

– Es gilt das gesprochene Wort –

**Rede zur Hauptversammlung der Deutschen Telekom
am 5. April 2023 in Bonn**

**Timotheus Höttges
Vorstandsvorsitzender
Deutsche Telekom AG**

Liebe Aktionär*innen,
liebe Kund*innen,
sehr geehrte Damen und Herren,

in diesem Jahr beginne ich mit einem Minus. Minus 278 Gigawattstunden. So viel Energie haben wir 2022 gespart. Minus elf Prozent. In Deutschland. In einem Jahr mit ansonsten sehr viel Plus.

- Umsatz: plus 6,1 Prozent. 114,4 Milliarden Euro.
- Operatives Ergebnis¹: plus 7,7 Prozent. 40,2 Milliarden Euro.
- Frei verfügbare Mittel²: plus 30,2 Prozent. 11,5 Milliarden Euro.
- Investitionen³: plus 16,9 Prozent. 21 Milliarden Euro.

¹ Ber. EBITDA AL.

² FCF AL.

³ Cash Capex ohne Spektrum.

- **Aktie:** Sie steht bei 22,38 Euro. So viel wie seit 22 Jahren nicht mehr. Inklusive Dividende lag die Rendite 2022 bei 18,6 Prozent. Der DAX lag mit 12,4 Prozent im Minus.

Wir handeln langfristig. Wir handeln solide. Wir handeln verantwortungsvoll. Man nennt das auch: nachhaltig.

Den Begriff Nachhaltigkeit hört man oft. Wenige wissen, was genau gemeint ist. Ursprünglich kommt der Begriff aus der Forstwirtschaft. Aber Sie kennen meinen alten Satz: Die Telekom ist der Ackergaul der Digitalisierung. Darum erkläre ich Nachhaltigkeit so:

Der nachhaltige Bauer sorgt für langfristigen Ertrag. Er erntet bio. Er erfüllt die Grundbedürfnisse vieler Menschen. Und seiner Familie geht's auch gut.

Was bedeutet Nachhaltigkeit für die Telekom? Dazu sechs Thesen:

1. Nachhaltigkeit bedeutet: Umwelt und Klima schützen

Im November habe ich mir einen Jugendtraum erfüllt. Ich bin mit dem Segelboot über den Atlantik gesegelt. Das hat noch einmal meinen Blick auf die Natur geschärft. Auch auf die Verletzlichkeit. Wegschauen geht nicht. Mehr machen ist das Motto.

Unser Netz ist heute schon klimaneutral. Wir stoßen 94 Prozent weniger CO₂ aus als noch 2017. Und 2025 wollen wir komplett klimaneutral sein. Unser Netz ist heute schon grün. Es läuft mit Erneuerbaren. Als Nächstes stellen wir die Fahrzeugflotte um. Und sparen bei Gebäuden.

Wir wollen außerdem unabhängiger werden. Darum schließen wir direkte Verträge ab. Mit den Erzeugern erneuerbarer Energie. Also Betreibern von Solar- oder Windparks. Das nennt sich: Power Purchase Agreement. So decken wir schon heute 28 Prozent unserer Energie. 2025 sollen es 50 Prozent sein.

Wir schauen aber nicht nur auf unseren eigenen CO₂-Ausstoß. Sondern auch auf den unserer Lieferanten. Wir wollen die klimaneutrale Produktion von Handys. Dafür kaufen wir anders ein. Wir schauen nicht mehr nur auf den Preis des Produkts. Sondern auch auf den Preis für die Umwelt. Beides soll niedrig sein. Wer die grüne Produktion nicht schafft, fliegt irgendwann aus dem Sortiment. Wir importieren Geräte. Aber wir exportieren unseren Anspruch an Umweltschutz.

Bis 2040 soll die Telekom komplett klimaneutral sein. Von der Produktion der Geräte. Bis zum Stromverbrauch bei den Kundinnen und Kunden. 2040 ist lange hin. Darum gibt es ein neues Zwischenziel. Minus 55 Prozent CO₂ bis 2030. Und das im Vergleich zu 2020.

