

**Geschäftsbericht
2004**

Um was es geht

Swisscom ist unterwegs. Die Reise führt derzeit von A nach B. A wie Analog, B wie Breitband. A steht aber auch für Bestehendes, für Netzorientierung und herkömmliche Telefonie; B für Voice over IP, für Mobilität, Konvergenz und Multimedia.

Reisen setzt Neugierde und Mut voraus. Zudem die Bereitschaft, sich zu verändern, Bekanntes hinter sich zu lassen und zu Neuem aufzubrechen. Reisen heisst, sich mit Unbekanntem auseinander setzen, Risiken eingehen. Wer reist, schreitet fort. Fortschritt ist letztlich Innovation.

In Anlehnung an das Thema «auf der Reise» haben wir den vorliegenden Geschäftsbericht als Bordbuch gestaltet, wie es auch im Schiffs- oder im Flugverkehr verwendet wird. Seine Bildwelt vermittelt, wohin Reisen führen können. Es sind physische und virtuelle Reisen, Reisen durch Raum und Zeit. Auf den übrigen rund 170 Seiten erfahren Sie, an welchen Zwischenstationen Swisscom auf ihrer Reise in die Zukunft inzwischen angekommen ist und was das Unternehmen auf seinem Weg nach B voraussichtlich erwartet.

Inhaltsverzeichnis

2	Um was es geht
3	Inhaltsverzeichnis
4	Bordbuch Swisscom Highlights 2004
6	Facts and Figures
12	Auf dem Weg zum Multimedia-Unternehmen 2004 im Überblick
17	Organisation
22	Wesentliche Beteiligungen
28	Swisscom Fixnet Festnetzleistungen für jedermann
34	Swisscom Mobile Investitionen in weiteres Wachstum
38	Swisscom Solutions Partnerin für Geschäftskunden
40	Swisscom IT Services Spezialistin im Informatik-Outsourcing
42	Weitere wichtige Geschäfte
50	Die Kunden Mit Leistungen überzeugen
52	Die Aktionäre Gute Performance der Aktie
54	Die Mitarbeitenden Ein zentraler Erfolgsfaktor
59	Die Lieferanten Qualität und Verantwortung
66	Swisscom als nachhaltiges Unternehmen
67	Swisscom und die Gesellschaft
74	Swisscom und die Umwelt

2004

JANUAR

- 26 Swisscom IT Services erhält IT-Outsourcing-Aufträge von Ascom und der CSS Versicherung. Die Zusammenarbeit mit CSS ist ein strategisch wichtiger Schritt zur Positionierung im Gesundheitswesen.

FEBRUAR

- 24 Mit Swisscom Mobile ist das Telefonieren unterwegs dank Roamingverträgen mit über 370 Netzanbietern in rund 170 Ländern möglich. Für das internationale Roaming führt Swisscom Mobile ein Vier-Zonen-Tarifmodell ein. Es gibt den Kunden einen besseren Überblick über die Kosten.

MÄRZ

- 16 Ein Jahr nach der Geschäftsaufnahme hat sich Swisscom Eurospot als führender pan-europäischer Anbieter von Breitband- und Wireless-Connectivity-Produkten für Geschäftsreisende etabliert. Das Eurospot-Netz umfasst bereits 832 Hotspots in zehn Ländern.

APRIL

- 1 Swisscom Fixnet verdoppelt die Bandbreiten der ADSL-Anschlüsse bei Privatkunden. Der ADSL-Boom hält derweil an. Swisscom registriert die 600 000. Bestellung.

MAI

- 1 Kampf dem «digitalen Graben»: Mit den Swisscom Help Points startet Swisscom an drei Standorten einen Versuch mit kostenlosen Kursen für den Umgang mit Handy, Internet und Festnetztelefonie.

MAI

- 15 Die Zufriedenheit der Kunden mit Swisscom steigt: Sie geben dem Unternehmen bessere Noten als im Vorjahr. Bei den Privatkunden ist Swisscom weiterhin führend, bei den Geschäftskunden nimmt sie im Feld der Telco-Anbieter Platz zwei ein.

JUNI

- 10 An der Fussball-Europameisterschaft in Portugal tritt Swisscom als Co-Sponsor der Schweizer Nationalmannschaft auf. Am Ball ist Swisscom ausserdem als Titelsponsor des nationalen Fussballcups und als offizieller Partner des Schweizerischen Fussballverbandes.

JULI

- 14 Breitband-Internet an Bahnhöfen und im Zug: Swisscom Mobile rüstet diverse SBB-Bahnhöfe mit Hotspots aus. Auch in den Zügen wird den Reisenden ein drahtloser Internetzugang ermöglicht.

AUGUST

- 19 Anton Scherrer, derzeit Leiter des Migros-Genossenschafts-Bund und Präsident der Generaldirektion, soll 2006 die Nachfolge von Markus Rauh als Verwaltungsratspräsident antreten. Er wird der Generalversammlung am 26. April 2005 zur Wahl in den Verwaltungsrat vorgeschlagen.

SEPTEMBER

- 9 Swisscom Mobile und Swisscom Innovations präsentieren die Mobile Unlimited PC-Card – eine Weltpremiere. Erstmals unterstützt eine PC-Karte die drei mobilen Übertragungstechnologien GPRS, UMTS und WLAN und wählt automatisch und unterbruchlos das schnellste Netz.

SEPTEMBER

- 24 Swisscom beteiligt sich an der Cinetrade-Gruppe und verschafft sich so Zugang zu wichtigem Medien-Know-how für das Multimedia-Geschäft. Die Beteiligung ist noch Gegenstand wettbewerbsrechtlicher Abklärungen.

OKTOBER

- 20 Swisscom schliesst die Primarschule Sisikon als 3000. Schule kostenlos ans Internet an. «Schulen ans Internet» ermöglicht inzwischen 660 000 Kindern, den Umgang mit Kommunikationstechnologien zu lernen.

NOVEMBER

- 1 Bluewin startet den Testversuch mit Fernsehen über die ADSL-Telefonleitung. Das Projekt umfasst unter anderem elektronische Fernsehprogramme, Mietvideos sowie spezielle Pay-TV-Kanäle und «Live-Pausen».

NOVEMBER

- 16 Als erste Schweizer Mobilnetzbetreiberin bringt Swisscom Mobile UMTS-Handys auf den Markt. Die Vodafone live!-Geräte erlauben es, attraktive Dienste wie Videotelefonie und Live-TV zu nutzen.

DEZEMBER

- 1 Swisscom Fixnet schliesst ein Grossprojekt zur Modernisierung des Telefonie-Festnetzes erfolgreich ab. Innert eines Jahres wurden rund CHF 250 Mio. in zukunftsgerichtete Zentralen- und Netzwerklösungen investiert.

Facts & Figures

	2003		2004
In Millionen CHF bzw. wie angemerkt			
Swisscom-Gruppe			
Nettoumsatz		10 026	10 057
Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)		4 504	4 404
in % Nettoumsatz	%	44,9	43,8
Betriebsergebnis (EBIT)		2 819	2 705
Gewinn aus weitergeführten Geschäftsbereichen		1 977	1 837
Reingewinn		1 569	1 594
Eigenkapital		7 669	6 681
Eigenkapitalquote ¹	%	46,4	46,2
Personalbestand am Bilanzstichtag in Vollzeitstellen ²	Anzahl	16 079	15 477
Durchschnittlicher Personalbestand in Vollzeitstellen ³	Anzahl	16 506	15 664
Umsatz pro Mitarbeitenden	in Tausend CHF	607	642
EBITDA pro Mitarbeitenden	in Tausend CHF	273	281
Nettoeinnahmen aus operativer Geschäftstätigkeit		4 710	4 068
Equity Free Cash Flow ⁴		2 913	2 913
Investitionen in Sachanlagen und übrige immaterielle Anlagen		1 165	1 136
Nettofinanzmittel ⁵		1 442	2 089
Swisscom AG			
Reingewinn		1 154	2 399
Eigenkapital		5 046	6 584
Dividende		861	861
Angaben pro Titel			
Nominalwert pro Aktie am Bilanzstichtag	CHF	1,00	1,00
Durchschnittliche Anzahl ausstehender Aktien	Mio. Stück	66,200	64,716
Börsenkurse		438,50 /	454,75 /
(höchst/tiefst)	CHF	367,00	382,50
Börsenkurs am Bilanzstichtag	CHF	408,00	448,00
Reingewinn	CHF	23,70	24,63
Eigenkapital	CHF	115,85	103,24
Bruttodividende	CHF	13,00	14,00
Ausschüttungsquote ⁶	%	54,85	56,84
Börsenkapitalisierung am Bilanzstichtag ⁷		27 011	27 543

• gemäss Antrag des Verwaltungsrats an die Generalversammlung.

¹ Eigenkapital in % des Gesamtkapitals.

² Am 31. Dezember 2003 und 2004 sind 360 bzw. 475 Vollzeitstellen von Worklink nicht berücksichtigt.

³ 2003 und 2004 sind 295 bzw. 433 Vollzeitstellen von Worklink nicht berücksichtigt.

⁴ Definition Equity Free Cash Flow: Nettoeinnahmen aus operativer Geschäftstätigkeit, Einnahmen und Ausgaben aus Käufen und Verkäufen von Beteiligungen, abzüglich Nettoinvestitionen in Sachanlagen und übrige immaterielle Anlagen, Aufnahme und Rückzahlung von Finanzverbindlichkeiten (ohne Leasingverbindlichkeiten) und Gewinnausschüttungen an Minderheitsaktionäre.

⁵ Definition Nettoverschuldung (Nettofinanzmittel): Finanzverbindlichkeiten abzüglich flüssige Mittel, kurzfristige Finanzanlagen sowie Finanzanlagen aus Crossborder-Tax-Lease-Vereinbarungen.

⁶ Bruttodividende in % des Reingewinns pro Aktie.

⁷ Börsenkurs am Bilanzstichtag multipliziert mit Anzahl ausstehender Aktien am Bilanzstichtag.

Am 8. Juni 2004 vollzog Swisscom den Verkauf ihrer Beteiligung an debitel. Im Konzernabschluss von Swisscom wird deshalb debitel als nicht weitergeführter Geschäftsbereich gesondert ausgewiesen. Die Vorjahrszahlen wurden entsprechend angepasst.

- 12 **Auf dem Weg zum Multimedia-Unternehmen
2004 im Überblick**
- 17 **Organisation**
- 22 **Wesentliche Beteiligungen**

OKTOBER 1492

KARIBIK BS – 34°03'23"N 74°28'42"W

MONTAG

- 8 Wir fuhren in Richtung West-Südwesten und brachten in Tag- und Nachtfahrt nicht ganze 48 Seemeilen hinter uns; wir liefen des Nachts stellenweise mit einer Stundengeschwindigkeit von 15 Seemeilen. Die See war ruhig und friedlich. Gott sei Dank ist die Luft äusserst mild, wie im April in Sevilla; es ist eine wahre Lust, sie einzuatmen, so angenehm ist ihr Duft.

DIENSTAG

- 9 Wir fuhren weiter gegen Südwesten, wobei die Schiffe 20 Seemeilen zurücklegten. Der Wind sprang um, weshalb ich nunmehr Kurs West-zu-Nordwest fuhr auf einer Strecke von 16 Seemeilen; insgesamt legten wir 44 Seemeilen bei Tage und 90 des Nachts zurück – den Mannschaften gab ich nur 68 Seemeilen an. Die ganze Nacht über vernahmen wir das Vorbeiziehen von kleinen Vögeln.

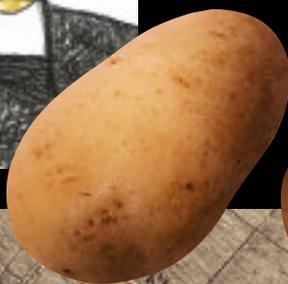
MITTWOCH

- 10 Ich blieb weiterhin auf west-süd-westlichem Kurs. Wir fuhren mit einer Stundengeschwindigkeit von 10 Seemeilen, stellenweise mit 12, dann wieder mit nur 7 Seemeilen. In Tag- und Nachtfahrt leisten wir 236 Seemeilen zurück, allein ich verrechnete nur 176 Seemeilen.

Zu diesem Zeitpunkt beklagten sich meine Leute über die lange Reisedauer, die ihnen unerträglich zu sein schien. Ich wusste sie jedoch aufzumuntern, so gut ich eben konnte, und stellte ihnen den Verdienst, den sie sich auf diese Weise verschaffen konnten, in nahe Aussicht. Dem fügte ich hinzu dass es zwecklos wäre, darüber in Streit zu geraten, da ich nun einmal entschlossen sei, nach Indien zu gelangen und die Reise solange fortzusetzen, bis ich mit Gottes Hilfe dahin gelangt sein werde.

Christoph Kolumbus auf der
Suche nach dem Seeweg nach Indien

.S.
.S. A .S.
X M Y
XPO FERENS



Auf dem Weg zum Multimedia-Unternehmen: 2004 im Überblick



Liebe Leserin, lieber Leser

Auf unserer Reise in die Zukunft blicken wir wiederum auf eine erfolgreiche Etappe zurück. Im Wettbewerb mit mehr als 300 nationalen und internationalen Konkurrenten hat Swisscom 2004 ihre Marktanteile insgesamt gehalten, den Umsatz auf CHF 10,1 Mia. gesteigert und mit CHF 4,4 Mia. ein ausgezeichnetes operatives Ergebnis erzielt. Im «verflixten» siebten Jahr nach der Liberalisierung geht es Swisscom ungebrochen gut. Das Unternehmen ist gesund, schuldenfrei und verfügt über Perspektiven, was sich auch in der Entwicklung des Aktienkurses niederschlägt: Die Swisscom-Aktie legte im Berichtsjahr um 9,8 Prozent zu und weist damit die neuntbeste Performance aller SMI-Titel aus. An der Basis des Unternehmenserfolgs standen auch 2004 die vorzüglichen und umfassenden Dienstleistungen, die Präsenz von Swisscom im ganzen Land, ihre Innovationskraft und nicht zuletzt engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Dass die Kundinnen und Kunden nach wie vor grosses Vertrauen in Swisscom haben, macht uns stolz. Wir betrachten diesen Vertrauensbeweis auch als Anerkennung für die Verbundenheit von Swisscom mit der Gesellschaft und ihre Bedeutung als gewichtiger Wirtschaftsfaktor in der Schweiz.

Stark im Heimmarkt

Die Telekom-Branche litt 2004 unter der schwachen Konjunktur. Die zögerliche wirtschaftliche Entwicklung und der Technologiewandel hemmten das Investitionsverhalten namentlich der Geschäftskunden. Der Markt ist auf dem Weg zur Konvergenz: Telekommunikation und Informatik wachsen zusammen, ebenso die Festnetz- und die Mobilkommunikation. Der Breitbandtechnologie gehört die Zukunft. Hier wollen wir unsere Kompetenz als Vollsortiment-Anbieterin mit einem breit gefächerten Angebot zielgerichtet nutzen. Beste Voraussetzung dazu bietet unsere landesweite Präsenz mit umfassenden Produkten und Diensten.

In der Entwicklung unserer Angebote berücksichtigen wir das Bedürfnis nach einem schnellen Internetzugang am Arbeitsplatz, zu Hause und unterwegs; ebenso den Trend, Musik und Multimedia-Inhalte mittels Breitbandkommunikation zu übertragen. Swisscom Innovations hat im Berichtsjahr ein Konzept entwickelt, das dem Benutzer einen einheitlichen Umgang mit all seinen digitalen Daten ermöglichen soll; überall und geräteunabhängig. Das Konzept heisst Data Harbour und wird gegenwärtig in enger Zusammenarbeit mit verschiedenen Gruppengesellschaften konkretisiert.

Swisscom behauptet sich auf den Heimmarkt als Marktführerin und baut mit Akquisitionen angrenzende Geschäftsgebiete auf. 2005 will das Unternehmen seinen Erfolg fortsetzen; getrieben von neuen, innovativen Angeboten, der geschickten Nutzung und Verbindung moderner Technik mit einfachen Diensten und unterstützt durch spezielle Servicegarantien, die uns im Markt differenzieren. Den Geschäftskunden offeriert Swisscom dank des Zusammenschlusses der beiden Gruppengesellschaften Enterprise Solutions und Systems per Anfang 2005 eine einheitliche Ansprache und alle Leistungen aus einer Hand. Bereits Früchte trug die im Vorjahr angepasste Strategie von Swisscom IT Services: Das Unternehmen gewann 2004 zahlreiche wichtige neue Kunden und schuf so den Durchbruch auf dem Drittmarkt.

Und im Ausland?

Für die nachhaltige Entwicklung des Kerngeschäfts in der Schweiz benötigt Swisscom keine Akquisitionen im Ausland. Dennoch halten wir Ausschau nach Möglichkeiten zur Entwicklung und Wertsteigerung des Unternehmens auch ausserhalb unserer Landesgrenzen und prüfen sich bietende Gelegenheiten zu Firmenkäufen oder Beteiligungen. Wir ergreifen sie, wenn sie unsere strengen Akquisitionskriterien erfüllen.

Im Berichtsjahr strebten wir eine Mehrheitsbeteiligung an der österreichischen Marktführerin Telekom Austria an. Aus der Sicht von Swisscom wäre eine solche Akquisition für beide Unternehmen langfristig vorteilhaft gewesen. Sie scheiterte leider an den politischen Widerständen in Österreich. Im Frühjahr 2004 verkauften wir unsere Finanzbeteiligung an der deutschen Gruppengesellschaft debitel. Unter anderem wegen der unterschiedlichen Geschäftsmodelle von Swisscom und debitel und der Entwicklung der Mobilfunkmärkte in Europa nach den UMTS-Auktionen blieben die erwarteten Synergien aus. Im Herbst veräusserten wir den 17,7-Prozent Anteil an Infonet Services Corporation, einem in den USA domizilierten und auf Datendienste primär für multinationale Firmen spezialisierten Unternehmen. Derzeit ist Swisscom im Ausland mit dem WLAN-Anbieter Swisscom Eurospot vertreten. Die 100-Prozent-Tochter der Swisscom AG ist inzwischen in zehn europäischen Staaten tätig und ermöglicht an 1930 Standorten den drahtlosen Zugang zum breitbandigen Internet.

Die Kommunikationswelt wird breitbandig

Zu den markanten Ereignissen im Jahr 2004 zählt die Entwicklung in der Breitbandkommunikation: Innert eines Jahres hat Swisscom die Zahl der ADSL-Anschlüsse von 487 000 auf 802 000 gesteigert. In der Breitbanddurchdringung gehört die Schweiz zu den Spitzenreitern in Europa. Auf dem Weg zur künftigen Multimedia-Anbieterin startete Swisscom Fixnet im Herbst einen Markttest mit einem Fernsehangebot übers Breitbandinternet. Der Einstieg ins TV-Geschäft ist Teil der Strategie, Telefonie, Internet und Fernsehen künftig aus einer Hand anzubieten. Unterstützt wird diese Entwicklung durch den Erwerb einer strategischen Beteiligung an CT Cinetrade AG, einem Unternehmen mit langjähriger Erfahrung im Mediengeschäft, zu dessen Aktivitäten Pay-TV, Kinos und die Verwertung von Filmrechten gehören. Swisscom strebt an, Filme gemeinsam mit Cinetrade zusätzlich auch über die Breitbandinfrastruktur anzubieten. Der Kauf von Cinetrade bildet noch Gegenstand wettbewerbsrechtlicher Abklärungen.

