

Ergebnis für das 2. Quartal und das erste Halbjahr 2020

Wien, 14. Juli 2020. Die A1 Telekom Austria Group (VSE: TKA, OTC US: TKAGY) verlautbart heute ihre Ergebnisse für das 2. Quartal 2020 und das erste Halbjahr 2020, das am 30. Juni 2020 endete. Der Halbjahresbericht, der auch den verkürzten Konzernabschluss umfasst, wird am 21. Juli 2020 veröffentlicht.

Kennzahlen

in Mio. EUR	2. Quartal 2020	2. Quartal 2019	Veränd. in %	1-6 M 2020	1-6 M 2019	Veränd. in %
Umsatzerlöse gesamt	1.095,7	1.122,6	-2,4	2.221,7	2.212,1	0,4
Erlöse aus Dienstleistungen	939,5	943,7	-0,4	1.889,3	1.868,1	1,1
davon Mobilfunkerlöse aus Dienstleistungen	509,5	515,2	-1,1	1.030,3	1.010,1	2,0
davon Festnetzerlöse aus Dienstleistungen	430,0	428,5	0,4	859,0	858,0	0,1
Erlöse aus Verkauf von Endgeräten	136,7	149,8	-8,7	294,8	293,3	0,5
Sonstige betriebliche Erträge	19,5	29,1	-33,2	37,6	50,6	-25,7
EBITDA vor Restrukturierung	415,1	413,2	0,5	811,7	808,2	0,4
in % der Umsatzerlöse gesamt	37,9%	36,8%		36,5%	36,5%	
EBITDA	390,1	392,1	-0,5	770,7	766,2	0,6
in % der Umsatzerlöse gesamt	35,6%	34,9%		34,7%	34,6%	
Betriebsergebnis	151,6	154,6	-1,9	299,0	294,8	1,4
in % der Umsatzerlöse gesamt	13,8%	13,8%		13,5%	13,3%	
Nettoergebnis	113,8	70,0	62,7	203,1	155,9	30,3
in % der Umsatzerlöse gesamt	10,4%	6,2%		9,1%	7,0%	

Kennzahlen Mobilkommunikation	2. Quartal 2020	2. Quartal 2019	Veränd. in %	1-6 M 2020	1-6 M 2019	Veränd. in %
Mobilkommunikationskunden (in 1.000)	21.207,5	21.171,5	0,2	21.207,5	21.171,5	0,2
Vertragskunden	17.194,7	16.575,0	3,7	17.194,7	16.575,0	3,7
Prepaidkunden	4.012,9	4.596,5	-12,7	4.012,9	4.596,5	-12,7
MoU (je Ø Kunde)	440,3	365,7	20,4	418,5	359,8	16,3
ARPU (in EUR)	8,0	8,2	-1,8	8,1	8,0	0,8
Churn Mobilfunk (%)	1,4%	1,5%		1,4%	1,6%	

Kennzahlen Festnetz	2. Quartal 2020	2. Quartal 2019	Veränd. in %	1-6 M 2020	1-6 M 2019	Veränd. in %
RGUs (in 1.000)	6.104,7	6.176,3	-1,2	6.104,7	6.176,3	-1,2

Inhalt

Analyse 2. Quartal 2020 ¹	3
Highlights 1. Halbjahr 2020	13
Ausblick	16
Detaillierte Zahlen	17
Zusatzinformationen	26

¹ In diesem Bericht werden Alternative Performance Measures verwendet. Nähere Details finden Sie im Abschnitt „Detaillierte Zahlen“ ab Seite 17.

Analyse 2. Quartal 2020

Zusammenfassung Gruppe

Während der Covid-19-Ausbruch nur begrenzte Auswirkungen auf die Ergebnisse des 1. Quartals 2020 hatte, waren zu Beginn des 2. Quartals mit den von fast allen Regierungen in unserem Footprint verhängten strengen Lockdown-Maßnahmen die bevorstehenden Herausforderungen erkennbar. Gleichzeitig spiegeln die Finanzzahlen des zweiten Quartals 2020 eine Widerstandsfähigkeit in großen Teilen unserer Geschäftsbereiche und die positiven Auswirkungen der vom Management ergriffenen Gegenmaßnahmen wider.

Eingeschränkte Mobilität, Geschäftsschließungen und strenge Reisebeschränkungen belasteten jedoch verschiedene Aspekte unserer Geschäftstätigkeit im 2. Quartal 2020. So standen beispielsweise das Verkehrsvolumen beim Roaming, Verkäufe von Endgeräten und Währungsentwicklungen unter einem ungünstigen Einfluss. Ursprünglich auferlegte Einschränkungen für das öffentliche Leben sowie die Schließung von Geschäften und Grenzen wurden im Mai 2020 wieder aufgehoben, als die meisten Länder beschlossen, diese Maßnahmen behutsam aufzugeben und ihre Wirtschaft wieder zu öffnen. Bestimmte Reisebeschränkungen und regionale lokale Maßnahmen wurden jedoch seit Juni 2020 als Reaktion auf die steigenden Infektionsraten in einigen Regionen von den lokalen Behörden wieder eingeführt.

Die Präsentation für die Telefonkonferenz und die Kennzahlen der A1 Telekom Austria Group im Excel-Format („Fact Sheet Q2 2020“) sind auf der Website www.a1.group verfügbar.

- Die Umsatzerlöse der Gruppe gingen um 2,4 % zurück. Dies war auf geringere Erlöse aus dem Verkauf von Endgeräten und Verluste beim Roaming sowie auf geringere sonstige betriebliche Erträge infolge des Verkaufs einer Immobilie in Österreich im Vergleichszeitraum zurückzuführen. Zudem wurden die Erlöse auch durch negative Währungseffekte beeinträchtigt, die im Wesentlichen auf Weißrussland und in geringerem Maße auf Kroatien zurückzuführen sind. Ohne Währungs- und Einmaleffekte blieben die Umsatzerlöse weitgehend unverändert (-0,2 %).
- Die Erlöse aus Mobilfunkdienstleistungen gingen auf Gruppenebene um 1,1 % zurück, da das Wachstum in Österreich, Bulgarien und Serbien durch Rückgänge aufgrund von Roaming-Verlusten und negativen Währungseffekten mehr als ausgeglichen wurde.
- Festnetzerlöse aus Dienstleistungen stiegen leicht um 0,4 %, da das Wachstum in Bulgarien und Slowenien den Rückgang in Österreich und in anderen internationalen Märkten ausglich.
- Die Zahl von Vertragskunden im Mobilfunkgeschäft stieg um 3,7 % an, mit Zuwächsen in fast allen Märkten.
- Festnetz-RGUs gingen um 1,2 % zurück, da das Wachstum im Bereich Breitband mit hohen Bandbreiten und TV-RGUs den Rückgang bei Breitband mit geringer Bandbreite und Sprach-RGUs in Österreich im Festnetz nicht kompensieren konnte.
- Das EBITDA der Gruppe vor Restrukturierungsaufwendungen stieg um 0,5 % (berichtet: -0,5 %), da Roaming-Verluste durch Kosteneinsparungen mehr als ausgeglichen wurden. Ohne Einmal- und Währungseffekte sowie Restrukturierungsaufwendungen erhöhte sich das EBITDA um 3,9 %.
- In Österreich stieg das EBITDA vor Restrukturierungsaufwendungen um 0,4 % (berichtet: -1,3 %), da Erlöse aus Mobilfunkdienstleistungen trotz Roaming-Verlusten wachsen konnten, und wurde auch durch Einsparungen bei betrieblichen Aufwendungen unterstützt. Ohne einen Einmaleffekt in der Vergleichsperiode erhöhte sich das EBITDA vor Restrukturierung um 3,7 %.
- Das EBITDA im internationalen Geschäft ging um 0,9 % zurück, was in erster Linie auf negative Währungseffekte in Weißrussland und Roaming-Verluste in Kroatien zurückzuführen ist, während das Segment Bulgarien erneut ein starkes Wachstum verzeichnete.
- Das Nettoergebnis stieg gegenüber dem Vorjahr um 62,7 %. Beide Perioden wurden dabei durch unterschiedene Steuerfälle in Bulgarien erheblich beeinflusst.

- Im 2. Quartal 2020 war ein besonders starker Free Cashflow von 158,8 Mio. EUR zu verzeichnen (2. Quartal 2019: 34,2 Mio. EUR), was hauptsächlich durch niedrigere Zahlungen für Anlagenzugänge und eine bessere Working Capital Entwicklung in der Berichtsperiode bedingt war, während das 2. Quartal 2019 durch bezahlte Frequenzen für Spektrumauktionen beeinflusst wurde.
- Ausblick für 2020: ~2 % Rückgang der Umsatzerlöse, hauptsächlich durch negative Auswirkungen von Roaming und Wechselkursen sowie niedrigere Erlösen aus dem Verkauf von Endgeräten bedingt; Kürzungen bei den Anlagenzugängen um rund 25% gegenüber dem ursprünglichen Ausblick (770 Mio. EUR Anlagenzugänge ohne Frequenzinvestitionen und Akquisitionen), um die Flexibilität zu gewährleisten und den Free Cashflow zu stärken.

Die folgenden Faktoren sollten bei der Analyse der Quartalsergebnisse der A1 Telekom Austria Group berücksichtigt werden:

- Negativer Roaming-Einfluss auf das Gruppen-EBITDA von etwa 5 % aufgrund des markanten Rückgangs des Verkehrs im Zuge der verhängten Reisebeschränkungen.
- Die Restrukturierungsaufwendungen in Österreich beliefen sich im 2. Quartal 2020 auf 25,0 Mio. EUR (2. Quartal 2019: 21,1 Mio. EUR).
- Im 2. Quartal 2019 gab es positive Einmaleffekte von 8,2 Mio. EUR bei den Umsatzerlösen und von 6,8 Mio. EUR beim EBITDA, die in erster Linie aus einem Immobilienverkauf in den sonstigen betrieblichen Erträgen in Österreich resultierten.
- Die negativen Effekte aus der Währungsumrechnung beliefen sich im 2. Quartal 2020 auf 16,4 Mio. EUR in den Umsatzerlösen, 12,2 Mio. bei den Erlösen aus Dienstleistungen und auf 7,1 Mio. EUR im EBITDA und stammten vorwiegend aus Weißrussland und in geringerem Maße aus Kroatien.

