

„Wir liegen im Rückstand“

SPIEGEL-Gespräch Deutsche-Telekom-Chef Timotheus Höttges, 52, sucht nach einem neuen Weg in der Internetwirtschaft. Der amerikanische ist ihm zu aggressiv, der europäische zu defensiv.

SPIEGEL: Herr Höttges, würden Sie jemandem ein neues Produkt abkaufen, das eigentlich nur dem Verkäufer nutzt?

Höttges: Nein.

SPIEGEL: Von Ihren Kunden verlangen Sie genau das.

Höttges: Einhundertprozentig nicht.

SPIEGEL: Die Telekom stellt ihr Telefonnetz komplett auf IP-Technologie um. Wer seinen alten Anschluss behalten will, dem wird gekündigt. Die Telekom spart Milliarden. Der Kunde hat bloß Ärger.

Höttges: Wir investieren Milliarden in neue Netze, damit unsere Kunden ihre Anwendungen immer und überall nutzen können. Um das zu ermöglichen, müssen unsere Netze eine einheitliche Sprache sprechen, und das ist IP. Das ist ein Riesen-Mehrwert für den Kunden.

SPIEGEL: Sie ziehen die Umstellung in unnötiger Eile durch. Verbraucherschützer berichten, dass Telekom-Mitarbeiter die Kunden an der Haustür teilweise sogar zur Unterschrift drängen.

Höttges: Einspruch, da muss ich eine Lanze für unsere rund 50 000 Servicemitarbeiter brechen. Die werden überwiegend als freundlich und hilfsbereit empfunden. Wir stellen 300 000 Kunden pro Monat auf IP um – und wir wollen natürlich jeden behalten. Richtig ist, es klappt nicht bei jedem reibungslos. Aktuell haben wir zeitgleich 150 Beschwerden bei der Bundesnetzagentur. Das ärgert mich, und das tut mir leid. Wenn Kunden eine negative Erfahrung gemacht haben, werden wir eine Lösung finden.

SPIEGEL: Beim Normalkunden ist Telekom oft noch ein Synonym für Ärger.

Höttges: Wo nehmen Sie das her? Ich bin seit 2006 im Geschäft und bekomme mittlerweile viele positive Mails von Kunden – die gab es früher nicht. Das zeigen auch die Zahlen: Wir haben mehr Neukunden, weniger Wechsler, und die Zufriedenheit ist so hoch wie nie. Kunden, die auf IP wechseln, sind übrigens deutlich zufriedener als Kunden, die noch die alte Technik besitzen. Nach meinem Eindruck erlebt die Marke Telekom im Festnetz sogar eine Renaissance. Dass Sie uns vorwerfen, zu viel Tempo zu machen, ist schon sehr eigenartig. Das kann im digitalen Geschäft doch im Ernst kein Nachteil sein.

SPIEGEL: Wir werfen Ihnen nicht vor, schnell zu sein, sondern dass Sie dabei ins Stolpern kommen.

Höttges: Ich bin überzeugt, dass die Kunden spüren, dass sie bei uns überall den

besten Service bekommen. Ob sie nun zu Hause sind oder unterwegs: Wir bieten die beste Technologie. Wir sind die Einzigen, die es hinbekommen, dass Sie auch im Zug ins Internet kommen.

SPIEGEL: Sie reden jetzt von einer Vision, nicht von der Realität. Oder fahren Sie nie mit der Bahn?

Höttges: Die Veränderung geht schnell. Vor ein paar Jahren noch war in Zügen absolute Funkstille, heute gehen dort täglich drei Terabyte Daten durch das Netz. Wir haben uns der Herausforderung gestellt und mit der Bahn alle ICE-Strecken versorgt. Jetzt kommt es teilweise zu Engpässen, weil die Nachfrage größer ist, als wir das erwartet hatten. Da legen wir eben nach.

SPIEGEL: Sie wollen uns die Telekom als Modernisierungsmotor verkaufen.

Höttges: Wir sind es. Die Telekom investiert in jeder Stunde eine Million Euro in ihre Netze. Wir sind der größte Cloud-Anbieter in Europa, liefern ständig Innovationen ...

SPIEGEL: ... Sie reden permanent in Superlativen.

Höttges: Ich bin eben überzeugt von dem, was wir tun. Die Digitalisierung ist eine riesige Chance für uns als Unternehmen,

aber auch für uns als Gesellschaft. Ein bisschen mehr Enthusiasmus für die digitale Wirtschaft würde nicht schaden.

SPIEGEL: Reden wir in Deutschland zu viel über die Nachteile?

