

Medienmitteilung

Renens, 28.11.2019

Salt – Ergebnisse Q3 2019

- Gute Entwicklung im Mobilfunkgeschäft (+15'400 zusätzliche Postpaid-Kunden) und bei Salt Fiber
- Gesamterlös (exkl. MTR) auf vergleichbarer Basis um 7,1% gegenüber Vorjahr gesteigert
- EBITDA auf vergleichbarer Basis um 2,9% gegenüber Vorjahr gesteigert
- Free Cash Flow (exkl. Investitionen in Frequenzen) von CHF 72,7 Mio. (Vorjahr CHF 94,5 Mio.)
- Erfolgreiche Refinanzierung und Verkauf der Antennenmasten senken jährlichen Zinsaufwand um CHF 22 Mio. und verbessern Fälligkeitsstruktur
- Salt zum Testsieger in der Kategorie Universalanbieter im BILANZ Telekom-Rating gewählt

CHF m	9m'19	9m'18	YoY	Rebased YoY (1)	Q3 2019	Q3 2018	YoY	Rebased YoY (1)
Operating Revenue, excl. Incoming	630.2	635.2	-0.8%	+3.5%	217.0	215.8	+0.6%	+5.6%
Incoming Revenue	46.8	57.0	-17.9%	-16.1%	15.8	19.0	-16.9%	-14.8%
Equipment Revenue	88.5	82.6	+7.1%	+7.1%	32.5	27.6	+18.1%	+18.1%
Total Revenue	765.5	774.9	-1.2%	+2.4%	265.4	262.4	+1.1%	+5.5%
Total Revenue excl. Incoming	718.7	717.9	+0.1%	+3.9%	249.6	243.4	+2.6%	+7.1%
Adjusted EBITDA	331.8	366.4	-9.4%	-1.8%	114.7	127.0	-9.7%	+1.1%
as % of Revenue	43.3%	47.3%			43.2%	48.4%		
EBITDA	329.7	360.2	-8.5%	-0.6%	115.1	125.4	-8.2%	+2.9%
as % of Revenue	43.1%	46.5%			43.4%	47.8%		
				-7.2% bef. Tower effect				-4.5% bef. Tower effect
Cash Capex excl. Spectrum	(129.7)	(127.2)			(30.2)	(39.0)		
Free Cash Flow excl. Spectrum	134.1	153.5			72.7	94.5		

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 and Tower effect. Estimated impact in 9m'19 on revenue CHF27.6m and EBITDA CHF28.4m. Estimated impact in Q3 on revenue CHF10.9m and EBITDA CHF13.6m

Medienmitteilung

Gute Wachstumsdynamik im Mobilfunk und bei Salt Fiber

Die Zahl der Mobile-Postpaid-Kunden lag Ende September 2019 bei 1'244'500, was einem Anstieg im dritten Quartal von 15'400 entspricht.

Der Gesamtumsatz (exkl. MTR) lag mit CHF 249,6 Mio. um 2.6% über dem Vorjahreswert (YoY) und der EBITDA ging um 8,2% auf CHF 115,1 Mio. zurück. Abgesehen von den strukturellen Auswirkungen von Coop, UPC und dem Antennenmasten-Verkauf ist der Rückgang beim EBITDA insbesondere auf höhere Aufwendungen für Kundenbindung und –gewinnung bei Mobilfunk und Salt Fiber zurückzuführen sowie auf höhere Investitionen in den Betrieb zur Unterstützung des Wachstums.

Auf vergleichbarer Basis (exkl. Antennenmasten Verkauf, Coop- und UPC-Effekt) erhöhte sich der Gesamterlös (exkl. MTR) gegenüber dem Vorjahr um 7,1% und der EBITDA um 2,9%.

Der freie Cashflow (exkl. Investitionen in Frequenzen) sank im Quartal auf CHF 72,7 Mio. gegenüber CHF 94,5 Mio. im Vorjahr, während die Investitionen (exkl. Investitionen in Frequenzen) in Höhe von CHF 30,2 Mio. das Wachstum des Unternehmens unterstützten.

Basierend auf einer starken operativen Geschäftsentwicklung emittierte Salt neue gesicherte Schuldtitel in Höhe von CHF 1,45 Mrd., um den Zinsaufwand zu senken und die Fälligkeitsstruktur zu verbessern. Die Einnahmen aus der Refinanzierung und dem Verkauf der Antennenmasten wurden zur Refinanzierung und zur Reduktion des Fremdkapitals verwendet, sowie als Dividende an die Aktionäre ausgeschüttet. Die Refinanzierung und Reduktion des Fremdkapitals führten zu einer Senkung der jährlichen Zinsaufwendungen um CHF 22 Mio.

Erfolgreiche Preis-Leistungs-Strategie

Im dritten Quartal erhielt Salt erneut mehrere Auszeichnungen für ihre Produkte und Dienstleistungen. Die Salt Fiber Support-Hotline wurde in der jährlichen Umfrage der Zeitschrift "Connect" mit dem besten Ergebnis bewertet. Zudem hat das Schweizer Wirtschaftsmagazin BILANZ Salt in seinem jährlichen auf kundenfeedbackbasierten Telekom-Rating als Testsieger unter den Universalanbietern für Privatkunden ausgezeichnet.

Auch die Anstrengungen und Investitionen im B2B-Bereich tragen Früchte: Im dritten Quartal konnte Salt dank des komplett erneuerten B2B-Angebots die Kundenzahl in diesem Segment erhöhen und das Unternehmen wurde vom PME Magazine, einem Wirtschaftsmagazin in der Westschweiz, zum Mobilfunkanbieter Nummer eins für KMU gewählt.

Pascal Grieder, Salt CEO, kommentierte das Ergebnis: *„Wir machen gute Fortschritte bei der Umsetzung unserer Strategie, den Kunden im Premiumsegment den besten Preis zu bieten. Wir konnten die Zahl unserer Mobilfunkkunden deutlich steigern, und auch Salt Fiber verzeichnet eine starke Nachfrage und trägt zu den guten Geschäftsergebnissen bei. Zudem haben wir im B-2-B-Geschäft die Trendwende geschafft, konnten die Kundenzahl steigern und sehen in diesem Bereich noch grosses Wachstumspotenzial.“*

Medienmitteilung

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: 1'244'500 Postpaid-Kunden (Stand 30/09/2019), 103 Salt Stores und eine 4G-Netzabdeckung von 99% der Schweizer Bevölkerung.