

Empowering digital life

A1 im Überblick 2024



Kennzahlen A1 Group

in Mio. EUR	2023	2024	Δ
Umsatzerlöse gesamt	5.251	5.413	3,1 %
Umsatzerlöse aus Dienstleistungen	4.348	4.502	3,5 %
Mobilfunk-Umsatzerlöse aus Dienstleistungen	2.429	2.500	2,9 %
Festnetz-Umsatzerlöse aus Dienstleistungen	1.919	2.002	4,3 %
Umsatzerlöse aus Verkauf Endgeräte	811	813	0,2 %
Sonstiges betriebliches Ergebnis	92	98	5,9 %
EBITDA ¹⁾	1.924	2.021	5,1 %
EBITDA-Marge	36,6 %	37,3 %	0,7pp
EBITDAaL ²⁾	1.671	1.603	-4,0 %
EBITDAaL-Marge	31,8 %	29,6 %	-2,2pp
Abschreibungen und Wertminderungen	1.013	1.160	14,5 %
EBIT ³⁾	911	861	-5,4 %
EBIT-Marge	17,3 %	15,9 %	-1,4pp
Periodenergebnis	646	627	-3,0 %
Nettomarge	12,3 %	11,6 %	-0,7pp
Periodenergebnis proforma	557	627	12,5 %
Anlagenzugänge	1.093	865	-20,9 %
Free Cashflow	354	575	62,5 %

	31. Dez. 2023	31. Dez. 2024	Δ
Nettoverschuldung / EBITDA	1,3	1,1	-0,23x
Nettoverschuldung (exkl. Leasing) / EBITDAaL	0,4	0,2	-0,16x

Kund:innen-Kennzahlen (in Tausend)	31. Dez. 2023	31. Dez. 2024	Δ
Mobilkund:innen	25.245	27.122	7,4 %
Vertragskund:innen	21.512	23.447	9,0 %
Prepaid-Kund:innen	3.733	3.676	-1,5 %
RGUs ⁴⁾	6.271	6.352	1,3 %

Mitarbeiter:innen-Kennzahlen	31. Dez. 2023	31. Dez. 2024	Δ
Mitarbeiter:innen (Vollzeitäquivalente)	17.508	17.298	-1,2 %
Anteil der Mitarbeiterinnen	40 %	40 %	-0,5pp
Anteil weiblicher Führungskräfte	35 %	35 %	0,0pp

Umweltkennzahlen/Nachhaltigkeitskennzahlen	31. Dez. 2023	31. Dez. 2024	Δ
Gesamtenergieverbrauch (in MWh)	960.564	976.502	1,7 %
Direkte Scope 1 CO ₂ -Emissionen (in t)	20.964	18.807	-10,3 %
Indirekte Scope 2 CO ₂ -Emissionen market-based (in t)	97.006	87.260	-10,0 %
Energieeffizienzindikator (in MWh/Terabyte)	0,08	0,07	-11,3 %
Anteil erneuerbarer Energie am Strom	76 %	79 %	3,0pp
Recyclingquote (in %)	57 %	58 %	1,0pp
Teilnahmen an Schulungen zu Digitaler Bildung	142.520	171.382	20,3 %

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.

A1: Empowering digital life



Als A1 Group sind wir klar darauf fokussiert, unsere Relevanz für die Kund:innen zu untermauern und auszubauen. Wir wollen ihnen das beste Kundenerlebnis bieten – im Kerngeschäft wie auch in neuen Geschäftsfeldern. Dazu denken, planen und handeln wir vorausschauend mit Blick auf zukünftige Kundenerwartungen und Markttrends.

Wir nutzen gruppenweite Synergien und steigern gemeinsam unsere Effizienz. Auf diese Weise wollen wir unseren nachhaltigen Wachstumskurs fortsetzen. Die solide Basis dafür bieten unsere erstklassige digitale Infrastruktur und die darauf basierenden Services. Unsere starke Marke A1 steht dabei für ein klares Wertversprechen.

Wir setzen uns ausdrücklich für die Gestaltung einer nachhaltigen Zukunft durch Technologie ein – im Interesse der Mitarbeiter:innen, Kund:innen, Geschäftspartner und

weiterer Stakeholder entlang der Wertschöpfungskette. Dementsprechend stellen wir uns 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 323 Millionen Mobilfunk-Kund:innen und rund 78 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

5,4

Mrd. EUR

Umsatz 2024

2,0

Mrd. EUR

EBITDA 2024

30

Mio.

Kund:innen in
7 Kernmärkten

17

Tausend

Mitarbeiter:innen

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	4
Equity Story	8
A1 Group – Regionale Präsenz	9
Österreich	10
Bulgarien	12
Kroatien	14
Belarus	16
Serbien	18
Slowenien	20
Nordmazedonien	22
Strategie	24
Technologie	27
Datenschutz und Informationssicherheit	32
Nachhaltigkeit – Strategie und Management	36
Umwelt- und Klimaschutz	40
Digitale Kompetenzen	43
Mitarbeiter:innen	45
Compliance	51
Investor Relations	53
25 Jahre an der Börse	56
Gesamtergebnisrechnung und Kennzahlen	58
Finanzkalender und Kontakte	60

Resilienz, Nachhaltigkeit und Trans- formation

Wir bündeln die gruppenweiten Stärken und Kompetenzen des A1 Teams. Unser klarer Fokus: Kundenrelevanz



Alejandro Plater, CEO

A red ink signature of Alejandro Plater.

Thomas Arnoldner, Deputy CEO

A red ink signature of Thomas Arnoldner.

Für 2024 konnten wir einmal mehr überzeugende Ergebnisse präsentieren. Sie sind das Resultat kontinuierlicher, substanzieller Optimierungen und unterstreichen unsere Resilienz - speziell auch unter herausfordernden Rahmenbedingungen.

Wir haben nicht nur eine solide operative und finanzielle Performance erzielt, sondern auch wesentliche Weichen gestellt, um für die Zukunft gut aufgestellt zu sein.

Ganz im Sinne unseres Handlungsprinzips „ART“ wollen wir auch in den kommenden Jahren unseren nachhaltigen Wachstumskurs fortsetzen. Indem wir zunehmend vorausschauend agieren („Anticipate“), dadurch unsere Relevanz für unsere Kund:innen im Kerngeschäft und in neuen Geschäftsfeldern erhöhen („Relevant“) und zudem durch das Nutzen unserer gruppenweiten Synergien („Together“) noch effizienter werden.

Konzernstrategie mit „Human@Center“

Diese Zielsetzungen spiegeln sich auch in den zwei Kernbereichen unserer 2024 konsequent umgesetzten Unternehmensstrategie wider:

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

Für uns als A1 steht der Mensch im Mittelpunkt: „Human@Center“. Damit sind neben den Mitarbeiter:innen natürlich insbesondere die Kund:innen gemeint. Statt eines rein produktorientierten Zugangs bedeutet dies eine verstärkte Fokussierung auf eine überzeugende „Customer Journey“. Und zwar mit Produkten und Zusatzleistungen, die – orientiert am konkreten Kundenbedarf – einen echten Mehrwert bieten. Das klare Ziel: für die Kunden relevant und damit als Marke A1 attraktiv bleiben.

Bei den großen Unternehmenskunden konnten wir 2024 speziell durch den Ausbau digitaler B2B-Services sowie IKT-, Cloud- und Security-Solutions punkten. Diese Erfolge wollen wir nun verstärkt auch auf den Bereich der kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) übertragen.

Nachhaltiges Wachstum ist für uns zentral. Daher bekennen wir uns zu den Zielsetzungen des Drei-Säulen-Modells der nachhaltigen Entwicklung („People, Planet, Profit“), zum UN Global Compact und zu den Sustainable Development Goals (SDG) der Vereinten Nationen.

Solide Ergebnisse belegen operative und finanzielle Stärke

Insgesamt wurde 2024 das starke Wachstum in unseren CEE-Ländern durch die robuste Performance in Österreich ergänzt. Die erfreuliche Entwicklung speziell in unseren osteuropäischen Märkten basierte dabei insbesondere auf der starken Nachfrage nach Highspeed-Breitbandlösungen, wertsichernden Maßnahmen, dem Ausbau digitaler B2B-Dienstleistungen und erfolgreichem Cross- und Upselling mit Fokus auf Cyber Security, Versicherungen und Streaming-Angeboten. Diese Services entwickeln sich zu einer essenziellen Komponente unseres Leistungsportfolios.

In Summe resultierte dies 2024 in starken Ergebnissen für die A1 Group:

- ✓ Der Gesamtumsatz stieg um 3% auf EUR 5,4 Mrd.
- ✓ Beim EBITDA verzeichneten wir eine Steigerung um 5% und überschritten erstmalig die Marke von EUR 2,0 Mrd.
- ✓ Das Periodenergebnis betrug EUR 627 Mio. (2023 EUR 646 Mio.), was einem Ergebnis je Aktie von EUR 0,94 (Vorjahr: EUR 0,97) entspricht.
- ✓ Das weiterhin beständige Umsatzwachstum und sorgfältiges Kostenmanagement förderten eine nachhaltige Verbesserung der Profitabilität.
- ✓ Im Berichtsjahr konnten wir einen soliden Free Cashflow in Höhe von EUR 575 Mio. erwirtschaften.

Als Ergebnis unserer konservativen Finanzpolitik sind wir in Europa eines der bestgerateten Unternehmen der Telekommunikationsbranche. Ende 2024 verfügten wir über ein A-/A3 Kredit-Rating von allen drei großen Ratingagenturen.

Die ohnedies schon niedrigen Schulden wurden 2024 zusätzlich um rund EUR 280 Mio. abgebaut. Damit reduzierte sich der Verschuldungsgrad im Berichtsjahr weiter auf 0,2x Nettoverschuldung (exkl. Leasing) zu EBITDA nach Leasing und auf 1,1x inkl. Leasing.

Die Ergebnisse für 2024 reflektieren auch die Ende September 2023 erfolgte verhältnismäßige Abspaltung unseres Funkturmgeschäfts („Towers“). Damit wurden Finanzverbindlichkeiten in Höhe von mehr als EUR 1 Mrd. an EuroTeleSites übertragen. Die entsprechend positiven Auswirkungen auf unsere Bilanzstruktur bieten uns finanzielle Flexibilität bei zukünftigen Wachstumsoptionen.

Weiterführende Informationen zum Geschäftsverlauf 2024 sind dem [konsolidierten Ergebnisbericht 2024](#) zu entnehmen.

Konstantes Dividendenwachstum

Unsere erfolgreiche finanzielle Entwicklung liefert die Basis für eine attraktive Dividendenpolitik: Für das Geschäftsjahr 2024 schlagen wir der Hauptversammlung 2025 eine Dividende von EUR 0,40 je Aktie vor (Vorjahr: EUR 0,36). Damit steigern wir die Dividende das siebte Mal in Folge.

Kapitalmarkt-Performance

Nach einem starken Anstieg der Telekom Austria Aktie um 58% in 2023 verzeichnete sie im Berichtsjahr ein Plus von weiteren 4%, während der ATX und der Telekom Sektor Index um 7% bzw. 16% zulegen.

25 Jahre an der Börse

Die A1 Group feiert 2025 ihr 25-jähriges Börsenjubiläum. Seit dem IPO im Jahr 2000 entwickelte sich das Unternehmen von einem nationalen Telekom-Anbieter zu einem führenden Digitalisierungspartner in Zentral- und Osteuropa (siehe Seite 56).

Fokus auf Relevanz für die Kund:innen

Im vergangenen Jahr wie auch in Zukunft steht für uns im Fokus, wie wir uns in durchwegs kompetitiven Märkten vom Wettbewerb differenzieren und unsere führende Rolle auch unter fordernden makroökonomischen Rahmenbedingungen beibehalten können.

Mit Blick auf unsere Investitionen heißt das, durch eine möglichst direkte und zielgerichtete Wirkung auf dem Markt für die Kund:innen relevant zu bleiben.

Im Jahr 2024 haben wir verstärkt darauf fokussiert, datenbasiert zu identifizieren, an welchen Berührungspunkten entlang der „Customer Journey“ welche Angebote den höchsten Mehrwert für unsere Kund:innen schaffen. Und weil Datenschutz und Informationssicherheit hier höchsten Stellenwert haben, können sich die Kund:innen dabei auf unsere DSGVO-konformen und 2024 erneut erstklassig zertifizierten Datacenter und Cloud Solutions verlassen. Sich selbst können sie mit den verlässlichen Security Solutions von A1 beispielsweise vor Cyberattacken effektiv schützen.

Netzinfrastuktur und Service vielfach ausgezeichnet

Qualität und Performance der Infrastruktur spielen bei der Differenzierung im intensiven Wettbewerb eine entscheidende Rolle. So setzten wir 2024 unseren 5G-Ausbau fort und bieten unseren Kund:innen in unseren Ländern (außer Serbien und Belarus, wo noch keine Vergabe von 5G-Spektrum erfolgte) bereits eine 5G-Netzabdeckung von je nach Land rund 82% bis 99%.

Kritische Infrastruktur

Sowohl unsere hochleistungsfähigen und zukunfts-sicheren Fest- und Mobilfunknetze als auch unsere Rechenzentren zählen zur kritischen digitalen Infrastruktur. Gemeinsam mit dem darauf basierenden Produkt- und Serviceportfolio gewährleisten sie auch bei deutlich erhöhter Belastung verlässliche digitale Kommunikation für unsere Privatkund:innen, für Unternehmen und deren Mitarbeiter:innen sowie den öffentlichen Sektor. Sicherheit, Resilienz und Vertrauen stehen für uns dabei an erster Stelle.

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.

Im Festnetz lag der Fokus unverändert auf dem Glasfaserausbau, wo wir beispielsweise in Österreich per Jahresende 2024 bereits rund 77.000 km Glasfaser verlegt hatten. In Serbien startet A1 2025 nach der Akquisition des Anbieters Conexio Metro mit Festnetzprodukten. Damit sind wir nun in sämtlichen A1 Märkten konvergent.

Sowohl die Netzinfrastuktur als auch der Kundenservice (Shops, App ...) von A1 wurde 2024 erneut vielfach ausgezeichnet. Die Investitionen (CAPEX) der A1 Group beliefen sich im Berichtsjahr auf insgesamt EUR 865 Mio., für 2025 sind rund EUR 800 Mio. vor Spektrum geplant.

„Climate Transition Plan“ als Wegweiser für die Zukunft

Die Energieeffizienz und Reduktion der CO₂-Emissionen betreffend haben wir 2024 wieder bedeutende Fortschritte erzielt. So konnten wir per Ende 2024 seit dem Jahr 2019 bereits eine Reduktion der Emissionen (Scope 1 und Scope 2 market-based) um 58% erreichen.

Auch darüber hinaus unterstreichen wir unser starkes Verantwortungsbewusstsein hinsichtlich Umwelt und Gesellschaft: Wir haben uns verpflichtet, bis zum Jahr 2040 sämtliche Treibhausgasemissionen in allen Unternehmensbereichen und entlang der gesamten Wertschöpfungskette auf Netto-Null zu reduzieren. So arbeiten wir aktiv daran, nicht nur direkte Emissionen zu senken, die etwa durch den Betrieb unserer Anlagen und Büros entstehen, sondern auch

Climate Transition Plan: CO₂ Netto-Null bis 2040

Der im Berichtsjahr entwickelte „Climate Transition Plan“ zeigt detailliert, wie die angestrebte Netto-Null an CO₂-Emissionen bis 2040 realisiert werden soll. Er umfasst Maßnahmen zur kontinuierlichen Reduktion des Energieverbrauchs, die Förderung nachhaltiger Mobilitätslösungen und die Stärkung des Umweltbewusstseins in allen Unternehmensbereichen.

indirekte Emissionen, die entlang der Lieferketten und durch die Nutzung unserer Produkte anfallen.

Externe Anerkennung für Nachhaltigkeit

Die Science Based Targets initiative (SBTi) hat die ambitionierte Zielsetzung unseres „Climate Transition Plans“ 2024 offiziell validiert. Und auch weitere unabhängige Institutionen anerkennen unsere Erfolge:

- ✓ Sustainalytics stuft die A1 Group als eines der zehn nachhaltigsten Telekommunikationsunternehmen weltweit ein
- ✓ EcoVadis verlieh uns den Gold-Status
- ✓ VÖNIX Nachhaltigkeits-Preis in der Kategorie „Consumer“

Diese Anerkennungen bestätigen unseren Weg hin zu einer klimafreundlicheren Zukunft und unsere Rolle als ESG-Vorreiter in der Telekommunikationsbranche.

Transformation zur effektiven Bündelung von Kompetenzen

Wir sehen uns aktuell mit einer insgesamt angespannten makroökonomischen Lage und fortwährender Unsicherheit konfrontiert. Gleichzeitig agieren wir auf hochkompetitiven Märkten. All das erfordert nicht nur überzeugende Angebote für die Kund:innen – Stichwort „Relevanz“ –, es macht auch gesteigerte Effizienz bei der Marktbearbeitung und bei Prozessen notwendig.

Mit dieser Zielsetzung bündelt die A1 Group ihre gruppenweiten Kräfte und Kompetenzen. Als neues organisatorisches Setup dafür wurde beginnend mit Juni 2024 ein „Competence Delivery Center“ (CDC) etabliert. In dessen Rahmen haben wir 13 „Delivery Centers“ (DC) per Jahresende 2024 zu vorab evaluierten Fachdisziplinen aufgesetzt, weitere werden

folgen. Bereits via DC organisierte Themengebiete sind z. B. Network, IT-Services, Data und Security Solutions, TV-Plattform oder Finance. Die Kompetenzzentren fokussieren auf Synergien, indem Prozesse und Lösungen mit konzentrierter Expertise einmal – statt in unterschiedlichen Ländern parallel – entwickelt werden („One company“).

Die DCs heben also das Potenzial optimierter länder- und funktionsübergreifender Zusammenarbeit in der A1 Group. Damit entsprechen sie auch einem „kulturellen“ Anspruch im Rahmen unseres Human@Center-Ansatzes: „Team up beyond limits“.

Gemeinsam als A1 Team werden wir uns auch 2025 darauf konzentrieren, unser Kerngeschäft auszubauen und neue Geschäftsfelder, etwa im Bereich B2B-Digitalservices, zu erschließen. Gleichzeitig investieren wir gezielt in den Markt, steigern weiterhin unsere Effizienz und legen einen starken Fokus auf unsere Resilienz und Zukunftssicherheit.

Unser Dank gilt unseren Kund:innen für ihr Vertrauen und ihre Treue, unseren Geschäftspartnern für die gute Zusammenarbeit und natürlich speziell auch unseren Mitarbeiter:innen für ihr Engagement. Gemeinsam setzen wir unseren Wachstumskurs fort und behalten unsere klare Fokussierung auf Kundenrelevanz konsequent bei. ■

Guidance 2025 und Dividendenpolitik

Im Jahr 2025 erwarten wir, unseren Wachstumskurs weiter fortzusetzen:

- ✓ **Umsatzwachstum** von 2-3 %
- ✓ **CAPEX** von rund EUR 800 Mio. vor Spektrum

Die Dividendenpolitik ist unverändert:

Basierend auf der operativen und finanziellen Entwicklung des Unternehmens wird das Dividenden-niveau beibehalten oder nachhaltig gesteigert.

