Denn die Europäische Cloud steht als Synonym für etwas Essentielles, nämlich für nichts Geringeres als die digitale Souveränität Europas bei Cloud-Diensten. Darunter verstehen wir die vollständige Kontrolle über gespeicherte und verarbeitete Daten sowie die unabhängige Entscheidung darüber, wer darauf zugreifen darf. Voraussetzung dafür sind klare Regeln und Vorgaben. Diese bietet der EU Cloud CoC. Die europäischen Datenschutzaufsichtsbehörden haben diese Verhaltensregeln autorisiert. Mit der Unterzeichnung verpflichten sich die Unternehmen und damit auch T-Systems, das Datenschutzniveau bei Cloud-Diensten im Sinne der Kunden und des europäischen Datenschutzes weiter zu erhöhen. Sie erbringen so den Nachweis, Daten im Einklang mit den Anforderungen der DSGVO zu verarbeiten. Die Einhaltung der Regeln wird von unabhängiger Stelle überprüft.

Für den Telekommunikationssektor in der EU gibt es aber mit der weiterhin nicht verabschiedeten ePrivacy-Verordnung eine weitere sektorspezifische regulatorische Herausforderung. Aufgrund der gegenüber der DSGVO deutlich restriktiveren Möglichkeiten der Datenverarbeitung für Telekommunikationsanbieter können innovative Big Data- und Künstliche Intelligenz-Anwendungen im Telekommunikationsbereich kein vergleichbares Potenzial entfalten wie bei Unternehmen, die nur der DSGVO unterliegen.

Den nach wie vor großen Herausforderungen in der IT-Sicherheit begegnen wir mit präventiven Maßnahmen wie integrierter Sicherheit in Geschäftsprozessen und Maßnahmen zur Stärkung der Sicherheits-Awareness der Mitarbeiter*innen sowie mit zunehmendem Fokus auf Analyse der Bedrohungen und Cyber-Risiken. Hier setzt unser Frühwarnsystem an: Es erkennt neue Quellen und Formen von Cyber-Angriffen, analysiert das Verhalten der Angreifer unter strenger Wahrung des Datenschutzes und identifiziert so neue Trends im Sicherheitsbereich. Neben den sog. „Honeypot-Systemen“, die Schwächen in IT-Systemen simulieren, umfasst unser Frühwarnsystem Melde- und Analyse-Tools für Spam-Mails, Viren und Trojaner. Die Informationen, die wir aus all diesen Systemen gewinnen, tauschen wir mit öffentlichen und privaten Stellen aus, um neue Angriffsmuster zu erkennen und neue Schutzsysteme zu entwickeln.

Die Häufigkeit von Cyber-Kriminalität und Industriespionage nehmen zu und werden durch die sich rapide weiterentwickelnden Technologien und Angriffsmethoden immer komplexer. Das stellt uns vor stetige Herausforderungen und Anpassungen, um unsere Kunden- und Geschäftspartnerdaten sowie unsere Netze, Technologien, Produkte und Dienstleistungen vor diesen Angriffen zu schützen. Solche Vorfälle können u. a. zu Betriebsunterbrechungen, Veruntreuung oder unbefugtem Zugang zu vertraulichen oder persönlichen Informationen sowie zu Reputationsschäden führen. Diesen Risiken begegnen wir mit umfangreichen Sicherheitskonzepten. Um mehr Transparenz zu schaffen und so den Bedrohungen besser entgegenwirken zu können, setzen wir verstärkt auf Partnerschaften, z. B. mit öffentlichen und privaten Organisationen. Mit dem „Security by Design“-Prinzip haben wir Sicherheit als festen Bestandteil in unseren Entwicklungsprozess für neue Produkte und Informationssysteme etabliert. Zusätzlich führen wir intensive und obligatorische digitale Sicherheitstests durch.

Wir streben weiterhin an, durch IT-Sicherheitslösungen unser Wachstum zu beschleunigen. Dazu haben wir Sicherheitsabteilungen unter dem Dach der Deutschen Telekom Security zusammengefasst. Mit diesem Ende-zu-Ende-Sicherheits-Portfolio wollen wir Marktanteile gewinnen und im Zuge der Megatrends Internet der Dinge und Industrie 4.0 mit neuen Sicherheitskonzepten punkten. Außerdem bauen wir unser Partner-Ökosystem im Bereich der Cyber-Sicherheit sukzessive weiter aus.

Auf unserer [Internet-Seite](#) berichten wir fortlaufend über aktuelle Entwicklungen in puncto Datenschutz und Datensicherheit.

Sonstige operative Risiken und Chancen

Mitarbeiter*innen. Unsere Belegschaft spielt bei der Transformation der Deutschen Telekom eine entscheidende Rolle. Für unseren Geschäftserfolg sind die Kompetenzen unserer Mitarbeiter*innen ein wichtiger Faktor. Angesichts der angespannten Marktsituation ist die Rekrutierung von neuen Mitarbeiter*innen/Expert*innen für geschäftskritische Bereiche wie z. B. im IT-Bereich sehr herausfordernd und für den Geschäftserfolg essentiell.

Auch 2021 konnten wir den Personalumbau in unserem Konzern sozialverträglich gestalten. In hohem Maße wurden Altersaustrittsmodelle wie Altersteilzeit, Engagierter Ruhestand und Abfindungen in Anspruch genommen, aber auch die Qualifizierung und Vermittlung von Beamt*innen in den öffentlichen Dienst durch Vivento fand hohen Zuspruch. Die Transformation mit dem damit verbundenen Personalumbau ist zur Erreichung der Konzernziele sehr wichtig. Gleichwohl ist eine gezielte Umbausteuerung unabdingbar. Daher ist bei jedem Wunsch einer Mitarbeiterin oder eines Mitarbeiters nach Inanspruchnahme eines Abbauminstruments im Einzelfall das Prinzip der beiderseitigen Freiwilligkeit zu wahren (Zustimmung Mitarbeiter*innen und Führungskraft), um z. B. den Verlust von Leistungsträgern zu vermeiden.

Nach wie vor werden zahlreiche Beamt*innen in Unternehmen beschäftigt, die ursprünglich zu Konzerneinheiten der Deutschen Telekom gehörten, aber zwischenzeitlich veräußert wurden. Hierzu wurden diese Beamt*innen auf ihren Wunsch hin beurlaubt. Allerdings besteht das Risiko, dass Beamt*innen, z. B. nach dem Ende der Beurlaubung, von einer veräußerten Einheit zu uns zurückkehren, ohne dass es ausreichende Beschäftigungsmöglichkeiten gibt. Ein solches externes Rückkehrrecht besteht derzeit für 1.174 Beamt*innen (Stand: 31. Dezember 2021) und birgt damit Risiken.

Risiken und Chancen aus Regulierung

Im Folgenden beschreiben wir die wesentlichen regulatorischen Risiken und Chancen, die aus heutiger Sicht unsere Vermögens-, Finanz- und Ertragslage und unsere Reputation beeinflussen könnten.

Regulatorische Risiken ergeben sich aus telekommunikationsspezifischen, gesetzlichen Regelungen auf nationaler, europäischer und US-amerikanischer Ebene sowie daraus abgeleiteten Regelungs- und Eingriffsbefugnissen nationaler Regulierungsbehörden, die unsere Produkt- und Preisgestaltungsmöglichkeiten einschränken. Regulatorische Chancen können durch Deregulierung entstehen. Regulatorische Eingriffe durch Regulierungsbehörden, die für uns nur bedingt vorherzusehen sind, können den bestehenden Preis- und Wettbewerbsdruck zusätzlich erhöhen. Zu befürchten ist, dass die Regulierung in den USA, Deutschland und in anderen europäischen Ländern die Entwicklung unseres Umsatzes und Ergebnisses auch mittel- bis langfristig negativ beeinflusst.

Änderungen in der Regulierungspolitik und Gesetzgebung

Umsetzung des „Europäischen Kodex für die elektronische Kommunikation“ (EKEK) in nationales Recht. Die Umsetzung des EKEK in das jeweilige nationale Recht der Länder, in denen die Deutsche Telekom Beteiligungen hält, bietet Chancen, insbesondere für eine investitionsfreundlichere Regulierung, aber auch Risiken, v. a. für erhöhte Aufwendungen zur Umsetzung der erweiterten Verbraucherschutzrechtlichen Vorgaben und der operativen prozessualen Umsetzung. Die Regelungen sind in Deutschland bereits durch das Telekommunikationsmodernisierungsgesetz, das zum 1. Dezember 2021 in Kraft trat, umgesetzt. Auch in den Ländern unserer europäischen Tochtergesellschaften ist der Gesetzgebungsprozess zum EKEK abgeschlossen bzw. im Gange.

| Weitere Informationen zum EKEK finden Sie im Kapitel „Wirtschaftliches Umfeld – Wesentliche Regulierungsentscheidungen“.

