

Medienmitteilung

Renens, 23.08.2019

Salt – Ergebnisse Q2 2019

- Gute Entwicklung im Kerngeschäft: +6'200 **zusätzliche Postpaid-Kunden** im Mobilfunkbereich kombiniert mit anhaltend positiver Entwicklung des ARPU (YoY) in den letzten vier Quartalen
- Starke Dynamik bei Salt Fiber: über 50'000 Kunden per Ende Juni 2019
- **Gesamterlös** (exkl. MTR) von CHF 238,9 Mio., Rückgang um 1,1% gegenüber Vorjahr; ohne Coop- und UPC-Effekt plus 2,7%
- **EBITDA von CHF 109,9 Mio.**, Rückgang um 10,0% gegenüber dem Vorjahr; ohne Coop- und UPC-Effekt minus 3.5%; aufgrund höherer Aufwendungen für die Kundenbindung und -gewinnung und höheren Investitionen in den Betrieb zur Unterstützung des Wachstums
- Effekt von Coop Mobile und UPC in Q2: minus CHF 9,6 Mio. bei Gesamterlös, minus CHF 8,1 Mio. bei EBITDA; minus 5'100 frühere Coop Mobile Postpaid-Kunden; Effekt läuft aus

Q2'19 Key Financials

CHF m	H1'19	H1'18	YoY	Rebased YoY (1)	Q2 2019	Q2 2018	YoY	Rebased YoY (1)
Operating Revenue, excl. Incoming	413.1	419.4	-1.5%	+2.4%	210.5	214.1	-1.7%	+2.6%
Incoming Revenue	31.0	38.0	-18.4%	-16.8%	15.6	19.0	-18.3%	-15.7%
Equipment Revenue	55.9	55.1	+1.5%	+1.5%	28.4	27.4	+3.6%	+3.6%
Total Revenue	500.1	512.5	-2.4%	+0.9%	254.5	260.6	-2.3%	+1.4%
<i>Total Revenue excl. Incoming</i>	<i>469.1</i>	<i>474.5</i>	<i>-1.1%</i>	<i>+2.3%</i>	<i>238.9</i>	<i>241.5</i>	<i>-1.1%</i>	<i>+2.7%</i>
Adjusted EBITDA	217.0	239.4	-9.3%	-3.3%	111.6	123.5	-9.6%	-3.2%
<i>as % of Revenue</i>	<i>43.4%</i>	<i>46.7%</i>			<i>43.9%</i>	<i>47.4%</i>		
EBITDA	214.6	234.8	-8.6%	-2.5%	109.9	122.0	-10.0%	-3.5%
<i>as % of Revenue</i>	<i>42.9%</i>	<i>45.8%</i>			<i>43.2%</i>	<i>46.8%</i>		
Capex excl. Spectrum	(71.5)	(99.1)			(34.6)	(47.4)		
Cash Capex	(99.4)	(88.3)			(45.3)	(36.3)		
Free Cash Flow	61.5	59.0			49.5	53.4		

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

1 Excluding the impact of the loss of UPC MVNO & Coop Exit. Estimated impact in H1 on revenue CHF16.7m and EBITDA CHF14.8m. Estimated impact in Q2 on revenue CHF9.6m and EBITDA CHF8.1m

Medienmitteilung

Gute Wachstumsdynamik im Kerngeschäft

Salt setzte die gute Entwicklung im Kerngeschäft fort. Die Zahl der Mobile-Postpaid-Kunden lag Ende Juni 2019 bei 1'229'000, was einem Anstieg von 1'200 entspricht. Unter Ausklammerung von Coop Mobile verzeichnete Salt einen Anstieg von 6'200 Kunden. Auch bei Salt Fiber setzte sich die starke Dynamik fort und per Ende Juni 2019 wurde die Zahl von 50'000 Kunden überschritten.

Der Gesamtumsatz (exkl. MTR) lag mit CHF 238,9 Mio. um 1,1% unter dem Vorjahreswert (YoY) und der EBITDA ging um 10,0% auf CHF 109,0 Mio. zurück. Der Rückgang beim EBITDA ist insbesondere auf höhere Aufwendungen für die Kundenbindung und -gewinnung zurückzuführen sowie auf sowie höhere Investitionen in den Betrieb zur Unterstützung des Wachstums.