A1 Group: Gründe für ein Investment

Digitaler Marktführer in CEE

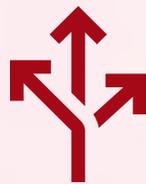
Breitband-Internet | mobiles & Home-Entertainment | Sprachtelefonie | Daten & IT-Services | Security | digitale Zahlungsdienste



- ✓ **Wachstumspotenzial** im Bereich **digitaler Services** auf Basis einer **exzellenten Customer Journey** nutzen, sowie **Wachstum digitaler B2B-Services beschleunigen**
- ✓ **Länderdiversifikation** und **BIP-Wachstum**: **2,8%** in A1 CEE Ländern gegenüber 1,2% in der EU (2025E)

Strategische Stärken

#1 oder 2
in 6/7 Märkten



- ✓ **Marktführerschaft**: Starke Marke und Präsenz in CEE mit ausgezeichnetem Netzwerk und erstklassigem Kundenservice
- ✓ **Digitale Innovation**: Erweiterung des Serviceangebots für Privat- und Geschäftskunden durch Digitalisierung
- ✓ **Einzigartiger Footprint**: Geschäft in Österreich bringt Stabilität, internationale Märkte Wachstum

Finanzielle Performance

> € 500 Mio.
Free Cash Flow p.a.



- ✓ **Umsatz- & EBITDA-Wachstum**: Branchenführendes, stetiges Wachstum
- ✓ **Starker Free Cash Flow**: Sichert Investitionen und Aktionärsrenditen.
- ✓ **Attraktives Risikoprofil**: Untermauert durch das höchste Kreditrating (A-/A3) in der Peer-Group

Kapitalstruktur & Aktionärsrenditen

~5%
Dividendenrendite



- ✓ **Finanzielle Stärke**: Konservative Finanzstrategie gewährleistet Flexibilität für zukünftige Wachstumschancen
- ✓ **Kontinuierliches Dividendenwachstum**: Sieben Jahre in Folge mit über 10% p. a. (CAGR) Steigerung
- ✓ **Kernaktionäre bringen zusätzliche Expertise und Stabilität**: América Móvil (einer der größten Telekomanbieter weltweit) und ÖBAG (Republik Österreich); Minimum-Free-Float von 10% in Syndikatsvertrag verankert

Free Cash Flow: Durchschnitt der letzten 5 Jahre
Dividendenrendite: Per Jahresende 2024; Dividenden-CAGR über die letzten sieben Jahre
GDP Wachstumsraten It. IMF World Economic Outlook (April 2025) - Real GDP growth

A1: Starke Präsenz in CEE

Wir betreuen 30 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 Breitband-Internet, Mobile und Home Entertainment, Sprachtelefonie, Daten- und IT-Lösungen, Security, Wholesale, Smart-Home, sowie Payment-Lösungen.

Unsere Kernmärkte werden als Segmente berichtet:

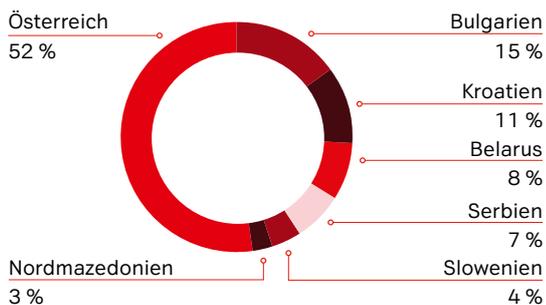
- ✓ Österreich
- ✓ Bulgarien
- ✓ Kroatien
- ✓ Belarus
- ✓ Serbien
- ✓ Slowenien
- ✓ Nordmazedonien

Per 31. Dezember 2024 beschäftigte die A1 Group 17.298 Mitarbeiter:innen (Vollzeitäquivalente; FTE):

	2024
Österreich	6.042
Bulgarien	3.848
Kroatien	1.922
Belarus	2.125
Serbien	1.585
Slowenien	601
Nordmazedonien	771
Holding inkl. A1 Digital	406
A1 Group	17.298

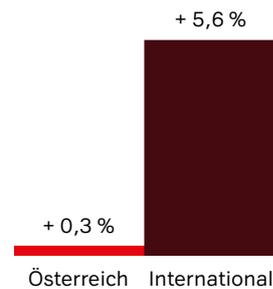
Umsatzverteilung der Segmente

(Exklusive Holding & Sonstige, Eliminierungen)

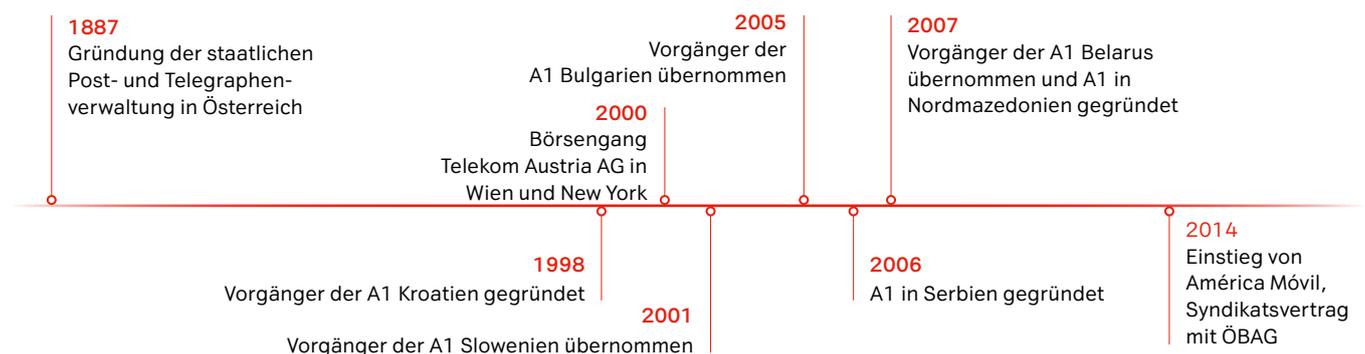


Umsatzwachstum im Jahresvergleich

(Exklusive Holding & Sonstige, Eliminierungen)



Internationalisierung der A1 Group



A1 in Österreich



MARKT
ÜBERBLICK



Geschäftsentwicklung 2024

A1 setzte 2024 verstärkt auf die Sicherung der Kundenbasis und die Entwicklung attraktiver, hochwertiger Angebote. Durch eine differenzierte Kundensegmentierung und unsere Mehrmarkenstrategie konnten wir gezielt auf unterschiedliche Bedürfnisse eingehen. Im Premium-Segment lag der Fokus auf umfassenden Haushaltslösungen, einer optimierten „Customer Journey“ und Treueprogrammen, während Unterhaltungsangebote und Cyber-Security-Lösungen das Portfolio ergänzten.

Der Glasfaserausbau wurde konsequent vorangetrieben, um die anhaltend hohe Nachfrage nach Highspeed-Internet optimal zu nutzen. Die Übernahme des IT-Dienstleisters NTT Austria GmbH komplementiert unser bestehendes Angebot, um die hohe Nachfrage im ICT-Sektor noch besser bedienen zu können.

Über A1 in Österreich

A1 ist Österreichs führender Festnetz- und Mobilfunkanbieter mit rund 5,1 Millionen Mobilfunk-Kund:innen und 2,7 Millionen RGUs.

Im Jahr 2024 trug das Geschäft im Segment Österreich 52 % zum Umsatz und 51 % zum EBITDA der A1 Group bei.

ECKDATEN
ÖSTERREICH

Bevölkerung
9,1
Millionen

BIP/Kopf, PPP
73.100
USD

Inflation
2,9 %

Währung
EUR
Euro

Marktposition

Mobilfunk
#1

Festnetz
#1

RGUs (in 1.000)

2.727

Mobilfunk-Kund:innen
(in 1.000)

5.131

Konvergent seit

2007

Basierend auf Serviceumsätze-Marktanteil

Kennzahlen 2024

Finanziell (in Mio. EUR)	2024	Δ	Anteil an A1 Group
Umsatz	2.807	0,3%	52%
ARPU (EUR)	17,7	1,8%	n.a.
ARPL (EUR)	37,9	6,1%	n.a.
EBITDA	1.039	-2,3%	51%
EBIT	387	-21,5%	45%
CAPEX	524	-11,1%	61%

Nichtfinanziell	2024	Δ	Anteil an A1 Group
Gesamtenergieverbrauch (in MWh)	429.630	-3%	44%
Anteil erneuerbarer Energie am Gesamtenergie- verbrauch	86%	2%	n.a.
CO ₂ -Emissionen ¹⁾ (in Tonnen CO ₂ -Äquivalent)	11.270	-17%	11%
Anzahl der Teilnahmen an Digitalen Kompetenz Schulungen	88.609	-2%	81%

¹⁾ Scope 1 und Scope 2 (market-based)

Qualitätszertifikate

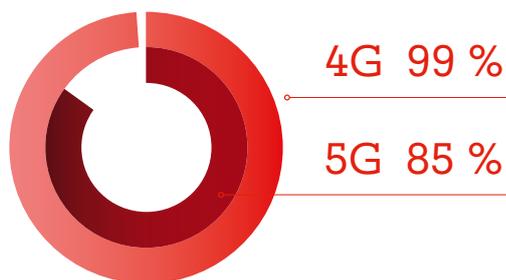
- ✓ ISO 9001
- ✓ ISO 14001
- ✓ ISO 18295
- ✓ ISO 20000-1
- ✓ ISO 27001
- ✓ ISO 27011
- ✓ ISO 45001
- ✓ ISO 50001
- ✓ EMAS
- ✓ EN 50600
- ✓ ECO Datacenter 3.0

Mitarbeiter:innen



Netzabdeckung

Glasfaser 850.000
homes passed



Marken



A1 in Bulgarien



MARKT
ÜBERBLICK

Geschäftsentwicklung 2024

Das Geschäftsjahr 2024 war für A1 Bulgarien erfolgreich. Sowohl Umsatz als auch EBITDA stiegen deutlich an und übertrafen die Rekordmarken des Vorjahres.

Im Mobilfunkgeschäft gelang es auch dieses Jahr, Kund:innen von unserem leistungsfähigen 5G Netz und höherwertigen Tarifen zu überzeugen. Im Festnetzgeschäft war die Nachfrage nach Produkten mit hohen Bandbreiten unverändert hoch. Darüber hinaus überzeugte unser TV-Content-Angebot und wurde weiterhin erfolgreich monetarisiert. Die anhaltend hohe Nachfrage nach IT- und Cyber-Security-Lösungen ließ das Solutions-&-Connectivity-Geschäft weiter wachsen.

Über A1 in Bulgarien

In Bulgarien ist A1 der zweitgrößte Anbieter im Mobilfunk- und Festnetzsegment und insgesamt Nummer eins im Markt.

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

Im Jahr 2024 trug das Geschäft in Bulgarien 15 % des Gesamtumsatzes und 17 % des EBITDA der Group bei und ist damit nach Österreich der zweitgrößte Markt.

ECKDATEN
BULGARIEN

Bevölkerung
6,4
Millionen

BIP/Kopf, PPP
38.900
USD

Inflation
2,4 %

Währung
BGN
Bulgarischer Lew

Marktposition

Mobilfunk
#2

Festnetz
#2

RGUs (in 1.000)

1.343

Mobilfunk-Kund:innen
(in 1.000)

3.847

Konvergent seit

2011

Basierend auf Serviceumsätze-Marktanteil

Kennzahlen 2024

Finanziell (in Mio. EUR)	2024	Δ	Anteil an A1 Group
Umsatz	821	9,5%	15%
ARPU (EUR)	8,0	5,1%	n.a.
ARPL (EUR)	17,6	5,2%	n.a.
EBITDA	341	12,2%	17%
EBIT	187	3,0%	22%
CAPEX	121	-11,8%	14%

Nichtfinanziell	2024	Δ	Anteil an A1 Group
Gesamtenergieverbrauch (in MWh)	180.293	17%	18%
Anteil erneuerbarer Energie am Gesamtenergie- verbrauch	70%	8%	n.a.
CO ₂ -Emissionen ¹⁾ (in Tonnen CO ₂ -Äquivalent)	20.217	-24%	19%
Anzahl der Teilnahmen an Digitalen Kompetenz Schulungen	1.170	-91%	1%

¹⁾ Scope 1 und Scope 2 (market-based)

Qualitätszertifikate

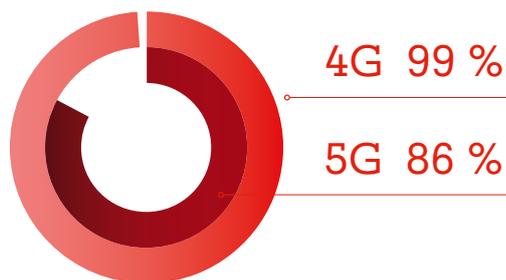
- ✓ ISO 9001
- ✓ ISO 14001
- ✓ ISO 20000-1
- ✓ ISO 22301
- ✓ ISO 27001
- ✓ ISO 27701
- ✓ ISO 27017
- ✓ ISO 27018
- ✓ ISO 30301
- ✓ ISO 37001
- ✓ ISO 39001
- ✓ ISO 45001
- ✓ AQAP 2110

Mitarbeiter:innen



Netzabdeckung

Glasfaser **1,4 Mio.**
homes passed



Marken



A1 in Kroatien



MARKT
ÜBERBLICK



Geschäftsentwicklung 2024

Das Geschäftsjahr 2024 war für A1 sehr erfolgreich. Sowohl Umsatz als auch EBITDA legten zu.

Im Mobilfunksegment verzeichneten wir ein Wachstum bei den Vertragskund:innen. Zudem gelang es uns, die Investitionen der letzten Jahre in den Ausbau des 5G-Netzes und der Glasfaserinfrastruktur erfolgreich zu monetarisieren. Davon profitieren unsere Kunden durch höhere Geschwindigkeiten bei Breitbandprodukten.

Auch im Bereich der ICT-Services konnten wir ein starkes Wachstum verzeichnen und ein zweistelliges Umsatzplus erzielen.

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 2024 trug das Geschäft in Kroatien 11 % zum Umsatz und EBITDA der Group bei.

ECKDATEN
KROATIEN

Bevölkerung
3,8
Millionen

BIP/Kopf, PPP
46.800
USD

Inflation
3,0 %

Währung
EUR
Euro

Marktposition

Mobilfunk
#2

Festnetz
#2

RGUs (in 1.000)

722

Mobilfunk-Kund:innen
(in 1.000)

2.158

Konvergent seit

2011

Basierend auf Serviceumsätze-Marktanteil

Kennzahlen 2024

Finanziell (in Mio. EUR)	2024	Δ	Anteil an A1 Group
Umsatz	570	8,6%	11 %
ARPU (EUR)	12,0	3,9%	n.a.
ARPL (EUR)	32,9	6,0%	n.a.
EBITDA	224	18,7%	11 %
EBIT	100	12,3%	12 %
CAPEX	79	-61,5%	9 %

Nichtfinanziell	2024	Δ	Anteil an A1 Group
Gesamtenergieverbrauch (in MWh)	92.006	-2%	9 %
Anteil erneuerbarer Energie am Gesamtenergie- verbrauch	80%	3%	n.a.
CO ₂ -Emissionen ¹⁾ (in Tonnen CO ₂ -Äquivalent)	6.580	-19%	6 %
Anzahl der Teilnahmen an Digitalen Kompetenz Schulungen	9.336	64%	9 %

¹⁾ Scope 1 und Scope 2 (market-based)

Qualitätszertifikate

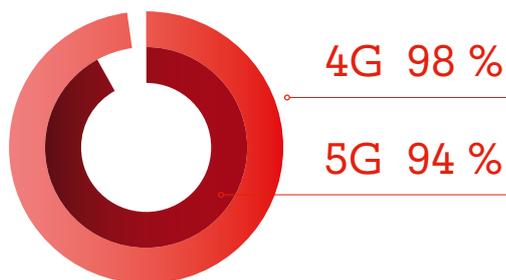
- ✓ ISO 9001
- ✓ ISO 14001
- ✓ ISO 22301
- ✓ ISO 27001
- ✓ ISO 27017
- ✓ ISO 45001
- ✓ PCI DSS
- ✓ Tier III Datacenter

Mitarbeiter:innen



Netzabdeckung

Glasfaser **409.000**
homes passed



Marken

A1 **tomato**

A1 in Belarus



MARKT
ÜBERBLICK



Geschäftsentwicklung 2024

Im Geschäftsjahr 2024 setzten wir in Belarus weiterhin auf gezieltes Up- und Cross-Selling. Besonders mit konvergenten Angeboten sowie Mobilfunktarifen mit unlimitierter Datenmenge konnten wir unsere Kunden überzeugen. Im Festnetzbereich blieb die Nachfrage nach Highspeed-Internetprodukten und konvergenten Lösungen mit TV-Inhalten auf einem hohen Niveau.

Die geopolitische und makroökonomische Situation in Belarus blieb weiterhin herausfordernd. Regulatorische Maßnahmen verstärkten sich im Geschäftsjahr abermals. Dem Unternehmen gelang es trotz dieses Umfelds operativ zu wachsen und die Kundenbasis insbesondere im Festnetzbereich weiter auszubauen.

Über A1 in Belarus

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

Das Vorgängerunternehmen von A1 Belarus wurde 2007 Teil der Group.

Im Jahr 2024 trug das Geschäft in Belarus 8 % zum Umsatz und 10 % zum EBITDA der Group bei.

ECKDATEN
BELARUS

Bevölkerung
9,2
Millionen

BIP/Kopf, PPP
30.800
USD

Inflation
5,7 %

Währung
BYN
Belarus. Rubel

Marktposition

Mobilfunk
#2

Festnetz
#2

RGUs (in 1.000)

972

Mobilfunk-Kund:innen
(in 1.000)

4.933

Konvergent seit
2016

Basierend auf Serviceumsätze-Marktanteil

Kennzahlen 2024

Finanziell (in Mio. EUR)	2024	Δ	Anteil an A1 Group
Umsatz	449	1,6%	8%
ARPU (EUR)	4,2	-4,1%	n.a.
ARPL (EUR)	7,8	5,5%	n.a.
EBITDA	196	2,1%	10%
EBIT	155	11,8%	18%
CAPEX	54	115,3%	6%

Nichtfinanziell	2024	Δ	Anteil an A1 Group
Gesamtenergieverbrauch (in MWh)	100.271	-3%	10%
Anteil erneuerbarer Energie am Gesamtenergie- verbrauch	0,2%	0,2%	n.a.
CO ₂ -Emissionen ¹⁾ (in Tonnen CO ₂ -Äquivalent)	30.447	-6%	29%
Anzahl der Teilnahmen an Digitalen Kompetenz Schulungen	269	-46%	0%

¹⁾ Scope 1 und Scope 2 (market-based)

Qualitätszertifikate

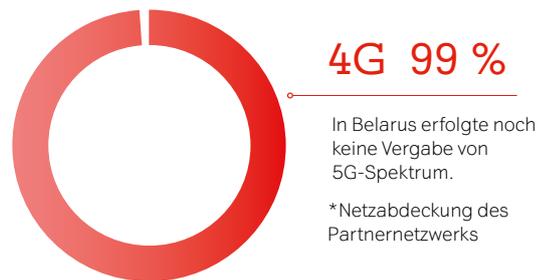
- ✓ ISO 9001
- ✓ ISO 14001
- ✓ ISO 27001
- ✓ ISO 37001
- ✓ ISO 45001
- ✓ PCI DSS
- ✓ Tier III Datacenter

Mitarbeiter:innen



Netzabdeckung

Glasfaser **1,4 Mio.**
homes passed



Marken



A1 in Serbien



MARKT
ÜBERBLICK

Geschäftsentwicklung 2024

Im Geschäftsjahr 2024 setzten wir nach der Übernahme von Conexio Metro einen Meilenstein in unserer Konvergenzstrategie. Mit Jahresbeginn 2025 erfolgte der Launch der ersten Festnetz-Breitbandprodukte.

Die Wettbewerbsdynamik im Mobilfunkbereich blieb weitgehend stabil. Im Mobilfunkgeschäft führten wir ein neues Produktportfolio ein und legten einen besonderen Fokus auf das Upselling der bestehenden Kundenbasis.

Ergebnisseitig verzeichnete A1 in Serbien sowohl ein Umsatz- als auch EBITDA-Wachstum.

Über A1 in Serbien

A1 ist in Serbien der drittgrößte Mobilfunkbetreiber. Seit Jahresbeginn 2025 bieten wir zudem auch Breitbandprodukte im Festnetz an und sind nun in all unseren Märkten konvergent.

