

Renens, 7. April 2016

Jahresresultate 2015: Turnaround beeinträchtigt durch harten Wettbewerb und frühere Managementfehler

Die wichtigsten Zahlen & Fakten

Konsolidierte Unternehmenszahlen Salt Mobile SA (CHF Mio.)	2015	2014	Var.	Var. %
Gesamtumsatz	1'284.8	1'316.1	-31.3	-2.4 %
Bereinigtes EBITDA	412.5	433.8	-21.3	-4.9 %
In Prozent des Umsatzes	32.1%	33.0%		
Free Cash Flow	147.5	59.5	+87.9	+147.7%
Gesamtkundenzahl in '000	2'024	2'166	-142	-6.6%
Postpay Kunden in '000	1'151	1'155	-4	-0.4%
ARPU in CHF	35.9	39.6	-3.6	-9.2%
Vollzeitstellen Ende 2015 (inkl. Tochtergesellschaften, ohne Auszubildende)	833	893		

- Umsatzrückgang um CHF 31.3 Millionen oder -2.4%, in erster Linie aufgrund des tieferen ARPU, einer kleineren Kundenbasis und der hohen Abwanderungsquote während einem Grossteil von 2015 und 2014.
- Rückgang des bereinigten EBITDA um CHF 21.3 Millionen, als Resultat von:
 - Höheren indirekten betriebliche Aufwendungen, hauptsächlich aufgrund hoher Forderungsausfälle infolge (i) misslungener IT-Umstellung im Jahr 2014 und (ii) unzureichender Bonitätsprüfungen von Neukunden im Verkaufsprozess (Korrekturen wurden im Laufe 2015 vorgenommen).
 - Teilweise Kompensation durch tiefere Geschäftsausgaben.
- Deutlich verbesserter Free Cash Flow dank verbessertem Umlaufvermögen und einer besseren Disziplin bei Investitions- und Betriebsausgaben.
- Im Jahr 2015 wurden verschiedene organisatorische Veränderungen vorgenommen, insbesondere wurden Kernfunktionen wie Netzwerk und IT wieder in das Unternehmen integriert. Während im Backoffice- und Supportbereich Mitarbeiter das Unternehmen verliessen, vorwiegend im Rahmen eines Freiwilligenprogramms, wurden insbesondere im Bereich Netzwerk neue Positionen geschaffen. Der Hauptteil der Restrukturierung von Salt Mobile SA ist weitgehend abgeschlossen.

Medienmitteilung

2015: Ein Turnaround bei Salt.

Infolge der Übernahme von Salt Mobile SA durch NJJ im Februar 2015 wurde die Gesellschaft komplett umstrukturiert. Die positiven Resultate dieser Restrukturierung sind sowohl innerhalb des Unternehmens als auch nach aussen zunehmend sichtbar:

- Der neu ernannte CEO und das neue Management Team setzen den Fokus auf profitables Wachstum und effiziente Zusammenarbeit über Geschäftseinheiten hinweg (kein Silo-Denken).
- Ein neues Produkte-Portfolio wurde lanciert mit 5 Postpay-Preisplänen, die (i) leicht verständlich, (ii) einfach zu verkaufen und (iii) einfach abzurechnen sind. Diese neuen Angebote wirkten sich ab Herbst 2015 positiv auf die Anzahl Neuabschlüsse aus.
- Die neue Vertriebskanalstrategie basiert auf einer klaren Fokussierung und auf Kosteneffizienz. Salt verstärkte seine Investitionen im Direkt- und Online-Vertrieb, während bei den indirekten Vertriebspartnerschaften nur die profitabelsten weitergeführt werden.
- Insourcing von IT- und Netzwerkfunktionen: Wir sind davon überzeugt, dass ein Telekommunikationsanbieter in der Lage sein muss, sein Netzwerk und seine Informatiksysteme selber zu betreiben.
- Marketing wird neu intern mit einem kleinen spezialisierten Team betrieben (kein Outsourcing).

Marktumfeld

Das Jahr 2015 war erneut von intensivem und hartem Wettbewerb geprägt. Die Marktanteile des Schweizer Mobilfunkmarktes sind seit 2001 weitgehend unverändert geblieben und werden vom grössten Anbieter mit einem Marktanteil von über 60% dominiert. Diese Situation besteht in allen Marktsegmenten, besonders ausgeprägt jedoch im Geschäftskundenbereich.

In diesem Wettbewerbsumfeld hat Salt eine klare Marktstrategie eingeschlagen, um den Schweizer Konsumenten bessere Mobilfunkangebote mit höchster Dienstleistungsqualität zu bieten. Die Schweizer Konsumenten haben allzu lange den "Preis des Monopols" bezahlt. Sämtliche Salt Plus Angebote bieten Transparenz und attraktive Tarife.

Im regulatorischen Bereich setzt sich Salt für die Senkung der Preise für die Terminierung ins Festnetz und für Mietleitungen auf ein kostenorientiertes Niveau ein. In der laufenden Revision des Fernmeldegesetzes fordert Salt – anstatt mehr Kompetenz für den Regulator – eine stärkere Regulierung des Festnetzes über einen diskriminierungsfreien Zugang zu den Grundprodukten im Breitband-Bereich (> 30 Mbps). Um eine Diskriminierung zu verhindern, fordert Salt die Einführung einer strengen funktionalen Trennung mit expliziter Verankerung im neuen Gesetz.

Mehr Informationen:

media@salt.ch, salt.ch, facebook.com/Saltmobile,
twitter.com/Saltmobile_DE, youtube.com/saltswiss

Über Salt Mobile SA: Salt ist persönlich, einfach, aufrichtig und effizient. Das Salt Mobilnetz ist vom Magazin «Connect» bereits zum zweiten Mal mit «sehr gut» bewertet worden. Salt bietet mit Plus die günstigste Flatrate mit voller 4G+ Geschwindigkeit in der Schweiz. Salt Kunden surfen immer mit der schnellsten verfügbaren Internetverbindung inklusive 4G+ mit bis zu 300 Mbit/s – ohne Extrakosten. Salt Mobile SA in Zahlen: 2.024 Mio. Kunden (per 31.12.2015) – über 80 Salt Stores – 4G-Abdeckung von 94% der Schweizer Bevölkerung. Salt Mobile SA ist im vollen Besitz von NJJ.