



Generalversammlung, 4. April 2018

Referat Hansueli Loosli, Präsident des Verwaltungsrates

Sehr geehrte Aktionärinnen, sehr geehrte Aktionäre

Bevor wir auf das vergangene Jahr zurückblicken, entschuldige ich mich bei Ihnen. Ich sage Entschuldigung für einen harzigen Start ins Jahr 2018. Dieses hat für Swisscom mit verschiedenen Pannen begonnen. Von mehreren Ausfällen betroffen war unter anderem die Festnetztelefonie der Geschäftskunden. Dies aufgrund eines Softwarefehlers. Weiter haben Unbekannte die Zugriffsrechte eines unserer Vertriebspartners entwendet und sich damit Zugang zu Kundendaten verschafft. Ich versichere Ihnen: Swisscom sind ALLE Kunden und Kundendaten wichtig. Und wir sind uns bewusst, dass wir ALLE Daten, die uns unsere Kunden zur Verfügung stellen, vor unbefugten Zugriffen schützen müssen. Entsprechend haben wir die Sicherheitsmassnahmen weiter verschärft. Urs Schaeppi wird darauf noch eingehen.

Wenden wir uns nun etwas Erfreulicherem zu. Einmal mehr hat es Swisscom 2017 geschafft, sich, in einem anspruchsvollen Umfeld, mit immer aggressiveren Mitbewerbern, zu behaupten. Wie aber bereits in den vergangenen Jahren haben der immer stärkere Wettbewerb, tiefere Preise beim Roaming sowie der rückläufige Umsatz mit Festnetztelefonie die Umsätze im Schweizer Kerngeschäft sinken lassen. Zudem zeigt sich auch eine Marktsättigung im Mobilfunkmarkt. Im Jahresvergleich stieg die Zahl der Anschlüsse nur geringfügig um 0,4 % auf 6,64 Millionen.

Die Basis für unseren Erfolg ist eine leistungsfähige Netz- und IT-Infrastruktur. Denn, schnelles Internet und eine gute Abdeckung, auch in den entlegeneren Regionen, sind für unsere Kunden zentral. Deshalb haben wir auch 2017 knapp 1,7 Milliarden Franken für Investitionen in der Schweiz aufgewendet. Ein grosser Teil ging in den Ausbau des Ultrabreitbandnetzes. Per Ende 2017 wurden rund 3,9 Millionen Wohnungen und Geschäfte mit Geschwindigkeiten von mehr als 50 Mbit/s erschlossen.

Einen weiteren Grund zur Freude bieten unsere Angebote. Beispielsweise Swisscom TV, ist mit einem Marktanteil von 33 % weiterhin das beliebteste digitale Fernsehen der Schweiz. Die Zahl der Anschlüsse stieg, trotz harter Konkurrenz der Kabelnetzbetreiber, innert Jahresfrist auf 1,47 Millionen Haushalte. Weiterhin gross, ist die Nachfrage nach gebündelten Angeboten und eben auch Pauschaltarifen. Das neue Kombiangebot inOne verzeichnete per Ende Dezember 2017, und damit notabene nur neun Monate nach der Einführung, bereits über 1,3 Millionen Kunden. Dies macht inOne zum erfolgreichsten Produkt, das Swisscom je hatte.

Auch das Lösungsgeschäft für Unternehmenskunden wächst weiter. Das Grosskundengeschäft hat die gesetzten Ertragsziele übertroffen. Im Oktober ergänzten wir unsere eigene Cloud mit globalen Lösungen



von Amazon Web Services und Microsoft Azure. Der Vorteil für unsere Firmenkunden: Sie profitieren von der Service-Fülle eines globalen Anbieters und von unserer Expertise als Partner vor Ort.

Auch unsere italienische Tochtergesellschaft Fastweb ist erfolgreich unterwegs. Sie konnte den Umsatz um knapp 150 Millionen Euro auf 1'944 Millionen Euro erhöhen. 2017 führte Fastweb attraktive Mobilfunkangebote ein und konnte in diesem stagnierenden Markt den Kundenbestand um 389'000, auf rund 1,1 Millionen Kunden steigern. Das ist doch eine beeindruckende Zahl. Dazu wuchs Fastweb auch im Breitbandgeschäft und konnte den Auftragseingang bei den Geschäftskunden weiter steigern. Der EBITDA betrug 759 Millionen Euro, eine satte Zunahme von knapp 15 %, verglichen mit dem Vorjahr.

