

## Presse-Call Strategy-Update 19.1.2021: Chartflow & Redetext Markus Haas

[Chart 1]



**Marc**

Guten Morgen meine Damen und Herren,

verspätet wünsche ich Ihnen noch ein frohes neues Jahr. Ich freue mich, dass Sie sich heute Morgen die Zeit nehmen, sich in unsere Telefonkonferenz zu unserem „Strategieupdate“ einzuwählen. Die Materialien hierzu haben wir Ihnen ja wie gewohnt vorab zur Verfügung gestellt.

Nach einer kurzen Einführung unseres CEOs Markus Haas haben Sie ausreichend Zeit, Ihre Fragen zu stellen. Gerne laden wir Sie auch ein, bei der Analystenkonferenz im Anschluss ab 10 Uhr zuzuhören. Die Materialien hierzu sowie den Registrierungslink finden Sie auf unserer Investor Relations Webpage.

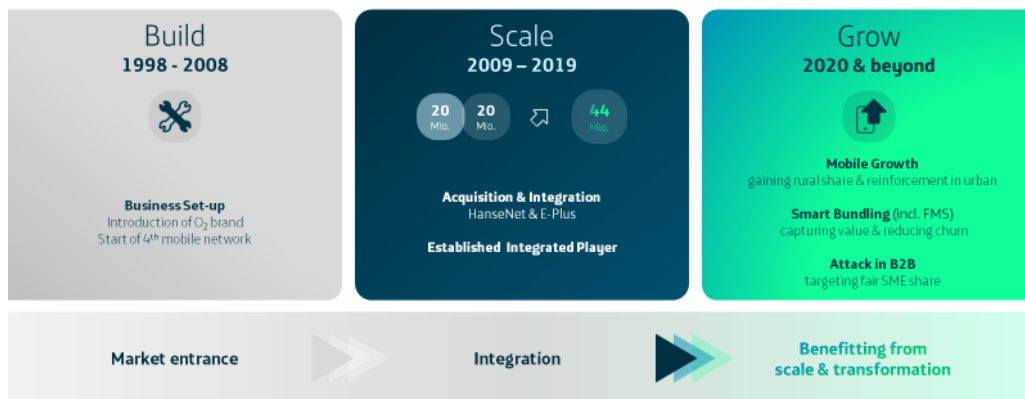
Und damit übergebe ich an Markus Haas.

[Chart 2]

### Disclaimer

This document contains statements that constitute forward-looking statements and expectations about Telefonica Deutschland Holding AG (in the following "the Company" or "Telefonica Deutschland") that reflect the current views and assumptions of Telefonica Deutschland's management with respect to future events, including financial projections and estimates and their underlying assumptions, statements regarding plans, objectives and expectations which may refer, among others, to the intent, belief or current prospects of the customer base, estimates regarding, among others, future growth in the different business lines and the global business, market share, financial results and other aspects of the activity and situation relating to the Company. Forward-looking statements are based on current plans, estimates and projections. The forward-looking statements in this document can be identified, in some instances, by the use of words such as "expects", "anticipates", "intends", "believes", and similar language or the negative thereof or by forward-looking nature of discussions of strategy, plans or intentions. Such forward-looking statements, by their nature, are not guarantees of future performance and are subject to risks and uncertainties, most of which are difficult to predict and generally beyond Telefonica Deutschland's control, and other important factors that could cause actual developments or results to materially differ from those expressed in or implied by the Company's forward-looking statements. These risks and uncertainties include those discussed or identified in fuller disclosure documents filed by Telefonica Deutschland with the relevant Securities Markets Regulators, and in particular, with the German Federal Financial Supervisory Authority (Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht – BaFin). The Company offers no assurance that its expectations or targets will be achieved. Analysts and investors, and any other person or entity that may need to take decisions, or prepare or release opinions about the shares / securities issued by the Company, are cautioned not to place undue reliance on these forward-looking statements, which speak only as of the date of this document. Past performance cannot be relied upon as a guide to future performance. Except as required by applicable law, Telefonica Deutschland undertakes no obligation to revise these forward-looking statements to reflect events and circumstances after the date of this presentation, including, without limitation, changes in Telefonica Deutschland's business or strategy or to reflect the occurrence of unanticipated events. The financial information and opinions contained in this document are unaudited and are subject to change without notice. This document contains summarized information or information that has not been audited. In this sense, this information is subject to, and must be read in conjunction with, all other publicly available information, including if it is necessary, any fuller disclosure document published by Telefonica Deutschland. None of the Company, its subsidiaries or affiliates or by any of its officers, directors, employees, advisors, representatives or agents shall be liable whatsoever for any loss however arising, directly or indirectly, from any use of this document its content or otherwise arising in connection with this document. This document or any of the information contained herein do not constitute, form part of or shall be construed as an offer or invitation to purchase, subscribe, sale or exchange, nor a request for an offer of purchase, subscription, sale or exchange of shares / securities of the Company, or any advice or recommendation with respect to such shares / securities. This document or a part of it shall not form the basis of or relied upon in connection with any contract or commitment whatsoever. These written materials are especially not an offer of securities for sale or a solicitation of an offer to purchase securities in the United States, Canada, Australia, South Africa and Japan. Securities may not be offered or sold in the United States absent registration under the US Securities Act of 1933, as amended, or an exemption there from. No money, securities or other consideration from any person inside the United States is being solicited and, if sent in response to the information contained in these written materials, will not be accepted.

