

Gesteigerte Gewinne im operativen Geschäft – gezielte Massnahmen zugunsten der Kunden – Innovationen

Generalversammlung 2004, Referat von Jens Alder, CEO Swisscom AG, Luzern, 27. April 2004

(Es gilt das gesprochene Wort)

Die Swisscom-Gruppe erzielte 2003 im operativen Geschäft ein ausgezeichnetes Ergebnis:

- Bei stabilem Umsatz das Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) um 5,2% auf CHF 4,64 Mrd gesteigert.
- Der konsolidierte Umsatz der Swisscom-Gruppe nahm um 0,4% zu. Die Erhöhung des Reingewinns um 90,4% auf CHF 1,57 Mrd. ist auf das bessere Betriebsergebnis und Finanzergebnis sowie auf geringere ordentliche und ausserordentliche Goodwillabschreibungen zurückzuführen.
- Der Reingewinn pro Swisscom-Aktie beträgt CHF 23,7 (Vorjahr CHF 12,2).

Wir setzen die angekündigte Ausschüttungspolitik um:

- Der Equity Free Cash Flow von CHF 2,91 Mrd. wird in Form einer Dividende von CHF 13 pro Aktie ausgeschüttet (CHF 861 Mio) und über einen Aktienrückkauf an die Aktionäre ausbezahlt (bis zu CHF 2 Mrd.).

Wie hat sich das operative Geschäft entwickelt?

- Triple Play: Konkurrenz mit Kabelnetz treibt Entwicklung von Breitband-Internet an.

Der Umsatz des Segments Fixnet mit Dritten nahm um 5,5% auf CHF 4,5 Mrd. ab. Das traditionelle Telefongeschäft ist auch aufgrund der Regulierungseingriffe weiter unter Druck. Es herrscht ein sehr intensiver Wettbewerb mit den Kabelnetzbetreibern und den Internet-Providern. Als Folge davon steht die Schweiz heute im Bereich der Breitbandanschlüsse in einer europäischen Spitzenposition.

Die Zahl der ADSL-Anschlüsse in der Schweiz beträgt derzeit schon über 600'000; davon sind mehr als die Hälfte Bluewin-Kunden. Der ADSL-Boom hält an. Zur ADSL-Attraktivität tragen auch die stets gesteigerten Übertragungsleistungen bei: Mitte Februar hat Swisscom die Bandbreiten ihrer ADSL-Angebote für Privatkunden verdoppelt.

Swisscom Fixnet spielt im Triple Play eine zentrale Rolle: wir wollen unseren Kunden ein integriertes Sprach-, Internet- und Fernsehangebot aus einer einzigen Breitbandsteckdose ins Haus liefern.

Im kommenden Sommer werden wir in einem Test von Bluewin die Fernsehübertragung über das

heute verfügbare ADSL und damit über das Telefon-Kupferkabel erproben. Heute schon bietet Bluewin eine ganze Reihe von innovativen Inhaltsleistungen an wie Spiele über Internet, Video on demand, Voice-Chats oder Votings.

Ein breiter Einstieg ins Fernsehgeschäft erfordert für Swisscom eine weitere Erhöhung der Leistungsfähigkeit im Anschlussnetz. Die heutige ADSL-Technologie stösst hier an ihre Kapazitätsgrenzen. Um den zukünftigen Anforderungen gerecht zu werden, müssen die Kupferkabel auf der letzten Meile wohl schrittweise durch leistungsfähige Glasfaserkabel ersetzt werden.

Ein derartiger Umbau würde ein über viele Jahre dauerndes Ausbauprogramm bedingen; dies mit sehr hohen Investitionen von jährlich mehreren CHF 100 Mio.

Ein erster Schritt auf diesem technischen Evolutionspfad könnte die VDSL-Technologie (Very high speed Digital Subscriber line) mit 10 und mehr Megabits pro Sekunde sein. VDSL erfordert, dass die leistungsfähigen Glasfasern bis nahe zu den Haushalten reichen; je näher die Ausrüstungen beim Kunden sind, desto höhere Raten können auf der restlichen Strecke der Kupferleitung übertragen werden.