Der Verwaltungsrat ist mit dem Ergebnis von 2017 zufrieden. Swisscom hat die gesetzten Ziele erreicht und ihre Marktposition in der Schweiz gehalten. Das gute Ergebnis wäre aber nicht möglich gewesen, wenn nicht entsprechende Massnahmen zur Effizienzsteigerung umgesetzt worden wären, wie die Vereinfachung bei Arbeitsabläufen, aber auch leider durch eine Reduktion des Stellenangebots.

Dass wir uns trotz hartem Wettbewerb gut am Markt behaupten, macht uns stolz. Fakt ist aber auch, dass die Digitalisierung immer rascher voranschreitet und nicht nur die Arbeitswelt, sondern auch den Alltag von uns allen immer stärker durchdrängen wird.

Nehmen wir das Beispiel der künstlichen Intelligenz. Wir nutzen künstliche Intelligenz schon länger. Sie hilft uns unter anderem, unsere Servicedienstleistungen immer weiter zu verbessern. Der virtuelle Assistent Cosmos beantwortet Anfragen von Privat- und KMU-Kunden, die per E-Mail oder Kontaktformular eintreffen. Dabei erkennt Cosmos, worum es geht. Bei einfachen Routineanfragen macht das System den Kunden darauf aufmerksam, dass er die Antworten online findet – und sendet direkt entsprechende Links auf die Hilfeseiten zu. Komplexere Anfragen leitet Cosmos an die zuständige Stelle weiter. Dabei verfeinert Cosmos sein Wissen ständig. Auf den ersten Blick mag es unpersönlich erscheinen, wenn Ihre Anfrage mit Hilfe künstlicher Intelligenz triagiert wird. Wenn diese aber sofort an die richtige interne Stelle gelangt und innerhalb von kurzer Zeit korrekt beantwortet wird, sind die Vorteile unverkennbar. Die möglichen Einsatzgebiete künstlicher Intelligenz sind immens. Überall wo Daten helfen, Abläufe zu verbessern – eben zum Beispiel im Kundendienst, bei der Sicherheit, im Marketing, im Personalwesen und an vielen anderen Orten auch – kann künstliche Intelligenz eben angewendet werden.

Ich habe es gesagt, die Digitalisierung wird weitergehen und wesentliche Bereiche unseres Alltags verändern – sowohl für uns Privatpersonen als auch für alle Unternehmen. In diesem Umfeld will Swisscom Dinge neu und anders denken und dies in Innovationen verwandeln. Innovationen sind nur dann gut, wenn sie auch Mehrwert stiften. Eine Studie der HTP St. Gallen sieht Swisscom als drittinnovativstes Unternehmen der Schweiz. Das freut uns. Ein aktuelles Beispiel für Innovation ist der Filter gegen unerwünschte Werbeanrufe. Dieser lässt sich sowohl auf dem Festnetztelefon wie auch auf dem Mobiltelefon installieren. Der Mehrwert dieses Produkts ist offensichtlich. Solche Erfolge werden für die zweite Halbzeit der Digitalisierung ganz entscheidend sein. Denn jetzt geht es um Anwendungen, die



unseren Alltag noch stärker prägen werden und mitunter eben auch sensible Bereiche betreffen: Beispielsweise das Gesundheitswesen, Finanzgeschäfte, Behördengänge, den Energiebereich, den Verkehr oder auch den Dialog mit den Partnern. Studien zeigen, dass sich KMU-Betriebe in der Schweiz mehrheitlich noch nicht mit der Digitalisierung beschäftigt haben. Nicht zuletzt, weil ihnen die Zeit, die Mittel und das Know-how fehlen und der Mehrwert noch gar nicht so erkannt wird. Aber wir sind überzeugt, der Rückstau dürfte sich in einer grösseren Welle entladen. Swisscom will das und dies in kommende erhöhten Nachfrage nach IT-Dienstleistungen als unternehmerische Chance nutzen. Weitere Geschäftsmöglichkeiten sehen wir im Bereich FinTech bis hin zu disruptiven Technologien wie Blockchain. Um diesen Bereich erschliessen zu können, gründeten wir 2017 die Swisscom Blockchain AG. Zu den ersten Projekten gehören die Digitalisierung des Handelsregisters einzelner Kantone sowie der Aufbau einer internationalen Film- und Fernsehrechte-Handelsplattform. Das weitere Bedürfnis nach zentralen Online-Anwendungen auf Basis von Blockchain liegt buchstäblich auf der Hand – und Swisscom könnte hier notabene nicht nur zu einem nationalen, sondern gar zu einem internationalen Pionier werden. Ungeachtet dessen, werden wir sehr behutsam vorgehen und Anwendungen, die unangemessene Risiken mitsichtragen, bewusst ausklammern.

