



Telekom Austria Group Hauptversammlung 2012

Wien, am 23. Mai 2012

Tagesordnung

- | | |
|----|--|
| 01 | Bericht über das Geschäftsjahr 2011 |
| 02 | Bericht zur forensischen Untersuchung und zu getroffenen Maßnahmen |
| 03 | Verwendung des Bilanzgewinns |
| 04 | Entlastung des Vorstands |
| 05 | Entlastung des Aufsichtsrats |
| 06 | Festsetzung der Vergütung für den Aufsichtsrat |

Tagesordnung

- | | |
|----|---|
| 07 | Wahl des Abschlussprüfers und Konzernabschlussprüfers für das Geschäftsjahr 2012 |
| 08 | Bericht des Vorstands zum Rückerwerb, Bestand und zur Verwendung eigener Aktien |
| 09 | Verlängerung der Ermächtigung des Vorstands zum Aktienrückkauf und damit in Zusammenhang stehende Verwendungsermächtigungen auch unter Ausschluss der allgemeinen Kaufmöglichkeit |
| 10 | Wahlen in den Aufsichtsrat |





Kurzübersicht 1. Quartal 2012

2012 läuft gut an.



2012 läuft gut an
Erfolgreiches 1. Quartal

Umsatz
1.055 Mio. EUR

EBITDA bereinigt
361 Mio. EUR

Nettogewinn positiv
47 Mio. EUR



2012 läuft gut an
Erfolgreiches 1. Quartal

Kundenwachstum
+ 5% Mobilfunk
+ 7% Festnetz

Tagesordnungspunkt 1:

Bericht über das Geschäftsjahr 2011



Telekom Austria Group: Marktführer in Österreich und starker Player in Ost- und Südosteuropa

23 Mio.
Kunden

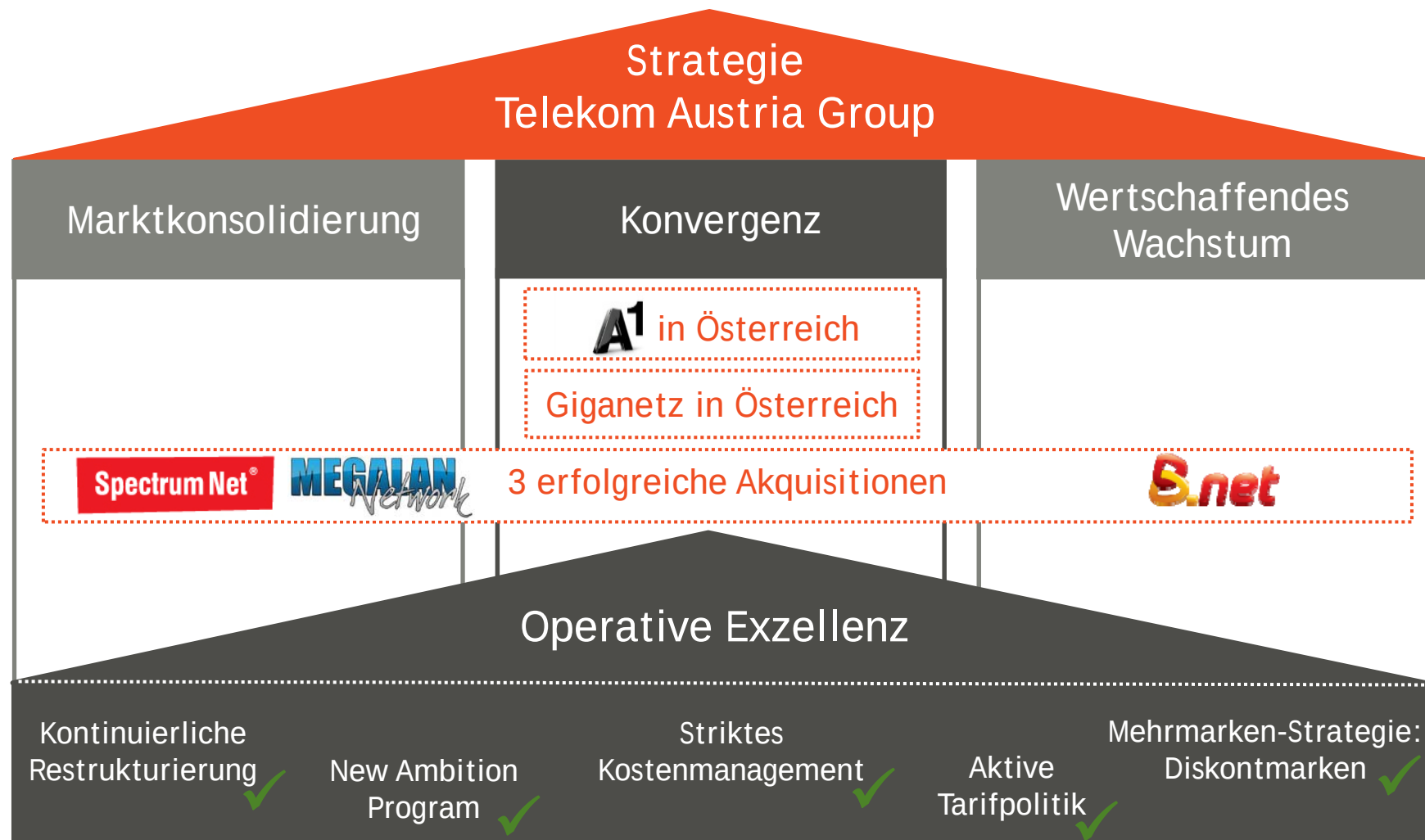


8 Länder

Strategie der Telekom Austria Group basiert auf vier Kernthemen



Strategie der Telekom Austria Group basiert auf vier Kernthemen



Plan zum Erwerb von Vermögenswerten von Orange Austria unterstützt die Konzernstrategie

Frequenzen	Basisstationen	yesss!	ONE
Insgesamt 2 x 13,2 MHz an gepaarten Frequenzen	Bis zu 634 Basisstationen	100% des Mobilfunk- anbieters yesss!	Immaterialgüter- rechte an der Marke "ONE"

Maximaler Kaufbetrag von bis zu 390 Mio. EUR



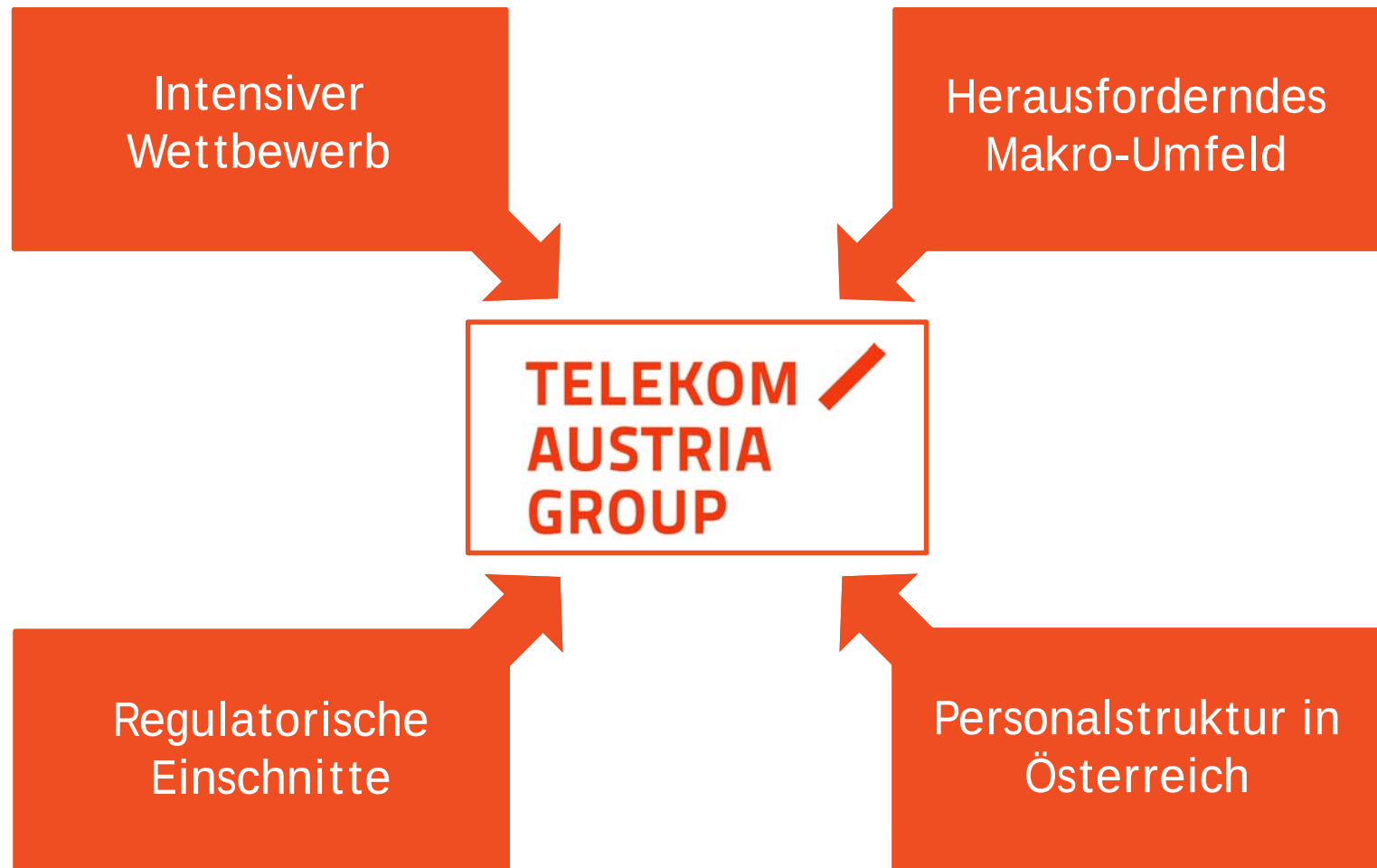
Plan zum Erwerb von Vermögenswerten von Orange Austria unterstützt die Konzernstrategie

Behördlicher Genehmigungsprozess

- > Erwerb von Orange Austria durch Hutchison 3G Austria ist abhängig von der Zustimmung der europäischen Wettbewerbsbehörde und dem österreichischen Regulator
- > Erwerb von yesss! und Frequenzen ist abhängig von der Zustimmung der österreichischen Wettbewerbsbehörde und dem österreichischen Regulator
- > Entscheidung für die zweite Jahreshälfte 2012 erwartet



Schwierige Rahmenbedingungen



Schwierige Rahmenbedingungen

Intensiver Wettbewerb

- > 55% Preisverfall im Mobilfunk in Österreich seit 2006
- > Bis zu 30% Preisprämium zur Nr. 3 in Bulgarien
- > Starker Trend zu Diskontmarken in Österreich, Bulgarien, Kroatien und Slowenien



Schwierige Rahmenbedingungen

Herausforderndes Makro-Umfeld

> 63% Abwertung des weißrussischen Rubels

> 108% Inflation in Weißrussland

> Geringes Wirtschaftswachstum

> +1,7% in Bulgarien

> -0,4% in Kroatien



Schwierige Rahmenbedingungen

Regulatorische Einschnitte

- > 78 Mio. EUR Umsatzrückgang durch Regulierung
- > Rückgang der Terminierungsentgelte von bis zu 54%
- > Senkung der Roamingentgelte von bis zu 25%
- > Gesamte Branche betroffen



Schwierige Rahmenbedingungen

Personalstruktur in Österreich

- > 76% Beamte und Mitarbeiter mit erweitertem Kündigungsschutz
- > 234 Mio. EUR Restrukturierungsaufwand zum Abbau von 791 Mitarbeitern



2011 – Konzernziele erfolgreich erreicht

KONVERGENZ

Einheitliche Marke A1 in Österreich
Marktstart in Bulgarien und Kroatien



2011 – Konzernziele erfolgreich erreicht

BREITBAND

Wachstum in Österreich

+ 10% Festnetz Breitband

+ 14% Mobiles Breitband



2011 – Konzernziele erfolgreich erreicht

AUSGEZEICHNETES MOBILFUNKNETZ

Österreich, Bulgarien, Kroatien,
Slowenien und Republik Serbien



2011 – Konzernziele erfolgreich erreicht

GIGANETZ ÖSTERREICH

52% Abdeckung erreicht



2011 – Konzernziele erfolgreich erreicht

KOSTENMANAGEMENT

67 Mio. EUR eingespart



Operative Maßnahmen und Erfolge in unseren Märkten





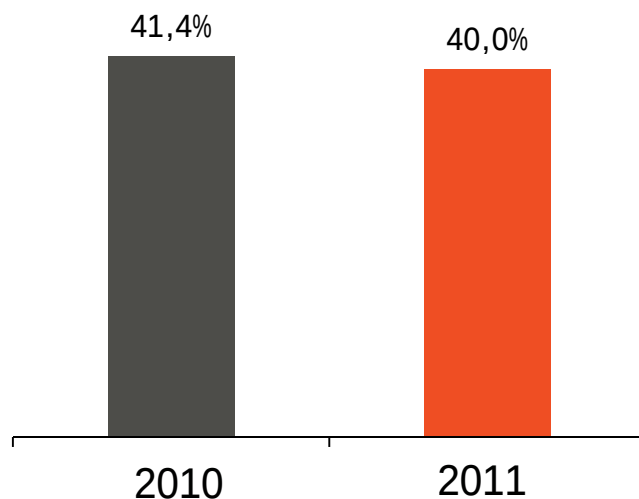
Österreichs unangefochtene Nr. 1

A1

Unangefochtene Nr. 1

Marktanteil

(in %)



Operative Maßnahmen 2011

- > Erfolgreiche Integration/Konvergenzstrategie
- > Aktive Tarifpolitik
- > Netzausbau



Österreichs
unangefochtene Nr. 1

A1

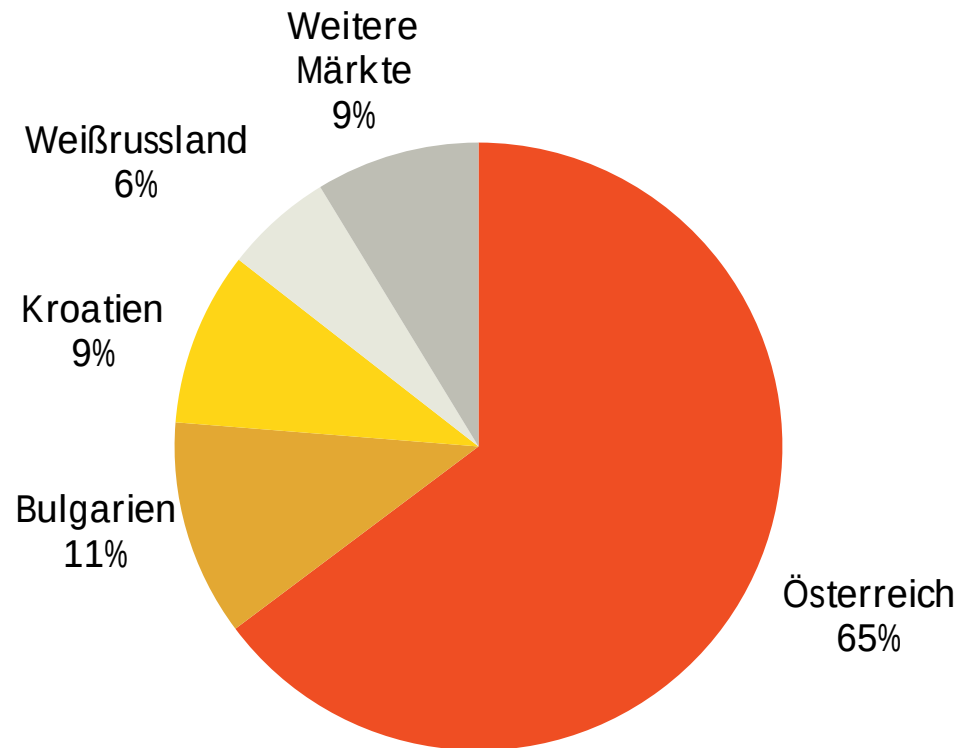
Operative Erfolge 2011

- > Neue Marke innerhalb von 6 Monaten lanciert
- > Konvergentes Shopkonzept mit internationaler Aufmerksamkeit ausgerollt
- > Modernstes Netz in Europa – Next Generation Voice
- > Technologisch weiterhin „bestes Netz“

Rund 2/3 des Umsatzes und bereinigten EBITDAs kommen aus dem Segment Österreich

Umsatz nach Segmenten*

(in %)