[Chart 3]

Telefónica Deutschland with a **successful start into growth era**Telefonica  
Deutschland

3

## Markus

Vielen Dank Marc.

Guten Morgen meine Damen und Herren,

auch von meiner Seite ein frohes neues Jahr und herzliches Willkommen zu unserer heutigen Telefonkonferenz. Ich möchte Ihnen heute ein Update zu unserer Strategie geben, die wir Ihnen erstmals Ende 2019 vorgestellt haben.

Im Jahr 2020 haben wir alle wichtigen strategischen Meilensteine erreicht. Wir sind bislang äußerst robust durch die Corona-Krise gekommen. Ja, wir sehen ihre Auswirkungen, vor allem in unserem Roaming-Geschäft. Aber unser Kerngeschäft ist intakt und wir haben auch während der Pandemie mit Hochdruck unser Netz ausgebaut.

Im Sommer haben wir den größten Verkauf von Dachstandorten in Europa angestoßen und uns finanzielle Flexibilität verschafft. Im Oktober haben wir uns schließlich am größten geplanten Glasfaserinvestitionsprogramm in Deutschland beteiligt, um in diesem technologisch wichtigen Feld an den Wachstumschancen zu partizipieren.

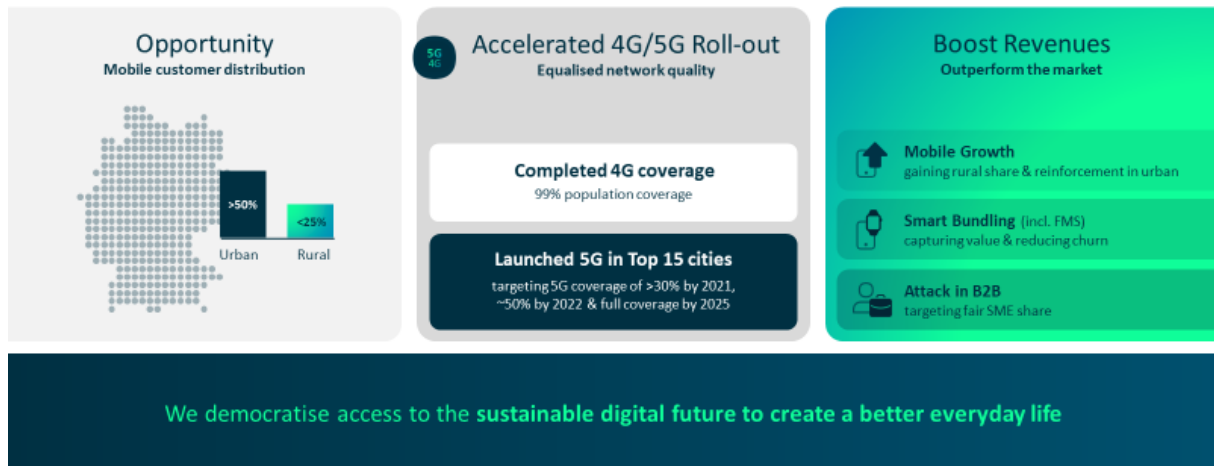
Telefónica Deutschland hat sich insgesamt wie geplant in den ersten neun Monaten des abgelaufenen Geschäftsjahres besser entwickelt als der Markt. Sowohl bei Umsatzwachstum als auch bei den neu hinzu gewonnenen Vertragskundenanschlüssen im Mobilfunk waren wir die Nummer 1. Allein im dritten Quartal 2020 haben wir 308.000 Kunden hinzugewonnen – die meisten aller drei Netzbetreiber.

