

Telefónica Deutschland  
...

# Telefónica Deutschland Holding AG

Berichtsjahr 2021





# Magazin

# Investor Relations

# Finanzkalender und Kontakt



2022



## 23. Februar

Q4 2021 – Vorläufige Zahlen

## 02. März

Geschäftsbericht 2021

## 11. Mai

Q1 2022 – Quartalsmitteilung

## 19. Mai

Ordentliche Hauptversammlung

## 27. Juli

Q2 2022 – Vorläufige Zahlen

## 11. August

Halbjahresbericht 2022

## 03. November

Q3 2022 – Quartalsmitteilung

## Telefónica Deutschland Holding AG Investor Relations

### Telefon

+49 89 2442 1010

### E-Mail

Institutionelle Anleger:

[ir-deutschland@telefonica.com](mailto:ir-deutschland@telefonica.com)

Privataktionäre:

[shareholder-deutschland@telefonica.com](mailto:shareholder-deutschland@telefonica.com)

### Webseite

[www.telefonica.de/investor-relations](http://www.telefonica.de/investor-relations)

(Änderungen vorbehalten)

# Vorwort des Vorstands

## Liebe Aktionär:innen, sehr geehrte Damen und Herren,

im Mobilfunk, im Festnetz und bei unseren Partnerschaften haben wir auch im zweiten Jahr unseres Programms „Investment for Growth“ wichtige Meilensteine erreicht und unsere Strategie konsequent und erfolgreich umgesetzt. Finanziell können wir auf eines der erfolgreichsten Geschäftsjahre zurückblicken. Der beschleunigte Ausbau unseres Netzes, unser weiterhin exzellenter Service und die Erweiterung unserer Angebote zahlen sich aus. Das beweist die geschäftliche Entwicklung im Geschäftsjahr 2021 eindrucksvoll. Unser Netz wird immer besser und unser Preis-Leistungs-Verhältnis ist auch 2021 vielfach von unabhängiger Seite ausgezeichnet worden. Unsere Kund:innen vertrauen uns und wir gewinnen Marktanteile.

Der Umsatz legte im Vergleich zum Vorjahr um 3,1% auf 7,765 Mrd. Euro zu. Das OIBDA, bereinigt um Sondereffekte, kletterte um 3,9% auf 2,411 Mrd. Euro. Damit haben wir unsere Prognosen für das Geschäftsjahr im zweiten Pandemie-Jahr erfüllt. Das beinhaltet die im Jahresverlauf gleich zweimal angehobene Prognose für das OIBDA. Grundlage dafür ist unser Mobilfunknetz, das wir 2021 mit Hochdruck weiter ausgebaut haben. Wir versorgen inzwischen mehr als 99% der deutschen Bevölkerung mit unserem schnellen 4G-Netz. Den Ausbau der 5G-Technologie treiben wir im Rekordtempo voran. Hier haben wir nach dem Start im Oktober 2020 im ersten vollen Jahr des Ausbaus unser ambitioniertes Ziel erreicht und deckten zum Ende des Jahres 2021 rund 30% der deutschen Bevölkerung mit unserem 5G-Netz ab. Damit stärken wir die Basis für unsere künftige Geschäftsentwicklung. Die erneute „sehr gut“-Bewertung für unser Mobilfunknetz durch die Fachzeitschrift „connect“<sup>1</sup> ist eine Bestätigung unserer Netzstrategie. Zugleich finden auch die Investitionen in die Digitalisierung unseres Services Anerkennung. Mit mobilen Apps und dem Einsatz modernster Technologien wie künstlicher Intelligenz haben wir das Kundenerlebnis deutlich verbessern können. Zahlreiche Tests haben dies bestätigt.

Besonders unsere Kernmarke O<sub>2</sub> hat sich im vergangenen Jahr sehr erfreulich entwickelt. Bei der Kundenzufriedenheit erzielt die Marke Höchstwerte. Die Weiterempfehlungsrate (auch als Net Promoter Score bezeichnet) verbesserte sich weiter. Zugleich lag die Kündigungsrate so niedrig wie noch nie in unserer Geschichte. Im Ergebnis haben wir 2021 einen im Vergleich

zum Wettbewerb außerordentlich guten Kundenzuwachs ausgewiesen. Allein im Mobilfunk kamen im Jahr 2021 mehr als 1,5 Millionen zusätzliche Kund:innen im Vertragskundensegment hinzu. Immer mehr Kund:innen nutzen dabei mehr als ein Produkt unseres Unternehmens wie Mobilfunk und schnelles Internet zu Hause. Auf diese Stärken bauen wir auch künftig. O<sub>2</sub> can do! So lautet weiterhin unser Versprechen an die Kund:innen unserer Kernmarke.

Das Partnergeschäft entwickelte sich im Geschäftsjahr 2021 weiterhin gut. Wir haben unser Portfolio weiter optimiert. Das Partnergeschäft lieferte 2021 erneut signifikante Umsatz- und Ergebnisbeiträge. Kein anderer Netzbetreiber in Deutschland hat mit Partnern wie etwa ALDI TALK (Medion Mobile), Tchibo MOBIL, AY YILDIZ und Ortel Mobile so viele erfolgreiche Wholesale-Kooperationen und -Partnerschaften wie Telefónica Deutschland. Mit Lebara verzeichnen wir einen prominenten Neuzugang in unseren Wholesale-Partnerschaften. Um ihr Wachstumspotenzial auszuschöpfen, wird Lebara ab dem Jahr 2022 das Mobilfunkgeschäft über die Netzinfrastruktur von Telefónica Deutschland realisieren.

Unsere Zusammenarbeit mit 1&1 haben wir mit der Einigung über ein National-Roaming-Abkommen auf eine neue Basis gestellt. Das gibt uns langfristige Planungssicherheit und sichert uns zusätzlich zur effizienteren Netznutzung im ländlichen Raum weiterhin Erträge im dreistelligen Millionenbereich. Im Geschäftskundensegment konnten wir im vergangenen Jahr deutliche Zuwächse verzeichnen und einige große Kund:innen gewinnen bzw. die Beziehung zu ihnen deutlich ausweiten. Mit unserem ausgezeichneten Netz und hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis bieten wir für Privat- und Geschäftskund:innen ein attraktives Gesamtpaket. Mit Innovationen und neuen Technologien erschließen wir uns zudem neue Märkte. So statten wir die Helios-Kliniken ebenso wie die Hamburger Dataport mit privaten 5G-Netzen aus. Mit unserem Partner Lanthan Safe Sky sorgen wir mit einer innovativen IoT-Lösung für smarte Signalbeleuchtung bei Windkraftanlagen. Mit einer neuen IT-Plattform für unseren B2B-Bereich und der erweiterten Partnerschaft mit der international tätigen Telefónica Tech haben wir zudem die Grundlage geschaffen, um bei Geschäftskund:innen weiter Marktanteile zu gewinnen und neue Märkte erfolgreich zu erschließen.

Bei Telefónica Deutschland nutzen wir digitale Innovationen, um unsere Prozesse zu verbessern und unseren Mitarbeiter:innen das bestmögliche Arbeitsumfeld zu bieten. Für die Gestaltung



Der Vorstand (v. l. n. r., oben): Markus Rolle (Chief Financial Officer), Wolfgang Metzke (Chief Consumer Officer), Nicole Gerhardt (Chief Human Resources Officer), Alfons Lösing (Chief Partner and Wholesale Officer); (v. l. n. r., unten): Valentina Daiber (Chief Officer for Legal and Corporate Affairs), Markus Haas (Chief Executive Officer, Vorstandsvorsitzender Telefónica Deutschland Holding AG), Mallik Rao (Chief Technology and Information Officer)

unseres „New Normal“ haben wir nur wenige Monate nach Ausbruch der Pandemie bereits im Sommer 2020 mit den „5 Bold Moves“ die Leitplanken für unsere Arbeitsweisen der Zukunft definiert. Diesen Ansatz haben wir im Geschäftsjahr 2021 erfolgreich vertieft. Die Arbeitswelt hat in Folge der Pandemie bereits eine weitreichende Transformation durchlaufen und wird sich weiter wandeln. Digitalisierung und Demographie sind zwei große Treiber dieser Entwicklung. Mit diesen weitreichenden Veränderungen werden wir als Unternehmen verantwortungsvoll umgehen. So haben wir beispielsweise eine digitale Grundausbildung für unsere rund 7.400 Mitarbeiter:innen gestartet. Wir nutzen Technologien wie Künstliche Intelligenz beispielsweise für die Entwicklung, Stellenbesetzung, Job Rotation und das Kompetenzmanagement. Über unser Analytical Insights Center (AIC) geben wir allen Mitarbeiter:innen datenschutzkonformen Zugang zum Datenschatz des Unternehmens.