* Exklusive Holding & Sonstige, Eliminierungen: -93,1 Mio. EUR

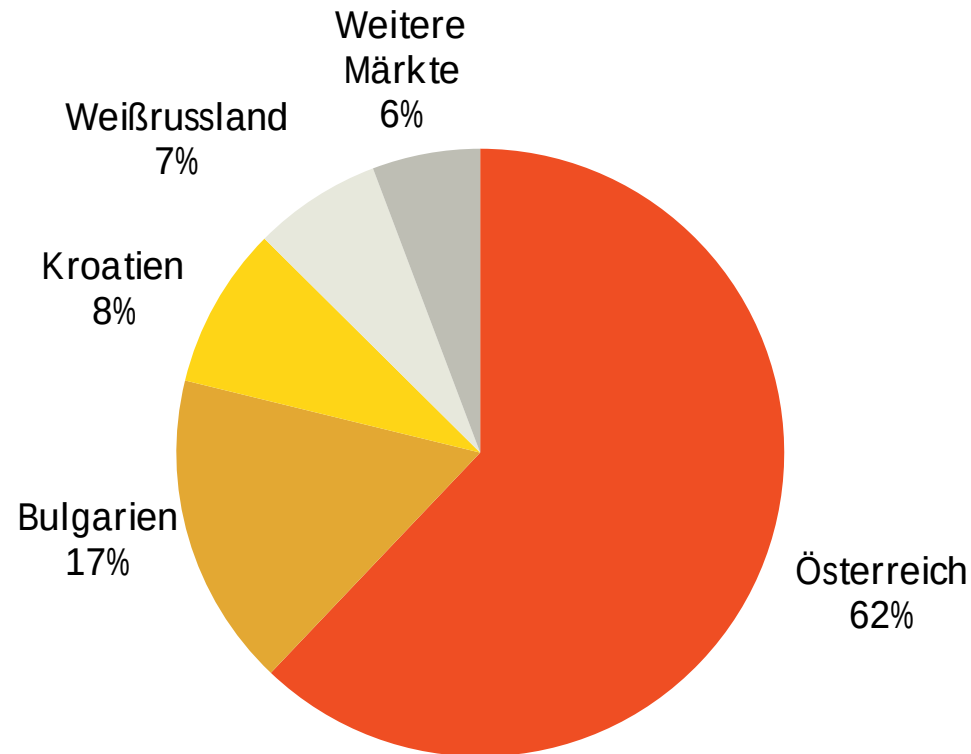
Hauptversammlung 2012



Rund 2/3 des Umsatzes und bereinigten EBITDAs kommen aus dem Segment Österreich

EBITDA bereinigt nach Segmenten*

(in %)



* Exklusive Holding & Sonstige, Eliminierungen: -38,6 Mio. EUR

Hauptversammlung 2012



Operative Trends in Österreich

Konvergenz

- > Kundenwunsch „Alles aus einer Hand“
- > Investitions- und Kosteneffizienz



Wettbewerb und Preisdruck



TELE2

- > Hoch kompetitiver Mobilfunkmarkt mit 4 Anbietern führt zu Preisverfall
- > Starker Wettbewerb in Ballungszentren im Festnetz



..T..Mobile..



Smartphones

- > Über 70% aller A1 Erstanmeldungen sind Smartphones

Datenwachstum

- > Exponentielles Datenwachstum im Mobilfunk und im Festnetz

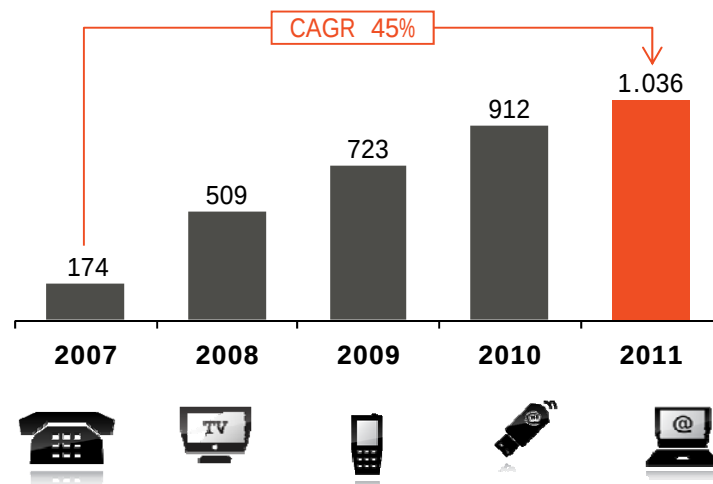
A1 – einziger Anbieter für “Alles aus einer Hand” - Lösungen



Konvergente Produktbündel führen langfristig zu Stabilisierung des ARPLs

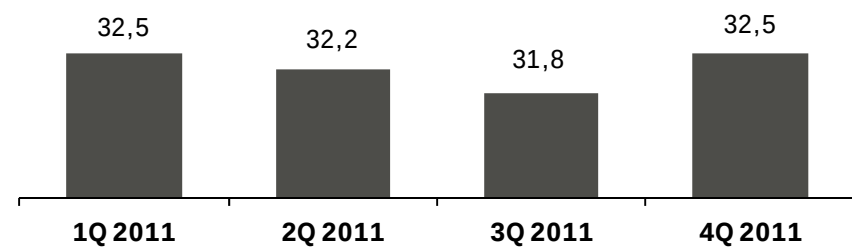
Entwicklung der Produktbündel

(in 1.000)



ARPL Entwicklung in 2011

(in EUR)

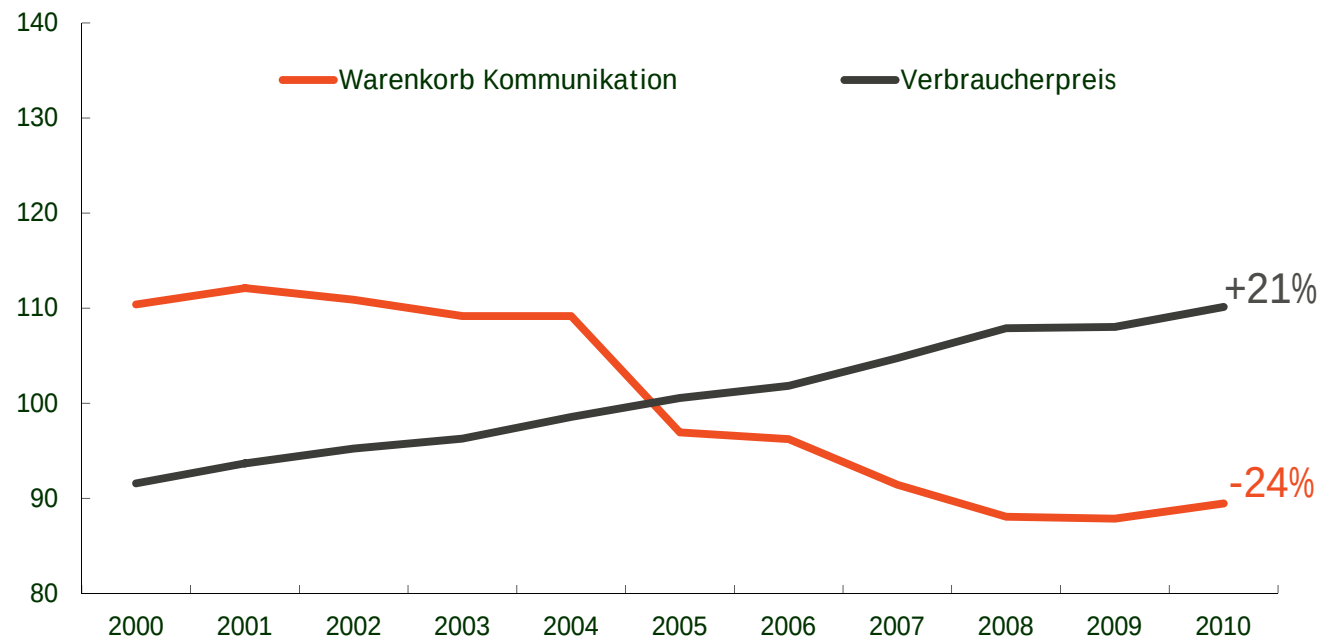


> Breitbandwachstum kompensiert teilweise Festnetzminutenrückgang und stabilisiert den durchschnittlichen Erlös pro Kunde (ARPL)



24% Preiserosion seit 2000 am österreichischen Kommunikationsmarkt

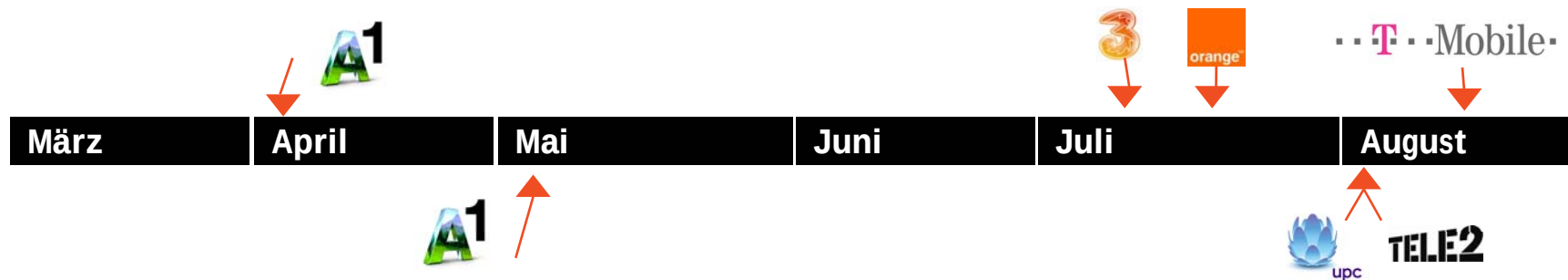
Österreich: Verbraucherpreis vs. Warenkorb Kommunikation



Innovative Schritte um der Preiserosion entgegenzuwirken

Aktive Tarifpolitik 2011 – Absicherung Netz- und Servicequalität für Kunden

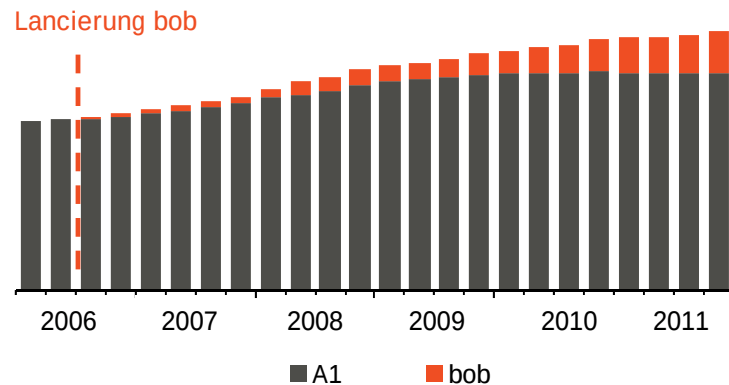
- > Einführung der SIM Pauschale iHv. 19,90 EUR p.a. pro Neukunden und Kunden, die ihre Tarife wechseln



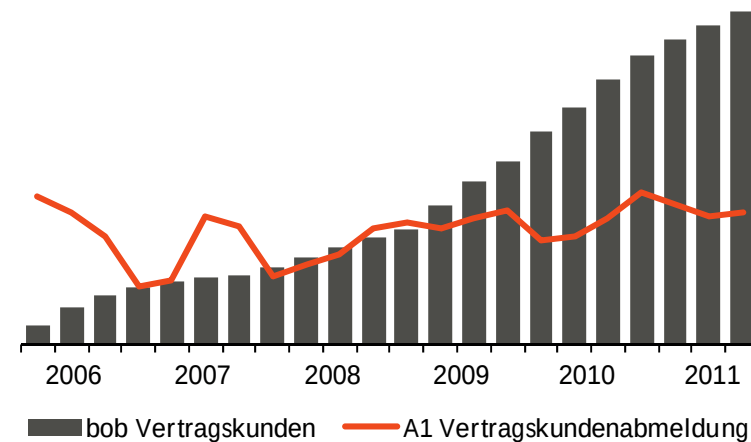
- > Einführung der Internet Service Pauschale iHv. 15 EUR pro Jahr und Kunde

Effiziente Segmentierung des österreichischen Mobilmarktes durch Mehrmarkenstrategie

Entwicklung A1 und bob Kundenbasis



A1 Abmeldung vs. bob Kunden



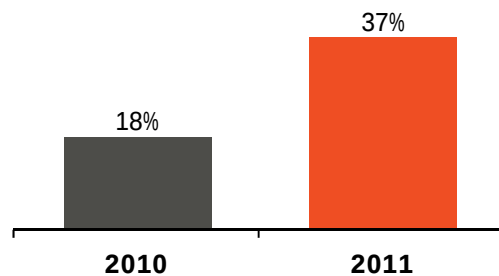
Segmentierung als effiziente Maßnahme um Premiummarke gegen Preisverfall zu schützen



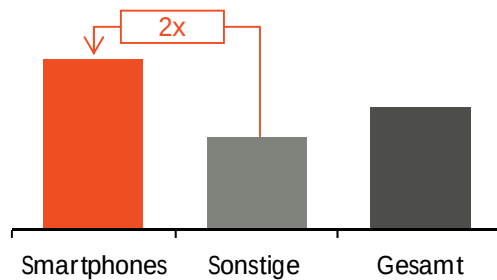
Für steigende Nachfrage nach Smartphones optimal positioniert

A1 Smartphone-Penetration

(in %)



Durchschnittlicher Erlös 2x höher



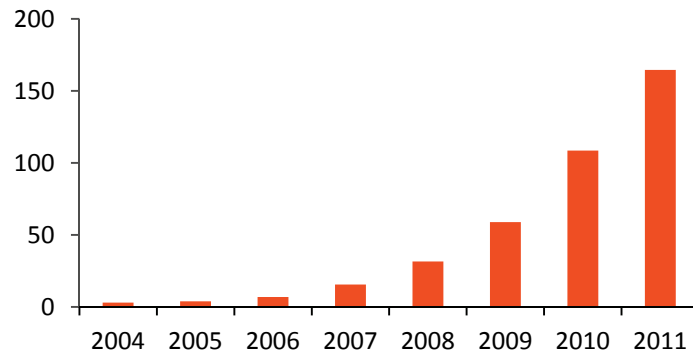
- > Smartphone für jeden Kundenwunsch
- > Innovationsführerschaft durch A1 Applikationen



Leistungsfähiges konvergentes Netz sichert Marktführerschaft

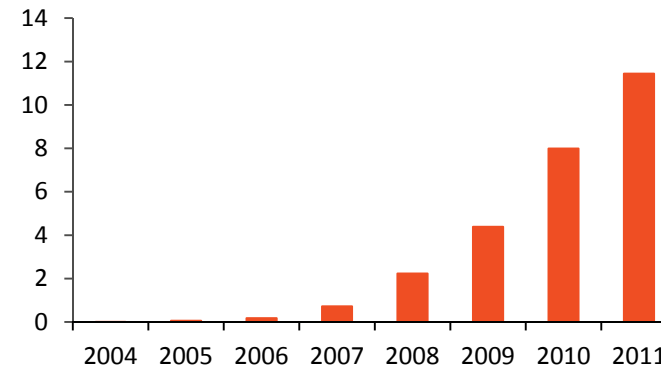
A1 Datenvolumen Festnetz

(in Petabyte)



A1 Datenvolumen Mobilkommunikation

(in Petabyte)



Effizienz durch Konvergenz

- > 52% der Haushalte an das Giganetz angebunden
- > 3.100 Basisstationen an Giganetz angeschlossen und für die Zukunft gerüstet
- > 50% Dual Cell (bis zu 42 Mbit/s) Abdeckung
- > 15% LTE Abdeckung

A1 investierte über 1,4 Mrd. EUR von 2009 bis 2011 in den Infrastrukturausbau Österreichs

Kriterien für den Rollout

- > Nachfragepotenzial
- > Wettbewerb
- > Bevölkerungsdichte
- > Technische Voraussetzungen
- > Kooperationen

NGA-Rollout 2011

- > FTTH/FTTB Rollout in Wien
- > FTTC Rollout in
 - > Wien und Umgebung
 - > Ausgewählte Landeshauptstädte
 - > Geförderter Rollout in ländlichen Gegenden*
- > FTTEx Rollout österreichweit

