



Generalversammlung, 4. April 2018

**Rede von Urs Schaeppi, CEO Swisscom AG, zu Traktandum 1.1:
Genehmigung des Lageberichts, der Jahresrechnung der Swisscom AG und der Konzernrechnung für das Geschäftsjahr 2017**

(Es gilt das gesprochene Wort)

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, verehrte Damen und Herren

Mesdames et Messieurs les actionnaires, c'est un grand plaisir de pouvoir vous accueillir aujourd'hui ici en cette assemblée générale à Fribourg

Wie Hansueli Loosli bereits erwähnt hat, war das Jahr 2017 ein solides, anspruchsvolles Jahr. Wir konnten uns in einer Branche mit permanent steigendem Wettbewerb, mit starkem Preisdruck und im immer mehr gesättigten Märkten sehr gut behaupten. Unsere starke Marktposition und die Marktanteile konnten wir stabil halten. Wir hatten also über alles gesehen ein solides Ergebnis im 2017.

Ich möchte in den nächsten paar Minuten kurz ein Rückblick geben, auf das 2017. Anschliessend werde ich zwei, drei Highlights aus dem 2017 erwähnen und zum Schluss einen Ausblick auf das 2018 geben. Unsere Branche ist geprägt, durch Herausforderungen zweier Arten. Einerseits durch den strukturellen Wandel, der wie schon in der Vergangenheit geprägt ist, durch eine technologische Entwicklung. Internet und IP-Technologien führen dazu, dass sich unser Geschäft substantiell verändert. Und die Veränderungsgeschwindigkeit der Technologie laufend steigt. Wir haben heute in vielen Bereichen Produktlebenszyklen in der Grössenordnung von drei Jahren. Der Technologiewandel, immer schnellere, leistungsfähigere Netze und das zu tieferen Preisen, ist der eine ganz grosse Wandel.

Der zweite strukturelle Wandel, den wir feststellen, ist das Verhalten unserer Kundinnen und Kunden. Sie wollen heute "always on" sein. Sie wollen selbst in den Bergen, z. B. auf dem Aletschgletscher, über 4G kommunizieren und schnellbandig auf ihre Datendienste und Applikationen zugreifen können. Weiter verschmelzen die Produkte immer mehr. Was ist ein Handy heute. Ist das ein kleiner TV? Ist das ein Telefon? Oder ist das ein Computer? Die Technologien verschmelzen und für Swisscom ergibt sich dadurch die Chance, das Portfolio verbreitern zu können.

Die zweite grosse Veränderung ist die Digitalisierung. Für Swisscom ist sie auf der einen Seite eine grosse Chance, weil es im Zentrum der Digitalisierung IT-Leistungen und Telekommunikationsnetze braucht und das ist genau das Kerngeschäft der Swisscom. Also eine Chance, weil es viele neue Wachstumsoptionen gibt. Auf der anderen Seite auch eine Chance, weil wir dadurch unsere Prozesse automatisieren und unsere Produkte vereinfachen können. Aber die Digitalisierung birgt auch ein gewisses Risiko. Ein Beispiel dazu ist



das sms. Das sms-Geschäft generierte mehrere Hundert Millionen Umsatz. Dieser ist durch die Digitalisierung innerhalb von ein paar wenigen Jahren verdampft.

Wenn wir unsere Kennzahlen in 2017 anschauen, dann können zusammengefasst sagen, dass es ein sehr solides, gutes 2017 war, dies in einem Markt der durch hohe Wettbewerbsintensität und Preisdruck geprägt ist. Der Umsatz beträgt 11,7 Mrd. CHF, das ist praktisch konstant zum Vorjahr. Wir haben einen Betriebsgewinn, einen EBITDA, von 4,29 Mrd. CHF, der auch stabil ist gegenüber dem Vorjahr. Wir haben einen stabilen Reingewinn in der Grössenordnung von 1,6 Mrd. CHF und wir haben hohe Investitionen von rund 2,4 Mrd. CHF. Interessant ist es, diese Zahl ins Verhältnis zum Umsatz zu setzen. Da sehen wir, dass wir praktisch 20% unseres Umsatzes in die Zukunft investiert haben. Der Grossteil dieser Investitionen geht in unsere Netze, in die Zukunftsnetze, sowohl im Festnetzbereich wie auch im Mobilfunkbereich.

