

Fortgesetztes Wachstum bei Mobile Postpaid- und Internet-Abos im 1. Quartal 2023

- **Fortgesetzte Geschäftsdynamik im Q1 2023: Nettozuwachs von +48'000 Mobile Postpaid¹⁾-Abos im Mobile-Bereich und +7'200 Internet-Abos im Breitband-Bereich.**
- **Anhaltendes Wachstum der Festnetz-Mobilfunk-Konvergenz (FMC): Per 31. März 2023 nutzten 57.6% der Festnetz-Breitbandkunden ebenfalls ein Mobile Postpaid-Angebot (+0.9% YoY).**
- **Der Umsatz²⁾ sank im Q1 2023 im Vergleich zur Vorjahresperiode leicht (-1.7% auf angepasster Basis) und erreichte CHF 747,1 Millionen.**
- **Wie erwartet wurde das Finanzergebnis auch im Q1 2023 von der Preisharmonisierung in der Festnetz-Kundenbasis beeinflusst. Die Auswirkungen haben sich aber bereits verringert und eine weitere Abschwächung wird für das H2 2023 erwartet. Die Guidance für das Finanzjahr 2023 wird bestätigt.**
- **Das segmentbereinigte EBITDA²⁾ nahm im Q1 2023 auf angepasster Basis und im Vergleich zur Vorjahresperiode um -9.2% ab (einschliesslich «costs to capture»³⁾) und erreichte CHF 243,3 Millionen.**
- **Sunrise investierte im Q1 2023 mit CHF 137,8 Millionen weiterhin auf hohem Niveau in Infrastrukturen und Produkte-Innovationen.**
- **Übernahme von EBL und weiteren Partner-Kabelnetzen in den Gemeinden Dottikon, Dintikon, Boniswil, Mogelsberg und Ebersol abgeschlossen.**

«Wir überzeugen mit unseren Leistungen für die Kundinnen und Kunden. Dank der, auch von Vergleichstests bestätigten, hohen Qualität unserer Netze und des Kundendienstes konnten wir das Wachstumsmomentum fortsetzen und unsere Kundenbasis weiter vergrössern. Dies, obwohl wir seit Mitte Februar mit weniger aggressiven Neukunden-Angeboten im Markt auftreten», betont André Krause, CEO von Sunrise. «Die Finanzergebnisse werden zwar temporär noch durch die Preisharmonisierung von der Marke UPC hin zu Sunrise sowie durch gestiegene Kosten beeinflusst. Wir sind aber planmässig unterwegs, um unsere Jahresziele zu erreichen».

Operative Ergebnisse

Sunrise startete in einem wettbewerbsintensiven Umfeld solid ins Jahr 2023 und setzte ihr Kundenwachstum in allen Segmenten erfolgreich fort. Daraus resultierte im Q1 2023 ein Nettozuwachs von +48'000 Mobile Postpaid¹⁾-Abos sowie +7'200 Internet- und +300 (Enhanced Video) TV-Abos.

Per Ende März 2023 ergaben sich gesamthaft 2,791 Millionen Mobile-RGUs (3,232 Millionen inklusive Zweit-SIM-Karten), 1,191 Millionen Internet-RGUs (1,252 Millionen inklusive KMU) und 1,240 Millionen TV-RGUs (1,294 Millionen inklusive KMU). Die FMC-Durchdringung erreichte 57.6%, was einer Steigerung von +0.9% im Vergleich zur Vorjahresperiode entspricht. Das Wachstum der FMC-Rate wird dem Verkauf von konvergenten Produkten wie dem Sunrise Up-Portfolio in der bestehenden Kundenbasis weiter vorangetrieben.

Fokus auf exzellenten Service und verstärkte Markenpositionierung

Neben der kontinuierlichen Weiterentwicklung der Produkteportfolios lag der Fokus in allen Segmenten auf der fortlaufenden Verbesserung der Servicequalität und der verstärkten Markenpositionierung.

Hauptmarke **Sunrise**: Die Qualität der Netze, des Kundendienstes und der Produkte von Sunrise wurden mehrfach ausgezeichnet (u.a. connect Mobilfunk-Netztest, PC Magazin Breitband Benchmark). Ein Beispiel

sind die verkürzten Hotline-Wartezeiten, die Höchstbewertungen erhalten haben (connect Mobilfunk-Hotline-Test). Dank der Investitionen in die Qualität setzt Sunrise das Kundenwachstum fort, obwohl seit Mitte Februar bei den Neukunden-Angeboten keine 24-Monatsrabatte mehr gewährt werden.

[yallo](#) baute ihre Positionierung als Full Service Provider für preisbewusste, digitalaffine Kundinnen und Kunden weiter aus. Dabei zeigt yallo mit der neuen, im März gestarteten multi-channel [Kampagne](#), was yallo besonders gut kann.

