

Rede zur Hauptversammlung

Deutsche Telekom AG | Bonn, 1. April 2021



Timotheus Höttges

Vorstandsvorsitzender
Deutsche Telekom AG



Liebe Aktionärinnen und Aktionäre!
Liebe Kolleginnen und Kollegen!
Sehr geehrte Damen und Herren!

In einem Satz: 2020 war ein Rekordjahr für die Deutsche Telekom und das trotz Corona. Die Telekomersinnen und Telekomers legen momentan noch eine Schippe drauf. Dafür mein herzlichster Dank an alle, die daran mitarbeiten. Getragen hat uns unsere Unternehmenskultur, die Leitlinien, an denen wir uns orientieren. Und darüber werde ich heute sprechen. Wir sind in einer dieser schwierigen Zeiten mit einer schwierigen Lage, aber wir sind in der Position, Menschen Sicherheit zu vermitteln. Unsere Hygienekonzepte wirken. Die Inzidenzzahlen bei der Telekom sind deutlich niedriger als in der Gesamtbevölkerung. Die Gesundheitsquote ist im vergangenen Jahr sogar gestiegen auf 95 %. Und wir hoffen, dass wir bald auch impfen können. 70.000 Mitarbeiterinnen

und Mitarbeiter könnte unser betriebsärztlicher Dienst innerhalb von acht Wochen schaffen und danach noch viel mehr. Wir sehen dadurch Licht am Ende des Tunnels. Wir wissen nur nicht, wie lang dieser Tunnel noch ist. Aber wir blicken nach vorn, und wir stützen uns auf eine gute wirtschaftliche Situation, denn die haben wir uns in 2020 erarbeitet. Wir sind stark in den USA, wir sind stark in Deutschland, und wir sind stark in Europa. „Handelsblatt“ titulierte heute Morgen: Telekom hängt die Konkurrenz ab. Unsere Prognosen haben wir auf beiden Seiten des Atlantiks übertroffen: Umsatz plus 25,4 %, 101 Mrd. €. Wir haben damit die Umsatzschallmauer von 100 Mrd. € durchbrochen. Das organische Umsatzplus liegt bei 3 %. Wir sind also auch ohne die Fusion in den USA gewachsen. Bereinigtes Ergebnis: plus 41,6 % auf 35 Mrd. €. Das organische Wachstum hier betrug 7,9 %. Organisch! Konzernüberschuss: plus 7,5 %, 4,2 Mrd. €. Bereinigtes Ergebnis je Aktie: plus 15,4 %, 1,20 €. Bei

den frei verfügbaren Mitteln: 6,3 Mrd. €, minus 10,3 %. Aber mit diesem Rückgang hatten wir gerechnet, denn er ist eine nur vorübergehende Folge unseres Zusammenschlusses in den USA, und den haben wir heute auf den Tag genau am 1. April vor einem Jahr vollzogen. Und ich sage Ihnen: Er ist schon heute ein riesiger Erfolg. Wir haben inzwischen über 100 Mio. Kunden, die wir in den USA betreuen dürfen. Damit sind wir jetzt schon aus der ganz abgeschlagenen Position die starke Nr. 2 im amerikanischen Markt geworden. Die Synergien, die wir durch die Zusammenlegung der Infrastruktur geplant haben, fallen höher aus, als wir ursprünglich angenommen haben. Gerechnet haben wir damals mit 6 Mrd. Dollar pro Jahr; jetzt erwarten wir 7,5 Mrd. Dollar Einsparung. Was machen wir mit all dem Geld? - Zunächst verringern wir die Schulden in den USA. Danach profitieren wir dann direkt vom Erfolg des USA-Geschäfts. Bis zu 60 Mrd. Dollar wird die T-Mobile in den Jahren 2023 bis 2025 an die Anteilseigner zurückgeben, und wie Sie wissen, gehören uns aktuell rund 43 %. Auf die Telekom entfallen also bis zu 26 Mrd. Dollar, die in unsere Richtung fließen. Das verschafft uns Spielräume und ganz neue unternehmerische Möglichkeiten.