Mobile Subscribers and Fixed-line RGUs

Die Zahl der Vertragskunden nahm im 2. Quartal 2020 um 3,7 % zu, und RGUs gingen um 1,2 % zurück.

In Summe blieb die Zahl der Mobilfunkkunden der A1 Telekom Austria Group im Berichtsquartal mit 21,2 Millionen weitgehend unverändert (0,2 %). Im österreichischen Markt ist die Regelung zur Registrierung von SIM-Karten seit dem 1. Jänner 2019 gültig. Bestehende Kunden konnten sich bis 1. September 2019 registrieren. Dies führte erneut zu einem deutlichen Rückgang der Brutto-Neuzugänge und Kundenzahlen im Prepaid-Segment.

In fast allen Märkten stieg die Zahl der Vertragskunden, was auf die anhaltend starke Nachfrage nach mobilen WLAN-Routern zurückzuführen ist. Die Zahl der M2M-Kunden von A1 Digital nahm im 2. Quartal 2020 weiter zu, während sich der Rückgang der Prepaid-Kunden fortsetzte, da sich in den meisten Märkten eine anhaltende Verschiebung von Prepaid- zu Vertragsangeboten vollzog.

Die Zahl der umsatzgenerierenden Einheiten (RGUs) im Festnetzgeschäft der Gruppe sank im Jahresvergleich um 1,1 %. Der Rückgang bei den RGUs in Österreich war auf die RGUs bei Breitband mit geringer Bandbreite und auf Sprach-RGUs zurückzuführen, während sich die Umstellung auf höhere Geschwindigkeiten auch im 2. Quartal 2020 besonders kräftig entwickelte. In den internationalen Märkten stieg die Anzahl der RGUs, gestützt auf TV- und Breitband-RGUs.

Österreich

Kennzahlen

Finanzkennzahlen

in Mio. EUR	2. Quartal 2020	2. Quartal 2019	Veränd. in %	1-6 M 2020	1-6 M 2019	Veränd. in %
Umsatzerlöse gesamt	635,9	658,5	-3,4	1.283,4	1.305,3	-1,7
Erlöse aus Dienstleistungen	574,1	576,6	-0,4	1.151,6	1.153,8	-0,2
davon Mobilfunk Erlöse aus Dienstleistungen	232,4	229,9	1,1	469,8	460,8	2,0
davon Festnetzerlöse aus Dienstleistungen	341,7	346,7	-1,4	681,8	693,0	-1,6
Erlöse aus Verkauf von Endgeräten	51,0	62,1	-18,0	109,8	117,6	-6,6
Sonstige betriebliche Erträge	10,9	19,8	-45,0	22,1	33,9	-35,0
EBITDA vor Restrukturierung	258,3	257,4	0,4	497,7	504,3	-1,3
in % der Umsatzerlöse gesamt	40,6%	39,1%		38,8%	38,6%	
EBITDA	233,3	236,3	-1,3	456,7	462,3	-1,2
in % der Umsatzerlöse gesamt	36,7%	35,9%		35,6%	35,4%	
Betriebsergebnis	100,8	109,9	-8,3	195,6	211,7	-7,6
in % der Umsatzerlöse gesamt	15,9%	16,7%		15,2%	16,2%	

Kennzahlen Mobilkommunikation	2. Quartal 2020	2. Quartal 2019	Veränd. in %	1-6 M 2020	1-6 M 2019	Veränd. in %
Mobilkommunikationskunden (in 1.000)	5.003,7	5.241,2	-4,5	5.003,7	5.241,2	-4,5
davon Vertragskunden	3.915,2	3.851,8	1,6	3.915,2	3.851,8	1,6
davon Prepaid-Kunden	1.088,6	1.389,4	-21,7	1.088,6	1.389,4	-21,7
MoU (je Ø Kunde)	383,7	279,3	37,3	366,6	278,7	31,5
ARPU (in EUR)	15,4	14,5	6,2	15,5	14,5	7,2
Churn Mobilfunk (%)	1,3%	1,4%		1,4%	1,4%	

Kennzahlen Festnetz	2. Quartal 2020	2. Quartal 2019	Veränd. in %	1-6 M 2020	1-6 M 2019	Veränd. in %
RGUs (in 1.000)	3.193,7	3.283,7	-2,7	3.193,7	3.283,7	-2,7

Im 2. Quartal 2020 boten alle österreichischen Netzbetreiber weiterhin konvergente Produkte an. Der Wettbewerb im Internet@Home-Geschäft, das mobile WLAN-Router, hybride und reine Festnetz-Breitbandlösungen umfasst, war im 2. Quartal 2020 weiterhin stark und wurden insbesondere von einer neuen Preisgestaltung für Produkte mit hoher Bandbreite und Produktbündel mit Sicherheitsprodukten geprägt.

Um diesen Bemühungen des Wettbewerbs zu begegnen, führte A1 Ende April 2020 eine Breitband-Aktion durch und bot neuen und bestehenden Festnetzbreitbandkunden attraktive Vorteile an, wie etwa ein kostenloses Tablet oder den Erlass der Herstellungsentgelte. Am 29. Juni 2020 wurde diese Aktion um regionale Sonderangebote und vor allem um ein Premium WLAN-Mesh-Set erweitert, das eine Verbesserung der Qualität von Breitband-Internetverbindungen in den Räumlichkeiten der Kunden ermöglicht.

Ziel der Aktion war es, den Abwärtstrend bei Aufträgen im Festnetzgeschäft zu mindern, der von den Anfang März 2020 verhängten Lockdown-Maßnahmen zusätzlich verstärkt wurde. Dies führte zu einer Verbesserung der Brutto-Neuzugänge im Mai und zu einer erheblichen Steigerung der Verkaufsvolumen im Juni im Vergleich zum Vorjahr und verbesserte den negativen Trend von Netto-Neuzugängen gegenüber dem Vorquartal.

Starke Nachfrage im mobilen Geschäftskundensegment in den ersten Wochen des Lockdowns

Im Mobilfunkgeschäft stieg die Nachfrage im Geschäftskundensegment in den ersten Wochen des Lockdowns auf einen Spitzenwert, während bei Privatkunden Anzeichen einer Abschwächung zu erkennen waren. Diese Trends kehrten sich jedoch zum Ende des Quartals um, und die Marktdynamik begann sich zu normalisieren.

Im Jänner 2020 führte A1 sein „5Giga“-Premium-Tarif-Portfolio für die Segmente Mobilfunk und Internet@Home ein. 5GigaMobil-Tarife bieten ein Priority-Netzangebot, unbegrenztes Datenvolumen sowie die neuesten 5G-fähigen Geräte. 5GigaNet-Tarife umfassen eine Bandbreiten-Garantie von mindestens 90 % für FTTH-Produkte, während die 5GigaCube-Tarife für mobile WLAN-Router neben dem Priority-Netzangebot höhere Geschwindigkeiten sowie Premium-Hardware bieten. Während diese 5Giga-Tarife anfangs eine starke Nachfrage im 1. Quartal verzeichneten, schwächte sich der Trend in dem neuen durch den Ausbruch von Covid-19 bedingten Umfeld ab. Neben den 5GigaMobil-Tarifen bietet A1 auch attraktive LTE-Mobilfunktarife mit höheren Datenvolumen an.

Im mobilen Niedrigpreis- und Jugendsegment intensivierte sich der Wettbewerb im 2. Quartal erneut mit aggressiven Angeboten bei Sprachdiensten und Endgeräten, dem A1 weiterhin mit speziellen Angeboten für Jugendliche und attraktiven Angeboten seiner No-Frills-Marken begegnete. Da seit dem 1. Jänner 2019 die SIM-Kartenregistrierung für Neukunden und seit dem 1. September 2019 für bestehende Kunden erforderlich ist, werden nicht registrierte SIM-Karten bis spätestens Oktober 2020 annulliert. Prepaid-Erlöse haben nur einen geringen Einfluss auf die Erlöse aus Dienstleistungen.

Im März 2020 lancierte A1 erfolgreich seine neue TV-Plattform Xplore TV mit 260 Kanälen, 7 Tage Fernsehen nachholen, Multiscreen-Erlebnis sowie Aufnahmen von bis zu 500 Stunden und vielen integrierten Apps für TV, Tablets, Smartphones, Laptops und Chromecast. Während die Migration von Bestandskunden auf die neue Plattform gut anlief und den ARPL im 2. Quartal 2020 aufgrund höherer Preise für das neue Produkt zusätzlich stützte, bleibt das Gewinnen von Neukunden eine Herausforderung.

Im November 2019 wurden die Tarife für bestehende Kunden von Festnetzsprachdiensten erhöht. Seit dem 1. April 2020 ist eine Indexierung von etwa 1,5 % für bestehende Kunden in Teilen des hochwertigen Mobilfunkgeschäfts und des Festnetzgeschäfts in Kraft. Darüber hinaus wurden die Aktivierungsgebühr und die jährliche Servicegebühr für Mobilfunkkunden bzw. bei Tarifwechseln im Februar 2020 erhöht.

Auswirkungen von Covid-19

Die von der österreichischen Regierung am 16. März 2020 eingeführten Maßnahmen zur Kontaktbeschränkung zeigten Wirkung, und die Zahl der Neuinfektionen ging während des 2. Quartals kontinuierlich zurück. Etwa Mitte Mai 2020 begann das Land mit einer allmählichen, überwachten Wiederöffnung. Schulen, Restaurants und Museen öffneten am 15. Mai wieder, und Gästeunterkünfte stehen seit dem 29. Mai wieder zur Verfügung. Shops von Telekommunikationsanbietern durften während des Lockdowns geöffnet bleiben. Anfang Juli 2020 wurden von einigen lokalen Behörden in Österreich als Reaktion auf den Anstieg der Zahl der Infektionsfälle in einem der Bundesländer wieder Maßnahmen eingeführt, um das Risiko einer ausgedehnten Pandemie zu verringern.

Der mobile Sprach- und Datenverkehr begann sich zu normalisieren, im Festnetzbereich war er im Vergleich zu den Niveaus von vor der Covid-19-Krise noch höher

Der anfangs sprunghafte Anstieg des Sprach- und Datenverkehrs im Mobilfunk- und Festnetz nach der Ankündigung der Kontaktsperremaßnahmen ging gegen Ende des 2. Quartals nur langsam zurück, und die Volumen im Festnetz sind nach wie vor höher als vor der Covid-19 Krise, während sich der mobile Sprach- und Datenverkehr normalisierte. Die Nutzung von TV und Video-on-Demand stieg während des Lockdowns erheblich, hat sich aber wieder normalisiert. Trotz des anfänglich rasanten Nutzungsanstiegs wurde auch zu Spitzenzeiten eine hohe Netzqualität verzeichnet.