[Sunrise Business](#) konnte erneut zahlreiche Neuabschlüsse wie auch Vertragsverlängerungen/-Upgrades verzeichnen, wie z.B. mit Swissport (Vertragserneuerung und Neuabschluss Mobile) und mit Casale (Neuabschluss Mobile). Mit Kundengewinnen und innovativen Angeboten baut Sunrise Business ihre Position weiter aus. Beispielsweise mit der kürzlich lancierten Mobile Private Network (MPN)-Lösung, die massgeschneiderte 5G-Netzwerke bietet. Dabei untermauert Sunrise Business ihre Position mit der neuen B2B-Kampagne mit [Sanitas Troesch](#) und [Zaptec](#), die ebenfalls im März startete und auf Sunrise Business Mobile Produkte für smarte Zusammenarbeit wie Mobile as a Service (Maas) und IoT-Lösungen fokussiert.

Finanzergebnisse

Der **Umsatz** entwickelte sich im Q1 2023 mit CHF 747,1 Millionen (-1.7%) auf angepasster Basis gegenüber dem Vorjahresquartal leicht rückläufig. Der Rückgang auf angepasster Basis ist vor allem auf geringere Einnahmen im Festnetzbereich zurückzuführen. Dies aufgrund des ARPU-Drucks durch die Preisharmonisierung bei den Festnetz-Angeboten mit der Hauptmarke und der anhaltenden Wettbewerbsdynamik, was teilweise durch einen starken Geschäftsgang bei yallo ausgeglichen wurde.

Die Unternehmensbereiche haben wie folgt zu den Ergebnissen im Q1 beigetragen: Privatkunden Mobile CHF 305,4 Millionen (-0.8% YoY auf angepasster Basis), Privatkunden Festnetz (inklusive Internet, TV, Telefonie und andere Dienste) CHF 280,8 Millionen (-5.1% YoY auf angepasster Basis), B2B CHF 140,9 Millionen (+0.6% YoY auf angepasster Basis) und andere Umsätze CHF 20,0 Millionen.

Das **segmentbereinigte EBITDA²⁾** sank im Q1 2023 auf angepasster Basis um -9.2% gegenüber dem Vorjahr und erreichte CHF 243,3 Millionen, inklusive CHF 3,4 Millionen «costs to capture³⁾». Die Abnahme des segmentbereinigten EBITDA²⁾ auf angepasster Basis ist vor allem auf den tieferen Umsatz im Festnetzbereich in Kombination mit höheren Marketingkosten (Swiss-Ski und Starzone), auf Hardware-, Programmierungs- und Phasing-Kosten sowie teilweise auf inflationsbedingt höhere Ausgaben beim Netzerhalt und der Logistik zurückzuführen.

Das bereinigte **EBITDA ohne Sachanlagenzugänge²⁾⁴⁾** nahm im Q1 2023 auf angepasster Basis um -18.2% YoY auf total CHF 105,5 Millionen ab, inklusive CHF 12 Millionen «costs to capture», primär aufgrund des Rückgangs des segmentbereinigten EBITDA in Kombination mit anhaltend hohen Investitionen im Umfang von CHF 137,8 Millionen (18.4% des Umsatzes), die CHF 8,6 Millionen «costs to capture» in Sachanlagenzugängen beinhalten.

	3 Monate per 31. März 2023	
<i>In Mio. CHF, Ausnahme %-Angaben</i>		auf angepasster Basis in % ²⁾
Umsatz	747,1	(1.7%)
- Privatkunden Mobile	305,4	(0.8%)
- Privatkunden Festnetz	280,8	(5.1%)
- B2B	140,9	0.6%
- Andere	20,0	38.8%
Segmentbereinigtes EBITDA²⁾	243,3	(9.2%)
Bereinigtes EBITDA ohne Sachanlagenzugänge²⁾⁴⁾	105,5	(18.2%)

Bestätigung der Guidance für das Finanzjahr 2023:

- Umsatzrückgang im tiefen einstelligen Bereich
- Rückgang des segmentbereinigten EBITDA²⁾ im niedrigen bis mittleren einstelligen Bereich (inklusive «costs to capture»³⁾)
- Opex- und Capex «costs to capture»³⁾ ~CHF 50 Millionen (~CHF 10 Millionen in Opex)
- Sachanlagenzugänge in Prozent des Umsatzes (einschliesslich «costs to capture»³⁾) 15-17%
- Bereinigter FCF²⁾: zwischen CHF 320-350 Millionen (Wachstum gegenüber 2022)

Die detaillierten Finanzergebnisse von Sunrise finden sich im [UPC Holding Q1 2023 Fixed Income Release](#).

