– Es gilt das gesprochene Wort –

Bilanzpressekonferenz zum Geschäftsjahr 2025
26. Februar 2026

Rodrigo Diehl
Vorstandsmitglied
Deutsche Telekom AG

Danke, Tim, und willkommen von meiner Seite.

Zunächst werde ich einen Überblick darüber geben, wie wir unsere strategischen Ziele umgesetzt haben, bevor ich im Anschluss detaillierter auf die Finanzkennzahlen eingehe. Abschließend stelle ich meine strategischen Prioritäten für das Jahr 2026 vor.

Bei der Umsetzung unserer strategischen Ziele sind wir insgesamt deutlich vorangekommen.

2025 war ein wichtiges Jahr in Sachen Glasfaserausbau:

- Wir erreichen inzwischen 12,6 Millionen Haushalte und haben doppelt so viele Glasfaserkunden hinzugewonnen im Vergleich zu 2023.
- Mit Hilfe von KI haben wir erhebliche Effizienzsteigerungen beim Ausbau unseres Glasfasernetzes erzielt
- und unsere Glasfaserstrategie neu ausgerichtet. Mehr dazu später.

Im Rahmen unserer digitalen und KI-gestützten Transformation verzeichnen wir erste, sehr ermutigende Erfolge.

Hierzu einige ausgewählte Beispiele:

- Unser Kunden-Chatbot, nun vollständig LLM-basiert, erreicht eine Lösungsquote von 55 Prozent.
- 3,4 Millionen Kontakte bzw. Kundenanliegen werden heute per Chat oder Sprachbot gelöst.
- Bei unserer automatischen Anruferkennung werden bereits 40 Prozent der Vorgänge vollständig ohne manuellen Eingriff bearbeitet.
- Und wir haben eine KI-basierte automatische Anrufdokumentation für unsere Service-Mitarbeitenden eingerichtet.

Wir bleiben dabei unangefochten Marktführer:

- Wir haben alle Tests für Service Center, Shops und Mobilfunknetze gewonnen.
- Unser Kundenbonusprogramm Magenta Moments hat sich mit jetzt 5 Millionen aktiven Nutzern im Markt fest etabliert.
- Unsere Erstlösungsquote liegt jetzt bei 77 Prozent. Auch dies trägt selbstverständlich zu einer höheren Kundenzufriedenheit bei.
- Allein in den letzten zwei Jahren sind die Beschwerden um 50 Prozent zurückgegangen.
- Last but not least: Unsere Markenbekanntheit ist so hoch wie nie zuvor!

Und damit der Blick auf die Finanzzahlen.

Ich freue mich, heute sagen zu können, dass wir nach einem schwächeren dritten Quartal wieder auf Kurs sind. Die Umsätze in organischer Betrachtung stiegen im vierten Quartal um starke 2,8 Prozent.

Zwei Faktoren trugen mit etwa gleichem Anteil dazu bei:

- Erstens das Wachstum der Service-Umsätze, sowohl im Festnetz als auch im Mobilfunk. Diese wuchsen im Jahresvergleich um 1,5 Prozent.
- Und zweitens starke Umsätze mit unseren Glasfaser-Joint Ventures.

Das jährliche EBITDA-Wachstum von 2,5 Prozent lag nach einem ungewöhnlich schwachen dritten Quartal wieder auf einem normalen Niveau.

Wie bereits erwähnt, haben sich die Service-Umsätze in diesem Quartal nachhaltig verbessert. Insgesamt werden die Zahlen von schwächeren Breitband- und B2B-Festnetzumsätzen beeinflusst.

Im Mobilfunkbereich setzt sich das Wachstum der Vorjahre mit 2,5 Prozent gegenüber 2024 fort und bestätigt damit unsere seit Jahren anhaltend starke Performance.

Auf der nächsten Seite sehen Sie das beständige Wachstum unserer Mobilfunk-Kundenzahlen. Unsere Angebote finden weiterhin großen Anklang, sowohl im Geschäfts- als auch im Privatkundenbereich.

Unsere Führung bei der Netzqualität bleibt unangefochten und wir bauen sie mit unserem laufenden Netzwerkmodernisierungsprogramm weiter aus. Die steigende Datennachfrage haben wir erfolgreich mit gut durchdachten „Unlimited-Angeboten“ adressiert. Außerdem hilft uns das konstante Wachstum von Congstar.

Insgesamt bin ich deswegen zuversichtlich, dass wir die Prognose des Kapitalmarkttages aus 2024 erreichen: Angepeilt war ein Wachstum der Mobilfunk-Service-Umsätze von 2 bis 2,5 Prozent im Zeitraum 2023 bis 2027. In den ersten beiden Jahren hatten wir bereits ein Wachstum am oberen Ende dieses Bereichs erzielt, sodass wir im anvisierten Korridor landen sollten.

Beim Blick auf den Festnetzbereich freuen wir uns, dass sich unsere Breitband-Neukundenzahl im letzten Quartal stabilisiert hat. Diese Stabilisierung ist das Ergebnis mehrerer Maßnahmen, darunter die stetige Beschleunigung des Ausbaus.

Bevor ich detaillierter zum Bereich Glasfaser komme, lassen Sie uns auf die Entwicklung im TV-Bereich schauen: Im Jahr 2025 haben wir mehr als 100.000 neue TV-Kunden gewonnen. Und das nach bereits starken 300.000 Neukunden im Jahr 2024. Zur Einordnung: Damals haben der Wegfall des Nebenkostenprivilegs und die Fußball-EM für ordentlich Rückenwind gesorgt.