Die Krise hat gezeigt, wie wichtig wir als Industrie sind. In Zeiten des Abstands ermöglichen wir die digitale Verbindung – beruflich und privat. Wir demokratisieren High-Tech.

[Chart 4]

## Pursuing clear strategic objectives

Network as key enabler to capture growth opportunities



Wichtige Ziele unserer Strategie konnten wir bereits im ersten Jahr erreichen.

Wir haben in Punkto Netzqualität zu unseren Wettbewerbern aufgeschlossen.

Wir haben 5G dort gestartet, wo es unseren Kunden am meisten hilft. Unsere Kunden können nun auch Kabelanschlüsse für schnelles Internet zuhause nutzen. Die Kundentreue hat ein Rekordniveau erreicht. Noch nie in der Geschichte des fusionierten Unternehmens war die Zufriedenheit unserer Kunden und Mitarbeiter höher. Und wir konnten Marktanteile im Geschäftskundenmarkt gewinnen.

Dadurch haben wir eine hervorragende Ausgangsposition, um weiterhin schneller als der Markt zu wachsen. Diese zentrale Ambition wollen wir wie folgt erreichen:

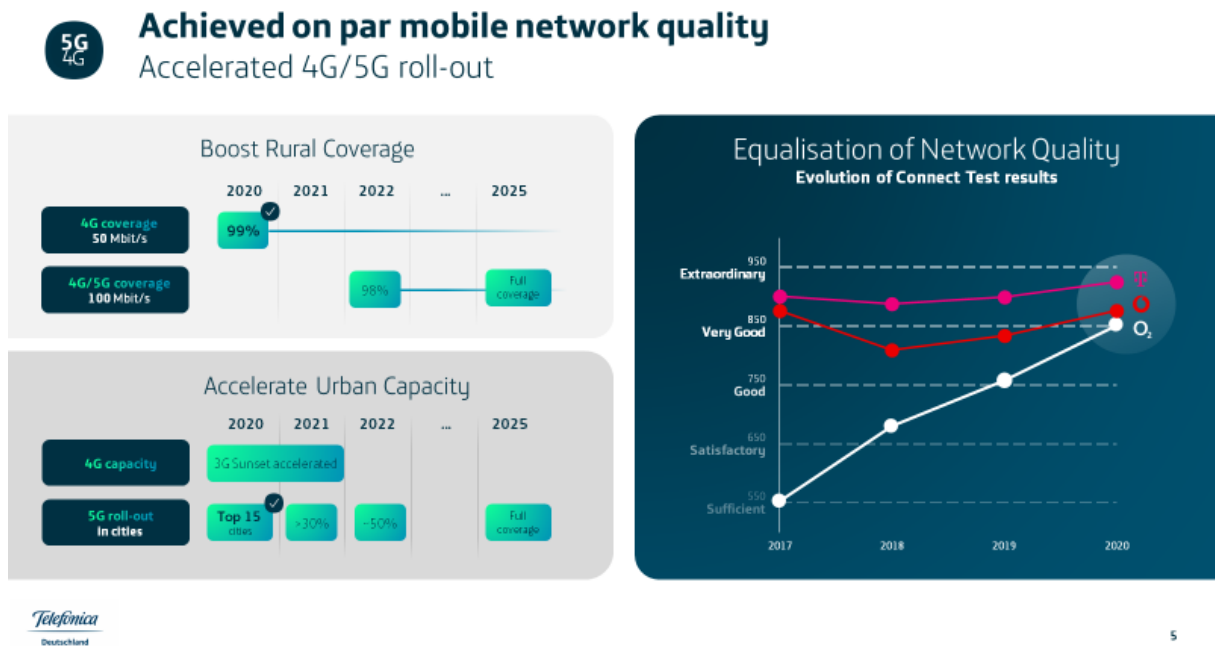
In Städten erhöhen wir nun unsere Netzkapazität für die weiter jährlich um über 50 Prozent wachsende Datennutzung. So wollen wir uns in den Metropolen die führende Marktposition sichern.