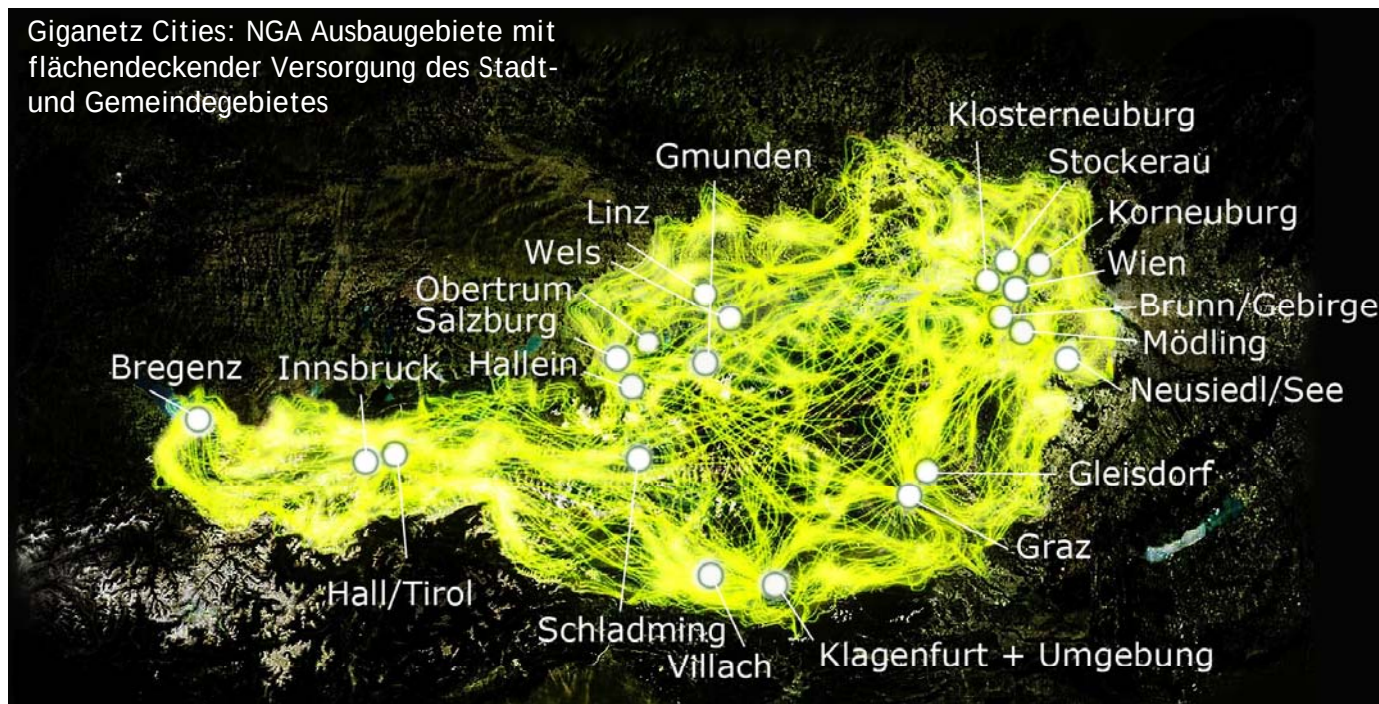
* Förderungen von EU, Bund und Ländern im Rahmen der ELER 2013 Ausschreibung

52% der österreichischen Haushalte durch Giganetz in 2011 abgedeckt

Gesamter adressierbarer Markt

(in 1.000, % der Haushalte)

	2010	Plan 2011	Erreicht 2011	
NGA Rollout	1.750 (42%)	2.110 (50%)	2.170 (52%)	+24% ✓



Restrukturierungsprogramm in 2011 erfolgreich fortgesetzt – Weitere Maßnahmen für 2012 geplant

Ziel für 2011

ungefähr 700 Vollzeitkräfte

- > Sozialpläne: 75% - 85%
- > Transfer zum Bund: 15% - 25%

Restrukturierungsaufwand von
bis zu 250 Mio. EUR

Erreicht in 2011

791 Vollzeitkräfte ✓

- > Sozialpläne: 685 Vollzeitkräfte (87%)
- > Transfer zum Bund: 106 Vollzeitkräfte (13%)

Restrukturierungsaufwand von
234 Mio. EUR ✓

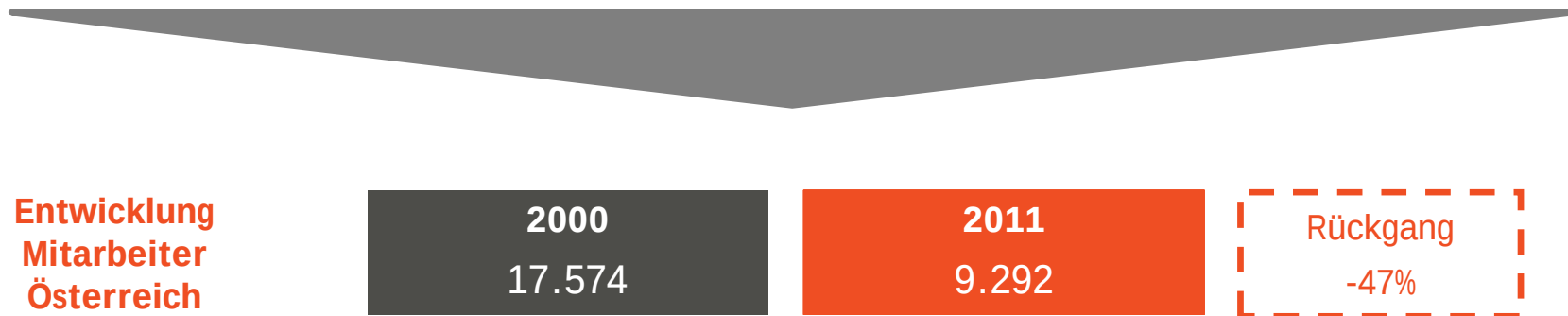
Initiative für 2012

Ungefähr 120 Vollzeitkräfte

Restrukturierungsaufwand von bis zu 50 Mio. EUR

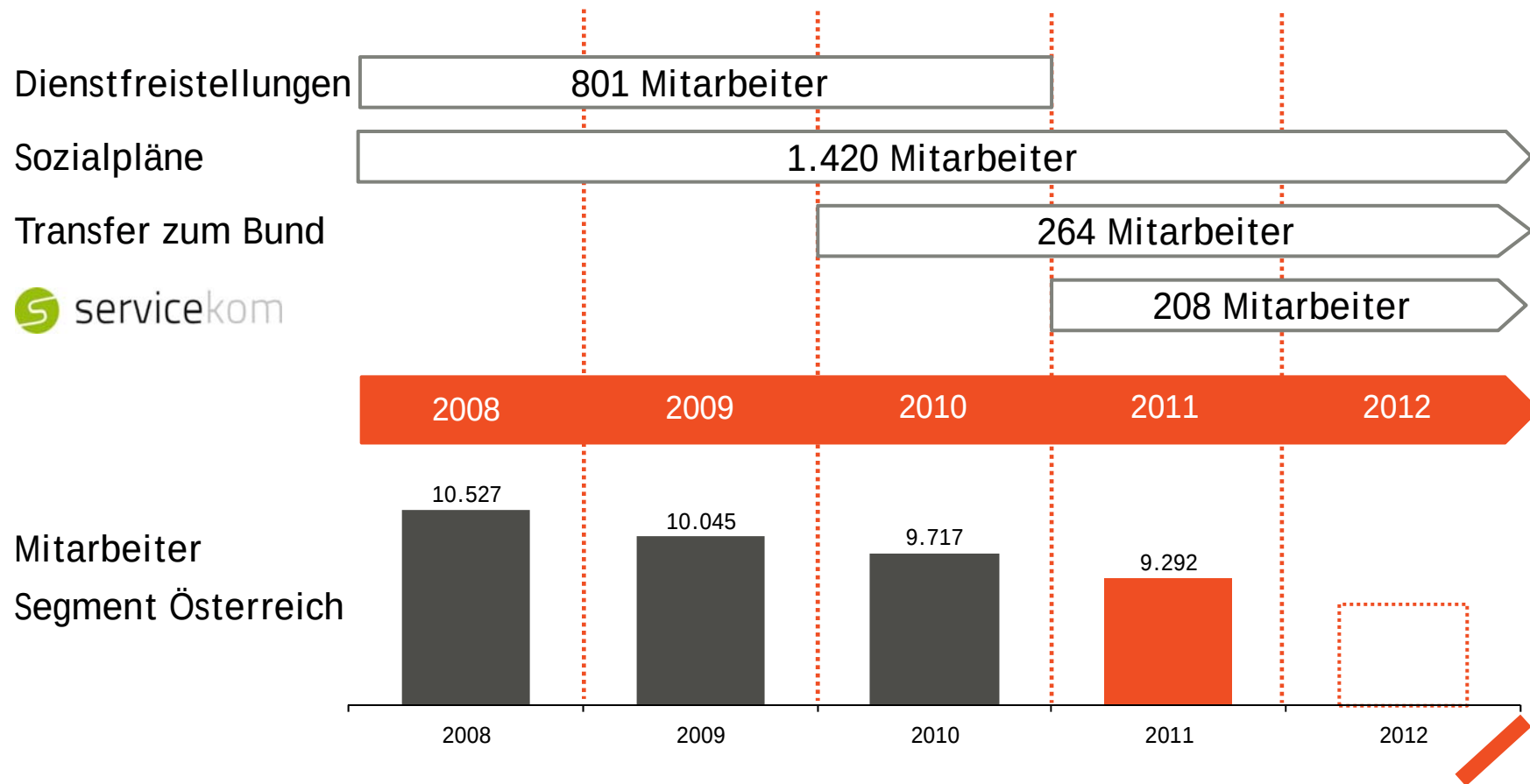
Inflexible Personalkostenstruktur in Österreich

- > Rund 76% der Vollzeitangestellten sind entweder Beamte oder erweitert kündigungsgeschützt
- > Durchschnittsalter bei beamteten Mitarbeitern beträgt 47 Jahre
- > Biennalsprünge sowie kollektiv-vertragliche Erhöhungen führen zu Personalkostenerhöhungen von rund 5% pro Jahr



Restrukturierungsmaßnahmen entlasten das bereinigte EBITDA

Maßnahmen und Entwicklung Mitarbeiter



Entwicklung der internationalen Beteiligungen in 2011





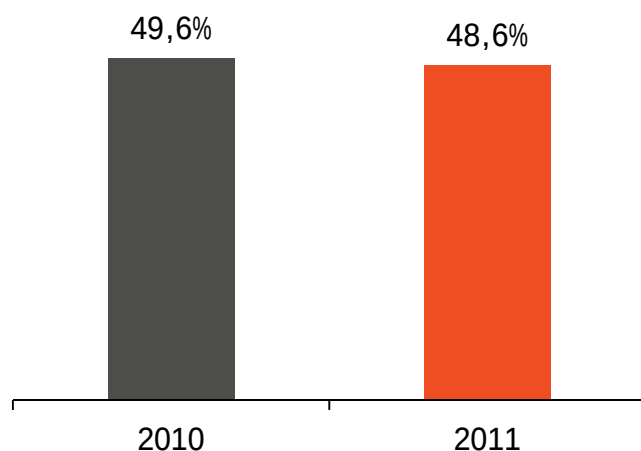
Bulgarien: Konvergenz-Strategie erfolgreich implementiert



Stabile Nr. 1

Marktanteil

(in %)



Herausforderungen 2011

- > 1,7% GDP Wachstum exportgetrieben
- > Rückläufige heimische Nachfrage
- > Starker Wettbewerb
- > 30% Preisprämium zu Nummer 3



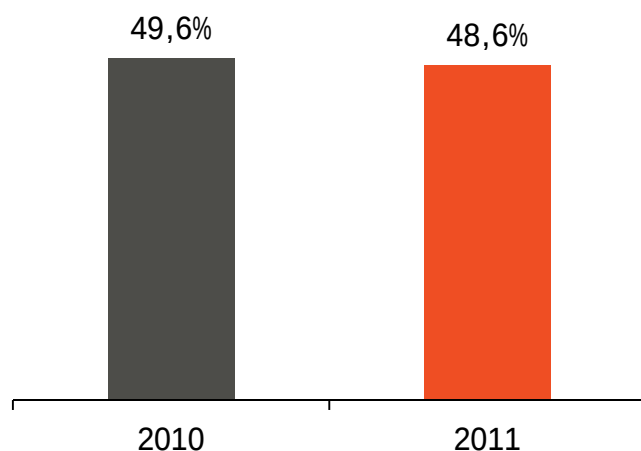
Bulgarien: Konvergenz-Strategie erfolgreich implementiert



Stabile Nr. 1

Marktanteil

(in %)



Operative Maßnahmen 2011

- > Akquisition von 2
Glasfaseranbietern

Spectrum Net®

und

MEGALAN
Network

- > Launch Diskontmarke „bob“





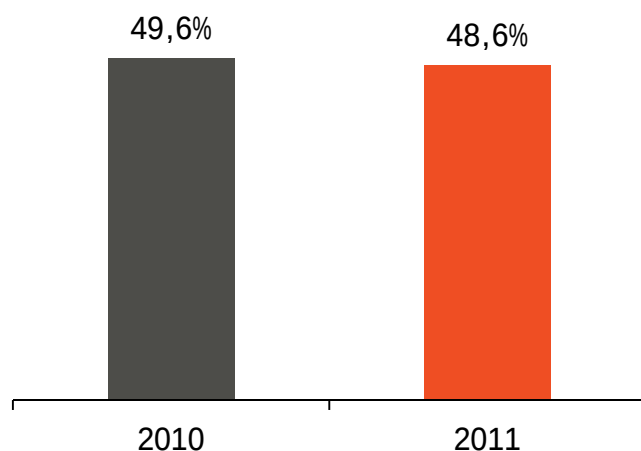
Bulgarien: Konvergenz-Strategie erfolgreich implementiert



Stabile Nr. 1

Marktanteil

(in %)



Operative Erfolge 2011

> 5% Kundenwachstum im Mobilfunk

> 52% Kundenwachstum im mobilen Breitband

> Festnetzkosten kompensiert



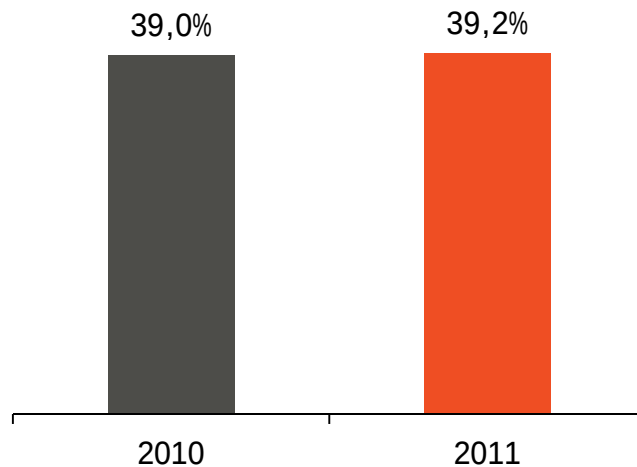
Kroatien: erfolgreiche Akquisition ermöglicht Wandel zum konvergenten Anbieter



Solide Nr. 2 Position

Marktanteil

(in %)



Herausforderungen 2011

> Negatives GDP Wachstum von -0,4%

> Intensiver Wettbewerb

> Massive Regulierung des Mobilfunkgeschäftes

> Mobilfunksteuer



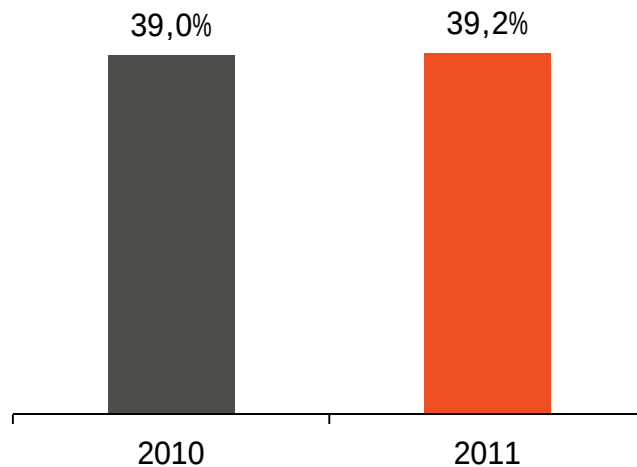
Kroatien: erfolgreiche Akquisition ermöglicht Wandel zum konvergenten Anbieter