Mit einem unternehmensweiten Transformationsprogramm errichten wir unsere IT-Architektur der Zukunft. Das unterstützt uns bei dem Ziel, ein noch stärker datengetriebenes Unternehmen zu werden. Damit fördern wir unsere Geschäftsmodelle, bieten unseren Kund:innen das beste Serviceerlebnis und agieren schnell und flexibel im Markt. In der Implementierung setzen wir auf neue Technologien, agile Prozesse und modernste IT-Anwendungen. Im Fokus stehen dabei vor allem drei Themen: die Verschlinkung unserer IT-Plattformen hin zu zwei zentralen Plattformen für unser Privatkunden- und Partnergeschäft sowie für unser Geschäftskundensegment, die Migration und der Aufbau von IT-Anwendungen in der Cloud sowie die Nutzung neuer IT-Systeme. Als Resultat dieser neuen Struktur können wir unsere Time-to-Market reduzieren, das Kundenerlebnis mit stabileren Systemen verbessern und Kosten optimieren.

Für den geschäftlichen Erfolg der Zukunft setzen wir uns auch mit Nachdruck für die richtigen regulatorischen und gesetzlichen Rahmenbedingungen ein. Fehlende langfristige Planungssicherheit führt unmittelbar zu einer geringeren Investitionsbereitschaft aller Marktbeteiligten. Darum sollte die künftige Vergabe des verfügbaren Frequenzspektrums die Chancen des modernisierten Telekommunikationsgesetzes nutzen und alternative Verfahren anstatt investitionshemmender Versteigerungen einsetzen. Die bisherige gesetzliche Vorfestlegung auf Auktionen wurde richtigerweise abgeschafft. Denn eines ist klar: Die Mobilfunknetze sind die Grundlage für eine erfolgreiche Digitalisierung von Wirtschaft und Gesellschaft in Deutschland.

Wir als Telefónica Deutschland werden unseren Beitrag für die Digitalisierung leisten, unser Netz in 2022 weiter ausbauen und sowohl in unseren Service als auch in die Erweiterung unserer Angebote investieren. Dabei verfolgen wir weiterhin eine konservative Finanzpolitik und setzen auf eine starke Bilanz mit niedriger Verschuldung und komfortabler Liquidität. Insgesamt beliefen sich unsere Liquiditätsreserven zum 31. Dezember 2021 auf rund 1,020 Mrd. Euro. Das beinhaltet einen positiven Effekt von rund 519 Mio. Euro aus der im Jahr 2021 fälligen zweiten Tranche des Verkaufs der passiven Infrastruktur unserer Antennen-Standorte an Telxius. Unsere starke Bilanz und die niedrige Verschuldung finden auch extern Anerkennung. So hat die Ratingagentur Fitch unser Investment-Grade-Rating BBB mit stabilem Ausblick bestätigt.

Wir haben uns zu einer attraktiven Aktionärsvergütung verpflichtet. Angesichts der guten operativen, finanziellen und strategischen Entwicklung haben wir die Absicht, der Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2021 eine Dividende von 0,18 Euro vorzuschlagen. Bei alledem haben wir unser übergeordnetes Ziel fest im Blick: Wir demokratisieren den Zugang zu einer nachhaltigen digitalen Zukunft, um einen besseren Alltag für alle zu schaffen. Das ist der Purpose unseres Unternehmens. Dafür stehen wir als Vorstand. Dafür stehen unsere Mitarbeiter:innen. Dafür steht Telefónica Deutschland. Wir haben als eines der ersten deutschen Telekommunikationsunternehmen Nachhaltigkeit als Kernbestandteil unserer Strategie definiert. Bereits seit 2005 treiben wir die Umsetzung von Zielen bei Umwelt & Klima, Sozialem und guter Unternehmensführung – also ESG – massiv voran. Nachhaltigkeit war immer Teil unserer DNA und wird es bleiben. Im Frühjahr 2021 haben wir mit dem Responsible Business Plan 2025 unseren ambitionierten Maßnahmenplan für eine nachhaltigere Telefónica Deutschland verabschiedet.

Wir haben eine klare Strategie und setzen diese erfolgreich um. Die Investitionen in unser Geschäft zahlen sich aus und übersetzen sich in operative und finanzielle Erfolge. Wir danken unseren Kund:innen, Mitarbeiter:innen, Geschäftspartner:innen und Ihnen, unseren Aktionär:innen, für das uns entgegengebrachte Vertrauen.

**Mit freundlichen Grüßen**  
**Der Vorstand**

<sup>1</sup> <https://www.connect.de/vergleich/mobilfunknetztest-2022-bestes-handy-netz-connect-fazit-interview-3202011-9273.html> – Connect-Mobilfunk-Netztest, Heft 1/2022: „sehr gut“ (874 Punkte); insgesamt wurden vergeben: dreimal „sehr gut“ (944, 913 und 874 Punkte).



# Vision & Strategie

## Wir demokratisieren den Zugang zu einer nachhaltigen digitalen Zukunft, um einen besseren Alltag für uns alle zu schaffen

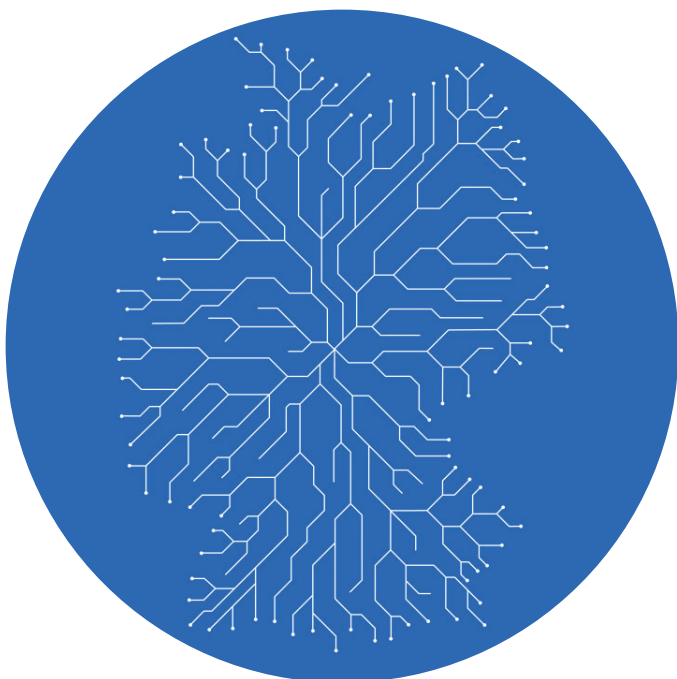
„Wir demokratisieren den Zugang zu einer nachhaltigen digitalen Zukunft, um einen besseren Alltag für uns alle zu schaffen.“ So lautet der Unternehmenszweck oder Purpose von Telefónica Deutschland. Er ist der Kern unseres Handelns. Der Purpose reflektiert die Demokratisierungsleistung der Telefónica Deutschland. Unabhängig von Ort, Alter, finanziellen Möglichkeiten oder Bildung kann jede:r teilhaben an Kommunikation und digitalen Errungenschaften. Die „Digitale Zukunft“ steht für den Beitrag von Telefónica Deutschland zur Digitalisierung des Lebens und Wirtschaftens in Deutschland. Diese Digitalisierung ist die Basis künftigen Wohlstands. Das

„nachhaltig“ im Purpose steht für die zunehmende Bedeutung, welche Vernetzung und Hochgeschwindigkeitsnetze für eine nachhaltige Gestaltung von Leben und Arbeiten haben werden. Netzleistung ist eine Grundvoraussetzung für die Bewältigung der Klimakrise. Sie ermöglicht smarte Städte, smarte Mobilitätslösungen und „Smart Grids“ in der Energieversorgung, Share Economy sowie umweltfreundlichere, weil effizientere Produktionsprozesse.

## „Sehr gutes Netz, Nachhaltigkeit und attraktives Investment“

Telefónica Deutschland macht neueste Technologie massenmarktfähig und demokratisiert damit Hightech. Mittels 48 Millionen Anschlüsse sind Menschen in Deutschland durch die Netze des Unternehmens verbunden. Im Mobilfunk versorgt das Unternehmen so viele Kund:innen wie kein anderer Anbieter in Deutschland. Rechnerisch jede:r zweite Bundesbürger:in nutzt das O<sub>2</sub> Netz. Die Corona-Pandemie hat endgültig gezeigt, dass die Digitalisierung in der Mitte der Gesellschaft angekommen ist. Die Infrastruktur und die Dienstleistungen von Telekommunikationsanbietern sind systemrelevant und haben spätestens mit Beginn der Pandemie eine zunehmende Anerkennung und Bedeutung in der Politik und bei den Bürger:innen erhalten. Telefónica Deutschland hat die Menschen in Deutschland verbunden, als Abstand das Gebot der Stunde war, und hält unter anderem Teile der Wirtschaft mit ihrer Vernetzung aus dem Homeoffice am Laufen.