Die Novelle des europäischen Rechtsrahmens für Telekommunikation bleibt eingebettet in ein Gesamtpaket neuerer EU-Gesetzgebungen zum digitalen (Telekommunikations-)Binnenmarkt: Dieses sieht Anpassungen der Regelungen für Mediendienste vor – in erster Linie wegen der wachsenden Bedeutung von Internet-Angeboten –, die neben die bislang im Fokus stehenden Fernsehdienste treten (z. B. im Urheberrecht, Jugendmedien- und Verbraucherschutz, bei der Haftung von Internet-Service-Providern (v. a. Hosting) für Inhalte Dritter). Auch national sind jüngst, etwa im deutschen Medienstaatsvertrag der Länder, im Telemediengesetz des Bundes sowie im Wettbewerbsrecht konkrete Anpassungen an Digitalisierung und Konvergenz der Medien erfolgt.

| Weitere Informationen zu wesentlichen Regulierungsentscheidungen finden Sie im Kapitel „Wirtschaftliches Umfeld“.

Auch in den USA können neue oder geänderte mobilfunkrelevante Vorschriften und Gesetze die Komplexität von Prozessen erhöhen und zu höheren Kosten für die T-Mobile US führen.

Spektrumvergabe

Risiken könnten dadurch erwachsen, dass folgende Sachverhalte unsere geplanten Spektrumerwerbe gefährden könnten: unpassende Auktionsregeln und Frequenznutzungsauflagen, überzogene Startpreisforderungen sowie unverhältnismäßig hohe, jährliche Frequenzgebühren. Unangemessene Auflagen im Rahmen der Frequenzvergabe können z. B. weitreichende Ausbauvorgaben sowie im Einzelfall Auflagen zur Gewährung von Netzzugang (nationales Roaming, Diensteanbieterzugang) umfassen. Als Chance sehen wir in erster Linie die Möglichkeit, dass sich Mobilfunknetz-Betreiber über die Frequenzvergaben mit ausreichendem und bezüglich ihrer Lage optimalem Spektrum ausstatten können. Somit wären wir für weiteres Wachstum und Innovationen gerüstet. Bei den anstehenden Vergaben geht es hauptsächlich um die Auktion von zusätzlichen Frequenzen in den Bereichen 700 MHz, 800 MHz, 900 MHz, 1.800 MHz und 3.400 bis 3.800 MHz. Außerdem müssen Frequenzen insbesondere im 2.100 bzw. 2.600 MHz-Bereich erneuert werden, für die die Nutzungsrechte in einigen Ländern zwischen 2022 und 2024 auslaufen werden. Vergaben werden derzeit v. a. in Kroatien, Polen, Rumänien, der Slowakei sowie in der Tschechischen Republik und den USA vorbereitet.

Weitere Informationen zu laufenden und 2021 abgeschlossenen Frequenzvergaben finden Sie im Kapitel „Wirtschaftliches Umfeld“.

Eingriffsfelder nationaler Regulierungsbehörden

Nationale Regulierungsbehörden haben umfassende Eingriffsbefugnisse auf Basis von europäischen und nationalen Verordnungen und Gesetzen. Auf europäischer Ebene ist neben dem zuvor erwähnten EKEK die im Jahr 2015 verabschiedete **EU-Verordnung zum Telekommunikationsbinnenmarkt** hervorzuheben. Sie beinhaltet Regelungen zu International Roaming, Netzneutralität und Informationspflichten. Diese Regelungen schränken unsere Produktgestaltungsmöglichkeiten in erster Linie für Endkundenangebote ein. Leitlinien zur Umsetzung der Verordnung wurden durch das Gremium der Europäischen Regulierungsbehörden (GEREK) veröffentlicht. Risiken ergeben sich aus der Interpretation der Verordnung und der Leitlinien durch die jeweiligen nationalen Regulierungsbehörden. Die bislang unverbindliche Mitteilung der BNetzA zur Auslegung bestimmter Teile der Verordnung wurde nach Inkrafttreten des Telekommunikationsmodernisierungsgesetzes im Dezember 2021 durch eine rechtsverbindliche Verfügung der BNetzA ersetzt. Zudem haben nationale Regulierungsbehörden gesetzlich festgelegte umfassende Möglichkeiten, Produktpassungen zur Durchsetzung der Verordnung anzuordnen oder bei Feststellung eines Verstoßes Bußgelder zu erheben.

Unsere deutschen und europäischen Gesellschaften unterliegen weiterhin einer umfänglichen **Regulierung von Vorleistungsangeboten**, die uns verpflichtet, unser Netz und unsere Dienste auch Wettbewerbern als Vorleistungen überall dort zur Verfügung zu stellen, wo wir als Betreiber mit beträchtlicher Marktmacht eingestuft werden. Die entsprechenden Angebotskonditionen und Preise werden in Regulierungsverfahren von der nationalen Regulierungsbehörde regelmäßig geprüft oder festgesetzt. Wichtigste regulierte Vorleistungsprodukte sind Teilnehmeranschlussleitung, Bitstrom-Produkte, Mietleitungen sowie damit verbundene Leistungen. Terminierungsentgelte werden seit 2021 direkt über einen sog. „**delegierten Rechtsakt**“ von der Europäischen Kommission bestimmt. Darüber hinaus gelten europäische und nationale **verbraucherschutzrechtliche Regelungen**. Mit der am 1. Dezember 2021 in Kraft getretenen Novelle des Telekommunikationsgesetzes wurden weitere **Transparenzvorschriften** eingeführt. Verbraucher, die mit dem Breitbandmess-Programm der BNetzA erhebliche Abweichungen bei der Bandbreite feststellen, können zudem das monatliche Entgelt mindern oder den Vertrag kündigen. Darüber hinaus können nun im Falle von versäumten Technikerterminen oder nicht rechtzeitig behobenen Störungen pauschalierte Schadensersatzansprüche geltend gemacht werden.

Neben den Vorgaben des Telekommunikationsrechts unterliegen unsere Medienangebote auch besonderen Regeln des europäischen und nationalen **Medienrechts** sowie Querschnittsvorschriften wie solchen des Daten- und Verbraucherschutzes; hierzu gehören im weiteren Sinne das Urheberrecht, Regelungen zur Verantwortlichkeit für Inhalte, Vorgaben zur Sicherstellung des Jugendmedienschutzes oder solche zur Gestaltung der Inhalte und Benutzeroberflächen von Medien-Verteilplattformen. Der Telekom Deutschland dürfte, bei unveränderter Gesellschafterposition von Bund und KfW einerseits sowie Fortbestand der Rechtslage bzw. der bisherigen Auffassung der Medienaufsichtsbehörden andererseits, eine Zulassung zur Veranstaltung von Rundfunkprogrammen nicht erteilt werden.

Neue staatliche Interventionen im Kontext Netzsicherheit in Polen in Diskussion. In Polen hat die Regierung im Januar 2021 einen Entwurf für ein Cyber-Sicherheitsgesetz und neue Bestimmungen für eine Novelle des Telekommunikationsgesetzes veröffentlicht. Demnach sollen neue Mobilfunknetz-Betreiber mit privilegiertem Zugang zu Ressourcen etabliert werden. Dies könnte zu Wettbewerbsverzerrungen führen und die Wettbewerbsposition unserer Mobilfunk-Tochter in Polen negativ beeinflussen. Auch mit dem am 12. Oktober 2021 veröffentlichten 2. Entwurf zum Cyber-Sicherheitsgesetz und den damit verbundenen Regelungen im polnischen Telekommunikationsgesetz bestehen weiter Risiken für einen baldigen, freien Zugang zu Frequenzressourcen für den 5G-Netzausbau.

Rechtsverfahren

Wesentliche laufende Rechtsverfahren

Die Deutsche Telekom ist Partei in gerichtlichen und außergerichtlichen Verfahren mit Behörden, Wettbewerbern sowie anderen Beteiligten. Von besonderer Bedeutung sind aus unserer Sicht die nachfolgend aufgeführten Verfahren. Sofern in äußerst seltenen Fällen geforderte Angaben zu einzelnen Rechts- und Kartellverfahren nicht gemacht werden, sind wir zu dem Schluss gekommen, dass diese Angaben das Ergebnis des jeweiligen Verfahrens ernsthaft beeinträchtigen können.