In ländlichen Gegenden werden wir unsere Netzabdeckung noch weiter verbessern. Aufgrund unserer Preis-Leistungsführerschaft und der deutlich verbesserten Netzqualität sind wir hier mittlerweile eine echte Alternative für Privat- und Geschäftskunden.

Durch attraktive Bündelangebote wollen wir sowohl Umsatz als auch Kundentreue je Haushalt weiter steigern.

Und im B2B-Bereich streben wir einen angemessenen Marktanteil an. Dazu gleich im Detail etwas mehr.

[Chart 5]



Meine Damen und Herren,

Schon jetzt sind wir mit unserem O2 Netz auf Augenhöhe mit dem Wettbewerb. Erstmals in der Geschichte von O2 wurde unser Netz im Connect-Test als „sehr gut“ bewertet. Wir haben hier in den vergangenen Jahren enorme Fortschritte gemacht.

Im vergangenen Jahr haben wir unseren 4G-Ausbau nochmals beschleunigt. Wir haben über 7.000 flächenwirksame 4G-Stationen aufgebaut und in Summe rund 11.000 4G-Sender ans Netz gebracht. Zum Jahresende haben wir die Ausbaupflichtungen des Regulierers in der Haushaltsversorgung erfüllt. Damit erreichen wir im Vergleich zu 2019 rund sieben Millionen Menschen zusätzlich in Deutschland mit 4G.

Pünktlich zum Launch des ersten 5G-fähigen iPhones haben wir unser Mobilfunknetz der fünften Generation gestartet. Bis Jahresende wollen wir über 30 Prozent der Bevölkerung mit 5G erreichen und dafür mehr als 2.000 5G-Sender aktivieren. Bis Ende 2025 wollen wir ganz Deutschland mit 5G versorgen.

Und: Wir gehen in Deutschland als erster mit der Einführung von Open RAN voran. Ab Herbst wollen wir damit beginnen, rund 1000 Open RAN Standorte zu bauen. Das macht uns in unseren Lieferantenbeziehungen deutlich flexibler und erlaubt uns, neue Technologien noch schneller einzuführen.

[Chart 6]

