

| A¹ Group

Empowering digital life

A1 im Überblick 2023



Kennzahlen A1 Group

in Mio. EUR	2022	2023	Δ
Umsatzerlöse gesamt	5.005	5.251	5%
Umsatzerlöse aus Dienstleistungen	4.164	4.348	4%
Mobilfunk-Umsatzerlöse aus Dienstleistungen	2.339	2.429	4%
Festnetz-Umsatzerlöse aus Dienstleistungen	1.825	1.919	5%
Umsatzerlöse aus Verkauf Endgeräte	752	811	8%
Sonstiges betriebliches Ergebnis	89	92	4%
EBITDA ¹⁾	1.838	1.924	5%
EBITDA-Marge	36,7%	36,6%	-0 PP
EBITDAaL ²⁾	1.657	1.671	1%
EBITDAaL-Marge	33,1%	31,8%	-1 PP
Abschreibungen und Wertminderungen	967	1.013	5%
EBIT ³⁾	871	911	5%
EBIT-Marge	17,4%	17,3%	0 PP
Periodenergebnis	635	646	2%
Nettomarge	12,7%	12,3%	-0 PP
Anlagenzugänge	944	1.093	16%
Free Cashflow	603	354	-41%
	31. Dez. 2022	31. Dez. 2023	Δ
Nettoverschuldung / EBITDA	1,3	1,3	3%
Nettoverschuldung (exkl. Leasing) / EBITDAaL	1,0	0,4	-63%
Kund:innen-Kennzahlen (in Tausend)	31. Dez. 2022	31. Dez. 2023	Δ
Mobilkund:innen	23.897	25.245	6%
Vertragskund:innen	20.076	21.512	7%
Prepaid-Kund:innen	3.822	3.733	-2%
RGUs ⁴⁾	6.204	6.271	1%
Mitarbeiter:innen-Kennzahlen	31. Dez. 2022	31. Dez. 2023	Δ
Mitarbeiter:innen (Vollzeitäquivalente)	17.906	17.508	-2%
Anteil der Mitarbeiterinnen	40%	40%	0 PP
Anteil weiblicher Führungskräfte	36%	35%	-1 PP
Umweltkennzahlen/Nachhaltigkeitskennzahlen	31. Dez. 2022	31. Dez. 2023	Δ
Gesamtenergieverbrauch (in MWh)	950.689	960.564	1%
Direkte Scope 1 CO ₂ -Emissionen (in t)	23.254	20.964	-10%
Indirekte Scope 2 CO ₂ -Emissionen market-based (in t)	113.028	97.006	-14%
Energieeffizienzindikator (in MWh/Terabyte)	0,10	0,08	-19%
Anteil erneuerbarer Energie am Strom	71%	76%	5 PP
Recyclingquote (in %)	55%	65%	10 PP
Teilnahmen an Schulungen zu Digitaler Bildung	86.115	142.520	65%

¹⁾ Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Wertminderungen

²⁾ EBITDA after Leases: EBITDA - Abschreibungen auf Nutzungsrechte gemäß IFRS 16 - Zinsaufwand gemäß IFRS 16

³⁾ Betriebsergebnis gemäß IFRS

⁴⁾ Umsatzgenerierende Einheit (Revenue Generating Unit)

Die Definitionen von alternativen Leistungskennzahlen können dem Glossar des Konzernberichts entnommen werden. Dieser und weitere relevante Berichte finden sich auf der Konzernwebsite www.A1.group in der Rubrik Investor Relations/Ergebnis Center.

Förderung des digitalen Leben auf nachhaltige Weise

- ✓ Führendes Telekommunikationsunternehmen in CEE
- ✓ Kritische Infrastruktur: Festnetz- und Mobilfunknetzwerke, Rechenzentren
- ✓ Das Potenzial des Megatrends Digitalisierung nutzen
- ✓ Exzellente Netzwerkqualität, erstklassiger Kundenservice
- ✓ Starkes Wachstum, solide Bilanz, A- Kredit-Ratings
- ✓ Gut ausbalancierte Performance: verlässliches Geschäft in Österreich, Wachstum in CEE
- ✓ Nachhaltige Dividendenpolitik, gut gedeckt mit Free Cashflow
- ✓ Starke, einheitliche Markenpräsenz



5,3

Mrd. EUR

Umsatz 2023

1,9

Mrd. EUR

EBITDA 2023

29

Mio.

Kund:innen in
7 Kernmärkten

18

Tausend

Mitarbeiter:innen

* Sustainalytics, ein Unternehmen von Morningstar, ist ein führendes unabhängiges ESG-Research-, Rating- und Datenunternehmen und hat Telekom Austria AG als Sustainalytics ESG Industry Top Rated Company ausgezeichnet.

A1: Empowering digital life



Unsere Vision ist es, für unsere Kund:innen relevant zu bleiben und das beste Kundenerlebnis zu schaffen. Zuverlässige Technologie und nachhaltige Produkte sind die Grundlage unserer starken Marke A1. Die Basis dafür bilden unsere digitale Infrastruktur und darauf basierende Services.

Wir setzen und bewusst für die Gestaltung einer nachhaltigen Zukunft durch Technologie ein – im Interesse der Mitarbeiter:innen, Kund:innen, Geschäftspartner und weiterer Stakeholder entlang der Wertschöpfungskette. Wir stellen uns dementsprechend der ökologischen und gesellschaftlichen Verantwortung. Zu diesem Zweck fördern wir effiziente, ressourcenschonende und somit nachhaltigere Arbeits- und Lebensweisen sowie den chancengleichen und sicheren Zugang zu Konnektivität und digitalen Services.

Als Teil von América Móvil kann A1 auf die Stärke eines der größten Telekommunikationsanbieter der Welt zählen. América Móvil verfügt über mehr als 310 Millionen Mobilfunk-Kund:innen und rund 74 Millionen Festnetz-RGUs sowie Tochterunternehmen in 23 Ländern in Nord-, Mittel- und Südamerika sowie in Europa.

Darüber hinaus profitiert A1 dadurch von Skaleneffekten und der Stärke einer global agierenden Unternehmensgruppe. Dies bringt Vorteile und Synergien, unter anderem in den Bereichen Produktentwicklung, Technologie und Einkauf.

Vorstand der A1 Group



Alejandro Plater

CEO seit 1. September 2023

1. Aug. 2015 – 31. Aug. 2023 COO

1. Aug. 2015 – 31. Aug. 2018 CEO

Geschäftsbereiche:

Service Network & IT, Access & Transport, Einkauf, Finanz, Internal Audit, Human Resources, Recht, Compliance, Marketing, Branding, Generalsekretariat



Thomas Arnoldner

Deputy CEO seit 1. September 2023

1. Sept. 2018 – 31. Aug. 2023 CEO

Geschäftsbereiche:

Mergers & Acquisitions, Regulierung & European Affairs, Internationale Geschäftsentwicklung/ Konzernstrategie, Kommunikation, Investor Relations, ESG

Sustainable Development Goals (SDGs)

Die A1 Group unterstützt die folgenden SDGs durch eine Vielzahl von Aktivitäten.



Siehe Konzernwebsite www.A1.group, Rubrik ESG/Nachhaltigkeitsstrategie/Sustainable Development Goals

Inhalt

Vorstandsvorwort	6
A1 Group – Regionale Präsenz	10
Österreich	11
Bulgarien	13
Kroatien	15
Belarus	17
Serbien	19
Slowenien	21
Nordmazedonien	23
Strategie	25
Nachhaltigkeit	28
Technologie	32
Datenschutz und Informationssicherheit	37
Mitarbeiter:innen	40
Umwelt- und Klimaschutz	45
Compliance	47
Investor Relations	49
Gesamtergebnisrechnung & Kennzahlen	53
Finanzkalender und Kontakte	55

Solide Performance, Wachstum fortgesetzt

Trotz eines fordernden Umfelds setzte die A1 Group ihren Wachstumskurs erfolgreich fort.



Alejandro Plater, CEO

Thomas Arnoldner, Deputy CEO

Die A1 Group zeigte 2023 erneut eine ausgesprochen solide operative und finanzielle Performance: Der Gesamtumsatz stieg um 4,9% auf EUR 5,3 Mrd. Das EBITDA legte um 4,7% auf EUR 1,9 Mrd. zu. Das Periodenergebnis lag bei EUR 646 Mio. (2022: EUR 635 Mio.).

Zum Jahresende betrug die Kennzahl Nettoverschuldung (exkl. Leasing) zu EBITDA nach Leasing (EBITDAaL) 0,4x. Wir beabsichtigen, die erhöhte finanzielle Flexibilität zur Stärkung unserer Position in den Kernmärkten zu nutzen.

Die erzielten Erfolge beim operativen Geschäftsverlauf sind Resultat der konsequenten Umsetzung unserer

Anfang 2023 aktualisierten Unternehmensstrategie sowie einer umsichtigen Finanzpolitik. A- Ratings bei den führenden Kreditratingagenturen ebenso wie Top-Ratings für die Maßnahmen im Bereich Nachhaltigkeit bestätigen unseren erfolgreichen Weg.

Geprägt wurde das Berichtsjahr insbesondere auch von einer Reihe strategischer Weichenstellungen. Neben der Aktualisierung unserer Unternehmensstrategie spielten hier insbesondere die Erneuerung des Syndikatsvertrags unserer Kernaktionäre, die Abspaltung des Funkturmgeschäfts und Veränderungen im Vorstand eine wesentliche Rolle.

Konzernstrategie

Anfang des Jahres präsentierten wir eine überarbeitete Konzernstrategie. Sie bezieht sich auf den Zeitraum 2023 bis 2027 und hat zwei Kernbereiche:

- ✓ Die Weiterentwicklung des Kerngeschäfts, um für Kund:innen relevant zu bleiben.
- ✓ Die Ambition, Neues zu entdecken, um zusätzliche Wachstumschancen zu erkunden.

Weiterführende Informationen zur Unternehmensstrategie können dem Strategiekapitel entnommen werden.

Syndikatsvertrag

Im Februar informierten uns die beiden Hauptaktionäre (América Móvil und ÖBAG), dass sie übereingekommen sind, ihren Syndikatsvertrag für zehn Jahre zu erneuern. Darüber hinaus haben sie sich darauf verständigt, eine Abspaltung der Funktürme in eine eigene Gesellschaft zu unterstützen.

Kernelemente des Syndikatsvertrags

Der Syndikatsvertrag zwischen América Móvil und ÖBAG ist eine vertrauliche bilaterale Vereinbarung. Die folgenden Punkte wurden publik gemacht:

- ✓ Die Konzernzentrale der A1 Group bleibt in Österreich.
- ✓ Bekenntnis zur Notiz der Aktie an der Wiener Börse.
- ✓ Streubesitz von zumindest 10%.
- ✓ Weiterführen des Investitionsprogramms (2022-2031) in Höhe von zusätzlich EUR 1 Mrd. für den Breitbandausbau (insbesondere Glasfaser) in Österreich.
- ✓ Der Konzernvorstand soll aus maximal drei Personen bestehen. Der CEO wird von América Móvil nominiert und der Deputy CEO von der ÖBAG.
- ✓ Von den zehn von der Hauptversammlung gewählten Aufsichtsratsmitgliedern werden acht von América Móvil und zwei, darunter der Vorsitz, von der ÖBAG nominiert.

Vorstand

Siegfried Mayrhofer, CFO, schied auf eigenen Wunsch mit Ablauf seines Vorstandsmandats am 31. August 2023 aus dem Unternehmen aus. Wir bedanken uns herzlich für seinen wertvollen Einsatz in den vergangenen mehr als 20 Jahren und wünschen ihm für den neuen Lebensabschnitt alles Gute.

Im Mai bestellte der Aufsichtsrat mit Wirkung zum 1. September 2023 Alejandro Plater zum Chief Executive Officer (CEO) und Thomas Arnoldner zum Deputy CEO.

Abspaltung des Funkturmgeschäfts

Am 22. September 2023 erfolgte die verhältnismäßige Abspaltung des Funkturmgeschäfts. Für vier Aktien an der Telekom Austria AG wurde eine Aktie der neu gegründeten „EuroTeleSites“ ausgegeben. Diese Gesellschaft nahm am selben Tag die Notiz an der Wiener Börse auf.

Durch die Abspaltung können wir uns verstärkt auf das Kerngeschäft konzentrieren, zu dem das Management von Funktürmen nicht zählt. Darüber hinaus ermöglicht die Transaktion eine effizientere Budgetallokation. Zusammen mit den Funktürmen wurden Finanzverbindlichkeiten in Höhe von mehr als EUR 1 Mrd. an EuroTeleSites übertragen.

Wir haben uns den langfristigen Zugang zu den Funkmasten vertraglich gesichert. Bei Bedarf an neuen Funkturm-Standorten können wir den Anbieter frei wählen und sind nicht an EuroTeleSites gebunden.

Das Verhältnis beider Gesellschaften ist jenes eines wichtigen Lieferanten (EuroTeleSites) mit seinem Hauptkunden (A1). Auf der Eigenkapitalseite gibt es keine relevante Beteiligung von A1 an EuroTeleSites. Da wir über eigene Aktien verfügen, erhielten wir im Zuge der Abspaltung im Spaltungsverhältnis Anteile an der Funkturmgesellschaft (103.789 Aktien oder 0,06%).

Funktürme

- ✓ Funktürme sind Teile der passiven Mobilfunk-Netzinfrastruktur und sind in der Regel auf Dächern oder Freiflächen aufgestellt.
- ✓ Passiv bedeutet, dass es sich um jene Komponenten eines Sendemasts handelt, die kein Kommunikationssignal übertragen.
- ✓ Im Gegensatz dazu werden aktive Komponenten (insbesondere die Antennen) von den mobilen Netzbetreibern auf die Funktürme montiert.

Operativer Geschäftsverlauf 2023

Auch operativ gelang uns 2023 eine gute Performance. Wesentliche Gründe dafür waren die fortschreitende Digitalisierung, unser kundenorientierter Ansatz und der klare Fokus auf operative Effizienz. Zudem konnten wir Kostenanstiege durch erfolgreiches Upselling und wertsichernde Preisanpassungen abfedern.

Das Wachstum im Jahr 2023 setzte einen langjährig positiven Trend fort. So stieg der **Gesamtumsatz** seit dem Jahr 2018 im Durchschnitt um 3,4% pro Jahr und das **EBITDA** um 4,4%. Im Vergleich zum Vorjahr wiesen die Segmente Bulgarien (+17,1%) und Kroatien (+11,6%) das stärkste Umsatzwachstum auf. Nur in Belarus waren wechselkursbedingt Rückgänge um 4,0% zu verzeichnen. In Lokalwährung konnten wir dort jedoch ein kräftiges Wachstum von 12,7% verbuchen.

Im Mobilfunkgeschäft stieg die **Kundenzahl** im Berichtsjahr um 5,6% auf insgesamt 25,2 Millionen. Der Anteil der Vertragskunden legte ebenfalls zu und erreichte 85,2%. Im Festnetzgeschäft stieg die Anzahl der Umsatz generierenden Einheiten (**RGUs**) im Vergleich zum Vorjahr um 1,1% auf 6,3 Millionen. Das Wachstum in den internationalen Märkten, insbesondere in Belarus und Bulgarien, konnte den Rückgang in Österreich und Slowenien mehr als kompensieren. RGU ist eine Branchen Kennzahl für Dienste, die in einem Abonnement enthalten sind. Ein Festnetzanschluss kann für bis zu drei RGUs (Fernsehen, Internet und Telefonie) stehen.

Das Periodenergebnis stieg im Jahresvergleich um 1,8% auf EUR 646 Mio., was einem Ergebnis je Aktie von EUR 0,97 (Vorjahr: EUR 0,95) entspricht.

Die Investitionen (**CAPEX**) stiegen 2023 auf EUR 1.093 Mio. (Vorjahr: EUR 944 Mio.). Hauptauschlaggebend für diese Entwicklung waren die Ausgaben für Frequenzspektren. Betrug diese im Jahr 2022 EUR 10 Mio., investierten wir 2023 in Summe EUR 133 Mio. in Kroatien und Bulgarien.

Der Großteil der CAPEX floss auch 2023 in die Erhaltung und den Ausbau unserer Festnetz- und Mobilfunknetze. Diese müssen den rasant steigenden Datenverkehr zuverlässig und sicher bewältigen. So hat sich die transportierte Datenmenge von 2017 bis 2023 beinahe vervierfacht.

Mehr als 60% der CAPEX (exklusive Ausgaben für Frequenzen) fielen in Österreich an. Hier trieben wir sowohl den 5G- als auch den Glasfaserausbau voran. Mit 73.000 km verlegter Glasfaser und 730.000 Homes Passed verfügen wir über das größte Glasfasernetz des Landes. Die 5G-Abdeckung stieg von 79% der Bevölkerung im Vorjahr auf rund 85%.

Trotz des CAPEX-Anstiegs, höherer Leasingzahlungen, gestiegener Ertragsteuern und einer Zunahme des Working Capital erwirtschafteten wir einen abermals soliden **Free Cashflow** in Höhe von EUR 354 Mio.

Da wir zudem mehr als EUR 1 Mrd. an **Finanzverbindlichkeiten** mit dem Funkturmgeschäft abgespalten haben, sank die Nettoverschuldung (exkl. Leasing) bis zum Jahresende auf EUR 639 Mio. Das entspricht einem Verhältnis von Nettoverschuldung exklusive Leasing zu EBITDA nach Leasing von 0,4. Bei der Betrachtung der Nettoverschuldung inklusive Leasing blieb diese Kennzahl mit 1,3 auf Vorjahresniveau.

Unser nachhaltig reduzierter Verschuldungsgrad und die konservative Finanzpolitik waren wesentliche Gründe für die Hochstufung des **Kredit-Ratings** durch Moody's auf A3. Bereits im Juni veröffentlichte Fitch ein A- als erstes Rating für die A1 Gruppe. Dies bedeutet, dass wir Ende 2023 über ein A- Rating von allen drei großen Ratingagenturen verfügten.

Kritische Infrastruktur

Unsere hochleistungsfähigen und zukunftssicheren Festnetz- und Mobilfunknetze sowie die Rechenzentren zählen zur **kritischen digitalen Infrastruktur**. Gemeinsam mit dem darauf basierenden Produkt- und Serviceportfolio gewährleisten sie auch bei deutlich erhöhter Belastung digitale Kommunikation, Kontinuität und Interaktion für Unternehmen und deren Mitarbeiter:innen, den öffentlichen Sektor sowie im privaten Bereich. Dies geht einher mit einem hohen eigenen Anspruch an Stabilität, Verlässlichkeit und Vertrauenswürdigkeit.

Die dynamisch fortschreitende **Digitalisierung** eröffnet große Entwicklungspotenziale, sowohl in ökonomischer als auch in ökologischer Hinsicht. Wir liefern dafür nicht nur die technologische Basis, sondern setzen uns aktiv für das Vorantreiben der Digitalisierung ein. Dies hat jedoch mit Umsicht zu erfolgen. Daher engagieren wir uns für Themen wie Datenschutz, Informationssicherheit, Maßnahmen gegen Cyberkriminalität, die Entwicklung von digitalen Kompetenzen sowie für den Klimaschutz.

Starke Kapitalmarkt- Performance

Die gute operative Leistung, die vom Markt positiv aufgenommene Abspaltung des Funkturmgeschäfts und die Aufnahme der Aktie in den ATX, den Leitindex der Wiener Börse, beflügelten die Aktienkursentwicklung im Jahr 2023. Mit einer Performance von 57,8% übertraf die Telekom Austria Aktie den ATX und den europäischen Index STOXX Europe 600 Telecommunications klar.

Nach der fristgerechten Tilgung einer 3,5% EUR 300 Mio. Anleihe war zum 31. Dezember 2023 noch eine Anleihe ausstehend. Sie hat ein Volumen von EUR 750 Mio. und ist am 7. Dezember 2026 fällig.

Nachhaltigkeit

Auch unsere Strategie und Maßnahmen im Bereich **Klimaschutz** wurden extern anerkannt: Die globale Non-Profit-Organisation CDP nahm uns erneut in ihre exklusive „A Liste“ auf. Auch Sustainalytics würdigte die Telekom Austria AG wiederholt als „ESG Industry Top Rated“.

