



Nidauer Quickline gewinnt Kunden, verliert aber Umsatz

Den Entwicklungen in der Telekommunikationsbranche kann sich die Nidauer Quickline nicht entziehen. Die Suche nach einem neuen CEO dauert noch an.

Tobias Graden

Was den Kundenzuwachs betrifft, so kann sich die Nidauer Quickline nicht beklagen. Der Telekommunikationsanbieter hat letztes Jahr bei den Mobile-Abos um 16,7 Prozent zugelegt, beim TV-Streaming um 7,7 Prozent und beim Internet um 2,0 Prozent. Felix Kunz, der die Geschichte des Unternehmens als CEO ad interim leitet, macht in der Mitteilung die Qualität der Produkte, die hohe Kundenzufriedenheit und den persönlichen Kundenservice als Gründe dafür aus.

Auf den Umsatz hat dieses Kundenwachstum allerdings nur begrenzt einen merklich positiven Effekt. Dieser sank im Quickline-Verbund nämlich leicht um 0,7 Prozent auf 245 Millionen Franken. Das Unternehmen macht dafür tiefere Margen verantwortlich. Sergio Giorgetta, Chief Marketing Officer, sagte an der Telefonkonferenz, mit diesem Problem habe derzeit die ganze Branche zu kämpfen.

Gewinnzahlen veröffentlicht Quickline nicht. Beat Jacottet, CIO und CFO ad interim, betont jedoch, dass Quickline schwarze Zahlen schreibe: «Wir sind seit Jahren profitabel.» Die Profitabi-

lität habe zuletzt sogar zugenommen: «Wir sind zufrieden mit der Entwicklung.»

Die Margen erodieren

Sinkende Margen sind laut Mitteilung besonders im Bereich Internet zu verzeichnen. Quickline spricht von einer eigentlichen «Margenerosion». Den Branchenentwicklungen kann sich Quickline auch in den Bereichen Festnetztelefonie und linearem Fernsehen nicht entziehen. Da

Gewinnzahlen veröffentlicht Quickline nicht.

gehen die Kundenzahlen um 4,8 respektive 0,9 Prozent zurück.

Quickline hatte 2022 die Expansion über das traditionelle Verbreitungsgebiet, das vor allem im Mittelland und im Wallis liegt, hinaus gestartet. Damit läuft TV, Internet, Festnetz und Mobilfunk von Quickline auch an anderen Orten.

Wachstum angestrebt

Auf Erfolgskurs sieht sich Quickline bei den Smart-Meter-Lösungen. Der Energieservice Biel (ESB) hat sich letztes Jahr an der

Quickline Energy beteiligt, bis 2027 wird er rund 40 000 Messpunkte mit Smart Metern ausrichten.

Auch bei anderen Energieversorgungsunternehmen wie St. Moritz Energie oder den Industriellen Betrieben Kloten kommt die Komplettlösung von Quickline zum Zug.

Für das Jahr 2024 zeigt sich Quickline jedenfalls zuversichtlich. Das Jahr stehe im Zeichen des Wachstums, lässt sich Felix Kunz zitieren. Dabei gilt es auch, einen neuen CEO zu finden. Ende November war bekannt geworden, dass Frédéric Goetschmann das Unternehmen verlassen werde. Verwaltungsratspräsident Kunz übernahm als Interims-CEO, und als solcher amtierte er noch immer. Die Suche nach dem Nachfolger sei im Gang, so Kunz an der Telefonkonferenz, «das braucht seine Zeit». Der künftige CEO soll technisch versiert sein, hohe Managerqualitäten haben und unternehmerisch denken. Denn: «Wir haben vor, weiterzuwachsen», sagt Kunz.

Definitiv eingesetzt worden ist Sergio Giorgetta als Chief Marketing Officer. Dies hat der Verwaltungsrat Ende März entschieden, wie Kunz sagt.