Erstens. Wir können unseren Aktienanteil an der T-Mobile US auf über 50 % erhöhen. Die Option hierfür haben wir uns bereits gesichert, und zwar zu einem deutlich niedrigeren Kurs als den aktuellen Aktienkurs. Wir können zweitens in Europa weiter investieren. Ganz offen: Ohne die USA wäre der eben dargestellte Glasfaserausbau in Deutschland sehr viel schwieriger. Wir können drittens unsere Dividendenpolitik weiterentwickeln. Viertens können wir die Schulden des Konzerns reduzieren. Aktuell liegt unsere Verschuldung bei rund 120 Mrd. €. Das ist das 2,78-Fache unseres bereinigten Ergebnisses. Wir peilen aber das 2,25- bis 2,75-Fache an. Und in diesen Korridor kehren wir mittelfristig zurück. Menschen machen Zahlen. Und eine Unternehmenskultur ohne Strategie ist ziellos, aber eine Strategie ohne Kultur ist kraftlos. Der ehemalige Handballnationaltrainer Dagur Sigurðsson hat einmal folgende Formel für den Erfolg verraten. Er sagt: Erfolg ist gleich Talent plus Fleiß mal Einstellung. Die richtige Einstellung ist also der wesentliche Faktor für unternehmerischen Erfolg, der Multiplikator für das, was wir erreichen. Bei uns ausgedrückt in sechs Leitlinien:

Erstens: Kunden begeistern. Die Kundinnen und Kunden stehen immer im Mittelpunkt. Alle Produkte und alle internen Prozesse haben sich danach auszurichten. Und

in unserer Ideenschmiede arbeiten wir sogar gemeinsam mit den Kunden an neuen Produkten. Im vergangenen Jahr war ich unter anderem in Nürnberg und Bamberg unterwegs. Dort habe ich die Kollegin, Tanja Kroczek, kennengelernt. In der ersten Corona-Welle hat sie ihren Rechner ins Auto gepackt und arbeitet seither von daheim. Wenn auch nur ein Kunde vom Netz abgeklemmt ist, klemmt sie sich dahinter - so, wie ihre 30.000 Kolleginnen und Kollegen im Service in Deutschland das jeden Tag tun. 43 Mio. Kundenwünsche haben wir 2020 bearbeitet und erfüllt. Auch hier zeigt sich: Aus der Haltung folgt das Ergebnis. Weniger Beschwerden, seit 2019 minus 35 %. Weniger Verspätung, eigentlich haben wir gar keine mehr. Die Termintreue der Techniker liegt bei über 95 %. Weniger Pingpong, über die Hälfte der Probleme lösen wir im ersten Anlauf. Die Quote ist deutlich gestiegen. Sie liegt jetzt bei 54 %. Wir legen erst dann auf, wenn das Kundenproblem abschließend gelöst ist. Das heißt, wir haben es geschafft, uns zu unterscheiden im Kundendienst und das gegenüber all den Wettbewerbern, die früher für sich reklamiert haben, besser zu sein. Und Sie wissen alle, das war nicht immer so, aber heute sind wir führend. Und egal, auf welche Kennzahl Sie gucken, das Image der Marke, die Bewertung durch unsere Kundinnen und Kunden, die Bewertung durch die Fachmagazine - fast immer liegt die Telekom auf Platz 1. Gerade heute hat uns die Zeitschrift „connect“ wieder ausgezeichnet. Am meisten aber freue ich mich über die direkten Rückmeldungen. Wir haben uns vorgenommen, unsere Kunden zu Fans zu machen, dann sprechen sie über uns. Während der Krise habe ich unendlich viel Fanpost bekommen, hunderte Briefe und Danksagungen an mich persönlich oder an unsere Organisation gerichtet. Danke, liebe Kundinnen und Kunden, das tut enorm gut, und es motiviert uns, noch besser zu werden. Und ja, ich komme auch Kundenbeschwerden persönlich nach. Dann klemme ich mich mal dahinter und wir versuchen, jedes Problem zu lösen, auch wenn es vielleicht gar nicht unser Problem war.