Mit den Lieferanten sprechen wir heute schon. Aber wie helfen wir unseren Kundinnen und Kunden? Ein Beispiel: Unternehmen können ihre Daten auf eigenen Rechnern speichern. Im Keller. Besser ist: in Rechenzentren. Das ist die Cloud. Die ist besser vor Angriffen geschützt. Und spart CO₂. Der Energieverbrauch ist niedriger. Um 80 Prozent.

Die Brücke von Ökonomie zu Ökologie heißt also: Effizienz.

Das führt zu meiner zweiten These:

2. Nachhaltigkeit bedeutet: solide haushalten

Die Deutsche Telekom ist erfolgreich. Aber um diesen Erfolg habe ich mir vor einem Jahr durchaus Sorgen gemacht. Denn wir standen vor einem Dilemma. Eigentlich war es ein Trilemma.

- Erstens wollten wir die Mehrheit an der T-Mobile US erreichen. Das ist ein wichtiger Baustein für unseren Erfolg. Nach dem Zusammenschluss mit Sprint lag unser Anteil bei 43 Prozent. Für eine sichere Mehrheit fehlten 120 Millionen Aktien. Zum damaligen Kurs waren das 8,5 Milliarden Euro. Zum heutigen Kurs rund 16,5 Milliarden.

- Zweitens haben wir gesagt: Wir wollen gute Bonität. Dazu werden wir die Verschuldung in ein gutes Verhältnis zu unserem Ergebnis bringen. Nämlich maximal das 2,75-Fache.
- Denn drittens wollen wir massiv investieren. Im vergangenen Jahr 21 Milliarden Euro. Besonders wichtig ist uns: Glasfaser. Also FTTH. 25 bis 30 Millionen Haushalte wollen wir in Deutschland ausbauen. Bis 2030. Das allein ist eine Investition von insgesamt rund 30 Milliarden Euro.

Heute haben wir dafür eine Lösung gefunden. Die Quadratur dieses Dreiecks schaffen wir.

- Zunächst haben wir durch eine Kapitalerhöhung 225 Millionen eigene Aktien an Softbank ausgegeben. Im Gegenzug haben wir Aktien von T-Mobile erhalten. Damit stieg unser Anteil um rund 3,7 Prozentpunkte. Im Wert von umgerechnet 5,3 Milliarden Euro.
- Wir haben dann die T-Mobile Niederlande verkauft. Zu einem Preis des 9-Fachen des Ergebnisses. Rund vier Milliarden Euro sind dadurch in die Kasse gekommen.
- Zuletzt haben wir auch unser Geschäft mit Funktürmen in Deutschland und Österreich verkauft. Zu 51 Prozent. Dadurch kommen dieses Jahr noch einmal 10,7 Milliarden Euro in die Kasse.
- Gleichzeitig wachsen alle unsere Geschäfte. 2013 lagen unsere frei verfügbaren Mittel bei 4,6 Milliarden Euro. 2022 waren es schon 11,5 Milliarden. In diesem Jahr erwarten wir über 16 Milliarden. Fast viermal so viel wie vor zehn Jahren.

Dadurch schaffen wir unsere drei Ziele. Mehrheit an der T-Mobile US. Solide Finanzen. Und mehr investieren.

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

wir haben die Mehrheit an der T-Mobile US erreicht. Am wertvollsten Telekommunikationsunternehmen der Welt. Seit 2013 hat sich der Wert der T-Mobile US verachtzehnfacht. Plus 155 Milliarden Euro. Seit dem Zusammenschluss mit Sprint plus 66 Milliarden Euro.

Die Vorteile aus dem Zusammenschluss überwiegen die Kosten. Hier rechnen wir mit weniger als einer Milliarde Dollar in diesem Jahr. Bei den Vorteilen mit 7,2 bis 7,5 Milliarden Dollar. Das sind die sogenannten Synergien.

Die T-Mobile hat außerdem Programme zum Rückkauf eigener Aktien angekündigt. Im Volumen von bis zu 60 Milliarden US-Dollar. Bis 2025. So kommt Liquidität nach Europa.

Wir werden weiterwachsen. Aber wer wachsen will, muss investieren. Die Schulden müssen dafür in einem guten Verhältnis zu den Einnahmen stehen. Am Jahresende lagen sie beim 3,07-Fachen des Ergebnisses. Aber der Trend zeigt nach unten. Im nächsten Jahr wollen wir unser Ziel erreichen: maximal das 2,75-Fache des Ergebnisses.

