

Medienmitteilung

Renens, 30.03.2022

Salt – Ergebnisse 2021

Starke Leistung – Wachstum und finanzielle Ergebnisse 2021 deutlich über Markt – Bestes Preis-Leistungs-Verhältnis bestätigt – Entwicklung zum nationalen Komplettanbieter gut unterwegs

- Erfolgreiches Jahr für Salt mit starker Leistung in allen drei Segmenten; höchster Nettozuwachs von Abonnenten seit 2016 im Mobilfunk für Privatkunden und seit 2010 bei Firmenkunden mit einem Anstieg von insgesamt 66'700 auf 1'373'200 Postpaid-Mobilfunk-Kunden; Nummer 1 bei Neuabonnenten im Segment Home (ultraschnelles Internet, TV, Festnetz)
- Salt wuchs 2021 deutlich schneller als der Markt mit einem Anstieg des Betriebsertrags um 4,7% auf CHF 943,5 Millionen und des bereinigten EBITDA um 5,4% auf CHF 443,4 Millionen
- Im vierten Quartal 2021 verzeichnete Salt in allen Segmenten weitere Kundengewinne mit einem Nettozuwachs von insgesamt 14'200 Postpaid-Mobilfunk-Kunden im Privat- und Firmenkundenbereich sowie einer anhaltenden Wachstumsdynamik im Segment Home; Anstieg des Betriebsertrags um 5,4% auf CHF 242,8 Millionen und des bereinigten EBITDA um 7,7% auf CHF 108,0 Millionen
- Auch 2021 erzielte Salt ausgezeichnete Bewertungen für Produkte, Service und Netzleistung: beste Internet-Performance im Festnetz 2021 (nPerf), beste Service-Hotline für Mobilfunk und Home (connect), bester Universalanbieter für Privatkunden (BILANZ), bester Mobilfunkanbieter für KMU (PME Magazin)
- Weitere Service- und Produktverbesserungen: neue umweltfreundliche Fiber Box X6, topmoderne Wi-Fi Box, E-Shop und Selbstbedienungsplattform für Privatkunden modernisiert, neues Angebot Salt Mobile PRO für Klein- und Kleinstunternehmen
- Salt ist auf besten Weg, ein nationaler Komplettanbieter von Telekommunikationsdienstleistungen zu werden; dabei nutzt das Unternehmen insbesondere die wachsende Reichweite des Glasfasernetzes

Medienmitteilung

Q4'21 Kennzahlen

CHF m	FY21	FY20	YoY	Q4 2021	Q4 2020	YoY
Operating Revenue	943.5	901.3	+4.7%	242.8	230.3	+5.4%
Equipment Revenue	103.9	110.1	-5.7%	29.6	32.0	-7.5%
Total Revenue	1047.4	1011.4	+3.6%	272.3	262.2	+3.9%
Adjusted EBITDA	443.4	420.8	+5.4%	108.0	100.2	+7.7%
<i>as % of Revenue</i>	42.3%	41.6%		39.6%	38.2%	
EBITDA	436.5	413.7	+5.5%	106.1	98.7	+7.4%
<i>as % of Revenue</i>	41.7%	40.9%		38.9%	37.7%	
Cash Capex	(184.0)	(188.7)		(39.7)	(56.6)	
Free Cash Flow	207.8	227.9		63.1	38.2	

Zahlen werden auf Ebene Salt geziegt, exkl. IFRS 15 und IFRS 16

Anhaltende Dynamik bei Abonnenten und Umsatzwachstum über Markt

Im vierten Quartal 2021 setzte Salt den Wachstumstrend in allen drei Geschäftsbereichen fort (Mobilfunk Privatkunden, Firmenkunden und Home, d.h. ultraschnelles Internet, TV und Festnetz). Die Zahl der Postpaid-Mobilfunkkunden über alle Marken hinweg stieg im vierten Quartal um 14'200, was für das Jahr 2021 insgesamt zu einem Anstieg der Kundenbasis um 66'700 auf 1'373'200 Kunden führte. Salt verzeichnete 2021 im Mobilfunk für Privatkunden den höchsten Nettozuwachs seit 2016 und bei den Firmenkunden seit 2010 und war die Nummer 1 bezüglich Neuabonnenten für Home.

