

04.08. 2020

## **2. Quartal 2020: UPC manövriert erfolgreich durch Covid-19-Krise**

Von PPS



### **Bild Rechte**

UPC Schweiz GmbH

### **Stabiles UPC Giganetz, Kundenzufriedenheit auf Rekordniveau und verbessertes betriebliches Ergebnis**

(Wallisellen)(PPS) **UPC Giganetz zeigt während dem Covid-19-Lockdown seine Leistungsfähigkeit und treibt zusammen mit dem innovativen UPC TV, den attraktiven Mobile-Angeboten sowie der Digitalisierung der Prozesse die Kundenzufriedenheit im 2. Quartal weiter auf Rekordniveau**

**Betriebliches Ergebnis im 2. Quartal trotz anhaltendem Umsatzdruck in einem kompetitiven Umfeld und Covid-19-Krise verbessert. Verkäufe aufgrund der Covid-19-Krise rückläufig, aber im Juni bereits wieder auf vor Covid-19-Level und höher als im Vorjahr**

**Initiativen des Wachstumsplans zeigen Wirkung: weniger Kündigungsanfragen, anhaltendes Wachstum bei UPC Mobile und eine**

## **verbesserte Kostenstruktur**

### **Stabile Performance im Geschäftskundenbereich trotz dem von der Covid-19-Krise geprägtem Umfeld, Umsatzverlust von lediglich -4.9% im Vergleich zum Vorjahr**

„Die letzten Monate waren auch bei UPC geprägt von der Covid-19-Krise. Trotz den damit verbundenen Herausforderungen geht UPC gestärkt aus dem zweiten Quartal hervor. Unsere Kunden konnten sich auch während des Lockdowns immer auf das UPC Giganetz verlassen. Um unsere Kunden zu unterstützen, haben wir beispielsweise temporär alle Kindersender freigeschaltet sowie für über 165'000 Kunden die Internetgeschwindigkeiten kostenlos auf 100 Mbit/s erhöht. Auch UPC Business hat während der Krise für SOHO-Kunden zahlreiche Lösungen kostenlos realisiert. Dies spiegelt sich auch in der Kundenzufriedenheit wider – nachdem bei der Kundenzufriedenheit bereits im ersten Quartal ein Rekordhoch verzeichnet werden konnte, ist dieser Wert im zweiten Quartal noch weiter angestiegen. Das zeigt uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind“, so Baptiest Coopmans, CEO von UPC Schweiz. „Unser Wachstumsplan ist trotz den zahlreichen Herausforderungen immer noch auf Kurs, die Trends gehen in die richtige Richtung und müssen nun noch verstärkt werden. Das heisst konkret, dass wir weiterhin in unser Netz, unsere Produkte sowie in die Digitalisierung und Vereinfachung unserer Prozesse investieren werden – um die Kundenzufriedenheit noch weiter zu verbessern und somit die Rückkehr zum Wachstum sicherstellen zu können.“

Der anhaltende Wettbewerbsdruck und die Covid-19-Krise resultieren auch im 2. Quartal 2020 in einem Abonnementenrückgang von -13'000. Damit konnte jedoch der Rückgang im Vorjahresvergleich um 4'000 Kunden reduziert werden. Dies spiegelt sich auch in der Umsatzentwicklung wider: Im Vergleich zum Vorjahresquartal ging der Umsatz von UPC um 8.6% von CHF 315.6 Mio. auf CHF 288.3 Mio. zurück. Durch den Lockdown nahmen die Verkäufe aufgrund geschlossener Partner-Shops im April und Mai ab, im Juni stiegen die entsprechenden Zahlen aber bereits wieder deutlich an – und zwar über das Vorjahresniveau hinweg. Die Kündigungsrate zeigt auch in diesem Quartal sehr ermutigende Verbesserungen sowohl im Quartals- als auch im Jahresvergleich.

Trotz des anhaltenden Umsatzdrucks konnte das operative Ergebnis (OFCF) im 2. Quartal 2020 verbessert werden und zeigt das beste Ergebnis seit fünf Quartalen.

Neben einer vereinfachten Kostenstruktur kommt hinzu, dass jetzt, da alle unsere Kunden die Möglichkeit haben, vom UPC Giganetz zu profitieren und die Mehrheit dieser über die TV Plattform der neuesten Generation verfügt, die damit verbundenen Investitionen ihren Höhepunkt überschritten haben.

Die Initiativen des Wachstumsplans zeigen weiter ihre positive Wirkung. Die stetigen Optimierungen der digitalen Kanäle haben dazu geführt, dass UPC Kunden weniger auf traditionellem Wege (via Telefon oder Brief) mit UPC in Kontakt treten. Entsprechend haben die Interaktionen auf den digitalen Kanälen deutlich zugenommen und dank qualitativ guter Beratung und geringerer Wartezeiten ist die Kundenzufriedenheit in den letzten Monaten nochmals deutlich gestiegen. Hinzu kommt ein im ganzen Verbreitungsgebiet verfügbares, zuverlässiges UPC Giganetz, die innovative UPC TV Plattform sowie ein attraktives Mobile-Angebot auf dem stärksten und meistgenutzten Mobilfunknetz der Schweiz. Als Resultat liegt die Kundenzufriedenheit in allen Bereichen (Marke, Kundenservice, Produkte) seit mehreren Monaten auf Rekordkurs und ist auch im 2. Quartal weiter angestiegen.

Die Performance im Geschäftskundenbereich blieb trotz erschwerter Bedingungen während der Covid-19-Krise stabil. Mit einem Umsatzrückgang von lediglich -4.9% im Jahresvergleich und einem um 2% gesteigerten Umsatz im Kernsegment konnte der Krise erfolgreich getrotzt werden. Aufgrund der erhöhten Nachfrage im Zuge von Covid-19 nach Videokonferenz-Lösungen und anderen digitalen Kommunikationslösungen entschied UPC Business bereits im April, die Internetbandbreite der SOHO-Kunden im UPC Giganetz auf das Maximum zu erhöhen. Ergänzend zum Bandbreiten-Upgrade offerierte UPC Business ihren Kunden den Security Service Business Secure Web bis Ende Juli 2020 kostenlos, um auch Home Office-Arbeitsplätze nachhaltig gegen cyberkriminelle Aktivitäten zu schützen.

### **Pressekontakt:**

UPC Schweiz GmbH  
Postfach  
8021 Zürich

UPC  
Media Relations  
Schweiz  
Tel. +41 58 388 99 99

media.relations @ upc.ch

**Kategorie**

Medien & Telekommunikation

---

**Source URL:** *<https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/2-quartal-2020-upc-manoevriert-erfolgreich-covid-19-krise>*