Mit soliden Finanzen ist auch der Netzausbau gesichert. Das führt zu meiner dritten These.

3. Nachhaltigkeit bedeutet: immer das beste Netz bauen

Unsere Netze sind digitale Lebensadern. Und der Puls der Zeit sind Glasfaser und 5G.

- In den USA versorgen wir 98 Prozent der Bevölkerung mit 5G. 310 Millionen Menschen. Mehr als die ehemaligen Platzhirsche AT&T und Verizon.
- In unseren europäischen Beteiligungen liegen wir bei 47,4 Prozent.
- Und in Deutschland bei 95 Prozent.

Rund 80 Prozent aller neuen Mobilfunkstandorte in Deutschland baut die Deutsche Telekom. 4.800 seit 2019. Das Ergebnis: Im vergangenen Jahr hat uns die Zeitschrift Connect die Note „überragend“ gegeben.

Das Unternehmen Ookla hat unser Netz in Tschechien ausgezeichnet. Ebenso in Kroatien. Und der Anbieter „Umlaut“ bescheinigt uns in Griechenland die beste Abdeckung. Die besten Datenverbindungen. Und die beste Sprachqualität. Das gilt auch für Österreich.

Die Kundinnen und Kunden stimmen mit den Füßen ab. Ihr Weg führt zu uns. Über 1,7 Millionen neue Vertragskundinnen und -kunden haben wir 2022 gewonnen. Im Mobilfunk in Europa. In den USA: 6,4 Millionen Vertragskundinnen und -kunden.

Im deutschen Festnetz können immer mehr Haushalte ans Glasfasernetz. 5,7 Millionen in Deutschland. Mehr als acht Millionen haben wir im Rest Europas.

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

der Glasfaserausbau kommt endlich in Fahrt. Jetzt beschweren sich manche Wettbewerber. Sie wollen lokale Monopole. Wir sollen nur bauen, wo sonst keiner baut. Aber jahrelang hieß es: Wir brauchen Wettbewerb bei der Infrastruktur. Endlich haben wir ihn. Bei uns weiß jeder, woran er ist.

1. Wir bauen, was der Bagger hergibt für bis zu drei Millionen Haushalte. In diesem Jahr. 25 bis 30 Millionen Haushalte bis 2030. In der Stadt und auf dem Land.
2. Einen Großteil davon bauen wir allein. Aber wir holen auch Investoren an Bord. Den australischen Fonds IFM zum Beispiel. Gemeinsam haben wir die GlasfaserPlus gegründet. Die baut vor allem im ländlichen Raum.

3. Wir kooperieren. In Münster. In Coburg. In Bochum. In der Region Stuttgart und anderswo: Überall bauen wir mit anderen gemeinsam. Insbesondere mit Stadtwerken. 20 solcher Kooperationen gibt es inzwischen.
4. Wir kooperieren. Aber die Rechnung muss für alle aufgehen. Für das Partnerunternehmen. Für die Telekom. Aber vor allem für unsere Kundinnen und Kunden. Die Deutsche Telekom steht für Qualität. Die liefern wir. Aber die müssen dann auch unsere Partner liefern können.

Mit uns gibt es kein Schrottwichteln bei Glasfaser. Sondern wir werben für fairen Wettbewerb. Und für Zusammenarbeit. Wir bieten zum Beispiel an, die Glasfaser von Wettbewerbern mitzuverlegen. Einmal Bürgersteig aufreißen reicht. Das sollte aber auch umgekehrt gelten.

Das führt mich zum nächsten Punkt:

4. Nachhaltigkeit bedeutet: verlässlicher Partner für Kundinnen und Kunden sein

Wir stehen für Qualität. Vor allem im Service. Auch hier gewinnt die Telekom jeden Test.

- Immer mehr Beschwerden? Nicht mit uns. Minus 90 Prozent seit 2017.
- Ständig in der Warteschleife? Nicht mit uns. Im Schnitt dauert es nur eine Minute und zwölf Sekunden.
- Nächstes Beispiel: nie erreichbar? Nicht mit uns. Rund um die Uhr sind wir für die Kundinnen und Kunden da. Sieben Tage die Woche. Und der Techniker kommt auch samstags.