Prospekthaftungsverfahren (dritter Börsengang – DT3). Hierbei handelt es sich um ursprünglich ca. 2.600 laufende Klagen von ca. 16.000 angeblichen Käufern von T-Aktien, die auf der Grundlage des Prospekts vom 26. Mai 2000 verkauft wurden. Die Kläger behaupten, dass einzelne Angaben in diesem Prospekt unrichtig oder unvollständig seien. Der Streitwert beläuft sich aktuell auf insgesamt noch ca. 78 Mio. € zuzüglich Zinsen. Die Klagen richten sich zum Teil auch gegen die KfW und/oder die Bundesrepublik Deutschland sowie teilweise auch gegen emissionsbegleitende Banken. Das Landgericht (LG) Frankfurt am Main hatte Vorlagebeschlüsse nach dem Kapitalanleger-Musterverfahrensgesetz (KapMuG) zum Oberlandesgericht (OLG) Frankfurt am Main erlassen und die Ausgangsverfahren ausgesetzt. Am 16. Mai 2012 hatte das OLG Frankfurt am Main festgestellt, dass der Börsenprospekt der Deutschen Telekom AG keinen wesentlichen Fehler enthält. Der Bundesgerichtshof (BGH) hatte in seiner Entscheidung vom 21. Oktober 2014 diese Entscheidung teilweise aufgehoben, einen Fehler im Börsenprospekt festgestellt und das Verfahren an das OLG Frankfurt am Main zurückverwiesen. Am 30. November 2016 stellte das OLG Frankfurt am Main in einem Musterentscheid fest, dass aus dem vom BGH festgestellten Fehler eine grundsätzliche Haftung der Deutschen Telekom AG resultieren könne; Einzelheiten seien aber in den Ausgangsverfahren zu klären. Auf Beschwerde beider Parteien hat der BGH das Verfahren im Februar 2021 erneut zur weiteren Verhandlung an das OLG Frankfurt am Main zurückverwiesen. Im November 2021 hat die Deutsche Telekom AG ein Vergleichskonzept vorgestellt, demzufolge allen für einen Vergleich in Betracht kommenden Klägern ein konkretes Vergleichsangebot unterbreitet wird. Die Vergleichsangebote erfolgen ohne eine gerichtliche Entscheidung oder Anerkenntnis einer Schadensersatzpflicht der Deutschen Telekom AG. Die Deutsche Telekom AG hat bilanzielle Risikovorsorge in angemessener Höhe gebildet.

Klagen wegen Entgelten für die Mitbenutzung von Kabelkanalanlagen. Im Jahr 2012 verklagte die Kabel Deutschland Vertrieb und Service GmbH (heute Vodafone Deutschland GmbH (VKDG)) die Telekom Deutschland GmbH und forderte eine Reduzierung des jährlichen Entgelts für die Nutzungsrechte an Kabelkanalkapazitäten. Die VKDG bezifferte ihre Ansprüche zuletzt für den Zeitraum 2009 bis Mitte 2018 mit ca. 624 Mio. € nebst ca. 9 Mio. € für vermeintlich erlangten Zinsnutzen, jeweils zuzüglich Zinsen und fordert eine erhebliche Reduzierung der Entgelte für die Folgejahre. In einem ähnlich gelagerten Verfahren erhoben die damaligen Unitymedia Hessen GmbH & Co. KG, Unitymedia NRW GmbH und Kabel BW GmbH (heute Vodafone Hessen et al.) im Januar 2013 Klage gegen die Telekom Deutschland GmbH und fordern eine auch in die Zukunft gerichtete Unterlassung, mehr als ein jeweils genau beziffertes Entgelt für die Mitbenutzung von Kabelkanalanlagen von den Klägern zu verlangen. Die Kläger fordern Rückzahlungen, die zuletzt für die Jahre 2009 bis 2017 mit ca. 570 Mio. € zuzüglich Zinsen beziffert wurden. Die Klagen wurden zuletzt vom OLG Frankfurt (VKDG) und vom OLG Düsseldorf (Vodafone Hessen et al.) zurückgewiesen und die Revision wurde jeweils nicht zugelassen. Auf die Nichtzulassungsbeschwerden der Kläger hat der BGH die Revision der VKDG insoweit zugelassen, als die Klage Ansprüche ab dem 1. Januar 2012 betrifft; die Revision der Vodafone Hessen et al. wurde insoweit zugelassen, als Ansprüche ab dem 1. Januar 2016 betroffen sind. Für die davor liegenden Zeiträume wurden die Klagen rechtskräftig abgewiesen, was zu einer signifikanten Reduzierung der derzeit bezifferten Forderungen führt. Mit Urteilen vom 14. Dezember 2021 hat der BGH die Verfahren bezüglich der verbliebenen Ansprüche zur neuen Verhandlung und Entscheidung an die zuständigen Oberlandesgerichte zurückverwiesen. Die finanziellen Auswirkungen beider Verfahren können derzeit nicht ausreichend verlässlich geschätzt werden.

Sammelklage im Zusammenhang mit dem Zusammenschluss mit Sprint. Am 4. Juni 2021 wurden vor dem Delaware Court of Chancery eine Aktionärssammelklage (Shareholder Class Action) und eine abgeleitete Aktionärsklage (Derivative Action) gegen die Deutsche Telekom AG, SoftBank, T-Mobile US und alle unserer damaligen Mitglieder des Verwaltungsrats (Board of Directors) der T-Mobile US eingereicht. Darin wird geltend gemacht, dass diese mit der ergänzenden Vereinbarung über die Kaufpreisanpassung zur Fusionsvereinbarung und SoftBanks nachfolgender Monetarisierung der T-Mobile US-Aktien ihre Treuepflichten verletzt hätten. Am 29. Oktober 2021 wurde die Klage geändert. Die geänderte Klage richtet sich gegen dieselben Beklagten und gegen dieselben zugrundeliegenden Transaktionen wie in der ursprünglichen Klage, enthält jedoch zusätzlichen Vortrag zu behaupteten Fakten. Die sich aus diesem Verfahren ergebende Klageforderung und das finanzielle Risiko für die Deutsche Telekom können derzeit nicht ausreichend verlässlich geschätzt werden.

Verfahren gegen T-Mobile US wegen Cyberangriff auf T-Mobile US. Im August 2021 bestätigte T-Mobile US, Opfer eines kriminellen Cyberangriffs geworden zu sein, von dem Daten von Millionen bestehender, ehemaliger und potenzieller Kunden aus ihren Systemen betroffen waren. Mit Unterstützung externer Fachleute für Cybersicherheit hat T-Mobile US die Sicherheitslücke für einen unbefugten Zugang zu ihren Systemen lokalisiert und geschlossen. Es wurden die Kunden ermittelt, deren Daten betroffen waren, und entsprechend der bestehenden bundesstaatlichen und nationalen Vorgaben über den Vorfall informiert. Aufgrund des Cyberangriffs sind zahlreiche Verbrauchersammelklagen gegen T-Mobile US eingereicht worden. Soweit diese vor Bundesgerichten erhoben wurden, sind sie im Dezember 2021 zu einem Verfahren zusammengefasst worden. Die Kläger fordern Schadensersatz in bisher nicht bezifferter Höhe. Darüber hinaus wurde im November 2021 eine Aktionärsklage (Derivative Action) gegen die Mitglieder des Verwaltungsrats (Board of Directors) der T-Mobile US erhoben. T-Mobile US wird in dieser Klage ebenfalls als Beklagte genannt. Der Kläger macht verschiedene nicht bezifferte Ansprüche in Bezug auf die Cybersicherheitspraktiken des Unternehmens geltend. Zudem sind Anfragen von verschiedenen staatlichen Behörden, Strafverfolgungsbehörden und anderen Stellen eingegangen. Derzeit kann das sich aus diesen Verfahren ergebende finanzielle Risiko nicht ausreichend verlässlich geschätzt werden.

Patente und Lizenzen. Wie viele andere große Telekommunikations- und Internet-Anbieter sieht sich die Deutsche Telekom einer wachsenden Zahl von Streitfällen „zum Recht am geistigen Eigentum“ ausgesetzt. Für uns besteht das Risiko der Zahlung von Lizenzgebühren und/oder Schadensersatz; zudem sind wir dem Risiko einer Verurteilung zur Unterlassung ausgesetzt, z. B. für den Vertrieb eines Produkts oder für die Nutzung einer Technik.

Die Deutsche Telekom beabsichtigt im Übrigen, sich in jedem dieser Verfahren entschieden zu verteidigen bzw. ihre Ansprüche zu verfolgen.

Abgeschlossene Verfahren

Schadensersatzklage in Malaysia trotz eines früheren, anderslautenden rechtskräftigen Schiedsurteils. Die Celcom Malaysia Berhad (Celcom) und die Technology Resources Industries Berhad verklagten im Jahr 2006 vor den staatlichen Gerichten in Kuala Lumpur, Malaysia, insgesamt elf Beklagte, darunter auch die DeTeAsia Holding GmbH, eine Tochtergesellschaft der Deutschen Telekom AG, auf Schadensersatz und forderten Entschädigung in Höhe von 232 Mio. US-\$ zuzüglich Zinsen. Diesen Betrag hatte die DeTeAsia Holding GmbH im Jahr 2005 aufgrund eines rechtskräftig zu ihren Gunsten ergangenen Schiedsurteils gegen die Celcom vollstreckt. Nachdem sich die DeTeAsia Holding GmbH mit den Klägern – jeweils ohne Anerkennung einer Rechtspflicht – vergleichsweise geeinigt hat, wurde die Klage u. a. gegen die DeTeAsia Holding GmbH im November 2021 vollumfänglich rechtskräftig zurückgenommen.

