

Medienmitteilung

Renens, 28.08.2020

Salt – Ergebnisse Q2 2020

Anhaltend positive Dynamik bei Kundenbasis in Mobilfunk und Festnetz – unterliegendes Ertragswachstum durch COVID-19-Effekt auf Roaming mehr als ausgeglichen – Wachstumsplattform weiter gestärkt

- Anhaltend positiver Trend im Mobilfunkbereich mit +7'600 Postpaid-Neukunden; Salt Home hat Marke von 100'000 Kunden überschritten
- Zugrundeliegendes Wachstum des Betriebsertrags durch rückläufige Roaming-Einnahmen aufgrund der COVID-19-Pandemie mehr als ausgeglichen; Rückgang des Betriebsertrags (ohne MTR) um 4,5%; EBITDA-Rückgang um 3,8%
- Hoher Mittelzufluss mit freiem Cashflow in Höhe von CHF 85,0 Mio.
- Salt Home-Hotline zum dritten Mal in Folge Gewinner des „connect“-Tests
- Neue Partnerschaft mit dem WWF Schweiz und Lancierung des gemeinsamen Mobilfunkangebots „WWF Swiss“

Q2'20 Key Financials

CHF m	H1'20	H1'19	YoY	Tower Rebased YoY (1)	Q2 2020	Q2 2019	YoY	Tower Rebased YoY (1)
Operating Revenue, excl. Incoming	414.6	413.1	+0.4%	-0.9%	207.6	210.5	-1.4%	-4.5%
Incoming Revenue	35.8	31.0	+15.3%	+15.3%	18.4	15.6	+18.3%	+18.3%
Equipment Revenue	39.6	55.9	-29.3%	-29.3%	18.8	28.4	-33.8%	-33.8%
Total Revenue	490.0	500.1	-2.0%	-3.1%	244.8	254.5	-3.8%	-6.4%
Adjusted EBITDA	205.6	217.0	-5.3%	+0.6%	102.4	111.6	-8.2%	-4.1%
as % of Revenue	42.0%	43.4%			41.8%	43.9%		
EBITDA	203.3	214.6	-5.2%	+0.7%	101.0	109.9	-8.0%	-3.8%
as % of Revenue	41.5%	42.9%			41.3%	43.2%		
Cash Capex	(77.7)	(99.4)			(34.1)	(45.3)		
Free Cash Flow	135.3	61.5			85.0	49.5		

Maintained both Operating revenue (excl. Incoming) and EBITDA growth before Covid-19 negative effect

Note: Figures are presented at Salt level, excl. IFRS 15 and IFRS 16

¹ Excluding the impact of the Tower deal: estimated impact in H1'20 on revenue +CHF 5.2m and EBITDA CHF (12.8)m; estimated impact in Q2'20 on revenue CHF 6.6m and EBITDA CHF (4.6)m

Medienmitteilung

Unterliegendes Ertragswachstum dank zunehmender Kundenbasis durch Roaming-Einbussen aufgrund COVID-19 mehr als ausgeglichen

Salt setzte im zweiten Quartal 2020 den Wachstumstrend fort. Bis Ende Juni steigerte das Unternehmen die Zahl der Postpaid-Mobilfunkkunden um 7'600 auf 1'265'000 (im Vorjahresquartal wurde ein Anstieg um 1'200 verzeichnet) und baute auch die Kundenbasis bei Salt Home weiter aus, wo im Juni die Marke von 100'000 Kunden überschritten wurde. Damit verzeichnete Salt im Kerngeschäft das 20. Quartal in Folge bei den Postpaid-Mobilfunkkunden einen Nettozuwachs. Auch im Geschäftskundenbereich konnte Salt den positiven Trend fortsetzen und erzielte das vierte Quartal in Folge einen Nettokundenzuwachs. In diesem Bereich war die Berichtsperiode das beste Quartal der letzten 5 Jahre.

Abgesehen von den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie und des Tower-Verkaufs resultierte daraus bei Betriebsertrag (ohne MTR) und EBITDA eine positive Entwicklung.

Auf vergleichbarer Basis gingen der Betriebsertrag (ohne MTR) im zweiten Quartal gegenüber dem Vorjahr um 4,5% und das EBITDA um 3,8% zurück. Dieser Rückgang ist auf den vorübergehenden Effekt der COVID-19-Pandemie auf die Roaming-Umsätze zurückzuführen, der die positive Entwicklung des Kerngeschäfts mehr als ausglich.

Auf ausgewiesener Basis, d.h. einschliesslich der Effekte aus dem Tower-Verkauf und der COVID-19-Pandemie, gingen der Betriebsertrag (ohne MTR) im zweiten Quartal um 1,4% auf CHF 207,6 Millionen und das EBITDA um 8,0% auf CHF 101,0 Millionen zurück.

Salt erwirtschaftete auch im zweiten Quartal einen hohen Mittelzufluss mit einem freien Cashflow von insgesamt CHF 85,0 Millionen.

Wachstumsplattform weiter gestärkt

Im zweiten Quartal setzte Salt die Transformation des Geschäftskundenbereichs fort und führte eine neue Selbstbedienungs-Plattform für B2B-Kunden ein – „My Business Account“ –, die in der Schweiz neue Massstäbe setzt und noch in diesem Jahr allen Salt Business Kunden zur Verfügung stehen wird.

