4. Lagebericht

4.1. Geschäftsverlauf und wirtschaftliche Lage

Struktur des Unternehmens und wirtschaftliches Umfeld des Unternehmens

Die HoT Telekom und Service GmbH ist seit Anfang 2015 als MVNO (Mobil Virtual Network Operator) auf dem österreichischen Mobilfunkmarkt erfolgreich tätig. Als Telekommunikationsnetz wird über die Muttergesellschaft Ventocom GmbH das Netz der T-Mobile Austria GmbH für Telefonie- und Datenprodukte genutzt, sowie für ausgewählte Datenprodukte auch das Netz der Hutchison Drei Austria GmbH. Exklusiver Partner im Vertrieb ist das Unternehmen Hofer KG.

Die Anzahl der österreichischen Mobilfunkanbieter ist auch im Jahr 2025 leicht gestiegen und liegt nun bei insgesamt 38 Anbietern. Davon treten 24 als Marken oder Sub-Marken der drei Mobilfunknetzbetreiber (MNOs) A1, T-Mobile und Drei auf. Weitere 14 Marken nutzen die Netzinfrastruktur dieser drei MNOs. Der wichtigste Mitbewerber im MVNO-Segment (Mobilie Virtual Network Operator) ist Spusu. Das Unternehmen positioniert sich überwiegend im unteren Preissegment und zählt gemeinsam mit den von den MNOs gesteuerten Marken Yesss (A1) und Lidl Connect (Drei) zu den bedeutendsten Anbietern in diesem Marktbereich.

Geschäftsverlauf

Der österreichische Mobilfunkmarkt war auch im Jahr 2025 durch eine hohe Wettbewerbsintensität gekennzeichnet. Ungeachtet dessen konnte HoT seine Position im stark umkämpften Markt erfolgreich behaupten und die führende Stellung im Wertkarten- bzw. Diskontsegment weiter ausbauen. Die Kundenbasis entwickelte sich auch im Jahr 2025 positiv und lag zum Jahresende bei deutlich über 1.5 Millionen Kundinnen Kunden. Zu dieser Entwicklung trugen insbesondere die klare Positionierung von HoT als Anbieter, der seine Leistungen auch für Bestandskunden kontinuierlich verbessert („HoT wird immer besser oder billiger“), sowie die laufende Weiterentwicklung des Angebotsportfolios im Smartphone und Breitbandsegment, insbesondere auch im 5G Segment, bei. Die von den Kundinnen und Kunden stark genutzten Selfcare-Funktionen über Web und App werden laufend optimiert und weiterentwickelt. Die zunehmende Digitalisierung zeigt sich zudem im deutlich steigenden Anteil an eSim-Karten innerhalb der Kundenbasis.

Wesentliche Ereignisse während des Geschäftsjahres

Im Jahr 2025 verlagerte sich das Angebotsportfolio zunehmend in Richtung 5G-basierter Smartphone- und Breitbandprodukte, die von den Kundinnen und Kunden sehr gut angenommen wurden.

Im Bereich der Datennutzung setzte sich der Trend der letzten Jahre fort. Es kam zu deutlichen Steigerungen des Datenverbrauchs, die sich auch in der Weiterentwicklung der Tarifstruktur wiederspiegelten.

4.2. Voraussichtliche Entwicklung und Risiken des Unternehmens

Voraussichtliche Entwicklung des Unternehmens

Auch im Jahr 2026 soll der in den vergangenen Jahres eingeschlagene strategische Kurs konsequent fortgesetzt werden. Marktforschungsstudien zeigen, dass HOT im Markt eine der höchsten Weiterempfehlungsraten aufweist und zudem bei Mobilfunknutzerinnen und -nutzern, die einen Wechsel ihres Mobilfunkanbieters in Erwägung ziehen, weiterhin an erster Stelle steht.

Attraktive Produkte, die laufend weiterentwickelt und auch für Bestandskunden regelmäßig angepasst werden, sollen in Kombination mit einer kontinuierlichen Optimierung der Self-Service Bereiche für Kundinnen und Kunden (Web, App) zu weiteren Kundenzugewinnen beitragen und die bestehende Marktposition weiter festigen. Gleichzeitig sollen dadurch das Vertrauen in die Marke gestärkt sowie die Markenbekanntheit weiter erhöht werden.

Wesentliche Risiken und Ungewissheiten

- Risikomanagement-System

Das Risikomanagement des Unternehmens ist integraler Bestandteil der Unternehmensführung und in die Gestaltung der Geschäftsprozesse eingebunden. Ein zielorientiertes Controlling sowie ein regelmäßiger Strategieabgleich stellen sicher, dass bei unternehmerischen Entscheidungen Chancen und Risken in einem ausgewogenen Verhältnis berücksichtigt und potentielle Risiken frühzeitig erkannt werden.

- Ausfallsrisiken

Möglichen Ausfallsrisiken wird durch eine Risikoeinschätzung der Kunden entgegengewirkt. Auf dieser Basis werden Zahlungsmethoden in abgestufter Form angeboten. Kommt es dennoch zu Nichteinlösungen, werden die verfügbaren Zahlungsmethoden entsprechend eingeschränkt.

- Beschaffungsrisiken

Bei der Zusammenarbeit mit strategischen Lieferanten und Partnern wird möglichen Beschaffungsrisiken durch langfristige Vereinbarungen und Verträge entgegengewirkt.

4.3. Forschung und Entwicklung

Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten werden von unserer Gesellschaft keine verfolgt.

4.4. Nachhaltigkeit

Ganz generell ist beim Thema Nachhaltigkeit anzumerken, dass die Möglichkeiten eines MVNO's mit einem reinen Bürobetrieb im Vergleich zu einem Mobilfunknetzbetreiber hinsichtlich der Anwendungsbereiche deutlich eingeschränkt sind. Um jedoch einen Beitrag zu einer Reduktion des CO2-Fußabdruckes zu leisten, wurden Maßnahmen wie ein möglichst papierloses Büro, Müllvermeidung und Abfalltrennung inclusive ARA-Entpflichtung sowie nachhaltige Nutzung von IT-Equipment auch über die Nutzungsdauern hinaus, umgesetzt. Zudem wird für die Produktion der SIM-Verpackungen zu 100 % recyceltes Papier verwendet sowie zunehmend die Verwendung von eSims beworben.

4.5. Finanzinstrumente

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden keine derivativen Finanzinstrumente eingesetzt.

4.6. Bestehende Zweigniederlassungen

Zweigniederlassungen bestehen nicht.

Wien, 23. März 2026

Sabine Bauer

Margot Hafner-Berchtold