Das führt mich zu unserem zweiten Leitbild: Einfach machen: Wir wollen, dass unsere Kundinnen und Kunden immer möglichst alles einfach bekommen, und darum vereinfachen wir unsere Produkte. Manchmal fangen wir dabei ganz klein an, und dann machen wir etwas Großes daraus. Z.B.: die MeinMagenta-App. Entwickelt haben wir die App in den europäischen Märkten, und natürlich gibt es sie auch in Deutschland. Sie bekommt immer mehr Funktionen, sodass Sie als Kunde die Telekom und Ihre Produkte steuern können. Die Ein-

richtung Ihres W-LANs, Meldung von Störungen, Fragen zum Vertrag - alles geht mit dieser App. 60 % aller Kunden nutzen sie heute schon. Ich nenne das mal erfolgreiche Digitalisierung. Dass das alles geht, hat eines Grund: Wir haben unser Netz komplett auf das Internetprotokoll umgestellt. Unser Netz braucht sozusagen keine Dolmetscher mehr, also Schnittstellen zwischen den einzelnen Komponenten, sondern alles spricht jetzt eine Sprache und alles versteht auch diese Sprache. Wir haben über 1 Mrd. € dafür investiert. Wir haben mehr Digitalisierung. Wir haben deutlich weniger Ausfälle. Der Kundendienst wird besser. Und übrigens: Wir waren Pioniere auf diesem Gebiet im Telekommunikationssektor. Gleichzeitig haben wir einen positiven Effekt, dass unsere indirekten Kosten in Deutschland gesenkt wurden: minus 0,2 Mrd. € allein im vergangenen Jahr. Der zweite Aspekt der Leitlinie „einfach machen“ ist das „machen“. Wir haben trotz Corona mehr ausgebaut. Die Deutsche Telekom ist mit Abstand der führende 5G-Anbieter. In Deutschland versorgen wir mittlerweile 80 % der Bevölkerung. In den USA erreichen wir bereits 86 % der Menschen. Und in den Niederlanden sind es 100 %. Im Mobilfunk war die Deutsche Telekom immer führend. Wir haben in zwölf von 13 Märkten das beste Netz. Wir sind der beste Anbieter in Europa, und unser Netz hat sogar das höchste jemals getestete Ergebnis erzielt - weltweit. Das sagt zumindest der externe Anbieter „umlaut“. Und das spornt uns ebenfalls weiter an. Beim Festnetz wird uns vorgeworfen, den Anschluss verpasst zu haben. Aber mal ganz ehrlich: Wir standen nie am Wartesteig, sondern der Glasfaserzug rollt bei uns seit Jahren, und wir haben viele Zwischenschritten auf diesem Weg erreicht. Wir haben zunächst Glasfaser in den Straßen bis an die grauen Kästen gebaut, Vectoring und Supervectoring. Unsere Wettbewerber haben sich darüber lautstark beschwert, aber das hat nicht dazu geführt, dass sie selbst Glasfaser bis in die Wohnung gebaut hätten, sondern sie haben beherrscht bei uns zugegriffen. Ich meine, wer „FTTC“ sagt, muss auch FTTH tun. Und darum bauen wir jetzt Glasfaser bis in die Wohnungen. Die Deutsche Telekom wird aber dabei kein neues Monopolnetz errichten. Wir sind kein Staatskonzern mehr, sondern wir sind ein Marktkonzern, eigentlich ein Kundenkonzern, und darum arbeiten wir mit mehreren Hundert Partnern bereits zusammen. Wir wissen aber auch, unsere großen Wettbewerber werden nicht so viel FTTH bauen können, wie wir das tun, und darum haben wir mit Vodafone, mit Telefónica, mit 1&1 Versatel Mietverträge für unser neues Netz bereits abgeschlossen. Volumen: 17 Mrd. € über zehn Jahre. Damit können wir unser Netz besser auslasten, das reduziert die