Nun zu Glasfaser: Im letzten Quartal haben wir 164.000 Glasfaserkunden gewonnen, unser bestes Quartal aller Zeiten. Unsere Netzauslastung ist im Jahresvergleich um 11 Prozent gestiegen und liegt bei 16,4 Prozent. Glasfaser bleibt ein wichtiger Schwerpunkt, wie auf der folgenden Seite deutlich wird.

Wie angekündigt, können nun 2,5 Millionen zusätzliche Haushalte einen Glasfaseranschluss bei uns buchen. Wir bleiben damit gut auf Kurs für unser erklärtes Ziel für 2027, etwa 17,5 Millionen Häuser zu erreichen. Die Zahl der Glasfaserkunden ist dabei um fast 600.000 gestiegen. So sind wir auf dem besten Weg, unser Ziel von einer Million neuen Glasfaserkunden im Jahr 2027 zu erreichen.

Wie bereits kommuniziert, werden wir unsere Glasfaserinvestitionen weiter erhöhen, finanziert durch Effizienzsteigerungen, Budgetverschiebungen und Steuererleichterungen auf Bundesebene. Insgesamt entspricht das in Summe 800 Millionen Euro mehr für die Jahre 2026 bis 2028 – also ein klares Bekenntnis zum Glasfaserausbau, denn wir investieren weiterhin mehr als jedes andere Unternehmen in Deutschland.

Wir konzentrieren uns außerdem stärker auf Einfamilienhäuser und weniger dicht besiedelte Gebiete. Bei den Mehrfamilienhäusern werden wir unseren Fokus auf homes connected lenken: Das heißt, wir streben in Mehrfamilienhäusern den Vollausbau mit Glas an. Zusätzlich zu diesen Infrastrukturmaßnahmen verbessern wir auch unsere internen Prozesse – und sehen bereits heute ermutigende Ergebnisse.
Zum Schluss ein Blick auf die Festnetzumsätze.

Während sich unsere Breitband-Neukunden im letzten Quartal verbessert haben, bleibt der Umsatz durch die Volumenverluste belastet.

Das Wachstum des Breitbandumsatzes verlangsamte sich so im letzten Quartal auf 1,6 Prozent. Dies ist auf die Volumenrückgänge zurückzuführen, während die ARPA-Entwicklung – insbesondere im B2C-Bereich – weiterhin positiv bleibt. Hier hat sich der ARPA im Jahresvergleich um 3 bis 4 Prozent erhöht.

Insgesamt halten wir an unseren CMD-Zielen eines Wachstums von 3 bis 4 Prozent fest – auch wenn dies aus heutiger Sicht anspruchsvoll bleibt.

Die Wholesale-Umsätze verbesserten sich sequenziell. Hier gleicht das ARPA-Momentum die anhaltenden Volumenverluste aus. Insgesamt erwarten wir im Prognosezeitraum 2023 bis 2027 stabile Wholesale-Umsätze.

Bevor wir uns mit der Prognose befassen, ein Blick auf unsere Prioritäten für das kommende Jahr.

Beim Glasfaserausbau sind wir branchenführend und werden es auch bleiben. Der klare Fokus liegt darauf, das Wachstum unserer Glasfaserkunden weiter zu beschleunigen, um unser Ziel von einer Million neuen Kunden im Jahr 2027 zu erreichen. Dies wird sich positiv auswirken – beim Volumen und beim Wert.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der konsequenten Weiterentwicklung unserer digitalen und KI-gestützten Transformation. Ich bin davon überzeugt, dass das Potenzial für Effizienzsteigerungen größer ist als bisher angenommen.

Wir bauen unsere Führungsposition im Mobilfunk beispielsweise durch unser Netzmodernisierungsprogramm konsequent weiter aus. Diese Stärke übersetzen wir mit unserer Kampagne „Bestes Netz“ in eine noch stärkere Markenführerschaft.

Eine weitere Priorität ist die Weiterentwicklung unserer Magenta App hin zu dem zentralen Betriebssystem für Kundeninteraktionen, ähnlich wie Sie es von

T-Mobile US kennen. Im Rahmen dessen streben wir an, dass 70 Prozent der Mobilfunkvertragsverlängerungen und Plus-Karten über die App abgewickelt werden.

Im B2B-Bereich wollen wir unsere Differenzierung durch sichere Netzwerke sowie marktführende Cloud- und KI-Angebote weiter stärken.

Kommen wir zu unserer Prognose:

Auf der Seite der Service-Umsätze liegen wir derzeit unter unserem ehrgeizigen CMD-Ziel. Dabei liegt Mobilfunk im anvisierten Korridor, die Festnetzumsätze sind schwächer.

Die Umsätze im Festnetzbereich sind schwächer als erwartet und auf den Verlust von Breitbandkunden im Jahr 2025 sowie auf eine ebenfalls unter den Erwartungen liegende Performance im B2B-Bereich zurückzuführen.

In diesem Jahr erwarten wir ein ähnliches Wachstum bei den Service-Umsätzen wie im Jahr 2025.

Auf der EBITDA-Seite erwarten wir 2026 eine Verbesserung und eine Rückkehr zu einem normaleren Anstieg im Jahresvergleich – gestützt durch den Wegfall des im Jahr 2025 wirksamen Basiseffekts, insbesondere im Zusammenhang mit der Energie- und Lohnkostenseite, sowie durch die von mir erläuterten KI-gestützten Einsparungen.

Wir halten so weiterhin an unserem CMD-Ziel einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate (CAGR) des EBITDA AL von 2,5 bis 3,0 Prozent fest. Aufgrund des schwächeren Wachstums im Jahr 2026 erwarten wir jedoch, am unteren Ende dieser Spanne zu liegen.

Damit übergebe ich an Dominique, die Sie durch unser Europa-Segment führen wird.