Die außergewöhnlich starke Nachfrage nach WLAN-Routern und mobilen Endgeräten für Geschäftskunden, die seit Ende des 1. Quartals zu verzeichnen war, begann sich im Mai und Juni 2020 zu normalisieren. Im Mobilfunkgeschäft des Privatkundensegments verbesserten sich nach dem April 2020 die Brutto-Neuzugänge, während die Abwanderung gering blieb. Der Anteil von Online-Käufen stieg von anfangs unter

10 % auf ca. 20 %, ging jedoch nach der Aufhebung der Lockdown-Maßnahmen wieder nahezu auf seine alten Niveaus zurück.

Anfang Juni begann die österreichische Regierung, die Grenzen zu den meisten Nachbarländern wieder zu öffnen, und im späteren Monatsverlauf wurden auch die Reisebeschränkungen für andere ausgewählte EU-Länder aufgehoben. Ab dem 1. Juli beschloss die Regierung, eine Liste verschiedener Nicht-EU-Länder zu erstellen, deren Bürger nach Österreich einreisen dürfen. Die Roaming-Erlöse stehen seit März 2020 aufgrund des vorzeitigen Endes der Winterreisesaison besonders stark unter Druck. Hinzu kam der negative Einfluss durch die verhängten Reisebeschränkungen und die Grenzschießungen während des 2. Quartals.

Das Festnetzgeschäft war weiterhin geprägt von der starken Nachfrage von Geschäftskunden nach VPN-Verbindungen und höheren Bandbreiten, insbesondere zu Beginn des 2. Quartals. Im Privatkundengeschäft gingen die Festnetzaufträge anfangs aufgrund der Lockdown-Maßnahmen zurück; dieser Trend verbesserte sich jedoch mit der oben erwähnten Breitbandaktion. Die Nachfrage nach der Umstellung auf höhere Bandbreiten seitens bestehender Kunden blieb im 2. Quartal ebenfalls hoch. Obwohl sich Festnetz-Sprachdienste in einem langfristigen Abwärtstrend befinden, leisteten sie im 2. Quartal aufgrund des gestiegenen Sprachverkehrs und der Preiserhöhungen vom November 2019 einen positiven Beitrag.

Ergebnisse Q2 2020

Die Umsatzerlöse in Österreich gingen im 2. Quartal 2020 um 3,4 % zurück. Dies war auf geringere Erlöse aus dem Verkauf von Endgeräten, Verluste beim Roaming sowie auf geringere sonstige betriebliche Erträge aufgrund des Verkaufs einer Immobilie im Vergleichszeitraum zurückzuführen. Erlöse aus Dienstleistungen gingen leicht um 0,4 % zurück.

Erlöse aus Mobilfunkdienstleistungen stiegen im 2. Quartal 2020, da eine starke Nachfrage nach mobilen WLAN-Routern und erfolgreiche Upselling-Aktivitäten im höherwertigen Segment die Verluste bei Roaming-Erlösen aufgrund der Verschlechterung der Marktdynamik in der Covid-19-Krise ausglich. Der ARPU stieg vor allem aufgrund des höheren Anteils von Vertragskunden nach der SIM-Karten-Registrierung. Darüber hinaus führte die starke Nachfrage nach mobilen Wi-Fi-Routern und höherwertigen Tarifen ebenfalls zu einem Anstieg des ARPU.

Erlöse aus dem Verkauf von Endgeräten gingen aufgrund der erheblich geringeren Zahl verkaufter Geräte während der Lockdown-Zeit zu Beginn des 2. Quartals markant zurück.

Festnetzerlöse aus Dienstleistungen gingen im 2. Quartal 2020 um 1,4 % zurück, was in vollem Umfang auf geringere Zusammenschaltungserlöse zurückzuführen ist, da die Verkehrsvolumen internationaler Verbindungen während des Virusausbruchs zurückgingen und ein schlechterer Mix von Destinationen zum Tragen kam. Festnetzerlöse aus Dienstleistungen im Privatkundensegment hielten sich unverändert (-0,2 %) und standen unter dem positiven Einfluss von höherem Sprachverkehr und Breitband-Upgrades sowie der oben erwähnten Preiserhöhungen. Dies war trotz der Einlösung von Kundengutscheinen und niedrigeren Herstellungsentgelten der Fall, die sich aus der oben erwähnten Breitbandaktion ergaben. Solutions & Connectivity-Erlöse stiegen im 2. Quartal trotz einiger negativer Einflüsse durch die Pandemie, was einer stärkeren Nachfrage nach Dienstleistungen in den Bereichen Datacenter, Sicherheit und Arbeitsplatz zu verdanken ist. Der ARPL stieg um 3,9 % dank erfolgreicher Upselling-Aktivitäten und Preiserhöhungen im November 2019.

Das Internet@Home-Geschäft setzte sein Wachstum fort und verzeichnete im Jahresvergleich einen Anstieg von 1,5 %.

Die Internet@Home-Kunden (reines Festnetzbreitband, Breitband-RGUs, Hybridmodems und mobile WLAN-Router) stiegen im Jahresvergleich um 1,5 %. Dieses Wachstum war erneut auf die anhaltend starke Nachfrage nach mobilen WLAN- Routern sowohl im Hoch- als auch im Niedrigpreissegment zurückzuführen.

Die Marge bei Endgeräten verschlechterte sich im 2. Quartal aufgrund von geringeren Werbevereinbarungen und positiven Anpassungen für den Wert von Lagerbeständen in der Vergleichsperiode. Die Summe der Stützungen ging infolge geringerer Verkäufe von Endgeräten zurück, was dem negativen Effekt des Covid-19-Ausbruchs zuzuschreiben ist, während auch die Stützungen pro Endgerät geringer waren als im Vorjahr.

Das EBITDA vor Restrukturierungsaufwendungen stieg um 0,4 % (berichtet: -1,3 %) aufgrund steigender Erlöse aus Mobilfunkdienstleistungen trotz Verlusten beim Roaming und aufgrund von Einsparungen bei den betrieblichen Aufwendungen, insbesondere bei Personalkosten und Werbeaufwand. Während Erstgenannte in erster Linie aufgrund geringerer Reise- und Schulungskosten zurückgingen, sanken Letztere hauptsächlich wegen saisonaler Verschiebungen von Werbeaktivitäten. Hinzu kommt, dass in der Vergleichsperiode der oben erwähnte Immobilienverkauf positiv zu Buche schlug. Ohne diesen Einmaleffekt und Restrukturierungsaufwendungen verzeichnete das EBITDA ein Wachstum von 3,7 %.

Internationale Geschäftstätigkeiten

Kennzahlen
Finanzkennzahlen

in Mio. EUR	2. Quartal 2020	2. Quartal 2019	Veränd. in %	1-6 M 2020	1-6 M 2019	Veränd. in %
Umsatzerlöse gesamt	465,9	476,2	-2,2	951,3	929,3	2,4
Erlöse aus Dienstleistungen	371,5	379,0	-2,0	750,6	735,8	2,0
davon Mobilfunkerlöse aus Dienstleistungen	278,6	289,7	-3,8	563,6	557,2	1,2
davon Festnetzerlöse aus Dienstleistungen	92,9	89,3	4,0	187,0	178,6	4,7
Erlöse aus Verkauf von Endgeräten	85,7	87,7	-2,3	184,6	176,0	4,9
Sonstige betriebliche Erträge	8,7	9,5	-7,9	16,0	17,5	-8,6
EBITDA	172,0	173,6	-0,9	343,5	334,7	2,7
in % der Umsatzerlöse gesamt	36,9%	36,5%		36,1%	36,0%	
Betriebsergebnis	67,6	63,1	7,2	136,0	115,0	18,2
in % der Umsatzerlöse gesamt	14,5%	13,3%		14,3%	12,4%	

Kennzahlen Mobilkommunikation	2. Quartal 2020	2. Quartal 2019	Veränd. in %	1-6 M 2020	1-6 M 2019	Veränd. in %
Mobilkommunikationskunden (in 1.000)	14.517,5	14.603,3	-0,6	14.517,5	14.603,3	-0,6
davon Vertragskunden	11.593,2	11.396,2	1,7	11.593,2	11.396,2	1,7
davon Prepaid-Kunden	2.924,3	3.207,1	-8,8	2.924,3	3.207,1	-8,8

Kennzahlen Festnetz	2. Quartal 2020	2. Quartal 2019	Veränd. in %	1-6 M 2020	1-6 M 2019	Veränd. in %
RGUs (in 1.000)	2.911,0	2.892,6	0,6	2.911,0	2.892,6	0,6

Ohne Währungseffekte stieg das EBITDA in den CEE-Märkten um 3,2 %

Das internationale Geschäft verzeichnete einen Rückgang der Erlöse um 2,2 % und des EBITDA um 0,9 %, was im Wesentlichen durch die Segmente Weißrussland und Kroatien bedingt war, während Bulgarien erneut Wachstum verzeichnete. Ohne negative Währungseffekte wuchsen die Erlöse und das EBITDA des internationalen Geschäfts um 1,3 % bzw. 3,2 %.

Bulgarien

Das Wachstum der Umsatzerlöse auf dem bulgarischen Markt war im 2. Quartal 2020 trotz negativer Auswirkungen der Pandemie erneut solide. Erlöse aus Dienstleistungen stiegen dank des Festnetzgeschäfts, das weiterhin von individuellen Unternehmenslösungen, Upselling im Breitbandsegment und einem reichhaltigeren TV-Content getragen wurde. Dies führte zu einem höheren ARPL und mehr TV- und Breitband-RGUs. Erlöse aus Mobilfunkdienstleistungen stiegen aufgrund effizienter Upselling-Aktivitäten ebenfalls; allerdings verlangsamte sich das Wachstum wegen rückläufiger Roaming-Erlöse ein wenig.

Die allgemeinen Mobilitätsbeschränkungen im Zusammenhang mit Covid-19 wurden Anfang Mai 2020 aufgehoben, während weiterhin Empfehlungen bestehen, physische Kontakte zu reduzieren und Mitarbeitern das Arbeiten im Home-Office zu ermöglichen. Alle Schulen und Universitäten werden bis September 2020 geschlossen bleiben. Die Grenzschließung wurde aufgehoben, außer für einige Nationalitäten mit einem hohen Risiko der Ausbreitung der Pandemie. Anfang Juli wurde ein langsam steigender Trend von täglichen Neuinfektionen in Bulgarien verzeichnet, was zu diesem Zeitpunkt jedoch keine Auswirkungen auf die geschäftlichen Aktivitäten in diesem Land hatte.