Höttges: Wir Deutschen sind jedenfalls nicht unbedingt diejenigen, die sich auf neue Technologien mit großer Inbrunst stürzen. Aber ich bin überzeugt: Wir haben noch alle Chancen.

SPIEGEL: Sie klingen wie ein Trainer, der seine Mannschaft nach einer schlechten Halbzeit motivieren will.

Höttges: Ich sehe mich tatsächlich ein bisschen als Spielertrainer der deutschen Wirtschaft in Sachen Industrie 4.0. Und, ja, wir liegen im Rückstand. Wir haben uns zu sehr von Amerika, seiner Software und seinen Plattformen abhängig gemacht.

SPIEGEL: Warum sollte es in der zweiten Halbzeit besser laufen?

Höttges: In der Welt der Konsumenten sind die großen Plattformen verteilt: Google, Facebook, Instagram, Amazon. Es macht keinen Sinn zu sagen, ich baue eine neue Suchmaschine, ein neues soziales Netzwerk. Aber jetzt geht es um die Welt der Industrie. Jetzt geht es um Plattformen, auf denen die Industrie 4.0 aufbaut, die Welt der vernetzten Maschinen. Da haben wir enormes Potenzial.

SPIEGEL: Was heißt das konkret?

Höttges: Die deutschen Automobilhersteller haben es vorgemacht und richtigerweise den digitalen Kartendienst Here gekauft. Sie sind nicht in ihrem alten Konkurrenzdenken hängen geblieben, sondern sie haben erkannt, dass eine gemeinsame Plattform einen größeren Nutzen für alle bringt. Wir müssen raus aus unseren Silos und kooperieren. Wir brauchen etwa eine neue Offenheit gegenüber der Analyse von großen Datenmengen und Chancengleichheit mit den Anbietern aus Übersee.

SPIEGEL: Wie meinen Sie das?

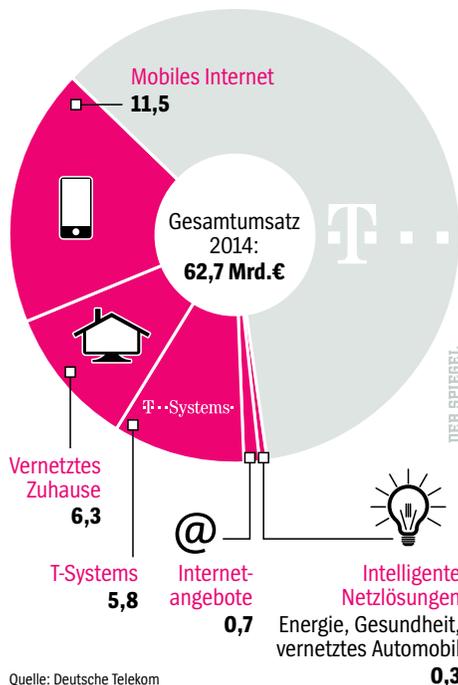
Höttges: Daten werden heute durch die ganze Welt transportiert. Unternehmen, die nicht an europäisches Recht gebunden sind, verdienen damit Milliarden. Wer dem Standort Europa treu bleibt, geht leer aus. Ich halte das für skandalös.

SPIEGEL: Sie würden selbst gern an den Daten verdienen.

Höttges: Wir brauchen zumindest Chancengleichheit. Es muss klar geregelt sein, was mit Daten gemacht werden darf und was nicht. Und da bin ich der Meinung: Wenn Unternehmen ihre Dienste in Europa anbieten, dann müssen sie sich

Motoren der Modernisierung

Von der Deutschen Telekom so genannte Wachstumsfelder; Anteil am Umsatz in Mrd. €



auch an die hohen Standards hier halten. Wer also Daten in Deutschland erhebt, befolgt bitte europäisches Recht.

SPIEGEL: Auf diese Weise wollen Sie die harten deutschen Datenschutzbestimmungen für die Telekom aufweichen.

Höttges: Nein, ganz und gar nicht. Wir wollen hohe einheitlich europäische Standards – für alle Unternehmen. Aber das Thema Datenschutz wird in Deutschland und auch von Ihnen zu dogmatisch diskutiert. Da gibt es nur Schwarz oder Weiß. Das fördert Ängste, die uns kein Stück weiterbringen.

SPIEGEL: Aus der Luft gegriffen sind diese Ängste nicht. Wöchentlich gibt es neue Berichte über Hackeraktionen. Da werden sensible Daten eines Seitensprungportals millionenfach geklaut oder Autos und Narokosegeräte von Hackern übernommen.