Kosten, es macht unseren eigenen Ausbau wirtschaftlicher, gleichzeitig schafft es Mittel, die wir investieren können in den weiteren Ausbau. Ich bin und bleibe ein bekennender Netzinvestor. In den vergangenen sieben Jahren haben wir allein in Deutschland 36 Mrd. € investiert. Das sind 30 % mehr als in den sieben Jahren davor. Und jetzt erhöhen wir noch einmal: weltweit 18,4 Mrd. Investitionen allein in diesem Jahr, davon in Deutschland 5,6 Mrd. €. Und das ist noch vor Funk-Spektrum, was wir auch in den Auktionen entsprechend erwerben müssen. Meine Damen und Herren, wir sind erst dann zufrieden, wenn alle #dabei sind. Wer nicht plant, der nicht gewinnt. Und wer nicht wagt, hat schon verloren. Infrastruktur rechnet sich über einen langen Zeitraum. Bei Glasfaser sind es über 15 Jahre. Entscheidend sind bei der Ökonomie die hohe Auslastung der Infrastruktur, gleichzeitig die fairen Preise und natürlich möglichst niedrige eigene Produktionskosten. Deswegen ist die digitale Planung, die ich Ihnen mit dem T-Car vorgestellt habe, so eminent wichtig. Wir haben im vergangenen Jahr eine Rendite auf das eingesetzte Kapital von 4,6 % im Konzern erreicht. Das ist mehr als unsere Kapitalkosten. Das zeigt, unsere sehr langfristigen Investitionen lohnen sich. In Deutschland sind unsere Breitbandumsätze im Vergleich zu 2018 um 7,8 % gestiegen. Wir sind kein Verlierer mehr. Und mit FTTH wird es noch einmal mehr werden.

Der dritte Leitsatz: Offen diskutieren und geschlossen handeln. Die Telekom hat eine gute Streitkultur entwickelt. Bei uns geht es nicht um Macht von Abteilungen, sondern es geht bei uns um die Kraft des Arguments. Wir setzen gemeinsam um, was wir gemeinsam entschieden haben. Ein Beispiel dafür ist der Klimaschutz. Der Ausbau der Netze, der Betrieb von großen Rechenzentren, die Autos, mit denen unsere Techniker unterwegs sind - all das führt zu mehr CO₂. Und gerade die junge Generation fordert uns auf: Tut etwas dagegen! Denn jede Tonne weniger CO₂ ist ein Stück mehr Zukunft. Also haben wir intern diskutiert zwischen den Kosten einerseits und dem notwendigen Klimaschutz andererseits. Aber es gibt hier keinen Kompromiss. Wir wollen beides! Wir wollen den Ausbau und wir wollen ihn klimaneutral. Dafür haben wir einen zweistelligen Millionenbetrag in die Hand genommen. Wir haben uns an Solar- und Windparks beteiligt, und wir kaufen nur noch Strom aus erneuerbaren Energien. Das Netz der Telekom ist zu 100 % grün. Allein im vergangenen Jahr haben wir 300.000 Tonnen CO₂ in Deutschland eingespart. Die Deutsche Telekom will auch hier führend sein. Und darum haben wir unsere Ziele noch einmal angepasst. Für 2030 hatten wir

uns vorgenommen: 90 % weniger CO₂-Emissionen. Jetzt haben wir gesagt: Wir erreichen 100 %, und zwar schon in 2025. Aber wir wollen noch mehr. Auch die Produkte und Dienste, die wir nutzen, die wir kaufen und die wir verkaufen, sollen klimaneutral sein. Und das erreichen wir schon 2040.

Viertens. Handle mit Respekt und handle mit Integrität. Die Telekom tritt ein für eine Gesellschaft, in der Vielfalt und Inklusion selbstverständlich sind. Rassismus, Sexismus, Diskriminierung haben bei uns keinen Platz. Unser „T“ steht für Teilhabe. Vielfalt verbindet. 27 % unserer Führungskräfte sind Frauen, Tendenz steigend. 24 % aller offenen Top-Führungspositionen haben wir 2020 international besetzt. Ein Beispiel ist unser Vorstand: Seit November verantwortet Dominique Leroy den Bereich Europa. Für Respekt und Integrität stehen wir aber auch darüber hinaus, denn leider beobachten wir, Hass und Hetze nehmen zu, und das Netz wird immer mehr zum Tatort. Die Telekom nimmt dazu eine klare Haltung ein: Gemeinsam mit 44 Partnern werben wir für ein Netz, in dem sich Menschen frei bewegen können ohne Angst vor Ausgrenzung und ohne Angst vor Diskriminierung. Unsere Kampagne gegen Hassrede hat 340 Mio. Menschen erreicht. Sie rüttelt enorm auf, sie bewegt, und hoffentlich hilft sie dabei, dass sich der Diskurs im Netz über dieses Thema verbessert. Denn übrigens: Auch Demokratie ist eine Haltung. Liebe Aktionärinnen und Aktionäre, Respekt ist eine gesellschaftliche Aufgabe, aber es ist auch eine unternehmerische Aufgabe. Und gerade im vergangenen für alle nicht ganz einfachen Corona-Jahr haben wir eine besondere Leistung bei unseren Mitarbeitern festgestellt. Deswegen haben wir diese Leistung respektiert und eine Sonderprämie für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ausbezahlt: Europaweit 500 €. Außerdem beteiligen wir die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an der Deutschen Telekom. In Deutschland kann jetzt jeder Aktien erwerben für 1.000 € im Jahr, und wir geben noch einmal die Hälfte der gekauften Aktien dazu. Die Haltefrist beträgt vier Jahre. So werden aus Arbeitnehmern Unternehmer.