Grenzenlos mobil

Damit unsere Kundinnen und Kunden auch unterwegs ihre Kommunikationswünsche ohne Einschränkung ausleben können, bedarf es breitbandiger Mobilfunknetze, einer hohen Verfügbarkeit und qualitativ guter Produkte. 2004 investierte Swisscom Mobile grosse Summen in den UMTS- und WLAN-Ausbau und den Aufbau von EDGE, einer Weiterentwicklung der GSM-Technik zur Übertragung grösserer Datenmengen. Das UMTS-Netz von Swisscom Mobile steht bereits 90 Prozent der Schweizer Bevölkerung zur Verfügung. Im Berichtsjahr wartete Swisscom Mobile mit der patentierten Weltneuheit «Mobile Unlimited» auf. Der Dienst ermöglicht den unterbruchlosen Wechsel zwischen den verschiedenen Netzen, wobei das System automatisch auf das jeweils verfügbare Netz mit der höchsten Bandbreite wechselt. Auch bei den mobilen Breitbandanwendungen unterstrich Swisscom Mobile ihre Innovationskraft: Als erste Schweizer Anbieterin brachte sie im November zwei UMTS-Handys auf den Markt. Die neuen Geräte erlauben es, attraktive Dienste wie Videotelefonie und mobiles Fernsehen zu nutzen. Mit ihren UMTS-Angeboten positioniert sich Swisscom Mobile als Innovationsführerin im Schweizer Mobilfunkmarkt. Ende 2004 waren fast vier Millionen Personen Kunden von Swisscom Mobile.

Risiken

Die Freude über den finanziellen und leistungsmässigen Erfolg im Berichtsjahr darf unseren Blick nicht trüben für die Klippen und Untiefen, an denen Swisscom heute und morgen vorbei navigieren muss. Allen voran die Regulierung, der Preiszerfall mit sinkenden Margen und neue Technologien wie Voice over IP. Vorab der Ausbau der Regulierung erweist sich zunehmend als ein Risiko für Swisscom. Im Berichtsjahr traten die parlamentarischen Beratungen der Revisionen des Fernmeldegesetzes (FMG) und des Radio- und Fernsehgesetzes (RTVG) in die entscheidende Phase. Kernstück der FMG-Revision ist die umstrittene Entbündelung des Teilnehmeranschlusses. Um den politischen Erwartungen Rechnung zu tragen, hat Swisscom im Vorfeld der nationalrätlichen Beratung die vollständige Entbündelung der letzten Meile auf dem Kupferkabel des Hausanschlusses (Full Access) vorgeschlagen. Wir sind der festen Überzeugung, dass jede zusätzliche Regulierung die Entwicklung der schweizerischen Informationsgesellschaft behindert, weil sie die Investitionsanreize der Netzanbieter hemmt.

Auch beim RTVG steht für Swisscom viel auf dem Spiel: Im Schatten der medienpolitischen Diskussion geht es für den Telekom-Sektor um Fragen der Verbreitung von Service-public-Programmen. Swisscom lehnt die umfangreiche Regulierung der Übertragung und Aufbereitung von Programmen ab. Telekom-Anbieter müssen für die Verbreitung von Radio- und TV-Programmen marktgerechte Preise verlangen können – alles andere käme einer Quersubventionierung des Rundfunksektors durch den Fernmeldesektor gleich.

Die abschliessenden parlamentarischen Beratungen von FMG und RTVG finden voraussichtlich 2005 statt.

Erneut weniger Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Ende 2004 zählte das Unternehmen 15 477 Vollzeitstellen. In dieser Summe nicht mehr enthalten sind 3128 Stellen der von Swisscom veräusserten debitel. In der Schweiz musste Swisscom im Berichtsjahr netto 602 Stellen abbauen; im gleichen Zeitraum hat das Unternehmen rund 1250 Personen eingestellt. Gründe für den Stellenabbau sind neue Technologien und der intensive Wettbewerb. Will Swisscom ihren Erfolg langfristig sichern, muss sie ihre Kosten weiterhin konsequent senken und ihre Effizienz weiter steigern. Erneut waren die für Geschäftskunden tätigen Gesellschaften Swisscom Enterprise Solutions und Swisscom Systems am stärksten vom Abbau betroffen. Stellen reduzieren musste auch Swisscom Fixnet. Alle vom Stellenabbau betroffenen Mitarbeitenden haben Anspruch auf den sehr gut ausgebauten Sozialplan. Seit 1998 hat Swisscom gegen CHF 3 Mia. in den Sozialplan investiert.

Gestiegen ist die Zahl der Lernenden: Über alle sechs Berufsgruppen hinweg erhalten derzeit rund 900 Jugendliche bei Swisscom ihre Grundausbildung; das sind rund sechs Prozent aller Mitarbeitenden.

Verantwortungsvolle Unternehmensführung

Nachhaltig handeln heisst, die finanzielle Zukunft des Unternehmens sichern, ökologische Ressourcen schonend einsetzen, mit Mitarbeitenden respektvoll umgehen und Verantwortung auch für die Wirtschaft und Gesellschaft tragen. Eine nachhaltige Unternehmensführung liegt im Interesse aller Anspruchsgruppen. Dem Thema «Gesellschaftliche Verantwortung» widmen wir im vorliegenden Geschäftsbericht das Kapitel «Unser Gewissen».

In der Corporate Governance, unseren Führungsprinzipien, haben wir uns zum Ziel gesetzt, Vorbild zu sein. Die Qualität unserer Bemühungen um Nachhaltigkeit und unsere Corporate Governance finden in verschiedenen Aktien-Indizes wie dem Dow Jones Sustainability World Index oder dem englischen FTSE4Good Index ihren positiven Niederschlag.

Danke!

Wir sind stolz auf die Swisscom-Bilanz 2004. Und dankbar: den Kunden und den Aktionären für ihre Loyalität und ihr Vertrauen, die sie Swisscom unvermindert entgegenbringen; den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die in einem wiederum anspruchsvollen, von Verunsicherung geprägten Jahr engagiert an der Weiterentwicklung des Unternehmens mitgearbeitet haben. Ihre hohe Leistungsbereitschaft, ihre Professionalität und ihr kundenorientiertes Denken und Handeln sind der Boden, auf dem auch der Geschäftserfolg 2004 gewachsen ist. Ihr Verständnis für notwendige schmerzliche Entscheide, die Swisscom den Weg in eine erfolgreiche Zukunft ebnen, ist nicht selbstverständlich. Dies verdient unseren Respekt.

Unsere Ziele für 2005

2005 wird der Wettbewerb intensiv bleiben – mit anhaltenden Preiskämpfen, namentlich bei den Geschäftskunden. Dank neuen Produkten und Diensten dürfte unser Umsatz im Mobilfunk geringfügig zunehmen. Im Festnetz wird er leicht rückläufig sein. Wir rechnen mit einem konsolidierten Umsatz von rund CHF 10 Mia. und einem Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) von etwa CHF 4,2 Mia. Wir werden wiederum für rund CHF 4 Mia. Leistungen von der Wirtschaft beziehen; den grössten Teil davon in der Schweiz. Unsere Anstrengungen zur Kundenzufriedenheit setzen wir konsequent fort. Der Weg zur Multimedia-Anbieterin liegt vor uns. Wir sind überzeugt, dass unsere Innovationen im Breitbandgeschäft bereits 2005 Früchte tragen. Im Zentrum stehen dabei unsere Kundinnen und Kunden. Ihnen wollen wir – auf der Reise von Swisscom in die Zukunft – unsere Begeisterung für die spannenden Möglichkeiten moderner Kommunikation weitergeben.

Mit freundlichen Grüssen

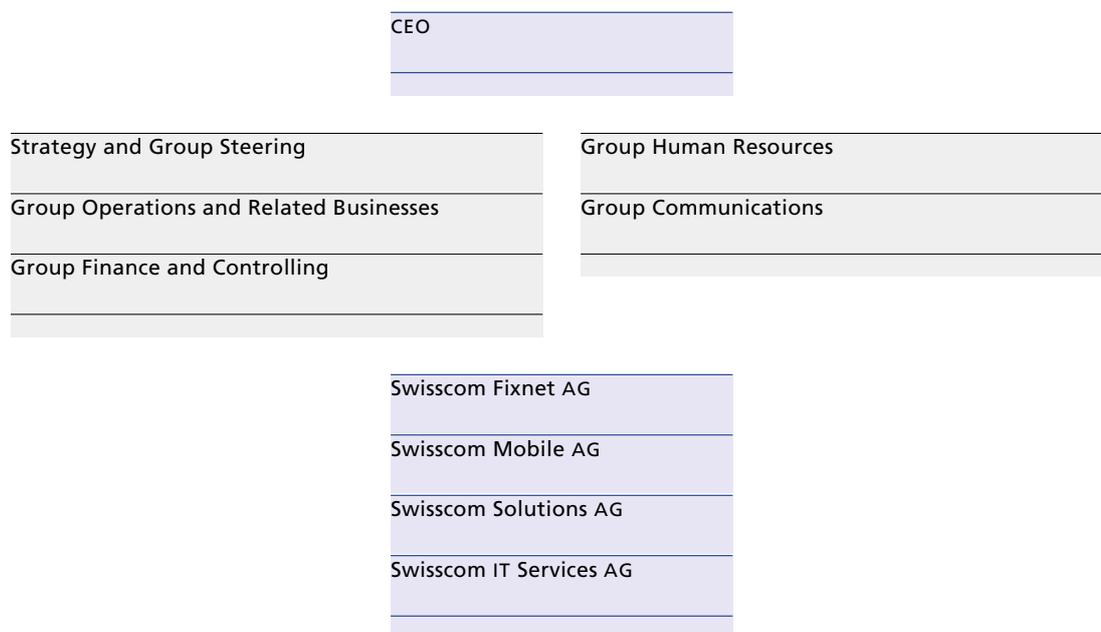


Markus Rauh
Präsident des Verwaltungsrates
der Swisscom AG



Jens Alder
CEO der Swisscom AG

Unternehmensstruktur Swisscom Gruppe



• Stand 1. Januar 2005

Verwaltungsrat
Worblafen
Mittwoch 19. Januar 2005

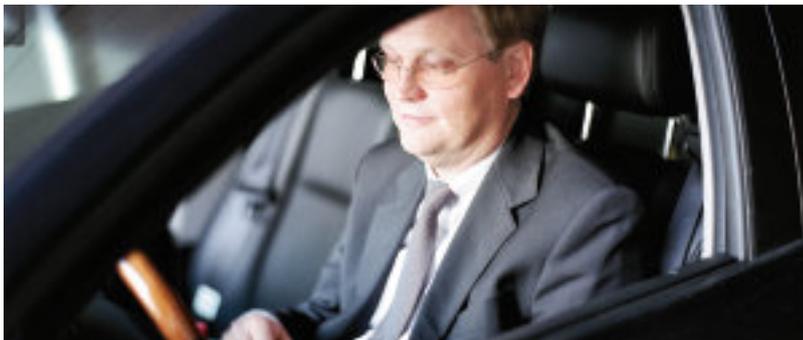
Felix Rosenberg
Staatsvertreter
um 11.59 Uhr



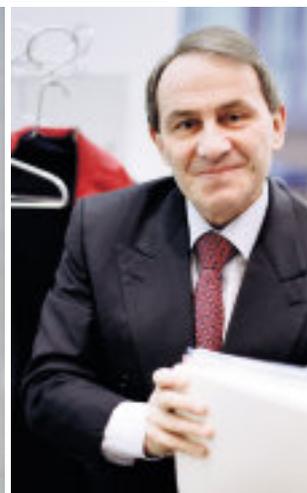
Jacqueline Françoise Demierre
Personalvertreterin
um 10.11 Uhr



Richard Roy
um 17.48 Uhr



André Richoz
Vizepräsident
um 08.51 Uhr



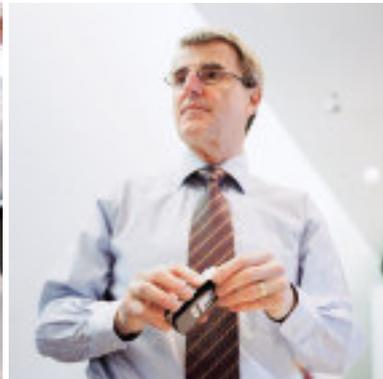
Helmut Woelki
um 08.37 Uhr



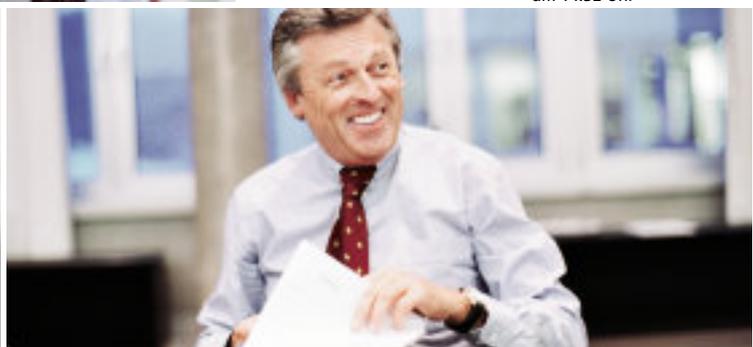
Torsten G. Kreindl
um 13.24 Uhr



Alfred Bissegger
Sekretär
um 15.18 Uhr



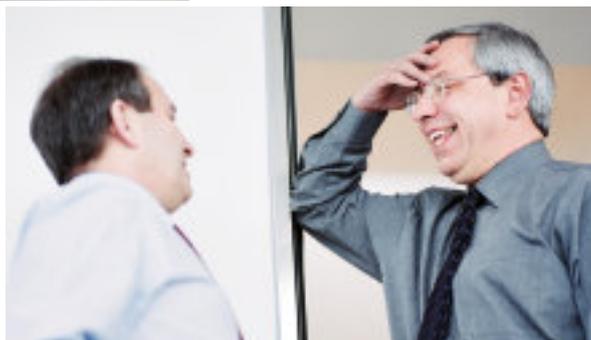
Peter Küpfer
um 14.32 Uhr



Markus Rauh
Präsident
um 14.58 Uhr



Michel Gobet
Personalvertreter
um 17.03 Uhr



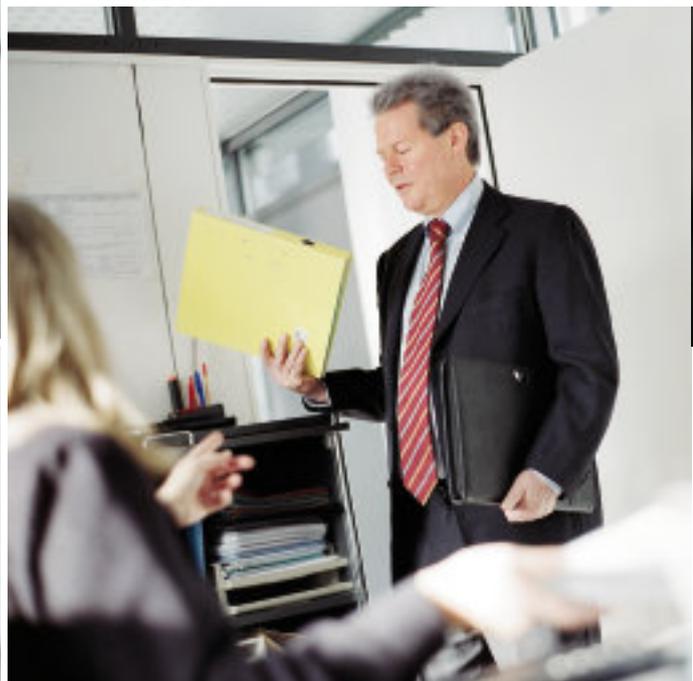
2004 gab es im Verwaltungsrat
keine Mutationen

Gruppenleitung Worblaufen Montag 6. Dezember 2004

Günter Pfeiffer
Leiter Group Human Resources
um 08.15 Uhr



Ueli Dietiker
CFO (Chief Financial Officer) und stv. CEO Swisscom AG
um 17.30 Uhr



Stefan Nünlist
Leiter Group Communications
um 11.22 Uhr



Adrian Bult
CEO Swisscom Fixnet AG
um 13.19 Uhr

Carsten Schloter
CEO Swisscom Mobile AG
um 17.22 Uhr



René Fischer
CEO Swisscom Solutions AG
um 09.03 Uhr



Jürg Rötheli
Leiter Group Operations & Related Businesses
um 08.56 Uhr



Jens Alder
CEO Swisscom AG
um 14.08 Uhr



Urs Stahlberger
CEO Swisscom IT Services AG
um 09.37 Uhr



Michael Shipton
CEO (Chief Strategy Officer) Swisscom AG
um 16.21 Uhr



**2004 aus der Gruppenleitung
ausgetreten sind:**

Hans-Peter Quadri (per 1. Juli 2004)
Peter Wagner (per 30. April 2004)

**2004 in die Gruppenleitung
eingetreten ist:**

Günter Pfeiffer (per 1. Juni 2004)

Wesentliche Beteiligungen

Swisscom Broadcast AG	100 %
Swisscom Eurospot S.A.	100 %
Swisscom Fixnet AG	100 %
Swisscom Immobilien AG	100 %
Swisscom IT Services AG	100 %
Swisscom Solutions AG	100 %
Swisscom Mobile AG	75 %
Swisscom Directories AG	51 %
Billag AG	100 %
Cablex AG	100 %
PersPec AG	100 %
Infonet Schweiz AG	90 %
SICAP AG	75 %
PubliDirect Holding AG	49 %
Worklink AG	40 %

Stand 1. März 2005

- 28 **Swisscom Fixnet**
Festnetzleistungen für jedermann
- 34 **Swisscom Mobile**
Investitionen in weiteres Wachstum
- 38 **Swisscom Solutions**
Die Partnerin für Geschäftskunden
- 40 **Swisscom IT Services**
Die Spezialistin im Informatik-Outsourcing
- 42 **Weitere wichtige Geschäfte**