Im Berichtsjahr konnten wir die CO₂-Emissionen (Scope 1 und Scope 2 market-based) um 13% senken, nachdem bereits im Jahr zuvor eine Reduktion um 30% erfolgte. Dem Ziel einer Verbesserung der Energieeffizienz bis 2030 um 80% gegenüber 2019 kamen wir ebenfalls einen großen Schritt näher: Per Ende 2023 betrug der entsprechende Zielerreichungsgrad 56%. Um unsere hohen Standards auch in der Wertschöpfungskette sicherzustellen, führten wir bei Lieferanten sechs Vor-Ort-Audits durch.

Ausblick 2024

Wir erwarten für das Geschäftsjahr 2024 ein **Umsatzwachstum von 3-4%**, das hauptsächlich auf höhere Erlöse aus Dienstleistungen zurückzuführen ist. Wie im Geschäftsjahr 2023 sind die wesentlichen Wachstumstreiber das Upselling im Endkundengeschäft, eine starke Entwicklung des Solution-Geschäfts und wertsichernde Preismaßnahmen. Ein weiterer Rückgang im Sprachgeschäft und im internationalen Vorleistungsgeschäft (Wholesale) in Österreich werden sich dämpfend auf das Wachstum auswirken.

Der belarussische Rubel wertete 2023 im Jahresdurchschnitt um 15% ab und übte damit Druck sowohl auf das Umsatz- als auch auf das EBITDA-Wachstum aus. Wir erwarten, dass die Währung auch im Jahr 2024 im Vergleich zum Euro an Wert verlieren wird.

Auf der Kostenseite gehen wir davon aus, dass die Personal- und Stromkosten die wesentlichen Kostentreiber sein werden. Auch die Kosten in Verbindung mit Umsatz-Wachstum, beispielsweise für Content und Lizenzen werden voraussichtlich steigen. Diesen Entwicklungen begegnen wir mit Effizienzprojekten.

Bei **CAPEX exklusive Investitionen für Spektrum** rechnen wir mit einem temporären Rückgang auf **rund EUR 800 Mio.**

Basierend auf den Ergebnissen des Jahres 2023 werden wir, vorbehaltlich der Zustimmung des Aufsichtsrats, der Hauptversammlung die Ausschüttung einer **Dividende** von EUR 0,36 (Vorjahr: EUR 0,32) je Aktie vorschlagen.

Ambitionen 2024-2026

Im Rahmen eines Kapitalmarkttagess haben wir im September 2023 die Ziele für 2024-2026 veröffentlicht:

- ✓ **Umsatzwachstum** von 3-4% pro Jahr (auf der Grundlage der internen Inflations- und Wechselkursenerwartungen)
- ✓ **EBITDA-Wachstum** von 4-5% pro Jahr (auf der Grundlage der internen Inflations- und Wechselkursenerwartungen)
- ✓ **CAPEX** von rund EUR 2,8 Milliarden über die Periode, zuzüglich Frequenzen
- ✓ **Basis-Dividende** von EUR 0,32. Basierend auf der Geschäfts- und Finanzentwicklung der Gruppe wird das Dividendenniveau beibehalten oder nachhaltig gesteigert.

Weiterführende Informationen zum Geschäftsverlauf 2023 können dem Konzernbericht und dem nichtfinanziellen Bericht (siehe Konzernwebsite www.A1.group, Rubrik Investor Relations/Ergebnis Center) entnommen werden.

Abschließend bedanken wir uns bei unseren rund 17.500 Mitarbeiter:innen für ihren Einsatz und bei unseren Geschäftspartnern und Kund:innen für die gute Zusammenarbeit im Geschäftsjahr 2023. Ohne sie wäre der Erfolg nicht möglich gewesen. ■

A1: Starke Präsenz in CEE

Wir betreuen 29 Millionen Kund:innen in 7 Kernmärkten.

Die Holdinggesellschaft Telekom Austria AG ist die Konzernmutter der A1 Group.

Als führender Kommunikationsanbieter im CEE-Raum bieten wir Produkte und Dienstleistungen in den Bereichen Sprachtelefonie, Breitband-Internet, Mobile und Home Entertainment sowie Smart-Home-, Daten- und IT-Lösungen, Wholesale sowie Payment-Lösungen und digitale Dienstleistungen.

Unsere Kernmärkte werden als Segmente berichtet:

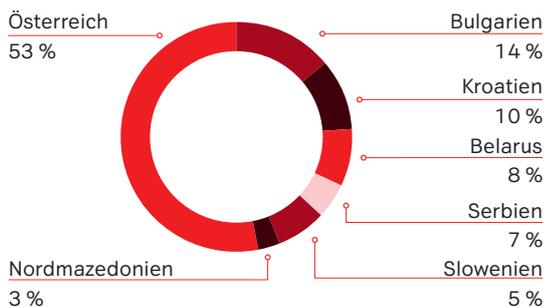
- ✓ Österreich
- ✓ Bulgarien
- ✓ Kroatien
- ✓ Belarus
- ✓ Serbien
- ✓ Slowenien
- ✓ Nordmazedonien

Per 31. Dezember 2023 beschäftigte die A1 Group 17.508 Mitarbeiter:innen (Vollzeitäquivalente; FTE):

	2023
Österreich	6.473
Bulgarien	3.646
Kroatien	1.854
Belarus	2.182
Serbien	1.551
Slowenien	629
Nordmazedonien	776
Holding inkl. A1 Digital	396
A1 Group	17.508

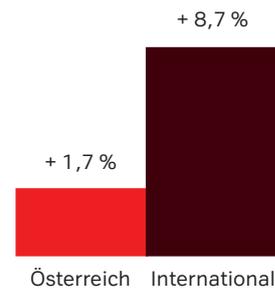
Umsatzverteilung der Segmente

(Exklusive Holding & Sonstige, Eliminierungen)

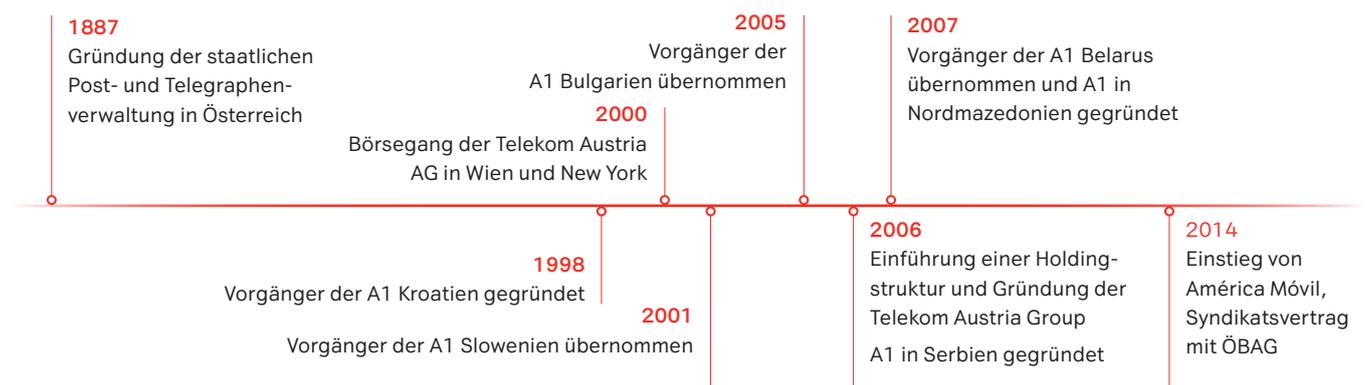


Umsatzwachstum im Jahresvergleich

(Exklusive Holding & Sonstige, Eliminierungen)



Internationalisierung der A1 Group



A1 in Österreich



MARKT
ÜBERBLICK

Über A1 in Österreich

A1 ist Österreichs führender Festnetz- und Mobilfunkanbieter mit rund 5,1 Millionen Mobilfunk-Kund:innen und 1,7 Millionen Festnetzanschlüssen per Jahresende 2023.

Im Jahr 2023 trug das Geschäft im Segment Österreich 53 % zum Umsatz und 55 % zum EBITDA der A1 Group bei.

Geschäftsentwicklung 2023

Die Marktdynamik entsprach im Wesentlichen jener des Vorjahres. Im Mobilfunkmarkt lag der Fokus auf der Bereitstellung attraktiver 5G-Tarife. Der Trend zu SIM-only-Angeboten hielt an, was ein Grund für unsere Entscheidung war, die Stützung auf Mobiltelefone zu reduzieren.

Im Festnetzgeschäft blieb die Nachfrage nach Produkten mit hoher Bandbreite weiter hoch. In diesem Zusammenhang setzten wir den Glasfaserausbau und die Monetarisierung bestehender Infrastruktur fort. Der Geschäftsbereich Solutions & Connectivity wuchs weiter und profitierte von einer erfreulichen Entwicklung im IT- und Security-Geschäft.

Marktposition

Mobilfunk

#1

Festnetz

#1

RGUs (in 1.000)

2.847

Mobilfunk-Kund:innen
(in 1.000)

5.127

Konvergent seit

2007

Basierend auf Serviceumsätze-Marktanteil

Kennzahlen 2023

Finanziell (in Mio. EUR)	2023	Δ	Anteil an A1 Group
Umsatz	2.798	1,7%	53%
ARPU (EUR)	17,3	3,2%	n.v.
ARPL (EUR)	35,8	5,4%	n.v.
EBITDA	1.064	2,3%	55%
EBIT	493	-0,5%	45%
CAPEX	590	3,1%	1%

Nichtfinanziell	2023	Δ	Anteil an A1 Group
Gesamtenergieverbrauch (in MWh)	441.682	0%	46%
Anteil erneuerbarer Energie am Strom	100%	0 PP	o.A.
CO ₂ -Emissionen ¹⁾ (in Tonnen CO ₂ -Äquivalent)	13.547	-14%	11%
Anzahl der Teilnahmen an Compliance-Schulungen ²⁾	26.782	2%	55%

¹⁾ Scope 1 und Scope 2 (market-based)

²⁾ Inklusive A1 Digital und Holding

Qualitätszertifikate

- ✓ ISO 9001
- ✓ ISO 14001
- ✓ ISO 18295
- ✓ ISO 20000-1
- ✓ ISO 27001
- ✓ ISO 45001
- ✓ ISO 50001
- ✓ ISO 50518
- ✓ EMAS
- ✓ EN 50600
- ✓ BGF
- ✓ ECO Data-center 3.0

Mitarbeiter:innen (Vollzeitkräfte)

27 %

Anteil weiblich

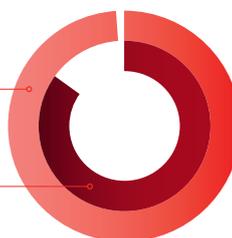


Netzabdeckung

Glasfaser 730.000
homes passed

4G 98 %

5G 85 %



Marken



(Vertriebslizenz)

Eckdaten: Österreich

Bevölkerung

9,0
Millionen

BIP/Kopf, PPP

67.900
USD

Mitglied der EU seit

1995

Währung

EUR
Euro



A1 in Bulgarien



Über A1 in Bulgarien

In Bulgarien ist A1 der führende Mobilfunkbetreiber und die Nummer zwei im Festnetz.

Das Vorgängerunternehmen von A1 Bulgarien wurde 1994 gegründet und 2005 von der Group übernommen.

Im Jahr 2023 trug das Geschäft in Bulgarien 14 % zum Umsatz und 16 % zum EBITDA der Group bei und ist demzufolge der größte A1 Markt nach Österreich.

Geschäftsentwicklung 2023

Im Geschäftsjahr 2023 verzeichneten wir den höchsten jemals in Bulgarien erzielten Umsatz der Unternehmensgeschichte. Umsatz und EBITDA legten zweistellig zu.

Im Mobilfunkgeschäft gelang es auf Basis des erweiterten 5G-Netzes, vermehrt höherwertige Tarife zu verkaufen. Im Festnetzgeschäft konnten wir die robuste Nachfrage nach Produkten mit hohen Bandbreiten monetarisieren und vom erweiterten TV-Content-Angebot profitieren.

Darüber hinaus wuchs das Solutions-&-Connectivity-Geschäft dank der hohen Nachfrage nach IT- und Cyber-Security-Lösungen weiter.

Marktposition

Mobilfunk

#2

Festnetz

#2

RGUs (in 1.000)

1.238

Mobilfunk-Kund:innen
(in 1.000)

3.777

Konvergent seit

2011

Basierend auf Serviceumsätze-Marktanteil

Kennzahlen 2023

Finanziell (in Mio. EUR)	2023	Δ	Anteil an A1 Group
Umsatz	750	17,1%	14%
ARPU (EUR)	7,6	8,7%	n.v.
ARPL (EUR)	16,7	6,5%	n.v.
EBITDA	304	19,4%	16%
EBIT	181	33,8%	17%
CAPEX	137	27,3%	0%

Nichtfinanziell	2023	Δ	Anteil an A1 Group
Gesamtenergieverbrauch (in MWh)	154.707	5%	16%
Anteil erneuerbarer Energie am Strom	68%	33 PP	o.A.
CO ₂ -Emissionen ¹⁾ (in Tonnen CO ₂ -Äquivalent)	26.654	-10%	23%
Anzahl der Teilnahmen an Compliance-Schulungen	9.836	772%	20%

¹⁾ Scope 1 und Scope 2 (market-based)

Qualitätszertifikate

- ✓ ISO 9001
- ✓ ISO 27701
- ✓ ISO 39001
- ✓ ISO 14001
- ✓ ISO 30301
- ✓ ISO 45001
- ✓ ISO 20000-1
- ✓ ISO 37001
- ✓ ISO 27001

Mitarbeiter:innen (Vollzeitkräfte)

42 %

Anteil weiblich

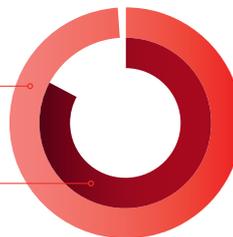


Netzabdeckung

Glasfaser 1,3 Mio.
homes passed

4G 99 %

5G 83 %



Marken

A¹

Eckdaten: Bulgarien

Bevölkerung

6,5
Millionen

BIP/Kopf, PPP

33.800
USD

Mitglied der EU seit

2007

Währung

BGN
Bulgarischer Lew

A1 in Kroatien



MARKT
ÜBERBLICK



Über A1 in Kroatien

In Kroatien ist A1 der zweitgrößte Anbieter von Festnetz- und Mobilfunkdiensten.

Das Vorgängerunternehmen von „A1 Hrvatska“ wurde 1998 von der Group gegründet und nahm 1999 den Betrieb auf. Im Jahr 2023 trug das Geschäft in Kroatien 10 % zum Umsatz und EBITDA der Group bei.

Geschäftsentwicklung 2023

Im Mobilfunkgeschäft standen die Einführung eines neuen Produktportfolios und die Akquise von Neukund:innen mit attraktiven Angeboten für Endgeräte im Zentrum. Im Festnetzgeschäft nutzten wir die gestiegene Breitbandabdeckung nach den im Vorjahr eingeleiteten beträchtlichen Glasfaser-Investitionen. Attraktive TV- und Breitbandbündel spielten eine wichtige Rolle bei der erfolgreichen Kundenakquisition. Zusätzlich gab es eine deutliche Steigerung der Einnahmen aus IKT-Services.

Wir begegneten der gestiegenen Inflation mit intensiven Kostentransformations-Programmen. Parallel dazu haben wir in den beschleunigten Ausbau und die Modernisierung des Fest- und Mobilfunknetzes investiert. In diesem Kontext erwarben wir Spektrum für einen Zeitraum von 15 Jahren um insgesamt EUR 111 Mio. im Jahr 2023.

Marktposition

Mobilfunk

#2

Festnetz

#2

RGUs (in 1.000)

721

Mobilfunk-Kund:innen
(in 1.000)

2.072

Konvergent seit

2011

Basierend auf Serviceumsätze-Marktanteil

Kennzahlen 2023

Finanziell (in Mio. EUR)	2023	Δ	Anteil an A1 Group
Umsatz	525	11,6%	10%
ARPU (EUR)	11,5	6,0%	n.v.
ARPL (EUR)	31	0,6%	n.v.
EBITDA	189	17,4%	10%
EBIT	89	34,4%	8%
CAPEX	206	144,2%	0%

Nichtfinanziell	2023	Δ	Anteil an A1 Group
Gesamtenergieverbrauch (in MWh)	94.257	-7%	10%
Anteil erneuerbarer Energie am Strom	86%	6 PP	o.A.
CO ₂ -Emissionen ¹⁾ (in Tonnen CO ₂ -Äquivalent)	8.173	-21%	7%
Anzahl der Teilnahmen an Compliance-Schulungen	3.931	51%	8%

¹⁾ Scope 1 und Scope 2 (market-based)

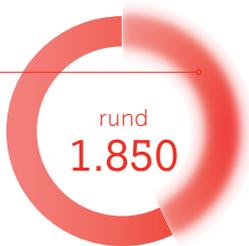
Qualitätszertifikate

- ✓ ISO 9001
- ✓ ISO 27001
- ✓ PCI DSS
- ✓ ISO 14001
- ✓ ISO 27017
- ✓ Tier III Daten-center
- ✓ ISO 22301
- ✓ ISO 45001

Mitarbeiter:innen (Vollzeitkräfte)

43 %

Anteil weiblich

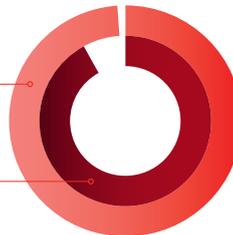


Netzabdeckung

Glasfaser 340.000
homes passed

4G 98 %

5G 92 %



Marken



Eckdaten: Kroatien

Bevölkerung

3,9
Millionen

BIP/Kopf, PPP

40.200
USD

Mitglied der EU seit

2013

Währung

EUR
Euro

A1 in Belarus



MARKT
ÜBERBLICK



Über A1 in Belarus

A1 ist in Belarus der zweitgrößte private Anbieter von Telekommunikations-, IKT- und Content-Diensten.

Das Vorgängerunternehmen von A1 Belarus nahm 1999 den Betrieb auf und wurde 2007 Teil der Group. Im Jahr 2023 trug das Geschäft in Belarus 8 % zum Umsatz und 10 % zum EBITDA der Group bei.

Geschäftsentwicklung 2023

In Belarus setzten wir 2023 auf gezieltes Cross-Selling und Upselling. Zudem nutzten wir unseren Vorteil im Bereich konvergenter Angebote und überarbeiteten das Mobilfunkportfolio nach dem Prinzip „mehr für mehr“. Im Festnetzbereich blieb die Nachfrage nach Highspeed-Internetprodukten und konvergenten Angeboten mit TV-Inhalten weiterhin hoch.

Die geopolitische und wirtschaftliche Situation in Belarus barg zahlreiche Herausforderungen. Aufgrund von Sanktionen war der Bezug von Waren und Dienstleistungen aus dem Ausland weiterhin anspruchsvoll. Als Reaktion auf die Inflation besteht im Land eine restriktive Preisregulierung. Diese schränkt uns bei der Anpassung von Tarifen nach wie vor ein. Im Jahresdurchschnitt wertete der belarussische Rubel gegenüber dem Euro um 15 % ab.

Marktposition

Mobilfunk

#2

Festnetz

#2

RGUs (in 1.000)

891

Mobilfunk-Kund:innen
(in 1.000)

4.897

Konvergent seit

2016

Basierend auf Serviceumsätze-Marktanteil

Kennzahlen 2023

Finanziell (in Mio. EUR)	2023	Δ	Anteil an A1 Group
Umsatz	442	-4,0%	8%
ARPU (EUR)	4,3	-10,3%	n.v.
ARPL (EUR)	7,4	-5,0%	n.v.
EBITDA	192	-12,3%	10%
EBIT	139	-7,8%	13%
CAPEX	25	-34,5%	0%

Nichtfinanziell	2023	Δ	Anteil an A1 Group
Gesamtenergieverbrauch (in MWh)	103.883	2%	11%
Anteil erneuerbarer Energie am Strom	0%	0	o.A.
CO ₂ -Emissionen ¹⁾ (in Tonnen CO ₂ -Äquivalent)	32.485	-10%	28%
Anzahl der Teilnahmen an Compliance-Schulungen	3.191	-30%	7%

¹⁾ Scope 1 und Scope 2 (market-based)

Qualitätszertifikate

- ✓ ISO 9001
- ✓ ISO 37001
- ✓ PCI DSS
- ✓ ISO 14001
- ✓ ISO 45001
- ✓ Tier III Daten-center
- ✓ ISO 27001

Mitarbeiter:innen (Vollzeitkräfte)

53 %
Anteil weiblich



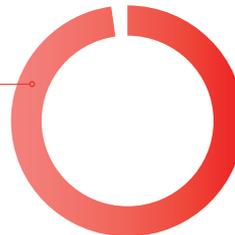
Netzabdeckung

Glasfaser 1,3 Mio.
homes passed

4G* 97 %

In Belarus erfolgte noch
keine Vergabe von
5G-Spektrum.

