

A1 trotz Herausforderungen: Gesamtumsatz steigt um 4,1%!

A1 verzeichnete im Q2 2025 ein Umsatzwachstum von 4,1 % trotz schwierigen Marktbedingungen in Österreich und der CEE-Region.



Österreich - Im zweiten Quartal 2025 konnte die A1 Telekom Austria ein Umsatzwachstum von 4,1 % verzeichnen. Trotz herausfordernder Bedingungen in Österreich wuchsen die Serviceumsätze um 1,8 %, insbesondere im zentral- und osteuropäischen Raum (CEE). Dies zeigt, dass die Unternehmensstrategien auf internationale Märkte ausgerichtet sind, um die heimischen Herausforderungen abzufedern. Alejandro Plater, CEO von A1, hebt die starke Wachstumsperformance hervor, die durch eine robuste kommerzielle Entwicklung in Schlüsselsegmenten gefördert wird.

Besonders erfreulich ist die Gewinnung von über 300.000 neuen

mobilen Postpaid-Kunden, was zu einem Anstieg von 11,1 % in diesem Segment geführt hat. Thomas Arnoldner, stellvertretender CEO, betont die steigende Nachfrage nach Internet@Home-Produkten sowie digitalen B2B-Dienstleistungen, die ebenfalls zur positiven Entwicklung beigetragen haben. Die Zahl der Internet@Home-Postpaid-Kunden erhöhte sich um 4 %. Diese Entwicklung verdeutlicht die Anpassungsfähigkeit und Innovationskraft der A1 in einem komplexen Marktumfeld.

Marktumfeld und Herausforderungen

Das Wachstum in der CEE-Region hat erfolgreich das schwache Marktumfeld in Österreich kompensiert. A1 hat sich darauf konzentriert, ihre Marktanteile in den neuen Märkten zu halten und auszubauen. Dies könnte ein strategischer Weg sein, um die negativen Effekte eines stagnierenden Heimatmarktes zu minimieren.

Im Kontext der gesamten Branche ist die Entwicklung von 5G-Technologien, die seit 2020 eingeführt wurden, von großer Bedeutung. Dieser Mobilfunkstandard bietet nicht nur Datenraten im Gigabit-Bereich, sondern fördert auch die Zusammenführung von Festnetz und Mobilfunk. 5G ist ein entscheidender Eckpfeiler für die Unterstützung des Internet der Dinge, was zukünftige Geschäftsmöglichkeiten und zusätzliche Umsatzquellen schaffen könnte. Die Feststellung, dass Unternehmen zunehmend den Rechnungslegungsstandard IFRS 16 beachten, lässt darauf schließen, dass die Marktakteure umfassende Strategien zur Kapitalbeschaffung und Investitionen in den Infrastrukturausbau implementieren müssen.

Wertbestimmung und Unternehmenskennzahlen

Zur Ermittlung des Unternehmenswertes spielen Multiplikatoren eine zentrale Rolle. Diese können entweder auf vergangenheitsbezogenen Transaktionen basieren oder auf

zukünftigen prognostizierten Daten von vergleichbaren börsennotierten Unternehmen. Markt- und Transaktionsmultiplikatoren sind somit wesentliche Instrumente für Investoren und Stakeholder, um fundierte Entscheidungen zu treffen. Die Wahl des geeigneten Multiplikators hängt oft entscheidend vom Geschäftsmodell und der Branche des Unternehmens ab. **KPMG** erklärt, dass sowohl Entity als auch Equity Multiplikatoren zur Bewertung herangezogen werden können, was eine differenzierte Betrachtung der finanziellen Leistungsindikatoren ermöglicht.

Insgesamt zeigt die Entwicklung von A1 im zweiten Quartal 2025, dass trotz herausfordernder Bedingungen eine positive Geschäftsentwicklung möglich ist. Das Engagement in Wachstumsmärkten, die Anpassung an technologische Trends und eine klare Strategie zur Diversifikation könnten entscheidend für den zukünftigen Erfolg des Unternehmens sein. Die Zielsetzung, relevante Marktanteile zu sichern und die Kundenbasis kontinuierlich zu erweitern, bleibt dabei im Vordergrund.

Für detaillierte Informationen über die finanziellen Leistungsindikatoren von A1 wird auf den **Bericht der Telekom** verwiesen, wo ebenfalls die Auswirkungen von IFRS 16 auf die Unternehmenskennzahlen ersichtlich sind.

Details	
Ort	Österreich
Quellen	• www.ots.at • atlas.kpmg.com • bericht.telekom.com

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at