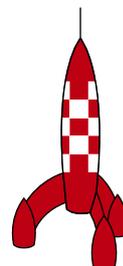
21. JUNI 2004

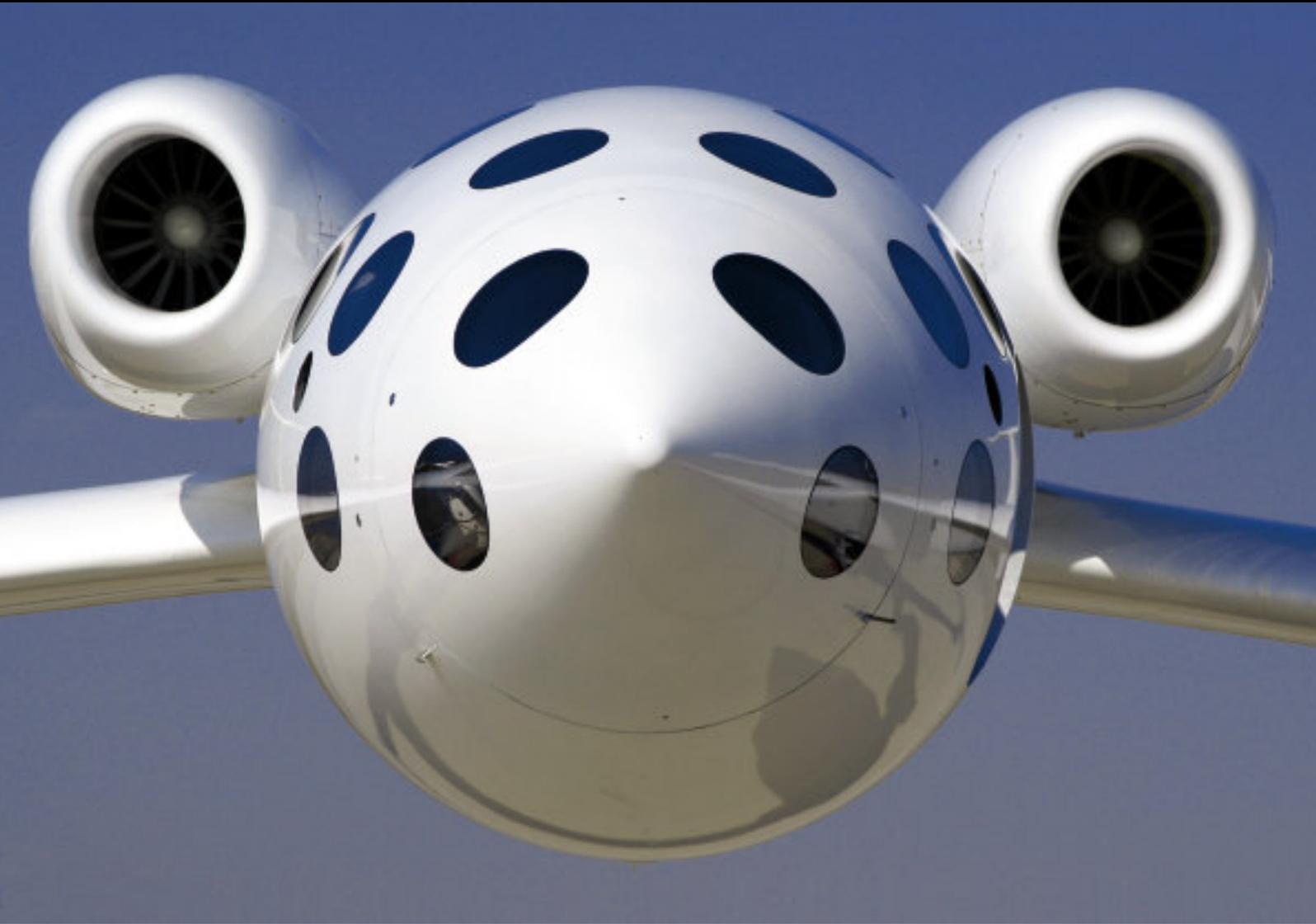
MOJAVE CA – 35°03'56"N 118°09'11"W

PACIFIC STANDARD TIME

- 07.42.32 Der Anfang eines lang gehegten Traumes wird Wirklichkeit. Die zwei J-85-GE-5 Triebwerke des Trägerflugzeugs White Knight tragen SpaceShip One über die Startbahn zum ersten privat finanzierten bemannten Welt- raumflug.
- 08.20.10 White Knight klinkt SpaceShipOne auf einer Höhe von 15 000 Metern aus. Planmässig zündet das Raumschiff seinen Hybrid-Raketenantrieb, welcher es innerhalb von 10 Sekunden auf Mach 1 beschleunigt. Als Treibstoff dient eine Mischung aus Distickstoffmonoxid und Hydroxyl-Terminiertem Poly- Butadien (HTPB).
- 08.20.17 110 KM/H starker Scherwind verursacht eine 90°-Rotation des Raumschiffes und bringt die Mission gefährlich nahe ans Scheitern. Pilot Michael Melvill gelingt es glücklicherweise, den Kurs rechtzeitig zu korrigieren.
- 08.21.26 Mit Mach 3.5 lässt SpaceShipOne auf 55 000 Metern Höhe die Schwerkraft hinter sich, um nach Abschalten des Triebwerks auf die angepeilte Höhe von über 100 000 Metern zu gelangen.
- 08.22.34 Dreieinhalb Minuten dauert der Aufenthalt im All. Zeit genug, um im Namen der Wissenschaft ein paar M&Ms im Cockpit herumfliegen zu lassen.
- 08.26.12 Mit erneuter Geschwindigkeit von über Mach 2.9 und einer Belastung von 5G rast SpaceShipOne zurück auf 25 000 Meter, bevor Melvill die Mission mit einem 40-minütigen Gleitflug erfolgreich abschliesst.

Das Team um SpaceShipOne ebnet den Weg
zur privat finanzierbaren Raumfahrt





Swisscom Fixnet

Festnetzleistungen für jedermann

Marktanteil gehalten, Zahl der Breitbandanschlüsse auf 802 000, jene der Internetkunden auf über eine Million gesteigert, Pilotversuch mit Internet-Fernsehen gestartet – dies sind die Schlagzeilen 2004 von Swisscom Fixnet. Mit 7500 Vollzeitstellen ist Swisscom Fixnet die grösste Tochtergesellschaft der Swisscom AG. Zu ihr gehören Bluewin, sodann die im Kabelbau tätige cablex und die «Datenquelle» Directories. Im Berichtsjahr erarbeitete Swisscom Fixnet einen Umsatz von CHF 5,7 Mia. und ein Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) von CHF 2,2 Mia.

	2003	2004
Swisscom Fixnet		
Nettoumsatz *	5 781	5 715
EBITDA **	2 128	2 170
Anzahl Mitarbeitende	7 775	7 500

- In Millionen Franken
- Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen, in Millionen Franken

Swisscom Fixnet plant, baut und unterhält die Netzinfrastruktur und verkauft ihre Netz- und Kommunikationsdienste an Privatkunden, Unternehmen kleinerer und mittlerer Grösse (KMU) und an Wiederverkäufer (Wholesale). Das Unternehmen betreut 3,2 Millionen Kunden, davon rund 300 000 im KMU-Segment.

Das Jahr 2004 war für Swisscom Fixnet geprägt durch einen weiter intensivierten Wettbewerb. Über 300 Telekom-Anbieter kämpfen inzwischen um Marktanteile. Die Preise sanken weiter. Der Technologiewandel beschleunigte sich: Festnetz- und Mobilkommunikation wachsen zusehends zusammen. Die Erwartungen der Kundinnen und Kunden nahmen erneut zu. Die verstärkten und erfolgreichen Massnahmen zur Kundenzufriedenheit honorierten die Kundinnen und Kunden von Swisscom Fixnet mit einer hohen Firmentreue.

Grundversorgung: Leistungen für die Informationsgesellschaft

Als Grundversorgerin garantiert Swisscom Fixnet ein preiswertes und hoch stehendes Basisangebot an Telekommunikationsleistungen. Kernstücke sind der analoge und der digitale Telefonanschluss, das Portal zur Informationsgesellschaft. Zur Grundversorgung zählen ausserdem Leistungen mit sozialpolitischer Bedeutung wie die Versorgung mit öffentlichen Sprechstellen, die Dienste für Seh- und Hörbehinderte und Notrufdienste. Swisscom Fixnet stellt zudem sicher, dass auch im liberalisierten Markt ein Telefonverzeichnis zur Verfügung steht, das Anschlüsse aus der ganzen Schweiz umfasst. Über die gesetzliche Grundversorgung hinaus unternimmt Swisscom Fixnet alles, um neue Leistungen, wie etwa Breitbanddienste, flächendeckend zur Verfügung zu stellen.

Swisscom Fixnet Wholesale: Auf dem Weg zum Netz von morgen

Mit 3200 Mitarbeitenden sorgt Swisscom Fixnet Wholesale für den sicheren Netzbetrieb in der Schweiz und unterhält eine zuverlässige internationale Infrastruktur. Das Profitcenter betreibt alle festnetzbasierten Dienste und bietet ihre Netzleistungen Dritten an. Die Angebotspalette umfasst die regulierten Interkonnektionsdienste im Sprachbereich,

zukunftsweisende Daten- und Mietleitungsdienste sowie Breitbanddienste. Ende 2004 nutzen rund 120 nationale und 160 ausländische Telekom-Unternehmen die Angebote von Swisscom Fixnet Wholesale.

Swisscom Fixnet Wholesale passt ihre Netzplattformen und Produktionsinfrastrukturen laufend den Marktgegebenheiten an. 2004 optimierte das Unternehmen das gesamte Telefonnetz und investierte dabei rund CHF 250 Mio. in Sicherheit und Effizienz der Sprach-Infrastruktur.

Der Boom bei den Breitbandanschlüssen hielt im Berichtsjahr unvermindert an. Ende 2004 zählte Swisscom Fixnet Wholesale rund 802 000 ADSL-Anschlüsse. Dies entspricht einer Zunahme von mehr als 60 Prozent innerhalb eines Jahres. Demgegenüber sank die Zahl der analogen Anschlüsse auf 3 Millionen (-2,6 Prozent), die Zahl der ISDN-Anschlüsse blieb unverändert auf 0,92 Millionen.

Regulierung: Ein untaugliches Rezept für Investitionen und Innovationen

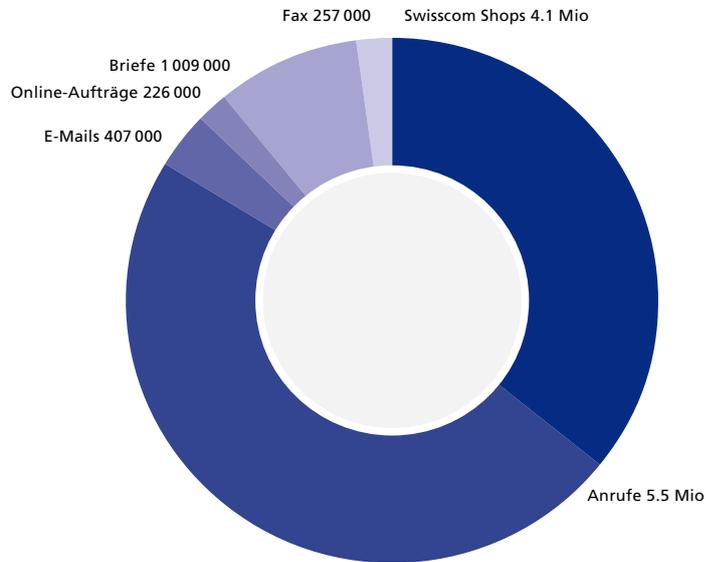
Im Oktober behandelte der Nationalrat als Erstat das Fernmeldegesetz (FMG) und beschloss, die letzte Meile im Festnetz mit verschiedenen Zugangsformen zu entbündeln. Nebst der heute bereits etablierten Netzzusammenschaltung für Sprachtelefonie (Interkonnektion) erhalten andere Anbieter nach dem Willen des Nationalrates den vollständig entbündelten Zugang zu den Kupferleitungen (Full Access), Zugang zu den Kabelkanalisationen für Mietleitungen, schnellen Bitstrom-Zugang für zwei Jahre sowie die Möglichkeit, den Teilnehmeranschluss selber in Rechnung zu stellen. Dies bedeutet, dass anderen Anbietern zu staatlich regulierten Preisen umfangreicher Zugang zum Netz von Swisscom gewährt wird. Diese Ausweitung der heutigen Regulierung wird den Investitionsanreiz für Swisscom Fixnet negativ beeinflussen. Der Ausbau der Regulierung ist eines der grossen Risiken von Swisscom Fixnet.

Der Ständerat wird die Revision des FMG voraussichtlich im Sommer 2005 beraten.

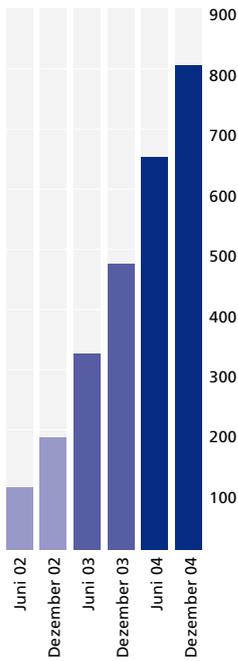
Neue Angebote, zufriedene Kunden

Im Berichtsjahr konnte Swisscom Fixnet eine Rekordzahl an Kunden von den Vorteilen ihrer Angebote überzeugen und zurückgewinnen. Ende Juni lancierte Swisscom Fixnet mit der Sommeraktion «Gratis telefonieren am Abend» erstmals landesweit ein kostenloses Telefonieangebot in grösserem Umfang. Gegen 400 000 Kunden profitierten von diesem Service. Mit der neuen elektronischen Zahlungsmöglichkeit «PayNet» können Privatkunden ihre Rechnung einfach, bequem und papierlos mit wenigen Mausklicks am PC bezahlen. Im November führte Swisscom Fixnet drei Telefonie-Halbpri-Abonnemente ein: Halbpri National, Halbpri International und Halbpri Kombi. Die Angebote erlauben es, im Festnetz rund um die Uhr zum halben Preis zu telefonieren. Von den Halbpri-Abonnementen profitierten Ende Jahr bereits über 140 000 Kunden. Dazu wird Happy Weekend, das Angebot von Swisscom Fixnet für Jugendliche, laufend aktualisiert und in der Zielgruppe erfolgreich platziert.

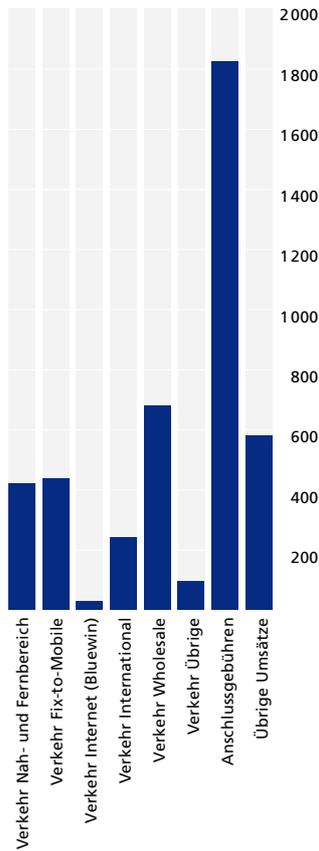
Kundenkontakte des Customer Care
Anzahl



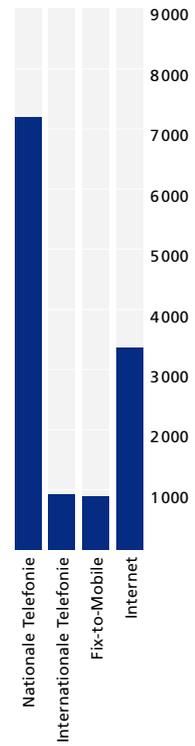
ADSL Anschlüsse Fixnet (inkl. Wholesale)
in Tausend



Umsatzstruktur Fixnet
in Millionen Franken



Gesprächsverkehr
in Millionen Minuten



Am 1. Juni brachte Swisscom Fixnet das Kartenprodukt easyp@y auf den Markt. Dabei handelt es sich um ein vorausbezahltes, einfaches und sicheres Zahlungsmittel für kostenpflichtige Inhalte und Dienstleistungen im Kleinpreisbereich, die im Internet und via Handy angeboten werden. Nicht mehr im Angebot führt Swisscom Fixnet dagegen die fixnetbox®: Der Briefkasten für Sprachnachrichten, E-Mails und Faxe wurde im Frühjahr wegen technischer Probleme vom Markt genommen und durch die bewährte und aus dem Mobilfunk bekannte COMBOX ersetzt.

Führend bei den KMU

Trotz weiter wachsendem Konkurrenzdruck gelang es Swisscom Fixnet, auch bei den KMU Marktführerin zu bleiben. Swisscom Fixnet bietet, verstärkt durch eine solide Partnerschaft mit dem Elektrofachhandel, den KMU ein umfassendes Leistungspaket an. Wesentlichen Anteil am Erfolg im KMU-Geschäft hatte die Einführung des KMU-Rabattsystems. Es berücksichtigt bei der Rabattbemessung Loyalität sowie Umsätze auf dem Festnetz, dem Mobilfunknetz von Swisscom Mobile sowie mit dem Datenverkehr. Ausserdem führt Swisscom Fixnet neu das Produkt «Premium» für alle BusinessLINE^{ISDN}-Anschlüsse und verbesserte so ihre Leistungsgarantien. Dank einem neuen Rabattmodell für nicht regulierte Anschlüsse bei Geschäftskunden wurde der Rückgang bei den BusinessLINE^{ISDN}-Anschlüssen markant reduziert.

Swisscom Shops: Mehr Franchise-Shops

Wichtigster Absatzkanal für die Dienstleistungen und Endgeräte sind der Fachhandel, die Grossverteiler und die Swisscom Shops. Die Ladenkette von Swisscom weist inzwischen 75 Swisscom Shops und 16 Franchise Shops auf. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Shops bedienten über vier Millionen Kunden. Die Wartezeiten, noch im Vorjahr für viele Kunden ein Ärgernis, konnten markant reduziert werden; sie betragen 2004 durchschnittlich rund drei Minuten.

Kundenservice über Telefon und online

Die Bekanntheit der Ansprechstellen bei Swisscom Fixnet lässt sich anhand eindrücklicher Zahlen belegen: 5,5 Millionen telefonische Kundenkontakte, davon über drei Millionen Anrufe auf die Gratis-Hotline 0800 800 800, 1,2 Millionen Anrufe beim Kundendienst von Bluewin, 350 000 Anrufe auf die Nummer für die Fachhändler 0800 800 600; dazu 1,5 Millionen schriftliche Anliegen (Fax, E-Mail, Brief). Die 2004 eingeführte Kundencharta stellt das einheitliche Auftreten der Mitarbeitenden von Swisscom Fixnet sicher und setzt Qualitätsstandards in der Kundenbetreuung.

2004 hatten 138 000 Kunden Zugriff auf die Internet-Applikation «Festnetzrechnung online». 50 000 Kunden profitierten zusätzlich von der Möglichkeit, die Festnetzrechnung online zu begleichen und verzichteten damit auf eine Papierrechnung.

In einem wirtschaftlich schwierigen Umfeld bewegen sich die Auskunft- und Conferencing-Dienste. Neben starker Konkurrenz müssen sich diese Dienste vor allem gegen die elektronischen Services behaupten. Um weiterhin konkurrenzfähig zu bleiben, werden sie schrittweise automatisiert. Eingebunden werden sprach- und internetgesteuerte Elemente, die den Gebrauch der Dienstleistungen für die Kunden erleichtern.

Bluewin startete Markttest zu Fernsehen via Telefonleitung

Die Bluewin AG, verantwortlich für den erfolgreichen Auf- und Ausbau des Internetgeschäfts bei Swisscom, fusioniert per 1. März 2005 mit der Swisscom Fixnet AG. Letztere tritt auf dem Markt indessen weiterhin mit der Marke Bluewin auf: Swisscom Fixnet bietet ihre Dienstleistungen rund um das vernetzte Zuhause neu unter dem Label Bluewin an. Zu den zentralen Aufgaben des als Profitcenter von Swisscom Fixnet geführten Bereichs gehören die Entwicklung und der Verkauf neuer Breitbanddienste. So testet der Schweizer Internet-Marktführer seit Herbst 2004 eine neue Generation von Fernsehen über ADSL. In Zusammenarbeit mit Microsoft brachte Bluewin TV in einem ersten Schritt 25 TV-Kanäle via Telefonleitung in 600 Haushalte. Das Angebot enthält zusätzlich fünf Pay-TV-Kanäle, Mietvideos und einen lokalen Harddisk-Videorecorder, der auch Pausen in Live-Programmen von Fernsehsendern («Live-Pausen») ermöglicht.

Ende 2004 surfen über eine Million Accesskunden mit dem grössten Internet-Service-Anbieter der Schweiz. Rund 523 000 Kunden gelangten mit Wählmodems ins Internet. 490 000 Kunden nutzten den schnelleren Breitbandzugang.