### Additional network sharing creates further cost optimisation opportunities

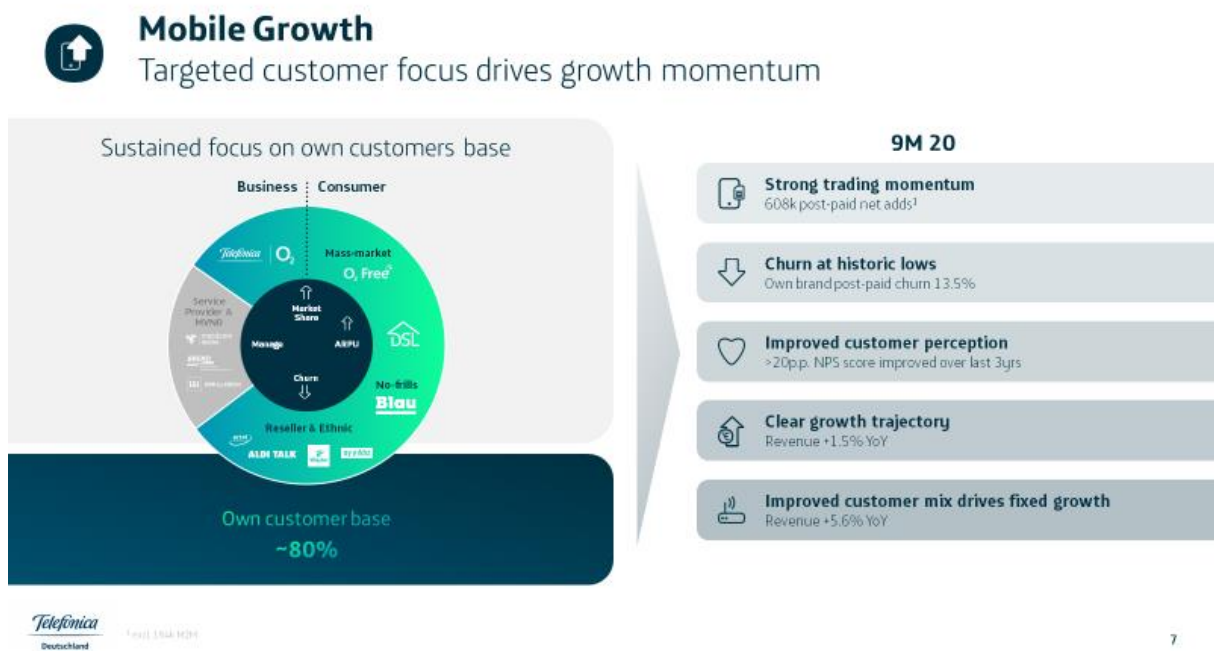


Dort, wo es sinnvoll ist, setzen wir auf Kooperationen mit unseren Wettbewerbern. 6.000 weiße Flecken, in denen noch kein Mobilfunkmast von uns oder unseres Wettbewerbs funkt, werden wir gemeinsam mit Vodafone und Telekom schließen und vor Ort die passive Infrastruktur gemeinsam nutzen.

Mit der Telekom sowie mit Vodafone haben wir ganz aktuell ein weiteres Abkommen unterzeichnet. Hier geht es um „graue Flecken“. Das sind die Orte, an denen bislang nur ein Betreiber über seine Funkzellen die eigenen Kunden unter den dort ansässigen Einwohnern versorgt. Mit den Partnern haben wir jeweils vereinbart, noch im laufenden Jahr an mehreren Hundert Standorten unseren Kunden gegenseitigen Netzzugang zu gewähren. Dabei wollen wir nicht nur die Masten gemeinsam nutzen, sondern teilen an diesen Orten künftig auch die aktive Funkausrüstung miteinander.

Für viele Menschen werden diese Ansätze die Netzqualität insgesamt weiter verbessern, vor allem, wenn sie im ländlichen Raum mobil unterwegs sind.

[Chart 7]



Meine Damen und Herren,

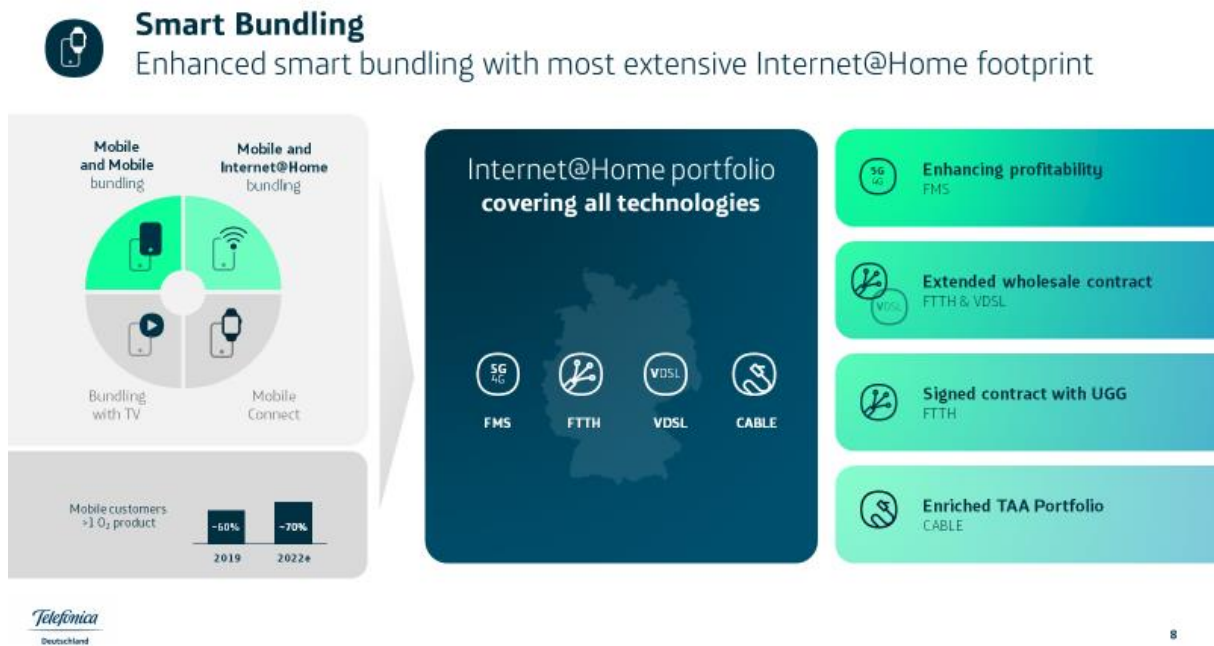
unser starkes O<sub>2</sub> Netz bildet die wichtigste Voraussetzung für unsere kommerziellen Wachstumsambitionen.