Das Vorgängerunternehmen von A1 Srbija wurde 2006 als Teil der Group gegründet und nahm 2007 den Betrieb auf.

Im Jahr 2024 trug das Geschäft in Serbien 7 % zum Umsatz und EBITDA der Group bei.

ECKDATEN
SERBIEN

Bevölkerung
6,6
Millionen

BIP/Kopf, PPP
29.600
USD

Inflation
4,5 %

Währung
RSD
Serbischer Dinar

Marktposition

Mobilfunk
#3

Mobilfunk-Kund:innen
(in 1.000)
2.368

Basierend auf Serviceumsätze-Marktanteil

Kennzahlen 2024

Finanziell (in Mio. EUR)	2024	Δ	Anteil an A1 Group
Umsatz	398	4,0%	7%
ARPU (EUR)	9,8	8,7%	n.a.
ARPL (EUR)	n.a.	n.a.	n.a.
EBITDA	146	15,2%	7%
EBIT	62	5,2%	7%
CAPEX	33	-41,7%	4%

Nichtfinanziell	2024	Δ	Anteil an A1 Group
Gesamtenergieverbrauch (in MWh)	86.974	4%	9%
Anteil erneuerbarer Energie am Gesamtenergie- verbrauch	66%	3%	n.a.
CO ₂ -Emissionen ¹⁾ (in Tonnen CO ₂ -Äquivalent)	24.076	-3%	23%
Anzahl der Teilnahmen an Digitalen Kompetenz Schulungen	3.935	-60%	4%

¹⁾ Scope 1 und Scope 2 (market-based)

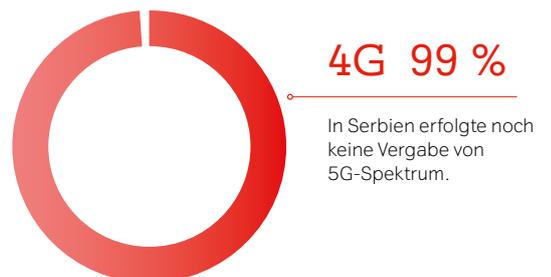
Qualitätszertifikate

- ✓ ISO 14001
- ✓ ISO 27001
- ✓ ISO 45001

Mitarbeiter:innen



Netzabdeckung



Marken



A1 in Slowenien



MARKT
ÜBERBLICK



Geschäftsentwicklung 2024

Der slowenische Markt war auch 2024 geprägt durch ein sehr kompetitives Wettbewerbsumfeld, das durch niedrigpreisige Angebote, vor allem im Mobilfunk, gekennzeichnet war. In diesem Umfeld begegnete A1 Slowenien diesen Herausforderungen, indem attraktive Angebote mit einem hohen Fokus zur Absicherung der Kundenbasis als auch zur Akquise neuer Kund:innen auf den Markt gebracht wurden.

Das herausfordernde Wettbewerbsumfeld führte im Geschäftsjahr zu einem Umsatz- und EBITDA-Rückgang.

Über A1 in Slowenien

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

Das Vorgängerunternehmen von A1 Slovenija nahm 1999 den Betrieb auf und wurde 2001 Teil der Group.

Im Jahr 2024 trug das Geschäft in Slowenien 4 % zum Umsatz und 3 % zum EBITDA der Group bei.

ECKDATEN
SLOWENIEN

Bevölkerung
2,1
Millionen

BIP/Kopf, PPP
55.700
USD

Inflation
2,0 %

Währung
EUR
Euro

Marktposition

Mobilfunk
#2

Festnetz
#4

RGUs (in 1.000)

215

Mobilfunk-Kund:innen
(in 1.000)

723

Konvergent seit

2015

Basierend auf Serviceumsätze-Marktanteil

Kennzahlen 2024

Finanziell (in Mio. EUR)	2024	Δ	Anteil an A1 Group
Umsatz	230	-5,0%	4%
ARPU (EUR)	14,6	-3,2%	n.a.
ARPL (EUR)	32,0	-2,9%	n.a.
EBITDA	52	-7,3%	3%
EBIT	-14	168,8%	-2%
CAPEX	21	-46,6%	2%

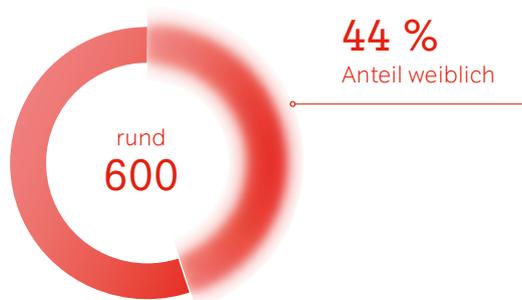
Nichtfinanziell	2024	Δ	Anteil an A1 Group
Gesamtenergieverbrauch (in MWh)	47.562	6%	5%
Anteil erneuerbarer Energie am Gesamtenergie- verbrauch	96%	0%	n.a.
CO ₂ -Emissionen ¹⁾ (in Tonnen CO ₂ -Äquivalent)	429	-7%	0%
Anzahl der Teilnahmen an Digitalen Kompetenz Schulungen	5.033	-76%	5%

¹⁾ Scope 1 und Scope 2 (market-based)

Qualitätszertifikate

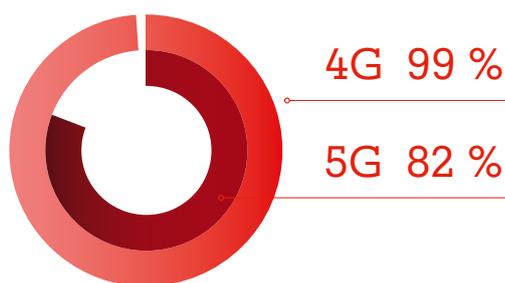
- ✓ ISO 14001
- ✓ ISO 22301
- ✓ ISO 27001
- ✓ ISO 45001
- ✓ EMAS

Mitarbeiter:innen



Netzabdeckung

Glasfaser 53.000
homes passed



Marken



A1 in Nordmazedonien



MARKT
ÜBERBLICK

Geschäftsentwicklung 2024

Das Geschäftsjahr 2024 war in Nordmazedonien erfolgreich. Der Umsatz und das EBITDA verzeichneten solide Wachstumsraten. Es konnten sowohl im Mobilfunk- als auch im Festnetzgeschäft Kund:innen gewonnen werden.

Im Mobilfunkgeschäft gelang es, die Nachfrage nach attraktiven 5G-Tarifen mit unlimitierten Daten im hochwertigen Segment zu monetarisieren. Im Festnetzgeschäft wurden Tarife mit höheren Internetgeschwindigkeiten stark nachgefragt. Das Wachstum im Bereich Solutions & Connectivity konnte im Geschäftsjahr weiter zulegen.

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 2024 trug das Geschäft in Nordmazedonien 3 % zum Umsatz und 3 % zum EBITDA der Group bei.

ECKDATEN
NORDMAZEDONIEN

Bevölkerung
1,8
Millionen

BIP/Kopf, PPP
26.300
USD

Inflation
3,3 %

Währung
MKD
Mazed. Dinar

Marktposition

Mobilfunk
#1

Festnetz
#2

RGUs (in 1.000)

374

Mobilfunk-Kund:innen
(in 1.000)

1.131

Konvergent seit
2014

Basierend auf Serviceumsätze-Marktanteil

Kennzahlen 2024

Finanziell (in Mio. EUR)	2024	Δ	Anteil an A1 Group
Umsatz	164	8,2%	3%
ARPU (EUR)	7,8	8,5%	n.a.
ARPL (EUR)	11,4	0,5%	n.a.
EBITDA	57	18,3%	3%
EBIT	24	57,5%	3%
CAPEX	21	-31,3%	2%

Nichtfinanziell	2024	Δ	Anteil an A1 Group
Gesamtenergieverbrauch (in MWh)	37.373	6%	4%
Anteil erneuerbarer Energie am Gesamtenergie- verbrauch	45%	9%	n.a.
CO ₂ -Emissionen ¹⁾ (in Tonnen CO ₂ -Äquivalent)	13.012	12%	12%
Anzahl der Teilnahmen an Digitalen Kompetenz Schulungen	819	-58%	1%

¹⁾ Scope 1 und Scope 2 (market-based)

Qualitätszertifikate

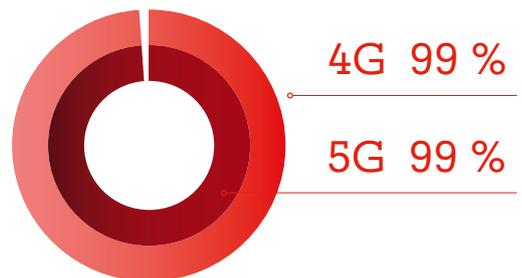
- ✓ ISO 9001
- ✓ ISO 14001
- ✓ ISO 20000-1
- ✓ ISO 22301
- ✓ ISO 27001
- ✓ ISO 27018
- ✓ ISO 45001

Mitarbeiter:innen



Netzabdeckung

Glasfaser 87.000
homes passed



Marken



Wir gestalten die digitale Zukunft aktiv mit. Unser Fokus: der Mensch sowie soziale und wirtschaftliche Vorteile durch Innovation.

Strategie



In einem dynamischen Umfeld verändern sich die Erwartungen unserer Kund:innen und der Gesellschaft kontinuierlich.

Daher handeln wir nach unserem Guiding Principle „ART“: Wir denken voraus und hinterfragen konsequent unsere Aktivitäten am Markt („Anticipate“). Immer mit dem Ziel, für unsere Kund:innen relevant zu bleiben („Relevant“).

Gemeinsam – über Ländergrenzen hinweg – treiben wir als A1 Team Innovationen voran, um echten Mehrwert und ein positives Erlebnis für unsere Kund:innen und die Gesellschaft zu schaffen („Together“). Genau das bedeutet unsere Vision „Empowering digital life“ für uns.

Empowering digital life

Die solide Grundlage für das Verfolgen unserer Vision liefern unsere ausgezeichnete Infrastruktur und innovative Services. Sie tragen auch zu einer nachhaltigen Zukunft auf Basis von Technologie aktiv bei. Unsere Mitarbeiter:innen, Kund:innen, Geschäftspartner und alle weiteren Stakeholder entlang der Wertschöpfungskette stehen dabei im Mittelpunkt – heute und für zukünftige Generationen. Wir übernehmen ökologische und gesellschaftliche Verantwortung. Dies ermöglicht ressourcenschonende, effiziente und nachhaltigere Arbeits- und Lebensweisen sowie einen sicheren und chancengleichen Zugang zu Konnektivität und digitalen Dienstleistungen.

Unsere Unternehmensstrategie ist an den aktuellen Branchentrends ausgerichtet, wie etwa dem starken Zuwachs

des Datenverkehrs und der signifikanten Bedeutung der Digitalisierung sowie der zunehmenden Komplexität von IT-Landschaften auch bei unseren Kund:innen. Mehr zu den Branchentrends kann dem Konzernlagebericht 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 („Human@Center“). 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 kontinuierliche Weiterentwicklung und Innovation entscheidend. Wir wollen die wachsenden Ansprüche unserer Kund:innen nicht nur erfüllen, sondern übertreffen. In diese Richtung treiben wir die Weiterentwicklung unseres Kerngeschäfts aktiv voran. Unsere Strategie stellt kundenrelevante Vorteile in den Mittelpunkt und zielt auf außergewöhnliche digitale Erlebnisse und Mehrwert.

Der Fokus liegt dabei auf der gesamten „Customer Journey“. Also: Kundenbedürfnisse an allen Kontaktpunkten mit A1 gesamtheitlich betrachten und schnell erkennen, verstehen

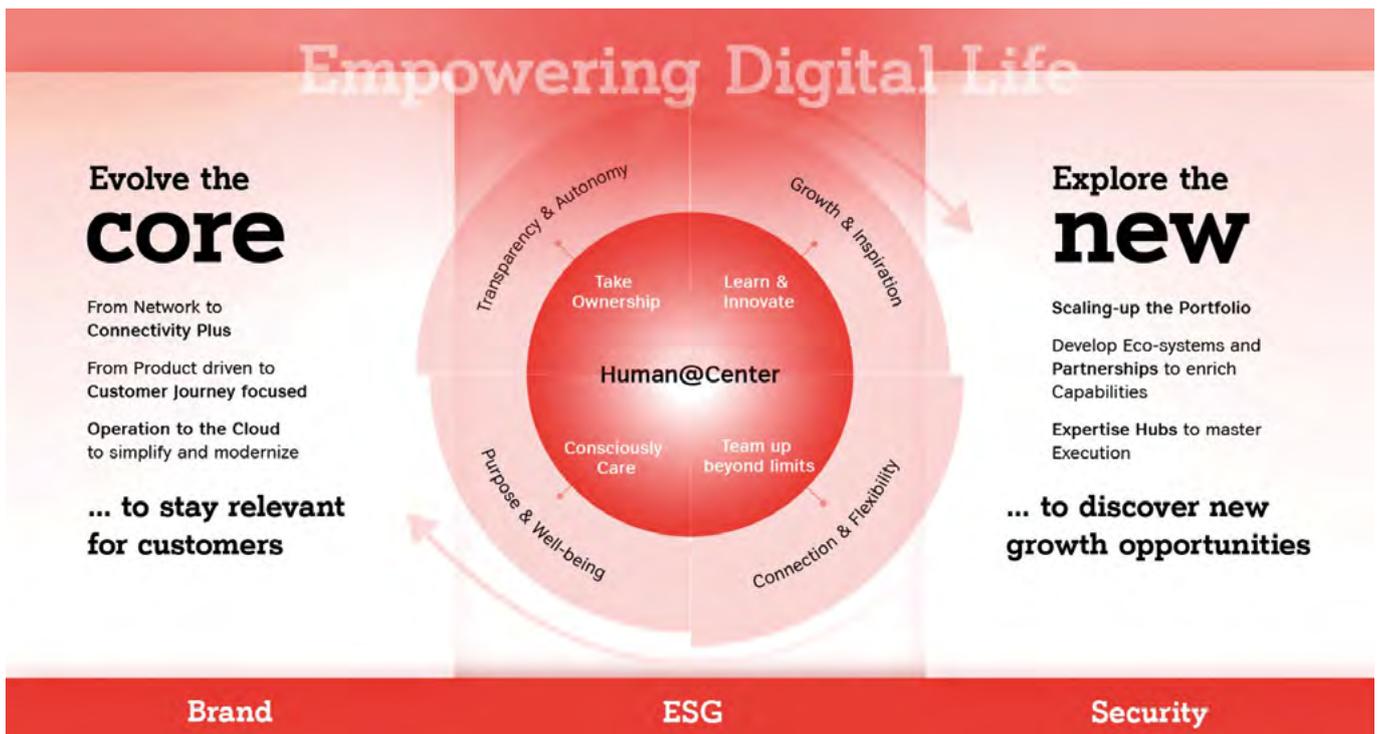
und gezielt adressieren. Unsere starke lokale Präsenz z. B. mit Customer und Field Service bietet hier ein markantes Merkmal zur positiven Differenzierung. Die breit aufgestellte Kundenbasis ist dabei eine zentrale Erfolgsgrundlage. Insgesamt steht Kundenloyalität im Fokus all unserer Bemühungen.

Um deren Anforderungen präzise zu identifizieren und maßgeschneiderte Lösungen anzubieten, setzen wir auch auf die weitere Professionalisierung von datenbasierten Prozessen wie künstliche Intelligenz (AI). Damit optimieren wir nicht nur unsere internen Abläufe, sondern schaffen auch personalisierte, innovative Erlebnisse. Mit unserer leistungsfähigen Infrastruktur – von Cloud-Lösungen bis hin zu modernen Datacentern – stellen wir die Basis für den erfolgreichen Einsatz von AI bereit. Dabei nutzen wir künstliche Intelligenz nicht nur selbst, sondern stehen auch für einen verantwortungsvollen und ethischen Umgang mit dieser Technologie („Fair AI“).

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 erschließen, fokussieren wir auf drei zentrale Ansätze. Unser bestehendes Portfolio wird selektiv erweitert, indem wir ausgewählte Wachstumschancen entschieden verfolgen. Partnerschaften spielen ebenso eine entscheidende Rolle: Sie erweitern unsere Möglichkeiten, machen uns noch schneller und ermög-



lichen es uns, unseren Kund:innen ein umfassendes Angebot an digitalen Dienstleistungen aus einer Hand zu bieten.

Die steigende Nachfrage nach Managed Services in den Bereichen ICT, Cloud und Security unterstreicht unsere strategische Ausrichtung auf digitale B2B-Dienstleistungen. Insbesondere mit Blick auf kleine und mittelständische Unternehmen (KMU). Diese machen in der EU den Großteil der Unternehmen aus, bieten aber mit einer relativ geringen Digitalisierungsrate von nur 58%¹⁾ im Vergleich zu 91 % bei Großunternehmen noch großes Potenzial. Wir beabsichtigen, unsere Expertise aus dem Großkundengeschäft auf dieses KMU-Segment zu übertragen.

Wir vereinen unsere Kräfte als starke Unternehmensgruppe, um die Bedürfnisse unserer Kund:innen über unsere gesamte Marktpräsenz hinweg effizient zu erfüllen. Daher bündeln wir unsere Expertise in gruppenweiten Kompetenzzentren. Dadurch können wir wichtige Themen, Initiativen oder Prozesse gemeinsam effektiver angehen, Synergien besser nutzen und Innovationen vorantreiben. Mit diesem Ansatz schaffen wir die Grundlage für nachhaltiges Wachstum und bleiben als Unternehmen zukunftsgerichtet und relevant für unsere Kund:innen.

Human@Center: der Mensch im Mittelpunkt

Unser Marktumfeld wandelt sich rasant – neue Technologien, steigende Komplexität und veränderte Kundenbedürfnisse prägen unser Geschäft. Um unsere Vision „Empowering digital life“ zu verwirklichen, setzen wir mit Human@Center den Menschen in den Mittelpunkt unserer Strategie: unsere Mitarbeiter:innen, Kund:innen, Geschäftspartner:innen und alle weiteren Stakeholder.

Human@Center definiert Anforderungen an unsere Kultur und Verhaltensweisen, die unsere Strategie unterstützen. Und identifiziert Rahmenbedingungen, die notwendig sind, um diese erfolgreich umzusetzen. Wir zielen auf Eigenverantwortung (Take Ownership), kontinuierliches Lernen (Learn & Innovate) und grenzüberschreitende Zusammenarbeit sowie Diversität in Teams (Team up beyond Limits). Zudem fördern wir einen verantwortungsvollen, fairen und gleichberechtigten Umgang im Unternehmen sowie gesellschaftliche Verantwortung (Consciously Care). So schaffen wir eine Unternehmenskultur, die nachhaltigen Erfolg ermöglicht. (siehe Kapitel „Mitarbeiter:innen“)

Die Marke: A1

Die starke Marke A1 ist das verbindende Element in allen unseren Märkten. Sie repräsentiert einerseits, für welche Werte und welche Kultur wir stehen und andererseits, wie A1

wahrgenommen wird. Die „Brand Performance“ und die Kundenzufriedenheit sind dabei Maßstäbe, ob unsere Strategie in den Zielgruppen erfolgreich ist. 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 sowie die rechtlichen Anforderungen in Bezug auf Informationssicherheit und den Schutz personenbezogener Daten haben in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen. Gleichzeitig verzeichnete eine Vielzahl von Unternehmen bereits Datenpannen. Wir verstehen Cyber Security und Datenschutz als wesentlichen Business Enabler, der die Umsetzung der Unternehmensstrategie fördert.

Denn als Technologieführer und Betreiber kritischer Infrastruktur ist Security essenziell, um ein verlässlicher und vertrauenswürdiger Partner für unsere Kund:innen zu bleiben.