Kartellverfahren

Wie alle Unternehmen unterliegt auch unser Konzern den Vorschriften des Kartellrechts. Vor diesem Hintergrund haben wir in den letzten Jahren unsere Compliance-Maßnahmen auch in diesem Bereich verstärkt. Dennoch sieht sich die Deutsche Telekom bzw. ihre Beteiligungsgesellschaften von Zeit zu Zeit kartellrechtlichen Verfahren oder sich daraus ergebenden zivilrechtlichen Folgeklagen ausgesetzt. Im Folgenden beschreiben wir wesentliche Kartellverfahren und daraus resultierende Schadensersatzklagen.

Schadensersatzklagen gegen Slovak Telekom infolge einer Bußgeldentscheidung der Europäischen Kommission. Die Europäische Kommission hat am 15. Oktober 2014 entschieden, dass Slovak Telekom ihre Marktmacht auf dem slowakischen Breitband-Markt missbraucht habe, und im Zuge dessen Bußgelder gegen Slovak Telekom und Deutsche Telekom AG verhängt, die im Januar 2015 vollständig bezahlt wurden. Nachdem das Gericht der Europäischen Union im Jahr 2018 die Entscheidung der Europäischen Kommission teilweise für nichtig erklärt und die verhängten Bußgelder um insgesamt 13 Mio. € reduziert hatte, ist der Rechtsweg nach dem Urteil des Europäischen Gerichtshofs vom 25. März 2021 erschöpft. Im Anschluss an die Bußgeldentscheidung der Europäischen Kommission haben Wettbewerber Klage vor dem Zivilgericht in Bratislava gegen Slovak Telekom erhoben. Mit diesen Klagen begehren sie die Erstattung eines angeblichen Schadens, der sich aus dem von der Europäischen Kommission festgestellten Missbrauch der marktbeherrschenden Stellung durch die Slovak Telekom ergeben haben soll. Derzeit sind noch zwei Klagen in Höhe von insgesamt 112 Mio. € zuzüglich Zinsen anhängig. Die finanziellen Auswirkungen können derzeit nicht ausreichend verlässlich geschätzt werden.

Schadensersatzklage gegen Deutsche Telekom AG u. a. wegen Insolvenz von Phones4U. Phones4U war ein unabhängiger britischer Mobilfunk-Vertragshändler, der im Jahr 2013 Insolvenz angemeldet hat. Der Insolvenzverwalter klagt vor dem High Court of Justice in London gegen die seinerzeit auf dem britischen Markt tätigen Mobilfunk-Anbieter und deren Muttergesellschaften wegen vermeintlich kartellrechtswidriger Absprachen und Vertragsverletzung. Die Deutsche Telekom AG als damaliger 50 % Anteilseigner des Mobilfunk-Unternehmens EE Limited hat die Vorwürfe u. a. auf der Case Management Conference im Oktober 2021 als unsubstantiiert zurückgewiesen, wird aber trotzdem an der voraussichtlich ab Mai 2022 stattfindenden Gerichtsverhandlung teilnehmen müssen. Phones4U macht Schadensersatz in bislang unbeziffelter Höhe geltend. Die finanziellen Auswirkungen können derzeit nicht ausreichend verlässlich geschätzt werden.

Compliance-Risiken

Compliance-relevante Risiken sind alle potenziellen Rechtsverletzungen von Organmitgliedern oder Mitarbeiter*innen, die eine ordnungsrechtliche/strafrechtliche Haftung des Unternehmens oder einen wesentlichen Reputationsschaden begründen können. Um die Risiken zu minimieren haben wir ein Compliance-Management-System eingerichtet. Eine Grundlage unseres Compliance-Management-Systems sind die Compliance Risk Assessments (CRA), mit denen wir Compliance-Risiken identifizieren und bewerten sowie geeignete Präventionsmaßnahmen einleiten können. Um Verstöße bzw. Verdacht auf Verstöße gegen Recht, Gesetz und interne Richtlinien und Regelungen zu melden, steht unseren Beschäftigten und Externen das konzernweite Hinweisgeber-Portal „TellMe“ zur Verfügung. Rund um das Thema Compliance haben wir das Beratungsportal „AskMe“ eingerichtet. Dort erhalten unsere Beschäftigten zuverlässige Informationen über Gesetze, interne Richtlinien und Verhaltensgrundsätze, die für ihre tägliche Arbeit relevant sind. [SDG 16](#) [MITARBEITENDE](#)

Weitere Informationen finden Sie im Abschnitt „Ethische Geschäftspraktiken und Compliance“ im Kapitel „Corporate Responsibility und nichtfinanzielle Erklärung“.

Finanzwirtschaftliche Risiken und Chancen

Liquiditäts-, Ausfall-, Währungs- und Zinsrisiken

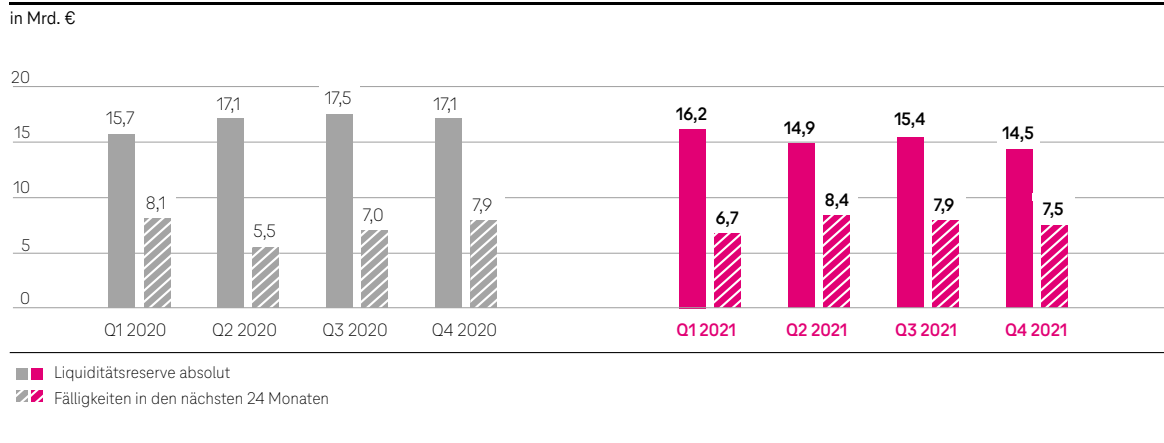
Unser Konzern unterliegt im Hinblick auf seine Vermögenswerte, Verbindlichkeiten und seine geplanten Transaktionen v. a. Liquiditäts- und Ausfallrisiken sowie dem Risiko der Veränderung von Währungskursen und Zinssätzen. Diese Risiken wollen wir begrenzen. Zahlungswirksame Risiken werden in einem Regelprozess überwacht und durch den Einsatz derivativer und nicht derivativer Sicherungsinstrumente entsprechend gesichert. Derivative Finanzinstrumente werden ausschließlich zur Absicherung und niemals zu spekulativen Zwecken eingesetzt. Die Beurteilung der im Folgenden beschriebenen Risikofelder Liquiditäts-, Ausfall-, Währungs- und Zinsrisiken erfolgt unter Einbeziehung aller Sicherungsmaßnahmen.

Weitere Informationen zur Risikobewertung finden Sie in der vorstehenden Tabelle „Unternehmensrisiken“.

Liquiditätsrisiken. Um die Zahlungsfähigkeit sowie die finanzielle Flexibilität des Konzerns und der Deutschen Telekom AG jederzeit sicherzustellen, halten wir im Rahmen unseres Liquiditätsmanagements eine Liquiditätsreserve in Form von Kreditlinien und Barmitteln vor. Seit dem erfolgreichen Zusammenschluss von T-Mobile US und Sprint besitzt T-Mobile US eine eigene Finanzierungs- und Liquiditätsstrategie.

Deutsche Telekom (ohne T-Mobile US): Im Wesentlichen standen am 31. Dezember 2021 bilaterale Kreditlinien mit 21 Banken mit einem aggregierten Gesamtvolumen von 12,6 Mrd. € zur Verfügung, von denen 0,1 Mrd. € in Anspruch genommen waren. Unsere Liquiditätsreserve deckte zu jedem Zeitpunkt die fälligen Bonds und langfristigen Darlehen für mindestens die nächsten 24 Monate ab (siehe nachfolgende Grafik).

Entwicklung Liquiditätsreserve (ohne T-Mobile US), Fälligkeiten 2020/2021



T-Mobile US: Es standen am 31. Dezember 2021 bilaterale Kreditlinien mit einem aggregierten Gesamtvolumen von 5,5 Mrd. US-\$ (4,9 Mrd. €) zuzüglich eines Barmittelbestands in Höhe von 6,6 Mrd. US-\$ (5,9 Mrd. €) zur Verfügung.

Ausfallrisiken. Bei unserem operativen Geschäft und bei bestimmten Bankgeschäften sind wir einem Ausfallrisiko ausgesetzt, d. h. dem Risiko, dass die Gegenpartei ihre vertraglichen Pflichten nicht erfüllt. Um das Ausfallrisiko auf ein Minimum zu begrenzen, schließen wir im Finanzierungsbereich Geschäfte grundsätzlich nur mit Kontrahenten ab, deren Kredit-Rating mindestens BBB+/Baa1 ist und betreiben zudem ein aktives Limit-Management. Darüber hinaus haben wir für unsere derivativen Geschäfte Besicherungsvereinbarungen (Collateral-Verträge) abgeschlossen. Im operativen Geschäft werden die Außenstände bereichsbezogen, also dezentral fortlaufend überwacht.