Eingriffe der Regulierung gefährden die Breitband-Spitzenposition der Schweiz

Investitionen bedingen Rechtsicherheit. Der vorliegende Entwurf zur Revision des Fernmeldegesetzes liegt völlig quer:

- Die Schweiz benötigt weder einen Ausbau der Verwaltung mit zunehmenden Behördenkompetenzen noch zusätzliche Eingriffe in funktionierende Märkte.
- Sowohl im Mobilkommunikationsmarkt wie auch in den Festnetzbereichen Sprachtelefonie und Breitbandanschlüsse herrscht starker Wettbewerb. Der Schweizer Telekommunikationsmarkt funktioniert: es gibt in Europa keine Telekommunikationsprodukte, die Privat- oder Geschäftskunden in der Schweiz nicht kaufen können.
- Den in der Gesetzesrevision vorgeschlagenen Konsumentenschutzbestimmungen steht Swisscom positiv gegenüber und arbeitet innerhalb unserer Branche aktiv an Lösungen zur Verbesserung des Schutzes gegen Spam und zur Schaffung einer Ombudsstelle mit.
- Vor diesem Hintergrund ist auch unsere Position gegenüber der Entbündelung der letzten Meile (ULL) zu betrachten. Diese ist ökonomisch nachweislich falsch und funktioniert auch im Ausland nicht. Falsche Behauptungen werden nicht wahr, nur weil sie immer wieder wiederholt werden. Mit einer Entbündelung könnten „Trittbrettfahrer“ zu behördlich regulierten Preisen von neu gebauten Investitionen von Swisscom profitieren. Es ist klar, dass mit solchen Rahmenbedingungen die Konkurrenzfähigkeit von Swisscom gegenüber den Kabelnetzbetreibern geschwächt und Investitionsanreize von Swisscom Fixnet gesenkt werden.

Die FMG-Revision bremst die Entwicklung der Informationsgesellschaft in der Schweiz. Damit erschwert sich die Schweiz die Möglichkeit, in der breitbandigen Informationsgesellschaft ihren Spitzenplatz zu behalten respektive weiter auszubauen.

Kunden profitieren von Allianz mit Vodafone

- Das Segment Mobile steigerte den Umsatz mit Dritten im Vergleich zum Vorjahr um 1,8% auf CHF 3,43 Mrd.
- Der Wettbewerb ist sehr intensiv: Der durchschnittliche Umsatz pro Kunde (ARPU) wird durch den stetigen Preiskampf im Geschäftskundensegment sowie Abonnementswechsel der Privatkunden reduziert.
- Ein Highlight ist die Einführung von Vodafone live! Bis Ende 2003 konnten 50'000 Kunden gewonnen werden und mittlerweile liegt die Kundenzahl bei über 100'000.
- Die Kunden von Swisscom Mobile profitieren somit direkt von unserer strategischen Allianz mit Vodafone und erhalten Zugang zu globalen Produkten und Dienstleistungen, die Swisscom aus eigener Kraft nicht hätte bereitstellen können. So zum Beispiel das vor einigen Wochen lancierte erste Handy in der Schweiz, das über eine integrierte 1-Megapixel-Kamera verfügt.
- Ob E-Mails, Kontakte, Termine, Firmenanwendungen oder Info- und Entertainment: Der Trend ist, mobil und breitbandig auf Anwendungen zuzugreifen, die heute nur am stationären Arbeitsplatz genutzt werden können. Der mobile Breitbandzugang wird von Swisscom Mobile bereits 2004 realisiert. Voraussetzung dafür sind leistungsfähige Breitbandnetze wie UMTS, PWLAN und GPRS, PC-Karten, die diese Technologien unterstützen, und der unterbruchfreie Wechsel zwischen den Netzen – ein so genanntes Seamless Handover.
- Vor wenigen Wochen hat sich Swisscom entschieden, ihr UMTS-Netz kurzfristig mit EDGE (Enhanced Data Rates for GSM Evolution), einem flächendeckenden Datennetz mit beachtlicher Leistung, zu ergänzen. EDGE ist eine Weiterentwicklung des bekannten GPRS-Standards mit wesentlich höheren Übertragungsraten. EDGE macht eine sehr rasche Erschliessung auch der ländlichen Regionen mit mobilen Breitbandanschlüssen möglich. Die Schweiz wird damit europaweit eine Führungsrolle auch in der drahtlosen Telekom-Infrastruktur einnehmen.
- Den kommerzielle UMTS-Betrieb werden wir noch dieses Jahr aufnehmen. Nächster Schritt wird dann voraussichtlich die Lancierung von DVB-H (digitales Fernsehen über mobile Geräte) sein. Wir rechnen mit der Einführung im Jahr 2006.
- WLAN, das Netz für den mobilen und schnellen Zugang zu Internet und E-Mail-Diensten, ist in den vergangenen 12 Monaten stark ausgebaut worden. Aktuell kann das öffentliche WLAN-Netz an

rund 500 Standorten genutzt werden. Der WLAN-Verkehr nimmt stark zu. Allein zwischen Oktober 2003 und Februar 2004 betrug die monatliche Wachstumsrate 13 Prozent.