Fünfter Leitsatz: Ich bin die Telekom. Auf mich ist Verlass. Wir halten, was wir versprechen. Das ist unser Anspruch, bei jedem, der hier arbeitet, bei jedem im Umgang miteinander, im Umgang mit den Kundinnen und Kunden, und natürlich gilt es auch für Sie, liebe Aktionärinnen und Aktionäre. Wir schlagen Ihnen für dieses Jahr eine Dividende von 60 Cent je Aktie vor. Die Rendite aus Kurs und Dividende liegt 2020 damit bei 6,8 % - deut-

lich mehr als bei allen unseren wichtigsten Wettbewerbern. Und auch die Aktie hat sich jüngst gut entwickelt. Aktuell ist unser Kurs bei 17,11 €. Ich glaube an die 20 €. Bei der Aktie sehe ich dennoch Luft nach oben, und das tun übrigens auch die meisten Analysten. Im Schnitt beträgt das Kursziel 19,82 €. Damit trotz der Telekom einem Trend: Sie ist das einzige Telekommunikationsunternehmen, das noch im EURO STOXX 50 vertreten ist. Alle anderen sind wegen Größe rausgeflogen. Woran liegt es, dass wir uns behaupten? - Erstens. Wir konzentrieren uns auf starke Volkswirtschaften. Unsere Netze betreiben wir ausschließlich in Europa und den USA. Wir sind sozusagen der Marktführer der westlichen Welt. Zweitens. Wir konzentrieren uns auf das, was wir können: Netze bauen und Produkte verkaufen, die sehr eng mit dem Netz zusammenhängen. Drittens. Wir bieten Mehrwert für die Kunden. Bündelprodukte aus Mobilfunk, Festnetz und Fernsehen aus einer Hand - Stichwort „Konvergenz“. Und viertens: Wir gehen die eigenen Probleme aktiv an. Albanien, Rumänien, Griechenland, Niederlande, ja sogar die USA waren Problemkinder. In all diesen Ländern lief das Geschäft früher nicht rund. Wir haben uns entweder davon getrennt oder wir haben die Geschäfte zum Laufen gebracht. Und wie, das können Sie jeden Tag in der Presse verfolgen. Siehe die USA! Siehe Griechenland oder auch unsere Perle in den Niederlanden! Vor allem liegt aber unser Erfolg darin, dass aus unserer Haltung tatsächlich Taten folgen. Vertrauen ist im Geschäftsleben die wichtigste Währung, die man hat. Verlässlichkeit stiftet Vertrauen. Die Telekom hat sich das in den vergangenen Jahren neu erarbeitet, das auch am Kapitalmarkt. Was mich zu meinem letzten Punkt und Leitsatz führt: Bleibe neugierig und wachse. Wir halten die Augen offen. Wir bleiben am Ball. Bei uns entwickelt sich jeder persönlich weiter, und damit wächst das gesamte Unternehmen: Mobilfunkkunden in Europa und Deutschland plus 1,4 Mio. neue Kunden allein im vergangenen Jahr, in den USA plus 5,5 Mio. neue Kunden. Breitband: plus 388.000 Kunden in Deutschland. Das ist ein Plus, nicht mehr ein Verlust wie in der Vergangenheit. Und in Europa ein Wachstum von 281.000 Kunden. Dementsprechend wachsen auch die Ergebnisse. 2020 unter dem Strich: plus 1,5 % in Deutschland, plus 2,1 % in Europa, plus 10,8 % in den USA und im Segment Group Development plus 6,6 %. Und dieses Wachstum setzen wir fort. In Deutschland wollen wir mit dem konsequenten Ausbau von FTTH und 5G weitere Anteile gewinnen, in Europa mit der starken Ausrichtung des Geschäfts auf Konvergenz und konvergente Produkte aus Mobilfunk, Festnetz und Fernsehen aus einer Hand