Währungsrisiken. Währungsrisiken resultieren aus Investitionen, Finanzierungsmaßnahmen und operativen Tätigkeiten. Risiken aus Fremdwährungsschwankungen werden gesichert, soweit sie zahlungswirksam sind. Grundsätzlich ungesichert bleiben jedoch Fremdwährungsrisiken, die den Cashflow unseres Konzerns nicht beeinflussen, z. B. die Risiken, die aus der Umrechnung von Vermögenswerten und Verbindlichkeiten ausländischer Unternehmenseinheiten in Euro resultieren. Unter Umständen kann die Deutsche Telekom jedoch auch diese Fremdwährungsrisiken absichern.

Zinsrisiken. Unsere Zinsrisiken resultieren im Wesentlichen aus der Konzernfinanzierung: Zum einen haben wir ein Zinsrisiko bei der Emission neuer Verbindlichkeiten und zum anderen haben wir ein Zinsänderungsrisiko aus variabel verzinsten Verbindlichkeiten. Die Euro-Zins-Position steuern wir im Rahmen unseres Zins-Managements. Hier wird jährlich ein maximaler Anteil für die variabel verzinsten Verbindlichkeiten festgelegt. Die USD-Verschuldungsposition der T-Mobile US besteht vorrangig aus festverzinslichen Anleihen, die teilweise kündbar sind.

Weitere Informationen finden Sie in Angabe 40 „Finanzinstrumente und Risiko-Management“ im Konzern-Anhang.

Steuerrisiken

In zahlreichen Ländern unterliegen wir den jeweils geltenden steuerlichen Rechtsvorschriften. Risiken können sich ergeben aus Änderungen der lokalen Steuergesetze bzw. der Rechtsprechung und unterschiedlicher Auslegung von existierenden Vorschriften. Sie können sich sowohl auf unsere Steueraufwendungen und -erträge als auch auf unsere Steuerforderungen und -verbindlichkeiten auswirken.


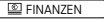
Sonstige finanzwirtschaftliche Risiken und Chancen

Im Folgenden beschreiben wir die sonstigen finanzwirtschaftlichen Risiken, die für uns aktuell unwesentlich bzw. nach heutigem Kenntnisstand nicht einschätzbar sind.

Rating-Risiko. Die Bonität der Deutschen Telekom hat Einfluss auf unseren Kapitalmarktzugang zu den internationalen Finanzmärkten und unsere Refinanzierungskosten. Ein niedrigeres Rating könnte den Kapitalmarktzugang erschweren und würde über die Zeit zu einem Anstieg der Fremdfinanzierungskosten führen. Wir wollen unser Rating in einem Korridor von A- bis BBB halten und hierdurch den uneingeschränkten Zugang zum Kapitalmarkt sicherstellen. Zum 31. Dezember 2021 bewertete die Rating-Agentur Moody's die

Deutsche Telekom AG mit Baa1 und stabilem Ausblick, Standard & Poor's mit BBB und stabilem Ausblick, während Fitch das derzeitige Rating mit BBB+ und stabilem Ausblick bestätigt hat. Der Zugang zu den internationalen Fremdkapitalmärkten ist sowohl für die Deutsche Telekom AG als auch für T-Mobile US aus heutiger Sicht nicht gefährdet.

Aktienverkäufe des Bundes bzw. der KfW Bankengruppe. Zum 31. Dezember 2021 hielt der Bund zusammen mit der KfW Bankengruppe 30,5 % an der Deutschen Telekom AG. Es ist nicht auszuschließen, dass der Bund seine Privatisierungspolitik fortführt und sich von weiteren Beteiligungen kapitalmarktgerecht und unter Einbeziehung der KfW Bankengruppe trennt. Für uns besteht das Risiko, dass die Veräußerung von Anteilen durch den Bund oder die KfW Bankengruppe in größerem Umfang bzw. durch entsprechende Spekulationen am Markt den Kurs der T-Aktie negativ beeinflusst.

Wirkung der CR-Strategie auf den Unternehmenswert. Unsere CR-Strategie kommt der langfristigen Wertentwicklung unseres Unternehmens zugute. Dies trägt entsprechend positiv dazu bei, Geschäftsrisiken zu reduzieren. Langfristig orientierte Investoren honorieren diesen Ansatz. Auf den Kapitalmärkten spiegelt sich dies u. a. in dem Anteil der T-Aktien wider, welche von Investoren gehalten werden, die bei ihren Investment-Entscheidungen zumindest teilweise Nachhaltigkeitskriterien berücksichtigen. Zum 30. September 2021 waren rund 12 % der T-Aktien im Besitz von solchen SRI-Investoren (Socially Responsible Investment) und 10 % wurden von Investoren gehalten, die ihre Fonds vorrangig unter SRI-Gesichtspunkten managen.  

Werthaltigkeit des Vermögens der Deutschen Telekom AG. Der Wert des Vermögens der Deutschen Telekom AG und ihrer Tochterunternehmen wird regelmäßig überprüft. Flankierend zu den regelmäßigen jährlichen Bewertungen sind in bestimmten Fällen zusätzliche Werthaltigkeitstests durchzuführen, z. B. dann, wenn infolge von Änderungen im Wirtschafts-, Regulierungs-, Geschäfts- oder Politikumfeld zu vermuten ist, dass sich der Wert von Goodwill, immateriellen Vermögenswerten, Gegenständen des Sachanlagevermögens, Beteiligungen an at equity bilanzierten Unternehmen oder sonstigen finanziellen Vermögenswerten vermindert haben könnte. Ergebnis solcher Werthaltigkeitstests können entsprechende Wertminderungen sein, die aber nicht zu Auszahlungen führen. Unser Ergebnis kann hierdurch in erheblichem Umfang gemindert werden; dies könnte den Kurs der T-Aktie belasten.

▮ Weitere Informationen finden Sie im Kapitel „Grundlagen und Methoden – Ermessensentscheidungen und Schätzungsunsicherheiten“ im Konzern-Anhang.

Governance und sonstige Angaben

Governance

Die Geschäftsverteilung des **Vorstands** sieht zum 31. Dezember 2021 acht Vorstandsbereiche vor.

Vier davon sind die zentralen Führungsbereiche:

- Vorstandsvorsitzender
- und die Vorstandsressorts
- Finanzen
- Personal und Recht
- Technologie und Innovation.

Zudem gibt es vier weitere segmentbezogene Vorstandsbereiche:

- Deutschland
- Europa
- T-Systems
- USA und Unternehmensentwicklung.

Zusammensetzung des Vorstands zum 31. Dezember 2021

Mitglieder des Vorstands	Ressort
Timotheus Höttges	Vorstandsvorsitzender (CEO)
Adel Al-Saleh	T-Systems
Birgit Bohle	Personal und Recht
Srini Gopalan	Deutschland
Dr. Christian P. Illek	Finanzen (CFO)
Thorsten Langheim	USA und Unternehmensentwicklung
Dominique Leroy	Europa
Claudia Nemat	Technologie und Innovation

Mit Beschluss vom 25. Februar 2021 erfolgte die Wiederbestellung von Frau Birgit Bohle zum Vorstand für das Ressort „Personal und Recht“ für die Zeit vom 1. Januar 2022 bis zum 31. Dezember 2026. Ebenfalls erfolgte mit Beschluss vom 25. Februar 2021 die Wiederbestellung von Herrn Thorsten Langheim zum Vorstand für das Ressort „USA und Unternehmensentwicklung“ für die Zeit vom 1. Januar 2022 bis zum 31. Dezember 2026. Ferner wurde mit Beschluss vom 15. Dezember 2021 die Bestellung von Herrn Timotheus Höttges zum Vorstandsvorsitzenden zum 31. Dezember 2021 aufgehoben und Herr Timotheus Höttges für die Zeit vom 1. Januar 2022 bis zum 31. Dezember 2026 zum Vorstandsvorsitzenden wiederbestellt.

Die Bestellung und die Abberufung von Vorstandsmitgliedern erfolgen auf Grundlage der §§ 84, 85 AktG, § 31 MitbestG.

Der **Aufsichtsrat** der Deutschen Telekom AG überwacht die Geschäftsführung des Vorstands und berät ihn. Er setzt sich aus 20 Mitgliedern zusammen: Zehn vertreten die Anteilseigner, zehn die Arbeitnehmer. Die Bestellung der Arbeitnehmervertreter erfolgte zuletzt auf der Delegiertenversammlung am 20. November 2018.

Änderungen der Satzung richten sich nach den §§ 179, 133 AktG und §§ 18, 21 der Satzung. Dabei ist der Aufsichtsrat gemäß § 21 der Satzung ermächtigt, die Satzung ohne Beschluss der Hauptversammlung an neue gesetzliche Vorschriften anzupassen, die für die Gesellschaft verbindlich werden, und Änderungen der Satzung zu beschließen, die nur die Fassung betreffen.