*Netzabdeckung des
Partnernetzwerks



Marken

A1



Eckdaten: Belarus

Bevölkerung
9,2
Millionen

BIP/Kopf, PPP
22.600
USD

Eigenstaatlichkeit seit
1991

Währung
BYN
Belarus. Rubel

A1 in Serbien



MARKT
ÜBERBLICK

Über A1 in Serbien

A1 ist in Serbien der drittgrößte Mobilfunkbetreiber, jedoch jener mit dem schnellsten Mobilfunknetz im Land.

Das Vorgängerunternehmen von A1 Serbien wurde 2006 als Teil der Group gegründet und nahm 2007 den Betrieb auf. Im Jahr 2023 trug das Geschäft in Serbien 7 % zum Umsatz und EBITDA der Group bei.

Geschäftsentwicklung 2023

Im Geschäftsjahr 2023 blieben die Marktbedingungen in Serbien, wo wir als reiner Mobilfunkbetreiber tätig sind, im Wesentlichen unverändert. Der Markt zeigte weiterhin Reifungstendenzen mit einem steigenden Anteil von Mobilfunkvertragsangeboten in den Portfolios und einer stärkeren Nachfrage nach höheren Datenvolumina.

Wir setzten im Berichtsjahr erfolgreich Upselling-Maßnahmen um, insbesondere von reinen Sprachtarifen zu Tarifen mit Datenkontingent und zusätzlichen Services.

Marktposition

Mobilfunk

#3

Mobilfunk-Kund:innen
(in 1.000)

2.438

Basierend auf Serviceumsätze-Marktanteil

Kennzahlen 2023

Finanziell (in Mio. EUR)	2023	Δ	Anteil an A1 Group
Umsatz	382	7,3%	7%
ARPU (EUR)	9,0	7,1%	n.v.
ARPL (EUR)	n.v.	n.v.	n.v.
EBITDA	127	10,2%	7%
EBIT	59	2,3%	5%
CAPEX	57	10,6%	0%

Nichtfinanziell	2023	Δ	Anteil an A1 Group
Gesamtenergieverbrauch (in MWh)	83.824	4%	9%
Anteil erneuerbarer Energie am Strom	66%	24 PP	o.A.
CO ₂ -Emissionen ¹⁾ (in Tonnen CO ₂ -Äquivalent)	24.941	-7%	21%
Anzahl der Teilnahmen an Compliance-Schulungen	1.993	54%	4%

¹⁾ Scope 1 und Scope 2 (market-based)

Qualitätszertifikate

✓ ISO 14001

✓ ISO 27001

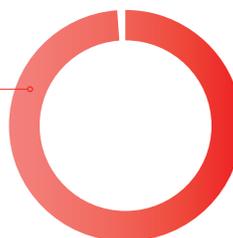
✓ ISO 45001

Mitarbeiter:innen (Vollzeitkräfte)

60 %
Anteil weiblich

Netzabdeckung

4G 99 %

In Serbien erfolgte noch
keine Vergabe von 5G-Spektrum.

Marken

A1

Eckdaten: Serbien

Bevölkerung

6,7
Millionen

BIP/Kopf, PPP

23.900
USD

EU-Beitrittskandidat seit

2012

Währung

RSD
Serbischer Dinar

A1 in Slowenien



MARKT
ÜBERBLICK

Über A1 in Slowenien

A1 Slowenien ist der zweitgrößte Mobilfunkbetreiber und der viertgrößte Festnetzbetreiber im Land.

Das Vorgängerunternehmen von A1 Slowenien nahm 1999 den Betrieb auf und wurde 2001 Teil der Group. Im Jahr 2023 trug das Geschäft in Slowenien 5 % zum Umsatz und 3 % zum EBITDA der Group bei.

Geschäftsentwicklung 2023

Die Wettbewerbsintensität in Slowenien blieb auch 2023 hoch. Sowohl der Mobilfunk- als auch der Festnetzmarkt war geprägt von aggressiven Angeboten mit hohen Rabatten.

Die Anzahl unserer Mobilfunkkund:innen ging leicht zurück, wobei die höhere Nachfrage nach mobilen WiFi-Routern die Verluste im Mobilfunkkerngeschäft etwas abfedern konnte. Im Festnetz sank die Anzahl an RGUs. Dennoch gelang es uns, den Gesamtumsatz in Slowenien um 9 % zu steigern.

Marktposition

Mobilfunk

#2

Festnetz

#4

RGUs (in 1.000)

208

Mobilfunk-Kund:innen
(in 1.000)

707

Konvergent seit

2015

Basierend auf Serviceumsätze-Marktanteil

Kennzahlen 2023

Finanziell (in Mio. EUR)	2023	Δ	Anteil an A1 Group
Umsatz	242	8,8%	5%
ARPU (EUR)	15,0	8,4%	n.v.
ARPL (EUR)	32,9	5,8%	n.v.
EBITDA	56	-0,2%	3%
EBIT	-5	-244,7%	-0%
CAPEX	40	-13,5%	0%

Nichtfinanziell	2023	Δ	Anteil an A1 Group
Gesamtenergieverbrauch (in MWh)	44.713	3%	5%
Anteil erneuerbarer Energie am Strom	100%	12 PP	o.A.
CO ₂ -Emissionen ¹⁾ (in Tonnen CO ₂ -Äquivalent)	462	-85%	o.A.
Anzahl der Teilnahmen an Compliance-Schulungen	1.108	1%	2%

¹⁾ Scope 1 und Scope 2 (market-based)

Qualitätszertifikate

- ✓ ISO 14001
- ✓ ISO 27001
- ✓ EMAS
- ✓ ISO 22301
- ✓ ISO 45001

Mitarbeiter:innen (Vollzeitkräfte)

45 %

Anteil weiblich

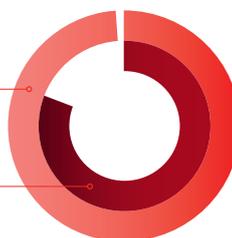


Netzabdeckung

Glasfaser 38.000
homes passed

4G 99 %

5G 81 %



Marken

A¹

re:do

Eckdaten: Slowenien

Bevölkerung

2,1
Millionen

BIP/Kopf, PPP

48.300
USD

Mitglied der EU seit

2004

Währung

EUR
Euro



A1 in Nordmazedonien

Über A1 in Nordmazedonien

A1 ist der führende Mobilfunkbetreiber und die Nummer zwei am Festnetzmarkt in Nordmazedonien.

Der Rechtsvorgänger von „A1 Makedonija“ wurde im Jahr 2007 als Teil der Group gegründet. Im Jahr 2023 trug das Geschäft in Nordmazedonien 3 % zum Umsatz und 2 % zum EBITDA der Group bei.

Geschäftsentwicklung 2023

Im Jahr 2023 lag unser Fokus in Nordmazedonien auf der Bereitstellung attraktiver 5G-Tarife im hochwertigen Segment mit einem Schwerpunkt auf Qualität. Darüber hinaus forcierten wir IKT-Services und legten Augenmerk auf das Angebot ansprechender Hardware.

Im Mobilfunkgeschäft steigerten wir sowohl den Dienstleistungsumsatz als auch die Erlöse aus dem Verkauf von Endgeräten. Das Festnetzgeschäft wuchs dank des erfolgreichen Upsellings von Kund:innen auf höhere Internetgeschwindigkeiten, aber auch aufgrund des verbesserten Solution- und Connectivity-Geschäfts.

Marktposition

Mobilfunk

#1

Festnetz

#2

RGUs (in 1.000)

365

Mobilfunk-Kund:innen
(in 1.000)

1.119

Konvergent seit

2014

Basierend auf Serviceumsätze-Marktanteil

Kennzahlen 2023

Finanziell (in Mio. EUR)	2023	Δ	Anteil an A1 Group
Umsatz	152	7,2%	3%
ARPU (EUR)	7,2	6,7%	n.v.
ARPL (EUR)	11,4	2,3%	n.v.
EBITDA	48	8,5%	2%
EBIT	15	-14,7%	1%
CAPEX	31	-18,7%	0%

Nichtfinanziell	2023	Δ	Anteil an A1 Group
Gesamtenergieverbrauch (in MWh)	35.282	11%	4%
Anteil erneuerbarer Energie am Strom	39%	64 PP	o.A.
CO ₂ -Emissionen ¹⁾ (in Tonnen CO ₂ -Äquivalent)	11.645	-20%	10%
Anzahl der Teilnahmen an Compliance-Schulungen	2.029	13%	4%

¹⁾ Scope 1 und Scope 2 (market-based)

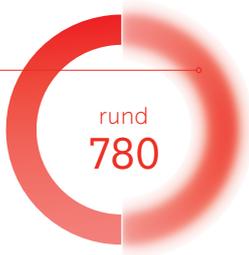
Qualitätszertifikate

- ✓ ISO 9001
- ✓ ISO 14001
- ✓ ISO 20000-1
- ✓ ISO 22301
- ✓ ISO 27001
- ✓ ISO 27018
- ✓ ISO 45001

Mitarbeiter:innen (Vollzeitkräfte)

48 %

Anteil weiblich



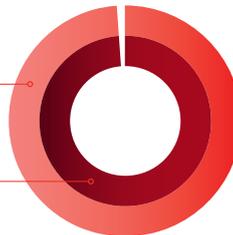
rund
780

Netzabdeckung

Glasfaser 66.000
homes passed

4G 99 %

5G 99 %



Marken

A1

Eckdaten: Nordmazedonien

Bevölkerung

2,1
Millionen

BIP/Kopf, PPP

20.300
USD

EU-Beitrittskandidat seit

2005

Währung

MKD
Mazed. Dinar

Wir ermöglichen es Menschen, das zu tun, was sie lieben, was sie inspiriert, was ihnen nützt. Für Unternehmen schaffen wir Lösungen, um produktiver und innovativer zu werden.

Strategie



In einem sich wandelnden Umfeld verändern sich auch die Bedürfnisse und Erwartungen der Kund:innen und der Gesellschaft insgesamt. Daher haben wir die Unternehmensstrategie aufgefrischt. Dabei folgte die Gruppe ihrer bestehenden Vision.

Empowering digital life

Diese Vision zielt auf einen überzeugenden Nutzen und ein positives Erlebnis für die Kund:innen sowie für die Gesellschaft ab. Die Basis dafür bilden unsere digitale Infrastruktur und die Services. Dies umfasst insbesondere auch das Mitgestalten einer nachhaltigen Zukunft durch Technologie - für

die Mitarbeiter:innen, Kund:innen, Geschäftspartner und alle weiteren Stakeholder entlang der Wertschöpfungskette, in dieser und in zukünftigen Generationen. Wir stellen uns dementsprechend der ökologischen und gesellschaftlichen Verantwortung. Sie fördert effiziente, ressourcenschonende und somit nachhaltigere Arbeits- und Lebensweisen sowie den chancengleichen und sicheren Zugang zu Konnektivität und digitalen Services.

Die überarbeitete Unternehmensstrategie reflektiert die aktuellen Branchentrends. Dazu zählen etwa der starke Zuwachs des Datenverkehrs und die signifikante Bedeutung der Digitalisierung. Mehr zu den Branchentrends kann dem Konzernlagebericht 2023 entnommen werden.

Die Unternehmensstrategie bezieht sich auf den Zeitraum 2023 bis 2027 und hat zwei Kernbereiche:

- ✓ Die Weiterentwicklung des Kerngeschäfts, um für Kund:innen relevant zu bleiben.
- ✓ Die Ambition, Neues zu entdecken um zusätzliche Wachstumschancen zu erkunden.

Dabei stellen wir den Menschen in den Mittelpunkt unserer Aktivitäten. Die Marke A1, Nachhaltigkeit (ESG) und der Themenkomplex Sicherheit sind Wegbereiter und somit integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie.

Weiterentwicklung des Kerngeschäfts

In einem schnelllebigen Umfeld sind ständige Weiterentwicklung und Verbesserung unerlässlich. Um die steigenden Anforderungen der Kund:innen zu erfüllen und Erwartungen zu übertreffen, muss sich A1 im Kern weiterentwickeln. Wir streben danach, unsere Infrastruktur zu optimieren, um ein erstklassiges Kundenerlebnis zu bieten und den Ruf als Qualitätsführer zu wahren.

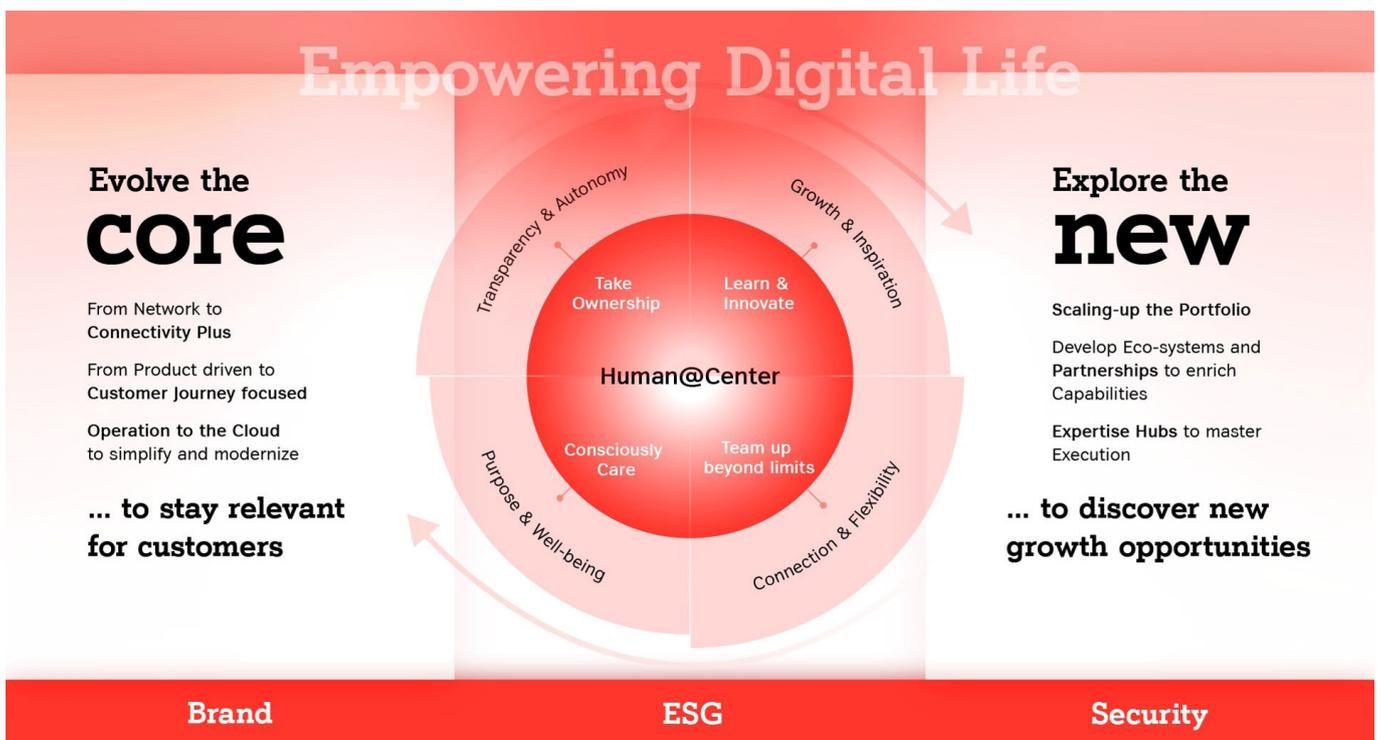
Für ein Telekommunikationsunternehmen ist es längst nicht mehr ausreichend, nur für Konnektivität zu sorgen. Vielmehr geht es darum, den Kund:innen Erlebnisse und außergewöhnliche Erfahrungen zu bieten. In diesem Sinne lenken wir den bisher produktgetriebenen Fokus verstärkt auf die „Customer Journey“. Das bedeutet, dass Kundenbedürfnisse bei

den verschiedenen Kontaktpunkten mit A1 schnell erkannt und adressiert werden können.

Durch die intensivere Nutzung der Cloud können Prozesse und die IT-Landschaft vereinfacht und modernisiert werden. Das wiederum erhöht das Tempo bei der Einführung neuer Produkte, ermöglicht ein schnelleres Wahrnehmen von Geschäftsmöglichkeiten und fördert die digitale Transformation.

Neues entdecken

Um die Geschäftsmöglichkeiten von morgen zu nutzen, fokussieren wir uns auf drei Säulen. Das bestehende Portfolio wird selektiv erweitert und ausgewählte Wachstumschancen werden mutig verfolgt. Darüber hinaus sollen durch Partnerschaften die eigenen Möglichkeiten erweitert werden. So können wir noch schneller agieren und den Kund:innen Zugang zu umfassenden digitalen Dienstleistungen aus einer Hand anbieten. Wir positionieren uns somit als Partner des Vertrauens gegenüber den Kund:innen. Zudem können mit der internen Bündelung von Fachwissen in Kompetenzzentren Themen gruppenweit wirkungsvoller adressiert und Synergien genutzt werden.



Human@Center: der Mensch im Mittelpunkt

Unser Anspruch, relevant für die Kund:innen zu bleiben, war ein wesentlicher Grund dafür, die Unternehmensstrategie aufzufrischen. Der Mensch – das heißt die Mitarbeiter:innen, Kund:innen, Geschäftspartner:innen und sonstige Stakeholder – steht im Mittelpunkt der überarbeiteten Unternehmensstrategie. Schließlich sind es die Menschen bei und rund um A1, die die Strategie mit Leben erfüllen.

Human@Center definiert die entsprechenden Anforderungen an unsere Kultur. Human@Center identifiziert Verhaltensweisen, die unsere Strategie unterstützen, sowie die A1-Rahmenbedingungen, die geschaffen werden müssen, um unsere Strategie mit Leben zu erfüllen. Der Ansatz umfasst die folgenden Bereiche der Ausrichtung:

- ✓ Wir übertragen den Mitarbeiter:innen mehr Verantwortung und geben ihnen mehr Freiheit beim Ausüben ihrer Aufgaben. Dies geht intern mit mehr Transparenz einher.
- ✓ Nur durch kontinuierliches Lernen und Weiterbildung können Menschen sowohl auf persönlicher als auch auf professioneller Ebene wachsen. Das ermöglicht neue Perspektiven und fördert die Innovationsfähigkeit.
- ✓ Zusammenarbeit findet zunehmend in funktions- und länderübergreifenden Teams statt. Dazu braucht es einen Rahmen, der Flexibilität fördert und persönliche Interaktionen unterstützt.
- ✓ Wir erfüllen eine Reihe wichtiger gesellschaftlicher Funktionen. Als Arbeitgeber zielen wir darauf ab, ein Umfeld zu schaffen, in dem sich die Mitarbeiter:innen dieser Verantwortung bewusst sind, selbst einen Beitrag leisten können, sich wohl fühlen und gerne ihren Aufgaben nachgehen, um eine nachhaltige Zukunft zu gestalten.

Die Marke: A1

Die starke Marke A1 verbindet alle Märkte, in denen wir tätig sind. Sie repräsentiert einerseits, für welche Werte und welche Kultur wir stehen und andererseits, wie A1 wahrgenommen wird. Anhand der „Brand Performance“ und der Kundenzufriedenheit zeigt sich, ob die Strategie in den Zielgruppen funktioniert.

Das konsistente Erscheinungsbild des Designs von A1 ermöglicht gemeinsame, länderübergreifende Initiativen. Für die Mitarbeiter:innen wirkt die Marke A1 als verbindende Basis, die die Werte und Haltungen der Unternehmensgruppe repräsentiert.