Unsere Geschäftspartner können sich darauf verlassen, dass wir mit Daten sorgfältig umgehen und sie adäquat schützen. Mit unserer langjährigen Expertise gewährleisten wir höchste Sicherheitsstandards für unsere eigene Infrastruktur. Zudem bauen wir kontinuierlich zusätzliches Know-how auf, das wir für unsere Kund:innen nutzbar machen. Mit innovativen Lösungen unterstützen wir sie dabei, ihre Daten wirksam zu schützen und sich sicher in der digitalen Welt zu bewegen. (siehe Kapitel „Technologie“)

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 drei 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 vor sich hat. ■

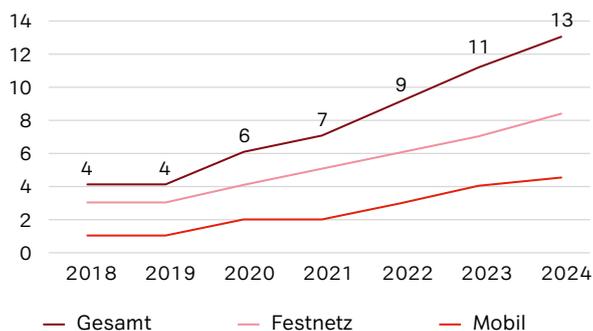
¹⁾ Quelle: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20240829-1>

Digitale Transformation fördert Innovation, Zukunftssicherheit und Nachhaltigkeit.

Technologie



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



Die A1 Group stellt mit ihrer leistungsfähigen und zukunfts-sicheren Infrastruktur das Fundament für eine zunehmend durch digitale Anwendungen geprägte Gesellschaft. Unser Festnetz-, Mobilfunk- und Datacenter-Portfolio sichert verlässliche Konnektivität für rund 30 Millionen Kund:innen – im privaten wie im geschäftlichen Bereich. Mit dem rasanten Fortschritt der Digitalisierung wächst auch der Anspruch an stabile, sichere und leistungsstarke Netze. Durch gezielte Investitionen und technologische Weiterentwicklung sorgen wir dafür, dass unsere Infrastruktur diesen Anforderungen weit mehr als gerecht wird.

Die Zukunft heißt Cloud

Die steigende Nachfrage nach Cloud-Services und vernetzten Lösungen erfordert flexible und leistungsstarke Technologien. Daher investieren wir gezielt in den Ausbau unserer Netze und der Cloud-Infrastruktur, um optimale digitale Lösungen für die heutigen Arbeits- und Lebenswelten zu bieten.

Wir treiben den Breitbandausbau mit modernsten Technologien voran und kombinieren leistungsfähige Netze mit innovativen Cloud-Lösungen. Durch den Glasfaserausbau und die Weiterentwicklung unseres 5G-Netzes schaffen wir die Grundlage für eine nahtlose, hochverfügbare Konnektivität. Gleichzeitig setzen wir verstärkt auf Cloud-Architekturen, um Netzwerke dynamisch zu steuern und neue digitale Dienste effizient bereitzustellen. Software-Defined Networks (SDN) und Network Function Virtualization (NFV) ermöglichen eine flexible Skalierung unserer Infrastruktur, während Edge-Computing-Plattformen eine schnelle Verarbeitung von Daten in unmittelbarer Kundennähe gewährleisten. Diese Technologien sind essenziell für datenintensive Anwendungen wie KI, IoT und Echtzeitkommunikation.

Nachhaltigere Rechenzentren mit A1 Cloud-Service Provider Exoscale

Exoscale, der Cloud-Service-Provider von A1, arbeitet an nachhaltigeren Rechenzentren mit Fokus auf Künstliche Intelligenz.

Flüssigkühlungslösungen versprechen eine deutliche Reduktion des Energieverbrauchs und die Nutzung der entstehenden Abwärme. Die innovative Kühlung integriert spezielle Kühlleitungen direkt in die Serversysteme und nutzt thermodynamische Effekte, wodurch der Energiebedarf erheblich reduziert wird.

Die Lösung ist sowohl in neuen als auch bestehenden Rechenzentren einsetzbar und hat eine lange, zuverlässige Nutzungsdauer.

Leistungsstarke 5G- und Glasfasernetze

Mit 5G bieten wir unseren Kund:innen bereits in fünf unserer sieben Kernmärkte das modernste Mobilfunknetz mit höchster Datengeschwindigkeit und kurzen Reaktionszeiten (Latenz). In Serbien und Belarus steht die Vergabe von 5G-Frequenzen noch aus. In Österreich, Bulgarien, Kroatien, Slowenien

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.

und Nordmazedonien arbeiten wir an einer vollständigen Abdeckung und erreichen je nach Land bereits 82-99% der jeweiligen Bevölkerung. Zudem bieten wir maßgeschneiderte Lösungen wie Mobile Private Networks und Network Slicing an, um spezielle Anforderungen vor allem für Geschäftskund:innen zu erfüllen.

Das Glasfasernetz von A1 ist das Rückgrat unserer Netze und sorgt für leistungsfähige Anbindungen der Mobilfunkstationen sowie Gigabit-fähigen Zugang für Geschäfts- und Privatkund:innen. Glasfaser bietet die besten Geschwindigkeiten und ist die energiesparendste Technologie auf dem Weg zu CO₂-neutralen Kommunikationslösungen.

Breitbandausbau in Österreich

Auch im Jahr 2024 haben wir den Glasfaserausbau in Österreich weiter vorangetrieben und unser Glasfasernetz auf eine Gesamtlänge von rund 77.000 km erweitert. Wir erreichten per Jahresende 2024 bereits rund 850.000 Adressen direkt mit Glasfaser. Der Ausbau erfolgte sowohl im städtischen als auch im ländlichen Raum in allen Bundesländern. Insgesamt haben wir in 141 Gemeinden einen FTTH-Netzausbau entweder gestartet oder weitergeführt. Zusätzlich zum flächigen FTTH-Ausbau werden bei der Realisierung von Einzelkundenprojekten auch FTTH-Anschlüsse entlang der Grabungsstrecken synergetisch mitrealisiert.

Laufend werden moderne Technologien evaluiert, darunter auch Künstliche Intelligenz, um die Qualität und Kosten unseres FTTH-Ausbaus bestmöglich zu optimieren. Dies wird unter anderem bei der Gebietsselektion sowie bei der Bauleistungsabnahme und -kontrolle angewendet.



Mit 5G-Mobilfunk erreichen wir in Österreich bereits 85% der Bevölkerung. In den Vorjahren stand hier die Ausweitung der Abdeckung im Vordergrund. Im Berichtsjahr lag der Fokus auf der Kapazitätsausweitung, um unseren Kund:innen noch höhere Bandbreiten anbieten zu können.

2024 ersteigerten wir in Österreich eine Lizenz für den Einsatz von 26-GHz-Frequenzen und können damit, wie auch in Bulgarien, Kroatien und Slowenien, künftig 5G-Dienste auf den sogenannten Millimeterwellen anbieten („5G mmWave“). Dies eignet sich für die Übertragung von enorm hohen Datenraten, beispielsweise jenseits von 1 Gbps, über kurze Strecken in einer Punkt-zu-Multipunkt-Architektur.

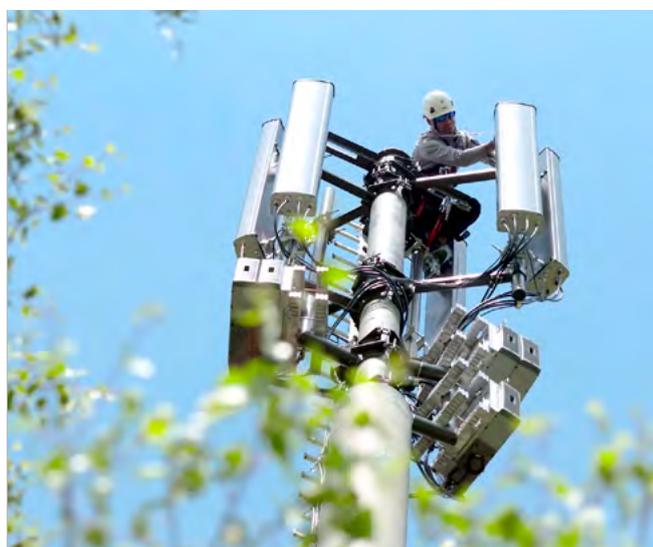
Breitbandausbau unserer internationalen Gesellschaften

In **Bulgarien** haben wir 2024 unser 5G-Netz erheblich ausgebaut und damit zugleich die Qualität der Datendienste durch die Entlastung des 4G-Netzes verbessert. Per Jahresende konnten wir bereits 86% der Bevölkerung mit 5G abdecken und 1,4 Millionen Haushalte mit Glasfaser

erreichen. Gleichzeitig stieg der Anteil der VoLTE (Voice over LTE)-Dienste.

Unser Netzwerk in Bulgarien wurde von Ookla, OpenSignal und nPerf als das beste

des Landes anerkannt und von Ookla in Bezug auf Geschwindigkeit als das beste in Europa und das viertbeste weltweit ausgezeichnet.



In **Kroatien** legten wir im Jahr 2024 unseren Fokus auf den Ausbau des Festnetzes und erreichten per Jahresende etwa 409.000 Haushalte mit FTTH-Technologie. Nach erfolgreicher Akquisition des 5G-Spektrums erweitern wir kontinuierlich die 5G-Netzabdeckung auf 94% und steigern die 4G-Netzabdeckung auf 98%.

Auch in **Belarus** lag im Berichtsjahr ein starker Fokus auf der Ausweitung unserer Festnetzinfrastruktur: Ende 2024 erreichten wir etwa 1,4 Millionen Haushalte mit Glasfaser (Homes Passed). Aufgrund regulatorischer Einschränkungen können Mobilfunkbetreiber in Belarus kein 4G über eigene Infrastruktur nutzen. Gleichzeitig ist die Abdeckung gut: Derzeit sind über 99% der Bevölkerung mit 4G abgedeckt.

In **Serbien** haben wir 2024 mit dem Erwerb von Conexio Metro d.o.o. einen wichtigen Schritt gesetzt, um ab 2025 konvergente Produkte über unser eigenes Glasfasernetz anbieten zu können. Gleichzeitig nutzen wir einen Wholesale-Vertrag und treiben den Ausbau unserer eigenen Glasfaserinfrastruktur weiter voran, wodurch sich neue Möglichkeiten für innovative Dienstleistungen und Anwendungen anbieten. A1 Serbien war laut Ookla, dem Entwickler von Speedtest, das vierte Jahr in Folge das schnellste Mobilfunknetz in Serbien.

In **Slowenien** bauten wir 2024 das Mobilfunknetz weiter aus, hauptsächlich durch die Einführung neuer Funktionalitäten und die weitere Optimierung der Netzqualität. Im Oktober 2024 belegte das Unternehmen erneut den ersten Platz im OpenSignal-Benchmark, wobei wir die höchste Anzahl an Erstplatzierungsabzeichen erhielten.

In **Nordmazedonien** setzen wir im Jahr 2024 den Ausbau unserer 5G-Netzabdeckung fort und bieten 99% der Bevölkerung eine Netzabdeckung. Als Teil unseres strategischen Ziels, das konvergente Portfolio zu maximieren, erweitern wir kontinuierlich unsere FTTH-Abdeckung, die nun 25% des gesamten Festnetzes des Unternehmens umfasst.



A1 Private Cloud

Mit dem Produkt A1 Private Cloud bieten wir skalierbare Cloud-Services für die Effizienz und Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen.

Gleichzeitig sorgen wir damit dafür, dass sie die Herausforderungen der Datenhoheit und Datensicherheit meistern.

Damit bieten wir Unternehmen ein Höchstmaß an Flexibilität und Skalierbarkeit.

Arten von Cloud-Diensten

Public Cloud

Dienste werden über das öffentliche Internet von Drittanbietern bereitgestellt und sind für alle zugänglich.

Private Cloud

Cloud-Infrastruktur wird ausschließlich für eine einzelne Organisation genutzt.

Hybrid Cloud

Kombination aus Public und Private Cloud, ermöglicht es Unternehmen, Workloads je nach Bedarf zwischen beiden zu verschieben und so Flexibilität und Skalierbarkeit zu nutzen.

Multi-Cloud

Nutzung von Diensten mehrerer Cloud-Anbieter, um Services verschiedener Anbieter zu nutzen.

Rechenzentren und Cloud

Cloud Computing hat sich in den letzten Jahren zu einem unverzichtbaren Bestandteil der IT-Infrastruktur vieler Unternehmen entwickelt und die steigende Relevanz von Datacentern durch Private Clouds und KI-Anwendungen erhöht die Notwendigkeit energieeffizienter Rechenzentren.

Die jährlichen Umsätze im Bereich Cloud-Computing liegen bei rund 680 Milliarden US-Dollar und könnten sich bis 2032 verdreifachen. Eine von A1 in Auftrag gegebene Studie des INTEGRAL-Instituts zeigt, dass beispielsweise in Österreich

bereits vier von fünf Unternehmen auf die Cloud setzen. Ein besonders wichtiges Argument für die Cloud ist etwa die Erhöhung der Cybersicherheit. Zugleich werden Sicherheitsaspekte, die Sicherstellung der Datenhoheit und der Datenschutz dabei als die große Herausforderungen gesehen, insbesondere aufgrund strengerer Richtlinien wie NIS2 und DORA. (siehe Kapitel „Datenschutz und Informationssicherheit“)

Um diesen Anforderungen und Entwicklungen Rechnung zu tragen, nutzen immer mehr Unternehmen hybride Cloud-Services, also eine Kombination aus öffentlichen und lokalen, privaten Cloud-Diensten. Mit Exoscale bieten wir eine souveräne europäische Public Cloud aus dem A1 Rechenzentrum, die nicht nur eine Datenhaltung in Europa garantiert, sondern auch einen Open-Source-Ansatz verfolgt, der Technologieunabhängigkeit und digitale Souveränität ermöglicht.

Innovation durch Künstliche Intelligenz

Im Marketing und Sales setzen wir KI gezielt ein, um Kund:innen effektiver – Stichwort: Kundenrelevanz – anzusprechen und die Personalisierung im Consumer-Bereich zu verbessern. Durch die Analyse anonymisierter Nutzungsdaten optimieren wir unser Content-Angebot und steigern so den Kundennutzen. KI-Tools wie unser internes CSS Chat GPT und Midjourney helfen uns, die Klickraten auf unserer Homepage zu erhöhen und die Bildsprache präziser an die Erwartungen unserer Kund:innen anzupassen.

Personalisierte TV-Entertainment-Erlebnisse

Unsere prädiktiven Modelle, die auf Kauf- und Nutzungsverhalten basieren, identifizieren potenzielle Kundenwünsche und ermöglichen eine maßgeschneiderte Kommunikation. Dies stellt sicher, dass unsere Kund:innen genau die Inhalte und Empfehlungen erhalten, die ihren individuellen Vorlieben und Bedürfnissen entsprechen.

Technologieempfehlungen durch Mobile Machbarkeit

Ein weiteres spannendes Anwendungsfeld ist die Mobile Machbarkeit. Hier schätzt KI die erreichbare 4G/5G-Download-Datenrate für stationäre Endgeräte ab. Unsere Machine-Learning-Modelle ermöglichen es, die Datenrate für verschiedene Szenarien vorherzusagen, was besonders für Neukund:innen von Vorteil ist.

Effizienzsteigerung und Fair KI

KI spielt eine entscheidende Rolle in der Effizienzsteigerung unserer internen Prozesse. KI-basierte Anomaly Detection und prädiktive Modelle unterstützen unsere Finanzabteilungen bei Monatsabschlüssen und Forecasts. Ein besonderer Fokus liegt auf „Fair AI“, um sicherzustellen, dass unsere Modelle frei von unerwünschten Vorurteilen sind und eine faire Behandlung aller Personengruppen gewährleisten.



Campus-Netz-Portfolio

A1 bietet seit 2024 ein komplettes Campus-Netz-Portfolio an. Neben Network Slice-basierten Lösungen hat A1 auch autonome Mobile Private Networks (MPNs) im Programm. Kund:innen stehen erstmals lokale Mobilfunk-Ressourcen exklusiv zur Verfügung. Durch einen direkt vor Ort installierten Mobile Edge Core Server ermöglichen sie einen eigenständigen und vom öffentlichen Netz unabhängigen Netzbetrieb, was für hohe Verfügbarkeiten, niedrige Latenzzeiten und unbeeinflussten Datendurchsatz sorgt. Solche Mobile Private Networks finden vor allem bei Produktionsbetrieben, Spitälern, Flughäfen und Bahnlinien Anwendung.

Ein Beispiel hierfür ist das A1 5G Campusnetzwerk für den Flughafen Wien. Dieser startet das Digitalisierungsprojekt 5GforVIE. In Zusammenarbeit mit einem Kooperationspartner wird ein industrielles 5G-Campusnetzwerk aufgebaut, das komplett separiert vom öffentlichen 5G-Netz ist. Dieses Netzwerk garantiert höchste Verbindungsqualität für zukünftige innovative Anwendungen, wie automatisierte Vorfeldabläufe und autonome Flächenbewirtschaftung. Dadurch werden digitale Transformation und Nachhaltigkeit am Flughafen weiter vorangetrieben, Arbeitsabläufe optimiert sowie Sicherheit, Produktivität und Resilienz gesteigert, wovon über 30 Millionen Passagiere pro Jahr profitieren.

A1 Start Up Campus

Der A1 Start Up Campus unterstützt junge Unternehmen in Österreich durch Know-how und Infrastruktur. Wir bieten kostenlose Büroräume, Rechenzentrumsdienste und Cloud-Speicherplatz. Unsere Spezialist:innen helfen bei betriebswirtschaftlichen Themen wie Marketing, Vertrieb, Controlling und Medienarbeit.

Einer der Stars des Programms ist das Start-up Whalebone. Dieses Unternehmen hat eine nahtlose, DNS-basierte Cybersecuritylösung entwickelt, die bereits in allen A1 Märkten verfügbar ist, wobei Slowenien noch folgt. In Zeiten zunehmender Cyber-Bedrohungen erhalten unsere Kund:innen herausragende Schutzdienste wie Bedrohungsprävention, Identitätsschutz, Kindersicherung und ein Bildungsportal. Der Dienst hat bereits mehr als 3 Millionen Kund:innen in den A1 Märkten. Mit Unterstützung von A1 expandiert dieses Start-up weiterhin in Europa und darüber hinaus. ■

Datenschutz und Informationssicherheit haben strategische Bedeutung.

Datenschutz und Informationssicherheit



Mit zunehmender Digitalisierung sind Cybersicherheit, Informationssicherheit und Datenschutz im Fokus unserer Aktivitäten und essenzielle Bestandteile unserer Unternehmensstrategie.

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 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“ auch im Jahr 2024 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 (Forum of Incident Response and Security Teams). Dadurch wurden 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, welches 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.

DDoS-Attacken

Unsere Abwehrsysteme gegen DDoS-Attacken verzeichneten im Jahr 2024 im Vergleich zum Vorjahr eine vergleichbare Zahl der täglichen Attacken von rund 200. Diese Angriffe wurden automatisiert abgewehrt und beeinträchtigten nicht die Servicequalität für unsere Kunden. Die Investitionen der A1 Group in die automatische DDoS-Abwehr ermöglichen es,

dass nahezu allen dieser DDoS-Attacken erfolgreich entgegen gewirkt werden kann. Damit A1 Business-Kund:innen DDoS-Angriffe effektiv abwehren können, bietet A1 einen automatischen DDoS-Schutz in allen Ländern der A1 Group an. Die Cybersicherheitslandschaft verändert sich rasant und Identitätssicherheit spielt eine entscheidende Rolle beim Schutz vor zunehmender Cyberkriminalität.

Die Top 5 Angriffsarten laut dem Cybersecurity-Bericht 2024 von KPMG¹⁾ waren Phishingattacken (87%), Malware (86%), Business-E-Mail-Compromise/CEO-/CFO-Fraud (80%), Social Engineering (62%) und Denial-of-Service-Attacken (54%) im Vergleich zum Vorjahr.