Das **Vergütungssystem** unseres Vorstands setzt Anreize für eine erfolgreiche Umsetzung der Unternehmensstrategie sowie eine nachhaltige Unternehmensentwicklung und orientiert sich ebenso an der langfristigen Wertschöpfung für unsere Aktionäre. Die Vergütung der Mitglieder des Aufsichtsrats wird in § 13 der Satzung der Deutschen Telekom AG geregelt. Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten nach dem Vergütungssystem eine feste jährliche Vergütung. Die Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) in der Fassung, die am 20. März 2020 im Bundesanzeiger veröffentlicht wurde, zur „Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat“ (Abschnitt G. DCGK) wurden eingehalten.

Ausführliche Informationen zur Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat werden im separaten [Vergütungsbericht](#) veröffentlicht.

Von Mitgliedern des Vorstands und Aufsichtsrats der Deutschen Telekom AG wurden im Jahr 2021 Käufe und Übertragungen u. a. im Rahmen des Share Matching Plans bzw. Eigeninvestitionen von 308.258 Aktien (2020: 353.569) sowie Verkäufe von 0 Aktien (2020: 90.215) gemeldet. Der direkte oder indirekte **Anteilsbesitz** der Gesellschaft oder sich darauf beziehender Finanzinstrumente von Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern übersteigt insgesamt nicht 1% der von der Gesellschaft ausgegebenen Aktien.

Besondere Ereignisse nach Schluss des Geschäftsjahres

Bezüglich eingetretener Ereignisse nach Schluss des Geschäftsjahres verweisen wir auf Angabe 46 „Ereignisse nach der Berichtsperiode“ im Konzernabschluss sowie die Angaben im Jahresabschluss der Deutschen Telekom AG zum 31. Dezember 2021.

Rechnungslegungsbezogenes internes Kontrollsystem

Das interne Kontrollsystem (IKS) der Deutschen Telekom AG ist in Anlehnung an das international anerkannte Rahmenwerk für interne Kontrollsysteme des Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO Internal Control – Integrated Framework, COSO I, in der Fassung vom 14. Mai 2013) aufgebaut.

Der Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats der Deutschen Telekom AG überwacht die Wirksamkeit des IKS – wie es § 107 Abs. 3 Satz 2 i. V. m. § 107 Abs. 4 Satz 1 AktG fordert. Der Umfang und die Ausgestaltung des IKS liegen dabei, gemäß § 91 Abs. 3 AktG, im Ermessen und in der Verantwortung des Vorstands. Die interne Revision ist dafür zuständig, die Funktionsfähigkeit und Wirksamkeit des IKS im Konzern und bei der Deutschen Telekom AG unabhängig zu prüfen. Um dies tun zu können, hat die interne Revision umfassende Informations-, Prüf- und Einsichtsrechte.

Das rechnungslegungsbezogene IKS beinhaltet die Grundsätze, Verfahren und Maßnahmen, um die Ordnungsmäßigkeit der Rechnungslegung sicherzustellen. Es wird kontinuierlich weiterentwickelt und zielt auf Folgendes ab: Der Konzernabschluss der Deutschen Telekom wird nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) aufgestellt, wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind, und den nach § 315e Abs. 1 HGB ergänzend zu beachtenden, handelsrechtlichen Vorschriften. Zudem verfolgt das rechnungslegungsbezogene IKS auch das Ziel, dass der Jahresabschluss der Deutschen Telekom AG sowie der zusammengefasste Lagebericht nach den handelsrechtlichen Vorschriften aufgestellt werden.

Grundsätzlich gilt für jedes IKS, dass es, unabhängig davon, wie es konkret ausgestaltet ist, keine absolute Sicherheit gibt, ob es seine Ziele erreicht. Bezogen auf das rechnungslegungsbezogene IKS kann es somit nur eine relative, aber keine absolute Sicherheit geben, dass wesentliche Fehlaussagen in der Rechnungslegung vermieden oder aufgedeckt werden.

Das Group Accounting steuert die Prozesse zur Konzernrechnungslegung und Lageberichtserstellung. Gesetzliche Vorschriften, Rechnungslegungsstandards und andere Verlautbarungen werden regelmäßig dahingehend analysiert, ob und wie weit sie relevant sind und wie sie sich auf die Rechnungslegung auswirken. Relevante Anforderungen werden z. B. im Konzern-Bilanzierungshandbuch festgehalten, kommuniziert und sind zusammen mit dem konzernweit gültigen Abschlusskalender die Basis für den Abschlusserstellungsprozess. Darüber hinaus unterstützen ergänzende Verfahrensanweisungen wie z. B. die Intercompany-Richtlinie, standardisierte Meldeformate, IT-Systeme sowie IT-unterstützte Reporting- und Konsolidierungsprozesse den Prozess der einheitlichen und ordnungsgemäßen Konzernrechnungslegung. Sofern erforderlich, setzen wir auch externe Gutachter ein, z. B. für die Bewertung von Pensionsverpflichtungen oder im Zuge von Kaufpreisallokationen. Group Accounting stellt sicher, dass diese Anforderungen konzernweit einheitlich eingehalten werden. Die in den Rechnungslegungsprozess einbezogenen Mitarbeiter*innen werden regelmäßig geschult. Die Deutsche Telekom AG und die Konzerngesellschaften sind dafür verantwortlich, dass sie die konzernweit gültigen Richtlinien, Vorgaben und Verfahren einhalten. Die Konzerngesellschaften stellen den ordnungsgemäßen und zeitgerechten Ablauf ihrer rechnungslegungsbezogenen Prozesse und Systeme sicher; Group Accounting unterstützt und überwacht sie dabei.

Die Durchführung der operativen Rechnungswesenprozesse wird mit weiter zunehmender Tendenz national und international durch Shared Service Center erbracht. Durch eine Harmonisierung der Prozesse steigen die Effizienz und die Qualität der Prozesse und damit auch die Zuverlässigkeit des internen Kontrollsystems. Das IKS sichert dabei sowohl die interne Prozessqualität der Shared Service Center als auch die Schnittstellen zu den Konzerngesellschaften durch geeignete Kontrollen und durch einen internen Zertifizierungsprozess ab.

Eingebettet in den Rechnungslegungsprozess sind unter Risikoaspekten definierte interne Kontrollen. Das rechnungslegungsbezogene IKS umfasst sowohl präventive als auch aufdeckende Kontrollen; dazu gehören:

- IT-gestützte und manuelle Abstimmungen,
- die Funktionstrennung,
- das Vier-Augen-Prinzip,
- Monitoring-Kontrollen,
- allgemeine IT-Kontrollen wie z. B. Zugriffsregelungen in IT-Systemen und ein Veränderungsmanagement.

Das IKS entwickelt sich mit den operativen Prozessen fortlaufend weiter und geht dabei konsequent auf neue Technologien und Arbeitsweisen ein. Dazu zählt z. B. der Einsatz von Software-Robotern, Echtzeitalarme, Künstliche Intelligenz und agiles Arbeiten.

Konzernweit haben wir ein standardisiertes Verfahren implementiert, um die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen IKS zu überwachen. Dieses Verfahren orientiert sich konsequent an den Risiken einer möglichen Fehlberichterstattung im Konzernabschluss: Zu Jahresbeginn werden unter Risikoaspekten Abschlusspositionen und rechnungslegungsbezogene Prozessschritte ausgewählt, die im Laufe des Jahres auf Wirksamkeit überprüft werden. Soweit Kontrollschwächen festgestellt werden, erfolgen eine Analyse und Bewertung insbesondere hinsichtlich der Auswirkungen auf den Konzernabschluss und den zusammengefassten Lagebericht. Wesentliche Kontrollschwächen, deren Maßnahmenpläne zur Abarbeitung und der laufende Arbeitsfortschritt werden an den Vorstand bzw. zusätzlich an den Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats der Deutschen Telekom AG berichtet. Um die hohe Qualität dieses rechnungslegungsbezogenen IKS zu sichern, ist die interne Revision über alle Stufen des Verfahrens hinweg eng mit einbezogen.

Erklärung zur Unternehmensführung und Entsprechenserklärung

Die Erklärung zur Unternehmensführung gemäß §§ 289f, 315d HGB und die Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG finden Sie auf unserer [Investor Relations Website](#).

Rechtliche Konzernstruktur

Die Deutsche Telekom AG, Bonn, ist das Mutterunternehmen des Deutsche Telekom Konzerns. Ihre Aktien werden neben Frankfurt am Main auch an anderen Börsen gehandelt.

Hinsichtlich der Angaben zur Zusammensetzung des Gezeichneten Kapitals sowie der direkten und indirekten Beteiligungen am Kapital gemäß § 289a Abs. 1 HGB bzw. § 315a HGB verweisen wir auf Angabe 19 „Eigenkapital“ im Konzern-Anhang sowie die Angaben im Jahresabschluss der Deutschen Telekom AG zum 31. Dezember 2021.