Die Basis für Digitalisierung sind leistungsfähige Telekommunikationsnetze. Das O<sub>2</sub> Netz bildet das Trampolin für die Digitalisierung. Auf diesem Netz kann jede:r Kund:in – gleich ob als Unternehmen oder auch privat – digital höher und weiter springen. Telefónica





Deutschland bietet als integrierter Telekommunikationsanbieter sowohl Mobilfunk- als auch Festnetzlösungen an. Dabei greift das Unternehmen bundesweit auf ein eigenes Mobilfunknetz zurück. Rund 46 Millionen SIM-Karten sind im sehr guten Mobilfunknetz<sup>1</sup> von Telefónica Deutschland aktiv. Die Festnetzzugänge stehen den Kund:innen im Rahmen von partnerschaftlichen Kooperationen bereit. Damit kann das Unternehmen die bundesweit vielfältigsten und modernsten Zugänge zu schnellen Breitbandanschlüssen anbieten und hat das breiteste und in Summe geografisch weitreichendste Angebot aller Anbieter in Deutschland. Kaum ein Unternehmen in Deutschland verfügt hierzulande über eine breitere Kundenbasis mit direktem Endkundenzugang und ist damit gesellschaftlich so relevant wie Telefónica Deutschland.

Die Qualität des Mobilfunknetzes von Telefónica Deutschland befindet sich inzwischen nachhaltig auf Augenhöhe mit dem Wettbewerb. Im Jahr 2021 bestätigte zum Beispiel die Fachzeitschrift „connect“ ihr „sehr gut“-Urteil<sup>2</sup>, das sie im Jahr zuvor erstmals in der über 25-jährigen Unternehmensgeschichte an O<sub>2</sub> vergeben hatte. Auch andere Netztests führten das O<sub>2</sub> Netz auf vergleichbarem Niveau mit dem Wettbewerb. Die Investitionen in Netz und Kundenzufriedenheit zahlen sich aus. Im Geschäftsjahr 2021 lagen die Investitionen des Unternehmens insgesamt bei rund 1,3 Mrd. EUR und damit 17% über dem Wert des Vorjahres. Das Jahr markiert damit die höchsten Netzinvestitionen der Unternehmenshistorie. Der Anteil der Investitionen in das 5G-Netz stieg kontinuierlich an.

Von den technischen Möglichkeiten des 5G-Netzes profitieren Privat- und Geschäftskund:innen durch noch höhere Geschwindigkeiten, mehr Kapazitäten und insgesamt durch ein deutlich besseres Netzerlebnis. Das lässt sich bereits heute an besonders frequentierten Orten wie Fußballstadien oder anderen Großveranstaltungen erleben. Mit 5G werden digitale Anwendungen wie Mobile Gaming oder Virtual Reality das ganze Spektrum ihrer Möglichkeiten entfalten. Besonderes Potenzial bietet 5G unmittelbar für die Industrie 4.0. Als Grundlage für vernetzte Fabriken, intelligente Energienetze, vernetztes Fahren oder Smart Cities wird 5G viele Branchen transformieren.

Im Oktober 2020 gestartet, baut Telefónica Deutschland ihr 5G-Netz im Rekordtempo aus. Wie geplant versorgte das Unternehmen zum Ende des Jahres 2021 ca. 30% der deutschen Bevölkerung. Bis Ende 2022 soll die Hälfte der deutschen Bevölkerung mit 5G versorgt werden und bis Ende 2025 die gesamte Bevölkerung. Der Ausbau des 5G-Netzes trägt dabei auch zur Reduzierung der Treibhausgas-Emissionen des Unternehmens und Deutschlands bei, da 5G deutlich effizienter als seine Vorgängerstandards ist und weniger Strom pro transportiertem Byte verbraucht.

### Privatkund:innen

Bereits heute nutzt rechnerisch jeder zweite Mensch in Deutschland die Infrastruktur von O<sub>2</sub>. Mit den Marken O<sub>2</sub> und blau.de und ihren Vertriebskanälen in Shops und im Internet deckt das Unternehmen ein umfangreiches Spektrum an Kundeninteressen ab. Gleichzeitig ist die Kundenabwanderungsrate der eigenen Kund:innen mit Laufzeitvertrag so niedrig wie noch nie. Der Grund liegt in der Kundenzufriedenheit: In den vergangenen drei Jahren ist der Net Promoter Score kontinuierlich gestiegen. Das heißt, deutlich mehr Kunden als zuvor sind angesichts der Leistungen bereit, O<sub>2</sub> weiterzuempfehlen.

### Geschäftskund:innen

Das ausgezeichnete O<sub>2</sub> Netz und ein hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis bilden die Grundlage für die angestrebten Marktanteilsgewinne im B2B-Bereich. Digitale Innovationen wie SD-WAN oder 5G-Campusnetze finden ihren Eingang in die Angebote an Geschäftskund:innen. Die neue IT-Plattform für den B2B-Bereich ist Ende des Jahres 2021 in den technischen Live-Betrieb gegangen. Damit wurde eine moderne Grundlage für die B2B-Anwendungen und -Services des Unternehmens geschaffen. Künftig bietet Telefónica Deutschland damit ihren Geschäftskund:innen alle Mobilfunk- und Festnetzlösungen genauso wie zusätzliche digitale Services mit einer signifikant verbesserten Kundenerfahrung an. Durch die erweiterte Partnerschaft mit der internationalen Technologie-Division der Telefónica Gruppe „T-Tech“ kann das Unternehmen zudem ein wachsendes Portfolio an Zukunftstechnologien in den Bereichen Cybersicherheit, Cloud, Internet der Dinge (IoT) und für 5G-Campusnetze anbieten.

<sup>1</sup> <https://www.connect.de/vergleich/mobilfunk-netzbetreiber-2022-o2-telekom-vodafone-vergleich-tarife-technik-service-3202144.html>

<sup>2</sup> <https://www.connect.de/vergleich/mobilfunknetztest-2022-bestes-handy-netz-connect-fazit-interview-3202011-9273.html> – Connect-Mobilfunk-Netztest, Heft 1/2022: „sehr gut“ (874 Punkte); insgesamt wurden vergeben: dreimal „sehr gut“ (944, 913 und 874 Punkte).

## Partnerunternehmen

Telefónica Deutschland bietet ihren Partnern viele attraktive Kooperationsformate an und stellt dafür ihre Infrastruktur und ihre Erfahrungen zur Verfügung. Partner wie ALDI TALK (Medion Mobile), Tchibo MOBIL, AY YILDIZ und Ortel Mobile bringen beispielsweise ihre Marken oder Vertriebskanäle in die Partnerschaft ein. Mit Lebara konnte im Jahr 2021 ein wichtiger neuer Partner gewonnen werden und die Wholesale-Partnerschaften des Unternehmens wurden damit ab 2022 ausgebaut. Auch die großen Service-Provider im Mobilfunk wie 1&1 und Freenet vertrauen für ihre Kund:innen auf unser Netz. Unseren langjährigen Partner 1&1 konnten wir über eine langfristige National-Roaming-Vereinbarung an uns binden. Zudem erhält Telefónica Deutschland über das Partnermanagement Zugang zu wichtigen Vorleistungsprodukten, insbesondere im Festnetz, sowie zu Roaming-Services und digitalen Mehrwertdiensten.

Nachhaltigkeit ist ein entscheidender Erfolgsfaktor für das Geschäftsmodell und seit 2005 fester Bestandteil von Telefónica Deutschlands DNA. Das Unternehmen will seinen Beitrag leisten, damit Deutschland und Europa eine führende Rolle bei der Digitalisierung von Wirtschaft und Gesellschaft spielen können. Dazu zählt auch, Verantwortung zu übernehmen und bei allen Geschäftstätigkeiten die Auswirkungen auf das Individuum, die Gesellschaft und die Umwelt im Blick zu behalten. Vor diesem Hintergrund steuert Telefónica Deutschland mit dem Responsible Business Plan 2025 aktiv das Nachhaltigkeitsengagement. Im Rahmen des 5-Jahres-Plans ergreift das Unternehmen konkrete Maßnahmen, um spätestens 2025 mit dem grünen Netz Netto-Null-CO<sub>2</sub>-Emissionen zu erreichen, Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit zu stärken und allen Generationen die sichere Teilhabe am digitalen Leben zu ermöglichen.

In Summe bietet Telefónica Deutschland Investoren ein verlässliches und attraktives Investment, das sich auch in gesamtwirtschaftlichen Krisen robust zeigt und überproportionales Wachstum aufweist. Das Unternehmen ist operativ profitabel im attraktivsten Telekommunikationsmarkt Europas tätig und hat einen klaren Fokus auf nachhaltiges Wirtschaften. Es profitiert vom Innovationsgeist und dem globalen Netzwerk der Telefónica S.A.-Gruppe, einem der größten Telekommunikationsunternehmen der Welt mit fast 360 Millionen Kund:innen. Auf Basis eines großen Kundenstamms und starker Partnerschaften erzielt Telefónica Deutschland ein verlässliches Umsatz- und Ergebniswachstum. Bis zum Geschäftsjahr 2023 garantiert der Konzern jährlich eine Mindestdividende von 0,18 EUR je Aktie und liefert somit eine konstante und attraktive Aktionärsvergütung.