Phishing-Attacken führen somit die Statistik der Cyber-Bedrohungen an. Sie zielen darauf ab, z. B. die Benutzerkennungen, Passwörter, Telefonnummern, Bank- und Kreditkartendaten von potenziellen Opfern zu erhalten, um auf deren Kosten Geld zu beheben, Gutscheine zu erwerben oder Waren einzukaufen. Für Phishing-Attacken werden viele Wege genutzt, um Opfer zu schädigen, etwa gefälschte E-Mails (SPAM), SMS, gespooftete Telefonanrufe, Kontaktversuche über soziale Medien und gefälschte QR-Codes.

Um besser dagegen geschützt zu sein, nimmt A1 an Arbeitsgruppen des Bundesministeriums für Inneres teil und überlegt gemeinsam mit Vertretern von Banken und der Watchlist Internet Präventionsmaßnahmen gegen Phishing. Alle Teilnehmer haben gemeinsam mit der WKO im Oktober 2024 die Aktion #10TageGegenPhishing veranstaltet.

Auch Ransomware-Angriffe sind längst keine Ausnahme mehr, sondern stellen eine konstante Gefahr für Unternehmen jeder Größe dar. Die Angreifer, die sich unbemerkt im Netzwerk ausbreiten, können durch einen einzelnen Vorfall eine unternehmensweite Krise verursachen.

- ✓ Jedes dritte Unternehmen hat zumindest einmal die Lösegeldforderung im Zusammenhang mit einem Ransomware-Angriff bezahlt.
- ✓ Deepfakes haben sich in Österreich mit einer Zunahme um 119% im Vergleich zum Vorjahr mehr als verdoppelt.
- ✓ 54% der befragten Unternehmen waren in den letzten 12 Monaten Opfer von Desinformationskampagnen, wobei 42% sogar mehrmals zum Ziel wurden.
- ✓ 33% der Unternehmen haben Bedenken, dass Unternehmensdaten für Dritte durch KI zugänglich werden könnten.
- ✓ 66% haben Bedenken, dass Cyberangriffe gegen ihre Dienstleister Auswirkungen auf sie selbst haben werden.

Arten von Internetkriminalität

- ✓ **DDoS-Attacken** = Distributed Denial of Service; damit soll mit schädlichem Netzwerkverkehr ein Server überlastet werden, sodass Internetdienste vorübergehend nicht oder nur eingeschränkt zur Verfügung stehen.
- ✓ **Phishing** = das illegale Abgreifen von Daten durch Links in E-Mails, Datenanhängen, SMS oder Nachrichten und Anrufen unter der 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 in-fizierten Systemen verschlüsselt. Cyberkriminelle verschaffen sich Zugang zu IT-Systemen und verschlüsseln Daten bzw. kopieren diese auf von den Tätern kontrollierten Systemen. Es ist davon auszugehen, dass rund zwei Drittel der Unternehmen weltweit Opfer von Ransomware und Erpressung geworden sind.

Sicherheitsinitiativen

Um A1 Kund:innen besseren Schutz vor zunehmender Cyberkriminalität zu bieten, wird eine Vielzahl von Produkten angeboten, die teilweise in der gesamten A1 Group ausgerollt werden. Hierzu zählen Produkte wie A1 Onlineschutz, Virenschutz, Identitätsschutz, das Sicher Surfen Paket etc.

¹⁾ KPMG, Cybersecurity in Österreich, Sicherheitsforum, Digitale Wirtschaft, Österreich, April 2024.

A1 ist sich der besonderen Verantwortung, Teil der kritischen Infrastruktur Österreichs zu sein, bewusst und engagiert sich über das gesetzlich erforderliche Ausmaß hinaus in Initiativen, um die Sicherheit stetig zu verbessern. Dazu gehören z. B. die „Austrian Cyber Security Challenge“ (Österreichs größter Hacker-Wettbewerb) und Kampagnen des BMI.

Maßnahmen gegen Telefonbetrug

Wir haben im Jahr 2024 bedeutende Maßnahmen zur Bekämpfung von Telefonbetrug (Spoofing) gesetzt. Im Einklang mit der neuen Kommunikationsparameter-, Entgelt- und Mehrwertdienstverordnung (KEM-V 2009) setzen wir fortschrittliche Technologien ein, um verdächtige Anrufe aus dem Ausland zu erkennen. Ab dem 01.09.2024 für mobile Rufnummern und ab dem 31.12.2024 für alle anderen Rufnummern gewährleisten wir, dass die Authentizität der Anrufer-Nummer überprüft und gegebenenfalls unterdrückt wird, um betrügerische Anrufe zu verhindern.

EU-Verordnung DORA

Die A1 Group erfüllt die Anforderungen der EU-Verordnung Digital Operational Resilience Act (DORA), die darauf abzielt, die digitale Betriebsresilienz zu stärken. Durch unsere umfassenden Sicherheitsmaßnahmen und kontinuierlichen Überprüfungen stellen wir sicher, dass wir die höchsten Standards in diesem Bereich erfüllen und das Vertrauen unserer Kunden in unsere sicheren und zuverlässigen Dienstleistungen stärken.

Umsetzung der EU-Richtlinien NIS und NIS2

Die A1 Group erfüllt die Anforderungen der EU-Richtlinie NIS und hat sich auf die Umsetzung der Richtlinie NIS2 vorbereitet, die auf die Verbesserung der Cybersicherheit und der Resilienz von Netz- und Informationssystemen abzielt und speziell auf kritische Infrastrukturen ausgerichtet ist.

Durch kontinuierliche Kontrollen und Anpassungen unserer Sicherheitsmaßnahmen gewährleisten wir, dass unsere Systeme den höchsten Sicherheitsstandards entsprechen. Diese Maßnahmen sind nicht nur eine regulatorische Verpflichtung, sondern auch ein zentraler Bestandteil unserer Strategie, um das Vertrauen unserer Kunden in uns als sicheren und verlässlichen Service-Provider zu stärken. 2024 hat A1 in Österreich den vollständigen Nachweis der Umsetzung dieser Sicherheitsanforderungen gegenüber der NIS-Behörde erbracht und somit die Sicherheitsprüfung gemäß NIS abgeschlossen.

„Mein A1“ App: Testsieger in mehreren Kategorien

Ein weiterer Meilenstein im Jahr 2024 ist die Auszeichnung unserer „Mein A1“ App als Testsieger in den Kategorien „Schutz persönlicher Daten“, „Identitätsdiebstahl und Rechtheitsausweitung“ sowie „Absicherung des App-Quellcodes“. Diese Anerkennung bestätigt unsere kontinuierlichen Anstrengungen, die höchsten Standards in Bezug auf Datenschutz und Informationssicherheit zu erfüllen.

Cybersecurity Award



Im Jahr 2024 wurde die A1 Group mit dem renommierten Cybersecurity Award ausgezeichnet, der in einem dreistufigen Auswahlverfahren vergeben wurde. Dieses Verfahren umfasste die Evaluierung des öffentlich sichtbaren IT-Auftritts, die Ermittlung und Analyse möglicher Schwach-

stellen und Bedrohungen des Unternehmens durch Cyber Screening sowie vertiefende Interviews mit dem Vorstand und dem Chief Information Security Officer (CISO).

Ein wesentlicher Bestandteil unseres Cyberrisikomanagements sind kontinuierliche Überprüfungen und Software-Updates unserer Infrastruktur sowie Schulungen und Trainings für unsere Mitarbeiter:innen. Das „A1 Telekom Austria Security Committee“, bestehend aus hochqualifizierten Sicherheitsexperten aus allen Ländern der A1 Group, tauscht regelmäßig Informationen über aktuelle lokale, regionale und globale Cyberrisiken und Cyberattacken aus.

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 Datenschutz-Grundverordnung (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 A1 Group 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 personenbezogener Daten regeln. Darüber hinaus sind die Konzerngesellschaften unter Berücksichtigung lokal geltender regulatorischer Vorschriften dazu verpflichtet, auch Dritten (Auftragnehmern), welche 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 in der Nachhaltigkeitserklärung im Konzernlagebericht 2024. Datenschutzerklärungen sind auf den Websites der A1 Gesellschaften verfügbar. ■



Unser Anspruch: konsequent nachhaltig,
verantwortungsvoll und zukunftsorientiert.

Nachhaltigkeit



Nachhaltigkeit bei A1: Management und Strategie

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.

Unser Selbstverständnis als verantwortungsvolles Unternehmen haben wir daher fest in der Konzernstrategie verankert. Wir integrieren nachhaltiges Handeln entlang unserer Wertschöpfungskette und tragen aktiv zur Bewältigung ökologischer, ökonomischer und sozialer Herausforderungen bei.

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, um eine einheitliche Verankerung von Nachhaltigkeit in den Tochtergesellschaften sicherzustellen.

Der länderübergreifende Ansatz schafft Synergien und ermöglicht eine zentrale Steuerung gemeinsamer Zielsetzungen unter Berücksichtigung regionaler Besonderheiten. In monatlichen Abständen finden Steering-Meetings statt, in denen die Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie mit den lokalen ESG-Verantwortlichen diskutiert wird.

In Management-Meetings sowie im Aufsichtsrat findet regelmäßig eine intensive Auseinandersetzung mit dem Thema Nachhaltigkeit statt, wodurch ihm eine bedeutende Rolle auf höchster Ebene zukommt.

Zudem sind seit 2020 Nachhaltigkeitsziele in der Managementvergütung verankert. Jährlich werden für die Kurzzeitvergütung (Short Term Incentives, STI) des A1 Group Vorstandes und der CEOs in den Ländern Nachhaltigkeitsziele definiert, die sich an den gruppenweiten Zielen orientieren. Für 2024 wurden für den Vorstand STI-Ziele für die Themen Nachhaltigkeit im Supply Chain Management und Mitarbeiterzufriedenheit gesetzt. Zusätzlich wurden durch den A1 Group Vorstand für die CEOs der Tochtergesellschaften sowie für weitere Mitglieder des Top-Managements STI-Ziele im Zusammenhang mit unserem Übergangsplan für den Klimaschutz („Climate Transition Plan“) definiert.

In die Langzeitvergütung (Long Term Incentives, LTI) der Vorstände und der CEOs der Tochtergesellschaften wurden der Energieeffizienzindikator, die Reduktion von CO₂-Emissionen und die Reduktion des Gender Pay Gaps aufgenommen. So hat die Erreichung der Nachhaltigkeitsziele direkten Einfluss auf die Vergütung des Managements.

Nachhaltigkeitsstrategie

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 Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs). Unsere Nachhaltigkeitsstrategie legt den Fokus auf drei strategische Handlungsfelder: „E“ (Environment – Umwelt), „S“ (Soziales) und „G“ (Governance – Unternehmensführung).

2024 überarbeiteten wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie, um sie noch ambitionierter und zukunftsorientierter zu gestalten. Dabei haben wir uns darauf konzentriert, aktuelle Trends und Entwicklungen aufzugreifen. Unser Ziel ist es, nicht nur nachhaltig zu handeln, sondern auch Vorreiter im Bereich Nachhaltigkeit zu sein.

Umwelt (E – Environment)

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. Das Ziel ist, Kund:innen bestmögliche Services zu bieten und gleichzeitig die Umweltauswirkung so gering wie möglich zu halten. Ein weiterer Hebel dafür ist, „sauberen“ Strom zum Betrieb der Netze zu beziehen beziehungsweise Strom aus erneuerbaren Energien selbst zu produzieren, um CO₂-Emissionen kontinuierlich zu reduzieren.

Nachhaltigkeits-Ratings

Unsere nachhaltigen Aktivitäten werden jährlich von Ratingagenturen bewertet. Die Ergebnisse bestätigen unsere führende Position als nachhaltiges Unternehmen und ESG-Vorreiter.



Sustainalytics, ein Unternehmen von Morningstar, ist ein führendes unabhängiges Research-, Rating- und Datenunternehmen im Bereich ESG und hat Telekom Austria AG als Sustainalytics ESG Top Industry Rated Company ausgezeichnet. Mit 12,8 Punkten werden wir als Low Risk eingestuft und sind damit unter den besten Telekommunikationsunternehmen weltweit.



CDP zeichnete die A1 Group mit der Note „A-“ aus. Zudem nahm sie 2024 am EcoVadis Sustainability Rating teil und erreichte die Goldmedaille. Das Rating umfasst eine breite Palette von nicht-finanziellen Indikatoren in den Bereichen Umwelt, Arbeit und Menschenrechte, Ethik und nachhaltige Beschaffung.



Mehr Informationen zu den Ratings:
www.A1.group/de/verantwortung

Wie wir einen Beitrag gegen den Klimawandel leisten wollen, spiegelt sich auch in unseren diesbezüglichen Zielen wider (siehe Kapitel „Umwelt- und Klimaschutz“).

Soziales (S – Soziales)

Im sozialen Bereich setzen wir insbesondere auf zwei Fokusthemen: die Förderung von digitalen Kompetenzen in der Gesellschaft (siehe Kapitel „Digitale Kompetenzen“) und Gleichbehandlung sowie die Reduktion des Gender Pay Gaps (siehe Kapitel „Mitarbeiter:innen“).

Governance (G – Governance)

Unser ESG-Schwerpunkt im Bereich „Governance“ liegt auf der Integration von Nachhaltigkeit in der Lieferkette (siehe „Wertschöpfungskette“) und der Aufrechterhaltung eines Best-Practice Compliance Management Systems (siehe Kapitel „Compliance“).

Nachhaltigkeitsziele ab 2025

E	S	G
<p>CO₂-Emissionen</p> <p>Ziel 2030: Reduzierung der CO₂-Emissionen von Scope 1 und Scope 2 (market-based) um 90 % und Reduzierung der Scope-3-Emissionen um 60 % (BJ 2019)</p> <p>Status: -58 % Scope 1 und Scope 2 market-based, -26 % Scope 3</p> <p>Siehe Kapitel Umwelt- und Klimaschutz</p>	<p>Digitale Kompetenzen</p> <p>Ziel 2030: Bis 2030 wollen wir Menschen die Teilnahme an unseren Programmen zu digitalen Kompetenzen ermöglichen und damit 1 Mio. Teilnahmen erreichen (BJ 2021)</p> <p>Status: 437.526 Teilnahmen</p> <p>Siehe Kapitel Digitale Kompetenzen</p>	<p>Compliance Management</p> <p>Ziel 2030: Beibehaltung des extern zertifizierten, Best-Practice Compliance-Management-Systems (CMS)</p> <p>Status: Erfolgreiche Rezertifizierung (2022/2023) des CMS</p> <p>Siehe Kapitel Compliance</p>
<p>Energieeffizienz</p> <p>Ziel 2030: Steigerung der Energieeffizienz um 80 % (BJ 2019)</p> <p>Status: Steigerung um 60 %</p> <p>Siehe Kapitel Umwelt- und Klimaschutz</p>	<p>Volunteering</p> <p>Ziel 2030: Die A1 Group bietet ihren Mitarbeiter:innen bis 2030 jährlich mindestens vier Optionen für Corporate Volunteering</p> <p>Status: In allen Ländern angeboten</p> <p>Siehe Kapitel Mitarbeiter:innen</p>	<p>Vorstandsvergütung</p> <p>Ziel 2030: Implementierung von ESG-Zielen als Teil der Vorstandsvergütung in allen Jahren bis 2030</p> <p>Status: ESG-Ziele in Short-Term und Long-Term Incentives aufgenommen</p> <p>Siehe Kapitel Nachhaltigkeit</p>
<p>Kreislaufwirtschaft</p> <p>Ziel 2030: Die Rücknahme von Geräten wird bis 2030 auf 50 % erhöht im Vergleich zum jährlich auf den Markt gebrachten Volumen</p> <p>Status: Rücknahme von 28 % der in 2024 auf den Markt gebrachten Geräte</p> <p>Siehe Kapitel Umwelt- und Klimaschutz</p>	<p>Diversität</p> <p>Ziel 2030: Erhöhung des Anteils von Frauen im Unternehmen und von Frauen in Führungspositionen auf 40 %</p> <p>Status: 40 % Frauen im Unternehmen, 35 % in Führungspositionen</p> <p>Siehe Kapitel Mitarbeiter:innen</p>	<p>Lieferkette</p> <p>Ziel 2030: Durchführung von fünf Vor-Ort-Prüfungen bei Lieferanten, um entlang der Lieferkette in jedem Jahr bis 2030 hohe Lieferantenstandards sicherzustellen</p> <p>Status: 5 Vor-Ort-Audits durchgeführt</p> <p>Siehe Kapitel Nachhaltigkeit</p>
<p>E-Abfall</p> <p>Ziel 2030: Wir streben eine nachhaltige Aufbereitung von 100 % der CPEs (Modems, Router, TV-Empfänger etc.) an</p> <p>Status: 100 % der CPEs einer nachhaltigen Aufbereitung unterzogen</p> <p>Siehe Kapitel Umwelt- und Klimaschutz</p>	<p>Gender Pay Gap</p> <p>Ziel 2030: Den bereinigten Einkommensunterschied auf 1 % oder weniger verringern und unsere Bestrebungen fortsetzen, den unbereinigten Einkommensunterschied zu reduzieren</p> <p>Status: Neues Ziel – der Status wird erstmalig 2025 veröffentlicht</p> <p>Siehe Kapitel Mitarbeiter:innen</p>	<p>Schulung*</p> <p>Ziel 2030: Wir wollen bis 2030 durchschnittlich 40 Trainingsstunden pro Mitarbeiter:in (FTE) und Jahr erreichen/ beibehalten</p> <p>Status: 42 Stunden pro FTE/Jahr</p> <p>Siehe Kapitel Mitarbeiter:innen</p>

BJ = Basisjahr; CPE = Customer Premises Equipment; *Schulung von Mitarbeiter:innen = S Ziel

Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette

Die solide Basis unserer Wertschöpfung liegt im Ausbau, Betrieb und der Bereitstellung hochleistungsfähiger Infrastruktur wie Glasfaser- und Mobilfunk-Netze. Diese Netze und unsere Datacenter sind das Rückgrat der digitalen Kommunikation und ermöglichen eine zuverlässige Datenübertragung in ausgezeichneter Qualität.

Mit unseren Mitarbeiter:innen entwickeln wir Produkte und Lösungen, die auf Kundenrelevanz und positive digitale Erlebnisse sowie auf die dynamisch steigende Nachfrage nach stabiler, sicherer Konnektivität und digitale Services zugeschnitten sind.

Da wir selbst keine Hardware herstellen, beziehen wir Produkte wie Netzwerkkomponenten und -technologien über eine globale Lieferkette (Upstream). Die von Tier-I-Lieferanten – also unseren unmittelbaren Zulieferern – bezogenen Produkte umfassen insbesondere Netzwerktechnologien (mobile und fixe Endgeräte), Transport- und Core-Komponenten, IT-Infrastruktur und zugehörige Services (wie z. B. Support und Maintenance).