Sicherheit

Die Erwartungen der Kund:innen, aber auch die rechtlichen Anforderungen und Konsequenzen bei Fehlverhalten in Bezug auf Informationssicherheit und den Schutz personenbezogener Daten haben in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen. Gleichzeitig verzeichnete eine Vielzahl der westlichen Unternehmen bereits Datenpannen.

Sicherheit ist essenziell für A1. So können Geschäftspartner sicher sein, dass wir mit Daten sorgfältig umgehen und sie adäquat schützen. Zudem bieten wir Lösungen an, mit denen Kund:innen ihre Daten bestmöglich schützen können. Das macht uns zu einem vertrauenswürdigen Geschäftspartner.

Nachhaltigkeit (ESG)

Entsprechend unserer Vision „Empowering digital life“ kommt dem Mitgestalten einer nachhaltigen und inklusiven Zukunft durch Technologie eine zentrale Rolle zu. Wir übernehmen ökologische und soziale Verantwortung, indem wir effizientere, ressourcenschonende und damit nachhaltigere Arbeits- und Lebensweisen fördern.

Nachhaltigkeit umfasst die Dimensionen Umwelt (Environment), Soziales (Social) und Governance, kurz „ESG“.

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie (siehe Kapitel „Nachhaltigkeit“) ist weitreichend und interdisziplinär. Angefangen von Energieeffizienz bis hin zur Gleichstellung der Geschlechter – praktisch jeder Unternehmensbereich ist aufgefordert, Prozesse, Produkte und Services zu hinterfragen, neu zu denken und nachhaltiger zu gestalten. Nachhaltigkeitsaspekte müssen bei allen Entscheidungen berücksichtigt werden. Nachhaltigkeit steht für eine Transformation der gesamten Unternehmensgruppe – eine ehrgeizige Reise, die längst begonnen hat und doch noch anspruchsvolle Etappen umfasst. ■

Nur eine nachhaltige Ausrichtung des Kerngeschäfts macht uns dauerhaft zukunftsfähig. Daher integrieren wir ökonomische, ökologische und soziale Faktoren.

Nachhaltigkeit



Als Telekommunikationsunternehmen betreiben wir kritische Infrastruktur. Unser Verständnis von Verantwortung ist, über die Ausgestaltung des Kerngeschäfts den größtmöglichen Nutzen für die Gesellschaft, unsere Kund:innen, unsere Mitarbeiter:innen und die Umwelt zu stiften. Dabei integrieren wir das Drei-Säulen-Modell der nachhaltigen Entwicklung (Triple Bottom Line – „People, Planet, Profit“) in unsere Aktivitäten. Wir wollen in unseren unternehmerischen Aktivitäten nachhaltig agieren und unserer Verantwortung auf allen Ebenen nachkommen.

Daher haben wir unser Selbstverständnis als verantwortungsvolles Unternehmen fest in der Konzernstrategie verankert. Dies verpflichtet uns, nicht nur nachhaltiges Handeln entlang unserer Wertschöpfungskette zu integrieren, sondern auch dazu, aktiv zur Bewältigung ökologischer, ökonomischer und sozialer Herausforderungen beizutragen.

Nachhaltigkeitsmanagement

Bereits 2010 haben wir ein konzernweites, integriertes Nachhaltigkeitsmanagement aufgebaut, das seitdem sukzessive weiterentwickelt wird. Die höchste Managementebene bekennt sich klar zu nachhaltigem Handeln. Die Stabstelle „Group ESG“ ist dem Deputy CEO zugeordnet und übernimmt die Steuerung, Koordination und Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie – in enger Zusammenarbeit mit den ESG-Verantwortlichen in den Tochtergesellschaften. Dabei initiiert Group ESG beispielsweise unternehmensweite Leitlinien und Richtlinien, wie z. B. die Clean Energy Policy, die Human Rights Policy, die Media Ethics Policy, Conflict Mineral Policy, Diversity, Equity & Inclusion Policy, die Responsible Sourcing Policy oder die Fair Pay Principles, die in den Tochtergesellschaften umgesetzt werden.

Der länderübergreifende Ansatz schafft die notwendige Flexibilität, damit wir auf regionale Besonderheiten Rücksicht nehmen können, z. B. beim Einkauf von Strom aus erneuerbarer Energie oder bei Maßnahmen zur Steigerung des Anteils von Frauen. In monatlichen Abständen finden Steering Meetings statt, in denen die Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie mit den lokalen ESG-Verantwortlichen diskutiert wird.

Auch in Management-Meetings sowie im Aufsichtsrat findet regelmäßig eine intensive Auseinandersetzung mit dem Thema Nachhaltigkeit statt, wodurch ihm eine bedeutende Rolle in diesen Gremien zukommt.

Zudem sind seit 2020 Nachhaltigkeitsziele in der Managementvergütung verankert. Jährlich werden für die Kurzzeitvergütung (Short Term Incentives, STI) des Vorstandes und der CEOs in den Ländern Nachhaltigkeitsziele definiert, die sich an den gruppenweiten Zielen orientieren. Beispielsweise hatten die CEOs in den Tochtergesellschaften für das Jahr 2023 in ihren STIs die Reduktion von CO₂-Emissionen als Vorgabe. In die Langzeitvergütung (Long Term Incentives, LTI) der Vorstände und der CEOs der Tochtergesellschaften wurden der Energieeffizienzindikator und die Reduktion des Gender Pay Gaps aufgenommen. So hat die Erreichung der Nachhaltigkeitsziele direkten Einfluss auf die Vergütung des Managements.

Nachhaltigkeitsstrategie

Fokus

Der Vorstand hat gemeinsam mit Group ESG, den Nachhaltigkeits-Verantwortlichen in den Tochtergesellschaften und in einem fortlaufenden Dialog mit dem Aufsichtsrat die Nachhaltigkeitsstrategie mit einem ambitionierten Zieleprogramm entwickelt. Dieses unterstützt die 2015 von den Vereinten Nationen verabschiedeten Entwicklungsziele (Sustainable Development Goals, SDGs). Unsere Nachhaltigkeitsstrategie fokussiert sich auf drei strategische Handlungsfelder „E“ (Environment – Umwelt), „S“ (Soziales) und „G“ (Governance – Unternehmensführung).

Umwelt: Klimawandel entgegenwirken und Kreislaufwirtschaft fördern

Unsere größte Herausforderung im Umweltbereich ist, beim Ausbau von immer leistungsfähigerer Infrastruktur die Energieeffizienz kontinuierlich zu steigern und den Strombedarf so gering wie möglich zu halten. Nur so können wir einen Beitrag gegen den Klimawandel leisten. Dies spiegelt sich auch in unseren Zielen wider – Reduktion von CO₂-Emissionen und die Steigerung der Energieeffizienz sind feste Bestandteile unserer Nachhaltigkeitsstrategie.

Nachhaltigkeits-Ratings

Jährlich werden unsere nachhaltigen Aktivitäten von Ratingagenturen bewertet. Die Ergebnisse bestätigen unsere führende Position als nachhaltiges Unternehmen.



Seit 2022 findet sich die A1 Group auf der CDP Climate A Liste. Dies ist eine Anerkennung für unsere Unternehmenstransparenz und Maßnahmen gegen den Klimawandel.



Sustainalytics, ein Unternehmen von Morningstar, ist ein führendes unabhängiges ESG-Research-, Rating- und Datenunternehmen und hat Telekom Austria AG als Sustainalytics ESG Top Industry Rated Company ausgezeichnet. Mit 13,5 Punkten werden wir als Low Risk eingestuft.

Mehr Informationen zu den Ratings:

www.A1.group/ESG

Seit 2019 konnten wir bereits 54 % unserer CO₂-Emissionen (Scope 1 und Scope 2 market-based) reduzieren und unsere Energieeffizienz um 56 % steigern. Wir sind daher unseren Zielen (90 % unserer CO₂-Emissionen zu reduzieren und die Energieeffizienz, also den Strombedarf pro transportiertem Datenvolumen, um 80 % zu steigern) bereits bedeutend näher gekommen. Unser Ziel im Bereich Recycling & Refurbishment, 20 % der in Umlauf gesetzten Geräte zurückzugewinnen, konnten wir bereits 2023 mit 29 % überreichen.

Soziales: Digitale Bildung vermitteln und Frauenanteil heben

Im sozialen Bereich setzen wir auf zwei Fokusthemen: die Förderung von digitalen Kompetenzen in der Gesellschaft und Gleichbehandlung sowie die Reduktion des Gender Pay Gaps.

Bereits seit 2011 engagieren wir uns für die Förderung von digitalen Kompetenzen. Von 2011 bis 2023 konnten wir bereits fast 496.000 Personen schulen. Für den Zeitraum 2021 bis 2030 haben wir uns das Ziel von 500.000 Teilnahmen gesetzt (siehe Box „Digitale Bildung“).

Wir stellen uns der Herausforderung, als Technologieunternehmen den Anteil von Frauen insgesamt und den Anteil von weiblichen Führungskräften zu erhöhen. Historisch gesehen waren technische Positionen in unserem Heimatmarkt überwiegend von Männern besetzt. Initiativen



wie STEMfemme und STEMfemme Junior, beides Programme zur Förderung von Frauen im MINT-Bereich (Mathematik, Information, Naturwissenschaften, Technik), in Kroatien tragen dazu bei, diesen Umstand nachhaltig zu verändern. Aktuell beträgt in der A1 Group der Anteil von Frauen insgesamt 40% und der Anteil von weiblichen Führungskräften 35%. Außerdem setzen wir uns aktiv für gerechte Entlohnung bei gleichwertiger Arbeit von Frauen und Männern ein (mehr Details dazu siehe Kapitel „Mitarbeiter:innen“).

Governance: Globale Lieferketten managen

Wir übernehmen auch Verantwortung dafür, wie unsere Zulieferer und Geschäftspartner im Rahmen globaler Lieferketten agieren. Unsere Responsible Sourcing Policy bildet die Grundlage für das Management unserer Lieferantenbeziehungen. Die Hauptziele dieser Policy sind:

- ✓ Stärkung unserer wirtschaftlichen Leistung
- ✓ Sicherstellen der Resilienz unserer Lieferkette
- ✓ Beitrag zu unserem ESG-Commitment in der Lieferkette (Ausweitung unseres Code of Conducts auf Lieferanten, Entwicklung und Anwendung von ESG-Kriterien für Beschaffungsentscheidungen etc.).

Digitale Bildung

Die Digitalisierung prägt maßgeblich den Alltag der Menschen, beeinflusst Arbeitswelten, Bildung, Behördenwege und den täglichen Einkauf. Der digitale Zugang zu Information und Bildung gewinnt weiterhin an Bedeutung, um aktuellen Trends und Veränderungen zu folgen. Daher sehen wir es als unsere Verantwortung, uns aktiv für die Vermittlung digitaler Kompetenzen einzusetzen und zugleich über Risiken wie Cyberkriminalität aufzuklären.

Die 2011 ins Leben gerufene Digitale Bildungsinitiative bietet in allen unseren Tochtergesellschaften kostenlose Workshops, Webinare und Lernvideos an – für Kinder, Pädagog:innen, Eltern und Senior:innen. Die Programmschwerpunkte richten sich dabei auf MINT (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und Technik), Robotik und Programmieren, Making und Tinkering und digitale Medienkompetenzen. Wir haben uns zum Ziel gesetzt von 2021 bis 2030 500.000 Teilnahmen an dieser kostenlosen Initiative zu verzeichnen. Seit 2021 konnten bereits mehr als 266.000 Teilnahmen erreicht werden.

Seit 2022 führen wir regelmäßig ESG-Risikobewertungen unserer Lieferanten durch. Als Ergebnis haben wir einen Due-Diligence-Prozess für all jene Lieferanten eingeführt, die im Hinblick auf soziale oder ökologische Kriterien als riskant eingestuft werden.

Weiters sind wir 2022 der JAC (Joint Alliance for Corporate Social Responsibility) beigetreten, einem Verband bestehend aus 27 weltweit agierenden Telekommunikationsunternehmen, die gemeinsam daran arbeiten, Nachhaltigkeit in der Lieferkette zu fördern. JAC führt jährlich Vor-Ort-Audits bei unseren Lieferanten durch, die auf detaillierten, einheitlichen Verfahren basieren und den Supply Chain Sustainability Guidelines von JAC folgen. In diesen Audits bewerten, überprüfen und verbessern anerkannte Wirtschaftsprüfungsunternehmen Arbeitsstandards, Gesundheits- und Sicherheitsrichtlinien, Umweltstandards, ethische Standards sowie das Managementsystem der auditierten Lieferanten. Die Ergebnisse dieser Audits werden in Form eines verpflichtenden Maßnahmenplans abgebildet. 2023 fanden insgesamt 137 Audits an Produktions- und Arbeitsstandorten statt –

sechs davon von uns beauftragt. Dies leistet einen weiteren Beitrag, unsere Lieferkette sozial- und umweltverantwortlich und damit zukunftssicher zu gestalten.

Am Puls der Zeit bleiben, Verantwortung übernehmen

Trends und Innovationen verändern laufend unser Arbeits- und Privatleben. Zugleich stehen wir als Unternehmen vor der Herausforderung, neue Regularien, wie z. B. die für das Geschäftsjahr 2024 in Kraft tretende Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), umzusetzen. Daher überprüfen, überdenken und justieren wir regelmäßig die Schwerpunkte unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Dies ermöglicht es uns, flexibel auf Anforderungen zu reagieren und in jenen Bereichen einen positiven Beitrag zu leisten, wo wir den größten Einfluss haben oder wo der gesellschaftliche Bedarf am größten ist. Ein Update der Nachhaltigkeitsstrategie ist im Laufe des Geschäftsjahres 2024 vorgesehen. ■

Ausgewählte Nachhaltigkeitsziele

Umwelt (E – Environment)

Sozial (S – Social)

Governance (G)

CO₂-Emissionen

Ziel 2030: Reduktion der CO₂-Emissionen (Scope 1 + Scope 2 market-based) um 90 % (Basisjahr 2019)

Status 2023: Reduktion um 54 %

Siehe Kapitel „Umwelt- und Klimaschutz“

Digitale Bildung

Ziel 2030: 500.000 Teilnahmen an unserer digitalen Bildungsinitiative (Basisjahr 2021)

Status 2023: 266.144 Teilnahmen

Siehe Box „Digitale Bildung“

Compliance Management

Ziel 2030: Aufrechterhalten des extern zertifizierten Best-Practice Compliance-Management-Systems (CMS)

Status 2023: Erfolgreiche Rezertifizierung der CMS

Siehe Kapitel „Compliance“

Energieeffizienz

Ziel 2030: Verbesserung der Energieeffizienz (Strombedarf pro transportiertem Datenvolumen) um 80 % (Basisjahr 2019)

Status 2023: Verbesserung um 56 %

Siehe Kapitel „Umwelt- und Klimaschutz“

Diversität und Gleichbehandlung

Ziele 2025: Erhöhung des Anteils von Frauen in Führungspositionen und im Unternehmen auf 40 %

Status 2023: 35 % Frauen in Führungspositionen und 40 % im Unternehmen

Siehe Kapitel „Mitarbeiter:innen“

Vorstandsvergütung

Ziel 2030: Verankern von Nachhaltigkeitszielen im Vorstandsvergütungsplan

Status 2023: Nachhaltigkeitsziele in die Short-Term und Long-Term Incentives (STI bzw. LTI) aufgenommen

Siehe Überschrift „Nachhaltigkeitsmanagement“

Kreislaufwirtschaft

Ziel 2025: Steigerung des Anteils der recycelten und wiederaufbereiteten Geräte auf 20 % der von uns jeweils jährlich in Umlauf gebrachten Geräte

Status 2023: 29 % recycelte und wiederaufbereitete Geräte

Siehe Kapitel „Umwelt- und Klimaschutz“

Gender Pay Gap

Ziel 2030: Gleiche Bezahlung für gleiche Arbeit sicherstellen: Identifikation und ggf. Reduktion von unbegründeten Gehaltsunterschieden

Status 2023: Messung von möglichen Gehaltsunterschieden standardisiert, erste Maßnahmen initiiert

Siehe Kapitel „Mitarbeiter:innen“

Lieferanten

Ziel 2030: Durchführung von jährlich fünf Vor-Ort-Prüfungen bei Lieferanten, um hohe Standards entlang der Wertschöpfungskette umzusetzen

Status 2023: erstmalig (sechs) Vor-Ort-Audits durch Wirtschaftsprüfer durchgeführt

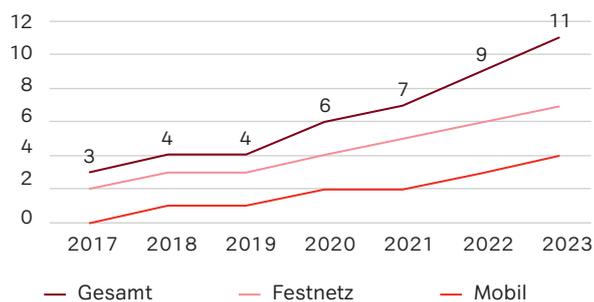
Siehe Überschrift „Nachhaltigkeitsmanagement“

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie finden Sie auf www.A1.group/de/esg/nachhaltigkeitsstrategie/

Zukunftssicherheit, Nachhaltigkeit und Innovation als Erfolgsfaktoren bei der Digitalisierung.

Technologie

Entwicklung der Datenvolumina im A1 Netz (in Mio. Terabyte)



Die hochleistungsfähige und zukunftssichere Infrastruktur der A1 Group ist ein verlässliches Fundament für die zunehmend digitalisierten Arbeits- und Lebenswelten. Wir versorgen aktuell rund 29 Millionen Kund:innen mit Zugang zu kritischer Infrastruktur. Diese umfasst das Festnetz, den Mobilfunk sowie Datacenter. Wir unterstützen die schnell voranschreitende Digitalisierung und die mit ihr wachsende Nachfrage nach stabiler und sicherer Konnektivität.

Steigende Datenvolumina erfordern hohe Bandbreite

Es war insbesondere die steigende Nachfrage nach Streaming-Diensten, die in den letzten Jahren die transportierten Datenmengen nach oben schnellen ließ. Home Office, Home Schooling und agile Formen der Remote-Zusammenarbeit verstärken diesen Trend. Darüber hinaus steigt die Kundenzahl im Bereich Internet der Dinge (IoT) um jährlich mehr als 20%.

Wir bieten unseren Kund:innen mit der TV-Plattform „A1 Xplore TV“ eine breite Auswahl an Bewegtbildinhalten. Zusätzlich zu den beliebtesten lokalen und internationalen linearen TV-Kanälen kann über die A1 Xplore TV-Box auf YouTube, YouTube Kids, Prime Video und andere Dienste zugegriffen werden. Abhängig von den jeweiligen Marktbedingungen und -anforderungen kooperieren wir selektiv

mit Netflix, CANAL+, HBO Max, Sky usw. Des Weiteren ist A1 Xplore TV auch via App für Handy oder Tablet, am Laptop oder PC direkt im Browser sowie auf Smart TV Geräten der führenden Hersteller verfügbar.

Zudem sind wir im Bereich eSports aktiv. Über die letzten Jahre konnten wir fünf lokale Ligen mit einer Gesamtzielgruppe von mehr als 141 Millionen Menschen in 15 verschiedenen Ländern etablieren. Damit erreichen wir eSports-Fans aus der gesamten CEE-Region.

Mittlerweile sind Streaming-Dienste für rund 80% des gesamten Datenvolumens verantwortlich. Die jährlichen zweistelligen Daten-Zuwachsraten stellen traditionelle Netzwerke vor große Herausforderungen. Daher investieren wir mehrere Hundert Millionen Euro pro Jahr in die Wartung und den Ausbau unserer Breitband-Infrastruktur.

Zentrale Elemente des Breitbandausbaus

Glasfaser

Mit Glasfasernetzwerken können aktuell Bandbreiten von einigen Gbit/s sowohl für den Upload als auch den Download von Daten erreicht werden. In Bezug auf die verfügbare Bandbreite hat der Glasfaserzugang gegenüber Mobilösungen einen großen Vorteil: Kund:innen steht die volle Bandbreite zur Verfügung, während sie bei einer Mobilfunkverbindung von der Anzahl der Nutzer in einer Mobilfunkzelle und ihrem Datenverbrauch abhängt.