Basierend auf dieser positiven Kundenentwicklung weist Salt für das vierte Quartal mit einem Anstieg des Betriebsertrags um 5,4% auf CHF 242,8 Millionen ein deutlich über dem Marktdurchschnitt liegendes Ergebnis aus, unterstützt durch ein anhaltendes Wachstum der Breitband- und Mobilfunkeinnahmen sowie der Erholung bei den Roamingerträgen. Dies führte zu einem Anstieg des EBITDA um 7,4% auf CHF 106,1 Millionen und einer EBITDA-Marge von 38,9%. Der freie Cashflow belief sich im vierten Quartal auf CHF 63,1 Millionen. Für 2021 erhöhte sich der Betriebsertrag um 4,7% auf CHF 943,5 Millionen und das EBITDA um 5,5% auf CHF 436,5 Millionen, was zu einer EBITDA-Marge von 41,7% führte. Der in 2021 erwirtschaftete freie Cashflow belief sich auf CHF 207,8 Millionen.

Medienmitteilung

Pascal Grieder, CEO, kommentierte: *"2021 war für Salt ein sehr erfolgreiches Jahr. Trotz starkem Wettbewerbsdruck konnten wir nicht nur zusätzliche Kunden gewinnen, sondern auch ein hervorragendes Ergebnis erzielen. Dieser Erfolg ist das Resultat unserer unermüdlichen Anstrengungen, alles zu tun, um unseren Privat- und Firmenkunden das beste Angebot auf dem Markt zu bieten. Dies haben wir mit unserem bisher unerreichten ultraschnellen Internetprodukt und unserem unübertroffenen attraktiven Mobilfunkangebot für Firmenkunden bewiesen. Wir haben in den letzten Jahren grossartige Fortschritte gemacht und ich möchte allen unseren Mitarbeitern für ihren Beitrag dazu danken."*

Bestes Preis-Leistungs-Verhältnis bestätigt

Auch im Jahr 2021 bestätigten verschiedene unabhängige Tests die hervorragende Qualität von Salt's Produkten, Service, und Netz:

- Bester Universalanbieter für Privatkunden (BILANZ)
- Bester Mobilfunkanbieter für KMU unter den Mobilfunknetzbetreibern (PME-Magazin)
- Beste Bundle-Lösung für TV-Fans (PCtipp)
- Bestes Preis-Leistungs-Verhältnis für Angebote mit Internet mit mindestens 100Mbit/s, TV mit 7-Tage-Wiederholung und einem Handy-Abo mit Schweizer Flatrate (dschungelkompass.ch)
- Beste Internet-Performance im Festnetz 2021 (nPerf)
- Beste Hotline für Breitband- und Mobilfunk-Kunden in der DACH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz) (connect)
- "Sehr gutes" Mobilfunknetz mit weiter verbesserten Werten (connect)

Gezielte Investitionen verbessern Kundenerlebnis weiter

Um auch künftig solche ausgezeichneten Ergebnisse zu erzielen und diese gar noch zu verbessern, investiert Salt kontinuierlich in das Kundenerlebnis. Vor allem auch aufgrund von Kundenfeedback optimiert Salt Produkte, Dienstleistungen und Netzqualität laufend. In 2021 wurden der E-Shop und die Selbstbedienungsplattform für Privatkunden modernisiert und die neue Salt Home Fiber Box X6 lanciert. Diese bietet höchste Geschwindigkeiten und eine stabile, leistungsfähige WLAN-Verbindung in einem umweltfreundlichen Format. Für Firmenkunden wurde eine neue Mobilfunklösung eingeführt: Salt Mobile PRO bietet Klein- und Kleinstunternehmen einen First-Class Service und eine First-class Netzqualität zu Economy-Tarifen.