Höttges: Sie vermengen jetzt Datenschutz und Sicherheit im Netz, also Cybersecurity. Ich verstehe die Ängste der Menschen. Aber die Analyse von Daten hat oft auch hohen Nutzen. Wir müssen über Datenschutz sachliche Debatten führen, keine von Angst getriebenen. Aber natürlich macht mir das Thema Cybersicherheit auch Sorgen. Wirtschaftsspionage und -sabotage nehmen zu. Es gibt von der Wasserversorgung bis zur Energieversorgung viele Angriffspunkte. Und die Bedrohung nimmt exponentiell zu.

SPIEGEL: So weit stimmen wir zu.

Höttges: Wir nehmen das Thema Sicherheit ernst, sehr ernst. Sicherheit ist für uns eine gesellschaftliche Verpflichtung und ein Geschäftsmodell zugleich. Wir investieren viele Millionen Euro in Cybersecurity und haben einen eigenen Unternehmensbereich für dieses Thema gegründet, der rund 170 Millionen Euro Umsatz macht. Angst darf Chancen nicht blockieren.

SPIEGEL: Was ist falsch daran, persönliche Daten nicht preisgeben zu wollen?

Höttges: Anonymisierte oder pseudonymisierte Daten zu teilen bringt dem Einzelnen ja auch Vorteile. Wenn Autofahrer etwa ihre Position freigeben, lassen sich Staus und Unfälle verhindern.

SPIEGEL: Pseudonymisierte und anonymisierte Daten gibt es de facto nicht. Es reichen oft wenige Datenpunkte, um einen Einzelnen zu identifizieren.

Höttges: Dieser grundsätzliche Pessimismus ärgert mich. So verliert Europa den Anschluss an die digitale Welt. Nehmen Sie die Diskussion um Gesundheitsdaten. Ihre Krankengeschichte geht natürlich nur Sie und Ihren Arzt etwas an. Aber bei Big Data geht es gar nicht um den Einzelnen. In Amerika ist es normal, dass enorme Datenmengen über Infektionen, Medikamente, Krankheiten gesammelt und analysiert

Konzernchef Höttges

„Die Bedrohung nimmt exponentiell zu“





Telekom-Datencenter bei Magdeburg: „Den einzelnen Nutzer bestmöglich schützen“

werden. Wäre es nicht gut, wenn wir die Sterblichkeitsrate in Krankenhäusern durch eine gute Datenanalyse senken könnten?

SPIEGEL: Wie wollen Sie sicherstellen, dass dermaßen sensible Daten sicher sind?

Höttges: Hier müssen viele Dinge ineinandergreifen: Wir brauchen Transparenz. Unternehmen müssen sich über Hackerangriffe gegenseitig informieren. Sicherheitsexperten müssen bei der Entwicklung von Software von Anfang an mit dabei sein. Es muss Zertifizierungen von unabhängigen Stellen geben, etwa durch eine Ethikkommission oder durch die Datenschutzbeauftragten. Klar ist, dass der Einzelne immer bestmöglich geschützt werden muss. Aber wir können nicht einfach sagen, wir sperren uns komplett gegen jegliche Form von Datenanalyse. Das wäre grundfalsch.

SPIEGEL: Sie plädieren dafür, dass Europa Amerika nachahmt?

Höttges: Nein, ich plädiere für einen besseren europäischen Weg, weil ich überzeugter Europäer bin. Europa steht für Werte wie Freiheit, Toleranz und Vielfalt. Auch der Schutz des Individuums ist nirgends so hoch wie bei uns. Die digitale Würde des Menschen ist unantastbar. Gleichzeitig müssen wir aufpassen, dass wir nicht endgültig abhängig werden von der Software und den Geschäftsmodellen, die aus Amerika und Asien kommen.

SPIEGEL: Sie beschreiben eine Art dritten Weg. Wie genau soll der aussehen?

Höttges: In Amerika ist, vereinfacht gesagt, alles erlaubt, was nicht verboten ist. In Europa ist es genau umgekehrt. Ich denke, eine kluge Lösung liegt dazwischen. Das bedeutet zum Beispiel, dass Kunden der pseudonymisierten Datenauswertung widersprechen können. Und das darf nicht bürokratisch geschehen. Nur so schaffen wir es, dass wir weder den Datenschutz aufgeben noch auf Datenanalyse verzichten.

SPIEGEL: Es sieht derzeit nicht danach aus, als würde sich Europa vom amerikanischen Modell emanzipieren.

Höttges: Europa ist ein Markt mit 520 Millionen Kunden. Trotzdem unterwerfen wir uns im globalen Wettbewerb gerade komplett dem amerikanischen Modell. Wir müssen endlich eine klare Position von dem erarbeiten, was wir wollen. Und das muss mehr sein als bloß eine Antireaktion auf alles Amerikanische.