Solide Nr. 2 Position

Marktanteil

(in %)



Operative Maßnahmen 2011

- > Akquisition des größten Kabelnetzanbieters B.Net
- > Umsetzung der Konvergenz-Strategie
- > Ausbau von M2M
- > 10% Personalreduktion



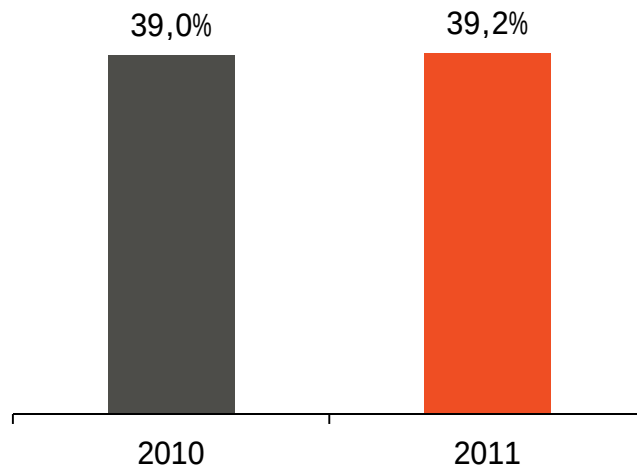
Kroatien: erfolgreiche Akquisition ermöglicht Wandel zum konvergenten Anbieter



Solide Nr. 2 Position

Marktanteil

(in %)



Operative Erfolge 2011

> 9% Vertragskundenwachstum

> 18% Wachstum bei mobilen Breitbandkunden





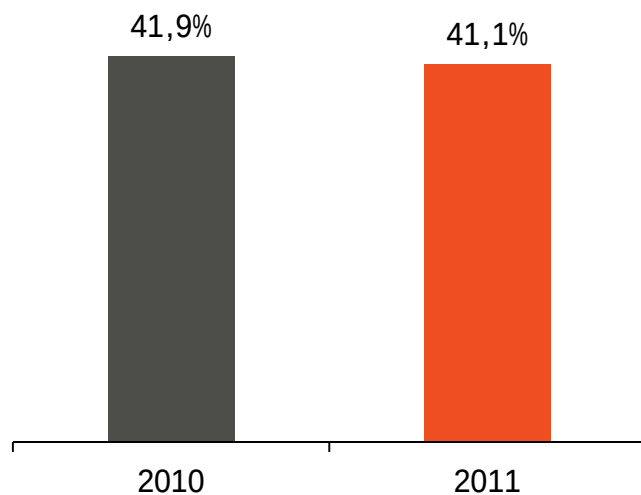
Weißrussland: 2011 geprägt von Inflation und Währungsabwertung

velcom

Stabile Nr. 2 Position

Marktanteil

(in %)



Herausforderungen 2011

> Währungsabwertung von 63%

> Inflationsrate von 108%

> Einführung von Rechnungslegung für Hochinflationenländer



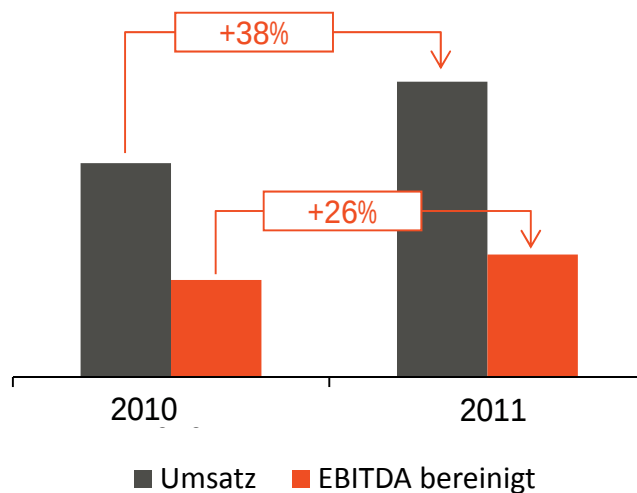
Weißrussland: 2011 geprägt von Inflation und Währungsabwertung

velcom

Entwicklung Finanzkennzahlen

Entwicklung Umsatz und EBITDA bereinigt

(exkl. Effekte aus Hyperinflationsrechnungslegung und Währungsumrechnung)



Operative Maßnahmen 2011

> 35% Preiserhöhungen

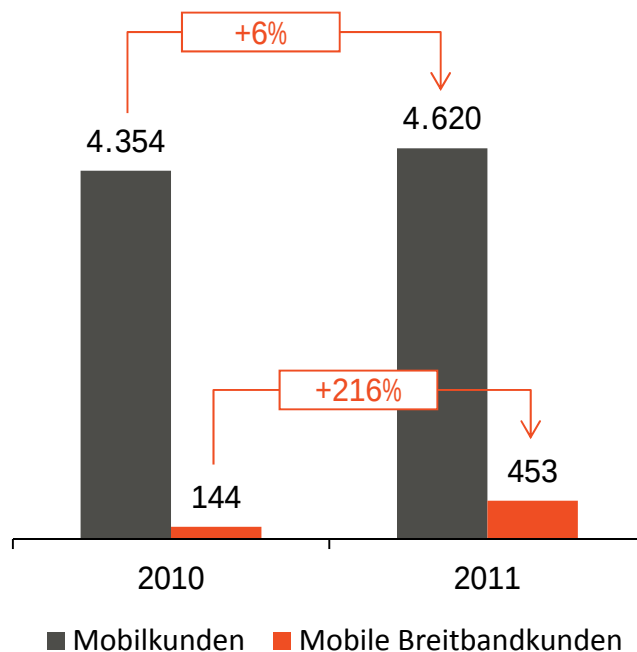
> Reduktion der in Euro denominierten Kosten



Weißrussland: 2011 geprägt von Inflation und Währungsabwertung

velcom

Entwicklung Kunden



Operative Erfolge 2011

- > 6% Kundenwachstum im Mobilfunk
- > 216% Kundenwachstum im mobilen Breitband
- > 38% Umsatzsteigerung in lokaler Währung



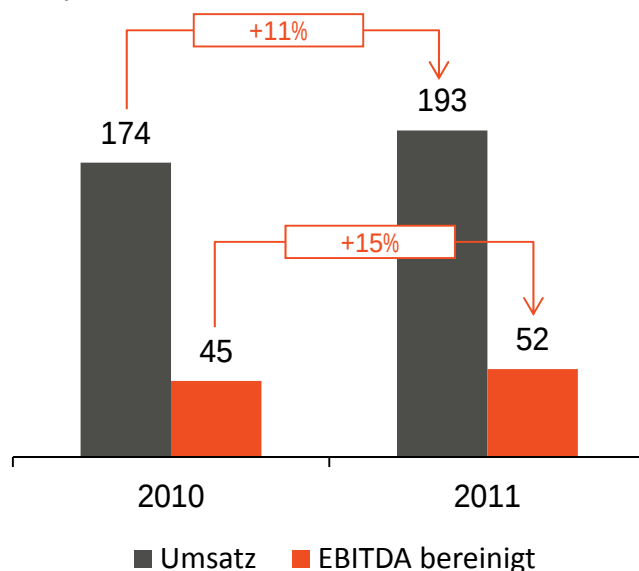
Slowenien: starkes Umsatz- und EBITDA-Wachstum



Stabile Nr. 2 Position ausgebaut

Entwicklung Umsatz und EBITDA
bereinigt

(in Mio. EUR)



Operative Maßnahmen 2011

> Lancierung Diskontmarke „bob“



> iPhone Exklusivität



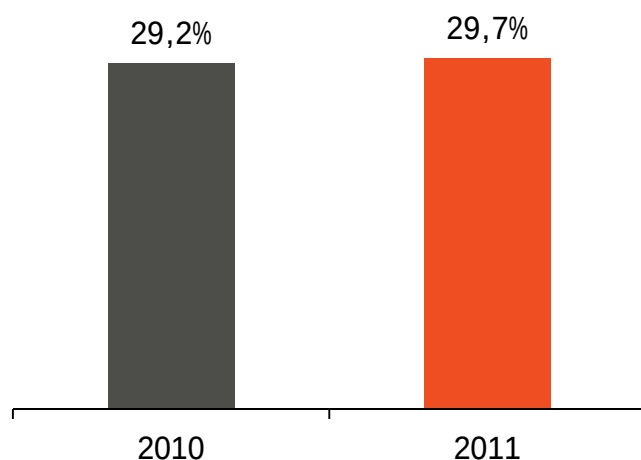
Slowenien: starkes Umsatz- und EBITDA-Wachstum



Stabile Nr. 2 Position ausgebaut

Marktanteil

(in %)



Operative Erfolge 2011

> 3% Kundenwachstum im Mobilfunk

> 9% Wachstum im mobilen Breitband



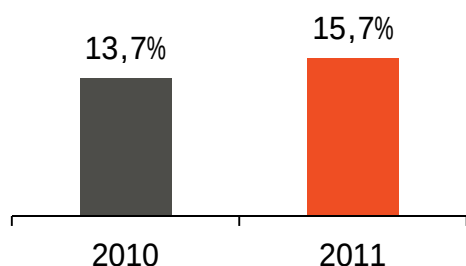
Republik Serbien: setzt Wachstum 2011 fort



Distanz zu Nr. 2 reduziert

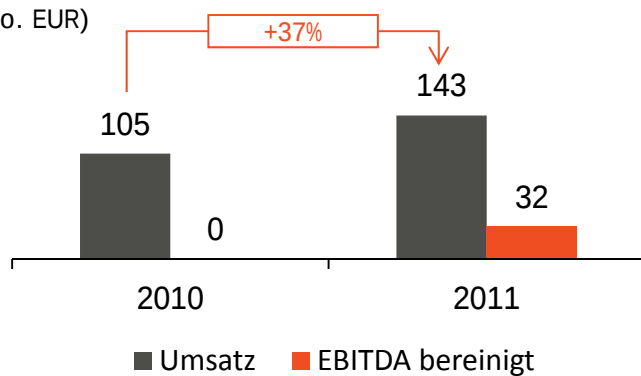
Marktanteil

(in %)



Entwicklung Umsatz und EBITDA bereinigt

(in Mio. EUR)



Operative Erfolge 2011

> Launch von 3G

> 21% Kundenwachstum im Mobilfunk

> Stärkstes EBITDA bereinigt Wachstum der Gruppe

> Connect Award für das beste Netz



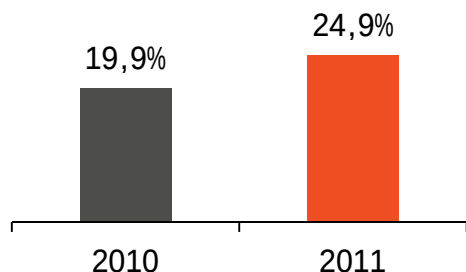
Republik Mazedonien: erreicht 2011 Break Even



Aufstieg zur Nr. 2 am Markt

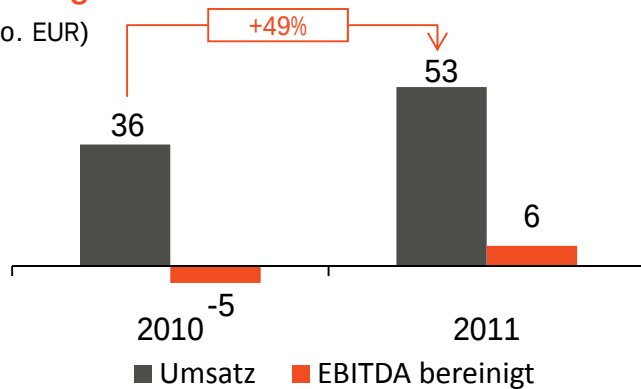
Marktanteil

(in %)



Entwicklung Umsatz und EBITDA bereinigt

(in Mio. EUR)



Operative Erfolge 2011

> 28% Kundenwachstum im Mobilfunk

> EBITDA Break-Even erreicht

> Aufstieg zur Nr. 2 am Markt

Finanzkennzahlen Telekom Austria Group

Ergebnis 2011 entspricht Erwartungen

	Ausblick*	Berichtet	Ohne Sondereffekte**
Umsatzerlöse	ungefähr 4,50 Mrd. EUR	4,45 Mrd. EUR	4,67 Mrd. EUR ✓
Bereinigtes EBITDA	bis zu 1,55 Mrd. EUR	1,53 Mrd. EUR	1,62 Mrd. EUR ✓
Anlagenzugänge	0,75 Mrd. EUR -0,80 Mrd. EUR	0,74 Mrd. EUR	0,73 Mrd. EUR ✓
Operativer Free Cashflow***	bis zu 0,80 Mrd. EUR	0,79 Mrd. EUR	0,89 Mrd. EUR ✓

* Auf konstanter Währungsbasis für alle Länder sowie vor Anpassung für Hyperinflationsrechnungslegung im Segment Weißrussland

** Nettoeffekt aus Rechnungslegung für Hyperinflation und Währungsumrechnung in Weißrussland

*** Operativer Free Cashflow = bereinigtes EBITDA - Anlagenzugänge

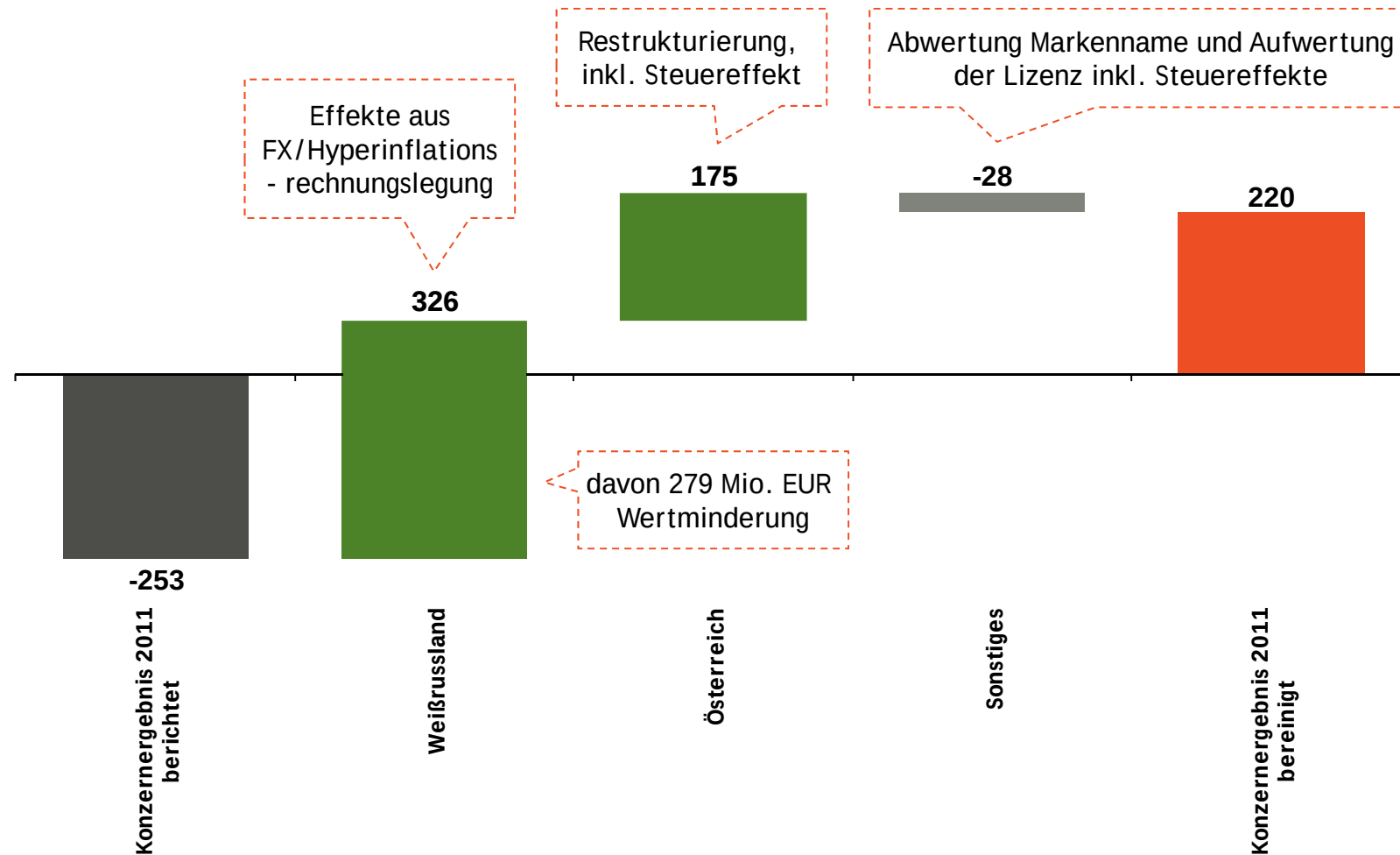
Konzernergebnis von nicht operativen Sondereffekten belastet