## Konsequente Wachstumsstrategie zahlt sich aus

Der Telekommunikationsanbieter verfolgt konsequent eine profitable Wachstumsstrategie und hat sich zum Ziel gesetzt, zwischen 2020 und 2022 ein kumuliertes Umsatzwachstum von mindestens 5% zu erreichen. Die Dynamik soll den Rest des Marktes übertreffen. Es wird erwartet, dass das OIBDA, bereinigt um Sondereffekte von den oben genannten Umsatzströmen und anhaltenden Effizienzsteigerungen profitieren wird. Damit strebt das Unternehmen eine kontinuierliche Margenverbesserung an. In den ersten zwei Geschäftsjahren des Programms „Investment for Growth“ hat das Unternehmen seine Strategie konsequent umgesetzt und befindet sich in der Wachstumsphase. Die Investitionen in Netz und Kundenzufriedenheit zahlen sich aus und übersetzen sich in operative und finanzielle Verbesserungen. In den ersten zwei Jahren des Programms lag das kumulierte Umsatzwachstum bei 5% und die OIBDA-Marge bereinigt um Sondereffekte bei rund 31%. Das Unternehmen sieht sich daher voll auf Kurs, seine für 2022 gesteckten Ziele zu erreichen.

Um seine Wachstumsstrategie umzusetzen, hat das Unternehmen eine Vielzahl von Maßnahmen definiert. Die Anstrengungen fokussieren dabei auf drei Bereiche.

Erstens soll insbesondere das Mobilfunkgeschäft weiterwachsen. Hier sieht das Unternehmen vor allem Potenzial im ländlichen Raum. Basis für den Erfolg ist die Qualität des Mobilfunknetzes. Hier hat das Unternehmen im Jahr 2021 weitere wichtige Meilensteine erreicht. So wurde die Abschaltung des 3G-Netzes umgesetzt, um die für 3G benötigten Ressourcen für das leistungsstärkere 4G-Netz zu nutzen. In Folge des erfolgreichen Ausbaus des 4G-Netzes erreicht Telefónica Deutschland inzwischen mehr als 99% der Haushalte in Deutschland. Aufgrund der „sehr guten“ Netzqualität ist das Unternehmen im Mobilfunk mittlerweile auch eine echte Alternative für Menschen im ländlichen Raum und strebt dort einen fairen Marktanteil an. In Großstädten erreicht Telefónica Deutschland bereits heute Marktanteile von bis zu 50% im Mobilfunk.

Der Ausbau der 5G-Technologie erfolgt zunächst in Städten, um die Marktführerschaft in Ballungsräumen zu festigen. Zum Ende des Jahres 2021 versorgte das Unternehmen rund 30 % der Bevölkerung in Deutschland. Bis zum Jahr 2025 wird auch 5G bundesweit angeboten – und damit so schnell ausgerollt wie keine Netztechnologie zuvor. Neben den selbst gesteckten Ausbauzielen wird das Unternehmen auch die von der Bundesnetzagentur auferlegten und mit der Politik vereinbarten Versorgungsaufgaben im Netzausbau erfüllen.

Zweitens setzt der Anbieter auf Basis der deutlich verbesserten Infrastruktur verstärkt auf die Gewinnung von Geschäftskund:innen. Hier soll ein fairer Marktanteil im KMU-Segment erzielt werden. Schon heute bietet das Unternehmen ein erstklassiges Preis-Leistungs-Verhältnis im Markt sowie einen vielfach ausgezeichneten Service. Wachstumspotenziale sieht das Unternehmen bei Vernetzungsmöglichkeiten und 5G-Campusnetzen sowie insbesondere im Mittelstandssegment. Als Teil der Telefónica Gruppe kann Telefónica Deutschland ihren Industriekunden ein vielfältiges Angebot aus Cloud-Diensten, IoT und Cybersicherheit machen. In diesen Bereichen erwartet das Unternehmen künftig signifikante Wachstumsraten. Um dies voranzutreiben, hat das Unternehmen im Jahr 2021 seine Partnerschaft mit dem auf

### Responsible Business Plan

Nachhaltigkeit ist Teil der DNA von Telefónica Deutschland. Um dies zu operationalisieren, hat das Unternehmen im Jahr 2021 seinen Responsible Business Plan 2025 verabschiedet. Der Plan beinhaltet insgesamt 76 Nachhaltigkeitsmaßnahmen, die teils mit bonusrelevanten quantitativen und teils mit qualitativen Zielen hinterlegt werden. Das entspricht mehr als einer Verdoppelung der Maßnahmen aus den vergangenen fünf Jahren, in denen das Unternehmen 35 Maßnahmen verfolgte und zum Teil übererfüllte. Die neue Nachhaltigkeitsoffensive ist so tief im Unternehmen verankert wie nie zuvor und deckt vier Schwerpunktbereiche ab: „Umwelt & Klima“, „Produkte & Services“, „Mitarbeitende“ und „Gesellschaft“. Die Schwerpunkte des Responsible Business Plans 2025 stehen auf der Basis der Prinzipien für eine verantwortungsvolle Unternehmensführung, die Telefónica Deutschland in allen Geschäftsprozessen umsetzt. Den Schwerpunkt „Umwelt & Klima“ geht das Unternehmen zum Beispiel mit 27 Maßnahmen an. Das direkt und durch Stromeinkauf indirekt ausgestoßene CO<sub>2</sub> (Scope 1 + 2) hat es seit 2015 um 97% reduziert. Der Energieverbrauch pro Byte sank im selben Zeitraum um 78%. Seinen Strom bezieht das Unternehmen bereits seit 2016 zu 100% aus erneuerbaren Quellen.

### New Work

Telefónica Deutschland übernimmt für ihre Mitarbeiter:innen Verantwortung in einer zunehmend digitalen Arbeitswelt. Dazu gehören eine „digitale Grundausbildung“, bei der allen Mitarbeiter:innen des Unternehmens konkrete Fortbildungsmaßnahmen zur Bildung digitaler Fähigkeiten angeboten werden, sowie die Förderung von Diversität und Mobilität. Das als Reaktion auf die Herausforderungen der Pandemie gestartete Programm „5 Bold Moves“ wurde als zentraler Bestandteil 2021 sukzessive weiter umgesetzt. Mit fünf entscheidenden Schritten richtet das Unternehmen die Zusammenarbeit seiner Mitarbeiter:innen auf die digitale Arbeitswelt von morgen und den Start in ein hybrides Arbeitsmodell aus.

#### Das Programm

- **Working Anywhere:** Mitarbeiter:innen sollen ihren Arbeitsort in Deutschland künftig in Absprache mit der Führungskraft flexibel danach wählen können, wo sie am produktivsten sind.
- **Working Anytime:** Im Zuge von COVID-19 hat Telefónica Deutschland die reguläre Arbeitszeit auf den maximalen gesetzlichen Rahmen von Montag bis Samstag zwischen 6 und 23 Uhr ausgeweitet, um insbesondere Eltern größtmögliche Flexibilität bei der Gestaltung ihres Arbeitsalltags zu bieten.
- **Outcome-based Leadership:** Die angestrebte neue Arbeitsweise erfordert eine veränderte Art der Führung. Im Fokus steht das Ergebnis, nicht in erster Linie wo und wann es zustande kommt.
- **Digital by Default:** Hier kehren wir das Prinzip um und machen digitale Meetings zum neuen Standard.
- **70% Less Travel:** Dank des Digital-by-Default-Ansatzes wollen wir Reisen für interne Meetings auf ein Minimum reduzieren. Neben den positiven Effekten wie Zeiteinsparungen aufgrund verkürzter Arbeitswege oder Kostensenkungen für das Unternehmen können damit signifikante Tonnen CO<sub>2</sub> pro Jahr eingespart werden.

digitale Produkte und Services spezialisierten Telekommunikationsdienstleister Telefónica Tech erweitert.

Großes Potenzial sieht Telefónica Deutschland drittens auch in der intelligenten Bündelung von Mobilfunkprodukten, Mobilfunk mit Internet zu Hause, sowie mit anderen Diensten wie O<sub>2</sub> TV oder O<sub>2</sub> Cloud. Durch das DSL-Angebot, den Zugang zu einem deutschlandweiten Kabelnetz, zu Glasfaser und über das leistungsstarke Mobilfunknetz entsteht für jeden Kunden das passende Angebot für das Internet zu Hause. So kann Telefónica Deutschland den Umsatz pro Haushalt durch den Vertrieb weiterer Produkte steigern und gleichzeitig die Kundenbindung verbessern. Die Kundentreue hat im Jahr 2021 für die Kernmarke O<sub>2</sub> erneut einen historischen Bestwert erreicht.