Glasfaser und Coaxial-Kabel im Vergleich

- ✓ Glasfaser ermöglicht einen höheren Datendurchsatz, der heute in der Regel von einigen 100 Mbit/s bis zu 1 Gbit/s reicht.
- ✓ Glasfaser bietet symmetrische Bandbreite (gleich hoch für Upload und Download) und Dienste.
- ✓ Bei Glasfaser kann der Datendurchsatz in Zukunft auf weit über 1 Gbit/s gesteigert werden (Multi-Color-Implementierungen).
- ✓ Glasfasernetze haben weniger elektrische Komponenten. Das bedeutet einen geringeren Wartungsaufwand und niedrigeren Energiebedarf.
- ✓ Glasfaser ist weniger feuchtigkeitsempfindlich.
- ✓ Der größte Nachteil von Glasfaser sind die Kosten für die erstmalige Verlegung.

5G

5G bietet kurze Reaktionszeiten (Latenz) und hohe Datenübertragungsraten. Diese Eigenschaften sind nicht nur die unverzichtbare Voraussetzung für Mobilitätskonzepte der Zukunft durch Kommunikation in Echtzeit. Sie sind auch ein wesentlicher Baustein des Internets der Dinge (Internet of Things, IoT), das die Vernetzung einer nahezu unbegrenzten Anzahl von Geräten, Sensoren usw. ermöglicht.

5G-Faktencheck

- ✓ 5G ist ein neues Übertragungsprotokoll, keine neue Technologie.
- ✓ Reaktionszeiten (Latenzen) im Millisekundenbereich, 4-mal schneller als 4G.
- ✓ Datenübertragungsraten im Gigabitbereich, aktuell 4-mal schneller als bei 4G.
- ✓ Übertragungsform und -medium (Funk) sind bereits lange im Einsatz und bestens erforscht.
- ✓ Bisherige Forschungsergebnisse zu Mobilfunk sind daher auf 5G übertragbar.
- ✓ Internationale Messergebnisse zeigen, dass sich die Expositionswerte durch 5G kaum verändern werden.

Breitbandausbau in Österreich

2023 trieben wir den Glasfaserausbau weiter voran und haben in Österreich nun in Summe mehr als 73.000 km Glasfaserkabel verlegt. Das Glasfasernetz baut auf dem Glasfaser-Backhaul-Netz der Mobilfunkbasisstationen auf, von denen bereits 84% über Glasfaser verbunden sind. Auf diese Weise greifen Mobilfunk und Festnetz ideal Hand in Hand.

Beim Mobilfunk lag unsere 5G-Abdeckung in Österreich Ende 2023 bei etwa 85% der Bevölkerung, womit die führende Stellung im Bereich der 5G-Netze behauptet wurde. Dies wurde durch zahlreiche Netzwerk-Benchmark-Tests (FutureZone, Smartphone Magazine, SpeedChecker, CHIP) bestätigt.

Breitbandausbau unserer internationalen Gesellschaften

In **Bulgarien** haben wir 2023 den 5G-Ausbau vorangetrieben. Mittlerweile sind alle Siedlungen mit einer Bevölkerung von mehr als 3.000 Personen abgedeckt. Parallel dazu erfolgt eine Neuaufteilung der aktiven MIMO-Antennen (Multiple Input Multiple Output) an Standorte mit höherem Verkehrsaufkommen. Im Funkzugangsnetz (Radio Access Network, RAN) erfolgten Software-Upgrades auf neueste

Versionen. Zudem führten wir die Migration des Sprachverkehrs auf 4G durch Erhöhen des VoLTE-Anteils (Voice over LTE) auf 50 % fort. Unser Mobilfunknetz wurde mit dem begehrten Speedtest Award von Ookla als das schnellste Netz 2023 ausgezeichnet. Im Bereich des Glasfasernetzes haben wir den Ausbau in mehreren weiteren Städten fortgesetzt.

Nach dem Erwerb von Spektrum im Jahr 2021 haben wir in **Kroatien** den kommerziellen Rollout des 5G-Netzes fortgesetzt. Im Rahmen einer Auktion konnten wir uns bestehendes LTE-Spektrum für weitere 15 Jahre sichern. Gleichzeitig haben wir die Festnetzinfrastruktur weiter modernisiert und den Glasfaserausbau vorangetrieben.

In **Belarus** konzentrierten wir uns 2023 auf den Ausbau des Festnetzes. Mittlerweile erreichen wir rund 1,3 Millionen Haushalte. Aufgrund von Einschränkungen für den Start eines eigenen 4G-Netzes mieten wir uns bei einem anderen Infrastrukturbetreiber ein. Damit können wir den Kund:innen die lokal modernste verfügbare Mobilfunktechnologie zur Verfügung stellen.

In **Serbien** sind wir als Betreiber eines Mobilfunknetzwerks im Markt aktiv. 2023 haben wir das eigene Glasfasernetz um etwa 500 km ausgebaut und binden damit rund 40 % unserer Mobilfunkstandorte an. Wir sicherten uns den ersten Platz in der NetCheck-Benchmark sowohl für das beste Datenetzwerk als auch für die besten Ergebnisse für Sprache und Daten in den Städten.

2023 setzten wir in **Slowenien** die Erweiterung des Mobilfunknetzes fort. Im Juli 2023 belegte das Unternehmen erneut den ersten Platz im NetCheck-Benchmark und wurde

Faktencheck zu elektromagnetischen Feldern

Forschungsergebnisse zu etwaigen gesundheitlichen Auswirkungen der Mobilkommunikation werden kontinuierlich von nationalen und internationalen Institutionen ausgewertet. Dazu zählen die WHO oder die ICNIRP (International Commission on Non-Ionizing Radiation Protection). Deren Grenzwertempfehlungen werden im Rahmen nationaler Richtlinien umgesetzt. Basierend auf 20 Jahren Forschung ist die Schlussfolgerung der ICNIRP, dass bei einer an jedem Tag des Jahres durchgängigen Exposition mit Hochfrequenzen unterhalb der ICNIRP-Grenzwerte keine schädlichen Auswirkungen auf die Gesundheit von Menschen, auch Kleinkinder, zu beobachten seien. Dies gilt für den gesamten Frequenzbereich von 100 kHz bis 300 GHz und damit auch für alle 5G-Frequenzbereiche.

zum besten mobilen 4G/5G-Netzwerk gekürt. Das 3G-Netz wurde im August abgeschaltet.

In **Nordmazedonien** fokussierten wir 2023 auf den Wechsel zu einem europäischen Hersteller von Mobilfunktechnologie. Dieser Schritt ermöglichte uns die Schaffung des modernsten Mobilfunknetzes in Nordmazedonien.

Ökologische Netzkonzeption

Wir verfolgen das Ziel, die Energieeffizienz im Rahmen verschiedener Initiativen zu verbessern, um das wachsende Datenvolumen von dem damit verbundenen Energieverbrauch zu entkoppeln.

Stromverbrauch für den Betrieb der Netze

90% des gesamten Energieverbrauchs, davon

60% für das Mobilfunknetz.

Festnetz

Die zunehmende Nutzung von Glasfaser trägt dazu bei, den Stromverbrauch gegenüber Coaxial-Kabelnetzen und Kupferleitungsnetzen zu verringern.

Rechenzentren

In unseren Rechenzentren sorgen innovative Kühlverfahren wie Hot-Spot-Absaugung, Kaltgangeinhausung oder Wärmerückgewinnungsanlagen für eine Verringerung des Strombedarfs um bis zu 75 % im Vergleich zu herkömmlichen Kühlsystemen. Die zunehmende Nutzung von Cloud-Lösungen trägt ebenfalls zur Verbesserung der Energieeffizienz bei. Die Optimierung der Hardware, eine höhere Energieeffizienz neuerer Hardwaregenerationen und die Reduzierung des Platzbedarfs im Rechenzentrum spielen hierbei eine entscheidende Rolle. Die Dachflächen werden für die Anbringung von Photovoltaikanlagen zur Eigenproduktion von Strom genutzt.

Mobilfunk

Die Nutzung der neuesten Generation von Basisstationen (insbes. Antennen) bietet neben hoher Service-Qualität auch mehr Energieeffizienz.

Der neue Mobilfunkstandard 5G zeichnet sich dank seiner höheren Bandbreiteneffizienz durch eine verbesserte Energieeffizienz aus. Zusätzlich zum Vorantreiben des 5G-Ausbaus schalten wir ältere Generationen von Mobilfunknetzen schrittweise ab. So ist 3G in Slowenien bereits vollständig ersetzt worden und in Österreich läuft das Abschaltprojekt.

Darüber hinaus setzen wir softwarebasierte intelligente Netzoptimierung zur Steigerung der Energieeffizienz ein. Beim „Dynamic Cell Sleep“ beispielsweise werden Frequenzbereiche, die als Zusatzkapazität bei hohem Datenaufkommen benötigt werden, in einen Standby-Modus geschaltet, wenn die Auslastung gering ist.

Innovative Technologien

Wegbereiter für technologischen Fortschritt

Unsere Netzwerke und Dienste ermöglichen den Kund:innen die Entwicklung und den Einsatz innovativer Lösungen. So sind zum Beispiel die Eigenschaften von 5G nicht nur eine wichtige Basis für Mobilitätskonzepte der Zukunft (autonomes Fahren usw.) durch Kommunikation in Echtzeit. Sie sind auch ein wesentlicher Baustein des Internets der Dinge (Internet of Things, IoT), das die Vernetzung einer nahezu unbegrenzten Anzahl von Geräten, Sensoren usw. ermöglicht.

5G mit 2 Gigabit/s Übertragungsrate

Im Rahmen eines Versuchs gelang es uns als erstem Anbieter in Europa, in einem 5G-Netz einen Datendurchsatz von 2 Gigabit/s zu erreichen. Gemeinsam mit dem Technologiepartner Nokia wurden drei Frequenzblöcke gebündelt (Carrier Aggregation). Hierdurch konnten das Frequenzspektrum optimal genutzt und das Potenzial der 5G-Technologie voll ausgeschöpft werden.



Network Slicing

Durch das Unterteilen eines Mobilfunknetzwerks in individuell anpassbare Segmente können beispielsweise institutionellen Kunden lokal, regional aber auch überregional Funkressourcen mit bestimmten Eigenschaften garantiert werden. So erhalten Kunden eigene, virtuelle Funknetze, die ganz auf die jeweiligen Bedürfnisse zugeschnitten sind und nach Bedarf angepasst werden können. Der große Vorteil der Network Slices liegt in der netzweiten Verfügbarkeit, Anpassbarkeit und der Automatisierung. Mit Slices werden auch sogenannte Campus-Netze realisiert, wie beispielsweise an Flughäfen. Die benötigten Ressourcen werden dynamisch an Betriebsmannschaften, die Passagiere aber auch an Notfallteams verteilt.

Private Mobile Networks

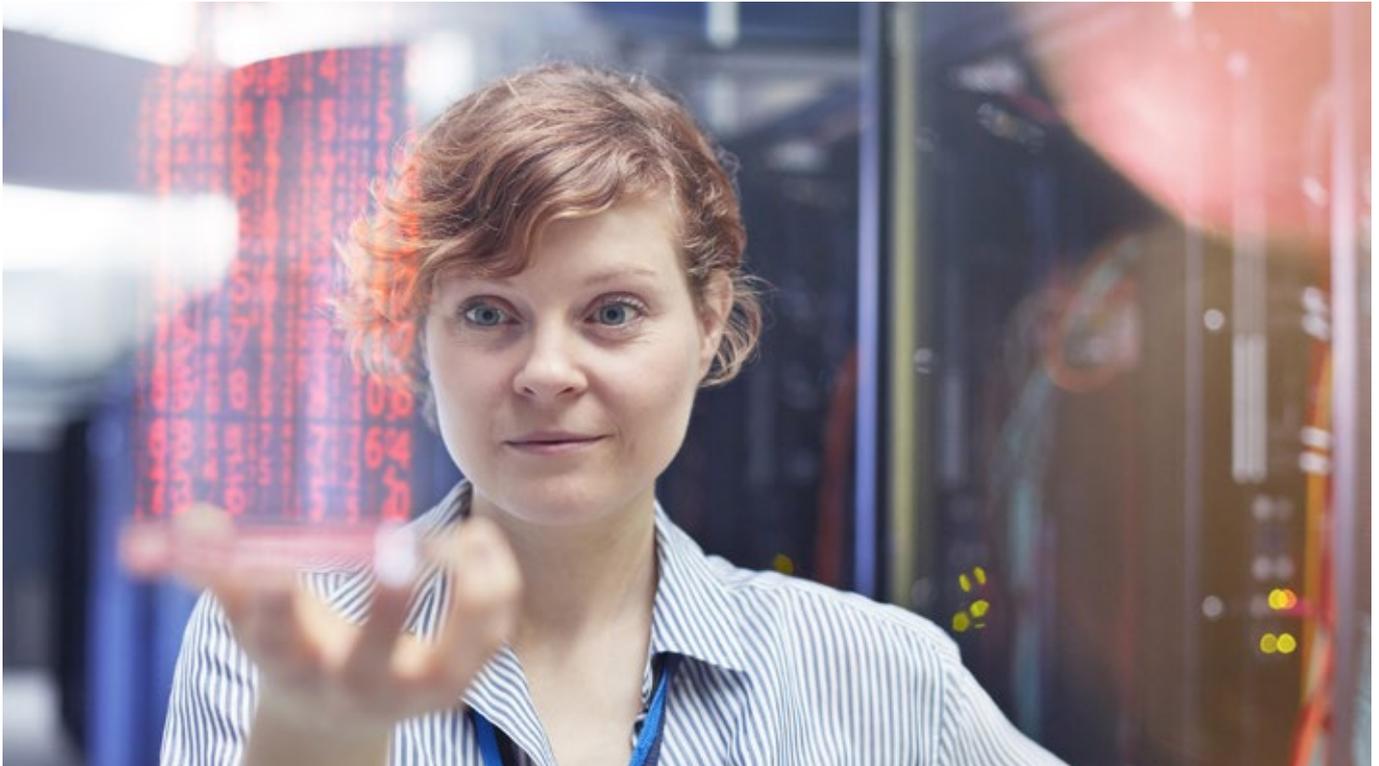
Ähnlich wie mit Network Slices lassen sich lokal auch Private Mobile Networks errichten. Dabei stehen den Kunden die Ressourcen exklusiv zur Verfügung und auch das Core-Netz kann auf Servern direkt beim Kunden installiert sein. Das ermöglicht ein völlig eigenständiges und vom öffentlichen Netz unabhängig zu betreibendes Netzwerk. So lassen sich beliebig hohe Verfügbarkeiten, extra niedrige Latenzzeiten und unbeeinflusster Datendurchsatz erreichen. Aktuelle Anwendungsfelder finden sich zum Beispiel in Fabriken und Häfen.

Künstliche Intelligenz (KI)

Bei A1 begannen wir vor mehr als 20 Jahren maschinelles Lernen für die Analyse von Daten einzusetzen. Dies betraf anfangs zum Beispiel Churn Prediction und Warenkorbanalysen.

Mit den Jahren haben wir die Anwendungen weiterentwickelt und Anwendungsfelder erweitert. Heute können wir – nicht zuletzt durch die technologischen Möglichkeiten zur





Verarbeitung großer Datenmengen (Big Data) – mit Echtzeit- und unstrukturierten Daten arbeiten sowie eine breite Palette an KI-Modellen einsetzen.

Ausgesuchte Anwendungsbereiche

Marketing und Sales setzt künstliche Intelligenz ein, um im Geschäftskundenbereich zielgerichteter agieren zu können. Im Privatkund:innen-Geschäft unterstützt uns KI bei der personalisierten Kundenansprache. Dabei ist das Ziel, dass wir unseren Kund:innen die für sie relevanten Produkte in einer für sie geeigneten Kommunikationsform zum richtigen Zeitpunkt anbieten. Das betrifft auch unser TV-Angebot. Durch die Analyse anonymisierter Nutzungsdaten können wir das Content-Angebot optimieren und so das Fernsehvergnügen unserer Kund:innen erhöhen.

Im Bereich der Technik setzen wir KI beispielsweise für die proaktive Wartung von Systemen ein. Das bedeutet, dass Ausfälle frühzeitig erkannt und behoben werden. Im Idealfall können Auswirkungen auf Kund:innen gänzlich vermieden werden. Darüber hinaus konnte die Effizienz interner Abläufe mit Hilfe künstlicher Intelligenz merkbar gesteigert werden. So wird zum Beispiel Anomaly Detection in mehreren Bereichen zur Unterstützung der Mitarbeiter:innen beim Erkennen von Datenfehlern herangezogen.

Faire künstliche Intelligenz

Ergänzend zu den Themen Schutz personenbezogener Daten und Informationssicherheit, die für uns von jeher wichtige Eckpfeiler bei der Nutzung von KI waren, wurde 2023 ein besonderer Fokus auf das Thema „Faire KI“ gelegt. Jedes eingesetzte KI-Modell muss dahingehend analysiert werden, dass es unerwünschte Vorurteile oder unfaire Behandlung ausschließt.

A1 Start Up Campus

Im Rahmen der Initiative „A1 Start Up Campus“ unterstützen wir in Österreich junge Unternehmen bei der Realisierung von Innovationen durch die Bereitstellung von Know-how und Infrastruktur. Neben kostenlosen Büroräumen mit modernster Technologie bietet der A1 Start Up Campus ausgewählten Gründer:innen Rechenzentrumsdienste und Cloud-Speicherplatz. Darüber hinaus unterstützen unsere Spezialist:innen die Jungunternehmer:innen bei allen relevanten betriebswirtschaftlichen Themen wie Marketing, Vertrieb und Controlling sowie bei der Medienarbeit.

Ein erfolgreiches Beispiel eines innovativen Start-ups am A1 Start Up Campus ist „warrify“. Das Unternehmen stellt eine Plattform für Rechnungen, Garantien und sonstige Dokumente zur Verfügung, um das Papierchaos im stationären Einzelhandel zu verringern. Mit der Implementierung dieser Lösung in allen österreichischen A1 Shops im Jahr 2022 stehen nun alle Rechnungen und Kaufbelege in digitaler Form, als vollwertiger Ersatz der Papierbelege, zur Verfügung. Wir sind der erste Telekommunikationsanbieter in Europa, der den gesamten Zahlungsprozess in den Geschäften auf Wunsch digitalisiert und damit die gedruckten Rechnungen überflüssig macht. ■

Datenschutz und Informationssicherheit haben strategische Bedeutung.

Datenschutz und Informationssicherheit



Mit fortschreitender Digitalisierung und steigenden Datenvolumina sind Datenschutz und Informationssicherheit essenzielle Teile unserer Unternehmensstrategie.

Unsere obersten Ziele sind, einerseits die Daten unserer Kund:innen und Geschäftspartner:innen in unseren Systemen zu schützen. Andererseits bieten wir ausgefeilte Produktlösungen und Dienste zur Gewährleistung der Datensicherheit bei unseren Kund:innen an.

Informationssicherheit

Aktiv gelebte Verantwortung über das gesetzlich erforderliche Ausmaß hinaus.

Als Betreiber von kritischer Infrastruktur nehmen wir aktiv Verantwortung wahr. Wir setzen neueste Technologien ein, um unsere Systeme vor unberechtigtem Zugriff und Schaden zu schützen und verbessern laufend unser Informationssicherheits-Managementsystem. Unsere Security-Konzepte

und Maßnahmen wurden auditiert. Es wurde bestätigt, dass alle A1 Gesellschaften den Standard ISO 27001 erfüllen. Aufgrund des NISG (Netz- und Informationssystemsicherheitsgesetz) sind wir speziellen Sicherheitsanforderungen unterworfen, die 2023 durch die NIS-Behörde geprüft und bestätigt wurden. In Verbindung mit dem NISG, welches auch eine Risikoprüfung von Lieferanten vorsieht, haben wir uns selbst verpflichtet, die Qualitätskriterien von Cyber Trust Austria einzuhalten und das „Cyber Trust Austria Gold Label“ erhalten.



