

Cover Note zum Quartalsbericht Q2/2016 von Liberty Global

Wien / Wallisellen, 5. August 2016 – Das Geschäft von UPC ist im 2. Quartal 2016 weiter gewachsen. Im Vergleich zum Vorjahr stieg der Umsatz in Österreich um 3,4 Prozent. Auch die Kundenzahl ist in Österreich angestiegen. Das umfassende Investitionsprogramm Autostrada ist mit über 20'000 neu erschlossenen Haushalten in der Schweiz und Österreich im 1. Halbjahr gut auf Kurs.

Key facts

- Umsatz von UPC steigt um 3,4 Prozent auf EUR 85,6 Millionen
- Anzahl Abonnemente gegenüber letztem Quartal steigt um 14'500 auf 1'415'000
- Geschäft mit Unternehmenskunden wuchs im Vergleich zum 2. Quartal 2015 um 2.4 Prozent und ist mit rund 12 Prozent des Gesamtumsatzes massgeblich am erfolgreichen Geschäftsgang beteiligt.
- Autostrada: Mit über 20'000 erschlossenen Haushalten im ersten Halbjahr ist das Investitionsprogramm weiter auf gutem Kurs. [Hier](#) gibt's mehr Informationen zum Investitionsprogramm Autostrada.
- Volldigitalisierung von TV und Radio in Österreich schreitet weiter gut voran. Die Umschaltung wurde bis dato in Niederösterreich Süd, der Steiermark und Oberösterreich erfolgreich umgesetzt. Im Sommer folgen Tirol und Kärnten und im Herbst Vorarlberg. 2017 wird Wien und Wien Umgebung zu 100 % digital.
- Als erstes Telekom-Unternehmen in Österreich veröffentlicht UPC den [Kundenzufriedenheitswert](#) auf der Website und schafft damit Transparenz. Kundenmeinungen sind für UPC ein essentieller Bestandteil für die Weiterentwicklung der Produkte und Services.

Abonnemente per 30. Juni 2016 in Österreich



**Breitbandinternet
494'000**

Veränderung zu
Q1 2016:
+ 5'000 (+ 1,1 %)



**Festnetztelefonie
407'000**

Veränderung zu
Q1 2016:
+ 9'000 (+ 2,2 %)



**Fernsehen
492'000**

Veränderung zu
Q1 2016:
- 3'000 (- 0,6 %)



**Mobilfunk
21'000**

Veränderung zu
Q1 2016:
+ 4'000 (+ 21,3 %)

Kommentare von Frank Zelger, Chief Customer Officer (CCO), UPC



Umsatz

Der Umsatz nahm im zweiten Quartal 2016 im Vergleich zum Vorjahr erneut zu – in Österreich um 3,4 Prozent, in der Schweiz um 1,1 Prozent. Diese stetig positive Entwicklung unterstreicht unsere führende Rolle am österreichischen Markt.

Kundenzufriedenheit

Wir veröffentlichen seit Mitte Mai als erstes österreichisches Telekommunikationsunternehmen den aktuellen Kundenzufriedenheitswert auf unserer eigenen Webseite. Damit unterstreichen wir die Wichtigkeit der Meinung unserer Kundinnen und Kunden sowie den offenen und konstruktiven Umgang mit den Ergebnissen. Unsere Kunden können sich darauf verlassen, dass ihnen bei ihren Anliegen geholfen wird und wir ihre Meinung ernst nehmen. Den aktuellen Wert von 8,2 von 10 möchten wir weiter nach oben treiben.

Autostrada

Mit Autostrada erweitern wir das Anschlussgebiet für unsere Dienstleistungen. Wir schließen geografische Lücken im Netz und erschließen auch Gemeinden und Siedlungen außerhalb des bisherigen Verbreitungsgebiets mit unserem Glasfaserkabel. Im ersten Halbjahr 2016 haben wir in der Schweiz und in Österreich über 20'000 neue Haushalte erschlossen und sind damit auf gutem Kurs, unsere Ziele für dieses Jahr zu erreichen.

Ausblick

Neben Autostrada und dem weiteren Vorantreiben der Volldigitalisierung von Österreich, stehen weitere Meilensteine an: Ende August werden wir in Österreich das bunte UPC-Logo einführen und damit in Österreich und der Schweiz mit einheitlichem Namen und demselben Logo auftreten. Die neue Markenbotschafterin Michelle Hunziker wird in ihrer ersten UPC Kampagne zu sehen sein. Zudem werden wir weiter daran arbeiten, die Kundenzufriedenheit zu verbessern. Entsprechende Projekte werden bald umgesetzt.