Ohne den Coop- und UPC-Effekt erhöhte sich der Gesamterlös (exkl. MTR) gegenüber dem Vorjahr um 2,7%, während der EBITDA aufgrund der vorgenannten Investitionen um 3,5% zurückging. Der Effekt von Coop und UPC betrug beim Umsatz CHF 9,6 Mio. und beim EBITDA CHF 8,1 Mio.

Pascal Grieder, Salt CEO, kommentierte das Ergebnis: *„Im Laufe des Quartals konnten wir die Wachstumsdynamik unserer Mobil-Kernmarke fortsetzen und erreichten bei Salt Fiber die Marke von 50'000 Kunden. Weiter durften wir uns in den letzten Monaten bei Tests auch über mehrere Top-Rangierungen und Auszeichnungen für unsere Produkt- und Servicequalität freuen, was bestätigt, dass wir unseren Kunden wahrhaftig Weltklasse-Qualität sowohl im Mobil- als auch im Festnetzbereich bieten.“*

Erfolgreiche Preis-Leistungs-Strategie

Im Rahmen der erfolgreichen Strategie, den Kunden den besten Preis im Premium-Segment anzubieten und weiter in Netz- und Servicequalität zu investieren, konnte Salt 16 Quartale in Folge in seiner Kernmarke die Zahl der Kunden steigern und verzeichnete in den letzten vier Quartalen in Folge im Bereich Postpaid eine positive Entwicklung beim ARPU.

In den letzten Monaten wurde zudem die ausgezeichnete Netzqualität von Salt in Tests erneut bestätigt, darunter von 4GMark, OpenSignal und Ookla.

Gleichzeitig stieg Lidl Schweiz zusammen mit Salt in das Schweizer Mobilfunkgeschäft ein und lancierte Lidl Connect. Lidl Connect beinhaltet sowohl ein Prepaid- als auch ein Postpaid-Angebot und spricht preisbewusste Kunden an, die bei der Qualität keine Kompromisse eingehen und das beste Preis-Leistungs-Verhältnis wollen.

Im kommenden Quartal wird mit der Einführung eines aktualisierten B2B-Mobilfunk-Angebots ein besonderer Fokus auf Geschäftskunden gelegt.

Medienmitteilung

Salt Fiber, Top-Geschwindigkeit und Top-Servicequalität

Die kontinuierliche Steigerung der Servicequalität bei Salt Fiber trägt Früchte: Im Juni 2019 erreichte das Produkt den ersten Platz im Netflix ISP Speed Index, der zeigt, welcher Internet Service Provider das beste Netflix-Streaming-Erlebnis bietet. Im "connect"-Test erreichte die Support-Hotline von Salt Fiber in der DACH-Region den ersten Platz genauso wie im Ranking für das schnellste Internetprodukt von nperf.

Das Produkt ist heute für insgesamt 1'450'000 Haushalte in der Schweiz erhältlich. Seit der Markteinführung im März 2018 sind rund 150'000 Haushalte hinzugekommen.

Strategische Partnerschaft mit Cellnex

Die Transaktion zur Auslagerung passiven Netzwerkinfrastruktur wurde am 5. August abgeschlossen. Die Partnerschaft mit cellnex ermöglicht Salt einen kosten- und kapitaleffizienten Zugang zu einem schweizweiten Netz von Antennenstandorten. Der Verkaufserlös wird hauptsächlich für die Rückzahlung von Schulden und Investitionen in das Unternehmen eingesetzt.

Salt Medienkontakt:

Viola Lebel
PR & Communications Manager
+41 78 787 68 60

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 der ultraschnellen Breitbandlösung namens Salt Fiber 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 Fiber kann vorteilhaft mit den leistungsfähigen Plus Flatrates von Salt kombiniert werden – ein revolutionäres und unkompliziertes Portfolio.

Salt in Zahlen: 1'229'000 Postpaid-Kunden (Stand 30/06/2019), 103 Salt Stores und eine 4G-Netzabdeckung von 99% der Schweizer Bevölkerung.