(in Mio. EUR)	2011	2010	% Veränd.
Konzernumsatz	4.455	4.651	-4%
<i>Betrieblicher Aufwand</i>	-3.028	-3.094	-2%
Bereinigtes EBITDA	1.527	1.646	-7%
<i>Restrukturierungsaufwand</i>	-234	-124	+88%
<i>Wertminderung und Wertaufholung</i>	-249	-18	-
EBITDA inkl. Effekte aus Restrukturierung und Werthaltigkeitsprüfung	1.045	1.504	-31%
Betriebsergebnis	-8	438	-
Jahresergebnis	-253	195	-
Anlagenzugänge	739	764	-3%

- > Restrukturierungsaufwand von 234 Mio. EUR für 791 Beamte
- > 279 Mio. EUR Wertminderung in Weißrussland durch Rechnungslegung für Hochinflationenländer
- > 19 Mio. EUR Wertminderung für Markennamen in Bulgarien
- > 49 Mio. EUR Zuschreibung in Republik Serbien für Mobilfunklizenz

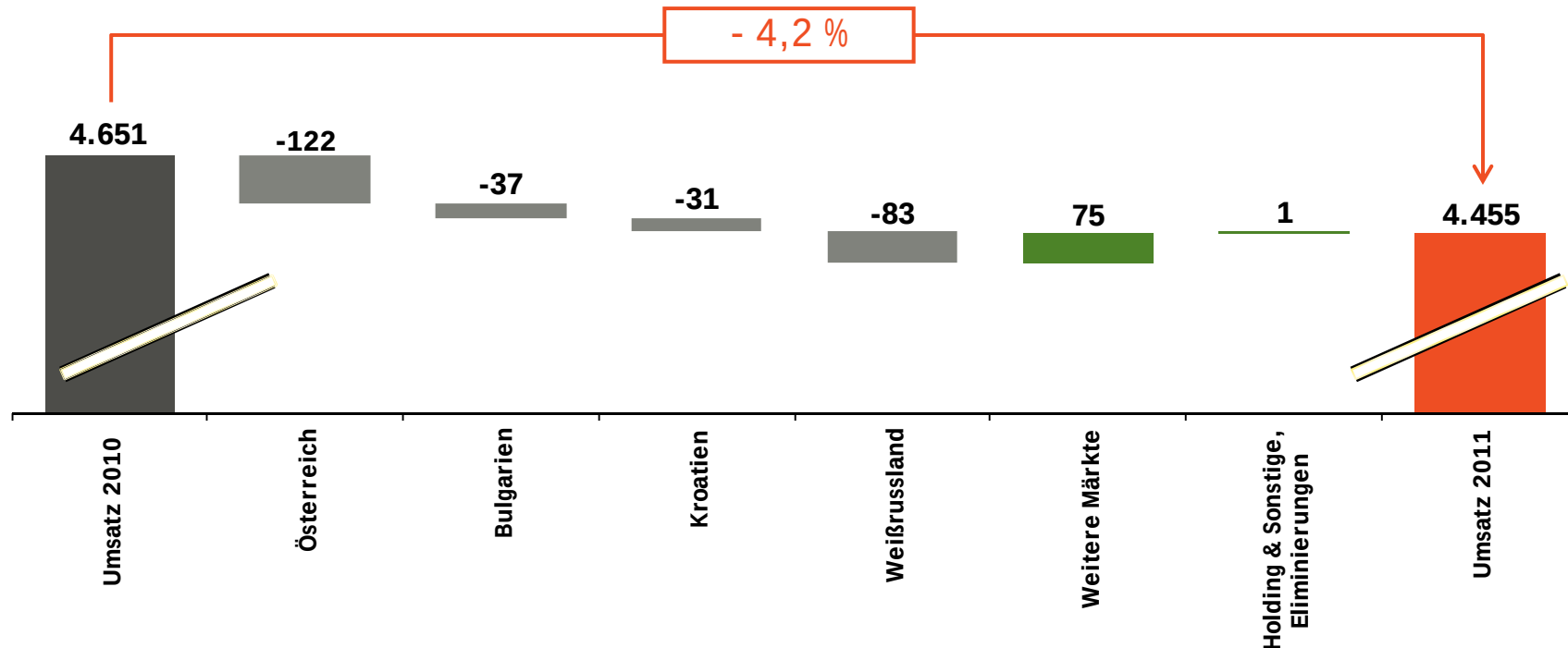
Konzernergebnis von nicht operativen Sondereffekten belastet

(in Mio. EUR)



Wettbewerb, Regulierung und wirtschaftliche Trends treiben Umsatzrückgang

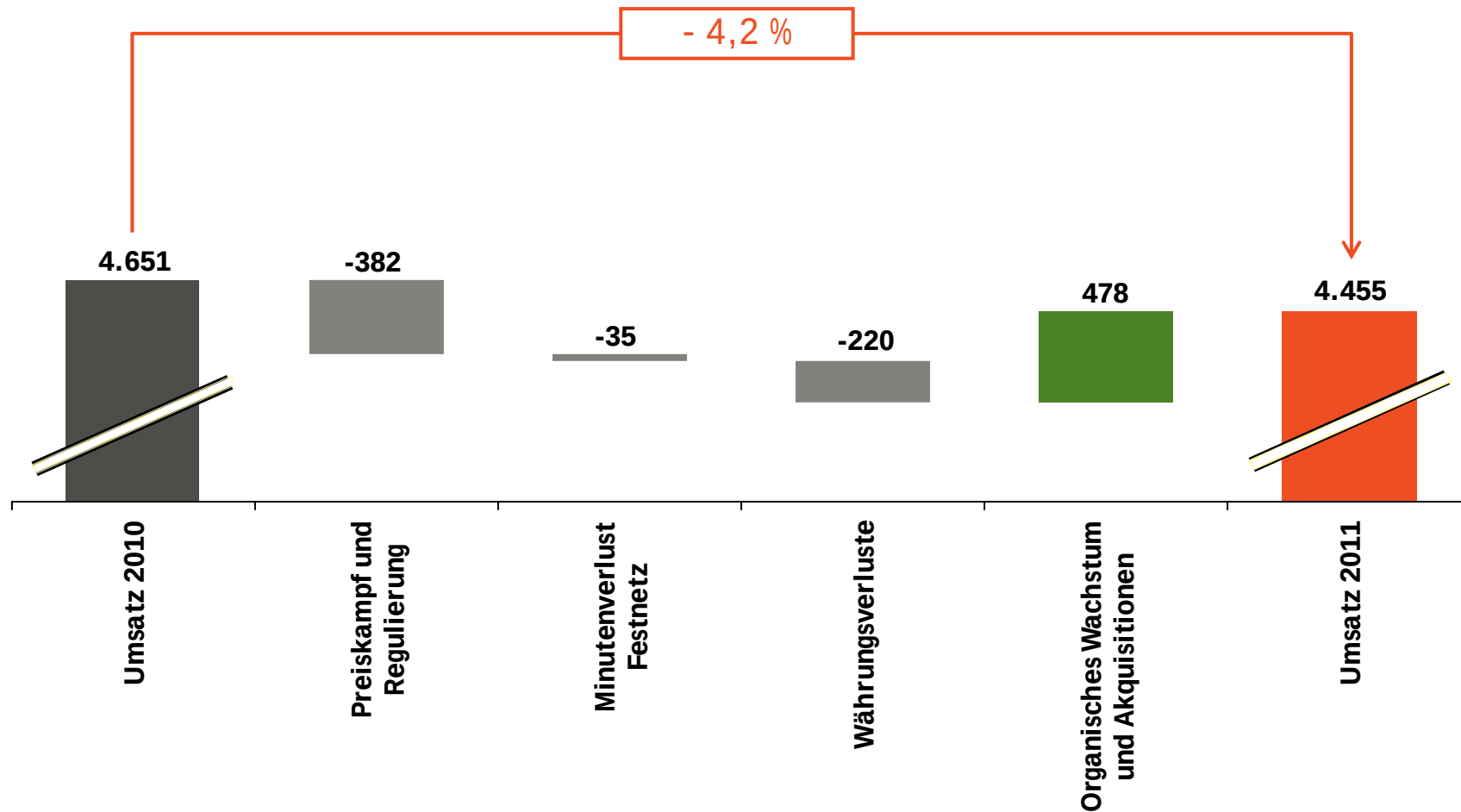
(in Mio. EUR)



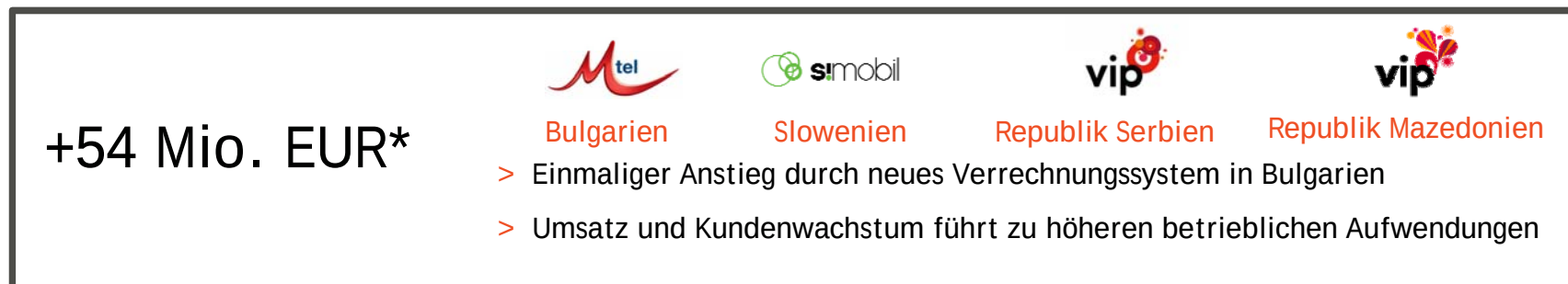
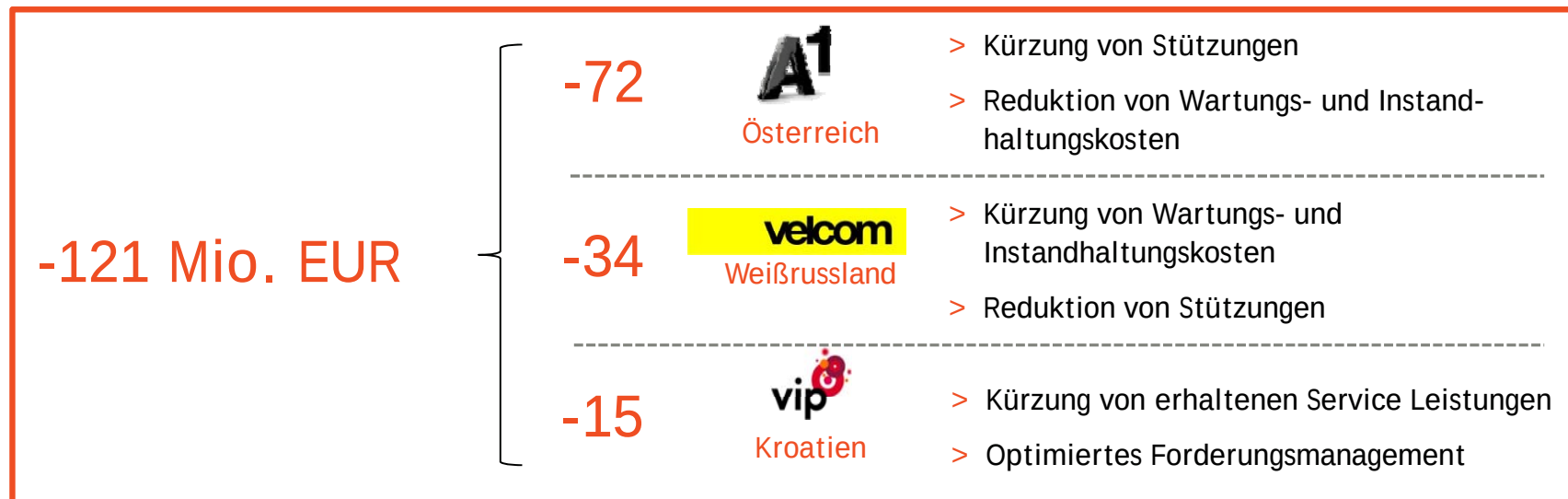
- > Die Segmente Österreich, Bulgarien und Kroatien waren intensivem Wettbewerb, regulatorischem Druck sowie schwierigem makroökonomischen Umfeld ausgesetzt
- > Das Segment Weitere Märkte zeigt Umsatzwachstum getrieben durch einen starken Kundenanstieg

Wettbewerb, Regulierung und wirtschaftliche Trends treiben Umsatzrückgang

(in Mio. EUR)



Striktes gruppenweites Einsparungsprogramm führt zu einer Kostenreduktion von 121 Mio. EUR

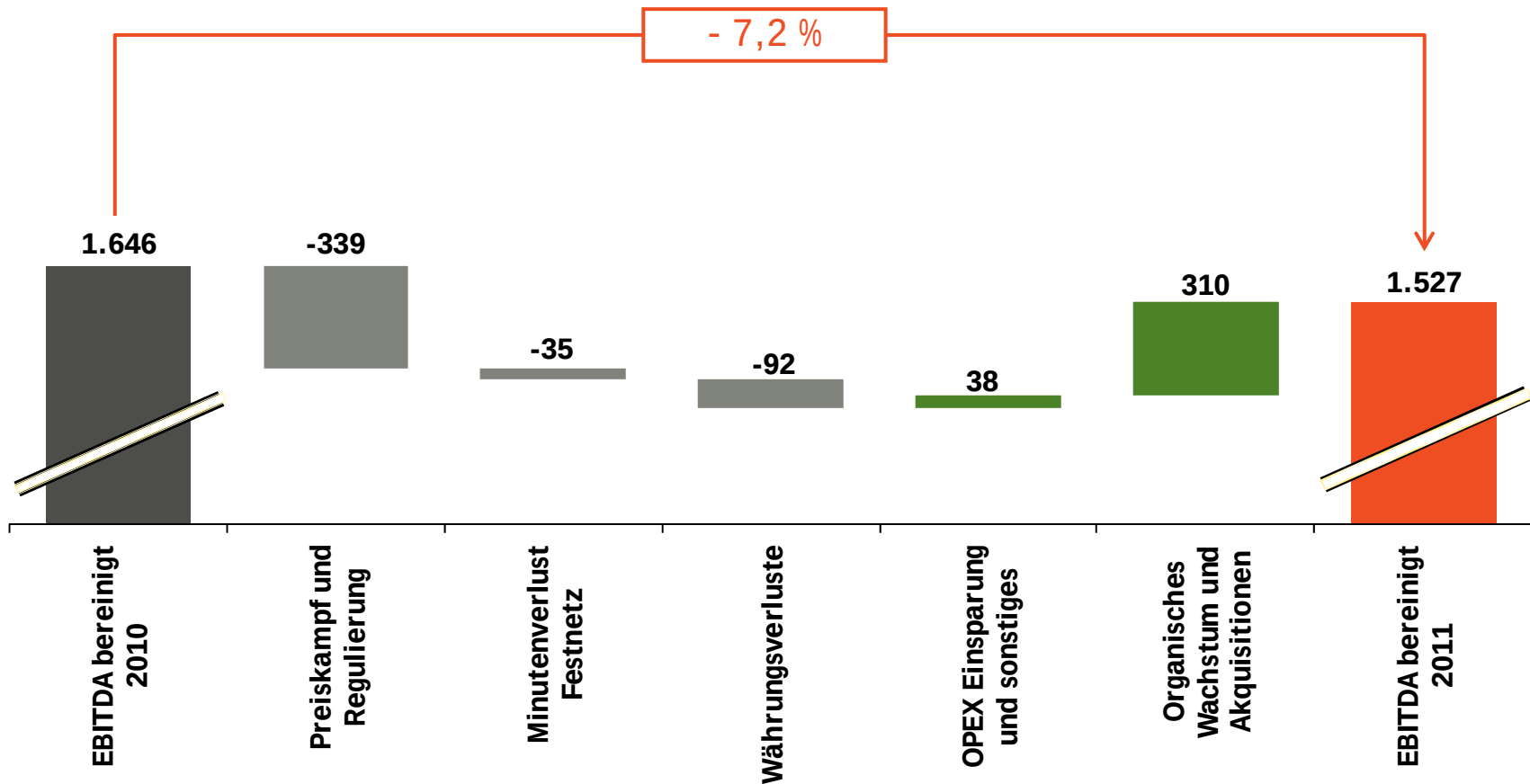


67 Mio. EUR Reduktion der operativen Aufwendungen in 2011

* Holding & Sonstige, Eliminierungen: 14 Mio. EUR
Hauptversammlung 2012

Kostenreduktion um Rückgang des bereinigten EBITDAs einzudämmen

(in Mio. EUR)