Bereits heute nutzt jeder zweite Mensch in Deutschland die Infrastruktur von O<sub>2</sub>. Aber nicht nur das: Vier von fünf dieser Menschen haben auch ein direktes Vertragsverhältnis mit uns und können so direkt von uns angesprochen werden. 85 Prozent unsere Umsätze kommen von unseren eigenen Kunden.

Mit unseren Marken und unseren Vertriebskanälen in den Shops und im Netz decken wir ein riesiges Spektrum an Kundeninteressen ab. Für den starken Kundenzustrom bis September vergangenen Jahres von 608.000 Vertragskunden waren insbesondere die O<sub>2</sub> Free Tarife mit großen Datenvolumina verantwortlich, die uns auch höhere durchschnittliche Kundenumsätze bescheren.

Gleichzeitig ist die Kundenabwanderungsrate mit 13,5 Prozent auf Jahressicht so niedrig wie noch nie. Zuletzt lag sie für die Marke o2 bei historisch niedrigen 1,0 Prozent im Monat. In anderen Worten: Fast neun von zehn Kunden entscheiden sich jedes Jahr bewusst dafür, bei uns zu bleiben. Der Grund liegt in der Kundenzufriedenheit: Allein in den vergangenen drei Jahren stieg unser Net Promoter Score um fast 20 Prozentpunkte. Das heißt, deutlich mehr Kunden als zuvor sind angesichts unserer Leistungen bereit, uns weiterzuempfehlen.

[Chart 8]



Meine Damen und Herren,

in der Bündelung unserer Mobilfunkangebote mit weiteren Leistungen und Services sehen wir ein anhaltend großes Wachstumspotenzial. Bis 2022 wollen wir den Anteil der Kunden von derzeit 60 auf 70 Prozent erhöhen, die mehr als ein O<sub>2</sub> Produkt nutzen. Neben einem damit einhergehenden höheren durchschnittlichen Umsatz pro Kunde steigt in der Regel durch das Bündeln die Kundentreue merklich.

Das größte Potenzial beim Bündeln sehen wir neben Zusatzangeboten wie beispielsweise O<sub>2</sub> TV oder O<sub>2</sub> Banking in der Verknüpfung von Mobilfunk- und Festnetzprodukten. Durch unsere intelligenten Partnerschaften erreichen wir im Festnetz mit unserer Kernmarke O<sub>2</sub> mit VDSL, Kabel oder auch Festnetzersatzlösungen mittlerweile so viele Haushalte wie kein anderer Anbieter in Deutschland. Und auch bei Glasfaser bieten wir ein stetig wachsendes Angebot.

Im FTTH-Bereich setzen wir zum einen auf regionale Partnerschaften wie die mit WilhelmTel oder EWE Tel und haben kürzlich erst unsere Partnerschaft mit der Deutschen Telekom auch auf den Glasfaserbereich ausgeweitet. Zudem wollen wir uns neue Kunden im Joint Venture von Telefónica und der Allianz „Unsere Grüne Glasfaser“ (UGG) in dem Bereich erschließen.

Im November haben wir unser O<sub>2</sub> my Home Portfolio gelauncht – inklusive des Starts der Vermarktung von Kabelanschlüssen und Fixed Mobile Substitution Produkten (FMS). Unsere Privatkunden bezahlen damit im Festnetzbereich nur noch für die Geschwindigkeit, nicht mehr länger für bestimmte Technologien, die sie nutzen.



[Chart 9]



<sup>1</sup> Gartner (Pure Cloud & Cloud core) & Global Data (Cloud Networking) Forecasts, Expert assessment  
<sup>2</sup> Internet of Things (Gartner); Team analysis  
<sup>3</sup> Mercados Seguridad 2020-22 Telefonica; Team analysis; Expert assessment

Im Geschäftskundensegment konnten wir in den vergangenen Monaten deutliche Zuwächse verzeichnen und im Mobilfunkbereich einige wichtige große Kunden gewinnen bzw. die Beziehung zu ihnen deutlich ausweiten – darunter Amazon oder Tchibo.