Im 2. Quartal 2020 stieg der Umsatzerlös um 5,3 %, was durch höhere Erlöse aus Dienstleistungen (6,0 %) sowie etwas höhere Erlöse aus dem Verkauf von Endgeräten und Equipment an IKT- und Geschäftskunden bedingt war. Kosten und Aufwendungen stiegen insgesamt aufgrund höherer Content-Kosten und höherer Verwaltungsaufwendungen, während sich die Margen von Endgeräten leicht verschlechterten. Infolgedessen stieg das EBITDA um 6,7 %.

Kroatien

Im 2. Quartal 2020 zeigte die kroatische Wirtschaft mit der Verhängung der Maßnahmen zur Selbstisolation und zur physischen Distanzierung erste Anzeichen einer Rezession. Aufgrund der starken Abhängigkeit vom Tourismus und vom Handelsaustausch mit Italien gehört die kroatische Wirtschaft zu den am härtesten getroffenen der Region.

Ausgelöst durch die Covid-19-Krise begannen alle Telekommunikationsanbieter, ihren Kunden zusätzliche Vergünstigungen anzubieten wie kostenlose TV-Inhalte und spezielle Aktionen im Festnetz sowie unbegrenzte Datentarife, Rabatte auf Endgeräte und kostenlose Datenpakete beim Mobilfunk.

Auf dem Festnetzmarkt waren das Pushen von digitalen Kanälen und zusätzliche Vergünstigungen für Kunden wie freie TV-Inhalte, Endgeräte und Rabattaktionen die Reaktion von A1 auf die Herausforderungen von Covid-19. Auf dem Mobilfunkmarkt wurden negative Auswirkungen der Pandemie durch kostenlose Datenoptionen, Rabatte auf Endgeräte und Tarif-Highlights mit doppeltem Datenvolumen im Prepaid-Segment gemindert.

Nach der Lockerung der Lockdown-Maßnahmen wurden die Grenzen zu Nachbarländern und den meisten EU-Ländern Anfang Juni wieder geöffnet. Die Lage im Tourismus hat sich gegenüber April und Mai leicht verbessert, wobei bestimmte Vorbeugungsmaßnahmen bezüglich Covid-19 immer noch in Kraft sind und Touristen sich bei der Einreise in das Land registrieren lassen müssen. Alle Geschäfte und Einkaufszentren wurden wieder geöffnet, während Schulen und Universitäten mit eingeschränkten Kapazitäten ihren Betrieb wieder aufnehmen dürfen.

Mitte Juni begannen die Covid-19-Fälle wieder zu steigen und haben nun den Spitzenwert der ersten Welle im März überschritten. Die Regierung zieht in Erwägung, wieder Einschränkungen an Grenzen und für öffentliche Versammlungen einzuführen, wenn die Covid-19-Fallzahlen wieder erheblich ansteigen, mit der Absicht einen völligen Lockdown zu vermeiden.. Zuvor hatte die Regierung Maßnahmen zur Unterstützung von Unternehmen während des Covid-19-Lockdowns eingeführt, unter anderem Zahlungsaufschub für Steuern sowie Betriebsmittel- und Liquiditätsdarlehen und eine geringfügige Unterstützung der Lohn- und Gehaltszahlungen für betroffene Unternehmen.

Die kroatische Kuna wertete im 2. Quartal 2020 gegenüber dem Euro um 2,1 % ab (Periodendurchschnitt), was zu einem negativen Währungseffekt von 2,2 Mio. EUR in den Umsatzerlösen und 0,7 Mio. EUR im EBITDA führte.

Im 2. Quartal 2020 sanken die Umsatzerlöse im kroatischen Segment gegenüber dem Vorjahr um 6,8 %, was auf geringere Erlöse aus Dienstleistungen und aus dem Verkauf von Endgeräten zurückzuführen ist. Der Rückgang der Erlöse aus Dienstleistungen war durch geringere Roaming- und Zusammenschaltungserlöse sowie durch ungünstige Währungseffekte bedingt. Geringere Kosten und Aufwendungen aufgrund von geringeren Vertriebs- und Marketingausgaben sowie niedrigeren Verwaltungskosten konnten den Rückgang der Erlöse aus Dienstleistungen nicht ausgleichen, sodass das EBITDA gegenüber dem Vorjahr um 3,2 % niedriger ausfiel.

Weißrussland

Im 2. Quartal 2020 verlangsamte sich die Wirtschaftstätigkeit in Weißrussland und auch die Unternehmen litten unter der Covid-19-Pandemie. Die Inflationsrate lag im Juni 2020 bei 5,2 %. Der weißrussische Rubel wertete im 2. Quartal 2020 gegenüber dem Euro um 12,2 % ab (Periodendurchschnitt).

Im 2. Quartal schwächte sich die Marktdynamik ab, und während Netzbetreiber sich weiterhin auf die Bindung und das Upselling bei Bestandskunden konzentrierten, wurde das Gewinnen neuer Kunden schwieriger. A1 profitiert nach dem Erwerb von LTE-Kapazitäten im Dezember 2019 von der Fähigkeit, eine landesweite LTE-Abdeckung anbieten zu können.

Anders als auf den anderen Märkten von A1 hat die Regierung Weißrusslands bislang noch keine offiziellen Einschränkungen im Zusammenhang mit dem Ausbruch von Covid-19 verhängt. Die Bürger wurden allerdings aufgefordert, soziale Kontakte auf ein Minimum zu beschränken. Seit Mitte April hat sich die Pandemiesituation des Landes verschlechtert, und die Zahl der offiziell berichteten Neuinfektionen stieg wieder an. Dieser Trend stabilisierte sich jedoch im Juni, und die Anzahl neuer Covid-19-Fälle begann zum Ende des 2. Quartals wieder zu sinken. Am 24. April 2020 hat A1 Belarus einige Shops mit geringerem Kundenaufkommen geschlossen und einen Online-Store lanciert, um das Verkaufsvolumen stärker auf digitale Kanäle zu verlagern. Anfang Juli 2020 wurden alle Verkaufsstellen von A1 wieder geöffnet und arbeiten mit voller Kapazität.

Am 26. März 2020 hat A1 Belarus seine attraktive #stayonline-Initiative mit unbegrenzten Daten und 30 Gratis-TV-Kanälen, Filmen und Serien im Rahmen einer Upselling-Maßnahme für bestehende Mobil- und Festnetzkunden erfolgreich gestartet. Dieser Erfolg hielt im 2. Quartal 2020 an und spielte eine bedeutende Rolle beim Gewinnen von Neukunden.

A1 Belarus hat sein Mobilfunkportfolio bereits in der zweiten Jahreshälfte 2019 mithilfe stärker datenorientierter Angebote und optionaler Daten-Zusatzpakete für Voice-Only-Prepaid-Angebote neu gestaltet und plant, Prepaid-Kunden auf Vertragsangebote umzustellen. Im 2. Quartal 2020 führte A1 einen konvergenten Serviceplan ein, der Mobilfunk- und Festnetzkonnektivität sowie TV-Dienste abdeckt. Dieser wurde vom Markt positiv aufgenommen und führte zu höheren Kundenzahlen.

Zum 1. Juli 2019 wurde eine inflationsbedingte Preiserhöhung für Mobilfunkkunden in Höhe von 4,3 % eingeführt. Festnetztarife für bestehende Kunden wurden im Juni 2019 um 6,0 % erhöht.

Die Umsatzerlöse gingen aufgrund von negativen Währungseffekten in Höhe von 14,2 Mio. EUR in Euro zurück, während sie in Lokalwährung um 6,9 % zulegten. Das Wachstum wurde durch höhere Erlöse aus Dienstleistungen angetrieben, da die Erlöse aus Mobilfunkdienstleistungen trotz des negativen Roaming-Effekts stiegen. Dieser Anstieg ist auf Upselling-Maßnahmen und strukturelle Verlagerungen auf das neue Portfolio mit höheren monatlichen Gebühren und auf die erwähnten Preiserhöhungen zurückzuführen. Die Erlöse aus Festnetzdienstleistungen stiegen ebenfalls aufgrund von Preiserhöhungen. Die Marge bei End-

geräten verbesserte sich, was besseren Margen bei IKT-Geräten zu verdanken ist, die sich aus einem großen Geschäftskundenprojekt ergaben. Kosten und Aufwendungen waren in Lokalwährung geringer, was im Wesentlichen auf niedrigere Endgerätekosten, aber auch auf geringere Werbeaufwendungen zurückzuführen ist. In Lokalwährung stieg das EBITDA im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 7,9 %. In Euro ging es um 5,5 % zurück.

Weitere Segmente

Im 2. Quartal 2020 herrschte in Slowenien weiterhin ein intensiver Wettbewerb, und alle Anbieter setzten ihre Aktionen fort. Obwohl der Markt im April aufgrund der Covid-19-Krise ruhiger wurde, zogen die Aktivitäten im Mai und Juni wieder auf ihr Vorkrisenniveau an. A1 Slowenien führte seine neue TV-Plattform Xplore auf dem Markt ein sowie neue Angebote wie höhere Geschwindigkeiten, Zufriedenheitsgarantie, keine Vertragsbindung und höhere Preise. Die meisten Mitte März verhängten Covid-19-Maßnahmen sind mittlerweile aufgehoben, und die Mobilität der Bevölkerung kehrt wieder auf ein normales Niveau zurück. Grenzschießungen blieben nur für bestimmte Länder mit einer kritischen Entwicklung der Pandemie in Kraft. Die gesamten Umsatzerlöse gingen im 2. Quartal 2020 um 1,4 % zurück, was den niedrigeren Erlösen aus Dienstleistungen zuzuschreiben ist, bei denen höhere Festnetzerlöse den Rückgang der Erlöse aus Mobilfunkdienstleistungen nur zum Teil ausgleichen konnten. Während Erstere aufgrund der erfolgreichen Neukundengewinnung und eines wachsenden Kundenstamms stiegen, gingen Letztere aufgrund geringerer Roaming-Erlöse, weniger eingehenden Verbindungen und der Umstellung auf Paketpläne zurück. Kosten und Aufwendungen gingen im 2. Quartal 2020 leicht zurück, was hauptsächlich durch geringere Vertriebskosten und geringere Verwaltungsaufwendungen bedingt war. Die Kosten für Endgeräte stiegen allerdings infolge höherer Stützungen in der Zeit nach der Aufhebung der Covid-19 Beschränkungen, was die Margen auf Endgeräte belastete. Insgesamt sank das EBITDA um 2,9 %.