Payphone Services: Die günstige Alternative für unterwegs

Die Telefonkabine ist nach wie vor eine günstige und praktische Alternative für das Telefonieren unterwegs. Die rund 8500 öffentlichen Publifone (Telefonkabinen) sind ein wichtiger Bestandteil der Grundversorgung. Teleguide, das elektronische Telefonbuch in den Publifonen, erlaubt direkten Zugriff auf das tagesaktuelle Telefonverzeichnis und ermöglicht auch den Versand von SMS, E-Mail und Kurzfax. Gegen 23 000 Publifone (Karten- und Münzgeräte) sind an private Betreiber vermietet oder verkauft. Alle Geräte werden von Payphone Services gewartet.

cablex – Leitungsbau nicht nur für Swisscom

cablex stellt mit 500 Mitarbeitenden den Leitungsbau und -unterhalt vor allem für Swisscom Fixnet sicher. Das Unternehmen führte im Berichtsjahr erstmals Aufträge für Dritte aus und wird diese Aktivitäten 2005 weiter ausbauen. Damit gleicht die 100-Prozent-Tochter von Swisscom Fixnet das abnehmende Volumen der Muttergesellschaft aus.

Directories – die Datenquelle

Directories, eine 51-Prozent-Tochter der Swisscom AG, ist seit 1999 einer der führenden Verzeichnishersteller in der Schweiz. Die Directories Adressdatenbank enthält mehr als sechs Millionen Privat- und Geschäftseinträge der Schweiz inkl. Liechtenstein. Aus dieser Adressdatenbank – der eigentlichen Datenquelle – erstellt Directories die Adressverzeichnisse: das bekannte Directories-Telefonbuch, die CD-Roms telinfo oder Directories CD, das tagesaktuelle Online-Verzeichnis Directories ETV und die bekannten Internetverzeichnisse Gelbe und Weisse Seiten sowie www.directories.ch. 2004 beeinflusste die schwierige Marktlage das Verlagsgeschäft von Directories. Dennoch konnte der Umsatz gegenüber dem Vorjahr weiter gesteigert werden.

Optimierungen unter www.directories.ch führten zu mehr Abfragen, und zusätzliche Internet-Werbeformate (zum Beispiel Online Ad) steigerten den Umsatz. Der Dienst «MobileSync» (Handy-Daten synchronisieren im Directories ETV Addressbook) kommt 2005 zur Marktreife. Das Directories-Telefonbuch ist nach wie vor ein starker Umsatzträger. Der Klassiker feiert 2005 sein 125-Jahre-Jubiläum. Mit Produktinnovationen und zielstrebigem Kundenorientierung will Directories ihre Marktstellung in der Schweiz weiter stärken.

Ausblick 2005

Das laufende Jahr steht für Swisscom Fixnet im Zeichen der Breitbandkommunikation. Das Unternehmen will seinen Marktanteil in diesem Bereich weiter steigern und bei den Breitbanddiensten führend sein. Geplant sind so genannte Triple-Play-Services – allen voran die Markteinführung von Bluewin-TV. Triple Play bezeichnet die Verschmelzung von Telefon, Internet und Multimedia. Die Massnahmen zur weiteren Steigerung der Kundenzufriedenheit und Kundenloyalität werden 2005 unvermindert intensiv vorangetrieben.

Glossar

ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line)

ist eine Datenübertragungstechnik in der Breitbandtechnologie, die das bestehende Telefonkabel für den Zugang zum Datennetz nutzt. Da ein Filter die Sprache und die Daten trennt, kann gleichzeitig gesurft und telefoniert werden. Die Übertragungsgeschwindigkeit variiert je nach Leistungsklasse von 600/100 Kbits/s bis 2400/200 Kbits/s.

ISDN (Integrated Services Digital Network)

ist ein digitales Kommunikationsnetz für den Transfer von Daten, Text, Sprache und Bildern über den gleichen Telefonanschluss. Dank zweier oder mehrerer Übertragungskanäle ist es möglich, mehrere Sprachverbindungen gleichzeitig zu führen oder parallel zu einer Sprachverbindung auch Daten zu übertragen. Die Übertragungsrate beträgt 64 Kbit/s pro Kanal.

Breitband

Mehrere Kanäle werden auf demselben Medium übertragen. Die Breitband-Technologie ist die Nachfolge von Schmalband. Kurz gesagt: Es können mehr Daten transportiert werden.

Bandbreite

Unter Bandbreite versteht man die Informationseinheiten (Bits), die innerhalb einer Sekunde übertragen werden (bit/s, Kbit/s, Mbit/s).

Voice over IP (VoIP)

bedeutet die Verschmelzung der zwei bis anhin getrennten Welten Voice und Data, durch die Integration des Telefonieverkehrs auf bestehende Datennetze.

Triple Play

steht für Telefonie, Internet und Fernsehen über denselben Zugang.

Swisscom Mobile

Investitionen in weiteres Wachstum

Swisscom Mobile wuchs auch 2004 – trotz annähernd gesättigtem Markt und intensiviertem Wettbewerb. Das Wachstum verdankt die Schweizer Marktführerin insbesondere ihrem hervorragenden Netz und den zahlreich lancierten innovativen Produkten. 2491 Mitarbeitende steigerten den Umsatz um 5,2 Prozent auf CHF 4,4 Mia.; das operative Betriebsergebnis (EBITDA) belief sich auf CHF 2 Mia. (-0,4 Prozent). Die Kundenzahl stieg um 112 000 auf 3,9 Millionen.

	2003	2004
Swisscom Mobile		
Nettoumsatz *	4 140	4 356
EBITDA **	1 984	1 976
Anzahl Mitarbeitende	2 418	2 491

- In Millionen Franken
- Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen, in Millionen Franken

Umsatzsteigerung und Investitionen in zukünftiges Wachstum prägten das Berichtsjahr. Trotz starker Konkurrenz gelang es Swisscom Mobile, vom Gesamtwachstum des Schweizer Mobilfunkmarktes 52 Prozent für sich zu verbuchen. Das Unternehmen differenziert sich über Innovation und Qualität im Wettbewerb und sichert sich so loyale Kunden über alle Segmente.

2004 investierte Swisscom Mobile vorab in die Abdeckung mit Breitbandtechnologien und -diensten. Ihr Engagement ist mit verantwortlich dafür, dass die Schweiz in diesem Bereich inzwischen europaweit führend ist. Im Mittelpunkt der Anstrengungen standen der Aufbau des UMTS- und EDGE-Netzes und der Ausbau der WLAN-Versorgung. Ende 2004 stand das UMTS-Netz bereits 90 Prozent der schweizerischen Bevölkerung zur Verfügung, EDGE steht ab Frühjahr 2005 flächendeckend bereit, WLAN konnte Ende 2004 an 688 Hotspots von Swisscom Mobile genutzt werden. Hervorzuheben ist in diesem Zusammenhang die Partnerschaft zwischen Swisscom Mobile und den SBB. Swisscom Mobile rüstet die SBB-Railcities mit WLAN aus und wird 2005 auch für breitbandigen Zugang zum Internet aus dem Zug via EDGE sorgen. Die Kosten für den Auf- und Ausbau der gesamten Netzinfrastruktur beliefen sich 2004 auf CHF 513 Mio. – eine Investition in die Zukunft.

Mobile Unlimited – eine Weltpremiere

Geschäftskunden möchten jederzeit, überall, sicher, einfach und mit der besten verfügbaren Bandbreite mobil Verbindung haben. Dieses Bedürfnis deckt Swisscom Mobile seit September 2004 noch besser ab: Mit Mobile Unlimited brachte die Schweizer Marktführerin eine Weltneuheit auf den Markt. Kernkomponenten des Produkts sind die Unlimited PC Card und der Unlimited Data Manager. Die Karte unterstützt die Technologien GPRS/UMTS/WLAN. Herzstück des Unlimited Data Managers ist die Seamless-Handover-Technologie, die den unterbruchfreien Wechsel zwischen den verschiedenen Netzen und Technologien ermöglicht. Unlimited-Nutzer sind somit weltweit erstmalig auch unterwegs «always on». Mit dem Prädikat «beste mobile Geschäftsanwendung» gewann Swisscom Mobile im Februar 2005 in Cannes mit Mobile Unlimited den Award 2005 der GSM-Association, der weltweit wichtigsten Mobilfunkvereinigung. Es ist dies der bedeutendste Preis, der in der Mobilkommunikationsbranche vergeben wird.

Vodafone – wichtiger strategischer Partner

Vodafone Plc ist mit 25 Prozent am Aktienkapital von Swisscom Mobile beteiligt. Der Vertrieb von Vodafone-Produkten durch Swisscom Mobile ist einer der grossen Vorteile dieser strategischen Partnerschaft. Ausserdem profitiert Swisscom Mobile von beträchtlichen Skaleneffekten in der Beschaffung von Infrastrukturleistungen und Endgeräten sowie bei der Terminierung von internationalen Gesprächen. Im Segment der Privatkunden arbeiten Swisscom Mobile und Vodafone eng und erfolgreich zusammen; bei den Geschäftskunden setzt Swisscom Mobile auf eigene Lösungen. Möglich wird dies durch die beste mobile Breitbandversorgung in Europa und innovative Produktentwicklungen wie Mobile Unlimited.

Zukunftsweisende Services für Privatkunden

2004 setzte Swisscom Mobile für Privatkunden neue Mobilfunkmassstäbe. Mit der Öffnung des UMTS-Netzes im Juli und der Lancierung erster mobiler Breitbanddienste im November wurden Live-TV, Videostreaming und Videotelefonie Realität. Mit NATEL easy youth brachte Swisscom Mobile ein preislich attraktives Angebot für Jugendliche auf den Markt. Seit seiner Einführung im August 2004 konnten im Jugendsegment Marktanteile gewonnen werden. Mobilität ohne Grenzen bieten Roamingverträge mit weltweit über 400 Netzbetreibern, worunter bereits zehn im UMTS-Bereich.

3,9 Millionen Kunden

Ende 2004 hatte Swisscom Mobile 3,9 Millionen Kunden, davon waren 1,4 Millionen Prepaid- und über 445 000 Vodafone-live!-Kunden. Die Zahl jener Kunden, die zu Mitbewerbern wechselten, blieb im Berichtsjahr signifikant niedrig – auch im internationalen Vergleich.

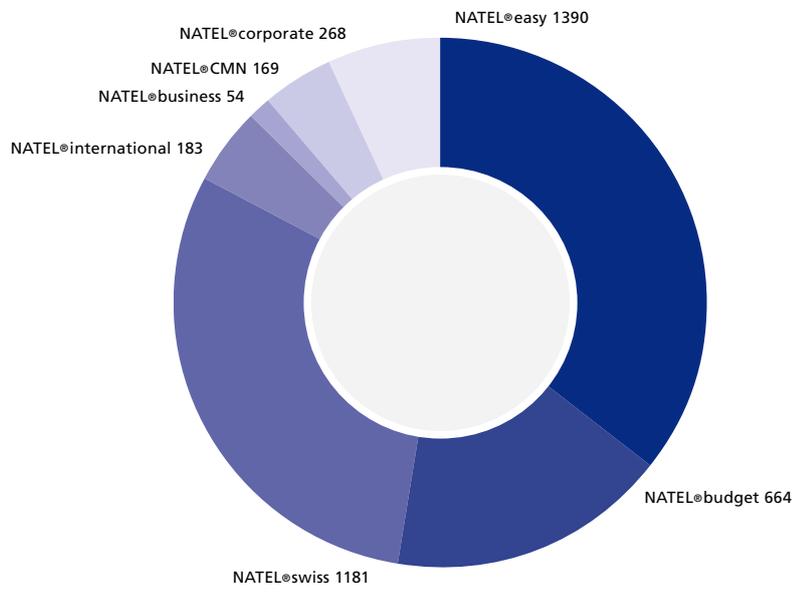
Prepaid-Registrierung realisiert

Im Berichtsjahr beschloss der Gesetzgeber die Registrierungspflicht für Prepaid-Karten. Per Ende 2004 schaltete Swisscom Mobile deshalb die Anschlüsse jener rund 124 000 Kunden ab, die sich trotz mehrmaliger Aufforderung nicht registrieren liessen. Darunter sind jene Kunden, die ihre Karte schon länger nicht mehr aktiv in Betrieb hatten. Dadurch ging die Kündigungsrate im Prepaid-Bereich per Januar 2005 deutlich zurück. Abgeschaltet werden mussten aber auch Anschlüsse von Kunden, die ihre Karte genutzt und somit Umsatz generiert hatten. Swisscom Mobile geht davon aus, dass dies 2005 den Prepaid-Umsatz um rund CHF 8 Mio. belasten wird. Umgekehrt dürfte der durchschnittliche Umsatz pro Kunde steigen.

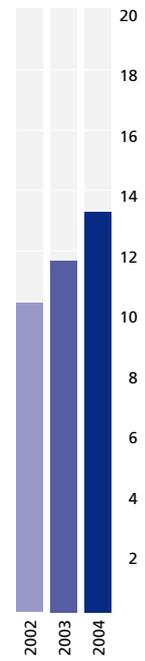
NISV: Strenge Auflagen werden eingehalten

Um das Leistungsversprechen der besten Netzabdeckung einzulösen, betreibt Swisscom Mobile landesweit mehrere tausend Basisstationen. Neue Anlagen mussten insbesondere für den Ausbau des UMTS-Netzes errichtet werden. Für UMTS wie für den älteren Mobilfunkstandard GSM gilt: Die exemplarisch strengen Grenzwerte der Verordnung über den Schutz vor nicht ionisierender Strahlung (NISV) sind einzuhalten. Kantonale Unterschiede bei der Bewilligung von neuen Antennenstandorten können dazu führen, dass es regionale Unterschiede bezüglich des Auf- und Ausbaus der Netzinfrastruktur gibt – und damit der Netzabdeckung. Es ist Aufgabe verantwortungsvoller Regionalpolitik, Infrastrukturnachteile einzelner Regionen zu vermeiden.

Kunden
in Tausend



Umsatzanteil des Datenverkehrs
in Prozent



Ausblick 2005

Die 2004 getätigten Investitionen werden sich positiv auf den Umsatz auswirken, insbesondere bei den Datendiensten. Das EDGE-Netz wird im Frühjahr 2005 rund 99,7 Prozent der schweizerischen Bevölkerung zur Verfügung stehen, Mobile Unlimited wird neben GPRS, UMTS und WLAN auch EDGE unterstützen. Im Segment der Privatkunden steht die Weiterentwicklung von Vodafone Live! im Vordergrund. Mobile Dienste werden das tägliche Leben zunehmend bestimmen. Kunden von Swisscom Mobile sind, wenn sie wollen, jederzeit und überall vernetzt.

Glossar

GSM (Global System for Mobile Communications)

ist ein digitaler Mobilfunkstandard, der neben der Sprach- und Datenübertragung auch Dienste wie SMS und Verbindungen vom und ins Ausland (internationales Roaming) ermöglicht.

GPRS (General Packet Radio Services)

vergrössert die Übertragungsraten in GSM-Mobilfunknetzen stark. Mit GPRS lassen sich derzeit Übertragungsgeschwindigkeiten von 30 bis 40 Kbit/s erreichen. GPRS ist ideal für WAP-Services, Unterhaltungsangebote sowie für den E-Mail-Verkehr. GPRS-Verbindungen werden nicht nach Verbindungsdauer, sondern nach Datenvolumen verrechnet.

UMTS (Universal Mobile Telecommunications System)

ist eine Weiterentwicklung von GSM. UMTS versorgt komplementär zu GSM und Public Wireless LAN die Ballungsgebiete in der Schweiz. Die Datenübertragungen erreichen Geschwindigkeiten von bis zu 384 Kbit/s, was zum Beispiel die Übermittlung von kurzen Videos ermöglicht.

PWLAN (Public Wireless Local Area Network)

umfasst mehrere drahtlose Übertragungstechniken und Verfahren zum Datenzugriff. Voraussetzung für die Nutzer sind ein Laptop oder Pocket PC, eine WLAN-Karte sowie ein Zugang über Swisscom Mobile in der Schweiz oder Swisscom Eurospot in Westeuropa.

Die Übertragungskapazität beträgt bis zu 2 Mbit/s. Da eine separate, handelsübliche WLAN-Karte verwendet wird, entfällt das Verbinden des Laptops mit dem Mobiltelefon.

EDGE (Enhanced Data Rates for GSM Evolution)

ermöglicht höhere Datengeschwindigkeiten auf Basis des GSM-Standards. Statt der im GSM-Netz heute verfügbaren Datenraten von maximal 14 400 Bit pro Sekunde erreicht EDGE durch verbesserte Codierung bis zu 48 000 Bit pro Kanal. Das ebenfalls gebräuchliche Kürzel «E-GPRS» steht für «Enhanced GPRS». In diesem Sinne versteht sich EDGE als Weiterentwicklung des GPRS-Standards. Werden die Prinzipien von EDGE und GPRS kombiniert, stehen dem Teilnehmer Datenraten bis zu 384 Kilobit pro Sekunde zur Verfügung. EDGE nutzt die moderne Übertragungstechnik des UMTS-Standards, soll aber im Frequenzbereich heutiger GSM-Netze arbeiten.

Swisscom Solutions

Partnerin für Geschäftskunden

Swisscom Solutions richtet sich mit ihren zukunftsgerichteten Lösungen aus der Informations- und Kommunikationstechnologie (ICT) an mittlere und grosse Geschäftskunden. Das Unternehmen ist am 1. Januar 2005 aus der Fusion der beiden Gruppengesellschaften Swisscom Enterprise Solutions und Swisscom Systems entstanden. Mit einem jährlichen Umsatz von etwa CHF 1,4 Mia. und rund 1800 Mitarbeitenden ist Swisscom Solutions Marktführerin in der Schweiz.

Kerngeschäft des neuen Unternehmens ist das Angebot für traditionelle und IP-basierte Systeme der Sprach- und Datenkommunikation, das Management von Kommunikationsinfrastrukturen und die Planung, der Bau und der Betrieb von umfassenden Kommunikationslösungen für Geschäftskunden in der Schweiz. Mit dem Zusammenschluss von Swisscom Enterprise Solutions und Swisscom Systems erhalten die Kunden einen Ansprechpartner. Die Abläufe werden vereinfacht, die Reaktionszeiten verbessert, die Kräfte gebündelt und die zunehmende Überlappung von Dienstleistungen der Sprach- und Datenkommunikation bereinigt.

Schwache Konjunktur drückte auf das Ergebnis

2004 konzentrierte sich *Swisscom Enterprise Solutions* auf die Betreuung der rund 4000 grössten Geschäftskunden mit komplexen Telefonie-, Internet- und Datenkommunikationsbedürfnissen. Beim Lösungsgeschäft konnte die Marktposition insbesondere im Telco-Outsourcing ausgebaut werden. Das Geschäft mit der traditionellen Telekommunikation zeichnete sich durch den anhaltend starken Wettbewerb und damit durch hohen Preisdruck mit sinkenden Margen aus. Der Umsatz ging um 6,9 Prozent auf CHF 1,1 Mia. zurück. Das operative Betriebsergebnis (EBITDA) konnte dank optimierter Geschäftsprozesse und eines effizienten Kostenmanagements nahezu auf dem Vorjahresniveau von CHF 80 Mio. (-1,2 Prozent) gehalten werden.

Kunden von *Swisscom Systems* waren mehrheitlich dieselben 4000 Unternehmen, die zum Kundenstamm von Swisscom Enterprise Solutions zählten, sowie weitere rund 80 000 kleine und mittlere Unternehmen in der ganzen Schweiz. Die KMU wurden hauptsächlich über das Netz der rund 1400 Partner betreut. Diese vertreiben Produkte und Dienstleistungen von Swisscom Systems in der ganzen Schweiz. Das schwache konjunkturelle Umfeld machte sich im Berichtsjahr auch bei Swisscom Systems bemerkbar. Durch die effizient gestalteten Prozesse konnten der Personalaufwand tief gehalten und die Betriebskosten im Vergleich zum Vorjahr deutlich gesenkt werden. Swisscom Systems erwirtschaftete 2004 ein operatives Betriebsergebnis (EBITDA) von CHF 55 Mio. Der EBITDA von Swisscom Systems wurde bisher nicht eigenständig ausgewiesen; er zählt zum Segment «Übrige» (s. Seite 99).