Eigenkapital

Jede Aktie gewährt eine Stimme. Eingeschränkt sind diese Stimmrechte jedoch bei den eigenen Anteilen (per 31. Dezember 2021: insgesamt rund 15 Mio. Stück).

Kapitalerhöhung. Im Zusammenhang mit der am 6. September 2021 zwischen der Deutschen Telekom AG und SoftBank Group Corp., Tokio, abgeschlossenen Vereinbarung zum Erwerb von rund 45,4 Mio. T-Mobile US-Aktien wurde am 28. September 2021 eine Kapitalerhöhung des gezeichneten Kapitals durch Ausgabe von 225 Mio. Stückaktien zum geringsten Ausgabepreis von 2,56 € pro Stück gegen Sacheinlage im Handelsregister eingetragen und durchgeführt. Die Erhöhung des gezeichneten Kapitals beträgt insgesamt 576 Mio. €. Die Sachkapitalerhöhung wurde durch Einbringung von 45,4 Mio. T-Mobile US-Aktien durch SoftBank in die Deutsche Telekom AG gegen Übertragung von 225 Mio. neuen Aktien der Deutschen Telekom AG aus dem Genehmigten Kapital 2017 durchgeführt. Die Anzahl der ausstehenden Aktien der Deutschen Telekom stieg in diesem Zusammenhang von 4.761 Mio. Aktien auf 4.986 Mio. Aktien.

Eigene Aktien. Der zum 31. Dezember 2021 auf die eigenen Anteile entfallende Betrag des gezeichneten Kapitals beträgt ca. 37 Mio. €. Dies entspricht einem Anteil am Grundkapital von 0,3%. Der Bestand an eigenen Anteilen zum 31. Dezember 2021 beträgt 14.517.728 Stück.

Hinsichtlich der Angaben zu den eigenen Anteilen gemäß § 160 Abs. 1 Nr. 2 AktG verweisen wir auf Angabe 8 im Jahresabschluss der Deutschen Telekom AG zum 31. Dezember 2021 sowie auf Angabe 19 „Eigenkapital“ im Konzern-Anhang.

Durch Beschluss der Hauptversammlung vom 1. April 2021 ist der Vorstand ermächtigt, bis zum 31. März 2026 Aktien der Gesellschaft mit einem auf diese entfallenden Betrag am Grundkapital von insgesamt bis zu 1.218.933.400,57 € mit folgender Maßgabe zu erwerben: Auf die aufgrund dieser Ermächtigung erworbenen Aktien zusammen mit anderen Aktien der Gesellschaft, welche die Gesellschaft bereits erworben hat und noch besitzt oder die ihr gemäß §§ 71d und 71e AktG zuzurechnen sind, entfallen zu keinem Zeitpunkt mehr als 10 % des Grundkapitals der Gesellschaft. Ferner sind die Voraussetzungen des § 71 Abs. 2 Sätze 2 und 3 AktG zu beachten. Der Erwerb darf nicht zum Zweck des Handels in eigenen Aktien erfolgen. Die Ermächtigung kann ganz oder in Teilen ausgeübt werden. Der Erwerb kann innerhalb des Ermächtigungszeitraums bis zur Erreichung des maximalen Erwerbsvolumens in Teiltranchen, verteilt auf verschiedene Erwerbszeitpunkte, erfolgen. Der Erwerb kann auch durch von der Deutschen Telekom AG im Sinne von § 17 AktG abhängige Konzernunternehmen oder durch Dritte für Rechnung der Deutschen Telekom AG oder für Rechnung von nach § 17 AktG abhängigen Konzernunternehmen der Deutschen Telekom AG durchgeführt werden. Der Erwerb erfolgt unter Wahrung des Gleichbehandlungsgrundsatzes (§ 53a AktG) über die Börse. Er kann stattdessen auch mittels eines an alle Aktionäre gerichteten öffentlichen Kauf- oder Aktientauschangs erfolgen, bei dem, vorbehaltlich eines zugelassenen Ausschlusses des Andienungsrechts, der Gleichbehandlungsgrundsatz ebenfalls zu wahren ist.

Die Aktien können zu einem oder mehreren Zwecken, die in der unter Tagesordnungspunkt 7 der Hauptversammlung vom 1. April 2021 beschlossenen Ermächtigung vorgesehen sind, verwendet werden. Die Aktien können auch für Zwecke, bei denen ein Bezugsrechtsausschluss vorgesehen ist, verwendet werden. Es besteht zudem die Möglichkeit, die Aktien über die Börse oder durch Angebot an alle Aktionäre zu veräußern oder einzuziehen. Die Aktien können weiterhin dazu genutzt werden, sie aufgrund einer entsprechenden Entscheidung des Aufsichtsrats zur Erfüllung von Rechten von Mitgliedern des Vorstands auf Übertragung von Aktien der Deutschen Telekom AG zu verwenden, die der Aufsichtsrat diesen im Rahmen der Regelung der Vorstandsvergütung eingeräumt hat. Der Vorstand ist zudem aufgrund der am 1. April 2021 beschlossenen Ermächtigung befugt, Mitarbeitern der Deutschen Telekom und der nachgeordneten verbundenen Unternehmen sowie Mitgliedern der Geschäftsführung von nachgeordneten verbundenen Unternehmen Aktien anzubieten und/oder zu gewähren; dies umfasst auch die Ermächtigung, die Aktien gratis oder zu sonstigen Sonderkonditionen zum Erwerb anzubieten oder zu gewähren.

Der Vorstand ist gemäß dem Hauptversammlungsbeschluss vom 1. April 2021 ermächtigt, den Erwerb der eigenen Anteile auch unter Einsatz von Eigenkapitalderivaten durchzuführen.

Im Berichtsjahr sowie im Vorjahr wurden keine eigenen Anteile erworben. Die Ausgabe von eigenen Aktien für Teilnehmer des Share Matching Plans sowie des Mitarbeiter-Aktienprogramms „Shares2You“ erfolgt derzeit aus dem Bestand der vormals treuhänderisch hinterlegten Aktien.

Im Zuge des Erwerbs der VoiceStream Wireless Corp., Bellevue, und der Powertel, Inc., Bellevue, im Jahr 2001 gab die Deutsche Telekom AG neue Aktien aus genehmigtem Kapital an einen Treuhänder aus, u. a. zugunsten von Inhabern von Optionsscheinen, Optionen und Umtauschrechten. Im Geschäftsjahr 2013 sind diese Options-, Umtausch- bzw. Wandlungsrechte vollständig ausgeübt. Damit bestand keine weitere Verpflichtung des Treuhänders zur Erfüllung der Ansprüche gemäß dem Zweck der Hinterlegung. Das Treuhandverhältnis wurde Anfang des Jahres 2016 beendet und die hinterlegten Aktien wurden unentgeltlich auf ein Depot der Deutschen Telekom AG überführt. Die vormals hinterlegten Aktien sind nach § 272 Abs. 1a HGB als eigene Anteile bilanziert. Die unentgeltlich erworbenen eigenen Anteile können aufgrund der Ermächtigung durch die Hauptversammlung vom 25. Mai 2016 bzw. 1. April 2021 für die gleichen Zwecke wie die entgeltlich erworbenen eigenen Aktien verwendet werden. Im Berichtsjahr wurden 3.462 Tsd. Stück vormals hinterlegte Aktien für die Ausgabe an berechnigte Teilnehmer des Share Matching Plans umgewidmet (Vorjahr: 558 Tsd. Stück).

Bei Matching Shares aus dem Share Matching Plan sowie bei Gratisaktien aus dem Mitarbeiter-Aktienprogramm „Shares2You“ erfolgt die Übertragung eigener Aktien in Depots von Beschäftigten der Deutschen Telekom AG unentgeltlich. Bei Übertragungen eigener Aktien in Depots von Beschäftigten anderer Konzernunternehmen erfolgt seit dem Geschäftsjahr 2016 eine Weiterberechnung zu Zeitwerten an die jeweiligen Konzernunternehmen. Sofern eigene Aktien in Depots von Mitarbeitern übertragen wurden, die im Rahmen des „Shares2You“-Programms aus dem Eigeninvestment getätigt wurden, erfolgte dies zu einem Umrechnungskurs von 16,72 € je Aktie. Maßgeblich für die Umrechnung ist der am Umrechnungsstichtag niedrigste an einer amtlichen deutschen Börse festgestellte Kurs, zu dem auch tatsächlich ein Handel stattgefunden hat.

In allen Monaten des Berichtsjahres, außer im Monat Oktober, wurden eigene Aktien von insgesamt 3.485 Tsd. Stück entnommen und in Depots von berechtigten Teilnehmern übertragen (Vorjahr: 523 Tsd. Stück eigene Aktien). Auf die im Berichtsjahr aufgrund der Übertragungen erfolgten Abgänge an eigenen Anteilen entfiel zum 31. Dezember 2021 insgesamt ein Anteil am Grundkapital von 0,07 % bzw. ein Betrag des Grundkapitals von 8.921 Tsd. €. Der Veräußerungserlös aus Übertragungen eigener Aktien betrug 57.717 Tsd. €. Aus Übertragungen eigener Aktien resultierte eine Erhöhung der Kapitalrücklage um 48.796 Tsd. €. Im Berichtsjahr wurden 1.042 Tsd. Stück eigene Aktien mit einem Zeitwert von 17.585 Tsd. € an andere Konzernunternehmen weiterberechnet.