Eine Chance sehen wir bei der sicheren Vernetzung einzelner Standorte in Verbänden eines Unternehmens. Hier wird der aktuelle Industriestandard MPLS mehr und mehr von so genannten SD WAN Lösungen, also softwarebasierten Firmennetzen, abgelöst – da diese deutlich kosteneffizienter im Betrieb sind.

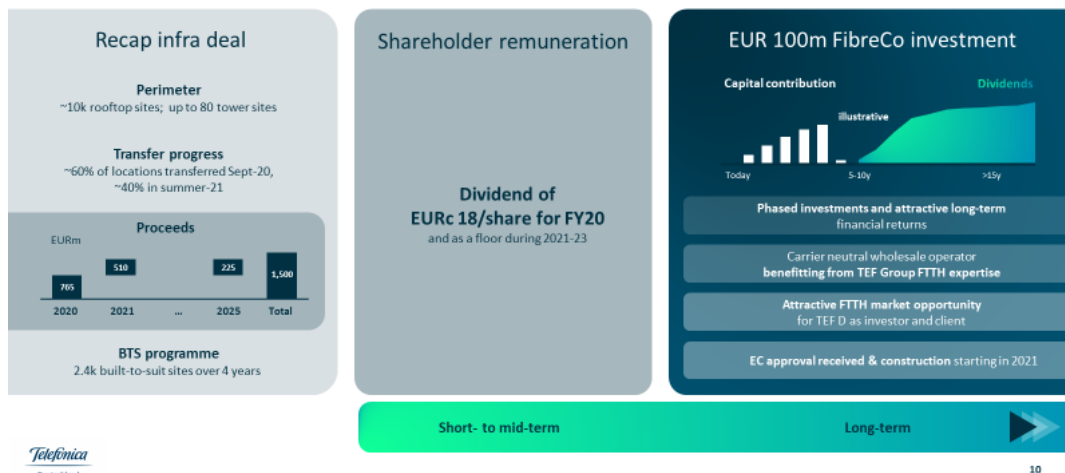
Insbesondere für Handels-, Industrie- und Logistikunternehmen mit mehreren Standorten sind solche Netze wichtig. Mit SD WAN können bis zu 60 Prozent der Kosten gegenüber herkömmlichen Lösungen eingespart werden. ALDI setzt für die Vernetzung seiner Filialen in ganz Europa auf unsere Lösung.

Der zweite große Trend im Geschäftskundenbereich sind Campus-Netze. Im September hat Daimler die Produktion in seiner voll vernetzten Factory 56 gestartet, die wir gemeinsam mit Ericsson mit 5G-Lösungen ausgestattet haben. In den kommenden fünf Jahren werden sich die allermeisten Industriefabriken in diese Richtung entwickeln. Und wir stehen als Partner bereit. Als Teil der Telefónica Gruppe können wir unseren Industriekunden ein vielfältiges Angebot an Cloud-Diensten, IoT und Cybersicherheit machen – in Bereichen, in denen wir künftig von signifikanten Wachstumsraten ausgehen.



[Chart 10]

### Re-investing & returning ~15% of net proceeds from infra deal



Mein Damen und Herren,

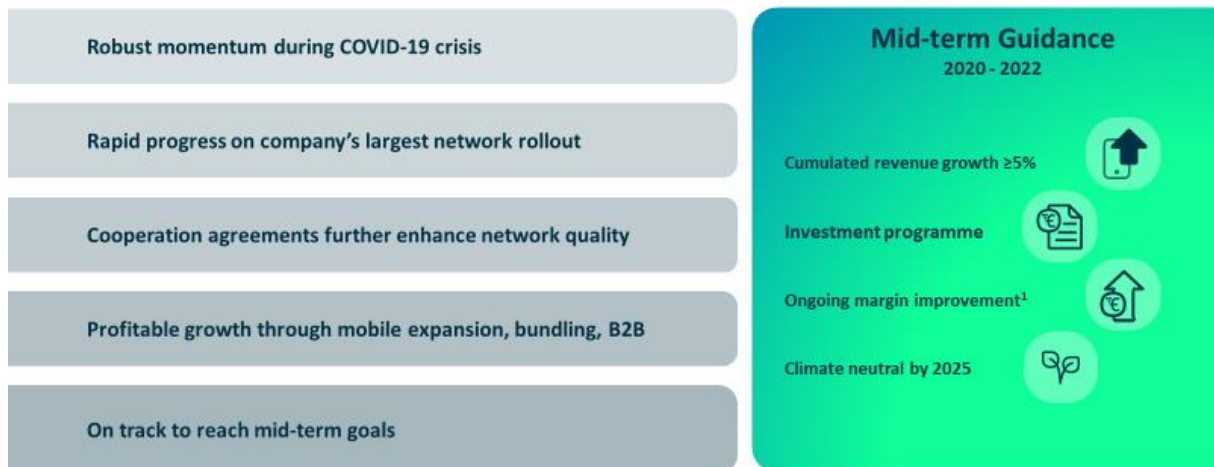
im vergangenen Jahr haben wir etwa 10.000 unserer Mobilfunkstandorte an Telxius veräußert. Telxius wird als Partner für den Netzausbau in den kommenden Jahren zudem 2.400 Standorte für uns errichten. Daran ändert auch der kürzlich angekündigte Verkauf der Gesellschaft an American Towers nichts. Mit der Transaktion Erlösen wir 1,5 Milliarden Euro und verbessern unsere finanzielle Flexibilität.