Übernahme von Partnernetzen

Per 1. Januar 2023 hat Sunrise das Telekom-Geschäft der EBL übernommen sowie die Kabelnetze in Dottikon, Dintikon, Boniswil, Mogelsberg und Ebersol. Die insgesamt rund 60'000 bestehenden Telekom-Kundinnen und Kunden der Telekom-Sparte EBL wie auch die insgesamt rund 4'500 Haushalte in Dottikon, Dintikon, Boniswil, Mogelsberg und Ebersol, denen die Sunrise Dienste (inklusive UPC & Yallo Produkte) bisher über die Partnernetze zur Verfügung standen, werden auch zukünftig vom attraktiven [Sunrise Portfolio](#) profitieren, das nun aus einer Hand angeboten wird.

Sunrise und Swiss-Ski : grandiose erste Schneesport-Saison

Sunrise ist seit dem 1. Mai 2022 [Main Partner von Swiss-Ski](#) und blickt stolz auf eine unglaublich erfolgreiche [Weltcup-Saison 2022/2023](#) von Swiss-Ski zurück, in der es gelang, den Status der Schweiz als beste Ski-Alpin-Nation zurückzuerobern. Solche Resultate passen perfekt zum Markenversprechen von Sunrise «Dream Big. Do Big.».

Die Weltcups in der Schweiz wären ohne die Sunrise Projektteams nicht möglich gewesen, welche die gesamte ICT-Umsetzung sicherstellten. Sunrise sorgte für einen reibungslosen Ablauf, 100%ige Netzabdeckung an den Events und stellte an sämtlichen Weltcups einwandfreie Verbindungen sicher mit einer 0%-Ausfallquote. Für die Swiss-Ski-Events wurden Glasfaserstrecken mit einer Gesamtlänge von 339 km realisiert. Diese versorgen die Weltcup-Standorte mit dem besten Sunrise Internet. Einheimische wie Feriengäste profitieren von einer verbesserten Internet- und Mobilfunkabdeckung.

Sunrise Kundinnen und Kunden hatten zudem mit [Sunrise Moments](#) während der gesamten Saison die Möglichkeit, von unvergesslichen Erlebnissen an den Schweizer Weltcups zu profitieren.

Sunrise

Media Relations

media@sunrise.net

0800 333 000

¹⁾inklusive B2B- und Zweit-SIM-Karten, ohne Zweit-SIM-Karten in Übereinstimmung mit der Definition von LG betrug das organische Wachstum der Postpaid-Abos 36'100 im Q1 2023.

²⁾Die Ergebnisse auf angepasster Basis und den LG Definitionen angeglichen, sind konsistent mit den von der Muttergesellschaft vorgelegten Ergebnissen. Diese Non-GAAP-Kennzahlen sind als Ergänzung und nicht als Ersatz für die U.S. GAAP-Kennzahlen zu sehen, die in den Finanz-Statements der Muttergesellschaft enthalten sind. Zu den Definitionen und Bereinigungen ist der [UPC Holding Q1 2023 Fixed Income Release](#) zu konsultieren.

³⁾«costs to capture» beinhalten im Allgemeinen inkrementelle, Dritt-Betriebs- und Kapitalkosten, die direkt mit Integrationsaktivitäten, Restrukturierungsmassnahmen und bestimmten anderen Kosten im Zusammenhang mit der Anpassung eines erworbenen Unternehmens an die Geschäftsprozesse der Muttergesellschaft zur Erzielung von Synergien verbunden sind. Diese Kosten sind notwendig, um den Betrieb eines zu erwerbenden Unternehmens (oder eines zu gründenden Joint Ventures) mit jenem der Muttergesellschaft zu verbinden, oder sie sind mit der Akquisition verbunden. Infolgedessen können die zu erfassenden Kosten bestimmte (i) Betriebskosten, die im bereinigten EBITDA enthalten sind, (ii) kapitalbezogene Kosten, die in den Sachanlagenzugängen und im bereinigten EBITDA ohne Sachanlagenzugänge⁴⁾ enthalten sind, und (iii) bestimmte integrationsbezogene Restrukturierungskosten, die nicht im bereinigten EBITDA oder bereinigten EBITDA ohne Sachanlagenzugänge⁴⁾ enthalten sind, umfassen. Da die Erzielung von Synergien im Laufe der Zeit erfolgt, sind bestimmte der zu erfassenden Kosten naturgemäss wiederkehrend und fallen im Allgemeinen innerhalb weniger Jahre nach Abschluss der Transaktion an.

⁴⁾Aufgrund eines Kommentars der U.S. Securities and Exchange Commission SEC hat Liberty Global ab Q3 2021 den früher verwendeten Begriff «OCF» in «Bereinigtes EBITDA ohne Sachanlagenzugänge» geändert.