Pressekonferenz zu den Quartalszahlen Q2 2025
7. August 2025

– Es gilt das gesprochene Wort –

Timotheus Höttges
Vorstandsvorsitzender
Deutsche Telekom AG

Das erste Halbjahr ist für die Telekom insgesamt positiv verlaufen. Wo andere schrumpfen, wachsen wir – bei den Kunden und bei den wichtigsten Finanzkennzahlen vielfach stärker als der Markt.

Ausschlaggebend dafür sind folgende Faktoren:

- Die hohe Netzqualität, unser prämierter Service, neue Geschäftsfelder, in denen wir wachsen, und die Nutzung von KI. Wir wollen uns von unseren Wettbewerbern differenzieren, statt uns in Preisschlachten mit ihnen zu verkämpfen.
- Dies gelingt: Unsere Kundenzahlen entwickeln sich weiterhin erfolgreich. Beispielhaft nur einmal zwei Zahlen:
    - T-Mobile US hat in den Monaten April und Mai so viele neue Vertragskunden hinzugewonnen wie in keinem zweiten Quartal der Unternehmensgeschichte. Konsequenz: Bei den Mobilfunk-Vertragskunden hat das Team den Mittelwert der Erwartung für das Gesamtjahr um 500.000 Neukunden angehoben.
    - Wir wachsen im Glasfasergeschäft in Deutschland – und wir wachsen dynamisch. In den ersten sechs Monaten 2025 haben wir rund 30 Prozent mehr Neukunden gewonnen als in der Vergleichszeit 2024.
- Beim Ergebnis wachsen wir kontinuierlich in allen Märkten. Für den Gesamtkonzern sehen wir ein organisches Plus von 5,2 Prozent beim bereinigten EBITDA AL.

- Gleiches gilt für die Service-Umsätze, die für uns von zentraler Bedeutung sind. Wir konnten sie organisch um 3,7 Prozent steigern.
- Auch beim Free Cashflow AL sehen wir Wachstum. Hier konnten wir um insgesamt 18 Prozent zulegen.
- Und nicht zuletzt erzielen wir gut 6 Prozent Wachstum beim bereinigten Ergebnis je Aktie.

Die Telekom steht strategisch und finanziell gut da. Inmitten konjunktureller Unsicherheiten, wettbewerbspolitischer Herausforderungen und immer wiederkehrender Handelsstreitigkeiten hat die Deutsche Telekom ihren klaren Kurs gehalten. Die handelspolitischen Konflikte zwischen den USA und Europa belasten uns nicht. Wir produzieren immer regional. Darauf werden keine Zölle erhoben. Weder in den USA noch in Europa. In Zeiten, in denen unsere deutsche Exportindustrie große Herausforderungen zu meistern hat, ist unser Geschäft resilient, stabil und zukunftssicher. Unsere Strategie arbeitet. Unser Schwungrad dreht sich immer weiter. Wir sind Taktgeber der Branche.

Unsere Ziele für 2025 haben wir weiter klar im Blick. Ebenso sind wir auf Kurs bei unseren mittelfristigen Zielen, die wir beim Kapitalmarkttag im vergangenen Jahr vorgestellt haben.

Wir heben heute unsere Prognose für das Geschäftsjahr 2025 an. Dabei geben wir die jüngste Prognoseerhöhung von T-Mobile US weiter. Und wir bestätigen gleichzeitig unsere Erwartungen für das Geschäft der Deutschen Telekom außerhalb der USA. Alle Segmente bringen hier ihre Leistung ein.

Besonders erfreuliche Entwicklungen können wir im M&A-Bereich bei den Unternehmenstransaktionen verzeichnen.

In den USA haben wir die Übernahmen von Metronet – zusammen mit dem Finanzinvestor KKR – und UScellular erfolgreich abgeschlossen. Diese Transaktionen folgen auf das Gemeinschaftsunternehmen zur Übernahme von Lumos im Glasfaserbereich sowie auf die beiden Akquisitionen im digitalen Werbegeschäft, Vistar und Blis, in den USA. Wir blicken zuversichtlich auf das

zusätzliche Wachstum, das aus diesen Transaktionen entstehen wird. Insbesondere, weil wir mit Lumos und Metronet unsere Position im Glasfaserbereich perspektivisch deutlich stärken werden.