Genehmigtes Kapital und bedingtes Kapital. Der Vorstand ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 31. Mai 2017 ermächtigt, das Grundkapital in der Zeit bis zum 30. Mai 2022 mit Zustimmung des Aufsichtsrats um bis zu 3.600.000.000 € durch Ausgabe von bis zu 1.406.250.000 auf den Namen lautende Stückaktien gegen Bar- und/oder Sacheinlage zu erhöhen. Diese Ermächtigung kann vollständig oder ein- oder mehrmals in Teilbeträgen ausgenutzt werden. Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats Spitzenbeträge von dem Bezugsrecht der Aktionäre auszunehmen. Der Vorstand ist zudem ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre bei Kapitalerhöhungen gegen Sacheinlagen auszuschließen, um neue Aktien im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen oder im Rahmen des Erwerbs von Unternehmen, Unternehmensteilen oder Beteiligungen an Unternehmen, einschließlich der Erhöhung bestehenden Anteilsbesitzes, oder anderen mit einem solchen Akquisitionsvorhaben im Zusammenhang stehenden einlagefähigen Wirtschaftsgütern, einschließlich Forderungen gegen die Gesellschaft, auszugeben. Jedoch darf der auf neue Aktien, für die das Bezugsrecht aufgrund dieser Ermächtigungen ausgeschlossen wird, insgesamt entfallende anteilige Betrag des Grundkapitals zusammen mit dem anteiligen Betrag des Grundkapitals, der auf Aktien entfällt oder auf den sich Wandlungs- und/oder Optionsrechte bzw. -pflichten aus Schuldverschreibungen beziehen, die nach Beginn des 31. Mai 2017 unter Bezugsrechtsausschluss ausgegeben bzw. veräußert worden sind, 20 % des Grundkapitals nicht überschreiten; maßgeblich ist entweder das zum 31. Mai 2017, das zum Zeitpunkt der Eintragung der Ermächtigung oder das zum Zeitpunkt der Ausgabe der neuen Aktien vorhandene Grundkapital, wobei auf denjenigen der drei genannten Zeitpunkte abzustellen ist, zu dem der Grundkapitalbetrag am geringsten ist. Als Bezugsrechtsausschluss ist es auch anzusehen, wenn die Ausgabe bzw. Veräußerung in entsprechender oder sinngemäßer Anwendung von § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG erfolgt. Der Vorstand ist darüber hinaus ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats den weiteren Inhalt der Aktienrechte und die Bedingungen der Aktienaussgabe festzulegen (**Genehmigtes Kapital 2017**).

Nach erfolgter Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage verringerte sich das Genehmigte Kapital 2017 auf 3.024.000.000 €. Die Eintragung des verbliebenen Genehmigten Kapitals 2017 in das Handelsregister erfolgte am 28. September 2021.

Das Grundkapital der Gesellschaft ist zum 31. Dezember 2021 um bis zu 1.200.000.000 €, eingeteilt in bis zu 468.750.000 Stückaktien, bedingt erhöht (**Bedingtes Kapital 2018**). Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie

- a. die Inhaber bzw. Gläubiger von Optionsschuldverschreibungen, Wandelschuldverschreibungen, Genussrechten und/oder Gewinnschuldverschreibungen (bzw. Kombinationen dieser Instrumente) mit Options- oder Wandlungsrechten, die von der Deutschen Telekom AG oder deren unmittelbaren oder mittelbaren Mehrheitsbeteiligungsgesellschaften aufgrund des Ermächtigungsbeschlusses der ordentlichen Hauptversammlung vom 17. Mai 2018 bis zum 16. Mai 2023 ausgegeben bzw. garantiert werden, von ihren Options- bzw. Wandlungsrechten Gebrauch machen oder
- b. die aus von der Deutschen Telekom AG oder deren unmittelbaren oder mittelbaren Mehrheitsbeteiligungsgesellschaften aufgrund des Ermächtigungsbeschlusses der ordentlichen Hauptversammlung vom 17. Mai 2018 bis zum 16. Mai 2023 ausgegebenen oder garantierten Optionsschuldverschreibungen, Wandelschuldverschreibungen, Genussrechten und/oder Gewinnschuldverschreibungen (bzw. Kombinationen dieser Instrumente) Verpflichteten ihre Options- bzw. Wandlungspflicht erfüllen (einschließlich des Falls, dass die Deutsche Telekom AG in Ausübung eines Tilgungswahlrechts bei Endfälligkeit ganz oder teilweise an Stelle der Zahlung des fälligen Geldbetrags Aktien der Deutschen Telekom AG gewährt)

und nicht andere Erfüllungsformen eingesetzt werden. Die neuen Aktien nehmen vom Beginn des Geschäftsjahres an, in dem sie durch Ausübung von Options- oder Wandlungsrechten oder durch Erfüllung von Options- bzw. Wandlungspflichten entstehen, am Gewinn teil. Der Aufsichtsrat ist ermächtigt, § 5 Abs. 3 der Satzung der Deutschen Telekom entsprechend der jeweiligen Inanspruchnahme des bedingten Kapitals und nach Ablauf sämtlicher Options- bzw. Wandlungsfristen zu ändern.

Wesentliche Vereinbarungen unter der Bedingung eines Kontrollwechsels (Change of Control)

Die wesentlichen Vereinbarungen der Deutschen Telekom AG, die eine Klausel für den Fall einer Übernahme (Change of Control) der Deutschen Telekom AG enthalten, betreffen hauptsächlich bilaterale Kreditfazilitäten sowie mehrere Darlehensverträge. Im Übernahmefall haben die jeweiligen Kreditgeber das Recht, die Fazilität zu kündigen und ggf. fällig zu stellen bzw. die Rückzahlung der Darlehen zu verlangen. Dabei wird eine Übernahme angenommen, wenn ein Dritter die Kontrolle über die Deutsche Telekom AG erlangt; dies kann auch eine gemeinschaftlich handelnde Gruppe sein.

Am 2. November 2016 hat die Deutsche Telekom AG eine Änderungsvereinbarung zu der Gesellschaftervereinbarung vom 14. Mai 2008 mit dem griechischen Staat betreffend die griechische Hellenic Telecommunications Organization S.A., Athen, Griechenland (OTE) abgeschlossen, der der „Hellenic Republic Asset Development Fund“ (HRADF) als Vertragspartei beigetreten ist. Gemäß dieser Vereinbarung wird dem griechischen Staat unter bestimmten Bedingungen das Recht eingeräumt, alle OTE-Anteile von der Deutsche Telekom AG zu erwerben, sobald eine (oder mehrere) Person(en), ausgenommen die Bundesrepublik Deutschland, direkt oder indirekt 35 % der Stimmrechte an der Deutsche Telekom AG erwirbt (erwerben).

Im Rahmen der Gründung des Einkaufs-Joint Ventures BuyIn in Belgien haben die Deutsche Telekom AG und Orange S.A. (ehemals France Télécom S.A.)/Atlas Services Belgium S.A. (eine Tochter der Orange S.A.) im Master Agreement vereinbart, dass, falls die Deutsche Telekom oder Orange unter den beherrschenden Einfluss eines Dritten gelangt bzw. ein nicht vollständig zum Orange Konzern gehörender Dritter Anteile an Atlas Services Belgium S.A. erwirbt, der jeweils andere Vertragspartner (Orange und Atlas Services Belgium nur gemeinschaftlich) das Master Agreement mit sofortiger Wirkung kündigen kann.

Konsolidierungskreisveränderungen

Im Konzernabschluss der Deutschen Telekom werden 62 inländische und 314 ausländische Tochterunternehmen vollkonsolidiert (31. Dezember 2020: 61 und 364). Zusätzlich werden 16 assoziierte Unternehmen (31. Dezember 2020: 15) und 10 Gemeinschaftsunternehmen (31. Dezember 2020: 9) nach der Equity-Methode einbezogen.

Die wesentlichen Tochterunternehmen des Konzerns finden Sie im Kapitel „Grundlagen und Methoden – Wesentliche Tochterunternehmen“ im Konzern-Anhang.

Unternehmenszusammenschlüsse

Am 28. Mai 2021 wurde zwischen T-Mobile US und Shenandoah Personal Communications Company (Shentel) – einem Anbieter von Mobilfunk-Netzprodukten in bestimmten Regionen einiger US-Bundesstaaten – ein Kaufvertrag über den Erwerb von Vermögenswerten und Schulden im direkten Zusammenhang mit dem Mobilfunk-Geschäftsbetrieb von Shentel unterzeichnet. Die Transaktion wurde am 1. Juli 2021 vollzogen.

Weitere Informationen finden Sie im Kapitel „Grundlagen und Methoden – Veränderung des Konsolidierungskreises und sonstige Transaktionen“ im Konzern-Anhang.