Während der Mobilfunkmarkt in Serbien mit rückläufigen Stützungen im 1. Quartal allmählich Anzeichen der Reife erkennen ließ, wurde der Wettbewerb nach dem Covid-19-Lockdown im 2. Quartal aggressiver, und es kam zu Endgeräteaktionen mit Rabatten und höheren Stützungen. Die Umgestaltung des Portfolios im Februar 2020 mit einem „Mehr für mehr“-Konzept mit höheren Datenvolumen für Tarife mit Endgeräten führte zu einer stärkeren Abgrenzung von SIM-only-Tarifen, was auch im 2. Quartal anhielt. Die Nachfrage nach unbegrenzten Sprach- und SMS-Tarifen mit Datenflatrates und die Beliebtheit mobiler WLAN-Router nahmen im 2. Quartal noch weiter zu. Während des Covid-19-Ausbruchs bot der Wettbewerb im Rahmen eines Appells an die Nutzer, zu Hause zu bleiben, kostenlose Add-ons für Apps von sozialen Netzwerken an. Auch Vip mobile bot kostenlose Dienstleistungen für den Zugang zu bestimmten Materialien für Home-Schooling an. Strenge Lockdown-Maßnahmen mit Ausgangssperren, geschlossenen öffentlichen Einrichtungen und Verkehrsmitteln sowie Programme für die Befreiung von Rückzahlungen, die seit Mitte März in Kraft waren, wurden ab Mitte Mai allmählich wieder aufgehoben. Anfang Juli wurden steigende Fallzahlen von Neuinfektionen im Land beobachtet, was kommunale Regierungen dazu veranlasste, verschiedene Maßnahmen zur Kontaktbeschränkung wieder einzuführen.

Die gesamten Umsatzerlöse gingen um 1,2 % zurück, da der Rückgang der Erlöse aus dem Verkauf von Endgeräten infolge von weniger Verkäufen während der Lockdown-Zeit das Wachstum der Erlöse aus Dienstleistungen überwog. Kosten und Aufwendungen gingen leicht zurück, was hauptsächlich durch geringere Verwaltungsaufwendungen sowie geringere Werbe- und Provisionskosten bedingt war. Die Marge auf Endgeräte verschlechterte sich aufgrund geringerer verkaufter Mengen und Abgrenzungen im Zusammenhang mit IFRS 15. Dies führte insgesamt zu einem EBITDA-Anstieg von 1,2 % im Jahresvergleich.

Mit der Einführung eines regionalen Roaming-Abkommens im Privatkundenbereich für die westlichen Balkanländer wurden die Roaming-Tarife zum 1. Juli 2019 gekürzt und sollen bis zum 1. Juli 2021 vollständig abgeschafft werden. Dies betrifft sowohl Serbien als auch Nordmazedonien.

Im 2. Quartal 2020 konzentrierten sich Mobilfunkbetreiber in Nordmazedonien auf Werbeaktivitäten über Online-Vertriebskanäle, nachdem Arbeitszeiten offiziell eingeschränkt wurden, und stellten dabei mit attraktiven Datenpaketen und Office-Produkten in Verbindung mit höheren Stützungen ihre Prepaid- und

Geschäftskundensegmente in den Vordergrund. A1 nutzte die Gelegenheit, um digitale Produkte wie A1 Live Shop und SMS-Rechnung einzuführen. Am 11. März 2020 wurden Einschränkungen des öffentlichen Lebens mit Schul- und Universitätsschließungen eingeführt. Auch Telekommunikations-Shops wurden teilweise geschlossen. Während sich die Pandemiesituation zunächst verbesserte, begann sie sich Ende Mai wieder zu verschlechtern. So mussten die meisten Maßnahmen, die Ende Mai und Anfang Juni aufgehoben wurden, kurz darauf erneut eingeführt werden, was die Markterholung bremste.

Die gesamten Umsatzerlöse gingen um 3,5 % zurück, was durch niedrigere Mobilfunkerlöse aus Dienstleistungen bedingt war, die zum Teil durch einen leichten Anstieg der Festnetzerlöse aus Dienstleistungen ausgeglichen wurden. Mobilfunkerlöse aus Dienstleistungen gingen dabei aufgrund sich verschlechternder Trends in den Segmenten Prepaid und Geschäftskunden zurück. Kosten und Aufwendungen gingen zurück, was in erster Linie durch eine Abnahme der Werbekosten bedingt war. Eine bessere Marge auf Endgeräte glich den Rückgang der Erlöse aus Dienstleistungen nur teilweise aus, was zu einem um 6,0 % geringeren EBITDA führte.

Highlights 1. Halbjahr 2020

- Die Umsatzerlöse der Gruppe nahmen leicht um 0,4 % zu, was dem Anstieg der Erlöse aus Dienstleistungen trotz Verlusten beim Roaming zuzuschreiben war, der geringere sonstigen betriebliche Erträge, die einen Einmaleffekt aus einem Immobilienverkauf in Österreich im 2. Quartal 2019 enthielten, ausgleichen konnte. Ohne FX- und Einmaleffekte erhöhten sich die Umsatzerlöse um 1,6 %.
- Die Erlöse aus Mobilfunkdienstleistungen stiegen um 2,0 %, was von Österreich, Bulgarien und Serbien getragen wurde, vor allem aufgrund der anhaltend starken Nachfrage nach mobilen WLAN-Routern.
- Festnetzerlöse aus Dienstleistungen blieben stabil (+0,1 %), da das Wachstum auf den internationalen Märkten durch den Rückgang in Österreich ausgeglichen wurde.
- Ohne Restrukturierungsaufwendungen stieg das EBITDA der Gruppe infolge höherer Erlöse aus Dienstleistungen um 0,4 % an. Zusätzlich um Einmal- und Währungseffekte bereinigt erhöhte sich das EBITDA der Gruppe um 2,3 %.
 - In Österreich ging das EBITDA vor Restrukturierungsaufwendungen um 1,3 % zurück, da es unter dem negativen Einfluss von Verlusten beim Roaming stand. Zusätzlich um den Einmaleffekt in der Vergleichsperiode bereinigt blieb das EBITDA in Österreich weitgehend unverändert (+0,3 %).
 - Der EBITDA-Anstieg von 2,7 % im internationalen Geschäft wurde insbesondere von Bulgarien, Weißrussland und Serbien getragen.
- Das Nettoergebnis stieg von 155,9 Mio. EUR im ersten Halbjahr 2019 auf 203,1 Mio. EUR im ersten Halbjahr 2020 an.

Die folgenden Faktoren sollten in der Analyse der Halbjahresergebnisse der A1 Telekom Austria Group berücksichtigt werden:

- Einmaleffekte von positiven 8,2 Mio. EUR in den Umsatzerlösen und 6,8 Mio. EUR im EBITDA im ersten Halbjahr 2019, die in erster Linie aus einem Immobilienverkauf in den sonstigen betrieblichen Erträgen in Österreich resultierten.
- Die negativen Effekte aus der Währungsumrechnung beliefen sich im ersten Halbjahr 2020 auf 18,5 Mio. EUR in den Umsatzerlösen, 13,9 Mio. in den Erlösen aus Dienstleistungen und auf 8,0 Mio. EUR im EBITDA und stammten vorwiegend aus Weißrussland und in geringerem Maße aus Kroatien.

Gewinn- und Verlust-Rechnung Gruppe – nach EBITDA

Die **Abschreibungen** im ersten Halbjahr 2020 (inklusive Nutzungsrechte) blieben mit 471,7 Mio. EUR (-0,1 %) unverändert.

Das **Betriebsergebnis** stieg von 294,8 Mio. EUR im ersten Halbjahr 2019 um 1,4 % auf 299,0 Mio. EUR im ersten Halbjahr 2020 an.

Das **Nettoergebnis** stieg von 155,9 Mio. EUR im ersten Halbjahr 2019 um 30,3 % auf 203,1 Mio. EUR in der Berichtsperiode, erheblich beeinflusst durch entschiedene Steuerfälle in Bulgarien.

Das **Nettoergebnis erhöhte sich im ersten Halbjahr 2020 um 30,3 %.**

Cash Flow

(in Mio. EUR)	2. Quartal 2020	2. Quartal 2019	Veränd. in %
Cashflow aus laufender			
Geschäftstätigkeit	758,9	668,8	13,5
Zugang Sachanlagen und immaterielle			
Vermögenswerte, bezahlt	-370,3	-473,2	21,7
Ergebnis aus dem Abgang von			
Sachanlagen	5,3	11,7	-54,8
Bezahlte Zinsen	-44,5	-53,7	17,1
Tilgung Leasingverbindlichkeiten	-85,8	-84,9	-1,1
Free Cash Flow	263,5	68,7	283,8

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit stieg aufgrund eines geringeren Bedarfs an Working Capital und geringeren Ertragsteuerzahlungen an. Im ersten Halbjahr 2020 waren die „Änderungen des Working Capital und sonstige Bilanzposten“ in Höhe von -55,2 Mio. EUR (erstes Halbjahr 2019: -135,9 Mio. EUR) in erster Linie auf einen Rückgang der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, geringere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und Zahlungen für Restrukturierungen zurückzuführen.

Im ersten Halbjahr 2020 gezahlte Anlagenzugänge gingen aufgrund von Frequenzkäufen in der Vergleichsperiode und von geringeren Ausgaben in der Berichtsperiode infolge des Aufschubs einiger Investitionen zurück. Die Erlöse aus dem Verkauf von Sachanlagen waren im ersten Halbjahr 2020 geringer, da die Vergleichsperiode von dem Immobilienverkauf in Österreich profitierte, während die gezahlten Zinsen von den Steuerfällen in Bulgarien beeinflusst waren. Insgesamt stieg der Free Cashflow von 68,7 Mio. EUR im ersten Halbjahr 2019 auf 263,5 Mio. EUR in der Berichtsperiode.