Wichtigste Bilanzkennzahlen im Jahresvergleich

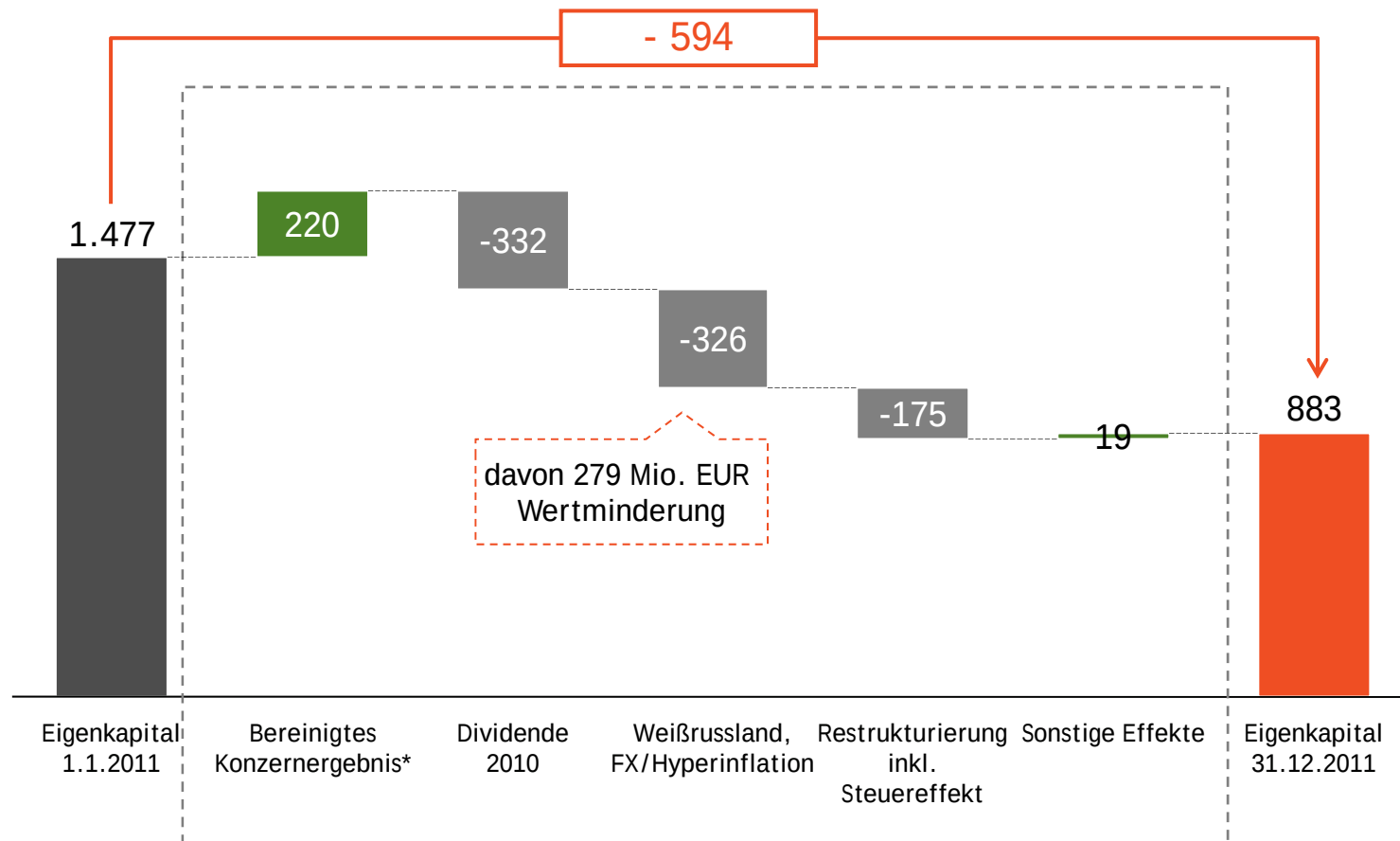
(in Mio. EUR)	2011	2010	%Veränderung
Umlaufvermögen	1.751	1.437	+22%
Anlagevermögen	5.697	6.118	-7%
Bilanzsumme	7.449	7.556	-1%
Kurzfristige Verbindlichkeiten	2.412	1.883	+28%
Langfristige Verbindlichkeiten	4.154	4.196	-1%
Eigenkapital	883	1.477	-40%
Nettoverschuldung	3.380	3.305	+2%
Nettoverschuldung/ EBITDA bereinigt	2,2x	2,0x	-
Free Cashflow	479	645	-26%
Free Cashflow je Aktie	1,08	1,46	-26%

- > Nettoverschuldung durch 3 Akquisitionen in Bulgarien und Kroatien leicht angestiegen

Konzerneigenkapital von nicht operativen Sondereffekten geprägt

Veränderung Eigenkapital 2010 – 2011 nach IFRS

(in Mio. EUR)

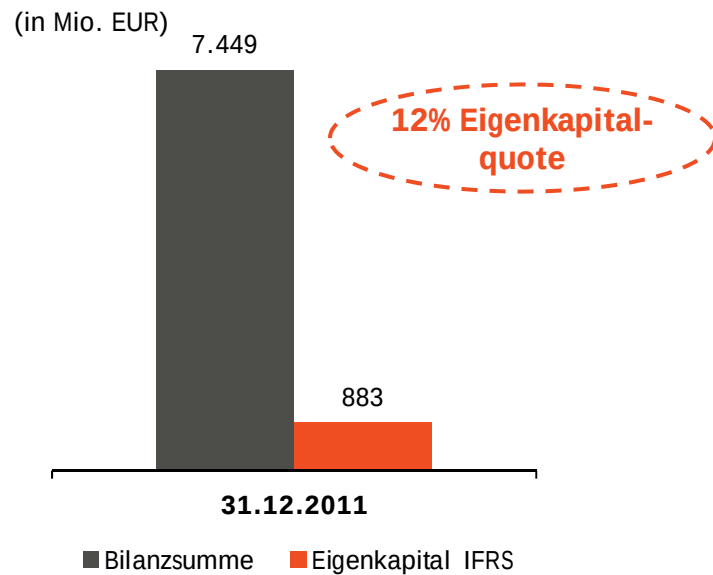


*Konzernergebnis bereinigt um Restrukturierung, Impairment und FX/Hyperinflation Belarus

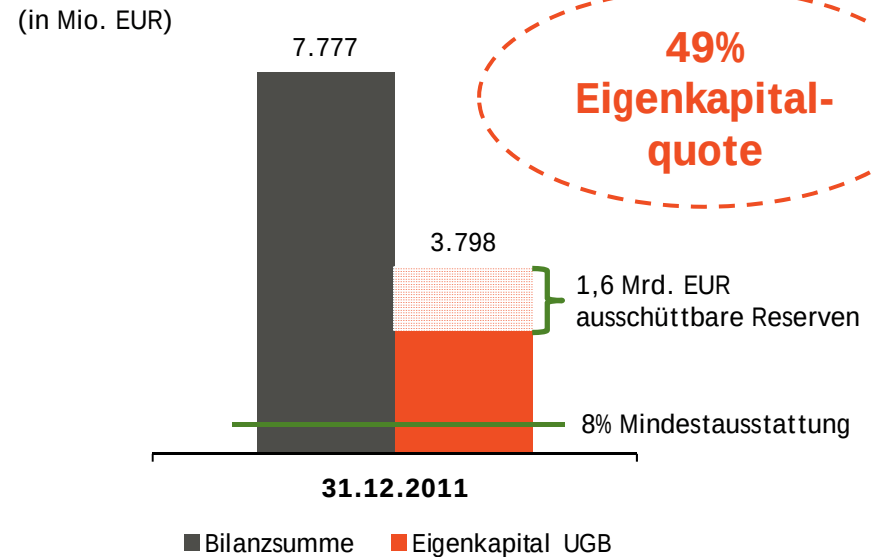
Hauptversammlung 2012

Trotz Reduktion solide Eigenkapitalposition

Konzernbilanz gem. IFRS

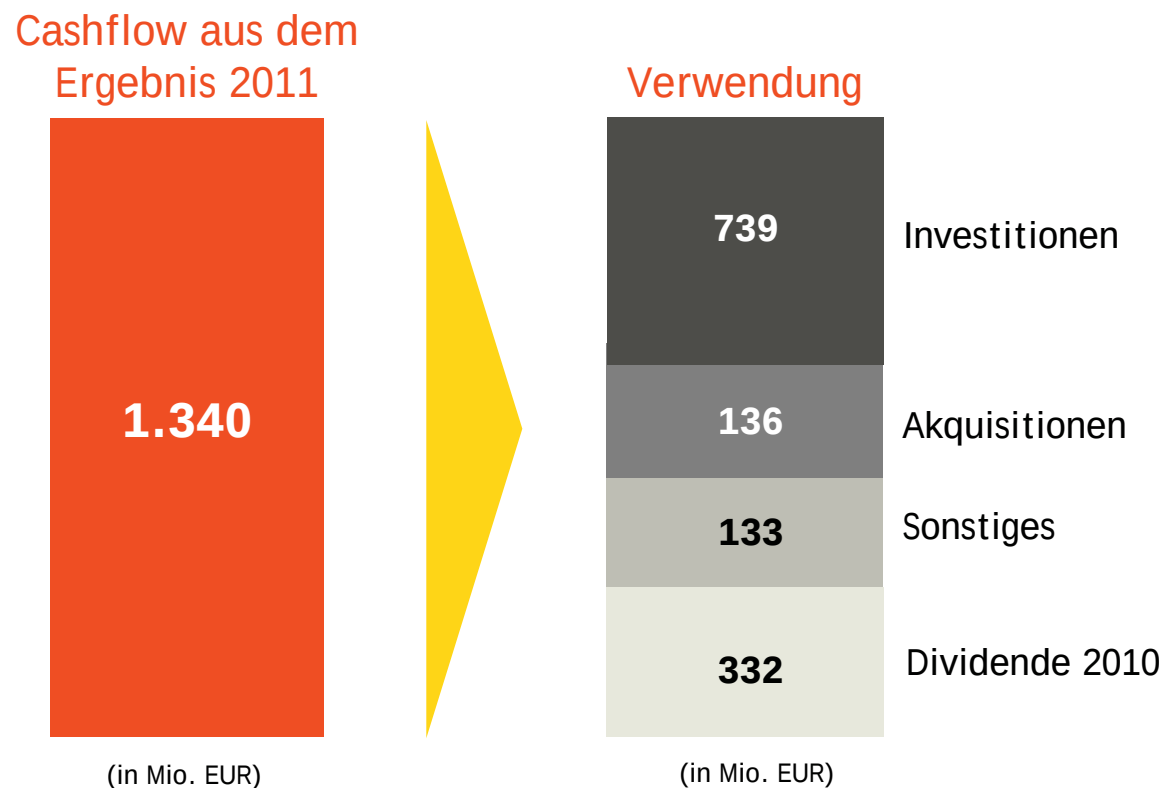


Einzelabschluss gem. UGB



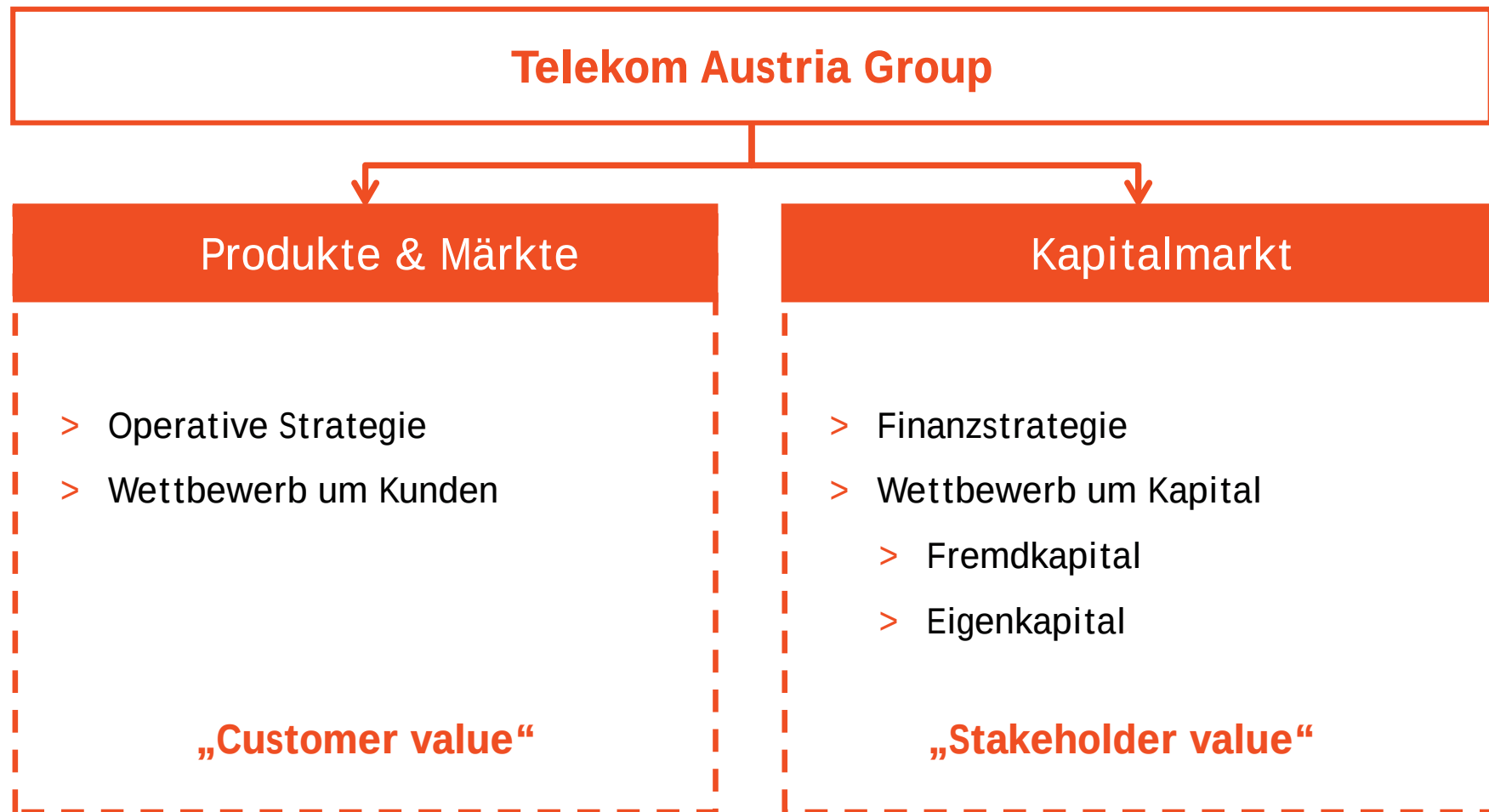
- > Handelsrechtlich ermittelter Bilanzgewinn bildet Grundlage für
 - > Gewinnausschüttung
 - > Eigenkapitalausstattung

Starker Cashflow als Basis für Investitionen, Akquisitionen und Dividendenausschüttung