Nach dem zweiten Jahr des „Investment for Growth“-Programms verfolgt Telefónica Deutschland weiterhin die konsequente Umsetzung ihrer Strategie und bekräftigt ihre mittelfristigen Wachstumsziele.

### Datengetriebene Unternehmenssteuerung

Telefónica Deutschland hat sich zum Ziel gesetzt, ein noch stärker datengetriebenes Unternehmen zu werden. Treibender Faktor hinter diesem Ziel ist eine nachhaltige Transformation des Finance-Bereichs, die den Einsatz neuester Anwendungen und Self-Service-Datenanalysen mit sich bringt. Dabei ist die Datenanalyse, also die Möglichkeit, Daten digital zu analysieren und nutzbar zu machen, einer der zentralen Faktoren für den künftigen Unternehmenserfolg und um einen Mehrwert aus der Digitalisierung für die Gesellschaft zu generieren. Mit seinen digitalen Fähigkeiten hat das Unternehmen während der Pandemie einen wesentlichen Beitrag zum Gesundheitsschutz in Deutschland geleistet. Anonymisierte und aggregierte Daten bilden beispielsweise die Grundlage für Analysen des Robert Koch-Instituts. Ein Beispiel für den erfolgreichen Einsatz der Datenanalyse ist das sogenannte Churn Lab des Unternehmens. Hier setzt es Datenanalyse und Machine Learning ein, um wechselwillige Kunden frühzeitig zu erkennen und über den passenden Kanal gezielt ansprechen zu können. Seit 2019 verzeichnet das Unternehmen im O<sub>2</sub> Vertragskund:innen-Segment konstant sinkende Churn-Raten und lag im Geschäftsjahr 2021 auf einem historischen Bestwert. Telefónica Deutschland nimmt beim Thema Datenanalyse eine Vorreiterrolle im Markt ein. Bereits seit 2016 ermöglicht das Unternehmen allen Mitarbeiter:innen mit dem Analytical Insights Center (AIC) den Zugriff auf Daten und Analysetools.

### Digitale Innovationen

Telefónica Deutschland treibt digitale Innovationen voran und integriert diese erfolgreich in ihre Angebote an Kund:innen und Partnerunternehmen sowie in ihre eigenen Geschäftsprozesse. So bietet das Unternehmen SD-WAN-Lösungen, also softwarebasierte Firmennetze, mit denen Kund:innen ihre Standorte deutlich kosteneffizienter als mit bisherigen Lösungen vernetzen können. Hier hat das Unternehmen eine Reihe von namhaften Unternehmen gewinnen können. Das Einzelhandelsunternehmen ALDI setzt für die Vernetzung seiner Filialen in ganz Europa auf eine SD-WAN-Lösung von Telefónica Deutschland.

Als erster deutscher Mobilfunknetzbetreiber führte Telefónica Deutschland zudem einen Sprachanruf über ihr 5G-Standalone-Live-Netz durch. Mit der Technologie „Voice over New Radio“ (VoNR) wurde die Sprachtelefonie zwischen zwei 5G-Smartphones vollständig über das 5G-Standalone-Mobilfunknetz abgewickelt. Um externe Innovationen zu fördern, arbeitet Telefónica Deutschland eng mit ihrem Start-up-Accelerator Wayra zusammen. Im März 2021 hat Wayra in München sein 5G Tech Lab eröffnet. Es ist die erste Telefónica Location, die Kund:innen und Partner:innen die 5G-Technologie sowohl in einem öffentlichen Netzwerk (Non-Standalone) als auch in einem privaten Standalone-Netzwerk zur freien Verfügung stellt. Das Tech Lab ermöglicht es Start-ups ihre wegweisenden Anwendungen im Bereich 5G, IoT und Edge Computing zu entwickeln und zu verproben. So erhält Telefónica wertvolle Einblicke in die neuesten Entwicklungen der Start-up-Welt und wie diese Entwicklungen vermarktet werden können.

# Highlights Geschäftsjahr 2021

## G 01

### Mobilfunkanschlüsse (Postpaid/Prepaid) (in Millionen)



## G 02

### Umsatz (in Millionen EUR)



## G 03

### OIBDA (in Millionen EUR)



Bereinigt um Sondereffekte

## G 04

### OIBDA-Marge (in Prozent)



Bereinigt um Sondereffekte

Telefónica Deutschland generierte im Geschäftsjahr 2021 ein anhaltend positives operatives und finanzielles Momentum und erzielte ein Rekordergebnis in einem rationalen und zugleich dynamischen Marktumfeld. Mit der Rückführung der Maßnahmen im Zuge der COVID-19 Pandemie ab dem zweiten Quartal des vergangenen Jahres konnten auch die O<sub>2</sub> Shops schrittweise wieder geöffnet werden. Dies verstärkte die operative Performance des Unternehmens mit dem O<sub>2</sub> Free Portfolio als wesentlichem Treiber, historisch niedrigen Abwanderungsraten und hoher Kundenzufriedenheit als Zeichen der stetigen Qualitätsverbesserungen des O<sub>2</sub> Netzes sowie der Produkte und Services von Telefónica Deutschland.

Die zielgerichtete und planmäßige Umsetzung des netzorientierten Investitionsprogramms „Investment for Growth“ von Telefónica Deutschland unterstützte diese gute Entwicklung. Im Mittelpunkt stehen die Erhöhung der Netzabdeckung im ländlichen Raum sowie die Steigerung der Netzkapazität. Telefónica Deutschland versorgt inzwischen mehr als 99% der deutschen Bevölkerung mit 4G. Den Ausbau der 5G-Technologie trieb das Unternehmen im Jahr 2021 kontinuierlich voran. Das moderne und energieeffiziente 5G-Netz deckte zum Jahresende 2021 rund 30% der deutschen Bevölkerung ab. Die erneute „sehr gut“ Bewertung für das O<sub>2</sub> Netz durch die Fachzeitschrift „connect“<sup>1</sup> ist eine Bestätigung der erfolgreichen Netzstrategie von Telefónica Deutschland. Weiterhin wurde das O<sub>2</sub> Netz im Test des Magazins SMARTPHONE<sup>2</sup> ebenfalls mit der Note „sehr gut“ bewertet, was auf die starke Performance in Städten und die massive Netzausbauoffensive in ländlichen Gebieten im vergangenen Jahr zurückzuführen ist.

<sup>1</sup> <https://www.connect.de/vergleich/mobilfunk-netzbetreiber-2022-o2-telekom-vodafone-vergleich-tarife-technik-service-3202144.html>

<sup>2</sup> <https://smartphonemag.de/featured/das-beste-netz-deutschlands/>

Telefónica Deutschland optimierte das Portfolio des Partnergeschäfts im vergangenen Jahr weiter und gewann mit Lebara einen prominenten Wholesale-Partner hinzu. Die künftige Zusammenarbeit mit der 1&1 AG wurde am 21. Mai des vergangenen Jahres mit dem Abschluss eines National-Roaming-Abkommens auf eine neue vertragliche Basis gestellt. Dies gibt Telefónica Deutschland Planungssicherheit und sichert dem Unternehmen langfristig werthaltige Umsatzströme.

Am 8. Juni 2020 gab Telefónica Deutschland eine umfassende Vereinbarung mit Telxius über die Ausgliederung und den Verkauf des Geschäftsbetriebs der passiven Infrastruktur von ca. 10.100 Mobilfunkstandorten in zwei Tranchen zu einem Kaufpreis von insgesamt 1,5 Mrd. EUR bekannt. Die erste Tranche von rund 6.000 Standorten mit passiver Infrastruktur wurde bereits im September 2020 an Telxius übertragen. Im August des vergangenen Jahres wurden die verbleibenden rund 4.100 Standorte mit passiver Infrastruktur an Telxius übertragen und wie vereinbart 519 Mio. EUR des Kaufpreises von 632 Mio. EUR für die Standorte der zweiten Tranche empfangen. Die Bezahlung der verbleibenden 113 Mio. EUR des Kaufpreises für die zweite Tranche ist für die Jahre 2022 (16 Mio. EUR) und 2025 (97 Mio. EUR) vereinbart.

Ein Jahr nach der Ankündigung von Telefónica Deutschland, das Ziel Netto-Null-CO<sub>2</sub>-Emissionen bis spätestens 2025 zu erreichen, trieb das Unternehmen seine ESG-Strategie im Rahmen des Responsible Business Plan 2025 kontinuierlich voran. Dieser unterstützt die Sustainable Development Goals 2025 der Vereinten Nationen und enthält spezifische Ziele für alle Geschäftsbereiche, die es dem Management ermöglichen, die Fortschritte seiner Nachhaltigkeitsstrategie zu steuern. Telefónica Deutschland baut eine grünere Zukunft, indem sie ihren eigenen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck und den ihrer Kunden durch digitale Innovationen reduziert.