Darüber hinaus haben wir Teile unseres 3,45-Gigahertz-Spektrums für zwei Milliarden US-Dollar verkauft und den Verkauf unseres 800-Megahertz-Spektrums vereinbart – im Austausch gegen eine Bar-zahlung und ein wertvolles 600-Megahertz-Spektrum. All dies ist umso wertvoller, da wir weiterhin die Mehrheit an T-Mobile US halten. Mitte Juli lag unser Anteil an T-Mobile US wieder bei 52,1 Prozent. Wie bereits gesagt: Unser Wachstumsmotor läuft rund. Dazu trägt T-Mobile US entscheidend bei.

Erfreulich – auch wenn es sich nur um ein vergleichsweise kleines Asset handelt: In Europa haben wir die Genehmigung für den Verkauf unseres rumänischen Mobilfunkgeschäfts erhalten – eine Win-win-Transaktion. Sie sorgt für die dringend benötigte Konsolidierung des rumänischen Marktes. Es ist für alle Marktteilnehmer besser und für uns konsequent, dass wir uns aus einem Markt zurückziehen, wenn mit dem Geschäftsmodell dort für uns kein Geld zu verdienen ist.

Ein wesentlicher Bestandteil unserer Wachstumsstrategie sind Investitionen in die Netze der Zukunft. Weil wir dadurch die technische Basis schaffen, um die Wünsche unserer Kunden auch in den folgenden Dekaden zu erfüllen. Wir können dies auch dank unseres stetigen Cashflows aus den USA. Bislang haben wir über die vergangenen zehn Jahre allein in Deutschland rund 55 Milliarden Euro investiert. Zu einem großen Teil in unsere Infrastruktur im Festnetz und Mobilfunk. Und wir investieren auch immer stärker in neue Wachstumsfelder wie APIs, Künstliche Intelligenz oder die Telekom-Cloud.

Im Festnetz haben wir in Europa in den vergangenen zwölf Monaten 3,4 Millionen zusätzliche Haushalte mit FTTH erreicht – inzwischen fast 22 Millionen. Davon rund 11 Millionen in unserem Heimatmarkt Deutschland. Das sind rund 2,3 Millionen Haushalte mehr als noch vor einem Jahr. Wir bauen mehr aus als alle Wettbewerber zusammen und erweitern damit unsere marktführende Stellung weiterhin! In den

USA haben wir T-Fiber gestartet, unterstützt durch unsere beiden neuen Glasfaser Joint Ventures Lumos und Metronet.

Erlauben Sie mir an dieser Stelle einen kurzen Einwurf zu aktuellen Debatten aus der Politik. Hier verspüren wir eine positive Dynamik, die wir gerne unterstützen. Positiv ist aus Sicht der Telekom die Feststellung der Bundesnetzagentur in der Debatte zum strategischen Überbau. Diesen hat es nie gegeben. Punkt. Jetzt sollten wir uns auf die wichtigen Themen des Glasfaserausbaus konzentrieren. Das sind schnellere Genehmigungsverfahren und der Glasfaserausbau in den Wohnungen.

Und genau hier drückt der Schuh. Ganz konkret beim Verlegen der Glasfaser bis in die Wohnungen in Mehrfamilienhäusern. Hier will die Politik jetzt Regelungen für einen schnelleren und unbürokratischeren Ausbau finden. Gut so! Das finden nicht nur wir, sondern u. a. auch der BUGLAS. Ich sehe es als Aufgabe der Branche an, für mehr Akzeptanz in Sachen „Glasfaser“ zu sorgen. Hier sollten alle Akteure ansetzen, anstatt sich in kleinteiligen Diskussionen über die Netzebene 4 zu verlieren – vielleicht auch die Medien.

In dem Zusammenhang muss man sich allerdings auch die Frage stellen, warum die Investitionsbereitschaft in Deutschland im Glasfasermarkt, mit Ausnahme der Telekom, so gering ist. Ein Thema, das mir Sorgen macht! So geht der VATM davon aus, dass im Jahr 2025 die Zahl der Haushalte, die seine Mitglieder mit FTTH versorgen können, nur um rund 1,2 Millionen steigt. Für das vergangene Jahr hatte der VATM für seine Mitglieder hier noch rund 2 Millionen Haushalte genannt. Sie sehen: Die hohe Wettbewerbsintensität in Deutschland hinterlässt Spuren – das zeigen auch die Geschäftszahlen unserer Hauptwettbewerber. Alle Wettbewerber sind derzeit unter Druck. Kaum jemand verdient seine Kapitalkosten. Die Erwartung an die Industrie ist, viel Geld zu investieren – und das bei Refinanzierungszeiträumen von 20 bis 30 Jahren. Die Rahmenbedingungen, das eingesetzte Geld zurückzuverdienen, sind nicht gut: Der Markt verliert an Wertschöpfung, der Profitpool wird immer geringer – das zeigen die Zahlen. Insofern – und das mag jetzt überraschend klingen – verschafft mir die Situation unserer Wettbewerber keine Genugtuung. Was kann man dagegen tun? Wir müssen auf Wert gehen. Wir müssen die Kaufbereitschaft erhöhen und wir müssen runter mit den Ausbaukosten. Die