Zum einen investieren wir weiter in unsere Infrastruktur. Wir werden uns wie angekündigt mit 100 Millionen Euro an „Unsere Grüne Glasfaser“ beteiligen, um diese Technologie in Deutschland weiter voranzutreiben und gerade im ländlichen Raum neue Gebiete mit Glasfaser versorgen. Hierzulande besteht noch riesiges Potenzial.

Wir investieren zum anderen indirekt auch in unser Mobilfunknetz. Zahlungsverpflichtungen aus der Frequenzauktion 2019 können wir mit den Mitteln aus dem Towerverkauf bedienen. Aber auch für kommende Spektrumsvergaben sind wir gut gerüstet. Und schließlich werden wir eine in diesem Jahr fällige Anleihe in Höhe von 500 Millionen Euro zurückzahlen, um unser Finanzierungsprofil weiter zu verbessern.

Neben diesen Investitionen wollen wir etwa 15 Prozent der Einnahmen aus der Telxius-Transaktion an unsere Aktionäre ausschütten. Der Vorstand der Telefónica Deutschland plant, der Hauptversammlung eine Dividende in Höhe von 18 Cent je Aktie für das Jahr 2020 vorzuschlagen. Gleichzeitig verlängert sich der Zeitraum der zugesagten Mindestdividende um 1 Jahr, und die zugesagte Mindestdividende steigt ebenfalls um 1 Cent auf 18 Cent je Aktie. Damit stehen wir auch in diesen schwierigen Zeiten zu einer attraktiven Aktionärsvergütung.

[Chart 11]

**Summary - focusing on key strategic priorities to accelerate growth trajectory**

Meine Damen und Herren,

Sie sehen, im ersten von drei Jahren haben wir unsere mittelfristige Strategie erfolgreich umgesetzt. Wir sind in einigen Punkten sogar noch besser vorangekommen als geplant.

Auch während der Corona-Krise haben wir es geschafft, weiter zu wachsen.

Wir befinden uns mitten im größten Investitionsprogramm unserer Unternehmensgeschichte. In diesem Jahr wird es voraussichtlich seinen Höhepunkt mit direkten Netzinvestitionen in Höhe von über 1,3 Mrd Euro erreichen.

Und mit intelligenten Kooperationen verbessern wir unsere Netzleistung weiter zum Vorteil von Millionen von Menschen in Deutschland.

Unser Ziel, profitabel zu wachsen, erreichen wir, in dem wir konsequent unsere Marktposition im Mobilfunk verbessern. Außerdem setzen wir erfolgreich auf Bündelangebote und greifen im Geschäftskundensegment weiter an.

Zusammengefasst kann ich sagen: Wir sind auf Kurs, unsere Mittelfristziele beim Umsatz und beim OIBDA zu erreichen. Das ist mit Blick auf die gesamtwirtschaftliche Lage ein beachtlicher Erfolg.

Und nicht zuletzt haben wir uns zur Klimaneutralität bis 2025 verpflichtet. Damit sind wir weit ambitionierter als so manche andere Unternehmen auch in unserer eigenen Branche.

Damit danke ich Ihnen ganz herzlich für ihre Aufmerksamkeit und freue mich auf Ihre Fragen.

[Chart 12]