Sie sehen, wir richten unser Geschäft konsequent auf die Anforderungen der vernetzten Welt und den damit verbundenen Bedürfnissen von Privatpersonen, KMU und Grossunternehmen aus. Aber unsere Mitbewerber holen auf. Und in ein paar Jahren werden wir noch grösserer Konkurrenz in Form internationaler Unternehmen ausgesetzt sein. Der Marktdruck steigt weiter. Aber Swisscom hat einen klaren Anspruch: Wir sind die Nummer 1. Und die wollen wir auch in Zukunft bleiben. Damit wir in 20 Jahren so zufrieden zurückblicken können wie heute, müssen wir jetzt handeln. Deshalb haben wir unser Kundenversprechen etwas angepasst. Bisher wollten wir "Das Beste in der vernetzten Welt, immer und überall" sein. Selbstverständlich wollen wir für unsere Kunden auch weiterhin das Beste. Denn dies braucht es, um die Nummer 1 überhaupt zu bleiben. Diesen Anspruch haben wir jetzt in der Vision noch klarer formuliert: "Als Nummer 1 gestalten wir die Zukunft. Gemeinsam begeistern wir Menschen in der vernetzten Welt."

Entsprechend setzen wir die strategischen Ansprüche. Erstens: Über allem steht das beste Kundenerlebnis. Darauf richten wir unser Tun konsequent aus. Zweitens: Operational Excellence. Darunter fallen unter anderem ein höheres Kostenbewusstsein, die Bereinigung des Produktportfolios sowie schlankere Prozesse. Wir müssen uns immer überlegen, wie wir Dinge einfacher und kostengünstiger machen können. Nur so vermag Swisscom die Mittel für die Entwicklung neuer Geschäftsmöglichkeiten freizusetzen und die Profitabilität zu sichern. Drittens: Wir benötigen neues Wachstum. Um den Rückgang im Kerngeschäft zu kompensieren, wollen wir Wachstumschancen konsequent nutzen. Dabei liegt der Fokus auf dem Kerngeschäft, aber auch in angrenzenden und eben auch in neuen Bereichen. Swisscom setzt dabei auf Geschäftsmodelle mit substantiellem Wachstum und nutzt vermehrt auch Partnerschaften. Auch unsere italienische Tochtergesellschaft Fastweb spielt eine wichtige Rolle. Denn Fastweb wächst in Italien durch den Ausbau des Mobilfunkgeschäfts und die Erweiterung des Geschäftskundenportfolios. Urs Schaeppi



wird Ihnen erläutern, wie wir die Strategie umsetzen und warum wir weiter an unserer Kostenbasis arbeiten müssen.

Wichtiger Bestandteil unserer Unternehmensstrategie ist aber auch unser Engagement für die Umwelt. Seit 20 Jahren nehmen wir diesbezüglich unsere Verantwortung wahr. Heute bietet Swisscom rund 50 Produkte mit Nachhaltigkeitsvorteilen an – von der besonders energieeffizienten TV-Box über den Router mit Kinderschutzfunktion bis hin zu Cloudlösungen, die mit 100% erneuerbarer Energie funktionieren. Dazu haben 2017 über 51 000 Teilnehmerinnen und Teilnehmer einen unserer Medienkurse besucht und dabei den verantwortungsvollen und sicheren Umgang mit digitalen Medien gelernt. Schlussendlich haben wir letztes Jahr 72'000 alte Handys gesammelt und den Erlös aus dem Recycling und Verkauf dem SOS-Kinderdorf gespendet.

Werfen wir nun einen Blick auf die Entwicklung der Swisscom Aktie. Der Kurs stieg letztes Jahr um 13,7 % auf CHF 518.50, während der SMI Aktienindex um 14,1 % stieg. Im Vergleich mit den anderen europäischen Telekommunikationsunternehmen hat sich unsere Aktie deutlich besser entwickelt.