- Letztes Beispiel: ewiges Hickhack? Auch das gibt's nicht mit uns. 67 Prozent aller Anliegen lösen wir direkt. Beim ersten Gespräch mit den Kundinnen und Kunden.

Natürlich läuft nicht immer alles rund. Menschen machen Fehler. Und die Telekom ist oft allzu menschlich. Aber: Wir hören zu. Wir verbessern uns. Und ändern, was zu ändern ist. Wir bleiben auf dem Boden. Versprochen!

Eine Begegnung im vergangenen Jahr hat mich besonders stolz gemacht. Ich traf einen Kunden. Er hat mich gefragt: Warum können die anderen Unternehmen nicht sein wie die Telekom? Das tat gut. Denn genau das ist unser Anspruch. Führend sein. Und Kundinnen und Kunden zu Fans machen.

Schauen wir auf die Geschäftskundinnen und -kunden. Hier macht die Telekom bereits 15 Milliarden Euro Umsatz. Den Großteil davon mit Mobilfunk. Und Festnetz. Aber was brauchen Unternehmen noch? Einen Partner, der sie digitaler macht? Dieser Partner heißt Deutsche Telekom. Wussten Sie, dass wir 1,3 Milliarden Euro Umsatz damit machen? Zwei Beispiele:

1. Kein Chaos! Das Unternehmen Ludwig Meister baut Antriebs- und Werkzeugtechnik. 15.000 Kundinnen und Kunden schicken ihre Bestellungen. Nur leider nie in einem einheitlichen Format. Wir haben ein Programm zur Textanalyse entwickelt. Eine Künstliche Intelligenz. Damit werden die Aufträge automatisch bearbeitet. Über 300.000 im Jahr.
2. Laufende Lieferkette! Das Unternehmen GlobalFoundries stellt Halbleiter her. In Dresden. In der Fabrik fahren einzelne Bauteile auf Laufbändern. In einem staublosen Raum. Die Bänder müssen gewartet werden. Je seltener, desto besser. Unsere Techniker sind auf eine schlaue Idee gekommen. Denn die Laufbänder haben einen akustischen Fingerabdruck. Wenn auch nur ein Staubkorn ins Getriebe kommt, klingt es anders. Und unser System schlägt Alarm.

Solche Lösungen entwickeln Unternehmen wie die MMS. Da arbeiten unsere Tüftler. Wir haben die MMS jetzt in die Telekom Deutschland eingebracht. Denn in der Telekom Deutschland betreuen wir die meisten Mittelstandskundinnen und -kunden. 60.000. Das Geschäft mit digitalen Lösungen kann für zusätzlichen Schub sorgen. Hier wollen wir zweistellig wachsen.

Das gilt auch für die T-Systems. Sie betreut Großkunden wie Mercedes. Auch sie entwickelt digitale Lösungen. Ganz besonders für die Automobilbranche, die Gesundheitsindustrie und die öffentliche Verwaltung.

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

Deutschland und Europa liegen bei der Digitalisierung zurück. Ob in der Cloud, bei Microchips oder bei Künstlicher Intelligenz: In fast allen Kategorien sind wir keine Weltmarktführer. Es ist nicht nachhaltig, wenn Deutschland von der Substanz lebt. Das Siegel „Made in Germany“ bröckelt.

Darum müssen wir es gemeinsam aufpolieren. Die Basis der Digitalisierung sind Netze. Wir bauen sie. Aber wir brauchen schnellere Genehmigungsverfahren. Wir brauchen die digitale Verwaltung. Ich hoffe, dass die Corona-Warn-App weiter genutzt wird. Sie ist auf rund 50 Millionen Geräten in Deutschland installiert. Sie könnte als Basis einer staatlichen Gesundheits-App dienen. Die Chance sollten wir nicht verpassen.

Und natürlich müssen die Unternehmen noch besser zusammenarbeiten. Die Telekom ist bereits im Umsetzungsmodus.

5. Nachhaltigkeit bedeutet: soziale Verantwortung übernehmen

Eigentlich heißt es: Tue Gutes und rede darüber. Ich halte mich einmal an ein altes Motto. Aus der Telefonzelle: Fasse dich kurz. Die Deutsche Telekom zeigt soziale Verantwortung auf vielen Ebenen.