Wir legen hohen Wert auf Nachhaltigkeitsaspekte in der Beschaffung und ergreifen daher Maßnahmen, um umweltfreundliche und sozialverantwortliche Lieferketten zu fördern. So stellen wir durch strenge Due-Diligence-Prüfungen sicher, dass unsere Lieferanten unseren hohen Anforderungen an soziale und ökologische Standards entsprechen. Außerdem beinhalten die Verträge mit

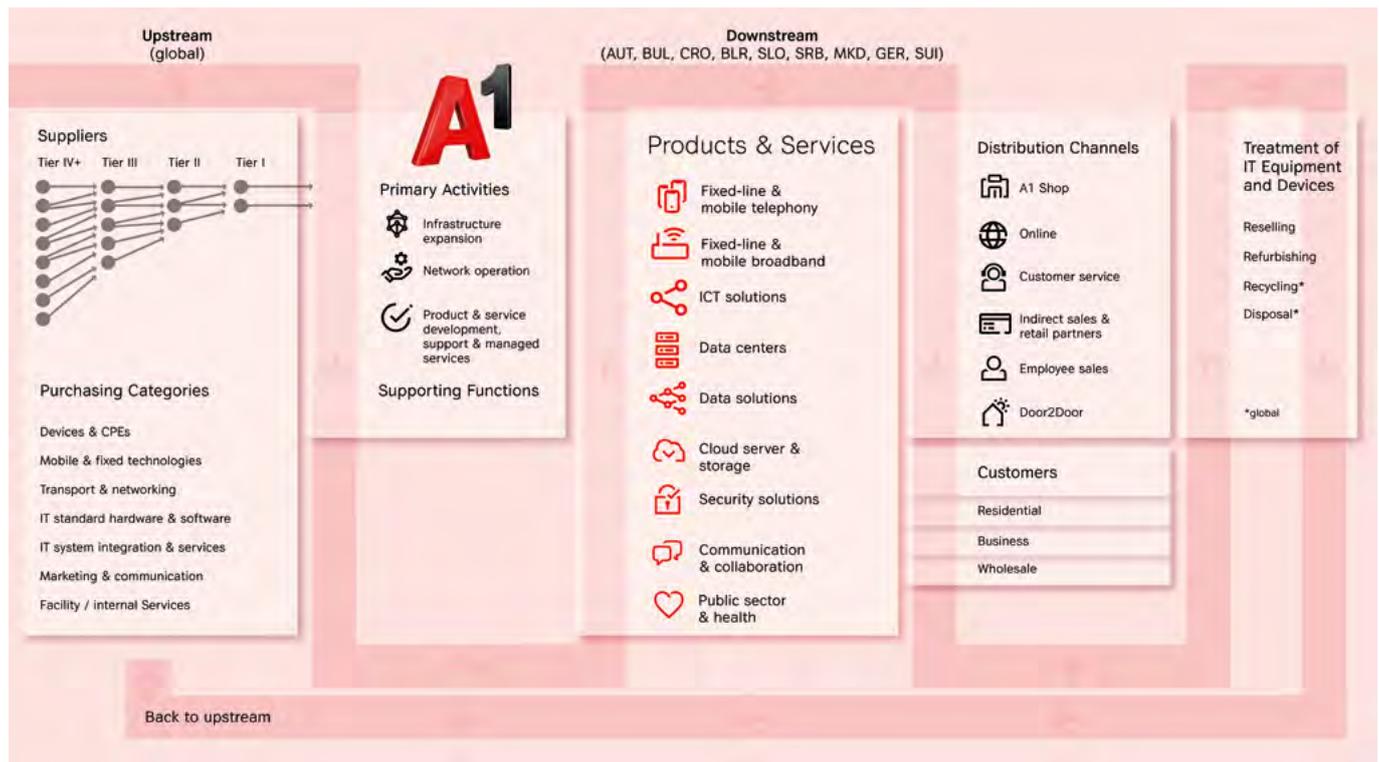
Lieferanten klare Klauseln zur Einhaltung der Menschenrechte und Umweltstandards.

Seit 2022 sind wir Mitglied der Joint Alliance for Corporate Social Responsibility (JAC), einem Verband, der aus rund 30 weltweit agierenden Telekommunikationsunternehmen besteht. JAC führt jährlich Vor-Ort-Audits bei unseren Lieferanten durch. In diesen Audits werden Arbeitsstandards, Gesundheits- und Sicherheitsrichtlinien, Umweltstandards, ethische Standards sowie das Managementsystem der Lieferanten bewertet, überprüft und verbessert. Die Ergebnisse dieser Audits werden in Form eines verpflichtenden Maßnahmenplans abgebildet. 2024 führte JAC insgesamt 150 Audits an Produktions- und Arbeitsstandorten durch – fünf davon wurden von uns beauftragt. Dies leistet einen wichtigen Beitrag, um unsere Lieferkette sozial- und umweltverantwortlich sowie zukunftssicher zu gestalten.

Unsere Verantwortung erstreckt sich zudem auf die nachgelagerte Wertschöpfungskette (Downstream). Mit unseren Initiativen zur Förderung digitaler Kompetenzen unterstützen wir mit Workshops und Webinaren Menschen jeden Alters dabei, sich sicher und souverän in der digitalen Welt zu bewegen (siehe Kapitel „Digitale Kompetenzen“).

Ergänzend zu unseren Maßnahmen zur CO₂-Reduktion und zur Energieeffizienzsteigerung legen wir besonderen Fokus auf Reuse, Refurbishment und Recycling von Altgeräten und Infrastruktur, um Ressourcen zu schonen und die Kreislaufwirtschaft zu fördern (siehe Kapitel „Umwelt- und Klimaschutz“). ■

Unsere Wertschöpfungskette



Aktiv das Klima schützen, den direkten CO₂-Ausstoß deutlich senken.

Umwelt- und Klimaschutz



Ambitionierte Klimaziele und klarer Übergangsplan

Bei A1 sind wir uns der Wechselwirkungen zwischen Umwelt und unternehmerischem Handeln klar bewusst. Daher setzen wir uns ambitionierte Ziele und entwickelten einen Übergangsplan für den Klimaschutz (Climate Transition Plan). Dieser legt klare und verbindliche Maßnahmen zu unserer Klimavision „Netto Null bis 2040“ fest.

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.

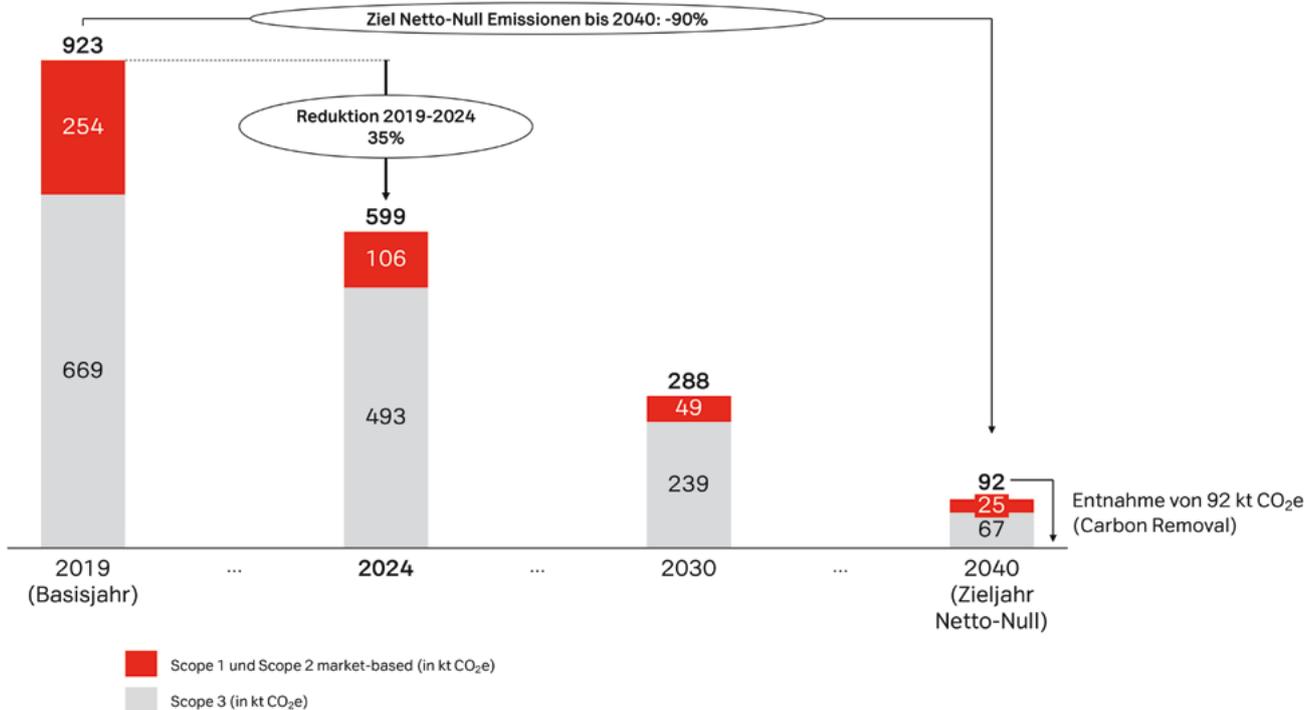
Gleichzeitig besteht die Herausforderung darin, dass der Ausbau einer immer leistungsfähigeren Infrastruktur und die Nutzung von digitalen Technologien den Energiebedarf, insbesondere Strom, erhöhen können. Dem gilt es, beispielsweise mit kontinuierlicher Steigerung der Energieeffizienz entgegenzuwirken.

Im Einklang mit dem Pariser Klimaabkommen haben wir uns ambitionierte Ziele gesetzt: Bis 2030 streben wir eine Reduktion unserer direkten CO₂-Emissionen (Scope 1 und Scope 2 market-based) um mindestens 90% an (Basisjahr 2019). Darüber hinaus ist es unser Ziel, unsere anderen indirekten CO₂-Emissionen, die entlang unserer Wertschöpfungskette (Scope 3¹⁾) entstehen, im selben Zeitraum um 60% zu reduzieren. Unser langfristiges Ziel ist, bis 2040 Netto-Null-Emissionen in unserer gesamten Wertschöpfungskette zu erreichen. Diese Ziele wurden von der Science Based Targets Initiative (SBTi) validiert, um sicherzustellen, dass sie einen Beitrag zur Begrenzung des globalen Temperaturanstiegs und zur Erreichung von internationalen Klimazielen leisten.

Um diese Ziele zu erreichen, entwickelten wir 2024 einen Übergangsplan für den Klimaschutz (Climate Transition Plan), der vom A1 Group Vorstand freigegeben und vom Aufsichtsrat der A1 Group bestätigt wurde. Dieser legt detailliert dar, wie die angestrebten Ziele bis 2040 realisiert werden sollen. Er basiert auf fünf Eckpfeilern:

- Erhöhung der Energieeffizienz: Modernisierung der Netzwerke, Einführung energieeffizienter Technologien, dynamische Steuerung des Energieverbrauchs durch digitale Tools sowie die Modernisierung und Virtualisierung von Rechenzentren.
- Umstellung auf erneuerbare Energien: Ausbau von Photovoltaikanlagen sowie Windkraftanlagen an unseren Standorten, Bezug von grünem Strom.
- Transformation der Fahrzeugflotte: Schrittweiser Austausch von Fahrzeugen mit Verbrennungsmotoren durch Elektro- und Hybridfahrzeuge unterstützt durch den Ausbau von Ladeinfrastruktur.
- Modernisierung der Gebäudetechnik: Installation von energieeffizienten Heiz- und Kühlsystemen sowie Nutzung natürlicher Belüftung und Wärmerückgewinnung.
- Dekarbonisierung in der Wertschöpfungskette: Zusammenarbeit mit Lieferanten, um deren Geschäftsprozesse zu dekarbonisieren, Förderung von umweltfreundlichen Alternativen im Rahmen von Dienstreisen, Aufbereitung von Kundenendgeräten und Bereitstellung von wiederaufbereiteten Geräten.

Unser Pfad zu Netto-Null-Emissionen



¹⁾ Inkludiert die folgenden Scope 3 Kategorien: Kategorie 1 – Eingekaufte Güter und Dienstleistungen; Kategorie 2 – Kapitalgüter, Kategorie 3 – Brennstoff- und energiebezogene Emissionen, Kategorie 11 – Nutzung der verkauften Produkte.

Dekarbonisierung in der Lieferkette

Der überwiegende Teil unserer CO₂-Emissionen entfällt auf indirekte CO₂-Emissionen, die entlang unserer Wertschöpfungskette entstehen und größtenteils außerhalb unseres direkten Einflussbereichs liegen. Um unser Netto-Null-Emissions-Ziel zu erreichen, ist es somit entscheidend, gemeinsam mit unseren Lieferanten eine Dekarbonisierungsstrategie zu gestalten.

Daher wurde 2024 das Supplier Engagement Programm entwickelt. Ein Programm, das im Rahmen der Joint Alliance for CSR (JAC) – einem globalen Netzwerk aus rund 30 Telekommunikationsunternehmen – das Ziel verfolgt, CO₂-Emissionen bei Lieferanten zu reduzieren.

Auf Basis einer Reifegradbewertung und weiterer Kriterien, wie etwa die Höhe der CO₂-Emissionen, wurde eine Priorisierung der Lieferanten vorgenommen. Auf Grundlage dieser Bewertung wurden 917 JAC-Lieferanten ausgewählt. Mit diesen wurden individuelle Scorecards und Vorschläge für Maßnahmenpläne entwickelt, die sich an ihrer Selbsteinschätzung orientieren. 2025 werden wir die Fortschritte der Lieferanten evaluieren und weitere Webinare durchführen, um sie bei der Entwicklung ihrer Dekarbonisierungspotenziale zu unterstützen.

Damit engagieren wir uns gemeinsam mit unseren Lieferanten, unsere Lieferkette nachhaltiger zu gestalten (siehe auch „Wertschöpfungskette“ im Kapitel Nachhaltigkeit - Strategie und Management).

Konsequent verfolgte Klimastrategie

Dass wir mit unserer Klimastrategie auf dem richtigen Weg sind, zeigen folgende Ergebnisse: Im Vergleich zum Basisjahr 2019 konnten wir unsere Scope-1-, Scope-2- und Scope-3-Emissionen um 35% reduzieren und liegen damit über unserem Netto-Null-Reduktionspfad. Im Vergleich zu 2019 reduzierten wir die direkten CO₂-Emissionen (Scope 1 und Scope 2) um 58% und unsere Scope-3-Emissionen um 26%.

Erreicht haben wir das mit vielfältigen Maßnahmen: Beispielsweise steigerten wir die Eigenproduktion von Strom aus erneuerbaren Energiequellen im Vergleich zum Vorjahr um 42%. Deutliche Fortschritte gelangen uns unter anderem auch beim Bezug von Strom aus erneuerbaren Energiequellen: 2019 stammten lediglich 42% unseres verbrauchten Stroms aus erneuerbaren Energiequellen.

Dank der konsequenten Umsetzung unserer Clean Energy Policy gelang hier eine klare Wende: Bis zum Jahr 2024 erhöhten wir den Anteil von Strom aus erneuerbaren Energieträgern bereits auf 79%. Der Anteil von erneuerbarer Energie am Gesamtenergieverbrauch lag 2024 bei 71%.

Der sauberste 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 2024 sind die von unserer Infrastruktur übertragenen Datenvolumina um fast 200% gestiegen. Gleichzeitig konnten wir aber unsere Energieeffizienz (gemessen am Strombedarf pro transportiertem Datenvolumen) um 60% verbessern.

Kreislaufwirtschaft

Beim Ausbau unserer Infrastruktur setzen wir nicht nur einen Schwerpunkt auf Energieeffizienz und die Vermeidung von CO₂-Emissionen. Wir rücken auch den Aspekt der Ressourcenschonung in den Fokus. Ein konsequentes 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 und Qualität.

Auch bei Endgeräten wie Mobiltelefonen, Set-Top-Boxen und Routern berücksichtigen wir Aspekte des Life-Cycle-Managements. So haben wir uns zum Ziel gesetzt, 50% der auf den Markt gebrachten Geräte zurückzugewinnen. 2024 betrug dieser Anteil bereits 28%.

Geräte wie z. B. Modems und Mediaboxen, die noch funktionstüchtig und technisch aktuell sind, durchlaufen einen umfassenden Wiederaufbereitungsprozess, um wiederverwendet zu werden.

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. 100% der von uns zurückgenommenen Geräte unterziehen wir einer nachhaltigen Aufbereitung. ■

Aktives und verantwortungsvolles
Mitgestalten digitaler Welten.

Digitale Kompetenzen



Die dynamisch fortschreitende Digitalisierung verändert Arbeitswelten, Bildungsangebote und das soziale Miteinander. Dabei schafft sie neue Möglichkeiten, ist aber auch mit Herausforderungen verbunden.

Der Zugang zu digitaler Bildung und das Verständnis für die Chancen und Risiken der digitalen Welt sind unverzichtbare Voraussetzungen, um aktuelle und zukünftige Entwicklungen aktiv und verantwortungsvoll mitzugestalten.

Unser Verständnis von Verantwortung geht klar über das Bereitstellen von Konnektivität und Services in erstklassiger Qualität hinaus. So verstehen wir es als unsere Aufgabe, digitale Kompetenzen zu fördern und Menschen jeden Alters zu unterstützen, sich sicher und souverän in der digitalen Welt zu bewegen. Der Fokus richtet sich aktuell besonders auf die Aufklärung über Cyberrisiken sowie auf den verantwortungsvollen Umgang mit Technologie.

Im Oktober 2024 haben wir deshalb die gruppenweite Aufklärungskampagne „Take 5 Seconds“ ins Leben gerufen. Mit dieser Initiative möchten wir dazu anregen, bewusst innezuhalten und fünf Sekunden nachzudenken, bevor persönliche Informationen online preisgegeben, Hasskommentare verfasst oder Fotos unbedacht geteilt werden.



Förderung digitaler Kompetenzen

Unsere im Jahr 2011 in allen unseren Tochtergesellschaften ins Leben gerufene Digitale Bildungsinitiative bildet einen zentralen Pfeiler unseres Engagements. Sie bietet ein breites Spektrum an kostenlosen Workshops, Webinaren, Events und Lernvideos für Kinder, Pädagog:innen, Eltern und Senior:innen. Der inhaltliche Schwerpunkt liegt auf MINT-Bildung (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und Technik), Robotik und Programmierung, Making und Tinkering sowie der Förderung digitaler Medienkompetenz. Mit gruppenweit bereits mehr als 430.000 Teilnahmen seit 2021 kommen wir unserem ehrgeizigen Ziel, bis 2030 insgesamt eine Million Teilnahmen zu erreichen, Schritt für Schritt näher.

Bildungs-Engagement: „Besser Online“

Ein besonderes Highlight unserer internationalen Initiativen ist #BoljiOnline (Besser Online), eine Plattform rund um das digitale Bildungs-Engagement von A1 Kroatien gemeinsam mit dem „Center for Safer Internet“ in Kroatien. Ziel ist es, das Internet zu einem sichereren und positiveren Ort für alle zu machen. Durch Aufklärung über die Vorteile und Gefahren digitaler Technologien unterstützen sie Nutzer:innen dabei, ihre Gesundheit, ihr Wohlbefinden und ihre Beziehungen im digitalen Zeitalter zu stärken.

Zu den innovativen Programmen von #BoljiOnline gehören unter anderem:

- ✓ Die School of Responsible Influencing, in der Influencer:innen in verantwortungsbewusstem Internetverhalten geschult und zertifiziert werden. Diese Initiative wird auf weitere Märkte ausgedehnt und startete mittlerweile auch in Serbien, Belarus, Bulgarien und Nordmazedonien.
- ✓ Die Gen Z Akademie, die Jugendliche an Schulen über Internetsicherheit und Cybergefahren aufklärt.
- ✓ Zahlreiche interaktive Initiativen wie Online-Spiele, Podcasts und Lern-Quizze.



Gelebte gesellschaftliche Verantwortung

Diese Programme zeigen eindrucksvoll, wie digitale Bildung mit gesellschaftlicher Verantwortung verknüpft werden kann.

Die #BoljiOnline-Initiative spiegelt den Markenkern von A1 wider, indem sie nicht nur digitale Kompetenzen fördert, sondern auch einen sicheren, respektvollen und verantwortungsvollen Umgang mit digitalen Technologien in den Vordergrund stellt.

Unser Engagement für digitale Kompetenzen ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsstrategie und Ausdruck unseres Bestrebens, einen positiven gesellschaftlichen Beitrag zu leisten.