Das Festnetzangebot von Salt erfreute sich auch im zweiten Quartal einer anhaltend starken Dynamik, die durch kontinuierliche Optimierungen unterstützt wurde. Das Triple-Play-Produkt, das Internet, Fernsehen und Festnetztelefonie umfasst und zusammen mit den Mobilfunk-Flatrates von Salt zu einem attraktiven „4 P“-Angebot kombiniert werden kann, wurde zudem vor kurzem insbesondere mit einer neuen Version der Salt TV-App erweitert und bietet fortan ein noch reibungsloseres und umfassenderes Unterhaltungserlebnis.

Die ultraschnelle 10 Gbit/s-Technologie, die hochmoderne Geräteausrüstung sowie die vielfältigen TV- und Videoinhalte machen Salt Home zu einem herausragenden Produkt, das zu diesem Preis bis heute auf dem Schweizer Markt einzigartig ist (CHF 49.95 für die „3P“-Version, CHF 39.95 für die „4P“-Version).

Medienmitteilung

Insgesamt führten substanzielle Verbesserungen in der Servicequalität zu einer Verringerung der Kündigungsrate. Besonders bemerkenswert ist auch, dass die Salt Home-Hotline im „connect“-Test zum dritten Mal in Folge den ersten Platz erreichte. Diese Bewertung streicht erneut die Wettbewerbsfähigkeit des Salt Home-Angebots hervor – nicht nur in Bezug auf Geschwindigkeit, Inhalte und Preis, sondern auch im Hinblick auf die Servicequalität – und widerspiegelt das Bestreben von Salt, den Konsumenten in jeder Hinsicht ein hervorragendes Kundenerlebnis zu bieten.

Partnerschaft mit WWF Schweiz

Im Juli gaben Salt und der WWF ihre neue Partnerschaft bekannt und lancierten das gemeinsame Angebot „WWF Swiss“, bestehend aus dem „Swiss“-Mobilfunkabonnement von Salt zum Vorzugspreis von CHF 39.95 statt CHF 59.95. Für jeden Abonnenten unterstützt Salt den WWF Schweiz mit einem Beitrag von CHF 10.- pro Monat und zwar solange der Kunde sein „WWF Swiss“-Abonnement behält. Dies entspricht einer Summe von CHF 240.- pro Mindestvertragslaufzeit (24 Monate) und ergibt insgesamt über CHF 1'000.- im Laufe eines durchschnittlichen Kunden-Lebenszyklus. Mit diesem Abo hat der Kunde also die Möglichkeit, einen Beitrag an die Aktivitäten der Umweltorganisation zu leisten und gleichzeitig erhebliche Einsparungen zu erzielen.

Pascal Grieder, CEO von Salt, kommentierte die Ergebnisse: *„Das zweite Quartal war erneut eine sehr ereignisreiche Zeit, von den COVID-19-Auswirkungen bis zur Lancierung unserer spannenden Zusammenarbeit mit dem WWF Schweiz. Sowohl während des zweiten Quartals als auch insgesamt im ersten Halbjahr hat Salt erneut die Fähigkeit unter Beweis gestellt, auch in turbulenten Zeiten auf Kurs zu bleiben und nicht nur die hohen Qualitätsstandards beizubehalten, sondern auch neue Kunden zu begeistern, die Leistung zu steigern sowie starke Ergebnisse zu erzielen und zugleich kontinuierlich die Innovation voranzutreiben.“*

Salt Medienstelle:

+41 78 787 66 86

media@salt.ch, salt.ch, facebook.com/Saltmobile,
twitter.com/Saltmobile_DE (German) or twitter.com/Saltmobile_FR (French), youtube.com/saltswiss

Über Salt: Salt Mobile SA ist ein Schweizer Mobilfunkanbieter, der eine umfangreiche und qualitativ hochstehende Mobilfunknetzwerkinfrastruktur besitzt und betreibt. Mit den Abonnements Start, Basic, Swiss, Europe, World, Young und Surf bietet Salt ein umfangreiches Portfolio von persönlichen, direkten und effizienten Handy-Flatrates. Ohne zusätzliche Kosten oder Geschwindigkeitseinschränkungen können Salt Kunden mit der schnellsten erhältlichen mobilen Internetverbindung (4G+) von bis zu 1 Gbit/s surfen. Salt erreicht über 55% der Schweizer Bevölkerung mit seinem ultraschnellen 4G+-Netz und mit seinem 4G-Netz sogar 99%.

Anhand ihrer ultraschnellen Breitbandlösung namens Salt Home bietet Salt einen einzigartigen Triple-Play-Dienst an, der durch symmetrische Datenübertragungsraten von bis zu 10 Gbit/s erstmals in der Schweiz die volle Kapazität der Glasfasertechnologie ausschöpft. Salt Home kann vorteilhaft mit den leistungsfähigen Handy-Flatrates von Salt kombiniert werden.

Salt in Zahlen: 1,265,000 Postpaid-Kunden (Stand 30.06.2020), 103 Salt Stores und eine 4G-Netzabdeckung von 99% der Schweizer Bevölkerung.