Lassen Sie mich auf einige Highlights im 2017 eingehen. Auch hier eine Auswahl: Swisscom hat einmal mehr bewiesen, dass wir die besten Netze haben. Wir verzeichnen weiter ein grosses Wachstum. Ein Beispiel ist der mobile Datenverkehr, der sich auf unseren Netzen jedes Jahr rund verdoppelt. Wir haben exponentielle Wachstumsraten, was der Verkehr auf unseren Netzen anbelangt. Die Swisscom schafft es, in diesem Umfeld bei der Netzqualität absolut Benchmark Werte zu erreichen. Wir haben unsere Breitbandnetze im Festnetzbereich weiter ausgebaut und sind auch dort an vielen Orten ein absoluter Innovations- und Technologieleader. Die Qualität der Netze ist absolut zentral. Hansueli Loosli hat es schon erwähnt, wir hatten mit einer Telefonie Plattform einen schwierigen Start ins 2018. Dies zeigt einmal mehr, wie extrem wichtig es ist, dass wir diese Stabilität hochhalten, dass sich die ganze Organisation jedes Jahr verbessert, bezüglich der Stabilität der Netze. Die Swisscom, und das ist mir wichtig zu sagen, obwohl wir diese Störungen hatten, hat sehr gute und stabile Netze. Ich gebe ihnen ein Beispiel: Wir konnten unsere Ausfallminuten auf den Internet-Routern, also auf dem Internet Zuhause bei den Privatkunden, in 2017 um 30% senken. Dies zeigt also, dass unsere Anstrengungen bezüglich Netzverfügbarkeit Wirkung zeigen.

Auf der Produktseite haben wir auch schöne Erfolge verbucht. Nehmen wir das Produkt inOne. Das ist ein Bündelprodukt, mit dem man Mobilfunktelefonie mit Internet und TV bündeln kann. Ein Angebot aus einer Hand. Das ist das erfolgreichste, je im Markt eingeführte Swisscom Produkt. Wir haben damit den Puls unserer Kunden getroffen und dieses Produkt entwickelt sich weiter sehr gut.

Im Geschäftskundenmarkt konnten wir unser Cloud-Portfolio weiter verbreitern. Wir sind heute dort sehr stark aufgestellt. Ich habe nachher auch noch eine explizite Folie dazu. Oder auch was unser TV Produkt anbelangt, eine sehr erfolgreiche Geschichte.

Im Technologiebereich sind wir daran, die Telefonie zu modernisieren, d.h. wir stellen die alte Analogtechnologie um, auf IP Technologie. Das wird eine Vielzahl von neuen Möglichkeiten bieten. Im Privatkundenmarkt ist die Migration zu rund 90% abgeschlossen.

Lassen Sie mich zwei, drei Worte zu unserem unschönen Vorfall des Datenklaus sagen. Kundendaten sind der Swisscom sehr wichtig. Der Schutz der Kundendaten ist für uns zentral. Im Normalfall bietet die Swisscom hier auch einen sehr, sehr hohen Schutz. Wir mussten aber im Nachhinein feststellen, dass wir in



unseren Vertriebskanälen zu wenig geschützt waren, obwohl wir dort einen Schutzmechanismus hatten. Wir mussten diesen Schutzmechanismus haben und haben diesen erhöht. Ein Vorfall, wie wir ihn gehabt haben, wo Adressdaten unserer Kunden gestohlen wurden, kann in dieser Art nicht mehr vorkommen. Wir haben dort die Schutzmechanismen erhöht. Ich möchte mich für diesen Datenklau auch hier nochmals offiziell entschuldigen. Aber über alles gesehen, und jetzt möchte ich wieder zum Positiven kommen, war das 2017 ein gutes, erfolgreiches Jahr.

Ich möchte noch zwei, drei Worte zu unserem Swisscom TV Produkt sagen. Das sehen wir auf dieser Folie hier, Sie sehen einen Marktanteil von 33%. Gehen Sie mal 10 Jahre zurück, wie haben Sie vor 10 Jahren Fernsehen geschaut. Man hat "10 vor 10" eben genau um 10 vor 10 geschaut. Zeitversetztes TV gab es nicht. Wenn man etwas aufnehmen wollte, war das ein kleines technologisches Abenteuer. Heute geht das auf Knopfdruck, ja sogar über Spracherkennung kann man den TV bedienen. Wir haben ein Produkt kreiert, mit dem unser Kunde zum Programmdirektor wurde. Und das Produkt macht uns erfolgreich im Markt. Unser Marktanteil ist innerhalb von wenigen Jahren von 0% auf 33% angestiegen und wir wurden zum Marktleader. Ich bin überzeugt, wir können hier weiterwachsen.