SPIEGEL: In Wahrheit hat doch auch die Telekom schon längst vor der amerikanischen Übermacht im Internet kapituliert. Sie investieren Milliarden Euro in Netze – und Unternehmen wie Google und Facebook machen dann ihr Geschäft darauf.

Höttges: Die Netze sind die Grundlage für alles: Für das Geschäft dieser Firmen, aber auch für alles, was wir tun. Netze sind unsere DNA. Deshalb investieren wir zwölf Milliarden Euro in unser Netz. Auf ihnen bauen wir dann für die Telekom neue Geschäftsfelder auf.

SPIEGEL: Wo sind die? Bisher sehen wir nur, dass Sie sich Zug um Zug aus allen Diensten verabschieden, mit denen Sie den US-Konzernen Paroli bieten wollten. Jüngstes Beispiel ist das Internetportal T-Online.

Höttges: Das ist eine sehr eingeschränkte Wahrnehmung. Zugleich entwickeln wir neue Angebote. Bei Cloud-Diensten sind wir Europas Marktführer. Wir bestücken Industrieroboter und Autos mit neuen intelligenten SIM-Karten, die wir verwalten und abrechnen. Wir investieren massiv in den Energie- und Gesundheitssektor. Zudem haben wir das attraktivste Partnermodell für kleine Internetfirmen aufgebaut.



Höttges, SPIEGEL-Redakteure*
„Positive Mails von Kunden“

* Markus Brauck und Frank Dohmen in der Telekom-Zentrale in Bonn.

SPIEGEL: Die Frage ist nur, ob das der Telekom etwas bringt. Die Notizbuch-App Ihres Partners Evernote etwa wird auf Telekom-Handys vorinstalliert. Dazu schenken Sie den Handykunden noch einen 40-Euro-Gutschein, wenn sie die kostenpflichtige Version der fremden Software nutzen. Für Evernote ist das sehr erfreulich ...

Höttges: ... und für die Telekom-Kunden auch. Es gibt mehr als eine Million verschiedene Apps. Unsere Kunden schätzen es, dass wir in dieser Vielfalt die Übersicht behalten und Empfehlungen geben. Außerdem gibt es neben Gutscheinen noch andere Vorteile. Bei Partner-Apps wie Spotify wird das Datenvolumen, das die Kunden verbrauchen, nicht auf den Tarif angerechnet.

SPIEGEL: Ihr Partner Apple experimentiert in seinen iPads unterdessen mit sogenannten elektronischen SIM-Karten. Bei denen kauft man seinen Datentarif im Apple-Store und nicht mehr mit einer SIM-Karte bei der Telekom. Wenn das klappt, ist Ihr Geschäftsmodell tot.

Höttges: Ich glaube eher, es kommt uns zugute.

SPIEGEL: Wie das?

Höttges: Wenn wir als Telekom mit einem bestimmten Datentarif auf den iPads und iPhones vorinstalliert sind, können die Kunden unsere guten Netze ausprobieren. Ich bin sicher, sie merken den Unterschied und bleiben bei uns, das kurbelt den Vertrieb zusätzlich an ...

SPIEGEL: Und wenn nicht?

Höttges: Warten wir es doch ab. Eine SIM ist ohne Netz auch heute nur ein Stück Plastik. Und das beste integrierte Netz haben wir. Die amerikanischen Internetfirmen werden in Europa nicht in das Geschäft mit Telekommunikationsnetzen einsteigen. Das beherrschen sie nicht. Außerdem ist ihnen die Kapitalbindung viel zu hoch. Wir haben allein als Telekom mehr als 130 Milliarden Euro in Netzen und Technik fest gebunden. Unser Kunde verlangt im Internetzeitalter drei Dinge von uns: Er will die modernste Technik, einen guten Service, und er will uns vertrauen können. All das können wir liefern.

SPIEGEL: Wie lange werden die heutigen Investitionen in IP-Netze Ihnen die Technologieführerschaft sichern? Zwei, drei oder fünf Jahre?

Höttges: Endlich mal was Positives, Sie gestehen uns zu, dass wir bei der Technologie führend sind. Ich habe es ja eingangs schon gesagt: Bei Innovationen kommt es aufs Tempo an. Wir müssen uns ständig erneuern und verbessern. Wir arbeiten aktuell schon an 5G, dem weltweit ersten Kommunikationsstandard für integrierte Netze. Wir haben den Ehrgeiz, immer ganz vorn mit dabei zu sein. Phasen, in denen wir uns ausruhen können, gibt es nicht mehr.

SPIEGEL: Herr Höttges, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.