

Die Telekom Austria Group ist ein integrierter, konvergenter Anbieter von intelligenten Informations- und Kommunikationsdienstleistungen und nimmt eine führende Position in ihren acht geografischen Märkten in Zentral- und Osteuropa ein.

Zur Sicherstellung der Wettbewerbsfähigkeit und Stabilisierung der zukünftigen Ertragskraft verfolgt die Telekom Austria Group eine Unternehmensstrategie, die auf drei Eckpfeilern aufbaut. Dabei bildet Operational Excellence die Basis aller strategischen Vorhaben.

Strategische Ziele

Nutzung von Möglichkeiten zur Konsolidierung in den bestehenden Märkten
Konvergenz von Festnetz und Mobilkommunikation in Österreich und ausgewählten Auslandsmärkten
Realisierung von wertschaffenden Wachstumsprojekten im derzeitigen Aktionsradius

Operational Excellence

Zur kontinuierlichen Verbesserung der betrieblichen Effizienz analysiert die Telekom Austria Group laufend alle internen Prozesse und Schnittstellen. Die Reduktion von Reibungsverlusten und der optimale Einsatz der Finanzmittel stehen dabei im Mittelpunkt. Die enge Zusammenarbeit der internationalen Unternehmenseinheiten stellt wertvolle Vorteile bei der Einführung neuer Technologien und Produkte sicher. Dabei gilt es, durch ein konzernweit implementiertes Ideen-Management das Wissen und das Know-how aller MitarbeiterInnen zu mobilisieren. Das gemeinsame Ziel muss sein, innovative Produkte und Lösungen zu entwickeln, die einen klaren Mehrwert für die Kunden generieren.

Konsolidierung in den bestehenden Märkten

Die Märkte der Telekom Austria Group befinden sich in unterschiedlichen Reifestadien, denen mit einer differenzierten Marktbearbeitung entsprochen wird. Oberstes Ziel ist es, das Potenzial in allen Märkten voll auszuschöpfen und die Marktpositionierung zu stärken bzw. weiter auszubauen. Im hoch entwickelten österreichischen Markt kann zukünftiges Wachstum vorwiegend durch innovative, integrierte Kommunikationslösungen und im Bereich Datenverkehr generiert werden. In Kroatien zielt die Strategie auf eine Vertiefung der Wertschöpfung durch innovative und konvergente Produkte ab. Si.mobil forciert die Positionierung bei Kleinbetrieben im Businesssegment und schafft aktuell mit der Aufrüstung der Netzkapazitäten die Voraussetzungen für die zunehmende Bedeutung von Mobilem Breitband und Smartphones.

In diesen Märkten profitiert die Telekom Austria Group zudem von einer differenzierten Preisgestaltung, die im Rahmen einer Mehrmarkenstrategie verfolgt wird. In Bulgarien und Weißrussland ist das Ausgangsniveau sowohl hinsichtlich des Durchschnittsumsatzes je Kunde als auch bei den Anteilen der Datenumsätze deutlich niedriger als etwa in Österreich und Slowenien. Das daraus resultierende Aufholpotenzial wird die Telekom Austria Group mit der weiteren Forcierung von attraktiven Produkten und Serviceleistungen nutzen und die Netzkapazitäten entsprechend ausbauen. In Bulgarien erfolgt zudem der schrittweise Aufbau eines konvergenten Produktportfolios. In den Wachstumsmärkten wie der Republik Serbien oder der Republik Mazedonien, wo die Telekom Austria Group erst seit dem Jahr 2007 aktiv ist, gilt es, den Anteil der Vertragskunden zu steigern und damit eine solide Basis für höherwertige Produkte zu schaffen.

Konvergenz von Festnetz und Mobilkommunikation

Die seit Jahren anhaltende Migration vom Festnetz zur Mobilkommunikation spiegelt eine grundlegende Veränderung des Kundenverhaltens wider. Verstärkt werden umfassende und flexible Telekommunikationslösungen nachgefragt, die unabhängig vom Standort und der Übertragungstechnologie funktionieren. Mit dem Angebot konvergenter Produktpakete konnte die Telekom Austria Group diesen Trend in Österreich seit Ende 2007 sehr erfolgreich nutzen. In den Märkten in Zentral- und Osteuropa wird mittelfristig eine vergleichbare Branchenentwicklung erwartet. Die Telekom Austria Group wird diese Entwicklung aktiv mitgestalten und dabei von ihrem vorhandenen Know-how und ihrer Innovationskraft profitieren. Mit der Akquisition von zwei Festnetzbetreibern in Bulgarien wurde 2010 ein erster Schritt in diese Richtung gesetzt. In den übrigen Auslandsmärkten wird in Abhängigkeit vom jeweiligen Reifegrad und den Marktgegebenheiten eine vergleichbare Entwicklung angestrebt.

Wertschaffendes Wachstum

Die Telekom Austria Group hat die Märkte Zentral- und Osteuropa als Kernregion ihrer geografischen Präsenz abgesteckt. Akquisitionen werden ausschließlich dann getätigt,

wenn damit Wert für unsere Aktionäre geschaffen wird, Synergien mit bestehenden Aktivitäten verbunden sind oder die strategische Aufstellung im genannten Zielmarkt verbessert wird. Zudem sind klar definierte finanzielle Kriterien und die Auswirkungen auf die Entwicklung des Unternehmenswerts zu beachten. Im Rahmen der aktuellen Mittelverwendungsstrategie werden Akquisitionen mit dem aus einem Rückkauf von eigenen Aktien erzielbarem Cashflow pro Aktie verglichen.