Zwei, drei Worte zum Geschäftskundenmarkt, unserem Grosskundengeschäft. Wir hatten einen sehr erfreulichen Auftragseingang im Grosskundengeschäft. Er ist um 7% gewachsen. Das zeigt die sehr starke Position, die Swisscom im Geschäftskundenmarkt einnimmt. Und auf dieser Folie sehen Sie ein Beispiel, dass die starke Position der Swisscom unterstreicht. Da ist eine Bewertung eines neutralen Instituts, das unterschiedliche Wettbewerber im Markt positioniert. Sie sehen oben rechts die Swisscom rot, als Leader im Cloudgeschäft eingezeichnet. Das ist wichtig, denn das Cloudgeschäft ist ein wichtiges Wachstumsfeld für die Swisscom.

Zur Kundenzufriedenheit: Die Weiterempfehlungsbereitschaft ist eine absolut zentrale Kerngrösse für Swisscom. Bei allen Mitarbeitenden der Swisscom ist ein Teil des Bonus abhängig von der Kundenzufriedenheit. Deshalb strengen wir uns jeden Tag an, den Kundenservice zu verbessern. Wir sind nicht immer perfekt, aber über alles gesehen, und das attestieren uns die Kunden, zeigt sich, dass die Swisscom top ist bezüglich Kundenzufriedenheit. 40% unserer Kunden geben uns auf einer Skala von 0 bis 10, eine 9 oder 10. Das zeigt, dass wir in diesem sogenannten Net Promoter Score, der die Kundenzufriedenheit misst, sehr gut abschneiden. Das soll uns aber nicht daran hindern, dass wir uns jeden Tag zusätzlich anstrengen, um noch besser zu werden.

Einige Worte zu unseren Investitionen in die Festnetzinfrastruktur. Auf der Folie sehen Sie die Schweiz im Jahr 2017. 27% unserer Kunden verfügen auf dem Festnetz über Bandbreiten über 200 Mbit/s. Rund 30% haben somit heute ganz schnelle Netze. Auf der nächsten Folie sehen Sie, wie das im Jahre 2021 aussehen wird. Wir bauen mit sehr hohen Investitionen unsere Netze breitbandig aus. In 2021 werden rund 75% der Haushalte über Bandbreiten über 200 Mbit/s verfügen. Wir werden rund 90% der Haushalte haben, die über 80 Mbit/s verfügen. Das sind absolute Spitzenwerte im internationalen Vergleich. Wir werden alle Gemeinden modernisiert haben und die Schweiz wird über breitbandige Netze verfügen. Das ist wichtig



für die Digitalisierung. Wichtig erscheint mir bei dieser Folie zu erwähnen, dass Swisscom rund zwei Drittel der Investitionen in die Telekommunikationsinfrastruktur in der Schweiz leistet. Swisscom leistet also den grossen Anteil der Gesamtinvestition in unsere Infrastruktur.

Zum Mobilfunknetz: Auch im Mobilfunknetz bauen wir rasant weiter aus. Wir verfügen über das beste Mobilfunknetz und wir bauen das permanent breitbandiger aus. In gewissen Städten, und das sind die, die auf der Karte mit Punkte eingezeichnet sind, haben wir punktuell Bandbreiten von über 1 Gbit/s Datenübertragungsrate. In 99% der Schweiz haben Sie heute Bandbreiten von bis zu 150 Mbit/s. Das Mobilfunknetz ist ein Shared-Video-Netz, das heisst, wenn mehr Kunden drauf sind, hat das einen Einfluss auf die Bandbreite. Aber die Schweiz, insbesondere Swisscom, hat ein hervorragendes Mobilfunknetz. Das werden Sie sicher auch feststellen, wenn Sie ab und zu ins Ausland gehen und versuchen eine breitbandige Applikation zu nutzen. Dann werden Sie feststellen, dass das im Normalfall etwas langsamer geht als in der Schweiz.

Wir wollen auch in 5G investieren. Das ist die nächste Generation Mobilfunk. Wir haben hier schwierige Rahmenbedingungen, wollen aber dieses 5G Netz, trotzdem so schnell wie es nur geht, aufbauen. Es gibt viele Leute, die fragen, warum baut ihr ein 5G Netz auf, 4G reicht. Ich bringe dann immer den Vergleich, den ich schon vor 10 Jahren gehört habe. Damals hat man mir gesagt, warum baut ihr ein 3G Netz auf, das brauchen wir doch nicht. Smartphones, die Sie ja alle in ihrer Tasche haben, die könnten Sie zu Hause lassen, ohne ein 3G oder 4G Netz. Die Netze würden die Bandbreiten nicht hinbringen. Und mit 5G werden wir wieder einen weiteren Innovationsschub auslösen können, der die Schweiz wettbewerbsfähiger machen wird.