Schwache Konjunktur prägt das B2B-Geschäft

- Die im B2B-Geschäft tätigen Swisscom Enterprise Solutions (ES), Swisscom Systems und Swisscom IT Services sind von der schwachen Konjunktorentwicklung und einem anhaltenden Preisdruck geprägt.
- Der Umsatz von ES mit externen Kunden reduzierte sich um 8,2% auf CHF 1,26 Mrd. Seit Anfang 2004 konzentriert sich das Unternehmen auf das Kerngeschäft, die Betreuung von rund 4000 Geschäftskunden mit komplexen Kommunikationsbedürfnissen.
- Die Stärken von Swisscom Systems sind die schweizweite Service-Organisation, das umfassende Know-how in Beratung, Design und Realisierung von Telekom-Lösungen und das breite Produkteportfolio im Massen- und Lösungsgeschäft für über 100'000 Kunden. Im Turnaround 2003 wurde sämtliche Prozesse effektiver gestaltet und streng auf den Kundennutzen ausgerichtet; der Umsatz von CHF 345 Mio. (-15 Prozent) verzeichnet nun einen positiven operativen Cash Flow.
- Swisscom IT Services ist spezialisiert auf den Bau, die Integration und den Betrieb komplexer, auf die Verarbeitung grosser Datenmengen ausgerichteter Informatiksysteme. 2003 erzielte Swisscom IT Services mit rund 2'200 Mitarbeitenden einen Umsatz von CHF 755 Mio. (-9.5%), wovon CHF 165 Mio. mit den AGI-Kunden. Die IT-Preise sind in den letzten fünf Jahren infolge des starken Wettbewerbs um rund ein Drittel gefallen. Dies zwingt das Unternehmen, die Kosten massiv zu senken und die Stellenzahl anzupassen.

Schwerpunkt Kundenzufriedenheit

Auch wenn die Swisscom-Resultate im Bereich Kundenzufriedenheit gut sind und im Durchschnitt über den Werten der Konkurrenz liegen; die Kunden sind insgesamt kritischer geworden. Aus diesem Grund ist die Steigerung der Kundenzufriedenheit eines der wichtigsten Ziele für 2004. Unsere Kadermitarbeiter werden auch am Erreichen dieses Zieles gemessen – mit entsprechenden Auswirkungen auf die Entlohnung.

Group Client Management – der neue Ansprechpartner für Grosskunden

Als wichtige Massnahme zur Steigerung der Kundenzufriedenheit bei den Geschäftskunden führte Swisscom per 1. Januar 2004 ein Group Client Management ein. Oberstes Ziel ist es, unseren grössten Kunden Kommunikations- und Informatiklösungen aus einer Hand zu bieten.

Massnahmen zur Steigerung der Zufriedenheit der Privatkunden:

- So führte Swisscom Fixnet Anfang 2003 ein Customer Relationship Management ein, mit dem Ziel, die Kundenbeziehungen zu intensivieren, Beratung und Betreuung noch gezielter auf die Kundenbedürfnisse auszurichten und die Kundentreue dadurch zu erhöhen.
- In den Swisscom-Shops werden wir im Jahr 2004 die Wartezeiten markant reduzieren und damit die Kundenzufriedenheit erhöhen. Dazu beitragen soll auch die Einführung der Kundencharta, welche bei der Hotline von Swisscom Mobile bereits zu messbaren Verbesserungen der Kundenzufriedenheit geführt hat.

Firmen-Akquisitionen in der Schweiz...

- Haushälterischer Umgang mit dem Geld unserer Aktionäre: Wir haben 2003 mehrere Dutzend Möglichkeiten für Beteiligungen oder Akquisitionen geprüft und fast alle verwerfen müssen. Auch künftig wollen wir unserer sorgfältigen Investitionspolitik treu bleiben und Akquisitionen nur dann tätigen, wenn sie zu einem nachhaltigen Wertewachstum der Swisscom-Gruppe beitragen.
- Grösste Akquisition im Berichtsjahr war der Erwerb der T-Systems Card Services AG (seit 21.1.2004 Billag Card Services AG) durch die Swisscom-Tochter Billag.

... und Bereinigung der Beteiligungen im Ausland

- Im Ausland stehen wir mit der vor Jahren begonnenen Portfolio-Bereinigung vor dem Abschluss. Der Prozess für einen Verkauf der Finanzbeteiligung an der debitel-Gruppe ist eingeleitet. Der Verkauf ist die Folge von fehlenden strategischen Synergien, nachdem wir im Jahr 2000 in Deutschland keine UMTS-Lizenz gegen vertretbare Kosten erwerben konnten. 2003 haben wir ferner die liechtensteinische Telecom FL verkauft und unsere indirekte Minderheitsbeteiligung an Cesky Telecom veräussert.
- Wir sind heute im Ausland mit Swisscom Eurospot vertreten, eine im Januar 2003 gegründete Swisscom-Tochter mit Sitz in Genf. Sie hat sich eine starke Position im europäischen Markt für Public Wireless LAN erobert. Aktuell bietet Swisscom Eurospot den breitbandigen Internetzugang zusammen mit Roaming-Partnern bereits an rund 2000 Standorten in über zehn Ländern an.