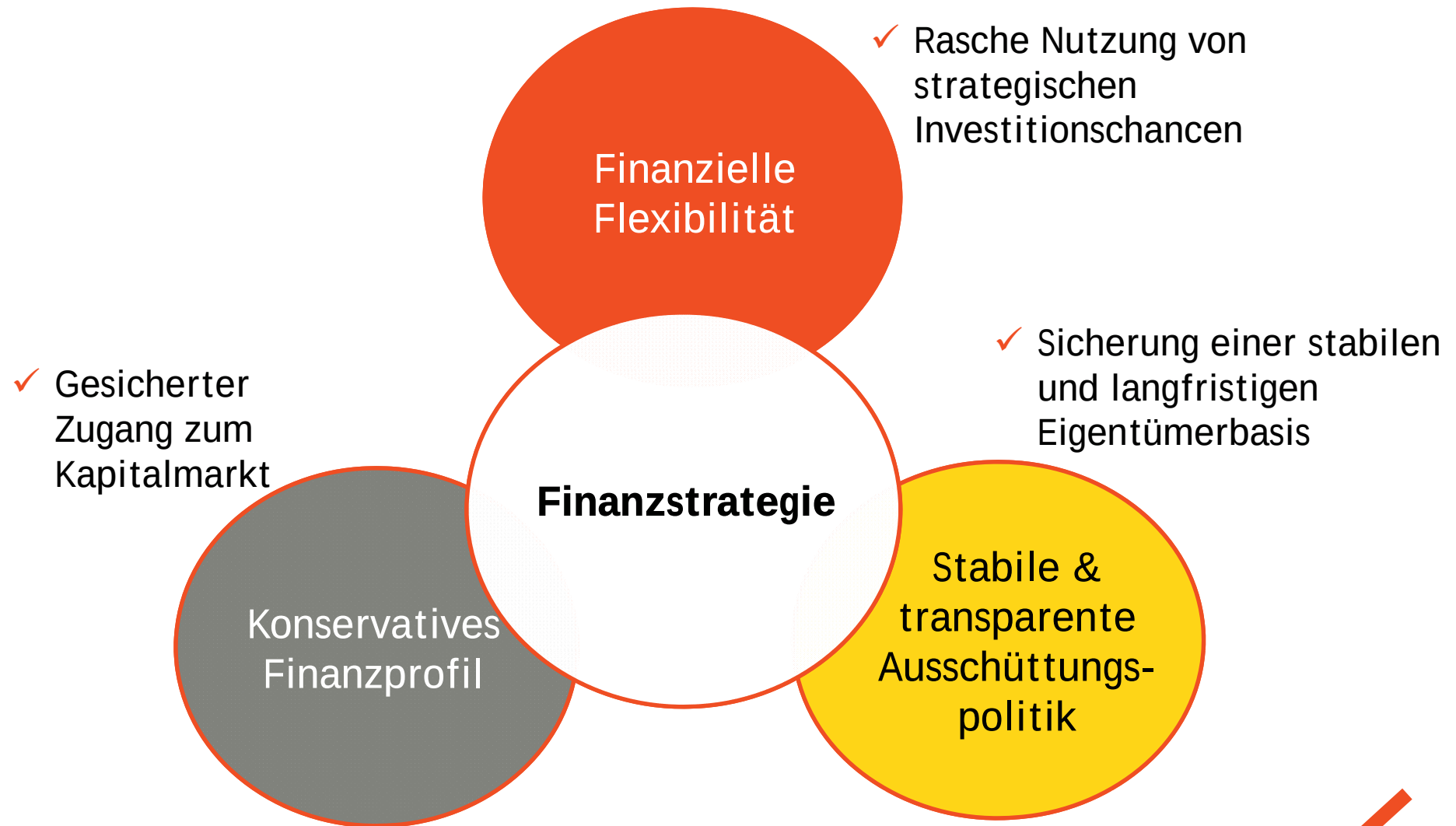


Finanzstrategie

Stakeholdervalue maximierung durch ausgewogene Finanzstrategie



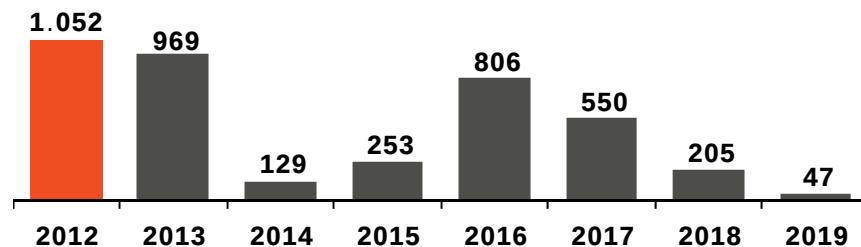
Drei Eckpfeiler der Finanzstrategie



Konservatives Finanzprofil bei breit diversifizierter Finanzierungsbasis

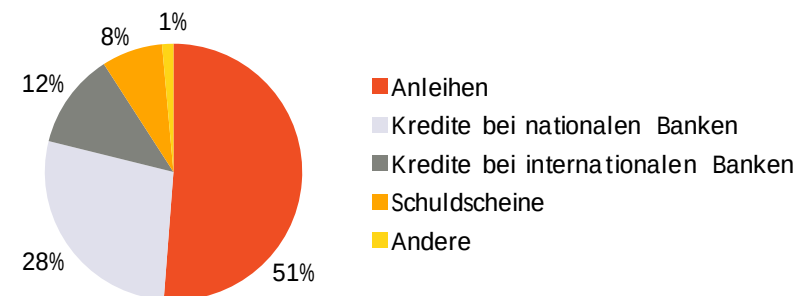
Fälligkeitsprofil der Verbindlichkeiten

(per 31.12.2011, in Mio. EUR)



Ausgewogene Finanzierungsbasis

(in %)



Signifikante Finanzielle Flexibilität

- > Nicht ausgenützte Kreditlinien in Höhe von 1 Mrd. EUR
- > Liquide Mittel in Höhe von 460 Mio. EUR per 31. Dezember 2011
- > Durchschnittliche Fremdkapitalkosten von 4,5% unter dem Sektordurchschnitt
- > Finanzierungspolitik ist im internen Finanzregelwerk festgeschrieben (z.B. Bankenlimite, Zinsbindung fix vs. variabel, Net debt/ EBITDA bereinigt, EBITDA/ Zinsaufwand)

750 Mio. EUR Anleihe erfolgreich in 2012 platziert

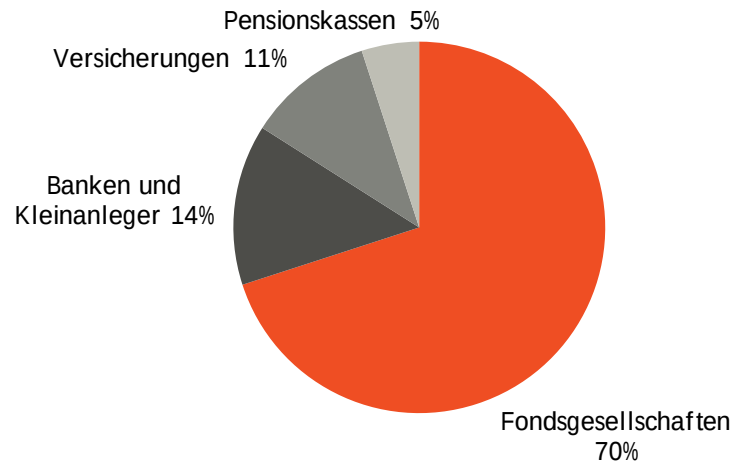
Eckdaten

Volumen	750 Mio. EUR
Zinssatz	4%
Laufzeit	10 Jahre

> Ausnützung der günstigen Emissionsbedingungen am Kapitalmarkt

> Finanzierung liegt deutlich unter durchschnittlichen Fremdkapitalkosten

Platzierung



> Unterstreicht breite Diversifizierung der Finanzierungsbasis der Telekom Austria Group

> Sichert Refinanzierungsbedarf für das Jahr 2012

Solides Investmentgrade-Rating sichert Zugang zu breiter Finanzierungsbasis

Moody's	S&P	
Aaa	AAA	Investment Grade
Aa1 - Aa3	AA+ - AA-	
A1 - A3	A+ - A-	
Baa1	BBB+	
Baa2	BBB	
Baa3	BBB-	Non-Investment Grade
Ba1 - C	BB+ - D	

Anpassung der Dividende an geplante Investitionen und wirtschaftliches Umfeld

Erwartungen für 2012

- > Erwartete Investitionen
 - > Erwerb von yesss!, Basisstationen und Frequenzen, Markenrechten an ONE
 - > Spektrumauktionen
- > Volatile Fremdwährungsmärkte
- > Schwieriges makroökonomisches Umfeld

> 2011 und 2012: 0,38 EUR Dividende pro Aktie

> 2013: 55% des Free Cashflow,
solange es zu keiner Reduktion des Eigenkapitals führt

Warum wird eine Dividende vorgeschlagen obwohl ein Verlust in 2011 erwirtschaftet wurde?

1.

Nicht operative Sondereffekte beeinflussen unternehmerischen Erfolg

500 Mio. EUR
Sondereffekte

2.

Cashflow bestimmt Bezahlbarkeit der Dividende

1,08 EUR
FCF/Aktie

3.

Eigenkapitalquote des Einzelabschlusses nach UGB bildet Grundlage für Ausschüttungsfähigkeit

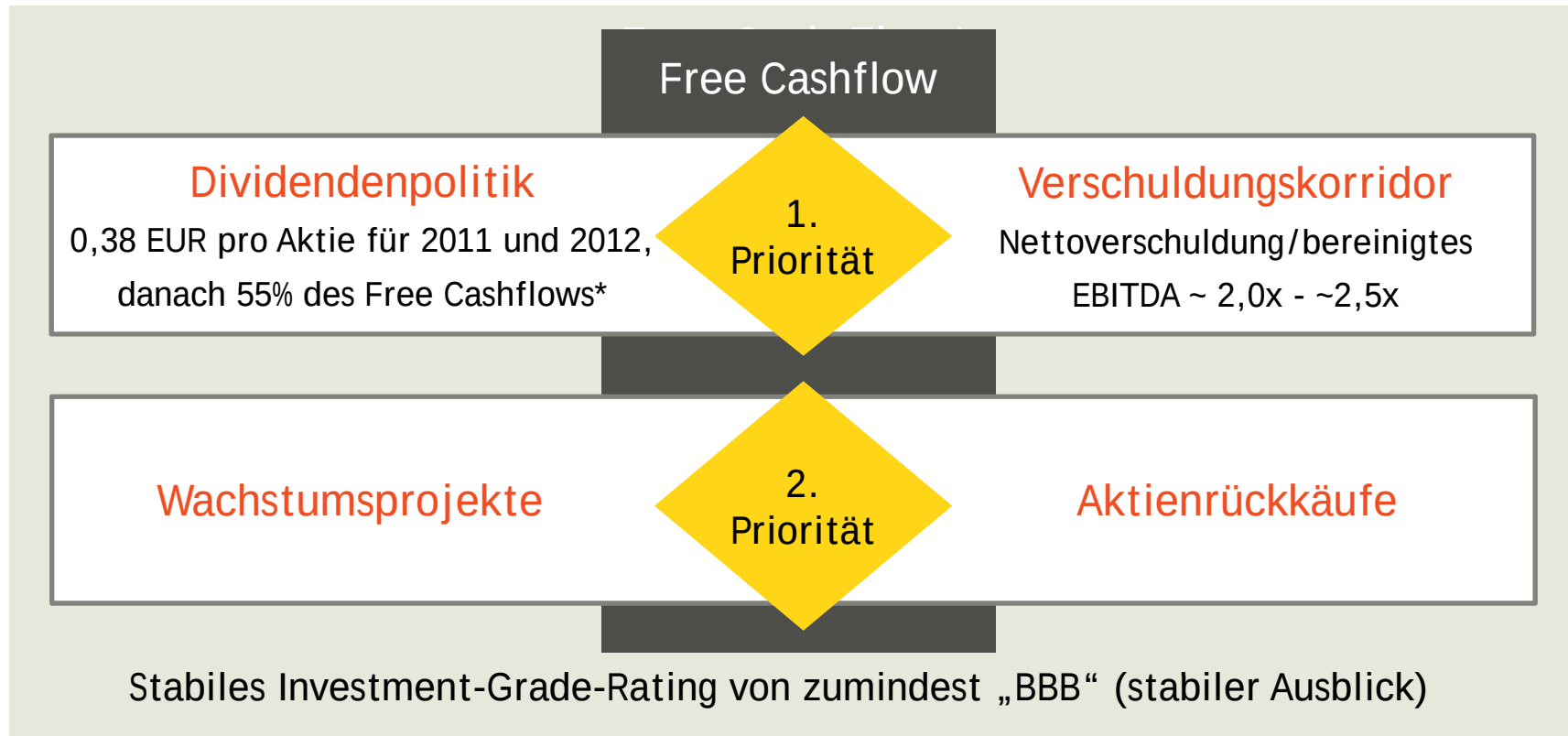
49%
Eigenkapitalquote



Ausschüttung ist operativ und finanziell gerechtfertigt



Mittelverwendungsstrategie sichert finanzielle Flexibilität und wertschaffendes Wachstum



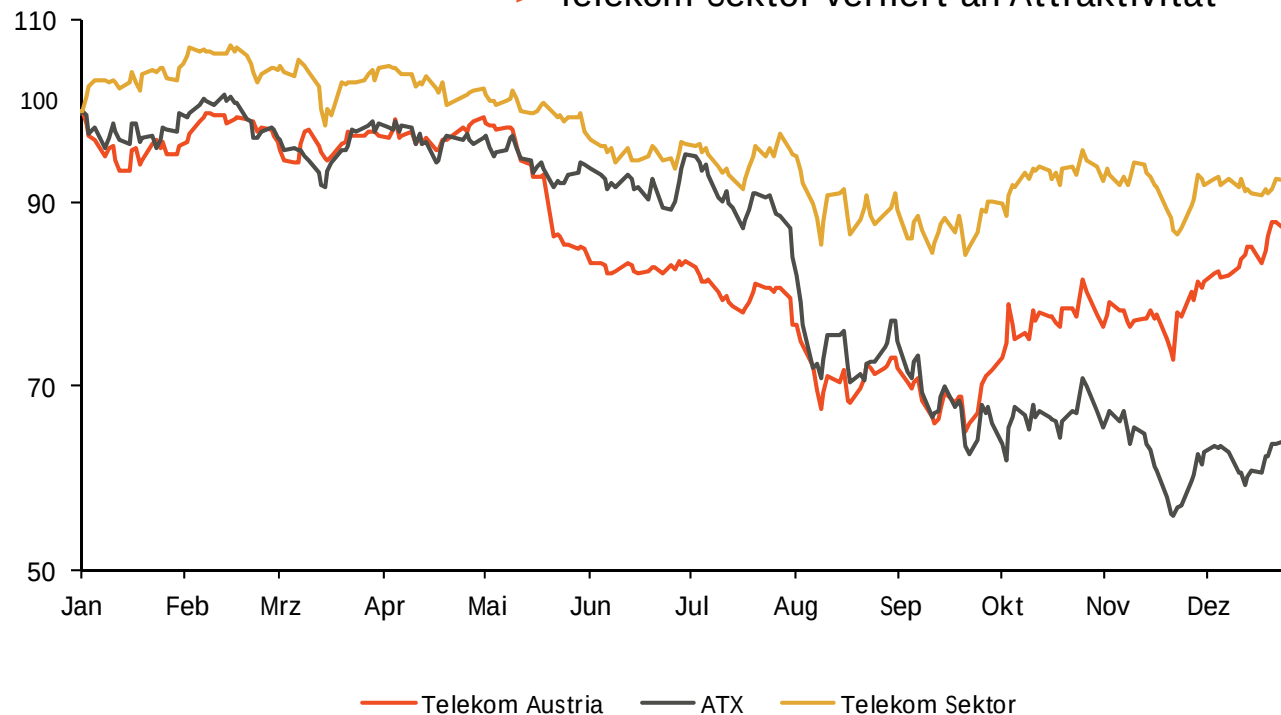
* solange die Dividende zu keiner Reduktion des Eigenkapitals der Gruppe führt

Volatiles Marktumfeld beeinflusst Kursentwicklung der Telekom Austria Aktie in 2011

Relative Kursentwicklung 2011

(in %)

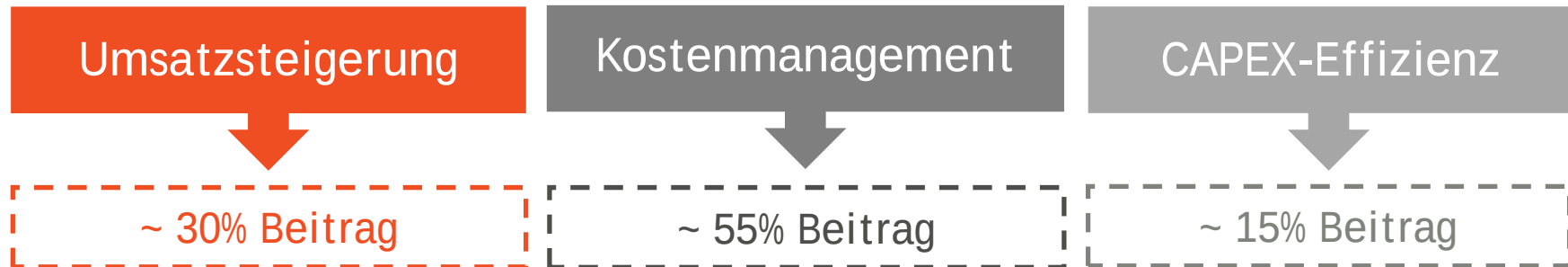
- > Kursentwicklung der Telekom Austria Aktie deutlich über ATX - Entwicklung
- > BYR Abwertungen im Mai und September
- > Telekom-Sektor verliert an Attraktivität