## Operative Performance

Die Gesamtzahl der Mobilfunkanschlüsse von Telefónica Deutschland wuchs im Jahr 2021 um +3,2% und betrug zum Jahresende 45,7 Mio.. Stärkster Treiber war der mobile Postpaid-Bereich<sup>1</sup>, der zum 31. Dezember 2021 rund 25,1 Mio. Anschlüsse verzeichnete, ein Plus von +6,5% gegenüber dem Vorjahr. Zum Jahresende machte der Anteil der Postpaid-Mobilfunkanschlüsse 54,9% der gesamten Mobilfunkkundenbasis aus, ein Wachstum von +1,7 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr. Die Anzahl der M2M-Anschlüsse verzeichnete gegenüber dem Vorjahr einen Zuwachs von +14,4% auf 1,6 Mio. Anschlüsse.

Die Abwanderungsraten bewegten sich weiterhin auf historischen Tiefstwerten, sodass sich die implizierte annualisierte Abwanderungsrate der Marke O<sub>2</sub> auf 11,1% verbesserte, gegenüber 13,1% im Jahr 2020. Die monatliche Abwanderungsrate im Postpaid-Bereich verbesserte sich um +0,2 Prozentpunkte auf 1,2%. Die Abwanderung bei der Marke O<sub>2</sub> bewegte sich auf einem noch niedrigeren Niveau und verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahr um +0,2 Prozentpunkte auf 0,9%. Dies ist ein Beleg für nachhaltige Qualitätsverbesserungen und eine mehrfach ausgezeichnete Kundenerfahrung im O<sub>2</sub> Netz.

Die Kundenbasis im mobilen Prepaid-Bereich lag zum Jahresende bei 19,0 Mio. Kunden. Dies entspricht einem Rückgang von -1,6% im Vorjahresvergleich, der den anhaltenden Prepaid-zu-Postpaid Migrationstrend im Markt widerspiegelt.

Der Gesamt-ARPU im Mobilfunkgeschäft stieg 2021 um +1,1% gegenüber dem Vorjahr auf 10,0 EUR. Der Postpaid-ARPU der Eigenmarken konnte im Geschäftsjahr 2021 trotz der Belastungen durch Reiseeinschränkungen auf die Roaming-Umsätze und der auf den 1. Juli 2021 vorgezogenen Absenkung der Mobilfunkterminierungsentgelte um +0,2% gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden.

Das Festnetzgeschäft kehrte mit der Wiederöffnung der O<sub>2</sub> Shops auf den Wachstumskurs zurück. Die DSL-Retail-Kundenbasis stieg um +0,1% gegenüber dem Vorjahr auf insgesamt 2,3 Mio. Anschlüsse. Die VDSL-Kundenbasis stieg im Vergleich zum Vorjahr um +2,0% auf 1,8 Mio. Anschlüsse, was 81% der Kundenbasis im Retail-Festnetzgeschäft entspricht. Darüber hinaus verzeichnete Telefónica Deutschland bei den O<sub>2</sub> my Home Angeboten eine anhaltend starke Nachfrage nach mobilfunkbasierten Festnetz-Ersatzprodukten (FMS).

Die Abwanderungsrate im Festnetzbereich blieb 2021 unverändert auf dem niedrigen Niveau des Vorjahres von 0,9%.

Der ARPU im Festnetz-Privatkundengeschäft belief sich 2021 auf 24,2 EUR, ein Plus von +1,7% gegenüber dem Vorjahr, und reflektiert den stetig wachsenden Anteil von VDSL-Kunden.

## Finanzielle Performance

Die Umsatzerlöse lagen mit 7.765 Mio. EUR um +3,1% über dem Vorjahr. Hierzu trug insbesondere das anhaltende Wachstum der Umsatzerlöse aus Mobilfunkdienstleistungen<sup>2</sup> (MSR) bei. Trotz einiger verbleibender Einschränkungen im Roaming und eines gewissen Drucks durch die auf den 1. Juli 2021 vorgezogene Absenkung der Mobilfunkterminierungsentgelte konnten die Umsätze aus Mobilfunkdienstleistungen (MSR) um +3,5% gegenüber dem Vorjahr auf 5.492 Mio. EUR gesteigert werden.

Hochwertige Mobiltelefone blieben weiterhin beliebt. Der Umsatz mit Mobilfunkendgeräten konnte um +1,9% gegenüber dem Vorjahr auf 1.450 Mio. EUR gesteigert werden.

Die Umsätze aus dem Festnetzgeschäft setzten ihren Aufwärtstrend im Geschäftsjahr 2021 fort und verzeichneten ein Wachstum von +3,6% gegenüber dem Vorjahr auf 814 Mio. EUR. Getrieben wurde diese Entwicklung durch die anhaltend starke VDSL-Nachfrage.

Die sonstigen Erträge beliefen sich auf 402 Mio. EUR, hauptsächlich aufgrund eines Kapitalgewinns von 262 Mio. EUR im Zusammenhang mit der Ausgliederung und dem Verkauf der letzten Tranche von rund 4.100 Mobilfunkstandorten mit passiver Infrastruktur an Telxius im August des vergangenen Jahres.

Das OIBDA<sup>3</sup> belief sich im Berichtsjahr auf 2.411 Mio. EUR, eine Steigerung um +3,9% gegenüber dem Vorjahr. Die bereinigte OIBDA-Marge stieg gegenüber dem Vorjahr um +0,3 Prozentpunkte auf 31,0%. Sie ist das Ergebnis des operativen Momentum in Kombination mit dem Umsatzmix sowie fortgesetzten Effizienzsteigerungen im operativen Geschäft. Gegenläufig wirkten sich u. a. der EU-/Nicht-EU-Roaming-Mix und ein gewisser inflationsbedingter Kostendruck aus.

Der Investitionsaufwand (CapEx)<sup>4</sup> belief sich 2021 auf 1.284 Mio. EUR. Dies entspricht einer Investitionsquote von 16,5%. Telefónica Deutschland setzt ihr dreijähriges (2020–2022) netzorientiertes Programm „Investment for Growth“ plangemäß um. Der Investitionshöhepunkt lag wie erwartet im Jahr 2021, während Telefónica Deutschland die Effizienz der Investitionsausgaben in den Fokus stellte. Das O<sub>2</sub> 5G-Netz erreichte zum Jahresende 2021 plangemäß bereits rund 30% Bevölkerungsabdeckung in Deutschland. Das Unternehmen baut 5G zügig weiter aus, mit dem Ziel einer landesweiten Abdeckung bis 2025.

<sup>1</sup> Ab dem 1. Januar 2020 wird M2M von Postpaid getrennt ausgewiesen.

<sup>2</sup> Umsätze aus Mobilfunkdienstleistungen beinhalten Grundgebühren und die von Kund:innen entrichteten Gebühren für die Nutzung von Sprachdiensten, SMS und mobilen Daten. Weiterhin sind die Zugangs- und Zusammenschaltungsentgelte sowie weitere Entgelte enthalten, die andere Anbieter für die Nutzung des Netzes von Telefónica Deutschland bezahlen.

<sup>3</sup> Bereinigt um Sondereffekte. Die Sondereffekte beliefen sich auf +243 Mio. EUR, davon ein Veräußerungsgewinn von +262 Mio. EUR im Zusammenhang mit der Ausgliederung und dem Verkauf des Betriebs der letzten Tranche passiver Infrastruktur von rund 4.100 Mobilfunkstandorten an Telxius sowie –19 Mio. EUR an Restrukturierungsaufwendungen und anderen Sondereffekten.

<sup>4</sup> Capex umfasst Zugänge zu Sachanlagen und anderen immateriellen Vermögenswerten, während Investitionen in Frequenzlizenzen und Zugänge aus aktivierten Nutzungsrechten nicht enthalten sind.



# Unsere Aktie

**Die Investor Relations Abteilung der Telefónica Deutschland versteht sich als Bindeglied zwischen dem Unternehmen und dem Kapitalmarkt. Gerade in Börsenzeiten mit hoher Volatilität ist das Informationsbedürfnis der Marktteilnehmer besonders groß. Unser Ziel ist es daher, der Öffentlichkeit regelmäßig, schnell und effektiv relevante Informationen zur Verfügung zu stellen sowie nachvollziehbar und transparent über die strategische Ausrichtung und die operative Entwicklung des Unternehmens zu informieren. Somit haben Anleger die Möglichkeit, realistische Annahmen zur Bewertung des Unternehmens zu treffen und darauf basierend eine Anlageentscheidung zu fällen.**

## Konjunkturlage und Kapitalmarktumfeld

Nach der kurzen, aber heftigen Rezession im ersten Halbjahr 2020 erholte sich die Weltwirtschaft kontinuierlich. Die Entwicklung der Weltwirtschaft war allerdings auch im Jahr 2021 maßgeblich von der COVID-19-Pandemie beeinflusst, durch die es in verschiedenen Teilen der Welt immer wieder zu gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Einschränkungen kam.