Politik kann hier unterstützen, denn sie bestimmt letztlich die Rahmenbedingungen, aber auch wir müssen unsere Hausaufgaben machen.

Denn wir bauen nicht zum Selbstzweck, sondern um die Wettbewerbsfähigkeit des Standortes Deutschland auch für künftige Generationen zu sichern. Deshalb unterstützen wir auch die Initiative „Made for Germany“ der deutschen Wirtschaft. „Made for Germany“ ist genau das richtige Signal: Wir brauchen gerade jetzt den Schulterschluss mit anderen großen Unternehmen und der Politik. Durch Investitionen und ständigen Dialog zwischen Wirtschaft und Politik wollen wir, zusammen mit den beteiligten Unternehmen, einen entscheidenden Beitrag für die Wettbewerbsfähigkeit des Standorts Deutschland leisten. Diesen Geist des Fortschritts und des Zusammenhalts gilt es jetzt in konkrete Maßnahmen zu überführen. Das gilt auch für die Telekommunikationsindustrie. Die Telekom ist dazu bereit. Und das wünsche ich mir auch von allen anderen Spielern unserer Industrie in Deutschland. Allerdings muss man ihnen und uns die Chance dafür geben und Spielräume für Investitionen aufmachen. Ich freue mich nicht, wenn unsere Wettbewerber schrumpfen.

Kommen wir zum Mobilfunk. Auch hier ist unsere Infrastruktur führend: In Deutschland wurde unser Mobilfunknetz von connect und Umlaut als bestes Netz eines großen europäischen Landes ausgezeichnet. Und wir machen weiter: Die Telekom baut ein Ultra-Kapazitätsnetz. Damit wird sich die Kapazität in unserem Netz verdoppeln. 85 Prozent der Standorte bieten künftig eine Download-Kapazität von 10 Gigabit pro Sekunde pro Zelle. Das gelingt uns durch mehr Frequenzen und deren intelligente Bündelung, durch eine schnellere Anbindung der Standorte mit Glasfaser und den Einsatz effizienterer Technik.

In den USA bestätigte Ookla erneut T-Mobile das beste Netz des Landes. Zudem hat T-Mobile vor zwei Wochen nach erfolgreicher Beta-Phase T-Satellite gestartet. Hier schauen wir gespannt darauf, was die Zukunft bringt.

Beim Thema Digitalisierung und Künstliche Intelligenz sehen wir große Fortschritte. Auch hier folgen wir unserer Strategie: Wie bereits im vergangenen Jahr

angekündigt, treiben wir unsere digitale Transformation mithilfe von KI massiv voran. Einige Beispiele:

- Über 30 Prozent unserer deutschen Belegschaft nutzen bereits unser KI-gestütztes Mitarbeiter-Tool „Ask T“.
- KI generiert inzwischen rund 10 Prozent unserer Software-Codes.
- Mit unseren Agentic Networks, also kollaborativen KI-Systemen in unseren Netzen, verhindern wir Fehler im laufenden Betrieb und sichern so rund um die Uhr die Stabilität der Verbindungen.
- Der Chat und Voice-Service „Frag Magenta“ hat im ersten Halbjahr 1,6 Millionen Anfragen von Kunden automatisch erledigt – das entspricht rund 133.000 Callcenter-Stunden. Diese freien Kapazitäten nutzen unsere Leute jetzt für komplexere Kundenanliegen.

Die Deutsche Telekom wird außerhalb der USA bis 2027 etwa 800 Millionen Euro durch Künstliche Intelligenz und gezielte Nutzung von Daten sparen. Wir sind dabei genau im Zeitplan.

Zusätzlich wachsen wir immer weiter mit unserem Treueprogramm „Magenta Moments“. Loyal ist bei der Telekom eben nicht egal! 4,8 Millionen Kundinnen und Kunden nutzen bereits „Magenta Moments“.