Wir befähigen Menschen, die Chancen der Digitalisierung zu nutzen und deren Herausforderungen souverän zu begegnen. Damit tragen wir aktiv zu einer nachhaltigen, digitalen Zukunft bei. ■

A1 digital.campus

Ende März 2025 erfolgte die Wiedereröffnung des A1 digital.campus in Österreich an seinem neuen Standort im A1 Headquarter in Wien.

Als Österreichs größte private digitale Bildungsinitiative setzt der Campus auf Dialog und Förderung eines verantwortungsvollen Umgangs mit digitalen Technologien. Aus diesem Anlass fand ein exklusiver Round Table zum Thema „Digitale Eskalation: Hass, Lügen, Spaltung – Wege aus der Krise unserer Diskussionskultur“ statt.

Die Veranstaltung widmete sich der Frage, wie eine konstruktive digitale Kommunikationskultur gefördert werden kann und wie vor allem Kinder und Jugendliche im digitalen Alltag besser geschützt werden können.

Seit seiner initialen Eröffnung im Jahr 2011 hat der A1 digital.campus in Österreich bereits rund 500.000 Teilnahmen verzeichnet.

Der Mensch im Mittelpunkt:
Human@Center

Mitarbeiter: innen



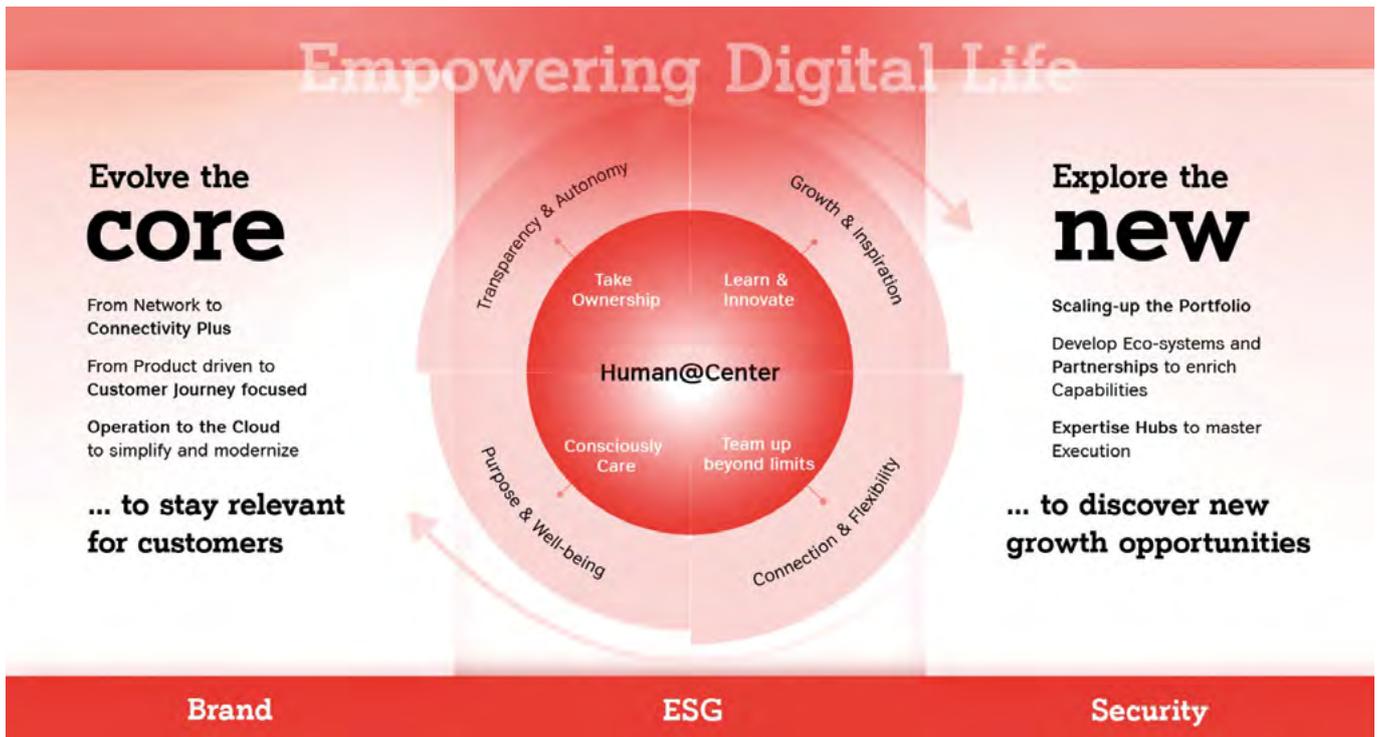
Unser Anspruch als A1 Team ist, für optimale digitale Erlebnisse zu sorgen und echten Mehrwert sowie Wachstum zu schaffen. Wir zielen darauf, gemeinsam unser Kerngeschäft auszubauen und neue Geschäftsfelder zu erschließen.

Schnelles, effizientes Agieren und smarter, kundenfokussierter Einsatz von Ressourcen sind dabei entscheidend. Dafür bündeln wir unsere gruppenweiten Kräfte und Kompetenzen als A1 Team, nutzen Synergien und treiben Innovationen voran. Und weil all diese Entwicklungen nicht mit Technologie

beginnen, sondern mit dem Menschen, stellen wir ihn in den Mittelpunkt unserer Strategie.

Human@Center

Mit „Human@Center“ haben wir konkrete Ansprüche an unsere Unternehmenskultur definiert. Bestehende Stärken gilt es auszubauen. Verhaltensweisen, die dem konsequenten Verfolgen unserer Strategie dienen, werden gefördert.



Es kommt auf jede und jeden von uns an, diese Ambitionen umzusetzen und zu leben. Um dies zu ermöglichen, sorgen wir als Arbeitgeber für die geeigneten Rahmenbedingungen.

Human@Center liefert für die vorteilhaften Einstellungen und Handlungsweisen ein Zielbild mit den vier nachfolgend beschriebenen Ausrichtungen:

Take Ownership

Verantwortung zu übernehmen für das eigene Tun mit all seinen positiven und negativen Effekten, ist eine der Ausrichtungen von Human@Center. Verantwortung für Erfolge, erreichte Meilensteine, 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.

Regelmäßige Veranstaltungen der Management-Teams mit Updates zur Unternehmensentwicklung und strategischen sowie operativen Themen geben Ein- und Überblick zur Orientierung. Wir legen dabei großen Wert darauf, in diesen Formaten ausreichend Gelegenheit und Zeit für Fragen und Diskussionen zu geben und sorgen so für eine offene Feedbackkultur.

In den gruppenweit stattfindenden Performance-Dialogen zwischen Führungskraft und Teammitglied wird der Grundstein zur 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.

Attraktiver Arbeitgeber

Die A1 Group beschäftigte per Ende 2024 rund 17.300 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.

	2023	2024	Δ
Österreich	6.473	6.042	-431
Bulgarien	3.646	3.848	202
Kroatien	1.854	1.922	68
Belarus	2.182	2.125	-57
Serbien	1.551	1.585	34
Slowenien	629	601	-29
Nordmazedonien	776	771	-6
Holding inkl. A1 Digital	396	406	9
A1 Group	17.508	17.298	-209

Mit der Digitalisierung verändern sich die Anforderungen, und der technologische Wandel beeinflusst nicht zuletzt auch die Telekombranche. In den letzten Jahren haben wir in Österreich jährlich etwa 300-400 Mitarbeiter:innen durch Sozialpläne, Pensionierungen, natürliche Fluktuation und Nicht-Nachbesetzungen sozialverträglich abgebaut, wobei wir knapp EUR 100 Mio. pro Jahr für Sozialpläne aufwandten. Im Jahr 2024 fiel die Zahl - unter anderem aufgrund der hohen Inflation der Vorjahre - geringfügig höher aus.

Learn & Innovate

Auch beim Thema Lernen und Weiterbildung beschäftigen wir uns mit 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 innovativen Wegen helfen althergebrachte Lösungen oft nicht. Wir sind daher offen für neue Gedanken und Ansätze.

Seitens des Unternehmens stellen wir für unsere Expert:innen und Führungskräfte umfangreiche Lernangebote zur Verfügung. Von Coachings über internationale und lokale Leadership-Programme wie Data4Leaders bis zu Fachprogrammen wie z. B. Data4Business. 2024 wurde das gruppenweite GenAI Training ausgerollt, um die Datenkompetenz im A1 Team weiter auszubauen. Der Zugang für das gesamte Team zu unterschiedlichen Lernplattformen wie LinkedIn Learning oder Udemy ist selbstverständlich. 2024 lag die Anzahl der durchschnittlichen Trainingsstunden pro Mitarbeiter:in bei 42 Stunden.

Der mit der A1 Jobplattform verknüpfte A1 Skillpassport unterstützt dabei, die richtigen Lernangebote zu finden. Beim Jobwechsel helfen lokale Reskilling-Programme. Und ein Lernbudget für individuelle Weiterbildungsmaßnahmen dient insbesondere Quereinsteiger:innen als Unterstützung. Führungskräfte sind für uns wichtige Multiplikatoren in Veränderungsprozessen. Deshalb wurde 2024 das Human@Center Practice Lab 4 Leaders gestartet, ein Training zu



H@C-Verhaltensweisen und konkreten Anwendungsfällen, an dem 99 Kolleg:innen teilgenommen haben. Ein vergleichbares Training gab es auch für alle CEOs.

Team up beyond Limits

Im Arbeitsleben ist 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 Kooperation und des Team-Zusammenhalts 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. Wir haben starkes Interesse daran, unsere Talente im Unternehmen zu halten und fördern interne Weiterentwicklung.

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. Auch das Group Young Potential Program (GYPP) fördert die internationale Zusammenarbeit. 2024 nahmen daran 28 Kolleg:innen teil.

Um diese Maßnahmen und Aktivitäten einer Evaluierung zu unterziehen, stellen wir Formate für regelmäßiges Feedback zu Verfügung. Neben dem Format der Performance-Dialoge finden lokale Umfragen und auch unternehmensweite Befragungen wie die A1 Voices 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.

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.

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. Dabei steht auch das mentale Wohlbefinden im Fokus. In Österreich komplettieren arbeitspsychologische Beratungen und Arbeitsmedizin das Angebot.

Die vielen verschiedenen Corporate-Volunteering-Angebote in allen Ländern bieten Möglichkeiten, persönlich im Rahmen von Nachhaltigkeitsinitiativen Gutes zu tun. 2023 schaffte es Spletne brihte in Slowenien als weltweit größtes Online-Quiz, an dem mehr als 20.000 Kinder teilnahmen, ins Guinness Buch der Rekorde. 2024 gewann A1 Bulgarien den nationalen Award for Volunteering HEROS.

Fairness als Prinzip bei A1

Für das tägliche Handeln und Denken bei A1 sind Fairness und Integrität unverzichtbare Vorgaben. Das zeigt sich in unserem Code of Conduct, in unseren 2023 veröffentlichten Fair Pay Principles und seit 2020 in unseren gruppenweiten Unconscious Bias Trainings.

Im Jahr 2024 wurden 2.865 dieser Trainings erfolgreich abgeschlossen. In Österreich fanden verpflichtende E-Learnings zu sexueller Belästigung und deutsch- sowie englischsprachige Diversity-Trainings statt.

Recruitment

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

2024 wurden gruppenweite Guidelines entwickelt, die die Rollen aller im Recruiting-Prozess Beteiligten klar beschreiben und den gesamten Prozess transparent machen. Sie sollen für Chancengleichheit und vorurteilsfreies Recruiting sorgen und Weiterentwicklung fördern. Diese Initiative unterstützt uns dabei, eine vielfältige Belegschaft zu schaffen.

Beim Recruitment von externen Talenten legen wir speziell auch Wert darauf, solche Vielfalt im Unternehmen zu erhöhen und zu fördern. Österreich fokussiert dabei auf Lehrlinge und dual Studierende. Dieses Jahr gewann eine unserer weiblichen Lehrlinge die Auszeichnung „Junior Sales Champion International 2024“. Die „A1 START“-Initiative in Kroatien und Slowenien fokussiert auf technische Jobfelder und „A1 Way-Up Gen´24“ in Nordmazedonien auf Studierende. In Belarus werden offene Positionen, die für Menschen mit Behinderung geeignet sind, besonders gekennzeichnet.

In Bulgarien gibt es das A1 Internship Programm und die A1 Summer Academy, wo auch 2024 wieder 60% der Teilnehmenden fixer Teil des A1 Teams wurden. In Österreich wurde A1 von sheconomy und kununu als eine(r) der besten Arbeitgeber:innen für Frauen anerkannt und erhielt die Auszeichnung „Top Female Workplace 2024“.



Diversität, Chancengleichheit und Inklusion

Diversität und Internationalität bieten uns viele wertvolle Vorteile. Etwa 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. Wir haben uns verpflichtet, Vielfalt zu fördern, für Gleichberechtigung zu sorgen und eine inklusive Arbeitsumgebung zu schaffen.



In support of

WOMEN'S EMPOWERMENT PRINCIPLES

Established by UN Women and the UN Global Compact Office

wir nicht nur unsere Unternehmenskultur, sondern tragen zu einem gesellschaftlichen Wandel bei.

Gender Pay Gap

Wir bekennen uns – auch im Rahmen unserer ESG-Ziele – zur Reduktion des Gender Pay Gaps und setzen einen Fokus auf Diversity, Equity und Inclusion (DEI). 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.

Die Telekom Austria AG ist seit 2014 Mitglied der Charta der Vielfalt und unterzeichnete 2024 die UN Women's Empowerment Principles (WEP's), um ihr Engagement für Geschlechtergleichstellung noch weiter zu festigen. Dieser Schritt zeigt, wie entschlossen die A1 Group ist, Frauen in Führungspositionen und im MINT-Bereich zu fördern sowie faire Bezahlung zu gewährleisten. Damit stärken

Wir überprüfen und analysieren den Gender Pay Gap gruppenweit. Dessen Reduktion ist vergütungsrelevant auch ein Teil von Managementzielen. Vorhandene Unterschiede im Einkommen sind unseren Erkenntnissen zufolge stark durch strukturelle Faktoren getrieben. Dazu zählen etwa die vergleichsweise geringe Zahl an Frauen in MINT-Berufen (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik; Englisch: STEM) oder auch der Frauenanteil in Führungspositionen.

Daher nimmt A1 Österreich an der Initiative SHE goes DIGITAL teil und erfahrene MINT Sisters stehen Bewerberinnen für MINT-Positionen bei A1 zur Seite. Die MINT Busters räumten beim Töchertag 2024 in einem Workshop 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 und 2024 auch bei A1 in Bulgarien umgesetzt wurde.

Auch bei A1 in Slowenien, wo es eine Partnerschaft mit „Girls Do Code“ gibt, werden die digitalen Fähigkeiten von Mädchen gefördert und Frauen für ihre Leistungen in MINT bei „Engineer of the Year“ gewürdigt. All das sind Beispiele für Initiativen, die nicht nur mehr Frauen in MINT-Positionen bringen, sondern auch den Gender Pay Gap reduzieren sollen.



Female Empowerment

Das gruppenweite Ziel eines 40-prozentigen Frauenanteils bei Führungspositionen spiegelt unser Commitment zu mehr Diversität auf allen Ebenen im Unternehmen wider. Und es entspricht unserer Überzeugung, dass auch eine Erhöhung des Frauenanteils in führenden Funktionen eine positive Auswirkung auf Einkommensunterschiede hat.

So hat sich etwa das österreichische Female Empowerment Programm auf die Förderung von Frauen in Führungspositionen konzentriert. Es wurde 2024 zum vierten Mal durchgeführt und bereits 85 Kolleginnen nahmen daran teil.

Vielfältige Initiativen

Um der Diversität unseres Teams Rechnung zu tragen, haben wir eine Vielzahl an Initiativen etabliert. Flexible, länderspezifische Arbeitsmodelle etwa ermöglichen zeit- und ortsunabhängiges Arbeiten. Die Flexibilität und auch die Diversität unseres A1 Teams werden zusätzlich durch Kinderbetreuungsangebote und Kindergärten, die von Land zu Land unterschiedlich sind, gestärkt.



Seit nunmehr sieben Jahren in Folge werden A1 Slowenien und A1 Serbien mit dem begehrten Zertifikat für Familienfreundlichkeit ausgezeichnet. Jährlich unterziehen sich die beiden A1 Unternehmen einem Audit, um sicherzustellen, dass sie weiterhin die hohen Standards

erfüllen. Ende 2024 wurde A1 Österreich als eines von zehn Unternehmen von Great Place to Work als Best Workplace™ for Young Talents 2025 gewürdigt.

All dies bestätigt unser erfolgreiches Engagement als Arbeitgeber für eine harmonische Balance zwischen Beruf und Familie sowie unser vorbildliches Diversity Management.

Zum Weltfrauentag im März 2024 gab es in Österreich das Women@A1 Festival, das von A1 Kolleginnen für A1 Kolleginnen gestaltet wurde. Und im Oktober das MINTchanger:innen Event mit vielen spannenden Deep Dives, Insights und Key Notes. Kolleg:innen in Karenz profitieren von Seminaren und 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, für die LGBT+ Community, für die ESG-Community und für Teilzeitbeschäftigte, die stark von affinen Mitarbeiter:innen mitgestaltet werden.



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 allen EU-Ländern und ermöglicht einen länderübergreifenden sozialen Dialog. ■

Aktiv gelebte, gute
Corporate Governance.

Compliance



Integrität als Garant für Vertrauenswürdigkeit

Dass die Unternehmensziele nur mit einwandfreiem Verhalten verfolgt und erreicht werden, ist für uns selbstverständlich. 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 und vermitteln die richtigen Bot-

schaften („Tone from the Top“). 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
& Fall-
managementMaß-
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 sowie 2023/2024 durch BDO geprüft. Jedes Mal erhielten wir ein uneingeschränktes Prüfungsurteil.

Faire und nachhaltig erfolgreiche Geschäftsentwicklung

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

- ✓ Die Verantwortung für Mensch, Gesellschaft und Umwelt sowie die strikte Ablehnung jeder Form von Korruption.
- ✓ Das Bekenntnis zu Diversität und Inklusion sowie zu den Menschenrechten, zum Umweltschutz 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 Unternehmens-

gruppe. 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 umfassende Compliance-Schulungen für spezifische Zielgruppen und für alle Mitarbeiter:innen 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 sind der Nachhaltigkeitserklärung im Lagebericht 2024 sowie der Konzernwebsite www.A1.group, Rubrik „Compliance“ zu 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 Investor:innen. 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 ist seit November 2000 an der Wiener Börse gelistet. Im Jahr 2025 feiern wir somit einen besonderen Meilenstein: unser 25-jähriges Börsenjubiläum (siehe Kapitel „25 Jahre an der Börse“ für mehr Informationen).

ISIN
AT0000720008

Börsenkürzel
TKA

Reuters
TELA.VI

Bloomberg
TKA AV

Notierung
Wiener Börse, Segment Prime Market

Mit Jahresende 2024 befanden sich 60,6% (das sind 402.661.546 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 unverändert 415.159 eigene Aktien.

seit Jahresbeginn um 16,2% zulegen, während der ATX Index um 6,6% und der europäische Aktienmarkt (STOXX Europe 600) um 6% stiegen.