Umfangreiche fiskalpolitische Maßnahmen in vielen Industrieländern und die expansive Geldpolitik der Notenbanken förderten den globalen Wirtschaftsaufschwung. Das Bruttoinlandsprodukt der Industrieländer erreichte im dritten Quartal 2021 erstmals wieder das Vorkrisenniveau. Wachstumsmotor waren vor allem die USA, während in China die wirtschaftliche Dynamik nachließ. Nach der pandemiebedingten Stagnation im vorangegangenen Winter verbesserten sich die konjunkturellen Rahmenbedingungen in der Eurozone deutlich, vor allem in Ländern mit einem starken Dienstleistungssektor. Lieferengpässe und Rohstoffknappheiten verhinderten jedoch, dass der wirtschaftliche Aufholprozess in Ländern mit einer starken industriellen Basis noch dynamischer ausfiel.

In Deutschland war das erste Quartal noch gekennzeichnet von pandemiebedingten wirtschaftlichen Einschränkungen, die vor allem den Konsum und die privaten Ausgaben für Dienstleistungen beeinträchtigten. Im Zuge sinkender Infektionszahlen und steigender Verfügbarkeit von Impfstoffen wurden die Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie gelockert und die deutsche Wirtschaft setzte ihre Erholung im Sommerhalbjahr fort. Zur Erholung trugen vor allem die Dienstleistungsbereiche bei, die von den Öffnungen profitierten und ihre Umsätze wieder spürbar steigern konnten. Das Verarbeitende Gewerbe befand sich hingegen weiter in einer „Flaschenhals“-Rezession. Obwohl die Auftragseingänge stiegen und die Auftragsbücher so voll wie selten zuvor waren, hemmten Lieferkettenprobleme bei wichtigen industriellen Vorprodukten die Wertschöpfung. Lieferengpässe traten ebenso im Handel und im Baugewerbe auf. Diese Versorgungsknappheit war auch ein wesentlicher Treiber für den kräftigen Anstieg der Verbraucherpreise. Die Inflationsrate erreichte zum Ende des Jahres mit über 5% den höchsten Wert seit fast 30 Jahren, +3,1% im Gesamtjahr 2021. Neben spürbaren Preissteigerungen bei nahezu allen Komponenten des Verbraucherpreisindex und insbesondere bei der Energiekomponente spielten auch Basiseffekte eine maßgebliche Rolle. Dazu zählt besonders die Mehrwertsteuerabsenkung im zweiten Halbjahr 2020, welche die Verbraucherpreise in diesem Zeitraum und damit die Basis für die Berechnung der Inflationsrate um rund 1% gedrückt hat. Einfluss auf die konjunkturelle Entwicklung im letzten Quartal des Jahres nahm schließlich das wieder aufkeimende Corona-Infektionsgeschehen und die Unsicherheit hinsichtlich der Omikron-Variante.

Gemäß der Berechnung des Statistischen Bundesamtes war die deutsche Wirtschaftsleistung im Jahr 2021 preis- und kalenderbereinigt um 2,8% höher als im Jahr 2020. Auch am Arbeitsmarkt schreitet die Erholung im zweiten Corona-Jahr voran. Die Zahl der Arbeitslosen in Deutschland reduzierte sich von 2,7 Mio. zum Ende des Jahres 2020 auf rund 2,3 Mio. im Dezember 2021. Dies entspricht einer Arbeitslosenquote von 5,1%.

Die weltweiten Aktienmärkte waren im Jahr 2021 mit einer Reihe von negativen Einflussfaktoren konfrontiert. Dazu gehörten pandemiebedingte Einschränkungen der Wirtschaft, hohe Inflationsraten und die dadurch antizipierten Reaktionen der Notenbanken, Lieferkettenprobleme bei industriellen Vorprodukten und fortlaufende Unsicherheiten in Zusammenhang mit dem US-China-Handelskrieg. Positiv hingegen wirkten sich umfangreiche fiskalpolitische Maßnahmen und die expansive Geldpolitik der Notenbanken aus. Volle Auftragsbücher in der Industrie und bereits beschlossene Konjunkturpakete sollten weitere Wachstumsimpulse liefern und die hohe Sparquote der privaten Haushalte dürfte die Konsumnachfrage nach Gütern und Dienstleistungen weiter anfeuern.

In Summe verlief das Jahr 2021 für die internationalen Aktienmärkte sehr erfreulich. Dabei schlugen sich europäische und nordamerikanische Aktienindizes ähnlich gut und verzeichneten eine Reihe neuer Allzeithöchststände.

Bis Ende September des vergangenen Jahres entwickelten sich der deutsche Leitindex DAX und der europäische STOXX 600 nahezu analog. Im weiteren Jahresverlauf entwickelte sich der STOXX Europe 600 besser als der DAX und verzeichnete auf Jahressicht ein Plus von +22,2%. Der DAX beendete das Jahr mit einem Plus von +15,8%. Ihre jeweiligen Jahrestiefstände verzeichneten

beide Indizes bereits Ende Januar des vergangenen Jahres. Darauf folgte ein stetiger Aufwärtstrend.

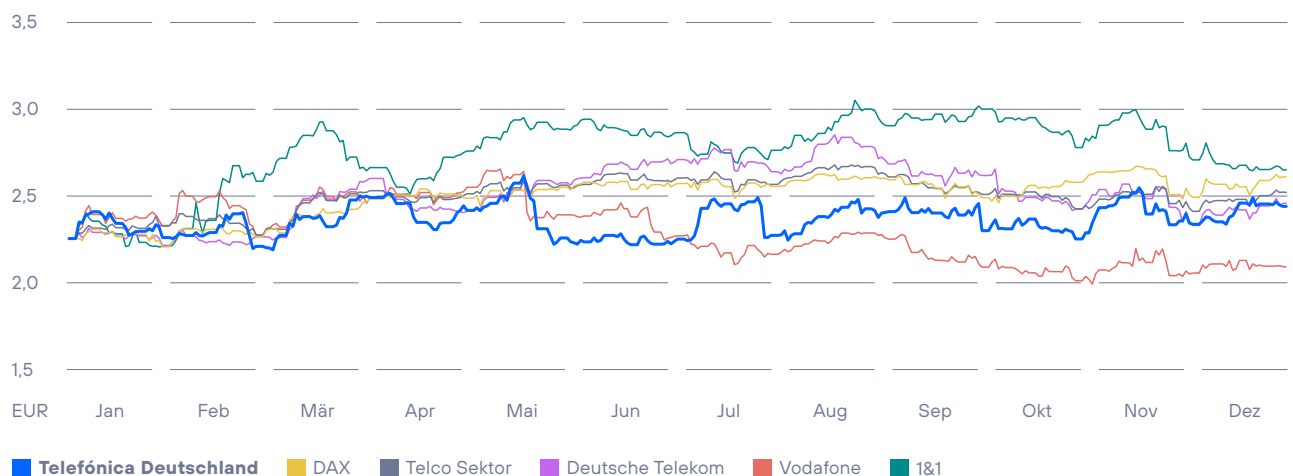
Der europäische Telekommunikationssektor entwickelte sich in den ersten neun Monaten des Jahres weitgehend im Einklang mit den Leitindizes DAX und STOXX Europe 600. In den letzten drei Monaten des Jahres bewegte sich der europäische Telekommunikationssektor seitwärts und beendete das Jahr mit einem Plus von +11,8%, während die breiteren Indizes in diesem Zeitraum weiter zugewannen.

Die Aktie der Telefónica Deutschland verlief in weiten Teilen des Jahres in einem Kanal zwischen Kursniveaus von 2,25 EUR und 2,50 EUR. Im Zuge der guten operativen und finanziellen Ergebnisse des ersten Quartals 2021 und der Bestätigung des Ausblicks für das Geschäftsjahr 2021 verzeichnete die Aktie im Tagesverlauf des 17. Mai 2021 ihr Jahreshoch von 2,63 EUR. In den folgenden Sommermonaten fiel die Aktie jedoch hinter der Marktentwicklung zurück und schwankte nach Dividendenzahlung um ein Kursniveau von 2,40 EUR. Während sich die Marktentwicklung in den letzten vier Monaten des Jahres eintrübte, blieb die Telefónica Deutschland Aktie stabil und verzeichnete zum Jahresende einen leichten Aufwärtstrend. Sie beendete das Jahr mit einem Plus von +8,2% und einem Schlusskurs von 2,44 EUR. Unter Berücksichtigung der im Mai 2021 ausgeschütteten Dividende von 0,18 EUR je Aktie lag die Jahresrendite der Telefónica Deutschland Aktie bei +16,2%.

**G 05**

## Aktienkursentwicklung 2021

(1. Januar bis 31. Dezember, indiziert)



## Aktionärsvergütung bei Telefónica Deutschland

Mit anhaltender operativer und finanzieller Dynamik setzte Telefónica Deutschland den Wachstumskurs des Unternehmens im Geschäftsjahr 2021 eindrucksvoll fort. Nach dem rasanten LTE-Ausbau im Jahr 2020, trieb Telefónica Deutschland im Jahr 2021 den zügigen Ausbau einer leistungsfähigen 5G-Infrastruktur voran. Das temporäre, netzorientierte Investitionsprogramm „Investment for Growth“ ist die Grundlage für weiteres profitables Umsatz- und Margenwachstum und ein attraktives Free-Cash-Flow-Profil.