Durch einen kontinuierlichen Wissens- und Erfahrungsaustausch mit Behörden und Partnern steigern wir die Resilienz unserer Systeme. Die Vernetzung erfolgt auf Länderebene mit lokalen Behörden, zwischen den Konzerngesellschaften und mit internationalen Experten bei Fachtagungen. Darüber hinaus nehmen wir an nationalen und internationalen Übungen zur Abwehr von Cyberkriminalität teil und sind seit 2023 Mitglied des weltweiten Dachverbands FIRST. Dadurch wurde die Professionalität und der hohe Reifegrad des A1 CERT (Computer Emergency Response Team) bestätigt. Seit mehreren Jahren arbeitet A1 CERT mit Scitum-CERT, dem Security Operation Center von América Móvil, zusammen, das ebenfalls FIRST Mitglied ist. Gemeinsam achten wir rund um die Uhr nach dem Follow-the-sun-Prinzip auf die Cybersicherheit von A1 und wehren die ständig steigende Zahl an Cyberangriffen ab.

Internetkriminalität (Beispiele)

- ✓ **DDoS-Attacken** = Distributed Denial of Service; damit soll mit schädlichem Netzwerkverkehr ein Server überlastet werden. Im Backbone von A1 werden täglich rund 200 DDoS-Attacken registriert.
- ✓ **Phishing** = E-Mails, Nachrichten oder Anrufe unter Vorgabe einer vertrauenswürdigen Identität mit dem Ziel, persönliche Daten von gutgläubigen Usern zu erbeuten.
- ✓ **Malware** = Schadsoftware, die IT-Systeme befällt.
- ✓ **Ransomware** = Schadsoftware, die Daten auf infizierten Systemen verschlüsselt. Es ist davon auszugehen, dass rund zwei Drittel der Unternehmen weltweit Opfer von Ransomware/Erpressung waren.

Proaktive Bekämpfung zunehmender Cyber-Kriminalität

Wir bieten unseren Kund:innen Lösungen zum Schutz ihrer Daten und Systeme vor Cyber-Kriminalität an:

- ✓ Die automatische DDoS-Abwehr von A1 fängt nahezu alle derartigen Angriffe ab. In sämtlichen Märkten, in denen wir präsent sind, bieten die lokalen Gesellschaften ihren Kund:innen automatischen DDoS-Schutz an.
- ✓ Produkte wie A1 Onlineschutz, Virenschutz, Identitätsschutz, Sicher Surfen Paket etc.
- ✓ Ransomware: A1 bietet Geschäftskund:innen IKT-Dienste, die die Auswirkungen von Ransomware-Attacken auf deren Geschäft effektiv eindämmen. Sichere Konfigurationen und Verfahren innerhalb der IKT-Infrastruktur können die Erfolgswahrscheinlichkeit solcher Angriffe verringern. Mit einem konsistent umgesetzten Backup-Dienst und Notfallplan wird dafür gesorgt, dass unsere Kund:innen sich so schnell wie möglich von einer allfälligen Ransomware-Attacke erholen können.

Vulnerable Personengruppen

Die zunehmende Digitalisierung stellt aus Risikoperspektive insbesondere für zwei Personengruppen eine Herausforderung dar:

- ✓ Junge Menschen, die mit geringer Erfahrung und Risikosensibilität agieren und
- ✓ Ältere Menschen, die nicht im digitalen Zeitalter aufgewachsen sind.

Hier bedarf es Aufklärung und Schulung. So werden in Österreich am A1 digital.campus Eltern, Pädagog:innen und Schüler:innen zum Thema Sicherheit im Internet geschult. Die „A1 Seniorenakademie“ richtet sich an die Generation 60+ und veranstaltet Schulungen zur sicheren Nutzung des Internets. Diese beiden Initiativen von A1 Österreich tragen zur Österreichischen Strategie für Cybersicherheit bei und sind Bestandteil des Maßnahmenkatalogs des Bundeskanzleramts.

Schutz personenbezogener Daten

Für ein Telekommunikationsunternehmen ist der Schutz personenbezogener Daten von besonderer Bedeutung. Daher verfügt A1 über ein an der Strategie ausgerichtetes und vom Vorstand verabschiedetes Governance-Modell für das Datenschutzmanagement. Es basiert auf den tiefgreifenden Regelungen der europäischen Datenschutzgrundverordnung (DSGVO). Lokale Gesetze und Regularien werden selbstverständlich ebenfalls eingehalten.

Code of Conduct

In unserem konzernweit gültigen Code of Conduct stellen Datenschutz und Informationssicherheit wesentliche Grundsätze für die Handlungen der Mitarbeiter:innen dar. Der Schutz der Privatsphäre und die damit verbundene Achtung der Menschenrechte von Kund:innen, Mitarbeiter:innen, Aktionär:innen, Lieferant:innen und Vertriebspartner:innen sind im Code of Conduct der A1 Group verankerte Leitprinzipien.

Die Vertragspartner:innen der Unternehmensgruppe sind zur Einhaltung der im Code of Conduct geregelten Grundsätze und somit auch zur Achtung der Menschenrechte und Einhaltung des Datenschutzes verpflichtet. Der Code of Conduct ist integraler Bestandteil der Beziehung zu Vertragspartner:innen und wird durch die jeweiligen Vereinbarungen zur Regelung von Datenschutzaspekten ergänzt.

Group Data Governance Policy

Die Group Data Governance Policy ist das Ergebnis einer Kombination aus Anforderungen und Auslegungen in Bezug auf die DSGVO sowie verschiedener anderer Datenschutzvorschriften. Diese Policy dient als Mittel der Selbstkontrolle.

Datenschutzrichtlinien der Konzerngesellschaften

Jede Konzerngesellschaft verfügt über Datenschutzrichtlinien, welche die Verarbeitung personenbezogener Daten im Einklang mit geltenden Gesetzen und die technischen und organisatorischen Maßnahmen zum Schutz personen-

bezogener Daten regeln. Darüber hinaus sind die Konzerngesellschaften unter Berücksichtigung lokal geltender regulatorischer Vorschriften dazu verpflichtet, auch Dritten (Auftragnehmern), die personenbezogene Daten verarbeiten (in der Funktion als Auftragsverarbeiter), durch Abschluss von Vereinbarungen über die Datenverarbeitung solche technischen und organisatorischen Maßnahmen aufzuerlegen. So soll sichergestellt werden, dass Dritte, die personenbezogene Daten in unserem Auftrag entsprechend den erteilten Anweisungen verarbeiten, strenge technische, organisatorische und vertragliche Maßnahmen zum Schutz der personenbezogenen Daten befolgen.

Sensibilisierung und Schulung der Mitarbeiter:innen

Alle Mitarbeiter:innen sind dazu verpflichtet, Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse zu wahren. Solche vertraulichen Informationen sind sicher aufzubewahren und dürfen auch intern nur an jene Mitarbeiter:innen weitergegeben werden, die diese für ihre berufliche Tätigkeit benötigen (Need-to-know-Prinzip).

Bereits bei Eintritt in das Unternehmen erfolgen erste verpflichtende Schulungen zu den Themen Informationssicherheit, Datenschutz und Compliance. Die Konzerngesellschaften führen des Weiteren regelmäßig Schulungen durch und bieten interne E-Learning-Kurse sowie Workshops an.

Weitergehende Informationen zum Datenschutz und zur Informationssicherheit finden sich im konsolidierten nicht-finanziellen Bericht 2023. Datenschutzerklärungen sind auf den Websites der A1 Gesellschaften verfügbar. ■



Der Mensch im Mittelpunkt:
Human@Center

Mitarbeiter: innen

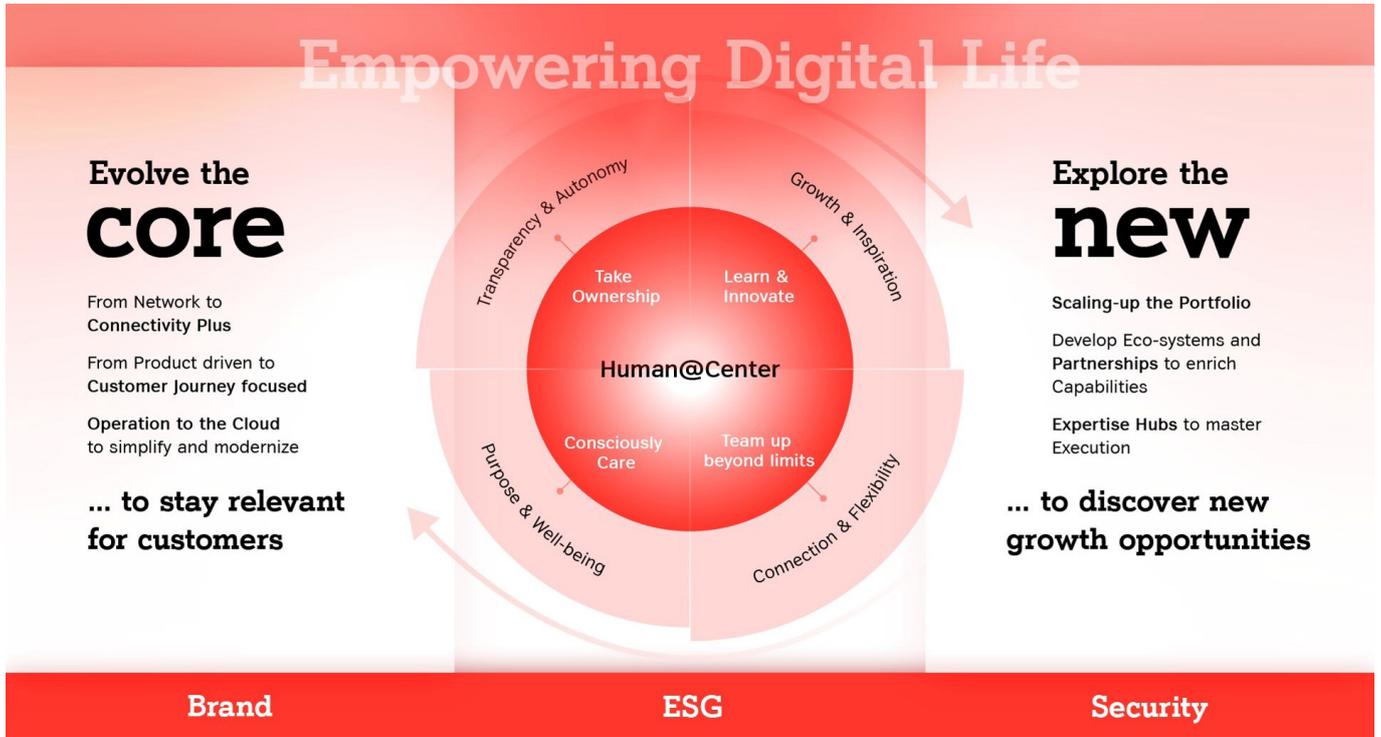


Die A1 Group ist ein führendes Telekommunikationsunternehmen und attraktiver Arbeitgeber in Zentral- und Osteuropa. Wir verbinden wirtschaftlichen Erfolg mit nachhaltigem und verantwortungsvollem Handeln gegenüber Umwelt, Gesellschaft und Menschen – speziell unseren Kund:innen und Mitarbeiter:innen.

Unser Marktumfeld befindet sich auf vielen Ebenen in ständigem Wandel. Die Technologien entwickeln sich in enormem

Tempo weiter. Die Bedürfnisse und Wünsche der Kund:innen verändern sich entsprechend dynamisch.

Daher fokussieren wir darauf, wie wir den Erwartungen hinsichtlich eines optimalen Kundenerlebnisses („Customer Journey“: Kunden- statt Produktorientierung) entsprechen, wie wir unser Kerngeschäft weiter ausbauen, effizienter werden und neue Geschäftsfelder erschließen können. Im Sinne dieser Zielsetzungen wollen wir uns als Unternehmen weiterentwickeln.



Human@Center

Weil jede Entwicklung nicht mit der Technologie, sondern mit dem Menschen beginnt, stellen wir ihn in den Mittelpunkt unserer Strategie.

Mit „Human@Center“ haben wir entsprechende Ansprüche an unsere Unternehmenskultur definiert. Bestehende Stärken gilt es zu fördern. Verhaltensweisen, die zur Unterstützung unserer Strategie weiter auszubauen sind, werden identifiziert. Es kommt auf jede und jeden von uns an, diese Ambitionen umzusetzen und zu leben. Zugleich sorgen wir als Arbeitgeber für die geeigneten Rahmenbedingungen.

Human@Center liefert für die angestrebten Verhaltensweisen ein Zielbild mit den vier nachfolgend beschriebenen Ausrichtungen. Es geht im Wesentlichen darum, wie wir uns bewusst umeinander, um unsere Kund:innen und unsere Umwelt kümmern. Darüber hinaus gilt es, individuell Verantwortung zu übernehmen und über Länder- und Teamgrenzen hinweg zusammenzuarbeiten. All das erfordert auch neue Fähigkeiten. Deshalb sind ständiges Lernen und Weiterbilden essenziell.

Take Ownership

Verantwortung zu übernehmen für das eigene Tun mit all seinen positiven und negativen Effekten, ist eine der Ausrichtungen im Zielbild von Human@Center. Verantwortung für Erfolge, erreichte Meilensteine, große ebenso wie kleine Siege, aber eben auch für Misserfolge und „Learnings“. Das erfordert Mut - erfüllt aber auch mit Zufriedenheit und Stolz, wenn positive Wirkungen des eigenen Handelns erlebt werden.

Attraktiver Arbeitgeber

Die A1 Group beschäftigte per Ende 2023 rund 17.500 Mitarbeiter:innen (Frauenanteil: 40%). Das macht uns zu einem bedeutenden und mehrfach ausgezeichneten Arbeitgeber in dieser Region - mit der Ambition als solcher auch weiterhin attraktiv zu bleiben.

	2022	2023	Δ
Österreich	6.826	6.473	-353
Bulgarien	3.602	3.646	44
Kroatien	1.800	1.854	54
Belarus	2.351	2.182	-169
Serbien	1.544	1.551	7
Slowenien	631	629	-2
Nordmazedonien	756	776	20
Holding inkl. A1 Digital	397	396	-1
A1 Group	17.906	17.508	-398

In Österreich sank der Personalstand 2023 insbesondere aufgrund von Pensionierungen, natürlicher Fluktuation und der Abspaltung des Funkturmgeschäfts. Auch im aufgrund der Ukraine-Krise speziell herausfordernden Markt Belarus wurde der Personalstand verringert.

Regelmäßige Veranstaltungen der Management Teams mit Updates zur Unternehmensentwicklung und strategischen sowie operativen Themen geben Ein- und Überblick zur Orientierung. In den gruppenweit stattfindenden Performance-Dialogen zwischen Führungskraft und Teammitglied wird der Grundstein zu Umsetzung im Tagesgeschäft gelegt: Transparenz über Ziele und Erwartungshaltungen, die notwendigen Entwicklungsschritte und der dafür bestehende Handlungsspielraum werden in diesen Dialogen evaluiert und regelmäßig nachgeschärft.

Learn & Innovate

Auch beim Thema Lernen und Weiterbildung beschäftigen wir uns mit dafür vorteilhaften Verhaltensweisen und Haltungen: neugierig sein und bleiben, die Komfortzone verlassen, Probleme offen benennen, neue Themen angehen. Dabei soll auch experimentiert werden können, denn bei neuen Wegen helfen althergebrachte Lösungen oft nicht. Wir sind offen für neue Gedanken und hinterfragen, „was immer schon so gemacht wurde“. Wenn etwas nicht funktioniert, geht es nicht um Versagen, sondern es ist ein Zeichen, dass wir etwas anders tun müssen.

Seitens des Unternehmens stellen wir für unsere Expert:innen und Führungskräfte umfangreiche Lernangebote zur Verfügung. Von Coachings über internationale und lokale Leadership-Programme bis zu Fachprogrammen (zum Beispiel Data4Business). Der Zugang für das gesamte Team zu unterschiedlichen Lernplattformen wie LinkedIn Learning oder Udemy ist selbstverständlich. Der mit der A1 Jobplattform verknüpfte A1 Skillpassport unterstützt dabei, die rich-

tigen Lernangebote zu finden. Lokale Reskilling Programme helfen Quereinsteiger:innen beim Jobwechsel (zum Beispiel in Bulgarien von Sales zu IT oder in Österreich von der Netzwerktechnik zur ICT-Expert:in).

Team up beyond Limits

Obwohl man vieles allein erledigen kann, ist im Arbeitsleben eins plus eins sehr oft mehr als zwei. Teamarbeit steht für das bereichs- und länderübergreifende Bündeln von Know-how, Kreativität und Energie. Genau das braucht es, um aktuelle und zukünftige Herausforderungen erfolgreich zu meistern.

Zur Unterstützung der internationalen Zusammenarbeit werden neben diversen Tools für die digitale Kooperation auch zeitlich und örtlich flexible Arbeitsmodelle angeboten. Zudem haben wir einen transparenten internen Jobmarkt: Alle offenen Jobs in den A1 Ländern sind für alle Team-Mitglieder ersichtlich. Viele Unternehmensbereiche arbeiten nach agilen Strukturen. Sie trennen fachliche und personelle Führung und setzen Teams nach den jeweiligen Anforderungen immer wieder in neuen „Squads“ zusammen.

Um diese Maßnahmen und Aktivitäten einer Evaluierung zu unterziehen, stellen wir Formate für regelmäßiges Feedback zu Verfügung. Neben dem bereits erwähnten Format der Performance-Dialoge finden zum Beispiel auch unternehmensweite Befragungen statt. Im Zuge der entsprechenden Umfragen wurden vier Länder als „Great Place to Work“ zertifiziert (repräsentieren rund 68% der Belegschaft).



Consciously Care

Leistung erbringen, Lernen, Verantwortung übernehmen, Zusammenarbeiten – das ist nur möglich, wenn es einem körperlich, mental und emotional gut geht. Deshalb schauen wir auf uns selbst und auch auf unser Umfeld. Unsere 2023 veröffentlichte gruppenweite A1 Health, Safety and Well-Being Policy und ISO-45001-Zertifizierungen in allen Ländern sind wichtige Bestandteile. Wie auch unsere A1 Human Rights Policy dokumentieren sie unseren Fokus auf Grundrechte und den verantwortungsvollen, fairen und gleichberechtigten Umgang miteinander. In schwierigen Lebenslagen gibt es Angebote für alle Mitarbeiter:innen, die kostenfrei und anonym zur Verfügung stehen wie z.B. das Employee Assistance Program. Dafür stehen in allen Landessprachen qualifizierte Berater:innen zur Verfügung, die dabei helfen, individuelle Probleme unterschiedlicher Art zu lösen.

Die vielen verschiedenen Corporate-Volunteering-Angebote in allen Ländern bieten Möglichkeiten, um persönlich im Rahmen von Nachhaltigkeitsinitiativen Gutes zu tun. Eines dieser Angebote, Spletne brihte in Slowenien, schaffte es im Februar 2023 sogar ins Guinness Buch der Rekorde als weltweit größtes Online-Quiz, an dem über 20.000 Kinder teilnahmen.

Wir verpflichten uns – im Rahmen unserer ESG-Ziele – zur Reduktion des Gender Pay Gaps und setzen einen Fokus auf Diversity, Equity und Inclusion. Die diesbezüglichen Initiativen und Maßnahmen sind Ausdruck unseres Bekenntnisses zu Einkommens- und Chancengerechtigkeit. Ziel ist, strategisch strukturelle Bedingungen zu schaffen, um die Vielfalt der Mitarbeitenden sowie deren Potenziale in vollem Umfang wahrzunehmen, zu fördern und – ganz im Sinne von Human@Center – den Menschen gezielt in den Mittelpunkt zu stellen.

Fairness auf allen Ebenen

Fairness und Integrität sind unverzichtbare Vorgaben für das tägliche Handeln und Denken bei A1. Das zeigt sich in unserem Code of Conduct, in unseren 2023 veröffentlichten Fair Pay Principles und seit 2020 in unseren Unconscious Bias Trainings. An diesen Schulungen haben bereits mehr als 9.500 Mitarbeiter:innen (rund 55%) teilgenommen.