weiteres Wachstum zeigen, und in den USA mit unserem Angriff auf das Duopol AT&T und Verizon werden wir die Nr. 1 im Mobilfunk in den amerikanischen Märkten. Und das immer mit dem mit Abstand besten Netz. Das ist die DNA unseres Unternehmens. Wachstumschancen sehen wir aber auch im Geschäftskundenbereich. Kleine und mittlere Unternehmen betreuen wir inzwischen aus der Telekom Deutschland ganzheitlich heraus. Das ist ein Grund, warum der Umsatz bei der T-Systems gesunken ist. 2020 war es ein Minus von 5,6 % auf 4,2 Mrd. €. Aber auch Corona hat uns bei der T-Systems belastet. Großunternehmen haben sich zurückgehalten, was Investitionen betrifft. Die Umstrukturierung der T-Systems ist hart; das wissen wir. Aber die T-Systems muss auch einen positiven Beitrag zum Ergebnis des Konzerns liefern. Und damit das so kommt, stellen wir sie jetzt als reines Dienstleistungs- und Softwareunternehmen für die Informationstechnik auf. Geschäft mit Rechenzentren, der so genannten Cloud, digitale Lösungen wie die Warn-App.

2020 war wieder ein Rekordjahr für uns. In diesem Jahr wollen wir noch eins draufsetzen. Wir erwarten, dass bereinigte Ergebnis bei rund 37 Mrd. €, die frei verfügbaren Mittel erwarten wir bei 8 Mrd. €, und auch beim Umsatz rechnen wir mit weiterem Wachstum. Über unsere mittelfristigen Planungen über das Jahr hinaus informieren wir Sie auf einem separaten Kapitalmarkttag im Mai. Noch stecken wir mitten in der Pandemie. Bei

vielen schwindet aber die Zuversicht. Davon lassen wir uns nicht anstecken. Wir haben gezeigt, dass wir auch in der Krise erfolgreich sind. Und ich denke, es gibt auch in Deutschland insgesamt Grund zu Zuversicht. Wir können mehr, als wir uns manchmal selbst zutrauen. Es ist alles da für die Formel des Erfolgs: Fleiß, Talent. Und jetzt kommt es auf unsere eigene Einstellung an. Ich hoffe, dass wir nach der Pandemie ganz genau hinschauen: Was haben wir gut gemacht? Was haben wir schlecht gemacht? Und dass wir das dann auch konsequent ändern. Und das gilt nicht nur für die Telekom, sondern das sollte auch für unsere Gesellschaft gelten. Die Frage darf dabei nicht lauten: „Was habe ich zu verlieren?“, sondern die Frage muss lauten: Was können wir alle gemeinsam gewinnen und welchen konkreten Beitrag leiste ich dazu? - Digitalisierung auf allen Ebenen ist hier ein Schlüssel. Das ist Pflicht für Europa, und es ist Chance für die Deutsche Telekom. Wir sind bereit, zu helfen, weil wir selbst erfahren haben, worauf es jetzt ankommt: Kunden begeistern, offen diskutieren und geschlossen umsetzen mit Respekt und mit Integrität, verlässlich sein, neugierig bleiben und wachsen und vor allem einfach machen - genau wie unsere sechs Leitsätze. Damit ist die Telekom nicht nur jetzt, sondern auch in der Zukunft erfolgreich. Unsere Kultur, unsere Haltung gibt uns Kraft für die Umsetzung dieser Strategie, sodass aus dem vermeintlichen Kleinklein von 2020 das große Ganze für eine erfolgreiche Telekom 2030 erwächst. Es gibt keine Zukunft ohne Herkunft. - Vielen Dank.