Als Folge von Synergien und Effizienzsteigerungen aus dem Zusammenschluss der beiden Gesellschaften kündigten Swisscom Enterprise Solutions und Swisscom Systems im Berichtsjahr einen Abbau von insgesamt 150 Stellen bis Ende 2005 an. Die Stellenreduktion ist notwendig, um die Konkurrenzfähigkeit und das langfristige Überleben von Swisscom Solutions zu sichern.

Zahlreiche Projekte erfolgreich realisiert

2004 konnten die beiden Gruppengesellschaften Swisscom Enterprise Solutions und Swisscom Systems zahlreiche Grossaufträge gewinnen. So erarbeitete Swisscom Systems für die Emil Frey AG eine neue Kommunikationslösung. Als bedeutender Importbetrieb mit flächendeckendem Distributionsnetz und 35 Garagenbetrieben ist das Unternehmen auf ein zuverlässiges, leistungsfähiges Kommunikationssystem angewiesen. Die von Swisscom Systems entwickelte und nun eingeführte Lösung ist exakt auf die Bedürfnisse der Mitarbeitenden der Emil Frey AG zugeschnitten und bietet dabei höchste Qualität und Sicherheit.

Swisscom Enterprise Solutions erhielt unter anderem einen Auftrag für die Unternehmen der Zschokke-Gruppe. Der in den Bereichen Generalunternehmung, Bauproduktion und Immobiliendienstleistungen tätige Betrieb ist für die Sprach- und Datenerschliessung der Firmenstandorte – vorab auf Baustellen – auf sehr flexible Lösungen angewiesen. Namentlich die Zugriffssicherheit, die Zuverlässigkeit und das optimale Kosten-/Nutzen-Verhältnis waren ausschlaggebend für den Zuschlag an Swisscom Enterprise Solutions.

Im Juli 2004 konnten die beiden Gruppengesellschaften gemeinsam den Auslagerungsauftrag der Credit Suisse (CS) für die Standard-Bürotelefonie gewinnen. CS entschied sich für eine langfristige Zusammenarbeit mit Swisscom. Die Auslagerung umfasst alle bestehenden Teilnehmervermittlungsanlagen mit über 50 000 Telefonanschlüssen.

Ausblick 2005

Swisscom Solutions will sich im Geschäftskundenmarkt als führende ICT-Anbieterin positionieren. Das Unternehmen strebt namentlich in den Geschäftsfeldern Telco-Outsourcing, Systemintegration und Kundenservices Wachstum an. In diesen Bereichen wachsen das Sprach- (Vermittlungsanlagen) und das Datengeschäft (lokale Netzwerke) zusammen. Mittelfristig dürfte das traditionelle PBX-Geschäft komplett durch IP-basierte Lösungen ersetzt werden.

Swisscom IT Services

Spezialistin im Informatik-Outsourcing

Die schwache Konjunktur im IT-Markt, verbunden mit intensivem Wettbewerb und sinkenden Margen auf der einen, Akquisitionserfolge im Geschäft des Informatik-Outsourcings auf der andern Seite prägten das Berichtsjahr von Swisscom IT Services. Die IT-Dienstleisterin mit ihren 2100 Mitarbeitenden erzielte 2004 einen Umsatz von CHF 709 Mio. Per Ende 2004 erwarb Swisscom die AGI Holding mit deren 28,9-Prozent-Anteil am Aktienkapital der Swisscom IT Services AG.

Swisscom IT Services	2003	2004
Nettoumsatz*	742	709
Anzahl Mitarbeitende	2 268	2 100

* In Millionen Franken

Swisscom IT Services, die Dienstleisterin und Betreiberin von komplexen IT-Systemen, ist für die Swisscom-Gruppe von strategischer Bedeutung: Informatik- und Telekommunikationsinfrastrukturen bei Unternehmen wachsen zusehends zusammen. Informatikwissen und Informatikinfrastrukturen besitzen neben dem angestammten Telekommunikationsgeschäft eine herausragende Bedeutung für die zukünftige Positionierung von Swisscom im Geschäftskundenmarkt. Kerngeschäfte von Swisscom IT Services sind das Informatik-Outsourcinggeschäft und die Softwareentwicklung, zudem integriert und betreibt die Informatikspezialistin Standardlösungen von Markführern wie SAP, IBM und Microsoft. Mit dem Betrieb von grossen Rechenzentren und dem Management der dazu gehörenden Applikationen, dem Verwalten von mehreren zehntausend Computerarbeitsplätzen sowie mit Integrations- und Migrationsleistungen war Swisscom IT Services Ende 2004 bereits das zweitgrösste IT-Unternehmen der Schweiz. Zum Kundenstamm von Swisscom IT Services gehören die Gruppengesellschaften der Swisscom AG, Unternehmen aus den Bereichen Finanzdienste, Gesundheitswesen und öffentliche Verwaltung sowie diverse Kunden aus weiteren Branchen, wie Ascom, PSP Management, Securitas und tamedia.

Entflechtung im Aktionariat

Per Ende 2004 erwarb Swisscom die AGI Holding mit deren Anteil von 28,9 Prozent am Aktienkapital von Swisscom IT Services AG. Die AGI-Beteiligung ging auf die Fusion der AGI Informatik mit der Swisscom IT Ende 2001 zurück. Damit ist Swisscom IT Services wieder eine 100-Prozent-Tochter der Swisscom AG. Die Entflechtung im Aktionariat ist für Swisscom IT Services ein wichtiger Schritt zu ihrer Positionierung als neutrale IT-Dienstleisterin für verschiedene Software-Plattformen, unter anderem von Kantonal- und Regionalbanken.

Erfolge trotz schwieriger Marktlage

Die Marktlage in der IT-Branche änderte sich 2004 nicht wesentlich. Die allgemeine konjunkturelle Schwäche war auch im IT-Markt spürbar; das Gesamtvolumen der Schweizer IT-Ausgaben verringerte sich deutlich. Als Wachstumsgeschäft gilt einzig das Outsourcing, insbesondere jenes der IT-Infrastruktur. Die Kunden versprechen sich daraus zurecht signifikante Kosteneinsparungen. Trotz starkem Wettbewerb verzeichnete Swisscom IT Services 2004 zahlreiche Akquisitionserfolge und konnte sich als Spezialistin für den Betrieb und die Integration von komplexen IT-Systemen etablieren. Auch mit Lösungen wie E-Invoicing, der seit Anfang 2004 produktiven elektronischen und mehrwertsteuerfähigen Rechnungsstellung über den Handelsplatz Conextrade, war Swisscom IT Services im Berichtsjahr erfolgreich.

Der wachsende Erfolg vermochte die sinkenden Umsätze mit den bisherigen Aktionärskunden – eine Folge vorab von Preisreduktionen – indes noch nicht zu kompensieren.

Partnerschaften

2004 ging Swisscom IT Services mit Hewlett-Packard Schweiz (HP) eine Partnerschaft ein, mit dem Ziel, eine integrierte und kostengünstige Lösung für elektronische Arbeitsplätze in der Schweiz zu lancieren.

Im Gesundheitswesen schloss die IT-Spezialistin von Swisscom eine strategische Partnerschaft mit dem Software-Hersteller BBT. Gemeinsam bieten die beiden Unternehmen eine Standard-Software für Kranken- und Unfallversicherungen in der Schweiz an.

Ausblick 2005

Mit dem Gewinn mehrerer Aufträge im branchenübergreifenden IT-Outsourcing Anfangs 2005 hat das laufende Jahr für Swisscom IT-Services bereits erfreulich begonnen. Das Unternehmen will 2005 verschiedene Transitionsprojekte erfolgreich abschliessen und die neuen Mitarbeitenden integrieren, die im Zuge diverser Verträge zu Swisscom IT-Services gestossen sind. Neben der Akquisition weiterer Outsourcing-Kunden strebt Swisscom IT-Services auch einen Ausbau der Zusammenarbeit mit den bestehenden Kunden an.

Weitere wichtige Geschäfte

Swisscom Broadcast AG – Radio- und TV-Signale für sieben Millionen Menschen

Mit 243 Mitarbeitenden, rund 500 eigenen Sendestandorten und über 1800 Sendeanlagen stellt Swisscom Broadcast landesweit die Ausstrahlung von Radio- und Fernsehsignalen sicher. Zu den Dienstleistungen gehört auch die drahtlose Signalzuführung für Kabelnetz-anbieter. Hauptkunden von Swisscom Broadcast sind die SRG SSR idée suisse, die drei Schweizer Mobilfunkanbieter, verschiedene Blaulichtorganisationen sowie Lokalradios. Im Berichtsjahr erzielte die führende Sende-Infrastrukturbetreiberin einen Umsatz von CHF 162 Mio.

Nach der erfolgreichen Einführung des terrestrischen digitalen Fernsehens (DVB-T) im Tessin stellte Swisscom Broadcast im April 2004 ein neues Produkt am Markt vor: das Premium digitalTV. Mit diesem Produkt bietet Swisscom Broadcast den unabhängigen Kabelnetzanbietern in drei Programmpakete unterteilte Inhalte an; dazu die technische Plattform, damit die Kabelnetzanbieter im digitalen Fernsehen ihre Endkunden selber betreuen können.

Gleichzeitig wird DVB-T weiter ausgebaut. Unterstützt wird diese Entwicklung von der Bündner Tele Rätia AG (TRAG): Swisscom Broadcast übernahm im Dezember 2004 vom Kanton Graubünden 84,4 Prozent des Aktienkapitals der TRAG und erhielt im Herbst die Rundfunkkonzession, um im Kanton Graubünden Fernsehprogramme digital ausstrahlen zu können. Die TRAG erbringt die terrestrische Versorgung des Kantons Graubünden mit zusätzlichen Fernsehsignalen und erschliesst 195 Gemeinden.

Swisscom Broadcast AG wird sich künftig auch bei Polycom engagieren. Polycom ist das nationale Sicherheitsfunksystem der Behörden und Organisationen für Rettung und Sicherheit (BORS). Es ermöglicht den Funkkontakt unter den verschiedenen Partnerorganisationen wie Grenzwachtkorps, Polizei und den Rettungsorganisationen. Neben einem attraktiven eigenen Angebot an Sendestandorten bietet Swisscom Broadcast den Betrieb und Unterhalt der Sende- und Funkanlagen sowie deren Signalzuführungen an. Ziel von Swisscom Broadcast ist es, dem Kunden eine vollumfängliche, an seinen Bedürfnissen orientierte Dienstleistung zur Verfügung zu stellen.

Im Berichtsjahr erhielt Swisscom Broadcast eine Versuchskonzession für DVB-H, einen neuen Übertragungsstandard für Fernsehprogramme und Datendienste. Diese zukunftsweisende Technik ermöglicht es, digitales Fernsehen, aber auch Internetseiten oder Spiele aufs Handy zu übermitteln. Swisscom Broadcast plant, DVB-H in der zweiten Jahreshälfte 2005 versuchsweise einzuführen.

Billag AG – das Unternehmen für Rechnungsstellung und Kartenservices

Ein umfassendes Angebot an Dienstleistungen rund um die Rechnungsstellung ist das Kerngeschäft der Billag. Mit der Übernahme von T-Systems Card Services im Dezember 2003 (neu Billag Card Services AG) wurde das Portfolio um das Management von Kundenkarten erweitert. Auf der Basis der Kundenkarte entwickelt Billag Card Services für zahlreiche Auftraggeber namentlich aus dem Detailhandel und aus der Mineralölbranche Kundenbindungs- und Loyalitätskonzepte sowie Dienstleistungen im Direct Marketing.

In der Verrechnung von Leistungen Dritter ist der Bund der Hauptkunde von Billag. In seinem Auftrag kassiert sie die Radio- und TV-Empfangsgebühren ein. Im Berichtsjahr verschickte Billag rund zwölf Millionen Rechnungen an rund drei Millionen Haushalte. Das entspricht einem Inkassovolumen von CHF 1,2 Mia. Bei den Kundenkarten mit Zahlfunktion ist Billag Marktführerin in der Schweiz. Der fakturierte Kartenumsatz betrug CHF 2 Mia. Es wurden rund 1,5 Millionen Karteninhaberinnen und -inhaber betreut. Billag und Billag Card Services beschäftigten insgesamt 266 Mitarbeitende; sie erwirtschafteten 2004 einen Umsatz von CHF 112 Mio. Billag strebt sowohl im Segment der Kundenkarten als auch in der Verrechnung von Leistungen Dritter ein Wachstum an.

SIMAG – auf dem Weg zur Flächenoptimierung

Die Swisscom Immobilien AG (SIMAG) führt die immobilienbezogenen Unternehmensaktivitäten der Swisscom-Gruppe. Hauptaufgabe der 100-Prozent-Tochter der Swisscom AG ist das Management von über 170 Bürogebäuden sowie weiterer rund 1700 Objekte (Telefonzentralen, Swisscom Shops, Lager- und Betriebsgebäude usw.). Im Zentrum der Aktivitäten von SIMAG steht derzeit ein landesweites Projekt zur Flächenoptimierung und die Einführung eines neuen, standardisierten Büroarbeitsplatzkonzepts für Swisscom.

Hintergrund der Flächenoptimierung ist der seit Jahren abnehmende Bedarf an Büroflächen innerhalb der Swisscom-Gruppe – Folge des technischen Wandels, optimierter Betriebsabläufe und von Restrukturierungen. Die nicht mehr benötigten Flächen verursachen Kosten von derzeit rund CHF 25 Mio. pro Jahr. Das Projekt sieht vor, die Zahl der heute 176 genutzten Bürogebäude bis Ende 2006 zu halbieren. 2001 hatte Swisscom einen Grossteil ihrer Bürogebäude verkauft und zurückgemietet. Nach der Realisierung des Projekts können die Mietverträge bei nicht mehr benötigten Flächen gekündigt werden.

SIMAG rechnet dank der Flächenoptimierung mit jährlichen Einsparungen im zweistelligen Millionenbereich ab 2007.

Auslandbeteiligungen verkauft

Im Frühjahr 2004 veräusserte Swisscom für EUR 640 Mio. ihre Beteiligung an der netz-unabhängigen deutschen Mobilfunkgesellschaft debitel. Käuferin war die britische Private-Equity-Gesellschaft Permira. Swisscom hatte debitel im Sommer 1999 erworben, insbesondere mit dem Ziel, in Deutschland eine UMTS-Lizenz zu ersteigern. Aufgrund der unterschiedlichen Geschäftsmodelle und der Entwicklung der Mobilfunkmärkte in Europa nach den UMTS-Auktionen blieben die erwarteten Synergien aus. Swisscom führte debitel deshalb zuletzt als reine Finanzbeteiligung.

Im Herbst 2004 verkaufte Swisscom sodann ihren 17,7-Prozent-Anteil an der Infonet Services Corporation (ISC) an British Telecommunications PLC (BT). Die Beteiligung an ISC hatte für Swisscom einen geringen Optionswert. Zudem war der Einfluss auf den Geschäftsgang und das Management als Folge der Minderheitsposition klein. Der Verkaufserlös beträgt rund USD 170 Mio. und fließt Swisscom im Jahr 2005 zu.

Nach der Veräußerung der Anteile an debitel und der Infonet Services Corporation verfügt Swisscom derzeit über keine grösseren Auslandbeteiligungen mehr.

Im Berichtsjahr führte Swisscom intensive Gespräche mit der staatlichen österreichischen Industrieholding ÖIAG über eine mögliche Zusammenführung der Swisscom AG mit der Telekom Austria AG. Beide Parteien waren sich einig über die Vorteile eines Zusammenschlusses. Es gelang indessen nicht, eine den verschiedenen Interessen Rechnung tragende Lösung zu finden, weshalb Swisscom darauf verzichtete, den Aktionären von Telekom Austria ein Angebot zu unterbreiten.

Swisscom Eurospot

Swisscom Eurospot, derzeit einziges Standbein von Swisscom im Ausland, expandierte im zweiten Jahr ihres Bestehens in Europa weiter. Die 100-Prozent-Tochter der Swisscom AG etablierte sich als führende paneuropäische Anbieterin von drahtlosen und drahtgebundenen lokalen Netzwerken an publikumsintensiven Standorten, unter anderem Hotels und Kongresszentren. Hier können Geschäftsreisende mit ihren Notebooks, PDAs usw. breitbandig, einfach und kabellos oder drahtgebunden aufs Internet und auf ihr firmeninternes Netzwerk zugreifen.

Ende 2004 deckte Swisscom Eurospot bereits 1930 Standorte in zehn europäischen Ländern ab. Für rund 800 weitere Standorte waren Verträge unterzeichnet. Swisscom Eurospot hat 2004 ihr Produktportfolio erweitert, um die Hauptkundengruppe, die Hotels, noch besser zu bedienen.

- 50 **Die Kunden**
Mit Leistungen überzeugen
- 52 **Die Aktionäre**
Gute Performance der Aktie
- 54 **Die Mitarbeitenden**
Ein zentraler Erfolgsfaktor
- 59 **Die Lieferanten**
Qualität und Verantwortung

1915

REIMS F – 49°16'23"N 4°03'46"O

GEDICHT FÜR LOU

Je pense à toi mon Lou ton cœur est ma caserne
Mes sens sont tes chevaux ton souvenir est ma luzerne

Le ciel est plein ce soir de sabres d'éperons
Les canonniers s'en vont dans l'ombre lourds et prompts

Mais près de toi je vois sans cesse ton image
Ta bouche est la blessure ardente du courage ...

POSTKARTE

Je t'écris de dessous la tente
Tandis que meurt ce jour d'été
Où floraison éblouissante
Dans le ciel à peine bleuté
Une cannonade éclatante
Se fane avant d'avoir été

GEDICHT AN DIE PATIN

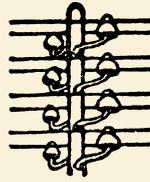
Bien qu'il me vienne en août votre quatrain d'avril
M'a gardé de tout mal et de toute blessure
Votre douceur me suit durant mon aventure
Au long de cet an sombre ainsi que fut l'an mil ...

Guillaume Apollinaire
auf abenteuerlichen Wegen



VOYAGE

A DIEU AMOUR NUAGE QUI
 FUIS REFAIS LE VOYAGE DE DANTE
 ET N'A PAS CHU PLUIE FÉCON



OU VA DONC GE TRAIN QUI MEURT
 DANS LES VALS ET LES BEAUX BOIS

L A O D U CE
 N U J T
 D E T O I L E S
 P E I N E
 N E
 J E



IL PLEUT

il pleut des voix de femmes comme si elle étaient mortes même dans le souvenir
 et vous aussi qui pleurent merveilleuses rencontres de ma vie ô gouttelettes
 d'écouter si pleurent tandis que l'horizon se précipite et le ddaïn pleurent une ancienne musique
 d'écouter tomber les lions qui te retournent en haut et en bas
 et ces nuages cabrés se précipitent à l'encontre de la vie de villes auriculaires



Die Kunden Mit Leistungen überzeugen

Die Zufriedenheit der Kunden ist die notwendige Voraussetzung für deren Loyalität zu Marke und Unternehmen und damit zum langfristigen Geschäftserfolg. Seit mehreren Jahren befragt Swisscom ihre Privat- und Geschäftskunden regelmässig, ob und wie sie Swisscom als kundenfreundliches Unternehmen wahrnehmen. Die Resultate sind gut und konnten im Berichtsjahr sogar leicht gesteigert werden. Die Werte zu erhalten und weiter zu steigern ist eines der wichtigsten Ziele für 2005.