- Mit uns gibt es 5G für jeden Geldbeutel. Dazu haben wir ein eigenes Handy entwickelt. Das T-Phone Pro kostet nur 269 Euro.
- Wir bilden aus. 2.000 junge Menschen in diesem Jahr in Deutschland.
- Wir helfen. Beim Erdbeben in der Türkei und Syrien. Oder beim Hurrikan Ian in Florida. Wir haben umgehend Telefonie und Datenverkehr kostenlos gestellt. Geflüchtete aus der Ukraine haben wir ebenfalls unterstützt. Mit kostenlosen Mobilfunkkarten.
- Wir kümmern uns um Benachteiligte. Die T-Mobile etwa hilft Schülerinnen und Schülern mit kostenlosen Datentarifen. Oder Endgeräten. Fünf Millionen Schülerinnen und Schüler profitieren bislang.

Was wir tun, ist wertegeleitet. Darum sind uns diese Beispiele viel wert. Krisenhilfe, spezielle Rabatte, Unterstützung von Benachteiligten ... Das alles summiert sich auf Leistungen im Gegenwert von 2,3 Milliarden Euro. 41 Millionen Menschen und Organisationen profitieren davon.

Zu sozialer Verantwortung zählen wir auch Vielfalt. Aber das ist kein Selbstzweck. Es geht um Performance. Leistung zählt. Darum sind Telekommerinnen und Telekommer keine Klone. Sondern sie sind eine bunte Mischung. Unterschiedlicher Menschen.

Kein anderer DAX-Vorstand ist so vielfältig wie der der Telekom. Der Rest der Telekom soll es auch werden. Aktuell liegt der Anteil der Frauen im oberen und mittleren Management bei 28,1 Prozent.

Zugleich werden wir internationaler. Rund zwölf Prozent unserer Managerinnen und Manager stammen nicht aus dem Land, in dem sie arbeiten.

Eine Frage beschäftigt uns darüber hinaus besonders. Die Telekom steht dafür, Menschen zu verbinden. Wir wollen ein freies, demokratisches und rechtsstaatliches Internet. Leider bringt das Netz manchmal das Schlechteste in Menschen hervor.

Aber wir können dem etwas entgegensetzen. Unseren Gemeinschaftssinn. Unsere Neugier. Und unsere Kreativität. Denn auch dafür ist das Internet ein Ort.

Die Künstliche Intelligenz stellt uns vor ganz neue Herausforderungen. Die Chancen sind riesig. Die Risiken sind es auch. Die Deutsche Telekom nutzt schon Künstliche Intelligenz. Wir werden das weiter ausbauen. Aber uns leitet immer ein Gedanke: Der Mensch steht im Mittelpunkt. Die Würde des Menschen ist unantastbar. Die digitale Würde ist es auch.

Das T steht dafür wie keine zweite Marke. Es ist die wertvollste europäische Marke der Welt.

Viele Telekommerinnen und Telekommer tragen Magenta mit Stolz. Aber was noch wichtiger ist: Sie leben unser T. Das, wofür es steht. Das bedeutet vor allem: da sein für die Kundinnen und Kunden. Liebe Kolleginnen und Kollegen: Danke für eure Arbeit 2022!

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

nur wirtschaftlich starke Unternehmen können verantwortlich handeln. Zu dieser Verantwortung zählt: Wir beteiligen Sie am Erfolg. Seit dem Börsengang 1996 haben wir 15 Euro Dividende je Aktie gezahlt. 66 Milliarden Euro insgesamt. So soll es weitergehen.

40 bis 60 Prozent des nachhaltigen Ergebnisses je Aktie wollen wir ausschütten. In diesem Jahr lag es bei 1,51 Euro pro Aktie. Ohne Einmaleffekte. Mit diesen Effekten lag es bei 1,83 Euro. Wir schlagen Ihnen eine Dividende von 70 Cent pro Aktie vor. Das sind 46 Prozent des nachhaltigen Ergebnisses.