Nettoverschuldung

in Mio. EUR	30. Jun. 2020	31. Dez. 2019	Veränd. in %
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	2.541,1	2.539,6	0,1
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	745,4	788,2	-5,4
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	0,0	123,0	-100,0
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	152,9	152,6	0,2
Liquide Mittel	-141,0	-140,3	-0,5
Nettoverschuldung (inkl. Leasing)	3.298,4	3.463,1	-4,8
Nettoverschuldung (inkl. Leasing) /			
EBITDA (12 Monate)	2,1x	2,2x	

in Mio. EUR	30. Jun. 2020	31. Dez. 2019	Veränd. in %
Nettoverschuldung (exkl. Leasing)	2.400,2	2.522,3	-4,8
Nettoverschuldung (exkl. Leasing) /			
EBITDA nach Leasing (12 Monate)	1,7x	1,8x	

Die Nettoverschuldung (inkl. Leasing) ging um 4,8 % zurück, was im Wesentlichen durch die Rückzahlung von Multi-Currency-Notes bedingt war. Das Verhältnis von Nettoverschuldung (exkl. Leasing) zu EBITDA nach Leasing (12 Monate) sank von 1,8x zum 31. Dezember 2019 auf 1,7x zum 30. Juni 2020.

Anlagenzugänge

Im ersten Halbjahr 2020 gingen die Anlagenzugänge um 22,0 % auf 323,5 Mio. EUR zurück. Die Sachanlagenzugänge gingen um 4,0 % auf 267,4 Mio. EUR zurück, was in erster Linie dem Aufschub und der Kürzung einiger Investitionen in Österreich und unserem internationalen Footprint zuzuschreiben war.

Die Zugänge zu immateriellen Vermögenswerten gingen von 136,2 Mio. EUR im Vergleichszeitraum auf 56,1 Mio. EUR im ersten Halbjahr 2020 zurück, was durch die Frequenzkäufe in Österreich im 2. Quartal 2020 (3,5 GHz; 64,3 Mio. EUR), Weißrussland (2,1 GHz; 9,5 Mio. EUR) und Kroatien (2,1 GHz;

A1 Telekom Austria Group Ausblick für das Geschäftsjahr 2020

Neuer Ausblick 2020:
 ~2 % Rückgang der
 Umsatzerlöse; Kürzung der
 CAPEX um rd. 25 % vs.
 ursprünglichem Ausblick
 (770 Mio. EUR) um Flexibilität
 zu gewährleisten und den
 Free Cashflow zu stärken

Als Folge der steigenden Unsicherheiten nach dem Ausbruch der Covid-19 Pandemie setzte die A1 Telekom Austria Group bereits im April 2020 ihren ursprünglichen Ausblick für das Jahr 2020 mit einem Wachstum der Umsatzerlöse von rund 1-2% und der Anlagenzugänge vor Spektrum und Akquisitionen von rund 770 Mio. EUR aus. Aufgrund der mittlerweile besseren Sichtbarkeit der Auswirkungen der Pandemie und der getroffenen Gegenmaßnahmen hat das Management der A1 Telekom Austria Group beschlossen, einen neuen Ausblick für das Geschäftsjahr 2020 vorzulegen. Dieser Ausblick steht jedoch unter dem Vorbehalt, dass es zu keiner wesentlichen Verschlechterung der Pandemie kommt, die sich auf die Volkswirtschaften in unserem Tätigkeitsbereich auswirken würde.

Die Ergebnisse für das 2. Quartal 2020 wurden stark durch geringere Roaming-Umsätze infolge der Reisebeschränkungen beeinträchtigt. Obwohl sie inzwischen größtenteils innerhalb der EU aufgehoben wurden, ist der internationale Reiseverkehr immer noch sehr eingeschränkt, und dies wird voraussichtlich auch für den Rest des Jahres so bleiben. Daher schätzen wir die negativen Auswirkungen des reduzierten Roamings für das Jahr 2020 auf etwa 2 % der Umsatzerlöse ein.

Die Einnahmen aus dem Verkauf von Endgeräten gingen aufgrund der erheblich geringeren Anzahl verkaufter Geräte während der Eindämmungsphase zu Beginn des zweiten Quartals 2020 stark zurück. Obwohl uneinbringliche Forderungen bisher nur begrenzte operative Auswirkungen aus dem Zahlungsverhalten gezeigt haben, wurden die Pauschalwertberichtigungen aus Vorsichtsgründen erhöht.

In Weißrussland wurden die Ergebnisse durch die Abwertung des weißrussischen Rubels in der ersten Hälfte des Jahres 2020 wesentlich beeinflusst. Das Management der A1 Telekom Austria Group erwartet für das Jahr 2020 eine Abwertung der Währung um rund 15 % (Periodendurchschnitt) gegenüber dem Euro, wobei zu beachten ist, dass die Prognostizierbarkeit des weißrussischen Rubels generell begrenzt ist.

Trotz dieser Herausforderungen sahen wir im zweiten Quartal 2020 insgesamt eine solide Widerstandsfähigkeit in großen Teilen unseres Geschäfts, die sich zusammen mit zusätzlicher Unterstützung durch Kosteneinsparungen in operativem EBITDA-Wachstum niederschlug. Der Free Cashflow profitierte auch von geringeren Anlagenzugängen infolge einer zurückhaltenden Investitionspolitik. Die A1 Telekom Austria Group wird sich weiterhin stark auf Effizienzverbesserungen konzentrieren, um die erwarteten negativen Auswirkungen im weiteren Jahresverlauf abzuschwächen.

Für das Gesamtjahr 2020 erwartet das Management der A1 Telekom Austria Group aus heutiger Sicht einen moderaten Rückgang der Umsatzerlöse von rund 2 %. Die Anlagenzugänge vor Spektrumsinvestitionen und Akquisitionen sollen gegenüber dem ursprünglichen Ausblick von 770 Mio. EUR um rund 25% reduziert werden, um volle Flexibilität zu gewährleisten und den Free Cashflow zu stärken. Wie bereits erwähnt, steht diese Prognose unter dem Vorbehalt, dass keine weitere wesentliche Verschlechterung der Pandemiesituation eintritt.

Der Vorstand beabsichtigt derzeit, der Hauptversammlung 2020 eine Dividende von 0,23 EUR je Aktie vorzuschlagen, welche am 24. September 2020 stattfinden wird. Dividendenzahlungen folgen unserer aktuellen Dividendenpolitik, welche genau beobachtet und wenn nötig angepasst wird.

In den letzten Jahren hat die A1 Telekom Austria Group sich auf den Schuldenabbau konzentriert, was zu einer soliden Bilanzstruktur mit einer Nettoverschuldung (exklusive Leasing) zum EBITDA nach Leasing von 1,7x zum 30. Juni 2020 geführt hat. Die A1 Telekom Austria Group verfügt über nicht in Anspruch genommene Kreditlinien in Höhe von 1,1 Mrd. EUR, was zu einer starken Liquiditätsposition führt, die jüngst durch die Bestätigung des Ratings von BBB+ durch S&P Global (Ausblick stabil) bekräftigt wurde.

Detaillierte Zahlen

Umsatzerlöse

in Mio. EUR	2. Quartal 2020	2. Quartal 2019	Veränd. in %	1-6 M 2020	1-6 M 2019	Veränd. in %
Österreich	635,9	658,5	-3,4	1.283,4	1.305,3	-1,7
Bulgarien	121,5	115,4	5,3	249,0	226,5	9,9
Kroatien	99,3	106,5	-6,8	200,4	208,6	-3,9
Weißrussland	98,3	105,2	-6,5	207,9	198,9	4,5
Slowenien	50,8	51,5	-1,4	99,4	102,6	-3,2
Serbien	68,1	68,9	-1,2	136,7	134,0	2,0
Nordmazedonien	28,3	29,3	-3,5	57,9	59,6	-2,9
Holding & Sonstige, Eliminierungen	-6,4	-12,6	o.A.	-13,1	-23,5	o.A.
Umsatzerlöse gesamt	1.095,7	1.122,6	-2,4	2.221,7	2.212,1	0,4

Erlöse aus Dienstleistungen

in Mio. EUR	2. Quartal 2020	2. Quartal 2019	Veränd. in %	1-6 M 2020	1-6 M 2019	Veränd. in %
Österreich	574,1	576,6	-0,4	1.151,6	1.153,8	-0,2
Bulgarien	99,0	93,4	6,0	197,7	182,9	8,1
Kroatien	86,1	91,5	-5,9	174,4	177,0	-1,5
Weißrussland	72,5	79,2	-8,4	150,6	151,2	-0,4
Slowenien	38,6	39,5	-2,5	76,8	78,4	-2,1
Serbien	51,7	51,1	1,2	103,7	98,3	5,5
Nordmazedonien	23,8	24,9	-4,2	48,1	48,9	-1,6
Holding & Sonstige, Eliminierungen	-6,3	-12,5	o.A.	-13,6	-22,4	o.A.
Erlöse aus Dienstleistungen gesamt	939,5	943,7	-0,4	1.889,3	1.868,1	1,1

Mobilfunkerlöse aus Dienstleistungen

in Mio. EUR	2. Quartal 2020	2. Quartal 2019	Veränd. in %	1-6 M 2020	1-6 M 2019	Veränd. in %
Österreich	232,4	229,9	1,1	469,8	460,8	2,0
Bulgarien	66,5	64,5	3,1	133,1	126,3	5,4
Kroatien	55,3	59,8	-7,5	111,5	113,6	-1,9
Weißrussland	61,2	67,6	-9,4	127,5	128,7	-0,9
Slowenien	28,3	30,2	-6,2	56,4	59,6	-5,4
Serbien	49,5	48,7	1,6	99,3	93,3	6,4
Nordmazedonien	18,1	19,4	-7,0	36,6	36,6	-0,1
Holding & Sonstige, Eliminierungen	-1,7	-4,9	o.A.	-3,8	-8,7	o.A.
Erlöse aus Dienstleistungen gesamt	509,5	515,2	-1,1	1.030,3	1.010,1	2,0

Festnetzerlöse aus Dienstleistungen

in Mio. EUR	2. Quartal 2020	2. Quartal 2019	Veränd. in %	1-6 M 2020	1-6 M 2019	Veränd. in %
Österreich	341,7	346,7	-1,4	681,8	693,0	-1,6
Bulgarien	32,6	28,9	12,5	64,7	56,6	14,2
Kroatien	30,7	31,6	-2,8	62,9	63,3	-0,7
Weißrussland	11,3	11,6	-2,1	23,1	22,6	2,5
Slowenien	10,3	9,4	9,4	20,4	18,9	8,3
Serbien	2,3	2,4	-6,1	4,4	5,0	-12,4
Nordmazedonien	5,8	5,5	5,5	11,5	12,3	-6,2
Holding & Sonstige, Eliminierungen	-4,6	-7,6	o.A.	-9,8	-13,7	o.A.
Festnetzerlöse aus Dienstleistungen gesamt	430,0	428,5	0,4	859,0	858,0	0,1