Direkte Kontakte beispielsweise in den Swisscom Shops oder mit den Call Centers, aber auch das gesellschaftliche Verhalten von Swisscom und ihre gesamte Kommunikation bestimmen, wie das Unternehmen von aussen wahrgenommen wird. Seit drei Jahren misst Swisscom in regelmässigen Abständen diese Wahrnehmung – vorab mit Blick auf die Zufriedenheit der Kunden. Der Grad der Zufriedenheit ergibt sich dabei aus der Bewertung der vier Markenwerte Zuverlässigkeit, Heimat, Weltgewandtheit und Respekt. Diese Kernwerte definieren die Werthaltung, die Swisscom ihren Kunden entgegenbringt.

Kundenzufriedenheit: Swisscom hat die Nase vorn

2004 blieb die allgemeine Zufriedenheit der Kunden in der Telekom-Branche stabil. Bei den Privatkunden von Swisscom Mobile und Swisscom Fixnet konnte sie leicht gesteigert werden. Im vierten Quartal erreichte sie auf der Zehnerskala 7,99 Punkte (Vorjahr: 7,88). Die Werte der hauptsächlichsten Mitbewerber stiegen im Gleichschritt, womit Swisscom ihren Vorsprung auf die Konkurrenz auf höherem Niveau halten konnte. Ähnliche Werte lieferten die Ergebnisse bei den Geschäftskunden. Auch hier zeichnete sich der Gesamtmarkt durch Stabilität aus; Swisscom konnte die Kundenzufriedenheit leicht steigern. Signifikant verbesserte sich indessen die Zufriedenheit der Grosskunden mit Swisscom.

Mit guten Leistungen überzeugen!

Als konkrete Massnahmen zur weiteren Steigerung der Kundenzufriedenheit führte Swisscom 2004 verschiedene attraktive Serviceversprechen ein. So garantiert das Unternehmen seit Herbst die Geräteverfügbarkeit, das Rückgaberecht von Geräten und Software während 14 Tagen, zwei Jahre auf Neugeräte sowie den Anspruch auf ein Ersatzgerät bei Reparaturen. Voraussichtlich ab Mitte 2005 verpflichtet sich Swisscom Fixnet ausserdem für die ständige Erreichbarkeit ihrer Kunden: Bei Netzausfällen werden eingehende Anrufe kostenlos auf eine andere Verbindung (zum Beispiel über Mobilfunk) umgeleitet. Im Verlaufe von 2005 wird sodann die Kostentransparenz optimiert, indem die Kunden jederzeit den aktuellen Stand der Kosten für sämtliche Leistungen via Internet werden abrufen können.

Einheitlicher Ansprechpartner für Grosskunden

Um den Bedürfnissen ihrer Grösstkunden besser gerecht zu werden, führte Swisscom Anfang 2004 ein neues Betreuungsmodell ein: das Swisscom Group Client Management (GCM). Es ist organisatorisch direkt beim CEO der Swisscom AG angesiedelt und vertritt das gesamte Portfolio der Swisscom-Gruppe gegenüber den 50 wichtigsten Geschäftskunden. Das 19-köpfige GCM-Team mit langjähriger Verkaufs- und Managementenerfahrung bündelt als Informations- und Koordinationsstelle die Kräfte über alle Gruppengesellschaften. Mit dem GCM erhalten die Kunden einen direkten Zugang zur Geschäftsleitung der Swisscom-Gruppe. Der Group Client Manager kümmert sich als zentraler Ansprechpartner um alle Anliegen «seiner» Geschäftskunden. Die systematisch gesammelten Wünsche und Bedürfnisse der Kunden beeinflussen zudem mittel- und langfristig die Entwicklung von zukünftigen Angeboten. Die durchwegs positiven Kundenreaktionen bestätigen die eingeschlagene Richtung.

Gesellschaftliche Engagements

Kein anderes Telekom-Unternehmen ist in der schweizerischen Gesellschaft derart stark verankert wie Swisscom. Zahlreiche Engagements gesellschaftlicher Natur vermitteln die enge Verbundenheit des Unternehmens mit der Öffentlichkeit und den Kunden. So versorgt Swisscom die gesamte Bevölkerung mit dem Grundangebot an Kommunikationsdiensten und leistet damit einen wichtigen Beitrag zum Service public. Einen Schwerpunkt setzt Swisscom in der Bildung: Sie offeriert allen 5000 Schulen den kostenlosen und breitbandigen Internetzugang. Bis Ende 2004 haben bereits über 3000 Schulen von diesem Angebot Gebrauch gemacht.

Im Berichtsjahr lancierte Swisscom die so genannten Help Points: An drei Standorten vermittelte sie 8500 interessierten Bürgerinnen und Bürgern Basiswissen über aktuelle Telekommunikationsthemen wie Internet, ADSL-Anschluss und Handy-Bedienung. Die Initiative stiess auf reges Interesse und wird ab Mitte 2005 in der ganzen Schweiz eingeführt.

Mit ihren Sponsoring-Engagements und mäzenalen Leistungen will Swisscom ihre Verankerung in der Schweiz weiter stärken und positive Emotionen wecken. Das Unternehmen setzt seine Akzente auf den Sport, die Kultur, die Wirtschaft und die Ökologie. Mehr über das Sponsoring und das Mäzenatentum von Swisscom finden Sie im Kapitel «Unser Gewissen» (S. 66–73).

Die Aktionäre

Gute Performance der Aktie

Offenheit und Transparenz sind Schlüsselemente im kommunikativen Umgang mit den Aktionären. Dank permanenten Dialogs schafft es Swisscom, eine Atmosphäre gegenseitigen Verständnisses und Vertrauens zu schaffen. Regelmässige Investorentreffen sind für Swisscom auch deshalb von grosser Bedeutung, um zu erfahren, wie der Kapitalmarkt das Unternehmen wahrnimmt. Die Aussensicht ist für Swisscom ein wertvolles Instrument zur Entwicklung von Unternehmensstrategien.

Aus Sicht des Kapitalmarktes agiert Swisscom als pragmatisches und eher defensives Unternehmen, das sich vor allem an wertorientierte Investoren richtet. Ihre Reputation der Nachhaltigkeit und Berechenbarkeit verdankt Swisscom der konsequenten Anwendung der folgenden restriktiven Ansätze:

- Standard: vollständige Ausschüttung des Equity Free Cashflow (EFCF), das heisst der selbst erarbeiteten Mittel, über Dividenden und Aktienrückkaufprogramme;
- Alternativ: Akquisitionen dann, wenn der Unternehmenswert signifikant gesteigert wird und sich dadurch der Free Cashflow (FCF) erhöht und die Kapitalstruktur des Unternehmens verbessert und gleichzeitig die strengen Investitionskriterien eingehalten werden.

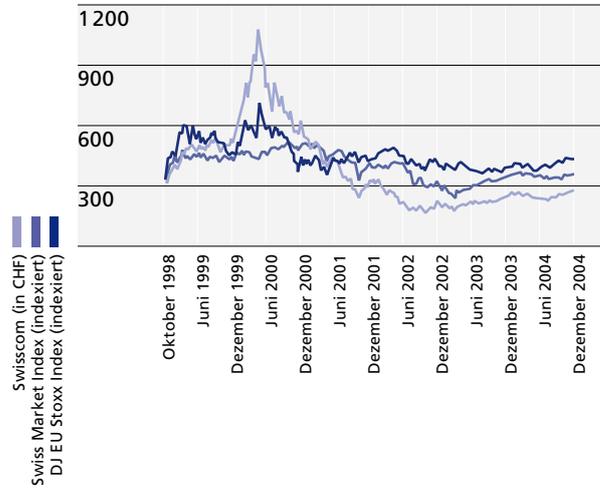
Swisscom verfügt über eine sehr solide Bilanzstruktur und ist nicht verschuldet – eine hervorragende Voraussetzung, um auch laufend anorganische Wachstumsoptionen zu prüfen, die den Aktionären eine Wertsteigerung respektive eine Verbesserung der Free-Cashflow-Rendite in Aussicht stellen – notabene ohne wesentliche Veränderung des heutigen Risikoprofils.

2004 schüttete Swisscom rund CHF 2,9 Mia. an die Aktionäre aus: CHF 861 Mio. als Dividende und CHF 2 Mia. in Form eines Aktienrückkaufs. Insgesamt kaufte Swisscom über eine zweite Handelslinie 4 720 500 eigene Aktien zu einem Durchschnittspreis von CHF 423,68 zurück. Das erworbene Aktienkapital von 7,13 Prozent soll mit Antrag an die Generalversammlung am 26. April 2005 zur anschliessenden Vernichtung freigegeben werden. Der im abgelaufenen Geschäftsjahr realisierte EFCF beträgt CHF 2,9 Mia., der 2005 zur Auszahlung ansteht. Auf Basis des adjustierten Reingewinns von CHF 2 Mia. sieht Swisscom für den 29. April 2005 eine Dividendenzahlung von CHF 14 pro Aktie vor. Zusätzlich soll ein Aktienrückkauf im Umfang von CHF 2 Mia. lanciert werden. Seit dem Börsengang im Jahr 1998 und inklusive EFCF 2004 zahlte Swisscom insgesamt CHF 16,3 Mia. oder 55 Prozent der Börsenkapitalisierung an ihre Aktionäre aus.

Im Berichtsjahr wies die Aktienentwicklung mit einem Plus von 9,8 Prozent eine erfreuliche Performance aus. Per Jahresende schloss der Titel auf CHF 448. Swisscom weist somit eine um 6,1 Prozent bessere Kursavance als der Schweizer Index SMI aus. Berücksichtigt man zusätzlich zum Kursgewinn von 9,8 Prozent die Dividendenausschüttung 2004 von CHF 13 pro Aktie, weist das Papier sogar eine Rendite von 13 Prozent aus.

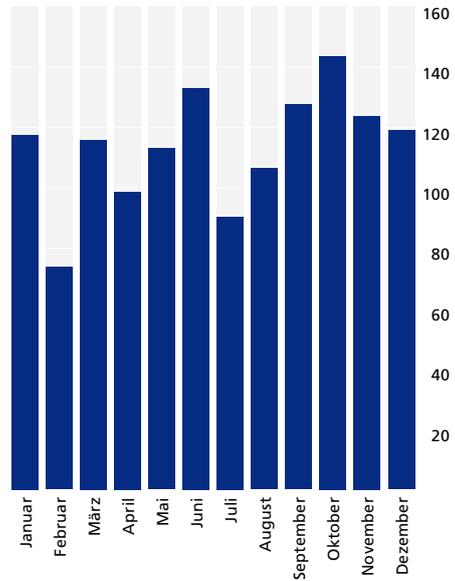
Swisscom generiert hohe Free Cashflows und wägt wertsteigernde Akquisitionsmöglichkeiten bei weiterhin attraktiven Ausschüttungen ab. Auch im Jahr 2005!

Kursentwicklung Swisscom Aktie
Oktober 1998 – Dezember 2004



Handelsvolumen Swisscom Aktie 2004

Durchschnittliches Umsatzvolumen pro Tag in Mio. CHF
Quelle: Bloomberg



Die Mitarbeitenden

Ein zentraler Erfolgsfaktor

Ende Jahr beschäftigte Swisscom 15 477 Mitarbeitende (Vollzeitstellen). Swisscom bietet attraktive Anstellungs- und Arbeitsbedingungen und legt Wert auf die Weiterentwicklung ihres Personals. Aufgrund des anhaltenden Kostendrucks musste Swisscom 2004 erneut Stellen abbauen. Die vom Abbau betroffenen Mitarbeitenden haben Anspruch auf den sehr gut ausgebauten Sozialplan.

Ende 2004 zählte Swisscom 15 477 Vollzeitstellen. Dies sind 602 Stellen weniger als im Vorjahr. Der Abbau ist eine Folge der schwierigen Marktlage, die sich insbesondere in der rückläufigen Entwicklung im Geschäftskundenbereich zeigt. Innerhalb des Unternehmens werden verstärkt offene Stellen durch interne Kandidatinnen und Kandidaten besetzt. So konnten rund 135 Mitarbeitende, die von der Restrukturierung betroffen waren, eine neue Stelle bei Swisscom finden.

Ende 2004 zählte das Unternehmen über 9800 Pensionierte. Von ihnen sind 7300 in regionale Organisationen eingebunden, die Swisscom organisatorisch und finanziell unterstützt.

Attraktive Arbeitgeberin – zufriedene Mitarbeitende

Im Frühjahr 2005 beginnen die Verhandlungen mit den Sozialpartnern über die Neugestaltung des Gesamtarbeitsvertrags (GAV) und des Sozialplans ab 2006. Dem GAV sind rund 13 500 Personen unterstellt. Swisscom pflegt eine lange Tradition der offenen und konstruktiven Sozialpartnerschaft.

Swisscom erachtet ein leistungsorientiertes Lohnsystem, attraktive Arbeitsinhalte, Lern- und Entwicklungsmöglichkeiten sowie innovative Arbeits(zeit)modelle als die wichtigsten Anzelelemente. Die Entlohnungsstruktur enthält neben einem fixen Lohn auch einen variablen Leistungsanteil, Fringe Benefits und Zulagen. Zusätzlich können die Mitarbeitenden an Aktienbeteiligungsprogrammen partizipieren. Die Lohnvergleiche 2004 zeigen, dass die Löhne bei Swisscom über alle Funktionen gesehen leicht über dem Marktdurchschnitt liegen.

Die in allen Gruppengesellschaften durchgeführten Mitarbeiterumfragen zeigen eine hohe allgemeine Zufriedenheit mit dem Arbeitsplatz und dem eigenen Arbeitsumfeld. Verbesserungspotenzial ortet Swisscom in der Zusammenarbeit unter den einzelnen Gruppengesellschaften und im Selbstvertrauen in die eigene Leistung. Ausdruck der Motivation und Verbundenheit mit dem Unternehmen ist das grosse Interesse am ersten gruppenweiten Sportanlass, den Swisscom im Juni 2005 durchführen wird. Über 5000 Mitarbeitende haben sich angemeldet. Swisscom will mit solchen Aktivitäten den Teamgeist fördern und einen Beitrag an die Gesundheit ihrer Mitarbeitenden leisten.

Swisscom sucht Talente ...

Ungeachtet der gegenwärtig schwierigen Situation auf dem Arbeitsmarkt und der rückläufigen Stellenzahl hat Swisscom 2004 rund 1250 Personen neu angestellt. Unvermindert hohe Bedeutung misst sie der Nachwuchsförderung bei. Die Arbeitswelt verändert sich immer schneller. Berufsbilder wandeln sich, hergebrachte Berufe verschwinden, neue Berufe entstehen. Es genügt nicht mehr, reine Fachleute auszubilden, die auf einem bestimmten Gebiet ihrer Tätigkeit nachgehen. Sozial- und Methodenkompetenz gewinnen stets mehr an Bedeutung. Dank einer flexiblen Ausbildungsstruktur geht Swisscom vermehrt auf die individuelle Entwicklung der Lernenden ein und fördert deren Eigenverantwortung und Selbständigkeit. Die Jugendlichen arbeiten in Praxisprojekten, die sie aufgrund ihrer Fähigkeiten, persönlicher Ambitionen und gestützt auf das betriebliche Angebot auswählen.

Das in den Vorjahren erprobte neue Ausbildungsmodell wird seit Lehrbeginn 2004 schrittweise auf alle Berufsgruppen ausgedehnt und in der ganzen Schweiz eingeführt. Das Unternehmen hat gleichzeitig die Zahl der Lernenden in den sechs Berufsbildern Detailhandel, Elektronik, Informatik, Telematik, Kauffrau/-mann und Mediamatik auf 903 erhöht.

2004 haben 237 Lernende ihre Grundausbildung bei Swisscom erfolgreich abgeschlossen. Rund ein Drittel von ihnen fand innerhalb des Unternehmens eine feste Anstellung. All jenen, die nach Lehrabschluss noch keine Arbeitsstelle oder anderweitige Lösung gefunden hatten, bot Swisscom erneut so genannte Überbrückungsstellen an. Die Nachfrage nach Lehrstellen ist ungebrochen hoch: Swisscom ist auf den Lehrbeginn 2004 hin wieder mit gegen 250 jungen Leuten ein Lehrverhältnis eingegangen. Bezogen auf den gesamten Stellenbestand beträgt der Anteil der Lernenden gegen sechs Prozent.

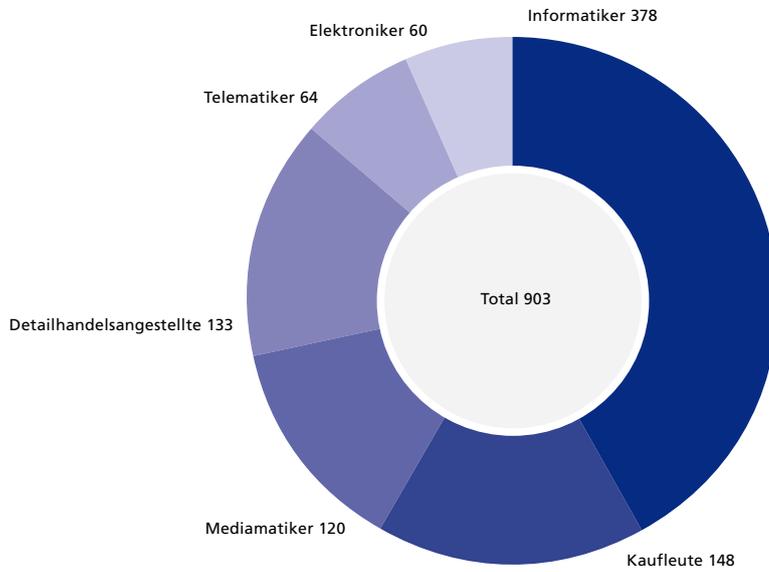
Auch im Berichtsjahr pflegte Swisscom den persönlichen Kontakt zu Studierenden und Hochschulabsolventen intensiv. An der Universität St. Gallen engagiert sie sich seit längerer Zeit als Jahrgangssponsorin. Mit einem so genannten Trainee-Programm bietet Swisscom jährlich rund einem Dutzend Universitätsabgängern ein einjähriges Einstiegsprogramm. Ziel dieser Aktivitäten ist es, die fähigsten Köpfe für eine berufliche Karriere bei Swisscom zu begeistern.

...und entwickelt die Kompetenzen ihrer Mitarbeitenden

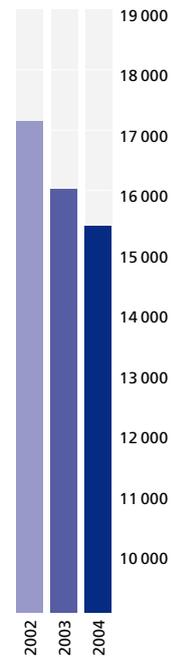
Für junge Führungskräfte, die ihre hohe Leistungsfähigkeit im Unternehmen bereits unter Beweis stellen konnten und die über ein hohes Potenzial verfügen, baute Swisscom ein Advanced Leadership Training (SALT) auf. Es entwickelt die Qualitäten dieser Nachwuchskräfte weiter und macht die angehenden Führungsleute innerhalb des Unternehmens bekannt.