Doch die Telekom ist längst mehr als nur Konnektivität. Wir erschließen konsequent neue Wachstumsfelder. Der Launch unseres KI-Smartphones für Europa steht kurz bevor. Und gemeinsam mit NVIDIA planen wir den Aufbau einer „Industrial AI Cloud“ für Europa. Diese wird 2026 für unsere Geschäftskunden bereitstehen. Damit gehen wir schon einmal voraus. Wir bieten unseren Kunden einen Schnellweg zu KI – noch bevor die AI Gigafactories für Europa gebaut sind. Ein weiteres Beispiel ist das digitale Werbegeschäft – Stichwort „Adtech“: Vistar und Blis hatte ich schon erwähnt, in Europa haben wir dafür Utiq gegründet. All dies fordert von uns gigantische Investitionsanstrengungen.

Unsere Investitionen und Transformationen haben alle etwas gemeinsam: Wir wollen damit das Kundenerlebnis noch weiter verbessern. Und das kommt an. Die

Menschen kommen zu uns, entscheiden sich für die Telekom. Im Mobilfunk haben wir in den USA das beste erste Halbjahr aller Zeiten bei den Kundenzuwächsen hingelegt. Mehr als 3 Millionen Vertragskunden haben sich für T-Mobile entschieden. Außerhalb der USA war der Kundenzuwachs solide. In Deutschland und Europa haben wir mehr als 790.000 Vertragskunden von unseren Mobilfunktarifen überzeugt.

Im Festnetz wuchs die Zahl unserer Breitbandkunden außerhalb der USA leicht. In Europa lagen wir im ersten Halbjahr europaweit bei rund 105.000 Neukunden. Was mich positiv stimmt: Bei den FTTH-Kunden steigern wir uns weiter. Im ersten Halbjahr haben wir in Deutschland mehr als 260.000 Neukunden auf unserem Highspeed-Glasfasernetz hinzugewonnen.

Unser Ziel ist es, bis 2027 unsere jährliche Ausbauquote auf eine Million Anschlüsse zu verdoppeln. Vor diesem Hintergrund begrüßen wir die Vorschläge des neuen Digitalministeriums, den Glasfaserausbau zu beschleunigen, bürokratische Hürden abzubauen und Hausanschlüsse zu erleichtern.

Die aktuelle Performance im klassischen Breitbandgeschäft in Deutschland bleibt dagegen für alle herausfordernd. Hier wollen wir besser werden: Wir investieren verstärkt in den Bereichen regionale und kommerzielle Segmentierung, forcieren den Ausbau im Mehrfamilienhaussegment (MDU) und setzen gezielte Kundenbindungsmaßnahmen ein – insbesondere in Gebieten mit parallelen Netzinfrastrukturen. In der vergangenen Woche haben wir zudem ein hybrides Breitbandprodukt eingeführt, das Geschwindigkeiten von bis zu 500 MBit/s im Haushalt stabil bieten kann.

Der TV-Kundenzuwachs verlangsamte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum durch den positiven Sondereffekt der Fußball-Europameisterschaft im Jahr 2024. Insgesamt haben wir in Deutschland und Europa rund 74.000 Neukunden im TV-Bereich verzeichnet. Dazu kommen rund 80.000 neue OTT-Kunden in Deutschland. OTT steht für Over the Top. Das sind Kunden, die, unabhängig von ihrem Internetanbieter, bei uns TV schauen wollen.

Sehr erfreulich läuft es bei T-Systems. Insbesondere bei Order Entry und beim Ergebnis wächst unser Systemgeschäft stark. Wir haben unsere Hausaufgaben gemacht: geringe Ausfallzeiten, neues Marktpotenzial in den Bereichen „Gesundheit“ und „Verteidigung“ erschlossen und uns in Sachen „Software-Kompetenz“ deutlich verbessert. So können wir unsere Kunden besser bei der Digitalisierung und der Nutzung von KI unterstützen. Das ist die Differenzierung, von der ich eingangs sprach und die wir für alle Geschäftsfelder anstreben.

Wie erwähnt, hat die T-Mobile US ihre Prognosen für Kunden- und Finanzwachstum angehoben. Diese geben wir heute in unserer Konzernprognose weiter.

Wir erwarten nun für das Gesamtjahr 2025 ein EBITDA AL von über 45 Milliarden Euro sowie einen Free Cashflow AL von über 20 Milliarden Euro. Die übrigen Ziele bleiben unverändert.