NAP-New Ambition Program

Umsatz- und
Effizienzsteigerung

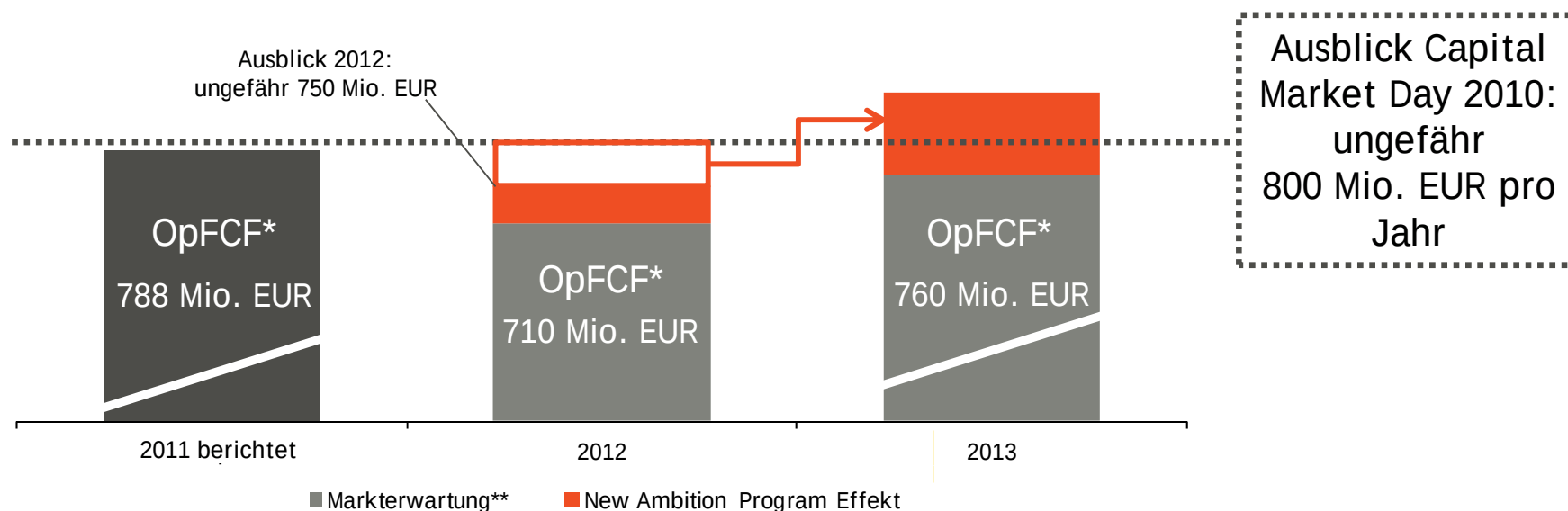
New Ambition Program mit 75 Einzelmaßnahmen



- > Programm zur Umsatz- und Effizienzsteigerung gestartet
- > Ziel ist die Stabilisierung des operativen Free Cashflows
- > Maßnahmen werden 2012 und 2013 eingeführt

⇒ NAP liefert nachhaltigen Beitrag von rund 130 Mio. EUR zum operativen Free Cashflow bis 2013 ⇐

New Ambition Program sichert OpFCF* von rund 800 Mio. EUR pro Jahr bis 2013



Bis 2013 wird ein positiver Beitrag von rund 130 Mio. EUR zum operativen Free Cashflow wirksam werden



* Operativer Free Cashflow = EBITDA bereinigt - Anlagenzugänge (exkl. Investitionen in Lizenzen und Spektrumfrequenzen)

** Markterwartung per 23.02.2012

Ausblick 2012*

Telekom Austria Group – Ausblick 2012

Basierend auf konstanter Währungsbasis für alle Länder sowie vor Anpassung für Hyperinflationsrechnungslegung im Segment Weißrussland

Umsatz	ungefähr 4,4 Mrd. EUR
EBITDA bereinigt	ungefähr 1,5 Mrd. EUR
Investitionen	ungefähr 0,75 Mrd. EUR
Operativer Free Cashflow**	ungefähr 0,75 Mrd. EUR
Dividende	EUR 0,38 pro Aktie

* Effekte aus dem geplanten Erwerb von yess!, Basisstationen und Spektrumfrequenzen nicht inkludiert

** Operativer Free Cashflow = EBITDA bereinigt – Investitionen (exkl. Lizenzen und Spektrumfrequenzen)



A person wearing a red helmet and a dark jacket is running on a grassy hill. A large, yellow and orange parachute is visible in the sky above them. In the background, there are rolling hills and a few other people standing on the grass. The sky is blue with some clouds.

Mit unternehmerischem Geschick
und Weitblick in die Zukunft

Unsere Vision

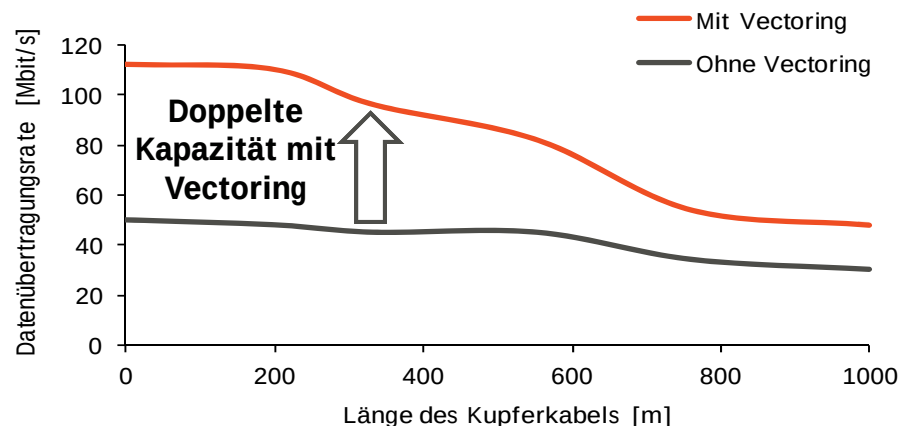
Das effizienteste und innovativste
Kommunikationsunternehmen
in Zentral- und Osteuropa

Strategie der Telekom Austria Group basiert auf vier Kernthemen



A1 ist weltweit erster Anbieter von Vectoring

Vectoring

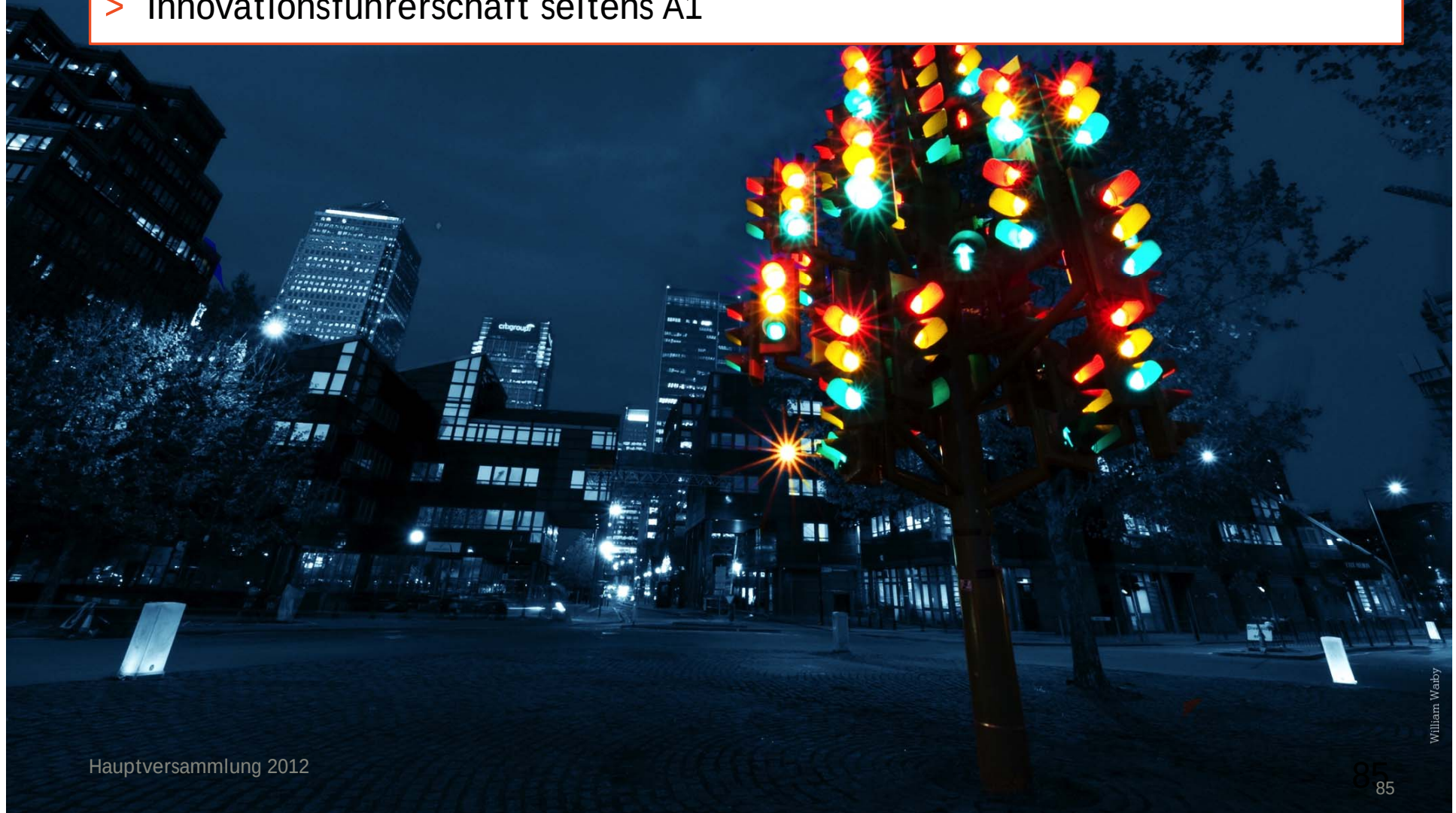


- > Technologie basiert auf Kupfer
- > Steigert Übertragungskapazität durch Herausfiltern von Störeffekten zwischen zwei parallel laufenden Leitungen

- > Weltweit erster Testversuch der Vectoring Technologie in Korneuburg
- > Vectoring ermöglicht eine Steigerung der Datenübertragungsgeschwindigkeit über VDSL in FTTC-Gebieten von bis zu 100%
- > Erste Resultate werden Mitte 2012 erwartet

Machine to Machine - das Internet der Dinge

- > Automatisch abgewickelte Datenkommunikation zwischen Endgeräten
- > Innovationsführerschaft seitens A1



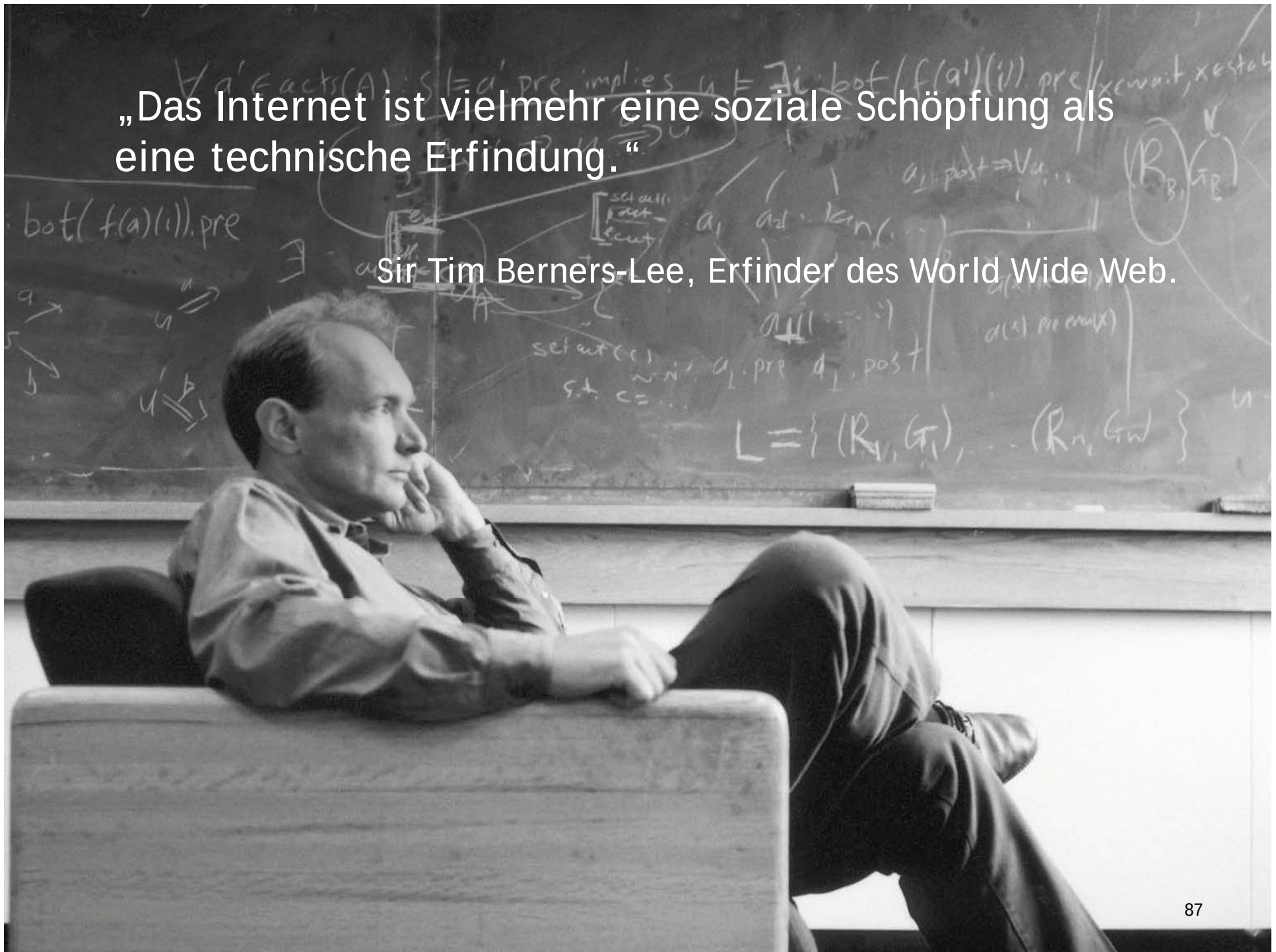


Paybox NFC

- > Kooperation zwischen A1 Telekom Austria und der paybox Bank
- > Ermöglicht bargeldlose Bezahlung von Beträgen bis 25 EUR via Datentransfer über kleine Entfernungen
- > Testphase mit McDonald's und Merkur (Reichweite 5.000 Kunden)

„Das Internet ist vielmehr eine soziale Schöpfung als eine technische Erfindung.“

Sir Tim Berners-Lee, Erfinder des World Wide Web.





**Internet
für Alle.**

Unsere Vision

Jede/r – unabhängig von Alter, Bildungsstand und sozialer Herkunft – soll Zugang zum Internet haben und es kompetent nutzen können.

Unsere Initiative

Wir erleichtern den Einstieg in die digitale Welt, erhöhen die digitale Medienkompetenz und so die persönlichen Chancen für die Zukunft.

A1 Internet für Alle – Gleiche Chancen im digitalen Zeitalter



Unser Ergebnis nach 6 Monaten

- > 9.188 Teilnehmer in ganz Österreich
- > 645 kostenlose Internet-Schulungen
- > 300 unterstützende Mitarbeiter
- > 15 Partner aus dem Bildungs- und Sozialbereich

Hauptversammlung 2012



Danke für Ihre Teilnahme!

Umfangreiche Informationen über die
Telekom Austria Group finden Sie unter
www.telekomaustria.com