Vor einem Jahr, am 7. April 2017, haben wir eine ordentliche Dividende von 22 Franken pro Aktie ausbezahlt. Basierend auf dem Aktienkurs von Ende 2016, entsprach dies einer Rendite von 4,9 %. Im heutigen Umfeld, mit sehr tiefen oder teils sogar negativen Zinsen, ist dies nach wie vor eine attraktive Aktie. Ihnen als Teilnehmerinnen und Teilnehmer der heutigen Generalversammlung beantragen wir die Ausschüttung einer unveränderten ordentlichen Dividende von 22 Franken pro Aktie. Dies entspricht einer Dividendensumme von 1,14 Milliarden Franken und verleiht unserer Aktie weiterhin das Prädikat eines soliden Dividententitels. Dazu folgen wir unserem unveränderten Grundsatz, bei Erreichen der Ziele die Vorjahresdividende nicht zu unterschreiten.

Um weiterhin erfolgreich agieren zu können, brauchen wir wirtschaftliche Rahmenbedingungen, die uns auch den entsprechenden Handlungsspielraum bieten. 2018 stehen wichtige politische Entscheide mit weitreichenden Folgen für die Branche und den Wirtschaftsstandort Schweiz an.

Dazu gehört unter anderem die Teilrevision des Fernmeldegesetzes. Der Bundesrat verlangt in seiner Botschaft die Ausdehnung der Zugangsregulierung auf glasfaserbasierte Netze. Dieser Revision steht Swisscom kritisch gegenüber. Wir haben von der Wirtschaftsuniversität Wien eine Studie zur Lage im Schweizer Breitbandmarkt erarbeiten lassen. Die wichtigsten Erkenntnisse daraus sind folgende: Erstens: Die Schweiz verfügt über eine der besten ICT-Infrastrukturen der Welt. Zweitens: Der Schweizer Breitbandmarkt und der Netzausbau präsentieren sich im internationalen Vergleich in einem sehr guten Zustand. Angebot und Verbreitung, aber auch die Nachfrage nach schnellen Internetverbindungen sind überdurchschnittlich hoch. Und die Hochbreitbandnetze werden weiter zügig ausgebaut: Die Schweiz hat die höchsten pro Kopf-Investitionen der OECD-Länder. Auch die Preise sind in den letzten zehn Jahren um über die Hälfte gesunken und liegen heute im Ländervergleich im Mittelfeld. Kurz: wir glauben, dass der Wettbewerb im Schweizer Breitbandmarkt funktioniert. Mehr Regulierung würde Investitionen gefährden und allenfalls den Infrastrukturwettbewerb schwächen. Unser grösstes Risiko als Unternehmen ist, dass,



neben der bekannten Dynamik am Markt, die Regulierung zu einem Unsicherheitsfaktor werden könnte. Anbieter, die in die Infrastruktur investieren, könnten ihre Kosten so nicht mehr am Markt amortisieren. Das könnte bedeuten, dass die Erschliessung mit Hochbreitband verzögert würde oder sogar zum Teil gefährdet würde, gerade in ländlichen Regionen. Deshalb ist es für uns essentiell wichtig, dass der Markt und der intensive Wettbewerb weiterspielen. Zudem brauchen wir und benötigen wir Rechtssicherheit, damit sich die Rahmenbedingungen für unsere Investitionen in die Infrastruktur nicht wieder ändern.

Vor einigen Wochen haben wir zudem angekündigt, den neusten Mobilfunkstandard 5G als erste Anbieterin der Schweiz noch 2018 zu lancieren. 5G ist die Mobilfunktechnologie der Zukunft und bietet enormes Potenzial, auch für die Schweizer Wirtschaft. Unser Pilotprojekt mit dem Industriepartner Ypsomed hat zum Beispiel gezeigt, dass aufgrund der Automatisierung von Produktionsprozessen mit 5G Arbeitsstellen, die vorher in Mexiko waren, wieder zurück in die Schweiz verlegt werden konnten. Um die volle Schlagkraft entfalten zu können, wäre jedoch eine moderate, ich betone moderate, Anpassung der Strahlenschutzvorschriften nötig. Der Ständerat hat diese Anfang März knapp abgelehnt. Die Grenzwerte wären auch nach der Anpassung noch weit unter den empfohlenen Grenzwerten der WHO und den Grenzwerten der meisten europäischen Länder zu liegen gekommen.