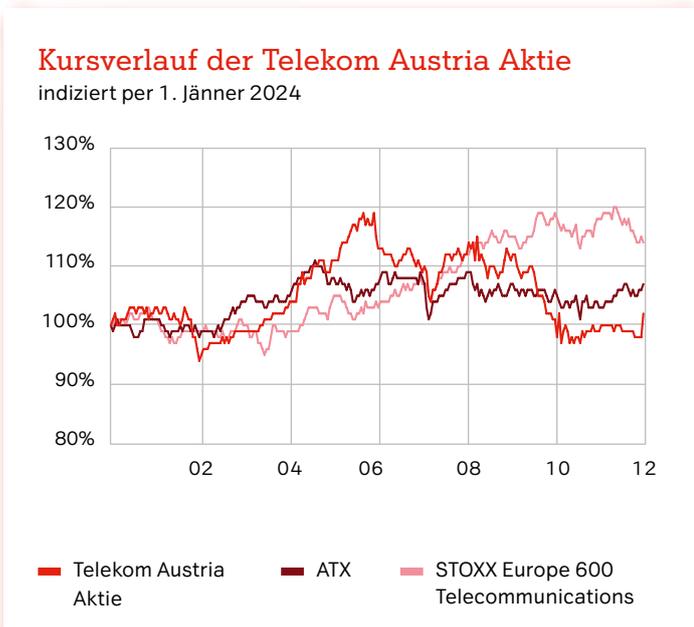
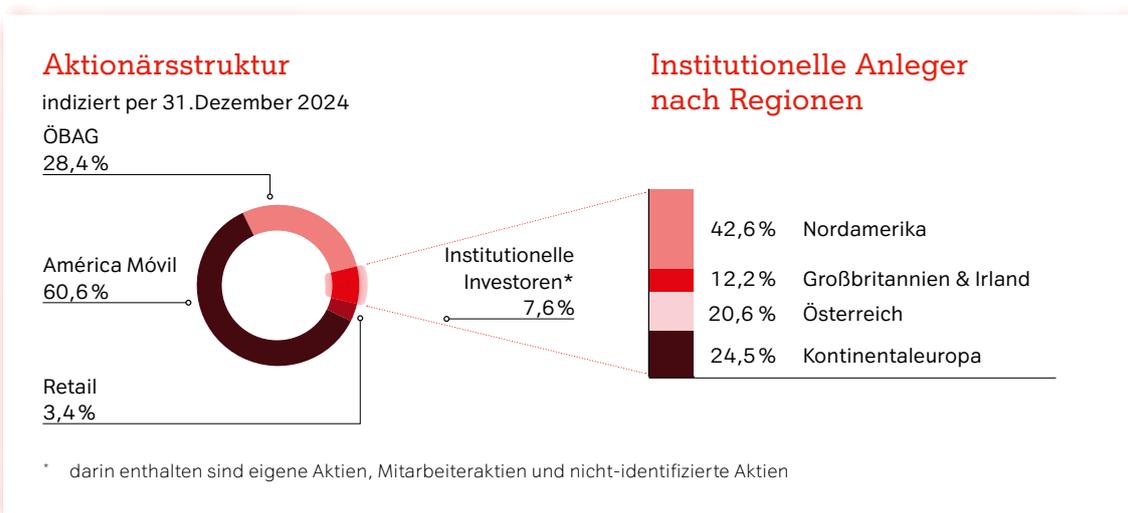
Aktienkursentwicklung

Die Telekom Austria Aktie verzeichnete 2024 nach einem Rekordzuwachs von 58% im Vorjahr ein moderates Wachstum von 4,1%. In der ersten Jahreshälfte legte die Aktie bis zu ihrem Jahreshoch von 9,32 EUR am 28. Juni kräftig zu. Im zweiten Halbjahr verlor die Aktie anfängliche Zuwächse nach Gewinnmitnahmen wieder und war angesichts allgemeiner Volatilitäten am Aktienmarkt im Sommer weiterem Druck ausgesetzt. Im vierten Quartal pendelte sich die Aktie nach und nach auf dem Jahresanfangsniveau ein. Währenddessen konnten der STOXX Europe 600 Telecommunications Index

Analysten und Empfehlungen

Per Ende 2024 berichteten Analysten aus zehn Finanzinstituten in Analyse-Publikationen über die Telekom Austria Aktie:

- ✓ AlphaValue/Baader Europe
- ✓ Bank Pekao
- ✓ Barclays
- ✓ Bernstein
- ✓ Citigroup
- ✓ Erste Group Bank
- ✓ HSBC
- ✓ JP Morgan
- ✓ Kepler Cheuvreux
- ✓ Oddo BHF



Aktienkennzahlen

	2023*	2024
Höchstkurs (intraday)	€ 7,77	€ 9,32
Tiefstkurs (intraday)	€ 4,86	€ 7,33
Schlusskurs am 31. Dezember	€ 7,65	€ 7,96
Marktkapitalisierung am Jahresende (in EUR Mio.)	5.083	5.289
Entwicklung der Aktie	57,8%	4,1%
Durchschnittliches Handelsvolumen (Stück)	141.494	88.050
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).

Per 31. Dezember 2024 empfahlen drei Analysten die Telekom Austria Aktie zu kaufen und sieben, sie zu halten. Verkaufsempfehlungen gab es keine.

Dividende

Die Dividendenpolitik zielt auf eine zuverlässige Ausschüttung mit nachhaltigem Wachstum und auf langfristige Stabilität ab. Im Jahr 2023 wurde eine jährliche Mindestdividende von EUR 0,32 festgelegt. Diese entsprach der im Jahr 2023 ausbezahlten Dividende. Es wurde außerdem festgelegt, dass die Dividendenausschüttung im Rahmen der operativen und wirtschaftlichen Entwicklung der Unternehmensgruppe nachhaltig wachsen soll. Dementsprechend wurde für das Geschäftsjahr 2023 am 4. Juli 2024 eine Dividende von EUR 0,36 ausgezahlt. Für das Geschäftsjahr 2024 plant der Vorstand, der ordentlichen Hauptversammlung 2025 eine Dividende von EUR 0,40 pro Aktie vorzuschlagen.

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.

Nach der konsequenten, erfolgreichen Entschuldung in den vergangenen Jahren war zum 31. Dezember 2024 noch eine Anleihe ausstehend. Sie hat ein Volumen von EUR 750 Mio., einen Kupon von 1,5% 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“) und zählt damit zu den am besten gerateten Telekommunikationsunternehmen in Europa.

Moody’s bestätigte im November 2024 unser Kredit-Rating von A3. Fitch beließ das Rating vom Dezember 2023 bei A-. S&P stuft uns seit Oktober 2022 mit A- ein, so auch in dem letzten veröffentlichten Report von Mai 2024.

Dividendenentwicklung

Jahr	Dividende je Aktie (bezahlt)	Ergebnis je Aktie (im Referenzjahr)	Free Cashflow je Aktie (im Referenzjahr)	Ausschüttungsquote
2024	EUR 0,36	EUR 0,97	EUR 0,53	37,1 %
2023	EUR 0,32	EUR 0,95	EUR 0,90	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 0,51	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 %

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 2024	Perzentil	Kategorie
CDP ¹⁾	A-		Leadership
Sustainalytics	12,8	Top 5 %	Niedriges Risiko
ISS ESG	B-	Top 20 %	Prime
EcoVadis	77	Top 3 %	Gold

¹⁾ A1 Group erwartet, dass die offizielle Bewertung im Juni 2025 veröffentlicht wird. Das Perzentil ist noch nicht verfügbar.

25

Jahre an der Börse

Im November 2000 läuteten wir eine neue Ära ein: Mit unserem Börsengang an die Wiener Börse legten wir den Grundstein für Wachstum, Innovation und Internationalisierung – und eine Transformation hin zum Digitalisierungspartner einer ganzen Region.

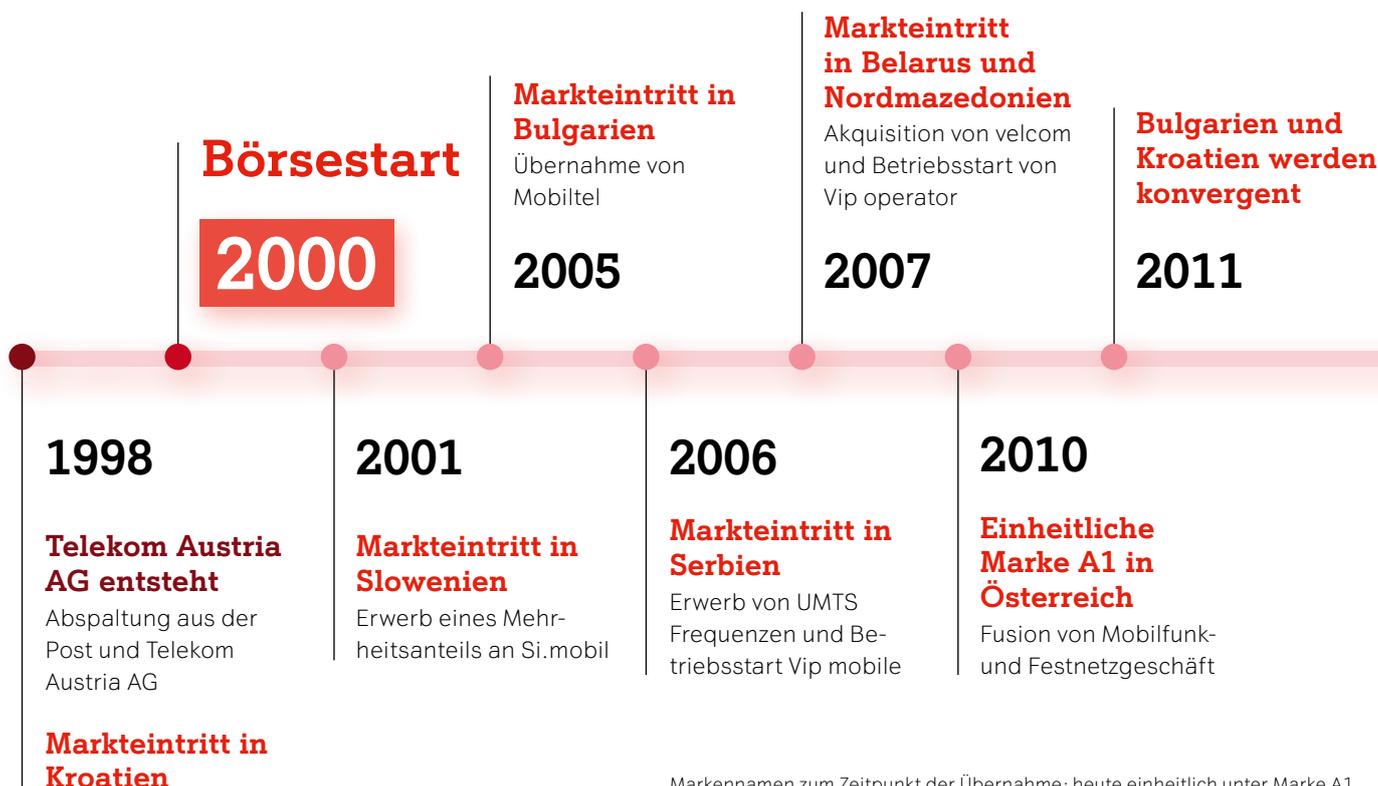
„Seit 25 Jahren ist die A1 Group an der Börse – heute stehen wir als führender Digitalisierungspartner in CEE für nachhaltiges Wachstum, eine starke Marktposition und eine Marke, die in der gesamten Region für Qualität und Innovation steht. Unsere Transformation vom klassischen Telekommunikationsanbieter hin zum integrierten ICT-Provider motiviert uns, diesen Weg auch in Zukunft konsequent weiterzugehen.“

Alejandro Plater, CEO

Ein Meilenstein mit Signalwirkung

Die Erstnotierung am 21. November 2000 war damals eine der größten Kapitalmarkttransaktionen des Landes. Der Zugang zum Kapitalmarkt gab uns die Möglichkeit, ambitioniert zu investieren: in Mobilfunk- und Breitbandinfrastruktur, in neue Märkte, in Innovation. Die hohe Nachfrage institutioneller und privater Anleger:innen bestätigte damals unsere Ausrichtung – und legte den Grundstein für nachhaltiges Wachstum.

Historie im Zeitraffer



Markennamen zum Zeitpunkt der Übernahme; heute einheitlich unter Marke A1.

Investitionen für die Zukunft

25 Jahre später ist die A1 Group in sieben Kernmärkten sowie in Deutschland und der Schweiz aktiv. Unter der einheitlichen Marke A1 bieten wir ein umfassendes Angebot an Konnektivität, digitalen Lösungen und ICT-Services – mit zunehmendem Fokus auf Software. Grundlage dafür ist unsere eigene Infrastruktur: leistungsfähige Mobilfunk- und Glasfasernetze, hochsichere Rechenzentren und europäische Cloud-Angebote. Im Jahr 2024 investierten wir EUR 860 Mio. – davon über EUR 520 Mio. in Österreich. Damit zählen wir zu den drei größten Infrastruktur-Investoren unter den börsennotierten Unternehmen des Landes – nicht nur aktuell, sondern über die gesamte Laufzeit unserer Börsennotierung. Über 17.000 Mitarbeiter:innen treiben diese Entwicklung täglich voran. Gleichzeitig setzen wir klare Maßstäbe in Sachen Nachhaltigkeit: mit ehrgeizigen ESG-Zielen und einem klaren Bekenntnis zu gesellschaftlicher Verantwortung.

„Ein Vierteljahrhundert Börsennotierung markiert nicht nur wirtschaftlichen Erfolg, sondern auch kontinuierlichen Wandel. Wir treiben die digitale und nachhaltige Transformation entschlossen voran – mit Verantwortung gegenüber unseren Kund:innen, Mitarbeiter:innen und der Gesellschaft. Gleichzeitig investieren wir als einer der größten börsennotierten Infrastruktur-Investoren nachhaltig in die Zukunft Österreichs.“

Thomas Arnoldner, Deputy CEO



Konzern-Gesamtergebnisrechnung

in Mio. EUR, ausgenommen Aktienangaben	2023	2024	Δ
Umsatzerlöse aus Dienstleistungen	4.348	4.502	3,5%
Umsatzerlöse aus Verkauf Endgeräte	811	813	0,2%
Sonstige betriebliche Erträge	92	98	5,9%
Umsatzerlöse gesamt (inkl. sonstige betriebliche Erträge)	5.251	5.413	3,1%
Kosten zur Erbringung von Dienstleistungen	-1.474	-1.487	0,9%
Kosten der Endgeräte	-790	-807	2,2%
Vertriebs-, allgemeine und Verwaltungsaufwendungen	-1.046	-1.088	4,0%
Sonstige Aufwendungen	-18	-9	-47,8%
Gesamte Kosten und Aufwendungen	-3.327	-3.391	1,9%
Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibung (EBITDA)	1.924	2.021	5,1%
Abschreibung	-796	-825	3,7%
Abschreibung Nutzungsrechte	-215	-338	57,1%
Wertminderung/Wertaufholung Sachanlagen	-3	3	-203,2%
Betriebsergebnis (EBIT)	911	861	-5,4%
Zinsertrag	20	20	0,2%
Zinsaufwand	-99	-100	1,7%
Zinsaufwand aus Personal- und Restrukturierungsrückstellungen und sonstiges Finanzergebnis, netto	-9	-18	105,0%
Wechselkursdifferenzen, netto	-3	-2	-47,0%
Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	1	1	35,8%
Finanzergebnis	-90	-98	9,7%
Ergebnis vor Steuern (EBT)	821	763	-7,1%
Ertragsteuer	-175	-137	-22,1%
Periodenergebnis	646	627	-3,0%
davon den Eigentümern der Muttergesellschaft zurechenbar	645	626	-3,0%
davon nicht beherrschende Anteile	1	0,7	4,0%
Ergebnis je Aktie, das auf die Eigentümer der Muttergesellschaft entfällt, in Euro*	0,97	0,94	-3,0%
Durchschnittliche Anzahl der Aktien	664.084.841	664.084.841	
Sonstiges Ergebnis (Other Comprehensive Income, OCI)			
Unterschiedsbetrag aus der Währungsumrechnung	-41	-6	o.A.
Realisiertes Ergebnis aus Hedging-Aktivitäten, nach Ertragsteuern	2	0	-100,0%
Nicht realisiertes Ergebnis von Fremdkapitalinstrumenten zum beizulegenden Zeitwert, nach Ertragsteuern	1	1	-52,8%
Posten, die in das Periodenergebnis umgegliedert werden können	-37	-6	o.A.
Neubewertung von Personalrückstellungen, nach Ertragsteuern	-13	7	-155,7%
Posten, die nicht in das Periodenergebnis umgegliedert werden	-13	7	-155,7%
Sonstiges Ergebnis (Other Comprehensive Income, OCI)	-50	1	-102,0%
Gesamtergebnis	596	628	5,3%
davon den Eigentümern der Muttergesellschaft zurechenbar	596	627	5,3%
davon nicht beherrschende Anteile	1	1	4,0%

* Unverwässert und verwässert

Weitere Kennzahlen

Hauptelemente der Konzernbilanz (in Mio. EUR)	31. Dez. 2023	31. Dez. 2024	Δ
Kurzfristige Vermögenswerte	1.545	1.828	18,4%
Langfristige Vermögenswerte	8.012	8.026	0,2%
Vermögenswerte	9.557	9.854	3,1%
Kurzfristige Schulden	1.845	1.889	2,4%
Langfristige Schulden	3.111	2.976	-4,3%
Schulden	4.956	4.865	-1,8%
Eigenkapital	4.601	4.989	8,4%

Hauptelemente der Konzern-Kapitalflussrechnung (in Mio. EUR)	2023	2024	Δ
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	1.716	1.814	5,7%
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-64	-909	o.A.
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-600	-707	17,8%

Wesentliche nichtfinanzielle Kennzahlen	2023	2024	Δ
Umwelt			
Gesamtenergieverbrauch (in MWh)	960.564	976.502	1,7%
Gesamte stationäre Verbrennung vor Ort	19.754	14.746	-25,4%
Energieverbrauch durch eigene Fahrzeuge	65.785	61.888	-5,9%
Verbrauch von gekauftem Strom	838.722	864.068	3,0%
Verbrauch von gekaufter Wärmeenergie	30.156	27.045	-10,3%
Energieeffizienzindikator (in MWh/Terabyte)	0,08	0,07	-11,3%
Anteil an erneuerbarer Energie am Gesamtstromverbrauch	76%	79%	3,9%
Gesamte CO ₂ -Emissionen (in t CO ₂ -Äquivalent)	702.325	598.754	-14,7%
davon Scope 1 CO ₂ -Emissionen	20.964	18.807	-10,3%
davon Scope 2 CO ₂ -Emissionen (market-based)	97.006	87.260	-10,0%
davon Scope 3 CO ₂ -Emissionen ¹⁾	584.355	492.687	-15,7%
CO ₂ -Intensität (Tonnen CO ₂ -Äquivalente/Umsatz in Mio. EUR)	23	20	-13,0%
Recyclingquote	57%	58%	1,8%
Mitarbeiter:innen			
Gesamt (Vollzeitäquivalente)	17.508	17.298	-1,2%
Anteil Frauen	40%	40%	-1pp
Anteil weiblicher Führungskräfte	35%	35%	0pp
Altersstruktur			
bis 30 Jahre	16,0%	16,6%	1pp
30-50 Jahre	61,3%	60,4%	-1pp
über 50 Jahre	22,7%	23,0%	0pp
Trainingsstunden (per Vollzeitkraft)	44	42	-4,5%
Compliance-Schulungen			
Anzahl der Teilnahmen an Compliance-Schulungen	48.870	43.848	-10,3%

¹⁾ Neuberechnung der für 2023 gemeldeten Kategorie 11 Zahl, da eine verbesserte Berechnungsmethode angewandt wurde.

Finanzkalender 2025

24. Mai 2025	Nachweisstichtag: Hauptversammlung
3. Juni 2025	Hauptversammlung
5. Juni 2025	Ex-Tag Dividende
6. Juni 2025	Nachweisstichtag: Dividende
11. Juni 2025	Dividenden-Zahltag
15. Juli 2025	Ergebnis Q2 und H1 2025
14. Oktober 2025	Ergebnis Q3 und Q1-Q3 2025

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, Firmenbuch
Gericht: Handelsgericht Wien | Tel.: +43 50 664 0, Website: www.A1.group | Foto-Credits: A1, Renée Del Missier, iStock.com |
Erscheinungsort: Wien, Österreich | Redaktionsschluss: 25. April 2025



www.A1.group