Sonstige betriebliche Erträge

in Mio. EUR	2. Quartal 2020	2. Quartal 2019	Veränd. in %	1-6 M 2020	1-6 M 2019	Veränd. in %
Österreich	10,9	19,8	-45,0	22,1	33,9	-35,0
Bulgarien	1,4	1,3	11,8	2,2	2,9	-23,6
Kroatien	1,2	1,9	-36,6	2,3	3,3	-31,2
Weißrussland	4,4	4,8	-8,9	7,3	7,4	-1,5
Slowenien	0,8	0,8	3,1	1,7	1,6	5,8
Serbien	0,8	0,6	36,3	1,7	1,4	16,3
Nordmazedonien	0,2	0,2	1,0	0,3	0,9	-68,7
Holding & Sonstige, Eliminierungen	-0,1	-0,1	o.A.	0,1	-0,9	o.A.
Sonstige betriebliche Erträge gesamt	19,5	29,1	-33,2	37,6	50,6	-25,7

EBITDA

in Mio. EUR	2. Quartal 2020	2. Quartal 2019	Veränd. in %	1-6 M 2020	1-6 M 2019	Veränd. in %
Österreich	233,3	236,3	-1,3	456,7	462,3	-1,2
Bulgarien	48,1	45,1	6,7	94,0	87,9	6,9
Kroatien	33,8	34,9	-3,2	67,1	66,6	0,8
Weißrussland	45,2	47,8	-5,5	92,6	90,4	2,5
Slowenien	14,1	14,5	-2,9	27,9	28,4	-1,7
Serbien	20,7	20,4	1,2	41,1	39,4	4,2
Nordmazedonien	10,2	10,9	-6,0	20,8	22,0	-5,1
Holding & Sonstige, Eliminierungen	-15,3	-17,8	14,4	-29,6	-30,8	4,1
EBITDA gesamt	390,1	392,1	-0,5	770,7	766,2	0,6

EBITDA nach Leasing*

in Mio. EUR	2. Quartal 2020	2. Quartal 2019	Veränd. in %	1-6 M 2020	1-6 M 2019	Veränd. in %
Österreich	213,1	216,3	-1,5	416,4	422,5	-1,4
Bulgarien	41,2	38,4	7,3	80,2	74,7	7,5
Kroatien	30,0	31,0	-3,4	59,6	58,8	1,3
Weißrussland	41,7	43,9	-5,1	85,4	83,0	3,0
Slowenien	9,6	10,1	-5,5	18,9	19,8	-4,4
Serbien	16,4	16,4	0,0	32,6	31,4	3,8
Nordmazedonien	8,6	9,3	-7,7	17,6	18,8	-6,8
Holding & Sonstige, Eliminierungen	-15,4	-17,9	14,1	-29,8	-30,9	3,7
EBITDA nach Leasing gesamt	345,2	347,7	-0,7	681,1	678,2	0,4

* EBITDA nach Leasing entspricht dem EBITDA plus Abschreibung von Nutzungsrechten und Zinsaufwand aus Leasingverbindlichkeiten.

Abschreibungen

in Mio. EUR	2. Quartal 2020	2. Quartal 2019	Veränd. in %	1-6 M 2020	1-6 M 2019	Veränd. in %
Österreich	132,5	126,4	4,9	261,1	250,6	4,2
Bulgarien	29,7	28,6	3,6	58,9	56,7	4,0
Kroatien	26,1	26,2	-0,3	50,7	51,5	-1,6
Weißrussland	16,3	23,6	-30,9	33,9	46,8	-27,5
Slowenien	11,3	11,2	0,3	22,2	21,9	1,7
Serbien	13,8	13,8	-0,1	27,2	27,5	-0,9
Nordmazedonien	7,5	7,3	3,2	15,0	15,7	-4,6
Holding & Sonstige, Eliminierungen	1,3	0,4	241,3	2,6	0,7	298,1
Gesamte Abschreibungen	238,5	237,5	0,4	471,7	471,3	0,1

EBIT

in Mio. EUR	2. Quartal 2020	2. Quartal 2019	Veränd. in %	1-6 M 2020	1-6 M 2019	Veränd. in %
Österreich	100,8	109,9	-8,3	195,6	211,7	-7,6
Bulgarien	18,4	16,4	12,1	35,0	31,2	12,4
Kroatien	7,7	8,7	-12,0	16,5	15,1	8,8
Weißrussland	28,8	24,2	19,3	58,7	43,6	34,7
Slowenien	2,8	3,3	-13,9	5,7	6,5	-13,3
Serbien	6,9	6,7	3,9	13,8	11,9	16,2
Nordmazedonien	2,8	3,6	-24,3	5,9	6,3	-6,3
Holding & Sonstige, Eliminierungen	-16,6	-18,2	9,0	-32,2	-31,5	-2,3
Gesamt EBIT	151,6	154,6	-1,9	299,0	294,8	1,4

Anlagenzugänge

in Mio. EUR	2. Quartal 2020	2. Quartal 2019	Veränd. in %	1-6 M 2020	1-6 M 2019	Veränd. in %
Österreich	96,0	181,4	-47,1	226,1	290,4	-22,1
Bulgarien	14,9	16,3	-8,7	29,2	26,5	10,4
Kroatien	13,6	21,6	-37,3	27,7	46,3	-40,3
Weißrussland	7,5	20,5	-63,7	15,9	27,2	-41,5
Slowenien	4,6	3,9	17,2	6,9	6,1	12,7
Serbien	7,6	7,7	-1,1	10,2	10,4	-2,3
Nordmazedonien	2,5	3,9	-37,4	6,0	5,4	11,4
Holding & Sonstige, Eliminierungen	0,7	1,4	-46,5	1,5	2,3	-33,9
Gesamte Anlagenzugänge	147,3	256,8	-42,6	323,5	414,6	-22,0

Sachanlagenzugänge

in Mio. EUR	2. Quartal 2020	2. Quartal 2019	Veränd. in %	1-6 M 2020	1-6 M 2019	Veränd. in %
Österreich	76,9	97,0	-20,7	184,9	186,6	-0,9
Bulgarien	12,6	13,6	-7,7	24,4	21,0	16,1
Kroatien	12,7	19,8	-35,6	24,7	35,6	-30,5
Weißrussland	6,1	9,7	-36,6	12,0	15,2	-21,1
Slowenien	3,8	3,3	15,0	5,9	5,2	13,1
Serbien	6,9	6,5	6,0	9,6	8,5	13,4
Nordmazedonien	1,9	3,7	-48,5	5,2	5,0	4,6
Holding & Sonstige, Eliminierungen	0,3	0,8	-61,2	0,7	1,4	-54,1
Anlagenzugänge gesamt - Sachanlagenzugänge	121,3	154,5	-21,5	267,4	278,5	-4,0

Anlagenzugänge: Immaterielle Vermögenswerte

in Mio. EUR	2. Quartal 2020	2. Quartal 2019	Veränd. in %	1-6 M 2020	1-6 M 2019	Veränd. in %
Österreich	19,1	84,4	-77,3	41,2	103,8	-60,3
Bulgarien	2,3	2,7	-14,2	4,8	5,5	-11,7
Kroatien	0,8	1,8	-56,1	3,0	10,8	-72,6
Weißrussland	1,3	10,8	-87,9	4,0	12,1	-67,1
Slowenien	0,8	0,6	28,4	1,0	0,9	10,3
Serbien	0,7	1,2	-40,6	0,5	1,9	-72,6
Nordmazedonien	0,5	0,2	173,7	0,8	0,4	102,7
Holding & Sonstige, Eliminierungen	0,4	0,5	-23,1	0,9	0,9	-1,7
Anlagenzugänge gesamt - Immaterielle Vermögenswerte	26,0	102,3	-74,6	56,1	136,2	-58,8

Mobile Vertragskunden

in 1.000	2. Quartal 2020	2. Quartal 2019	Veränd. in %
Österreich	5.003,7	5.241,2	-4,5
davon Vertragskunden	3.915,2	3.851,8	1,6
Bulgarien	3.758,5	3.836,8	-2,0
davon Vertragskunden	3.379,2	3.408,1	-0,8
Kroatien	1.871,9	1.843,9	1,5
davon Vertragskunden	1.144,7	1.073,6	6,6
Weißrussland	4.863,9	4.869,4	-0,1
davon Vertragskunden	4.122,0	4.069,1	1,3
Slowenien	699,4	697,0	0,3
davon Vertragskunden	627,8	616,8	1,8
Serbien	2.272,6	2.271,5	0,1
davon Vertragskunden	1.591,3	1.523,8	4,4
Nordmazedonien	1.051,1	1.084,7	-3,1
davon Vertragskunden	728,2	704,7	3,3
Anzahl Mobilkunden	21.207,5	21.171,5	0,2
davon Vertragskunden	17.194,7	16.575,0	3,7

RGUs

in thousands	Q2 2020	Q2 2019	% change
Austria	3,193.7	3,283.7	-2.7
Bulgaria	1,074.9	1,044.9	2.9
Croatia	676.1	703.6	-3.9
Belarus	618.1	624.4	-1.0
Slovenia	208.4	190.4	9.4
North Macedonia	333.5	329.3	1.3
Total RGUs	6,104.7	6,176.3	-1.2

Churn Mobilfunk

in %	2. Quartal 2020	2. Quartal 2019	1-6 M 2020	1-6 M 2019
Österreich	1,3%	1,4%	1,4%	1,4%
Bulgarien	1,5%	1,4%	1,4%	1,9%
Kroatien	1,6%	1,8%	1,9%	2,3%
Weißrussland	1,2%	1,4%	1,2%	1,4%
Slowenien	1,1%	1,3%	1,1%	1,3%
Serbien	2,4%	2,7%	2,5%	2,7%
Nordmazedonien	1,9%	1,5%	1,7%	1,5%