Seit 2004 verfügt Swisscom über ein spezielles Instrument, um die Bedürfnisse an die permanente und gezielte Weiterentwicklung des Top-Managements abzudecken. Es bietet diesem Kaderkreis Perspektiven und fördert die bereichsübergreifende Zusammenarbeit sowie innovatives und resultatorientiertes Handeln unter Wahrung einer hohen Führungsverantwortung.

Lehrlinge
Anzahl



Mitarbeitende Swisscom
In Vollzeitstellen



Personalstruktur von Swisscom	2004
Anzahl Mitarbeitende (Vollzeitstellen)	15 477
Frauenanteil insgesamt	33,8 %
Frauenanteil Kader	11,2 %
Anzahl Lehrstellen	903

Absenzen durch Unfälle und Krankheiten	Anzahl
Berufsunfälle	164
Ausfalltage durch Berufsunfälle total	2 124
Ausfalltage durch Berufsunfälle pro FTE	0,138
Nichtbetriebsunfälle	1 867
Ausfalltage durch Nichtbetriebsunfälle total	27 124
Ausfalltage durch Nichtbetriebsunfälle pro FTE	1,759
Ausfalltage durch Krankheiten total	113 244
Ausfalltage durch Krankheiten pro FTE	7,342

Zuverlässig – auch in schwieriger Lage

Swisscom verfügt an 13 Standorten über eine eigene Fach- und Anlaufstelle für soziale Fragen. Die Sozialberatung von Swisscom ist allen Mitarbeitenden der Swisscom-Gruppe zugänglich. Die Präventions- und Beratungsangebote zielen auf eine Verbesserung von Wohlbefinden und Leistungsfähigkeit der Mitarbeitenden – sowohl am Arbeitsplatz wie im Privatleben. Die Sozialberatung betreut auch die Gesuche an den Härtefallfonds und den Fonds der Swisscom-eigenen Stiftung Sovis. Sovis erbringt Leistungen an Mitarbeitende und unterstützt soziale Projekte zugunsten des Personals.

Alle von der Stellenreduktion betroffenen Mitarbeitenden haben Anspruch auf den sehr gut ausgebauten Sozialplan. Swisscom investierte seit 1998 gegen CHF 3 Mia. in den Sozialplan. Er basiert auf drei Säulen:

- Die Swisscom Tochter PersPec AG begleitet die von einem Stellenabbau betroffenen Personen während 12 bis 18 Monaten in der beruflichen Neuausrichtung. In dieser Zeit erhalten sie den vollen Lohn von Swisscom. Von den bisher rund 2900 Personen, die dieses Programm absolviert haben, fanden rund 85 Prozent wieder eine neue Perspektive. Die PersPec bietet ihre Dienste mittlerweile auch auf dem Drittmarkt an.
- Ältere Mitarbeitende, die gewisse Voraussetzungen erfüllen, haben Anspruch auf die Leistungen der Worklink AG. Das Unternehmen bietet temporäre Beschäftigung bis Alter 60; danach erfolgt die vorzeitige Pensionierung.
- Zum Sozialplan gehört das Gründerprogramm Co-Motion, das Interessierten nach dem Abbau ihrer Stelle Wege in die Selbstständigkeit aufzeigt. Seit 1999 wurden so bereits über 348 Gründer und Gründerinnen unterstützt.

Bereits im Vorfeld eines Stellenabbaus können Mitarbeitende und Kader die Dienste des Swisscom Venture Funds nutzen: Er unterstützt einerseits Mitarbeitende, die sich selbstständig machen möchten und dabei Dienstleistungen übernehmen, welche bei Swisscom nicht mehr zum Kerngeschäft gehören (Management Buyouts oder start ups). Andererseits berät er Kader, die bei einer Umstrukturierung mögliche Geschäfte oder Tätigkeiten identifizieren wollen, die sich für ein Outsourcing, ein Management Buyout oder eine Ausgliederung eignen. Der Swisscom Venture Fund hat seit der Gründung 1998 insgesamt 17 Unternehmen in die Selbstständigkeit begleitet.

Pensionskasse comPlan

comPlan, die Pensionskasse der Swisscom AG, wies per Ende 2003 einen Deckungsgrad von 96,9 Prozent aus. Sie behielt deshalb den im Sommer 2003 beschlossenen Sanierungsbeitrag von 3 Prozent auch 2004 und bis auf weiteres bei. Der Arbeitgeber leistet hierzu 1,8 Prozent und alle aktiven comPlan-Mitglieder 1,2 Prozent. Der Zinssatz für die Altersguthaben im Duoprimat wurde für das Berichtsjahr auf 3,25 Prozent belassen. Mitglieder im Leistungsprimat erhielten die Möglichkeit, ihr Altersguthaben aufzustocken, um eine Rentenkürzung zu vermeiden. Während der Dauer der Sanierungsbeiträge werden die bestehenden Renten grundsätzlich nicht der Teuerung angepasst. Ende 2004 belief sich der Deckungsgrad von comPlan gemäss provisorischem Abschluss auf 98,9 Prozent. Das anhaltend tiefe Zinsniveau und die zunehmende Lebenserwartung der Versicherten bedingen im Jahr 2005 eine Überprüfung der bestehenden Beitrags- und Leistungsstruktur.

Die Lieferanten Qualität und Verantwortung

Swisscom pflegt gute und dauerhafte Beziehungen zu ihren Lieferanten, basierend auf gegenseitigem Vertrauen. Dazu setzt das Unternehmen auf Lieferanten mit konstant hoher Innovationsfähigkeit und Leistungsbereitschaft.

Swisscom verfügt über eine einheitliche Beschaffungspolitik für die ganze Unternehmensgruppe. Dies gibt den Lieferanten Sicherheit in der Offertstellung und -erfüllung und die Gewissheit, dass die einzelnen Gruppengesellschaften als Auftraggeberinnen ihren Teil der Verantwortung tragen und ihren Verpflichtungen nachkommen. Swisscom arbeitet mit über 5000 Lieferanten zusammen. Der Löwenanteil der Einkaufssumme von CHF 4,8 Mia. entfällt auf relativ wenige Hauptlieferanten, die Ausrüstungen für den Netzausbau (Fest- und Mobilfunk-Netz), Software und Endgeräte liefern. Swisscom berücksichtigt nach Möglichkeit Partner aus der Schweiz.

Erwartungen

Die Gruppengesellschaften von Swisscom sind nach ISO 9001 und – sofern eine genügend hohe Umweltrelevanz gegeben ist – nach der Umweltnorm ISO 14001 zertifiziert. In ihrem gesamten Handeln will Swisscom ihre unternehmerische Verantwortung wahrnehmen. Die Grundsätze und Werte, auf die Swisscom selber setzt, überträgt sie deshalb auch auf ihre Lieferanten. Von ihnen wird erwartet, dass sie alle sozial- und umweltrechtlichen Bestimmungen einhalten und sich im ökologischen und sozialen Bereich vorbildlich verhalten. Swisscom will nicht mit Firmen zusammenarbeiten, die Menschenrechte missachten oder sich über Umweltvorschriften hinwegsetzen.

Swisscom bewertet ihre Hauptlieferanten alle zwei bis drei Jahre auf ihr ökologisches und soziales Verhalten (Näheres dazu auch im nachfolgenden Kapitel «Unser Gewissen», S. 66 ff.).

66	Swisscom als nachhaltiges Unternehmen
67	Swisscom und die Gesellschaft
74	Swisscom und die Umwelt

MÄRZ 2005

SISIKON UR – 46°57'00"N 8°41'60"O

MONTAG

15 Heute sind wir zum ersten Mal im Internet gewesen! Unser Lehrerin Frau Bernasconi hat uns die Homepage von ihrem Heimatort im Tessin gezeigt. Letztes Jahr war ich dort mit meiner Familie ein Woche lang in den Ferien. Die Maggia ist ein wilder Fluss! Das Internet ist wie das grosse Fenster in der Küche bei uns zuhause. Ein Fenster in die Welt hinaus. Nur die hohen Berge fehlen.

DIENSTAG

16 Zeichnen ist mein Lieblingsfach. Ich zeichne alle meine Lehrer und Klassenkameraden ab. Wenn ich älter bin, möchte ich Sportlehrerin werden. Weil mein grosser Bruder ist Grafiker und der arbeitet manchmal sogar am Wochenende.

MITTWOCH

17 Heute hatten wir Schwimmunterricht. Ich bin schon eine richtige Wasserratte! Bald kann ich ohne Schwimmflügeli schwimmen! Nicht so wie mein kleiner Bruder. Er ist nur halb so schnell wie ich. Ich freue mich auf den nächsten Sommer im Tessin.

DONNERSTAG

18 Am Nachmittag haben wir Geschichten aus dem Mumintal gelesen. Ninni lebt als Pflegekind bei den Mumins und ist am Anfang der Geschichte unsichtbar. Ob wir uns wohl eines Tages unsichtbar machen können? Fantasiegeschichten lese ich am allerliebsten.

FREITAG

19 Tante Eve aus Vancouver ist zu Besuch gekommen. Sie hat mir einen Malkasten mit mega vielen neuen Farbstiften geschenkt. Damit habe ich ihr ein Bild gemalt. Sie hat versprochen mir bald ein E-Mail zu schicken aus Kanada. Ist ja ganz easy heute.

Andrea Bieri entdeckt für sich
die grosse weite Welt





Swisscom als nachhaltiges Unternehmen

Swisscom steht zu ihrer gesellschaftlichen und sozialen Verantwortung. Neben den rein ökonomischen Erfolgen sind für das Unternehmen auch Leistungen im ökologischen und sozialen Bereich entscheidend. Sie weisen Swisscom den nachhaltigen Weg in die Zukunft.

Für die Belange der Corporate Responsibility ist ein Team im Group Headquarters zuständig. Es stellt allfällige Defizite bei Swisscom fest und sorgt dafür, dass sie behoben werden. Seine Erkenntnisse fliessen ins Risk Management und ins Reputationsmanagement von Swisscom ein. Dank der Leistungen von Swisscom im Nachhaltigkeitsbereich hat die Swisscom-Aktie Aufnahme gefunden in sieben Sustainability-Indizes, so zum Beispiel im bekannten Dow Jones Sustainability Index. Gleichzeitig ist sie in mehr als 20 Nachhaltigkeits-Fonds vertreten. Ein noch nicht erreichtes Ziel ist es, soziale Aspekte analog zu den Umweltaspekten in einem systematischen Verbesserungszyklus gemäss ISO 14001 zu behandeln.

Vielfältige Erwartungen der Öffentlichkeit

Als Schweizer Marktführerin in der Telekommunikation und als Grundversorgerin in der Schweiz nimmt Swisscom eine spezielle Stellung ein. Die Schweizer Bevölkerung erwartet von ihr einen Einsatz über das rein Wirtschaftliche hinaus. Swisscom engagiert sich deshalb seit jeher in hohem Masse in der Öffentlichkeit, sei es in den Bereichen Sponsoring und Corporate Giving oder in speziellen Förderinitiativen wie «Schulen ans Internet». Swisscom beobachtet die gesellschaftlichen Ansprüche und Entwicklungen genau und hat dazu eigens eine Plattform geschaffen. Überdies ist sie sich ihrer Vorbildrolle in Fragen der Sicherheit, des Umweltschutzes und der Ethik bewusst.

Swisscom betreibt ein erfolgreiches Energiemanagement und unterstützt auch externe Umweltorganisationen. Sie hat die Ziele ihrer Umweltstrategie 2004 mehrheitlich erreicht, teilweise sogar deutlich übertroffen. Das Umweltmanagement bringt Einsparungen, Beseitigung von Risiken und Gesetzeskonformität. Über diese vornehmlich ökonomischen Beweggründe hinaus haben aber sämtliche Anspruchsgruppen ein vitales Interesse an einer intakten Umwelt. Es würde deshalb gegen den Grundgedanken von Corporate Responsibility verstossen, die Aspekte des Umweltschutzes zu ignorieren. Da nachhaltige Unternehmenspolitik nicht als einzelnes Unternehmen zu erfüllen ist, ist Swisscom Mitglied folgender Branchenverbände und Organisationen, die sich eine nachhaltige und umweltbewusste Unternehmensführung zum Ziel gesetzt haben:

- ETNO (The European Telecommunications Network Operators' Association), Working Group Sustainability mit Unterzeichnung der Sustainability Charter
- ÖBU (Schweizerische Vereinigung für ökologisch bewusste Unternehmensführung)
- Transparency International Schweiz
- ITU (International Telecommunication Union): World Summit on the Information Society (WSIS)
- EnAW (Energieagentur der Wirtschaft): Universalzielvereinbarung für die CO₂-Reduktion und Energieeffizienzsteigerung

Swisscom unterstützt die ethischen Grundsätze des Swiss Code of Ethics und orientiert sich in ihrer Berichterstattung an der Global Reporting Initiative (GRI). Die Geschäftsprinzipien von Transparency International Schweiz zur Bekämpfung und Prävention von Korruption sind einerseits berücksichtigt in den Arbeitsverträgen von Swisscom und andererseits in einem finanziell ausgerichteten Code of Ethics.

Beziehungen zu den Anspruchsgruppen werden bei Swisscom auf mehreren Stufen gepflegt. Die Gesamtverantwortung liegt bei Group Communications, einer Stabsfunktion des CEO. Eine Besonderheit von Swisscom ist, dass ihre vielen Kundinnen und Kunden einen grossen Teil der Gesellschaft repräsentieren, was bedeutet, dass Öffentlichkeit und Kunden nahezu als identische Anspruchsgruppe betrachtet werden können. Swisscom ist ein wertebasiertes Unternehmen. Es baut auf die Grund- und Markenwerte Respekt, Zuverlässigkeit, Heimat und Weltgewandtheit. In Zusammenarbeit mit Kundengruppen hat Swisscom diese Werte konkretisiert. Die Wertvorstellungen fliessen in die Geschäftsaktivitäten ein.

Swisscom braucht dieses Wertesystem als Grundlage, um die Integrität des Unternehmens zu festigen und unverwechselbar zu bleiben. Der kulturellen Vielfalt der Gesellschaft versucht Swisscom durch eine ebensolche heterogene Zusammensetzung der Mitarbeitenden Rechnung zu tragen. Dies sichtbar zu machen ist – neben der Erhöhung des Frauenanteils – ein Ziel des Projekts «Diversity bei Swisscom».

Mit allen wichtigen Anspruchsgruppen steht Swisscom in ständigem Kontakt. Ziel ist es, sie bedarfsgerecht zu informieren und ihren Puls zu fühlen. Dadurch lassen sich die Entwicklung des Unternehmensimages verfolgen und gesellschaftliche Trends frühzeitig erfassen. Zu diesem Zweck hat Swisscom die Plattform Swisscommunity geschaffen. Persönlichkeiten aus Wissenschaft, Wirtschaft, Politik und Kultur, die pointiert ihr Verständnis der Rolle von Swisscom in der Schweiz vertreten, treffen sich regelmässig mit dem Top-Management von Swisscom. Dieses erhält dadurch eine bessere Aussen- und Zukunftssicht. Falls Defizite bei Swisscom zutage treten, werden konkrete Projekte gestartet, um diese zu beheben. Bis jetzt sind daraus drei Projekte entstanden.

Grundversorgung

Swisscom Fixnet erbringt die flächendeckende Grundversorgung in der Schweiz bis Ende 2007. Obwohl sie nicht kostendeckend ist, verlangt Swisscom Fixnet dafür keine Investitionsbeiträge. Allein für Seh- und Hörbehindertendienste wendet Swisscom jährlich einen nicht abgeholten Betrag von etwa CHF 3 Mio. auf. Zur Grundversorgung gehören die Zusatzdienste Anrufumleitung, Auskunft über unerwünschte Anrufe, Gebührenauszug, Gebührennachweis, Identifikationsunterdrückung, Sperren abgehender Verbindungen.

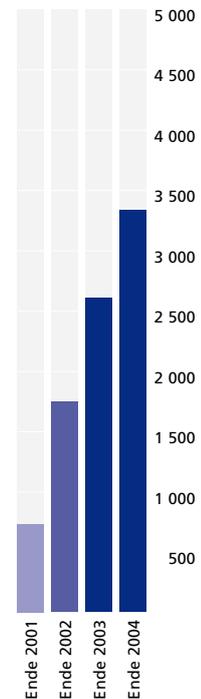
Grundversorgung	2004
Anzahl Festnetzanschlüsse •	3,9 Mio.
Anzahl Verkehrsminuten (nationaler Verkehr Fixnet)	8,2 Mia.
Anzahl Dial-up-Internetverbindungen (Verbindungen zu Service Providers)	300 Mio.
Anzahl öffentliche Sprechstellen	8 500
Durchschnittliche Reaktionszeit bei Auskunftsdienst	7,9 Sek.
Anzahl Notrufe (112, 117, 118, 143, 144, 147)	3 Mio.
Anzahl Anrufe auf Sehbehindertendienst	400 000
Anzahl Anrufe auf Hörbehindertendienst	85 000

• 76,4% analog und 23,6% digital

Schulen ans Internet	2004
Angeschlossene Schulen •	3 403
Schulklassen •	37 510
Schülerinnen und Schüler •	659 250
Anzahl PC •	63 437
Anzahl MAC •	25 416
Kostenübernahme pro Jahr, in CHF	40 719 780
Kostenübernahme einmalig, in CHF	4 507 970

• Stand Dezember 2004

Schulen ans Internet
Angeschlossene Schulen



Investition in die Kommunikationsfähigkeit der Zukunft

Die Kundinnen und Kunden von Swisscom wünschen, dass Swisscom sie von Sorgen und Fragen in der Telekommunikation «entlastet». Dies haben Umfragen bei der Bevölkerung zum Ausdruck gebracht. Neue Produkte und Dienstleistungen sollen vor allem einfach im Gebrauch sein. Innovation und Neuigkeitseffekt sind aus Sicht der Befragten zweitrangig. In einem Projekt zum Thema Nutzerverhalten, durchgeführt von Swisscom Innovations mit einer Gymnasialklasse in Bern, beurteilten selbst Schülerinnen und Schüler Telekom-Produkte und -Services primär nach ihrer Nützlichkeit und nicht nach ihrem Neuerungswert.

Viele Kundinnen und Kunden beurteilen insbesondere die mobile Kommunikation als kompliziert. 2005 wird Swisscom Mobile deshalb verschiedene Produkte und Dienstleistungen lancieren, die gezielt Hürden minimieren und dadurch einen einfacheren Zugang zur mobilen Kommunikation ermöglichen. Swisscom Innovations hat ihre technisch-wissenschaftlichen Kompetenzen erweitert und verfügt heute auch über psychologisches Fachwissen. Das Ziel ist informations- und wissensvermittelnde Telekommunikation für alle. Dazu gehört beispielsweise das «Speech enabled Web» (Webzugriff mit Sprachausgabe), das den Sehbehinderten das Internet erschliesst. Swisscom unterstützt die schweizerische Stiftung zur behindertengerechten Technologienutzung (Zugang für alle), die sich unter anderem für ein «barrierefreies Internet» einsetzt. Im Sommer 2004 ist auch die Internetseite von Swisscom (www.swisscom.com) für die Nutzung durch Sehbehinderte umgestaltet worden.

Swisscom Innovations untersuchte im Berichtsjahr Nutzerbedürfnisse und mögliche Positionierung der Informations- und Kommunikationstechnologie im Gesundheitswesen. Dazu wurde ein Prototyp für die Fernüberwachung von Sauerstoffkonzentration, Puls, Medikamenteneinnahme, unter anderem via Mobiltelefon, entwickelt. Telemedizinische Dienste werden künftig traditionelle medizinische Prozesse für ambulante und stationäre Patientenbehandlung ergänzen und teilweise ersetzen. Dadurch wird man die Patienten umfassender betreuen können.