Medienmitteilung

CO₂-Emissionen deutlich reduziert und Netto-Null-Ziel in Scope 1 und 2 bis 2025

Hohe Priorität in der strategischen Entwicklung von Salt hat auch das Thema Nachhaltigkeit. Im Mittelpunkt der Aktivitäten steht der Beitrag des Unternehmens zur Verringerung der CO₂-Emissionen mit der Absicht, die Ziele der Science Based Targets Initiative und des Pariser Abkommens zu erreichen. Im Jahr 2021 hat Salt die CO₂-Emissionen in Scope 1 und 2 um 38% reduziert, und das Unternehmen hat sich verpflichtet, die CO₂-Emissionen in diesem Bereich bis 2025 auf Null zu reduzieren. In diesem Zusammenhang werden die grössten Büros und das unternehmenseigene Rechenzentrum von Salt seit dem 1. Januar 2021 zu 100% mit Strom aus erneuerbaren Quellen versorgt, und das Unternehmen ist dabei, seine Fahrzeugflotte auf Plug-in-Hybrid-Elektrofahrzeuge umzustellen. Weitere Massnahmen sind das Angebot von Occasions-Geräten und die Aufforderung an Kunden, ihre alten Geräte über Partnerprogramme zu reparieren, weiterzuverkaufen oder zu recyceln.

Erfolgreiche Wachstumsstrategie wird fortgesetzt

Die gut ausgebauten nationalen Netze für Mobilfunk und Internet, die kontinuierliche Verbesserung der Produkt- und Servicequalität sowie das Bestreben von Salt, den Kunden in jeder Kategorie den besten Preis zu bieten, bilden eine hervorragende Grundlage für weiteres Wachstum und die Entwicklung zu einem nationalen Komplettanbieter für Telekommunikationsdienstleistungen.

Im Mobilfunkbereich für Privatkunden wird Salt weiterhin die erfolgreiche Strategie mit mehreren Marken verfolgen. Vor kurzem hat Salt das Markenportfolio mit der erfolgreichen Einführung des rein digitalen Angebots GoMo gestärkt. Mit Salt Home sieht Salt eine grosse Chance, den Marktanteil in der aktuellen Reichweite noch deutlich zu erhöhen, indem das Unternehmen die wachsende Verbreitung von Glasfaseranschlüssen und seine drahtlosen Zugangslösungen nutzt. Im Firmenkundenbereich hat Salt gerade erst begonnen, das enorme Potenzial des Marktes auszuschöpfen. Das Unternehmen wird durch die Erweiterung des Produktportfolios und die Entwicklung neuer, auf die Kundenbedürfnisse ausgerichteter Angebote dieses Segment weiter ausbauen. Das Wachstum in allen Segmenten soll aus dem operativen Cashflow finanziert werden. Nach einer gründlichen Analyse des Finanzierungsbedarfs und der Finanzierungsmöglichkeiten hat das Unternehmen beschlossen, alternative Finanzierungsmöglichkeiten, einschliesslich eines Börsengangs, derzeit nicht weiterzuverfolgen.

Salt Medienstelle:

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 steht für Innovation und den besten Preis für Premiumprodukte im Schweizer Telekommunikationsmarkt. Ein ausgezeichnetes Mobilfunknetz, die schweizweit beste Festnetz Internet-Performance (nPerf, 2021), attraktive Preise und ein kundenorientierter Service sorgen für ein begeisterndes Kundenerlebnis. Salt hat seinen Sitz in Renens (VD), verfügt über zwei weitere Standorte in Biel und Zürich und bedient seine Privat- und Geschäftskunden online und schweizweit in über 100 Salt Stores. Das Unternehmen beschäftigt insgesamt rund 1000 Mitarbeitende.

Salt in Zahlen: 1'373'200 Postpaid-Kunden (per 31.12.2021), 103 Salt Stores und eine 4G-Netzabdeckung von 99% der Schweizer Bevölkerung.