Vielfalt und Fairness

- ✓ **Diversität:** Vielfalt macht uns stärker. Aspekte wie Geschlecht, sexuelle Ausrichtung, Religion, Herkunft, Volkszugehörigkeit, Hautfarbe, Alter, spezielle Bedürfnisse usw. sind für uns unerheblich. Talent ist keinen Normen unterworfen, und wir wollen mit den besten Talenten arbeiten und ihnen ermöglichen, ihr Potenzial voll zu entfalten.
- ✓ **Chancengleichheit** bedeutet für uns, die zur Verfügung stehenden Ressourcen so einzusetzen, dass alle Mitarbeiter:innen ihren bestmöglichen Beitrag im Rahmen ihrer Tätigkeit leisten können.
- ✓ **Inklusion** schafft ein Arbeitsumfeld, in dem sich alle Personen, ungeachtet ihrer individuellen Unterschiedlichkeiten, willkommen, respektiert, unterstützt und wertgeschätzt fühlen.

Wir tolerieren keine Diskriminierung oder jegliche anderen beleidigenden oder erniedrigenden Verhaltensweisen wie Einschüchterung, Mobbing, sexuelle Belästigung und falsche Anschuldigungen.

Recruitment

Bei A1 in Österreich wurde 2023 eine neue Bewertungslogik entwickelt, um Vorurteilen bei Recruitings entgegenzuwirken. Wir verwenden gruppenweit eine einheitliche Job-Architektur mit klar abgegrenzten Gehaltsbändern für die jeweiligen Joblevel. Diese werden regelmäßig mit Marktdaten verglichen und bei Bedarf angepasst.

Gender Pay Gap

Wir analysieren gruppenweit den Gender Pay Gap und haben erkannt, dass vorhandene Unterschiede im Einkommen stark durch strukturelle Faktoren getrieben werden. Dazu zählen etwa die vergleichsweise geringe Zahl an Frauen in MINT (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik; Englisch: STEM)-Berufen oder auch die Anzahl an Frauen in Führungspositionen. Daher stehen die österreichischen MINT Sisters Bewerberinnen bei A1 auf MINT-Positionen als erfahrene Verbündete zur Seite. Die MINT Busters räumen mit Mythen auf, die Frauen und Mädchen eventuell davon abhalten sich für einen MINT-Job zu bewerben. Das kroatische STEMfemme-Programm richtet sich mit Training und Mentoring an junge Studierende, während STEMfemme Junior auf Mädchen im Volksschulalter ausgerichtet ist. All das sind Beispiele für Initiativen, die nicht nur mehr Frauen in MINT-Positionen bringen, sondern auch den Gender Pay Gap reduzieren sollen.

Auch das gruppenweite Ziel eines 40%igen Frauenanteils bei Führungspositionen, das österreichische Female Empowerment Programm (ein Kandidat:innenpool, der sich auf die Weiterentwicklung von Frauen in Führungspositionen konzentriert) sowie Workshops zu „Frauen in Management-Positionen“ in Slowenien erhöhen die Diversität im Unternehmen und sollen auch Einkommensunterschiede ausgleichen.

Diversität, Chancengleichheit und Inklusion

Diversität und Internationalität bieten uns viele wertvolle Vorteile wie zum Beispiel eine breitere Palette an Perspektiven und Ideen, die sich in Kreativität und Innovationskraft übersetzen. Mit unserem Code of Conduct und unserer Diversity, Equity & Inclusion Policy haben wir Ziele, Erwartungen und Verantwortlichkeiten klar definiert und uns verpflichtet, Vielfalt zu fördern, für Gleichberechtigung zu sorgen und eine inklusive Arbeitsumgebung zu schaffen. Die Telekom Austria AG ist seit 2014 Mitglied der Charta der Vielfalt.



Um der Diversität unseres Teams Rechnung zu tragen, haben wir eine Vielzahl an Initiativen etabliert. Die Flex-Office-Modelle etwa ermöglichen flexibles, zeit- und ortsunabhängiges Arbeiten. Weitere Beispiele sind Kindergärten wie der Funky Monkey in Bulgarien, Bajka in Serbien und Čigra im Kroatien, Flying Nannies in Nordmazedonien und Kroatien sowie Feriencamps rund um technische und wissenschaftliche Herausforderungen am A1 digital.campus in Österreich.

Seit nunmehr sechs Jahren in Folge werden A1 Serbien und A1 Slowenien mit dem begehrten Zertifikat für Familienfreundlichkeit ausgezeichnet. Dies bestätigt unser erfolgreiches Engagement als Arbeitgeber für eine harmonische Balance zwischen Beruf und Familie sowie unser vorbildliches Diversity Management. Jährlich unterziehen sich die beiden A1 Unternehmen einem Audit, um sicherzustellen, dass sie weiterhin die hohen Standards erfüllen.



Um sich in der Arbeitsumgebung wohlfühlen zu können, steht auch das mentale Wohlbefinden im Fokus. In Österreich bieten wir Workshops, Webinare und Beratungen zu Themen wie Resilienz, generationsübergreifende Teams, Schlaf- und Ernährungsinfos, Achtsamkeitstrainings für Männer und eigene Talks für Frauen an. Arbeitspsychologische Beratungen und Arbeitsmedizin komplettieren das Angebot.

Zum Weltfrauentag im März 2023 gab es das Women@A1 Festival in Österreich. Die Inhalte der verschiedenen angebotenen Workshops wurden mehrheitlich von A1 Kolleginnen für A1 Kolleginnen erstellt. Kolleg:innen in Karenz profitieren von Seminaren, den Netzwerk-Veranstaltungen Business@Breakfast sowie eigenen Karenz-Mentor:innen und der

internen Plattform Karenz@A1. Überhaupt wird das Thema Austausch und Vernetzung immer präsenter. So existieren verschiedene interne Netzwerke zum Beispiel für Frauen, die LGBT+ Community, für die ESG-Community und für Teilzeitbeschäftigte.

Parallel dazu rekrutieren wir gezielt auch externe Talente, um die Vielfalt im Unternehmen zu erhöhen. Österreich legt einen Fokus auf Lehrlinge. Die „A1 START“-Initiative in Kroatien fokussiert auf technische Jobfelder und „A1 WayUp Gen´23“ in Nordmazedonien auf Studenten. In Belarus werden offene Positionen, die für Menschen mit Behinderung geeignet sind, besonders gekennzeichnet. In Slowenien führen wir den TECH Hackathon durch, in Bulgarien gibt es das A1 Internship Programm und die A1 Summer Academy, wo 2023 60% der Teilnehmenden ein fixer Teil des A1 Teams geworden sind.

Sozialer Dialog

Der Austausch mit den Vertreter:innen der Arbeitnehmerschaft ist für uns wertvoll, weil wir von ihnen noch mehr über die Anliegen und Sorgen unserer Belegschaft erfahren. Dieses Wissen hilft uns, an einer ausgewogenen und harmonischen Arbeitsumgebung zu arbeiten.

Der Aufsichtsrat der Telekom Austria AG besteht aus 15 Personen, fünf davon sind von der Arbeitnehmervertretung.

Der Europäische Betriebsrat vereint Vertreter:innen der Arbeitnehmerschaft aus verschiedenen EU-Ländern und ermöglicht gruppenweite Vereinbarungen zu Arbeitsrechten und -bedingungen. ■



Bedeutende Schritte im Klimaschutz
und signifikante Senkung
des direkten CO₂-Ausstoßes.

Umwelt- und Klimaschutz



Eine intakte Umwelt ist einer der Schlüssel zu einer hochwertigen Lebensqualität. Bei der A1 Group sind wir uns der Wechselwirkungen zwischen Umwelt und unternehmerischem Handeln bewusst. Daher übernehmen wir Verantwortung und definieren für uns ökologische Standards – beispielsweise durch die uns selbst auferlegte Clean Energy Policy, die klare Rahmenbedingungen für den Einkauf von Strom festlegt.

Energieeffizienz und Grünstrom als wesentliche Hebel für Klimaschutz

Haupttreiber des Klimawandels und der Erderwärmung sind die vom Menschen verursachten Emissionen von Treibhausgasen, insbesondere CO₂. Durch die Digitalisierung eröffnen sich jedoch Möglichkeiten zur Emissionsreduktion u. a. durch Effizienzsteigerungen. Gleichzeitig besteht die Herausforderung darin, dass der Ausbau einer immer leistungsfähigeren

Infrastruktur und die Nutzung von digitalen Technologien den Energiebedarf, insbesondere Strom, erhöhen kann. Unsere Klimastrategie, als Teil der unternehmensweiten Nachhaltigkeitsstrategie, basiert daher auf zwei Eckpfeilern: Einerseits ist es unser Ziel, die Energieeffizienz kontinuierlich zu verbessern. Andererseits wollen wir den Anteil von Strom aus erneuerbarer Energie schrittweise steigern.

Dass wir mit unserer Klimastrategie auf dem richtigen Weg sind, zeigen folgende Ergebnisse: 2023 konnten wir bereits das dritte Jahr in Folge unsere CO₂-Emissionen verringern – im Vergleich zu 2019 reduzierten wir die CO₂-Emissionen um 54%. Dieser kontinuierliche Fortschritt bringt uns unserem Ziel deutlich näher.

Dazu beigetragen hat ein – bereits vor einigen Jahren gestartetes – langfristiges Programm. Dieses hat zum Ziel, unternehmensweite Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz umzusetzen. 2023 gelang es uns, 56 Maßnahmen entweder bereits erfolgreich umzusetzen oder den Start der Umsetzung einzuleiten. Auf diese Weise gewährleisten wir, dass eine Zunahme des Datenverkehrs nicht automatisch mit einem gleich großen Anstieg des Stromverbrauchs oder einem Anstieg von CO₂-Emissionen einhergeht. Um die Bedeutung unserer Klimastrategie in allen unseren Tochtergesellschaften zu betonen und gleichzeitig sicherzustellen, dass diese langfristig verfolgt wird, wurde der Energieeffizienz-Indikator in die Langzeitvergütung unserer Vorstandsmitglieder und der CEOs unserer Tochtergesellschaften integriert.

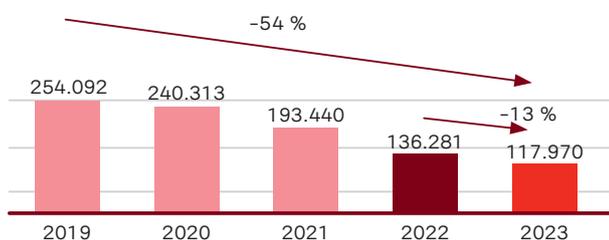
Kreislaufwirtschaft im Zentrum von Ressourcenschonung

Beim Ausbau unserer Infrastruktur setzen wir nicht nur einen Schwerpunkt auf Energieeffizienz und die Vermeidung von CO₂-Emissionen, sondern rücken auch den Aspekt der Ressourcenschonung in den Fokus. Ein consequentes Life-Cycle-Management stellt sicher, dass technische Einrichtungen so lange im Betrieb bleiben, wie ihre Lebensdauer es ermöglicht – vorausgesetzt, sie erfüllen unsere hohen Anforderungen an Energieeffizienz.

Aber auch bei Endgeräten wie Mobiltelefonen, Set-Top-Boxen und Routern müssen Aspekte des Life-Cycle-Managements berücksichtigt werden. So haben wir uns zum Ziel gesetzt, 20% der in Umlauf gebrachten Geräte zurückzugewinnen. 2023 konnten wir bereits 29% der auf den Markt gebrachten Geräte zurückgewinnen. Bei Geräten, die noch funktionstüchtig und technisch aktuell sind, erfolgt eine fachgerechte Aufbereitung zur weiteren Nutzung (Refurbishment). Sollte eine Weiterverwendung nicht möglich sein, sei es bei Geräten aber auch bei Infrastruktur-Equipment, werden sie sorgfältig demontiert, systematisch in Fraktionen wie zum Beispiel Leiterplatten, Kupfer und Eisen getrennt und anschließend fachgerecht recycelt. ■

Reduktion der CO₂-Emissionen

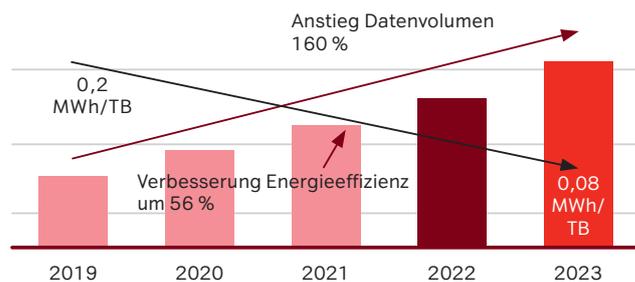
(Scope 1 und Scope 2 market-based, in t CO₂-Äquivalent)



Erreicht wurde dies durch vielfältige Maßnahmen: Beispielsweise konnten wir die Eigenproduktion von Strom aus erneuerbarer Energie im Vergleich zum Vorjahr um 190% steigern – im Vergleich zu 2019 sogar um rund 1.200%. Fortschritte gelangen uns jedoch nicht nur bei unserer Eigenproduktion von nachhaltigem Strom, sondern auch beim Bezug von Strom aus erneuerbaren Energiequellen: 2019 stammten lediglich 42% unseres verbrauchten Stroms aus erneuerbaren Energiequellen. Das heißt, damals wurde mehr als die Hälfte unseres Stroms aus nicht nachhaltigen Quellen gedeckt. Dank der consequenten Umsetzung unserer Clean Energy Policy gelang eine Trendumkehr: Bis zum Jahr 2023 konnten wir den Anteil von Strom aus erneuerbaren Energieträgern bereits auf 76% steigern.

Der nachhaltigste Strom ist aber zweifelsohne jener, den wir gar nicht erst verbrauchen, sondern durch gezielte Energieeffizienzmaßnahmen einsparen. Ein Anstieg des Datenverkehrs sollte nicht zwangsläufig zu einem höheren Strombedarf und zu einem Mehr an CO₂-Emissionen führen. Allein von 2019 bis 2023 sind die von unserer Infrastruktur übertragenen Datenvolumina um 160% gestiegen. Gleichzeitig konnten wir aber unsere Energieeffizienz um 56% verbessern. Wir messen die Energieeffizienz mit dem sogenannten Energieeffizienz-Indikator (Strombedarf pro transportiertem Datenvolumen): Dieser lag 2019 noch bei 0,2 MWh/Terabyte, 2023 bei 0,08 MWh/Terabyte (siehe Grafik). Damit ist es uns gelungen, den Stromverbrauch vom steigenden Datenvolumen zu entkoppeln.

Verbesserung der Energieeffizienz



Schematische Darstellung

Integrität als Garant für
Vertrauenswürdigkeit – speziell auch
in herausfordernden Zeiten.

Compliance



Compliance: elementar für aktiv gelebte gute Corporate Governance

Für uns ist es selbstverständlich, dass die Unternehmensziele nur mit einwandfreiem Verhalten verfolgt und erreicht werden. Daher ist Compliance in der A1 Group fest verankert. Klar kommunizierte Werte, Richtlinien und Regeln prägen das Verhalten von Führungskräften und Mitarbeiter:innen. Führungskräfte, insbesondere das Top-Management, gehen mit

gutem Beispiel voran. Gezielte Maßnahmen zur Förderung von richtigem Verhalten unterstützen bei der praktischen Umsetzung.

Die Weiterentwicklung des extern zertifizierten Compliance Management Systems (CMS) nach Best-Practice-Gesichtspunkten ist zentraler Bestandteil der ESG-Strategie. Schließlich sind ethisch und rechtlich einwandfreies Verhalten unverzichtbare Voraussetzungen für das Vertrauen in die A1 Group.

Compliance Management System

Strategy

Kultur

Compliance-Ziele

Kommunikation

Governance

Prevention

Risiko-
bewertung/
PlanungVerhaltensorien-
tierte Prävention,
inkl. Richtlinien,
SchulungenProzessorientierte
Prävention
inkl. Internes
Kontrollsystem

Detection

Hinweis-
geber-
system

Audit

Reaction

Ermittlungen
& Fallma-
nagementMaß-
nahmen

Evaluation

Wirksamkeit

Kontinuierliche Verbesserung

Reporting

Support

Compliance-Organisation

Wissen

Compliance-IT

Die regelmäßige Überprüfung der Angemessenheit und Wirksamkeit des CMS zielt darauf ab festzustellen, ob es den aktuellen Compliance-Anforderungen gerecht wird und wo möglicherweise Verbesserungspotenzial besteht.

Unser CMS wurde erstmalig 2012/2013 durch PwC und erneut 2018/2019 durch KPMG und 2023 durch BDO geprüft. Jedes Mal erhielten wir ein uneingeschränktes Prüfungs-urteil.

Faire und nachhaltig erfolgreiche Geschäftsentwicklung

Der Verhaltenskodex der A1 Group enthält wichtige ESG-Aspekte, wie

- ✓ die Verantwortung für Mensch, Gesellschaft und Umwelt
- ✓ das Bekenntnis zu Diversität und Inklusion sowie zu den Menschenrechten, Umweltinitiativen und zum Engagement für digitale Bildung.

Zur Förderung eines ethisch und rechtlich einwandfreien Verhaltens bei den vielen tagtäglich zu treffenden Entscheidungen, verfügen wir über ein engmaschiges Regularium. Es umfasst Regelungen zur Integrität, zum fairen Umgang mit Stakeholdern, zum Schutz personenbezogener und vertraulicher Daten, zur Meldung und Vermeidung von Interessenkonflikten, zum Umgang mit Geschenken, Einladungen und persönlichen Vorteilen, zum Schutz des Unternehmensvermögens, zur Kommunikation der Inhalte des Verhaltenskodex sowie zu den Whistleblower-Prinzipien der Unternehmensgruppe. Der Verhaltenskodex richtet sich gruppenweit an

sämtliche Mitarbeiter:innen und Führungskräfte und stellt auch eine vertraglich vereinbarte Leitlinie für die Geschäftspartner von A1 dar.

Gruppenweit gültige Richtlinien geben zudem detaillierte Hilfestellungen zu konkreten Compliance-Themen wie zum Beispiel Anti-Korruption und Interessenkonflikte, Datenschutz, Kartellrecht und Kapitalmarkt-Compliance. Die Richtlinie zu Anti-Korruption und Interessenkonflikten enthält ein striktes Verbot jedweder Form von Bestechung und Korruption. Klar geregelt ist das Verbot von Spenden an und die Schaltung von Inseraten in Medien von politischen Parteien und Organisationen, die politischen Parteien nahestehen sowie ein Bekenntnis zu verantwortungsvoller Werbung.

Zur Sicherstellung der Einhaltung aller relevanten Sanktionsvorschriften wurde das Sanktionsmanagement an die erhöhten Anforderungen vor allem im Zusammenhang mit dem Ukraine-Konflikt angepasst.

Um den Integritätsgedanken nachhaltig zu verankern, finden jährlich zielgruppenoptimierte Compliance-Schulungen statt.

Zur Meldung von beobachtetem oder vermutetem Fehlverhalten steht den Mitarbeiter:innen und externen Personen die Hinweisgeber-Plattform „tell.me“ – wenn gewünscht auch anonym – zu Verfügung.

Weiterführende Informationen zur Compliance bei der A1 Group können Sie dem konsolidierten nichtfinanziellen Bericht 2023 sowie der Konzernwebsite www.A1.group, Rubrik ESG/Governance entnehmen. ■

Aktive und transparente
Kommunikation schafft Vertrauen.

Investor Relations



Eine gute Kapitalmarktkommunikation bedeutet für uns, zeitnah, korrekt sowie transparent und verständlich zu informieren. Das Aufgabengebiet umfasst neben dem Reporting und den gesetzlich vorgeschriebenen Veröffentlichungen den direkten Austausch mit Investoren. Dieser erfolgt auf Konferenzen, Roadshows und anderen Kapitalmarktveranstaltungen sowie über Kommunikationsplattformen (zum Beispiel MS Teams), per Telefon und über E-Mail.

Aktie und Aktionärsstruktur

Die Telekom Austria AG notiert seit November 2000 an der Wiener Börse. Am 18. September 2023 nahm die Wiener Börse die Aktie wieder in den Leitindex ATX auf. Ein im Zuge des Börsegangs aufgelegtes U.S. American Depositary Receipt (ADR)-Programm hat über die Jahre deutlich an Relevanz verloren und wurde 2023 beendet.