EBITDA pro Segment: exklusive Währungs-, Einmaleffekte und Restrukturierungsaufwendungen

in Mio. EUR	2. Quartal 2020	2. Quartal 2019	Veränd. in %	1-6 M 2020	1-6 M 2019	Veränd. in %
Österreich	258,3	249,2	3,7	497,7	496,1	0,3
Bulgarien	48,1	45,1	6,7	94,0	87,9	6,9
Kroatien	34,5	34,9	-1,1	68,2	66,6	2,3
Weißrussland	51,6	47,8	7,9	99,7	90,4	10,3
Slowenien	14,1	15,5	-9,0	27,9	29,4	-5,0
Serbien	20,6	20,9	-1,1	40,9	39,8	2,7
Nordmazedonien	10,3	10,9	-5,7	20,9	22,0	-4,9
Holding & Sonstige, Eliminierungen	-15,3	-17,8	o.A.	-29,6	-30,8	o.A.
Bereinigtes EBITDA gesamt	422,3	406,4	3,9	819,7	801,4	2,3

EBITDA des Konzerns – exklusive Währungs-, Einmaleffekte und Restrukturierungsaufwendungen

in EUR million	Q2 2020	Q2 2019	% change	1-6 M 2020	1-6 M 2019	% change
EBITDA	390.1	392.1	-0.5	770.7	766.2	0.6
FX translation effect	7.1			8.0		
One-off effects		-6.8			-6.8	
Restructuring charges	25.0	21.1		41.0	42.0	
EBITDA - excl. FX-, one off effects and restructuring charges	422.3	406.4	3.9	819.7	801.4	2.3

EBITDA Österreich: exklusive Einmaleffekte und Restrukturierungsaufwendungen

in Mio. EUR	2. Quartal 2020	2. Quartal 2019	Veränd. in %	1-6 M 2020	1-6 M 2019	Veränd. in %
EBITDA	233,3	236,3	-1,3	456,7	462,3	-1,2
Einmaleffekte		-8,2			-8,2	
Restrukturierungsaufwand	25,0	21,1		41,0	42,0	
EBITDA - exkl. Einmaleffekte und Restrukturierungsaufwendungen	258,3	249,2	3,7	497,7	496,1	0,3

EBITDA nach Leasing des Konzerns - exklusive Währungs-, Einmaleffekte und Restrukturierungsaufwendungen

in Mio. EUR	2. Quartal 2020	2. Quartal 2019	Veränd. in %	1-6 M 2020	1-6 M 2019	Veränd. in %
EBITDA nach Leasing	345,2	347,7	-0,7	681,1	678,2	0,4
Währungsüberleitungseffekt	7,1			8,0		
Einmaleffekte		-6,8			-6,8	
Restrukturierungsaufwand	25,0	21,1		41,0	42,0	
EBITDA - exkl. Einmaleffekte und Restrukturierungsaufwendungen	377,4	362,0	4,3	730,1	713,4	2,3

ARPU

ARPU-relevante Umsatzerlöse sind Mobilfunkerlöse aus Dienstleistungen, das sind Endkunden-Mobilfunkerlöse (inkl. Kundenroaming) und Mobilfunk-Zusammenschaltung sowie Erlöse aus Fremdkundenroaming und Inlandsroaming. Der ARPU wird berechnet indem ARPU-relevante Umsatzerlöse durch die durchschnittlichen Mobilkommunikationskunden einer bestimmten Periode dividiert werden.

in EUR	2. Quartal 2020	2. Quartal 2019	Veränd. in %	1-6 M 2020	1-6 M 2019	Veränd. in %
Österreich	15,4	14,5	6,2	15,5	14,5	7,2
Bulgarien	5,9	5,6	4,2	5,8	5,5	6,3
Kroatien	9,9	11,0	-9,9	10,0	10,5	-4,8
Weißrussland	4,2	4,6	-9,6	4,4	4,4	-1,2
Slowenien	13,5	14,4	-6,5	13,4	14,2	-5,9
Serbien	7,3	7,2	0,6	7,2	7,0	3,6
Nordmazedonien	5,7	6,0	-5,3	5,7	5,6	0,7
Gruppen ARPU	8,0	8,2	-1,8	8,1	8,0	0,8

* In Nordmazedonien werden mobile WLAN-Router, die zuvor in den Festnetz-RGUs erfasst wurden, seit dem 2. Quartal 2019 im mobilen Vertragskundensegment ausgewiesen. Die ARPU-Werte der Vergleichsperiode wurden angepasst.

ARPL

ARPL-relevante Umsatzerlöse sind Endkunden-Festnetzerlöse und Festnetz-Zusammenschaltungsentgelte. Der ARPL wird berechnet indem die ARPL-relevanten Umsätze durch die durchschnittlichen Festnetzanschlüsse einer bestimmten Periode dividiert werden. Der Unterschied zu Erlösen aus Festnetzdienstleistungen sind Zusammenschaltungs-Transiterlöse, Solutions & Connectivity Erlöse und andere Erlöse.

in EUR	2. Quartal		Veränd. in %	1-6 M		Veränd. in %
	2020	2019		2020	2019	
Österreich	32,5	31,2	3,9	32,2	31,2	3,3
Bulgarien	13,4	13,3	1,1	13,4	13,2	1,8
Kroatien	31,0	30,1	3,0	31,3	30,2	3,5
Weißrussland	5,9	5,9	0,4	6,1	5,6	8,0
Slowenien	33,2	35,3	-5,8	33,4	35,8	-6,8
Serbien	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Nordmazedonien	10,8	10,8	-0,3	10,8	10,9	-0,6

ARPL-relevante Umsatzerlöse (in Mio. EUR)	2. Quartal		Veränd. in %	1-6 M		Veränd. in %
	2020	2019		2020	2019	
Österreich	188,6	189,0	-0,2	376,6	379,6	-0,8
Bulgarien	22,2	21,5	3,2	44,3	42,6	4,0
Kroatien	26,3	27,0	-2,4	53,6	54,1	-1,0
Weißrussland	6,8	7,4	-8,7	14,0	14,5	-3,8
Slowenien	8,5	8,2	3,9	16,9	16,3	3,4
Serbien	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Nordmazedonien	5,0	4,9	1,1	10,0	9,9	1,2

Festnetzanschlüsse (in 1.000)	2. Quartal		Veränd. in %
	2020	2019	
Österreich	1.929,7	2.006,5	-3,8
Bulgarien	552,3	542,6	1,8
Kroatien	281,8	298,1	-5,5
Weißrussland	380,9	405,3	-6,0
Slowenien	85,9	77,9	10,4
Serbien	k.A.	k.A.	k.A.
Nordmazedonien	153,5	152,2	0,9

Weißrussland: Finanzkennzahlen in EUR und BYN

Durch die teils starken Wechselkursschwankungen des weißrussischen Rubels auf die konsolidierten Ergebnisse wird die Performance für das Segment Weißrussland auch in Lokalwährung dargestellt.

in Mio. EUR	2. Quartal	2. Quartal	Veränd. in %	1-6 M 2020	1-6 M 2019	Veränd. in %
	2020	2019				
Umsatzerlöse gesamt	98,3	105,2	-6,5	207,9	198,9	4,5
Gesamte Kosten und Aufwendungen	-53,2	-57,4	7,3	-115,3	-108,5	-6,2
EBITDA	45,2	47,8	-5,5	92,6	90,4	2,5

in Mio. BYN	2. Quartal	2. Quartal	Veränd. in %	1-6 M 2020	1-6 M 2019	Veränd. in %
	2020	2019				
Umsatzerlöse gesamt	264,5	247,4	6,9	535,1	475,8	12,5
Gesamte Kosten und Aufwendungen	-143,3	-134,8	-6,3	-296,7	-259,5	-14,3
EBITDA	121,2	112,5	7,7	238,4	216,3	10,2

Zusatzinformationen

Risiken und Unsicherheiten

Die A1 Telekom Austria Group ist mit verschiedenen Risiken und Unsicherheiten konfrontiert, die sich auf ihre Ergebnisse auswirken könnten. Nähere Angaben zu diesen Risiken und Unsicherheiten finden Sie auf den Seiten 74 ff. des Geschäftsberichts 2019 der A1 Telekom Austria Group.

Verzicht auf Prüfung

Dieser Finanzbericht der A1 Telekom Austria Group enthält Quartalsergebnisse, die nicht von einem zugelassenen Wirtschaftsprüfer auditiert oder geprüft wurden.

Sonstiges

Die Nutzung automatisierter Rechensysteme kann zu Rundungsdifferenzen führen.

Die berichteten Ergebnisse enthalten Abschreibungen auf den beizulegenden Zeitwert, die aus Unternehmenszusammenschlüssen in der Vergangenheit herrühren, und können daher vom Ergebnis des Einzelabschlusses abweichen.

o.A. - nicht aussagekräftig, verwendet für Veränderungen von Prozentzahlen >300 % und sonstigen, die nicht aussagekräftig sind.

o.A. - nicht zutreffend, z. B. für Teilungen durch null.

Haftungshinweis

Haftungshinweis für zukunftsbezogene Aussagen: Dieses Dokument enthält zukunftsbezogene Aussagen. Diese zukunftsbezogenen Aussagen verwenden normalerweise Ausdrücke wie „glaubt“, „ist der Absicht“, „nimmt an“, „plant“, „erwartet“ und ähnliche Formulierungen. Die tatsächlichen Ereignisse können aufgrund einer Reihe von Faktoren wesentlich von der erwarteten Entwicklung abweichen. Zukunftsbezogene Aussagen enthalten naturgemäß Risiken und Unsicherheiten. Aufgrund einer Reihe von wichtigen Faktoren könnte das tatsächliche Ergebnis wesentlich von den zukunftsbezogenen Aussagen abweichen. Weder die A1 Telekom Austria Group noch eine andere Person übernehmen eine Haftung für solche zukunftsbezogenen Aussagen. Die A1 Telekom Austria Group wird diese zukunftsbezogenen Aussagen nicht aktualisieren, weder aufgrund geänderter tatsächlicher Umstände, geänderter Annahmen oder Erwartungen. Dieser Bericht stellt keine Empfehlung oder Einladung dar, Wertpapiere der A1 Telekom Austria Group zu kaufen oder zu verkaufen.

Kontakte

Investor Relations
Martin Stenitzer
Head of Investor Relations
Tel.: +43 (0) 50 664 23066
E-Mail: martin.stenitzer@a1.group

Corporate Communications
Michael Höfler
Director Group Communication
Tel.: +43 (0) 50 664 30362
Email: michael.hoefler@A1.group