Damit komme ich zu meiner letzten These:

6. Nachhaltigkeit bedeutet: bereit sein zur Veränderung

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

wenn ich hier zur Telefonzelle gehe, werde ich nostalgisch. Jeder verbindet damit ganz eigene Erinnerungen. Ich selbst habe stundenlang auf der Halterung der Telefonbücher gesessen. Habe geraucht. Und mit meiner damaligen Freundin telefoniert. Einmal ist die Halterung abgebrochen. Ich hoffe dieser Vandalismus ist verjährt.

In diesem Jahr haben wir die Telefonzellen abgeschaltet. Denn telefoniert hat da fast niemand mehr. Sie waren Stromfresser. Über sechs Millionen Kilowattstunden. Im Jahr!

Es ist uns nicht leichtgefallen, den Stecker zu ziehen. Die Telefonzellen sind ein Stück Geschichte. Aber es war vernünftig. Und nachhaltig. Schwelgen in Erinnerungen macht Spaß. Ist aber keine Strategie nach vorn. Und die Telekom ist der lebende Beweis: Früher war eben nicht alles besser.

Wir schauen in die Zukunft. Wir wollen aus Kundinnen und Kunden Fans machen, indem wir sie verbinden. Indem wir ihr Leben einfacher machen. Die Überschrift unserer Strategie dazu lautet: Digitalisierung.

- Das digitale Netz ist weniger Hardware. Aber viel Software. Computerprogramme. Es erkennt Fehler automatisch. Und behebt sie. Es erkennt neue Geräte. Komplizierte Einrichtung entfällt. Es erhält neue Funktionen auf Knopfdruck. Und wenn Unternehmen einen neuen Standort anbinden, passiert das innerhalb von Minuten. Anstelle von Wochen. Und zwar global. Denn auch Software ist global. Einmal entwickelt, setzen wir sie weltweit ein. Dadurch werden wir effizienter.
- Der digitale Kundenkontakt ist persönlicher. Weil wir die Kundinnen und Kunden besser kennen. Wir erstellen auf Basis von Daten individuelle Angebote. Wenn sie einverstanden sind. Dafür nutzen wir Künstliche Intelligenz. Und wenn die Kundinnen und Kunden wollen, erledigen sie viel selbst. Einfach per Knopfdruck und per Anwendung auf dem Handy.

Weil wir uns verändern, werden wir nachhaltig weiterwachsen.

Trotz Inflation. Trotz schwieriger Lieferketten. Trotz Fachkräftemangel. Trotz drohender Rezession trauen wir uns nochmal mehr zu. Das gilt sowohl für unsere Planungen bis 2024. Als auch für das laufende Geschäftsjahr.

- Unser Umsatz soll weiter steigen. Im Schnitt ein bis zwei Prozent pro Jahr.
- Beim bereinigten Ergebnis⁴ erwarten wir ein Plus von drei bis fünf Prozent. Pro Jahr. 40,8 Milliarden Euro für 2023.
- Bei den frei verfügbaren Mitteln haben wir beim Kapitalmarkttag für 2024 über 18 Milliarden Euro angekündigt. Für dieses Jahr rechnen wir mit einem Plus von rund 40 Prozent. Auf über 16 Milliarden Euro.
- Beim bereinigten Ergebnis je Aktie rechnen wir mit über 1,75 Euro je Aktie. Für 2024. In diesem Jahr peilen wir über 1,60 Euro an.

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

bei der Deutschen Telekom ist Nachhaltigkeit kein Modebegriff. Wir handeln seit Jahren danach. Manchen war das vielleicht zu bieder. Aber mit den Moden ist es so: Auf einmal ist man wieder angesagt. Siehe unsere T-Aktie.

Ich bin froh, dass sich die Telekom treu bleibt. Wir verbinden Menschen. Wir sind bodenständig und anständig. Und wir blicken zuversichtlich nach vorn. Wir kleben nicht an der Vergangenheit. Sondern wir gestalten die Zukunft. Mit neuen Technologien, die wir einsetzen. Mit neuen Fähigkeiten, die wir entwickeln. Mit neuen Formen der Arbeit, die wir erproben. Kurz: mit einem neugierigen Blick auf die Welt. In der wir gerne leben. Und gerne arbeiten.

Nachhaltigkeit heißt: nie von gestern sein. Sondern immer: für morgen.

⁴ Ber. EBITDA AL.

Vielen Dank! We won't stop.