ISIN
AT0000720008

Börsenkürzel
TKA

Reuters
TELA.VI

Bloomberg
TKA AV

Notierung
Wiener Börse, Segment Prime Market

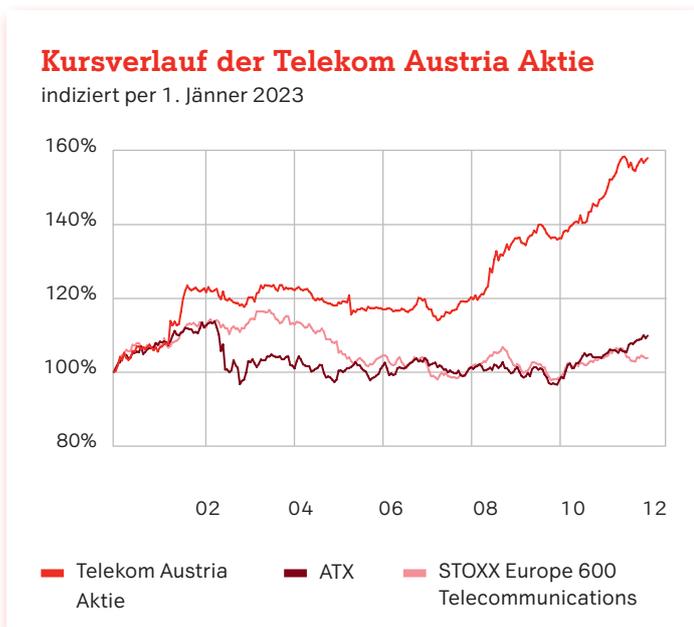
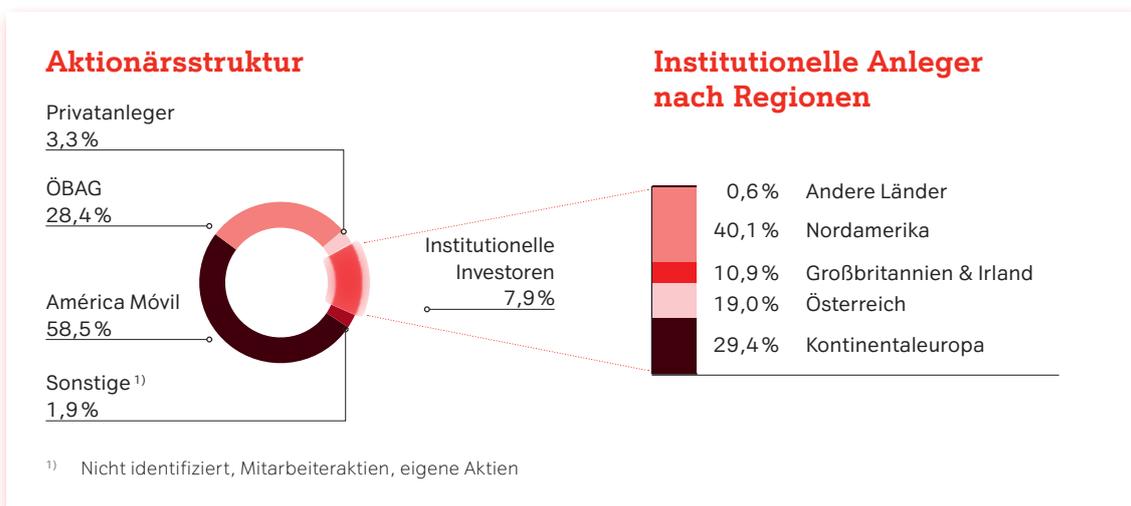
Mit Jahresende 2023 befanden sich 58,5% (das sind 388.542.516 Aktien) im Besitz von América Móvil. Die Republik Österreich hielt über die Österreichische Beteiligungs AG („ÖBAG“) 28,4 % der Aktien (das sind 188.876.602 Stück). Darüber hinaus hielt die Telekom Austria AG 415.159 eigene Aktien, und in einem Sammeldepot befanden sich 519.444 Mitarbeiteraktien.

Aktienkursentwicklung

Der Kurs der Telekom Austria Aktie eröffnete am 2. Jänner 2023 bei EUR 4,86 (Wert korrigiert um die Abspaltung des Funkturmgeschäfts). Am 6. Februar haben wir die Erneuerung des Syndikatsvertrags unserer beiden Kernaktionäre und deren Unterstützung für die Abspaltung des Funkturmgeschäfts verlautbart. Diese Neuigkeiten wirkten sich positiv auf den Aktienkurs aus.

Nach einer mehrmonatigen Seitwärtsbewegung verließ die Aufnahme der Aktie in den ATX, den Leitindex der Wiener Börse, dem Kurs einen positiven Impuls. Die Meldung vom 22. September zur anstehenden Abspaltung und Notierung der Funkturmgesellschaft EuroTeleSites beflügelte die Telekom Austria Aktie weiter. Bis zum Jahresende kletterte der Kurs auf EUR 7,65.

Mit einem Zuwachs von 57,8% übertraf die Aktie sowohl den ATX als auch den europäischen Index STOXX Europe 600 Telecommunications klar.



Aktienkennzahlen

	2022*	2023*
Höchstkurs (intraday)	€ 6,88	€ 7,77
Tiefstkurs (intraday)	€ 4,67	€ 4,86
Schlusskurs am 31. Dezember	€ 4,85	€ 7,65
Marktkapitalisierung am Jahresende (in EUR Mio.)	3.223	5.083
Entwicklung der Aktie	-24,1%	57,8%
Durchschnittliches Handelsvolumen (Stück)	120.575	141.494
Anzahl ausgegebene Aktien	664.500.000	664.500.000
Anzahl ausstehende Aktien	664.084.841	664.084.841

* Aktienkurse vor dem 22. September 2023 korrigiert um die Abspaltung des Funkturmgeschäfts (Korrekturfaktor: 0,8387).

Analysten und Empfehlungen

Per Ende 2023 berichteten Analysten aus zehn Finanzinstituten in Analyse-Publikationen über die Telekom Austria Aktie:

- ✓ AlphaValue/Baader Europe
- ✓ Bank Pekao
- ✓ Barclays
- ✓ Citigroup
- ✓ Erste Group Bank
- ✓ HSBC
- ✓ JP Morgan (kein Rating)
- ✓ Kepler Cheuvreux
- ✓ Landesbank Baden-Württemberg
- ✓ Raiffeisen Bank International

Per 31. Dezember 2023 empfahlen sieben Analysten die Telekom Austria Aktie zu kaufen und zwei, sie zu halten. Verkaufsempfehlungen gab es keine. Die Coverage von JP Morgan war aufgrund ihrer Rolle bei der Abspaltung des Funkturmgeschäfts temporär ausgesetzt.

Dividende

Die Dividendenpolitik aus dem Jahr 2016 wurde 2023 aktualisiert. Sie geht nunmehr von einer Dividende in Höhe von EUR 0,32 pro Aktie aus. Diese soll auf einer nachhaltigen Basis im Rahmen der operativen und wirtschaftlichen Entwicklung der A1 Group wachsen. Für das Geschäftsjahr 2023 plant der Vorstand, der ordentlichen Hauptversammlung 2024 eine Dividende von EUR 0,36 pro Aktie vorzuschlagen.

Dividendenentwicklung

Jahr	Dividende je Aktie (bezahlt)	Ergebnis je Aktie (im Referenzjahr)	Free Cashflow je Aktie (im Referenzjahr)	Ausschüttungs- quote
2023	EUR 0,32	EUR 0,95	EUR 0,91	33,5%
2022	EUR 0,28	EUR 0,68	EUR 0,73	40,9%
2021	EUR 0,25	EUR 0,58	EUR 0,76	42,7%
2020	EUR 0,23	EUR 0,49	EUR 0,52	46,7%
2019	EUR 0,21	EUR 0,36	EUR 0,58	57,8%
2018	EUR 0,20	EUR 0,48	EUR 0,58	41,6%

Fremdkapital und Ratings

Wir bedienen uns aktiv der internationalen und lokalen Fremdkapitalmärkte, um uns sowohl regional als auch in Bezug auf die Investorenbasis breit diversifiziert zu finanzieren.

Anleihen

Seit unserer ersten Anleihe im Jahr 2003 haben wir insgesamt acht Benchmark-Anleihen, darunter die erste Hybridanleihe im europäischen Telekommunikationssektor, begeben.

Am 4. Juli 2023 wurde eine Anleihe in der Höhe von EUR 300 Mio. mit einem Kupon von 3,5 % fristgerecht getilgt.

Zum 31. Dezember 2023 war noch eine Anleihe ausstehend. Sie hat ein Volumen von EUR 750 Mio. und ist am 7. Dezember 2026 fällig.

Ratings

Die Telekom Austria AG verfügt über ein A- Rating von allen drei großen Ratingagenturen: Fitch, Moody's Investors Service („Moody's“) sowie Standard & Poor's Global Ratings („S&P“).

Im Dezember 2023 stuft Moody's unser Kredit-Rating auf A3 hoch. Im Juni 2023 ratete Fitch uns das erste Mal. Mit einem A- waren wir das am besten bewertete europäische Telekommunikationsunternehmen. S&P stuft uns seit Oktober 2022 mit A- ein.

Zusammenfassung der Beschlüsse der Aktionärsversammlungen 2023

Ordentliche Hauptversammlung am 7. Juni 2023	Dafür	Präsenz
Ausschüttung einer Dividende von EUR 0,32 je Aktie	99,9%	84,0%
Entlastung der Mitglieder des Vorstands	100,0%	84,0%
Entlastung der Mitglieder des Aufsichtsrats	100,0%	84,0%
Vergütung der Mitglieder des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2022	100,0%	84,0%
Wahl des Abschlussprüfers und Konzernabschlussprüfers 2023	99,9%	84,0%
Vergütungsbericht	99,5%	84,0%
Wahlen in den Aufsichtsrat		
Karin Exner-Wöhrer	95,6%	83,9%
Stefan Fürnsinn	95,5%	83,9%
Carlos García Moreno Elizondo	94,9%	83,9%
Oscar Von Hauske Solís	94,8%	83,9%
Alejandro Cantu Jimenez	95,4%	83,9%
Edith Hlawati	95,4%	83,9%
Außerordentliche Hauptversammlung am 3. August 2023		
Verhältnismäßige Abspaltung des Funkturmgeschäfts auf die neu zu gründende EuroTeleSites AG (einschließlich bestimmter vorgelagerter Schritte)	100,0%	83,8%

ESG-Ratings

Wir lassen unsere nachhaltigen Aktivitäten jährlich von internationalen Ratingagenturen bewerten. Außerdem ist die Telekom Austria Aktie in Nachhaltigkeitsindizes, wie zum Beispiel seit 2001 in der FTSE4Good-Indexreihe oder seit

2005 in dem österreichischen Nachhaltigkeitsindex (VÖNIX), gelistet. Der VÖNIX ist ein kapitalisierungsgewichteter Preisindex, bestehend aus jenen börsennotierten österreichischen Unternehmen, die hinsichtlich gesellschaftlicher und ökologischer Leistung führend sind. ■

	Rating 2023	Perzentil	Kategorie
CDP	A	Top 2%	Leadership
Sustainalytics	13,5	Top 3%	Niedriges Risiko
ISS ESG	B-	Top 20%	Prime
EcoVadis	68	Top 9%	Silber

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

in Mio. EUR, ausgenommen Aktienangaben	2022	2023	Δ
Umsatzerlöse aus Dienstleistungen	4.164	4.348	4,4%
Umsatzerlöse aus Verkauf Endgeräte	752	811	7,9%
Sonstige betriebliche Erträge	89	92	3,6%
Umsatzerlöse gesamt (inkl. sonstige betriebliche Erträge)	5.005	5.251	4,9%
Kosten zur Erbringung von Dienstleistungen	-1.414	-1.474	4,2%
Kosten der Endgeräte	-731	-790	8,1%
Vertriebs-, allgemeine und Verwaltungsaufwendungen	-1.011	-1.046	3,5%
Sonstige Aufwendungen	-12	-18	51,7%
Gesamte Kosten und Aufwendungen	-3.167	-3.327	5,1%
Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibung (EBITDA)	1.838	1.924	4,7%
Abschreibung	-795	-796	0,1%
Abschreibung Nutzungsrechte	-168	-215	27,6%
Wertminderung	-4	-3	-29,0%
Betriebsergebnis (EBIT)	871	911	4,5%
Zinsertrag	11	20	83,6%
Zinsaufwand	-60	-99	64,2%
Zinsaufwand aus Personal- und Restrukturierungsrückstellungen und sonstiges Finanzergebnis, netto	-5	-9	70,9%
Wechselkursdifferenzen, netto	1	-3	o.A.
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	-2	1	-145,4%
Finanzergebnis	-55	-90	62,3%
Ergebnis vor Steuern (EBT)	816	821	0,6%
Ertragsteuer	-181	-175	-3,4%
Periodenergebnis	635	646	1,8%
davon den Eigentümern der Muttergesellschaft zurechenbar	634	645	1,8%
davon nicht beherrschende Anteile	1	1	-6,1%
Ergebnis je Aktie, das auf die Eigentümer der Muttergesellschaft entfällt, in Euro*	0,95	0,97	1,8%
Durchschnittliche Anzahl der Aktien	664.084.841	664.084.841	
Sonstiges Ergebnis (Other Comprehensive Income, OCI)			
Unterschiedsbetrag aus der Währungsumrechnung	-4	-41	o.A.
Realisiertes Ergebnis aus Hedging-Aktivitäten, nach Ertragsteuern	4	2	-50,0%
Nicht realisiertes Ergebnis von Fremdkapitalinstrumenten zum beizulegenden Zeitwert, nach Ertragsteuern	-2	1	-163,2%
Posten, die in das Periodenergebnis umgegliedert werden können	-2	-37	o.A.
Neubewertung von Personalrückstellungen, nach Ertragsteuern	31	-13	-140,3%
Posten, die nicht in das Periodenergebnis umgegliedert werden	31	-13	-140,3%
Sonstiges Ergebnis (Other Comprehensive Income, OCI)	29	-50	-269,5%
Gesamtergebnis	664	596	-10,2%
davon den Eigentümern der Muttergesellschaft zurechenbar	663	596	-10,2%
davon nicht beherrschende Anteile	1	1	-6,1%

* Unverwässert und verwässert

Weitere Kennzahlen

Hauptelemente der Konzernbilanz (in Mio. EUR)	31. Dez. 2022	31. Dez. 2023	Δ
Kurzfristige Vermögenswerte	1.439	1.545	7%
Langfristige Vermögenswerte	6.906	8.012	16%
Vermögenswerte	8.345	9.557	15%
Kurzfristige Schulden	2.411	1.845	-23%
Langfristige Schulden	2.342	3.111	33%
Schulden	4.753	4.956	4%
Eigenkapital	3.593	4.601	28%

Hauptelemente der Konzern-Kapitalflussrechnung (in Mio. EUR)	2022	2023	Δ
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	1.718	1.716	-0%
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-953	-64	-93%
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-1.149	-600	-48%

Wesentliche nicht finanzielle Kennzahlen	2022	2023	Δ
Umwelt			
Gesamtenergieverbrauch (in MWh)	950.689	960.564	1%
Gesamte stationäre Verbrennung vor Ort	25.635	19.754	-23%
Energieverbrauch durch eigene Fahrzeuge	66.591	65.785	-1%
Verbrauch von gekauftem Strom	821.711	838.722	2%
Verbrauch von gekaufter Wärmeenergie	34.630	30.156	-13%
Energieeffizienzindikator (in MWh/Terabyte)	0,10	0,08	-19%
Anteil an erneuerbarer Energie am Gesamtstromverbrauch	71 %	76 %	5 PP
Gesamte CO ₂ -Emissionen (in t CO ₂ -Äquivalent)	873.986	801.764	-8%
davon Scope 1 CO ₂ -Emissionen	23.254	20.964	-10%
davon Scope 2 CO ₂ -Emissionen (market-based)	113.028	97.006	-14%
davon Scope 3 CO ₂ -Emissionen	737.705	683.794	-7%
CO ₂ -Intensität (Tonnen CO ₂ -Äquivalente/Umsatz in Mio. EUR)	27	22	-18%
Recyclingquote	55%	65%	10 PP
Mitarbeiter:innen			
Gesamt (Vollzeitkräfte)	17.906	17.508	-2%
Anteil Frauen	40%	40%	0 PP
Anteil weiblicher Führungskräfte	36%	35%	-1 PP
Altersstruktur			
bis 30 Jahre	2.849	2.803	-2%
30-50 Jahre	11.036	10.731	-3%
über 50 Jahre	4.021	3.975	-1%
Trainingsstunden (per Vollzeitkraft)	39	44	15%
Compliance-Schulungen			
Anzahl der Teilnahmen an Compliance-Schulungen	38.654	48.870	26%

Finanzkalender 2024

17. Juni 2024	Nachweisstichtag: Hauptversammlung
27. Juni 2024	Hauptversammlung
1. Juli 2024	Ex-Tag Dividende
2. Juli 2024	Nachweisstichtag: Dividende
4. Juli 2024	Dividenden-Zahltag
16. Juli 2024	Ergebnis Q2 und H1 2024
15. Oktober 2024	Ergebnis Q3 und Q1-Q3 2024

Kontakt für Investoren

Susanne Aglas-Reindl
Leitung Investor Relations
E-Mail: Investor.relations@A1.group
Tel.: +43 (0) 50 664 47500

Kontakt für ESG

Raffaella Ortner
Leitung Group ESG
E-Mail: ESG@A1.group

Kontakt für Medien

Michael Höfler
Leitung Konzernkommunikation
E-Mail: michael.hoefler@A1.group

Haftungshinweis

Dieser Bericht enthält zukunftsbezogene Aussagen. Diese verwenden normalerweise Ausdrücke wie „glaubt“, „ist der Absicht“, „nimmt an“, „plant“, „erwartet“ und ähnliche Formulierungen oder „Ausblick“. Die tatsächlichen Ereignisse können aufgrund einer Reihe von Faktoren wesentlich von der erwarteten Entwicklung abweichen. Zukunftsbezogene Aussagen enthalten naturgemäß Risiken und Unsicherheiten. Wir wollen darauf hinweisen, dass aufgrund einer Reihe von wichtigen Faktoren das tatsächliche Ergebnis wesentlich von den zukunftsbezogenen Aussagen abweichen kann. Weder die A1 Group noch eine andere Person übernehmen eine Haftung für solche zukunftsbezogenen Aussagen. Die A1 Group wird diese zukunftsbezogenen Aussagen weder aufgrund geänderter tatsächlicher Umstände noch aufgrund geänderter Annahmen oder Erwartungen aktualisieren.

Dieser Bericht wurde mit Sorgfalt erstellt und alle Informationen wurden gewissenhaft geprüft. Dennoch können Layout- oder Druckfehler nicht ausgeschlossen werden. Bei der Summierung gerundeter Beträge können durch die Verwendung automatischer Rechenhilfen Rundungsdifferenzen auftreten.

Bei Personenbezeichnungen achten die Autor:innen darauf, möglichst durchgängig eine gendergerechte Form zu verwenden (zum Beispiel Kund:innen, Mitarbeiter:innen). Aus Gründen der Lesbarkeit wird vereinzelt nur die männliche Form angeführt. Es sind aber stets Menschen sämtlicher Geschlechtskategorien gemeint.

Dieser Bericht stellt keine Empfehlung oder Einladung dar, Wertpapiere der A1 Group zu kaufen oder zu verkaufen.

Impressum

Medieninhaber und Herausgeber: Telekom Austria AG | Lassallestraße 9, 1020 Wien, Österreich | Firmenbuchnummer: FN 144477 t, Firmenbuchgericht: Handelsgericht Wien | Tel.: +43 50 664 0, Website: www.A1.group | Foto-Credits: A1, Max Kegfire, Ross Helen, Uwe Umstaetter, Quardia, Piranka, Daria Voronchuk, Violeta Stoimenova, Azman Jaka, Diyana Dimitrava, Xijan |
Erscheinungsort: Wien, Österreich | Redaktionsschluss: 24.Mai 2024



www.A1.group