Auf dieser Folie sehen Sie die Investitionen über die Zeit. Sie sehen, sie sind in den letzten Jahren konstant auf hohem Niveau. Es sind nur die Investitionen der Schweiz, von rund 1,7 Mrd. CHF, die restlichen 0,7 Mrd. CHF investieren wir in Italien.

Lassen Sie mich zu den Schwerpunkten in 2018 kommen. Sie wurden von Hansueli Loosli auch schon kurz angetönt. Wir haben drei strategische Schwerpunkte. Erstens: Wir wollen das beste Kundenerlebnis bieten. Das heisst, Top Netze, hervorragende, einfach bedienbare Produkte und einen top Kundenservice. Das ist unsere Ambition, das ist das Herz der Strategie der Swisscom. Ein zweiter Pfeiler, der für die Swisscom wichtig ist, ist Operational Excellence. Die Swisscom ist in einem Wandel. Wir haben Geschäfte die rückläufig sind, z.B. Telefonkabinen. Ich weiss nicht, wer von ihnen in den letzten zwei Jahren je in einer Telefonkabine war. Oder Festnetztelefon ist ein ähnliches Thema. Wenn ich an eine Studentenveranstaltung gehe und frage, wer noch ein Festnetztelefon hat, dann meldet sich niemand. Wir sind also in diesem strukturellen Wandel. Auf der anderen Seite haben wir Wachstumsbereiche. Das bedeutet, dass wird in den Bereichen, die rückläufig sind, unsere Hausaufgaben zur Effizienz machen müssen. Das führt auch zur Personalreduktion. Diesen müssen wir vorausschauend angehen, dann können wir diesen Umbau möglichst moderat halten. Das ist aber wichtig, weil wir unsere Fitness für die Zukunft brauchen. Die dritte Säule ist Wachstum. Da wir ein rückläufiges Geschäft haben, müssen wir neues Wachstum generieren. Das können



wir beispielsweise im Bereich von Cloud und von Informatikdienstleistungen machen. Die Swisscom ist heute eines der grössten IT-Unternehmen in der Schweiz, wir sind dort sehr gut positioniert. Auch Internet-of-thing ist ein Wachstumsfeld.

Lassen Sie mich noch einige Worte zu Fastweb sagen. Fastweb ist unsere italienische Tochtergesellschaft. Sie operiert in einem hart umkämpften Markt und schlägt sich gut. Sie sehen hier die Zahlen zu den Breitbandkunden, bei denen wir um 4% gewachsen sind, bei den Mobilfunkkunden sogar um 58%. Wir sind immer noch auf einem bescheidenen Niveau, aber da werden wir weiterwachsen. Den Auftragseingang im Geschäftskundenmarkt konnten wir um 31% erhöhen. Fastweb, unsere italienische Tochter, wächst und kompensiert den Rückgang, den wir aktuell in der Schweiz haben, so dass wir stabile Ergebnisse präsentieren können. Fastweb hat im 2017 einen EBITDA, einen Betriebsgewinn, von rund 800 Mio. EUR erwirtschaftet. Das ist eine Steigerung gegenüber Vorjahr von 10%.

Zum Ausblick 2018 nochmals etwas zu unseren Prioritäten auf strategischer Ebene. Beste Kundenerlebnisse zu machen, das ist zentral. Bei der Kernzielgrösse Kundenzufriedenheit, der sogenannte Net Promoter Score, wollen wir klar die Nummer 1 sein. Die zweite strategische Priorität ist Operational Excellence. Wir haben die Ambition unsere Kostenstruktur um 100 Mio. CHF zu senken. Das erreichen wir mit der Kombination von Technologieoptimierung, Prozessoptimierungen und einem guten Managen des rückläufigen Geschäftes. Und dann als dritte strategische Priorität das Wachstum. Die Wachstumsfelder wollen wir gezielt adressieren. Wir werden auch im Jahr 2018, obwohl wir einen rückläufigen Personalbestand haben, rund 1'000 Lernende einstellen. Auch damit investieren wir in unsere Zukunft.

Ich möchte zum Schluss kommen. Wir haben ambitionierte Ziele und werden auch im Jahr 2018 ein solides, gutes Ergebnis erwirtschaften können, dies, in einem hart umkämpften Markt. Ich bin überzeugt, dass wir auch in diesem Umfeld unsere Ziele erreichen werden. Ich möchte Ihnen ganz herzlich für das Vertrauen in Swisscom danken, als Aktionär aber auch als Kunde. Ganz herzlichen Dank!