In einem wettbewerbsorientierten Marktumfeld werden die Telefónica Deutschland Aktionäre an dieser Entwicklung weiterhin partizipieren. Gleichzeitig hält das Unternehmen an seiner konservativen Finanzpolitik fest. Im Mittelpunkt stehen eine starke Bilanz mit niedriger Verschuldung und ausreichende finanzielle Flexibilität. Die vom Unternehmen selbst definierte Höchstgrenze des Verschuldungsgrades (Nettofinanzschulden / OIBDA) bleibt unverändert bei  $\leq 2,5x$ . Telefónica Deutschland verfügt damit weiterhin über erheblichen Spielraum, um das Investment-Grade-Rating (BBB von Fitch oder gleichwertig) zu halten.

In Bezug auf die Dividende hält Telefónica Deutschland an einer hohen Auszahlungsquote im Verhältnis zum Free Cash Flow, bereinigt um Mietzahlungen, Sondereffekte und Frequenzzahlungen (FCF aL), fest. Das Management der Telefónica Deutschland beabsichtigt, der Hauptversammlung im Mai 2022 eine Dividende von 0,18 EUR je Aktie für das Geschäftsjahr 2021 vorzuschlagen. Bezogen auf den Aktienkurs zum Ende des Jahres 2021 entspräche dies einer Dividendenrendite von 7,4 %. Wie am 19. Januar 2020 verkündet, wird eine Dividende von 0,18 EUR je Aktie auch die Untergrenze für die Geschäftsjahre 2022 und 2023 sein.

## Tätigkeiten der Telefónica Deutschland Investor Relations Abteilung

Eine offene, zeitnahe und transparente Kommunikation ist ein wesentlicher Bestandteil der Arbeit der Telefónica Deutschland Investor Relations Abteilung. Dabei steht der regelmäßige und aktive Austausch mit Aktionären, Analysten, potenziellen Investoren und anderen nationalen und internationalen Kapitalmarktteilnehmern im Zentrum der täglichen Arbeit. Zielsetzung dabei ist es, das Geschäftsmodell und die Strategie der Telefónica Deutschland transparent und verständlich zu vermitteln. Dieser Ansatz wurde im Jahr 2021 konsequent fortgesetzt. Bedingt durch die COVID-19-Pandemie und die damit einhergehenden Maßnahmen konnten in weiten Teilen des Jahres keine persönlichen Präsenzmeetings durchgeführt werden. Diese wurden durch virtuelle Konferenzen, Roadshows und Gespräche ersetzt. So haben der Vorstand und das Investor-Relations-Team im Geschäftsjahr 2021 erneut mehr als 300 Investorenmeetings durchgeführt (2020: 330).

Die Entwicklung der Telefónica Deutschland Aktie wurde von 20 Analysten beobachtet. Dabei waren die Aktienkursziele der Broker in einer relativ weiten Bandbreite zwischen 1,70 EUR und 4,00 EUR. Zum Jahresende 2021 lag das mittlere Kursziel aller Analystenschätzungen bei 2,66 EUR, dies entspricht einem Aufschlag von +9,0% zum Jahresschlusskurs von 2,44 EUR. Rund 40% der Analysten empfehlen, die Aktie der Telefónica Deutschland zu kaufen, rund ein Drittel sie zu halten und lediglich rund ein Viertel den Verkauf.

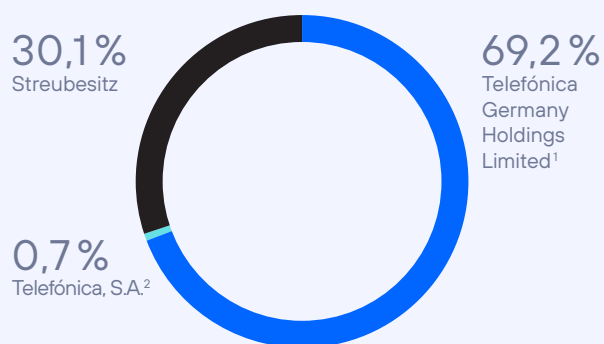
Rating	Anzahl
Kaufen/Buy/Outperform/Overweight	8
Halten/Hold/Neutral/Equal weight	7
Verkaufen/Sell/Underperform/Underweight	5

Anlässlich der Veröffentlichung der Geschäftsjahres- und Quartalergebnisse hält Telefónica Deutschland jeweils eine Telefonkonferenz ab. Investoren und Analysten haben hier die Möglichkeit, ihre Fragen direkt an den Vorstand zu richten. Mitschnitte dieser Konferenzen stehen nachträglich ein Jahr lang auf der Website des Unternehmens zur Verfügung.

Weitere Informationen zum Unternehmen und zur Aktie von Telefónica Deutschland erhalten Sie über die auf Seite 5 angegebenen Kontaktdaten.

## G 06 / G 07

### Aktionärsstruktur von Telefónica Deutschland

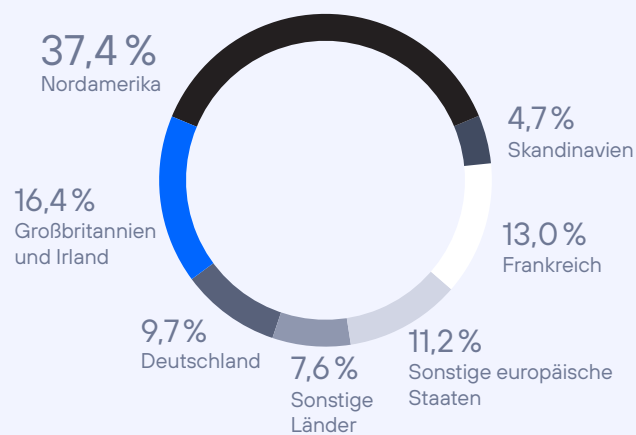


<sup>1</sup> Telefónica Germany Holdings Limited ist eine indirekte 100-prozentige Tochtergesellschaft der Telefónica S.A.; Status: Gemäß Aktienregister am 28.02.2022

<sup>2</sup> Quelle: Telefónica, S.A. Geschäftsbericht 2021

<sup>3</sup> Quelle: NASDAQ, September 2021

### Geografische Verteilung des Freefloat<sup>3</sup>



## T 01

### Anleihen der Telefónica Deutschland

Emissionsdatum	Währung	Volumen	Laufzeit	Kupon	Anleihen-Rating	Listing
05. Juli 2018	EUR	500.000.000	7 Jahre	1,75 %	BBB	Regulierter Markt der Luxemburger Börse

Issuer Rating of Fitch: BBB, Outlook: stabil

# Impressum

## Herausgeber

Telefónica Deutschland Holding AG  
Georg-Brauchle-Ring 50  
80992 München  
Tel.: +49 89 2442 0  
[www.telefonica.de](http://www.telefonica.de)

## Investor Relations

Telefónica Deutschland Holding AG  
Georg-Brauchle-Ring 50  
80992 München  
Tel.: +49 89 2442 1010  
E-Mail Privataktionäre: [shareholder-deutschland@telefonica.com](mailto:shareholder-deutschland@telefonica.com)  
E-Mail Institutionelle Investoren: [ir-deutschland@telefonica.com](mailto:ir-deutschland@telefonica.com)  
Webseite: [www.telefonica.de/investor-relations](http://www.telefonica.de/investor-relations)

Dieser Bericht liegt in deutscher und englischer Sprache vor.  
Die deutsche Ausgabe ist im Zweifel verbindlich.

## Konzept und Design

Investor Relations / Corporate Communications  
Serviceplan Public Relations & Content GmbH & Co. KG

## Bildnachweis

Titelbild: Fernanda Vilela  
Vorstandsfotografie, S. 6: Telefónica Deutschland

Diese Veröffentlichung stellt weder ein Angebot zum Verkauf noch eine Aufforderung zum Kauf von Wertpapieren in den Vereinigten Staaten von Amerika dar. Wertpapiere dürfen bei fehlender Registrierung nach dem US Securities Act von 1933 in geänderter Fassung oder fehlender Ausnahmen nach dem Gesetz nicht in den Vereinigten Staaten von Amerika angeboten oder verkauft werden. Der Emittent hat weder Wertpapiere nach dem US Securities Act von 1933 in geänderter Fassung registriert, noch beabsichtigt er eine solche Registrierung oder das Angebot von Wertpapieren in den Vereinigten Staaten von Amerika.

Die in dieser Veröffentlichung enthaltenen Informationen sind nicht zur Verteilung oder Weitergabe in die bzw. innerhalb der Vereinigten Staaten von Amerika, Kanada, Australien, Südafrika oder Japan bestimmt.