Swisscom wird 5G – wie bereits angekündigt – im Rahmen des Möglichen vorantreiben, aber der flächendeckende Ausbau wird sich verzögern und unsere Kunden werden nicht das volle Potenzial nutzen können. Die Anpassung der Strahlenschutzvorschriften ist nicht nur ein Swisscom- oder Branchenthema, sondern es betrifft wirklich die gesamte Schweizer Wirtschaft. Der negative Entscheid sowie die damit verbundene Verzögerung des flächendeckenden Aufbaus von 5G, lassen Unternehmen und Privatpersonen das volle Potenzial vorerst nicht nutzen.

Im Juni 2017 hat Christian Petit die Führung des Geschäftsbereichs Enterprise Customers abgegeben und Swisscom verlassen. Seine Nachfolge hat Urs Lehner angetreten. Urs Lehner ist seit über sechs Jahren bei Swisscom und war zuletzt als Head of Enterprise Sales & Services, im Grosskundengeschäft tätig. Als neuer Leiter des Bereichs Enterprise Customers ist er seit dem Wechsel auch Mitglied der Konzernleitung.

Heute ist der letzte Amtstag meines Verwaltungsratskollegen Theophil Schlatter. Für seinen langjährigen und unermüdlichen Einsatz danke ich ihm hier ganz herzlich. Zur Neuwahl schlägt Ihnen der Verwaltungsrat Anna Mossberg vor. Wir stellen sie Ihnen in einem späteren Traktandum dann noch persönlich vor.

Damit sind wir bereits im Jahre 2018. Wir gehen davon aus, dass der Markt hart umkämpft bleiben wird und der Wettbewerbs- und Preisdruck weiterhin steigt. Swisscom steht zunehmend im Wettbewerb, ich habe es gesagt, mit globalen, internetbasierten Unternehmen, mit ganz kompetitiven Kostenstrukturen. Deshalb hat Swisscom die im Februar 2016 angekündigten Massnahmen zur jährlichen Senkung der Kostenbasis anpassen müssen. Kosteneinsparungen realisieren wir nach wie vor hauptsächlich über die Vereinfachung von Arbeitsabläufen und auch weiteren Stellenreduktionen. Die Details wird Ihnen Urs



Schaeppli dazu aufzeigen. Damit setzen wir Mittel frei, um weiterhin in die Infrastruktur und in neue Geschäftsfelder investieren und eben die Chancen der Digitalisierung gezielt nutzen zu können.

Für das 2018 erwarten wir einen Nettoumsatz von 11,6 Milliarden Franken und einen etwas tieferen EBITDA von rund 4,2 Milliarden Franken. Für Swisscom ohne Fastweb rechnen wir aufgrund des hohen Wettbewerbs- und Preisdrucks in der Schweiz mit einem tieferen Umsatz, der durch einen höheren Umsatz von Fastweb kompensiert werden soll. Im Vergleich zum Vorjahr, rechnen wir mit einem tieferen EBITDA. Dieser reduziert sich natürlich als Folge des Preisdrucks und einer anhaltenden Abnahme der Festnetztelefonieanschlüsse. Positiv beeinflusst wird der EBITDA durch Kosteneinsparungen und bei Fastweb erwarten wir, industriell betrachtet, einen höheren EBITDA. Die Investitionen in der Schweiz werden leicht tiefer ausfallen und bei Fastweb in Schweizer Franken leicht höher erwartet. Erreichen wir unsere Ziele wie geplant, wollen wir der Generalversammlung 2019 für das Geschäftsjahr 2018 eine unveränderte Dividende pro Aktie vorschlagen.

Geschätzte Aktionärinnen und Aktionäre, wir blicken auf ein intensives 2017 und einen herausfordernden Start ins 2018 zurück. Dass ich hier heute über Erfolge und positive Zahlen sprechen kann, ist auch das Verdienst unserer Mitarbeitenden. An dieser Stelle möchte ich allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, den Kadern und der Konzernleitung für ihr oft langjähriges Engagement ganz herzlich danken. Ein besonderer Dank gebührt aber auch unseren Kundinnen und Kunden. Sie sind es, die uns fordern und motivieren, täglich eben auch das Beste zu geben. Ich versichere Ihnen, dass wir auch weiterhin alles dafür tun werden, sie immer wieder mit neuen Produkten, Services aber auch Erlebnissen begeistern zu können. Auch Ihnen, meine sehr geehrten Aktionärinnen und Aktionäre, danke ich ganz herzlich. Ihr Vertrauen in Swisscom und Ihre Unterstützung freuen mich sehr. Gemeinsam bleiben wir die Nummer 1. Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.