Ausblick: Gut gestartet ins 2004....

- Die europäische Telekommunikationsindustrie stabilisiert sich. Es zeigen sich Anzeichen eines konjunkturellen Aufschwungs. Neue Technologien drängen auf den Markt und bilden die Basis für den Ausbau der Bandbreiten sowohl im Festnetz wie auch in den Mobilfunknetzen. Die Programme zur

Steigerung der Kundenzufriedenheit, zur Investition in modernste und flächendeckende Infrastrukturen, zur Innovation bei Produkten und Dienstleistungen, zur Effizienzsteigerung und zur Qualifikation des Personals werden weiter vorangetrieben.

- Ohne die debitel-Gruppe erwartet Swisscom für das Geschäftsjahr 2004 bei weiterhin intensivem Wettbewerb und gleichen Regulierungsbedingungen einen konsolidierten Umsatz von rund CHF 10 Mrd. und ein Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) von rund CHF 4,3 Mrd.
- Die Investitionen, insbesondere in unsere Netzinfrastruktur, werden im Jahr 2004 bei rund CHF 1,3 Mrd. liegen. Dazu kommen weitere Aufwendungen (Material, Dienstleistungen, Betrieb) von über CHF 3 Mrd., was bedeutet, dass Swisscom Jahr für Jahr für über CHF 4 Mrd. Vorleistungen von der Wirtschaft bezieht, den grössten Teil davon in der Schweiz.

Mögliche Akquisitionen im Ausland

Swisscom ist, um als Unternehmen auch künftig erfolgreich zu sein, nicht auf die Expansion ins Ausland angewiesen. Der Kauf eines ausländischen Unternehmens wie z.B. der Telekom Austria kann aber unter gewissen Bedingungen durchaus Sinn machen:

- Swisscom erhält die Möglichkeit, ihre Kapitalstruktur mit einer Investition zu optimieren; es besteht ohne Zweifel eine kulturelle Nähe und im Interesse beider Unternehmen besteht eine Expansionsmöglichkeit im Mobilfunk nach Osten.
- Wie profitiert Telekom Austria? Das Unternehmen erhält einen kompetenten, vertrauenswürdigen und stabilen Partner mit einer sehr ähnlichen strategischen Ausrichtung in einem sich konsolidierenden Telekommunikationsumfeld.

Wohin geht die Reise?

- Konvergenz: Die Festnetz- und Mobilkommunikation werden in den nächsten Jahren weiter zusammen wachsen.
- Die drahtgebundene Breitbandkommunikation findet zunehmend den Weg ins Wohnzimmer und verbindet sich dort mit Lifestyle-Elementen wie Musik oder Multimedia. Netzbetreiber werden künftig eine Vielfalt drahtloser Netzzugangstechnologien anbieten, die sich gegenseitig ergänzen und maximale Mobilität sowie den Gebrauch unterschiedlicher Endgeräte erlauben. Auf Grund der künftigen Anwendungen ist der „Bandbreitenhunger“ unserer Kunden ungestillt. Wir bauen unser Festnetz daher weiter aus, denn unsere flächendeckend verfügbare Infrastruktur ist eine strategische Erfolgsposition.

- Das Mobilnetz wird immer breitbandiger. Mobile Datenkommunikation wird in Zukunft durch eine Vielzahl von Netztechnologien ermöglicht, die aber wie ein einziges Netz zusammen funktionieren. Netztechnologien wie GPRS, UMTS und WLAN sowie nachfolgende Generationen werden es zum Beispiel Geschäftskunden ermöglichen, überall in der Schweiz mit dem Laptop sehr einfach auf ihr Firmennetz zuzugreifen.
- Damit aber noch nicht genug. Auch die drahtlose Verbreitung von Fernsehen revolutioniert sich still und heimlich. Mit der DVB-Technologie wird die TV-Übertragung digitalisiert. Digitales Fernsehen kann wie das bisherige analoge Fernsehen über Kabel, via Satellit oder terrestrisch verbreitet und empfangen werden. Der Verbreitungsweg über Kabel, kurz DVB-C, ist für Swisscom von grosser Bedeutung, weil rund 85% der Schweizer Haushalte ihr TV-Programm heute über Kabel empfangen. Seit wenigen Wochen bietet unsere 100%-Tochtergesellschaft Swisscom Broadcast den Kabel-TV-Betreibern das digitale Fernsehen (DVB-C) an. Die Zuschauer profitieren von einem stark erweiterten Kanalangebot und einer persönlichen Programmauswahl.