Überbrückung des digitalen Grabens

Der Erfolg der Initiative «Schulen ans Internet» in der Schweiz hat Swisscom ermutigt, ein ähnliches Pilotprojekt in Mali durchzuführen. In Zusammenarbeit zwischen ITU/WSIS (World Summit on the Information Society), Swisscom und Mali haben zwei Schulen in Mali Anschluss ans Internet erhalten. Die beiden Schulen in Timbuktu und in Mopti sind mit PCs und Anschlüssen an eine Satellitenverbindung ausgerüstet worden. Die Ausbildung der Lehrkräfte erfolgt mit Unterstützung von Swisscom in der Schweiz. Rund 1300 Schüler und 80 Lehrer können nun das Internet als Informationsquelle und Kommunikationsmittel nutzen. Swisscom investierte dafür rund eine halbe Million Franken und 130 Arbeitstage. Die Regierung in Mali und die beteiligten Gemeinden sichern die langfristige Finanzierung.

Mit der Unterstützung des schweizerischen Instituts für Kinder- und Jugendmedien will Swisscom die Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen fördern.

Swisscom gehört zur Trägerschaft der Stiftung «Schweizer Jugend forscht». In Zusammenarbeit mit Swisscom Innovations wurden Studienwochen zu den Themen Mensch, Technik und Umwelt durchgeführt.

Verantwortung für Produkte und Services ...

Die Netzinfrastruktur, bestehend aus dem leitungsgebundenen Festnetz und dem Mobilfunknetz, braucht langfristige Planung und grosse Investitionen, und dies, lange bevor entsprechende Endgeräte technologisch ausgereift und verfügbar sind.

Rechtsvorschriften, beginnend mit Grundsätzen im Umweltschutzgesetz (USG) bis hin zu detaillierten Verordnungen, bilden die Basis für den sicheren Ausbau und Betrieb der Telekom-Netze. Für Mobilfunkanlagen in der Schweiz gelten entsprechend dem Vorsorgeprinzip im USG zehnmal strengere Grenzwerte als in der EU. Diese Werte sind festgelegt in der NISV (Verordnung über den Schutz vor nichtionisierender Strahlung) und gelten für den Maximalausbau der Anlage. Strengere Grenzwerte und eine sehr umfassende gesetzliche Regelung mit strikten Kontrollmechanismen machen die Schweizer Regelung für Mobilfunkanlagen zu einer der sichersten weltweit.

Auf Fragen zum Thema Mobilkommunikation gibt die Fachstelle Mobilfunk und Umwelt von Swisscom Mobile gerne Auskunft (www.swisscom-mobile.ch). Auch das Forum Mobil (www.forummobil.ch), eine Vereinigung von Unternehmen der Mobilfunkbranche, bietet sachdienliche Informationen. Seit Herbst 2003 gibt es die Ombudsstelle «Mobilkommunikation und Umwelt». Sie steht jedermann in der Schweiz unentgeltlich zur Seite.

...und für Endgeräte

Im Zuge der Diskussion über Mobilfunkwellen stellt sich auch immer wieder die Frage nach der elektromagnetischen Abstrahlung bei mobilen Endgeräten (Mobiltelefone, DECT-Schnurlostelefone usw.). Als physikalische Messgrösse wird der so genannte SAR-Wert (SAR = Spezifische Absorptionsrate in Watt pro Kilogramm) herangezogen. Er ist ein Mass für die von der elektromagnetischen Strahlung verursachte Erwärmung des Körpergewebes. Der international empfohlene SAR-Grenzwert beträgt 2,0 W/kg. Er gilt für alle im Handel befindlichen Geräte und stellt die gesundheitlich unbedenkliche Nutzung für alle Anwendergruppen sicher. Auf den Internetseiten von Swisscom Mobile sind die SAR-Werte aller aktuellen Geräte aufgeführt.

UMTS-Mobiltelefone (Mobilkommunikation der dritten Generation) benötigen eine geringere Leistung als GSM-Geräte. Dies, weil sie die Verbindung bei ganz kleiner Leistung beginnen und sie dann so weit nach oben regeln, bis sie für die gewünschte Übertragungsqualität ausreichend ist.

Die DECT-Schnurlostelefone haben wegen ihrer geringen Reichweite eine noch kleinere Sendeleistung als die Mobiltelefone. Einige Benutzer sorgen sich aber wegen der DECT-Basisstation, die mit dem zugehörigen Handapparat permanent in Funkkontakt steht. Swisscom Fixnet bringt deshalb in der ersten Jahreshälfte 2005 Schnurlostelefone (fünf bis sechs Modelle) mit einem so genannten Low Radiation Mode auf den Markt. Die Basisstation dieser Geräte wird bei aufgelegtem Handapparat nicht mehr senden.

Daten- und Persönlichkeitsschutz

Die Produktverantwortung bei Swisscom hat viel mit Daten- und Persönlichkeitsschutz der Kunden zu tun. Dies gilt in allen Bereichen, die Daten für die Rechnungsstellung und Identifizierung von Kunden bearbeiten. Die Vertraulichkeit und Integrität der Kommunikationsinhalte und der persönlichen Daten der Kundinnen und Kunden werden durch Massnahmen wie Gebäudesicherheit, Zutrittskontrolle und Zugriffsregelung auf Anwendungen und Systeme sichergestellt. Mitarbeitende und Lieferanten werden vertraglich verpflichtet, alle mit der Ausübung ihrer Tätigkeit verbundenen Informationen vertraulich zu behandeln.

Für datensensible Services wie etwa Location Based Services (LBS: ortsabhängige lokale Informationen) sind die Ansprüche des Datenschutzes von besonderer Bedeutung. Die grundsätzliche Konzeption von LBS sowie die darauf abzuwickelnden Dienste wurden deshalb detailliert mit Vertretern des Eidgenössischen Datenschutzbeauftragten abgestimmt. Die Ortungsinformation im NATEL®-Netz ist vollständig anonymisiert, so dass die Inhaltanbieter lediglich Kenntnis haben, dass ein NATEL®-Kunde ihren Dienst in Anspruch genommen hat. Sie kennen aber die Identität des Kunden nicht.

Mehr Schutz vor schwarzen Schafen

Swisscom und weitere Netzbetreiber gehen seit etwa einem Jahr gemeinsam gegen Missbräuche bei Anbietern von gebührenpflichtigen 090x-Nummern vor. Dazu wurde eine Vereinbarung gegen den Missbrauch von Mehrwertdiensten getroffen, die Angebote via Telefon oder Internet (Dialer) umfasst. Swisscom Fixnet bietet gratis einen Dialerschutz an.

Im Bereich «Mobiler Spam» (unerwünschte Anrufe und SMS/MMS) hat Swisscom Mobile die Kundeninformation erheblich verstärkt: Auf ihrer Homepage sowie periodisch in ihrer Kundeninformation NATEL update gibt sie Tipps im Umgang mit SMS/MMS-Spam und Mehrwertdienstnummern.

Der Spam-Versand wird in nationalen und internationalen Verträgen kommerziell uninteressant gemacht. Inhaltsanbieter, die mit Swisscom Mobile zusammenarbeiten, müssen Verträge mit scharfen Missbrauchsklauseln zu Spam unterzeichnen. Weiter sind sie vertraglich verpflichtet, eine Hotline zu betreiben, welcher die Kunden mitteilen können, dass sie von ihm keine SMS mehr erhalten möchten (so genannte Opt-out). Swisscom Mobile ist entschlossen, mit allen Mitteln gegen die Verantwortlichen für Spamming vorzugehen. Wo direktes Eingreifen möglich ist, sperrt Swisscom Mobile den Zugang.

Wirtschaft

Swisscom unterstützt die Schweizer Wirtschaft dadurch, dass sie modernste und leistungsfähige Telekom-Services anbietet und den Grossteil der Investitionen in der Schweiz tätigt.

Swisscom engagiert sich aktiv bei mehreren Institutionen, die der einheimischen Wirtschaft positive Impulse verleihen. Dazu gehören das Swiss Economic Forum in Thun, das Internationale Management Symposium ISC in St. Gallen, ESPRIX, der Schweizer Qualitätspreis für Business Excellence in Luzern, und Schweiz Tourismus.

Swisscom arbeitet in Arbeitsgruppen mit, die sich mit der ökologischen und sozialen Weiterentwicklung von Unternehmen befassen, so zum Beispiel in einem Projekt von ÖBU über Sozialkennzahlen für Unternehmen.

Kultur und Sport

Mit ihren kulturellen und Sport-Engagements leistet Swisscom einen Beitrag zur Attraktivität des Wirtschafts- und Lebensstandorts Schweiz. Sport und Kultur vermitteln Lebensfreude; überragende Leistungen beim Spitzensport geben erwiesenermassen starke Impulse zur Förderung des Breitensports – diese beiden Aspekte versteht Swisscom als Beitrag zur Volksgesundheit. Eine Vielfalt von kulturellen Veranstaltungen, wie sie von Swisscom gefördert wird, wäre ohne Sponsoren und Mäzene gar nicht möglich. Dies gilt insbesondere auch für Investitionen in die Infrastruktur oder die Unterstützung von nationalen Grossanlässen.

- In der Kultur unterstützt Swisscom ein sehr breites Spektrum von kulturellen Veranstaltungen von Klassik über Jazz & Blues bis zu Rock & Pop. Ausserdem engagiert sich das Unternehmen für das internationale Filmfestival von Locarno und die Goldene Rose. Swisscom ist im Weiteren Hauptpartnerin des Museums für Kommunikation. Starthilfe von Swisscom erhielt auch das Zentrum Paul Klee in Bern, das mit rund 4000 Werken über die weltweit bedeutendste Sammlung von Werken aus allen Schaffensperioden von Paul Klee verfügen wird. Es wird im Sommer 2005 eröffnet.
- Im Sport engagiert sich Swisscom stark im Fussball sowie in den unter dem Dach von Swiss-Ski zusammengefassten Schneesportarten – seit der Saison 2004/05 neben alpinem und nordischem Skisport auch Snowboard, Freestyle und Telemark. Ferner ist Swisscom an sportlichen Grossanlässen Kommunikationspartnerin und deshalb auch etwa bei Eishockey, Leichtathletik und Rudern präsent. Mit dem Fussball-Cup, seit 2003 Swisscom Cup, ist Swisscom in der ganzen Schweiz vertreten. An der Fussball-Europameisterschaft 2004 unterstützte Swisscom die Nationalmannschaft als Sponsorin. Bei der Swiss Paralympic engagiert sich Swisscom für den Behindertensport.

Hilfe für Not leidende Menschen

Manchmal ist es nötig, einfach zu helfen, ohne nach dem Nutzen für das Unternehmen zu fragen. Das tut Swisscom mit ihren Engagements für Die Dargebotene Hand, die Glückskette und weitere Institutionen.

Die Dargebotene Hand, Telefon 143, ist rund um die Uhr eine erste Anlaufstelle für Menschen in schwierigen Lebenslagen und solche mit alltäglichen Sorgen – unabhängig von Alter, kultureller oder konfessioneller Zugehörigkeit. Die Zahl der Anrufe nahm in den vergangenen zehn Jahren um 50 Prozent zu und erreicht heute über 200 000 Anrufe pro Jahr. Swisscom ist seit 2000 die offizielle Partnerin und bietet Unterstützung mit Sach- und Dienstleistungen.

Swisscom ist Partnerin der Glückskette, des Spenden-Sammelsystems der Schweizer Medien, angeführt durch die SRG SSR idée suisse. Die Glückskette arbeitet heute mit rund 30 Hilfswerken zusammen. Für die regelmässig durchgeführten nationalen Sammeltage stellt Swisscom die Gratisnummern und die ganze Telekom- und Internet-Infrastruktur zur Verfügung. Für die Opfer des verheerenden Seebebens in Asien vom 26. Dezember 2004 veranstaltete Swisscom über ihre übliche Unterstützung hinaus eine interne Sammelaktion und verdoppelte den von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gespendeten Betrag auf CHF 2,32 Mio.

Die Stiftung Kinderdorf Pestalozzi erhielt dank des Verzichts der rund 7500 Mitarbeitenden von Swisscom Fixnet auf ein Weihnachtsgeschenk eine Spende von CHF 100 000. Ebenfalls unterstützt wurde das Hilfswerk Terre des Hommes.

Umweltpolitik und Strategie

Für die operativ eigenständig agierenden Gruppengesellschaften von Swisscom ist das Umweltmanagement, verankert in der Umweltpolitik und -strategie, ein gemeinsamer Orientierungspunkt. Umweltpolitik und Strategie bilden das «Umweltdach» für alle Gruppengesellschaften. Die Kernpunkte der Umweltstrategie sind:

Umweltrecht und Umweltrisiken

Bedeutung: Schutz der Umwelt und Unternehmenssicherheit.

Erreichte Ziele: Umweltrechtskonformität und weitgehende Risikoeliminierung bzw. -minimierung, zum Beispiel durch Eliminierung von Gefahrstoffen bei Swisscom.

Ressourcenschonung und alternative Energien

Bedeutung: Reduktion der CO₂-Emissionen, Erhöhung der Energieeffizienz und Förderung neuer erneuerbarer Energien.

Erreichte Ziele: Energieeinsparungen beim Strom-, Treibstoff- und Heizölverbrauch (bezogen auf die Ökoeffizienz). Das Ziel zur Förderung von alternativen Energien ist dank des grossen Bezugs von naturemade-star-Ökostrom aus Sonne, Wind und Wasser weit übertroffen worden.

Ökologische Produkte und Dienstleistungen

Bedeutung: geringere Umweltbelastung (Rohstoff- und Energieverbrauch, Abfälle).

Erreichte Ziele: Swisscom bietet ökologisch vorteilhafte Services an.

Nicht erreicht: Eigentliche Öko-Produkte fehlen noch in den Produktportfolios.

Umweltkommunikation und -marketing

Bedeutung: interne und externe Sensibilisierung für Umweltbelange, Erweiterung der Umweltleistungen über die Unternehmensgrenzen hinaus.

Erreichte Ziele: Umweltkommunikation etabliert, mehrere überzeugende externe Umweltengagements, Vermarktung von Services durch Verknüpfung mit naturemade-star-Ökostrom.

Umweltorganisation und System

Die Umweltorganisation ist der Gruppenstruktur von Swisscom angepasst. Als Steuerorgan wirkt ein organisationsübergreifendes Environment Committee. Acht Gruppengesellschaften von Swisscom sind nach ISO 14001 zertifiziert und verfügen über einen Umweltmanager und einen Umweltbeauftragten. Die übrigen Gruppengesellschaften bzw. Organisationseinheiten besitzen einen Umweltansprechpartner.

Ein einheitlicher, gut eingespielter Umweltprozess sorgt dafür, dass alle Umweltforderungen erfasst und, basierend auf der gemeinsamen Umweltpolitik und -strategie, in Umweltsleistungen umgesetzt werden. Dies geschieht mit Unterstützung eines ebenfalls zertifizierten Qualitätsmanagementsystems.

ISO 14001 legt Wert auf die Kenntnis der relevanten Umweltaspekte des Unternehmens. Diese ergeben sich aus den Stoff- und Energieflüssen sowie aus gesetzlichen und gesellschaftlichen Forderungen. In der Hauptsache werden diese relevanten Bereiche bearbeitet und mit Kennzahlen dokumentiert. Dazu besteht ein webbasiertes Programm für die Umweltausbildung aller Mitarbeitenden. Darüber hinaus gibt es Umweltkennzahlen von globaler Bedeutung (zum Beispiel Wasserverbrauch), die von Swisscom auch erhoben werden, obwohl sie für die Unternehmensprozesse nicht relevant sind.

Ressourcenverbrauch

Swisscom stellt keine Geräte her und verbraucht deshalb keine Rohstoffe. Hingegen benötigt das Unternehmen Verbrauchsgüter wie Papier und Wasser sowie Materialien (Baustoffe, Elektronik, Kabel usw.), um ihr festes und mobiles Netz zu erhalten und auszubauen. Ausserdem beansprucht Swisscom Boden für Bauten und Parkplätze und beeinflusst damit auch das Landschaftsbild. Vor allem aber hat das Unternehmen einen hohen Bedarf an Energie in Form von Elektrizität, Brenn- und Treibstoffen.

Rund drei Viertel der von Swisscom verbrauchten Energie ist Elektrizität. Ihr Anteil am Gesamtverbrauch nahm zu. An zweiter Stelle liegen die Brennstoffe (Heizöl, Erdgas, Fernwärme), gefolgt von den Treibstoffen (Benzin, Diesel). Swisscom hat den Gesamtenergieverbrauch in den letzten fünf Jahren leicht gesenkt. Er beträgt 1805 Terajoule, entsprechend 502 GWh.

Swisscom prüfte mehrere Energieszenarien bis 2010. Basierend auf dem wahrscheinlichsten Szenario wurde eine Zielvereinbarung mit der EnAW (Energie-Agentur der Wirtschaft) abgeschlossen, in der sich Swisscom verpflichtet, ihre Energieeffizienz für den Elektrizitätsverbrauch um 17 Prozent zu erhöhen und ihre CO₂-Emissionen um 17 Prozent zu reduzieren; beides bis 2010, bezogen auf das Ausgangsjahr 2002.

Elektrizität

Der Elektrizitätsverbrauch von Swisscom blieb in den letzten paar Jahren nahezu konstant. 2004 betrug er 1366 Terajoule, entsprechend 380 GWh. Massive Einsparungen in einigen Bereichen wurden durch Mehrverbrauch in andern, wachsenden Geschäftsfeldern wie beim Mobil- und Rundfunk kompensiert.

Am meisten Elektrizität wird für den Betrieb des Festnetzes und für Klima/Lüftung benötigt. Hier hat Swisscom deutlich Energie gespart. So etwa durch Straffung der Netzinfrastruktur, dem Ersatz von alten Geräten und durch geringere Klimatisierung. In den nächsten Jahren können dadurch jährlich mehrere Millionen Franken an Energiekosten eingespart werden. Die Anpassungen sind zeitintensiv. Sie werden deshalb während Zeiten mit eher geringer Arbeitsauslastung durchgeführt.

Ökostrom naturemade star

Swisscom wird 2005 rund 13,2 Millionen kWh Ökostrom (naturemade star) beziehen. Davon stammen 11,7 Millionen kWh aus naturemade star-zertifizierten Flusskraftwerken, 900 000 kWh von einem Windgenerator vom Mont Crosin und 600 000 kWh von mehreren Solaranlagen. Swisscom wird damit die grösste Bezügerin von Wind- und Sonnenstrom in der Schweiz. Ziel des Ökostrombezugs ist es, erneuerbare Energien zu fördern und einen Beitrag zur Ökologisierung der Wasserkraft zu leisten. Dies hat positive Auswirkungen auf die Landschaft und die Biodiversität. Die Zusatzkosten für den Ökostrom kann Swisscom mit ihren Stromeinsparungen mehr als kompensieren.

Brennstoffe (Heizöl, Erdgas, Fernwärme)

In den letzten Jahren konnte Swisscom ihren Verbrauch von Brennstoffen, vor allem Heizöl, kontinuierlich senken. Die Verwendung von Erdgas und vor allem Fernwärme als Brennstoffe sind bezüglich CO₂-Emissionen besser als Heizöl. Swisscom schloss vor kurzem einen Vertrag ab mit dem Elektrizitätswerk Zürich zur Lieferung von Abwärme ihres Gebäudes in Zürich-Binz. Die Abwärme wird genutzt für zwei neue Siedlungen. Diese sparen dadurch jährlich 300 000 Liter Heizöl ein.

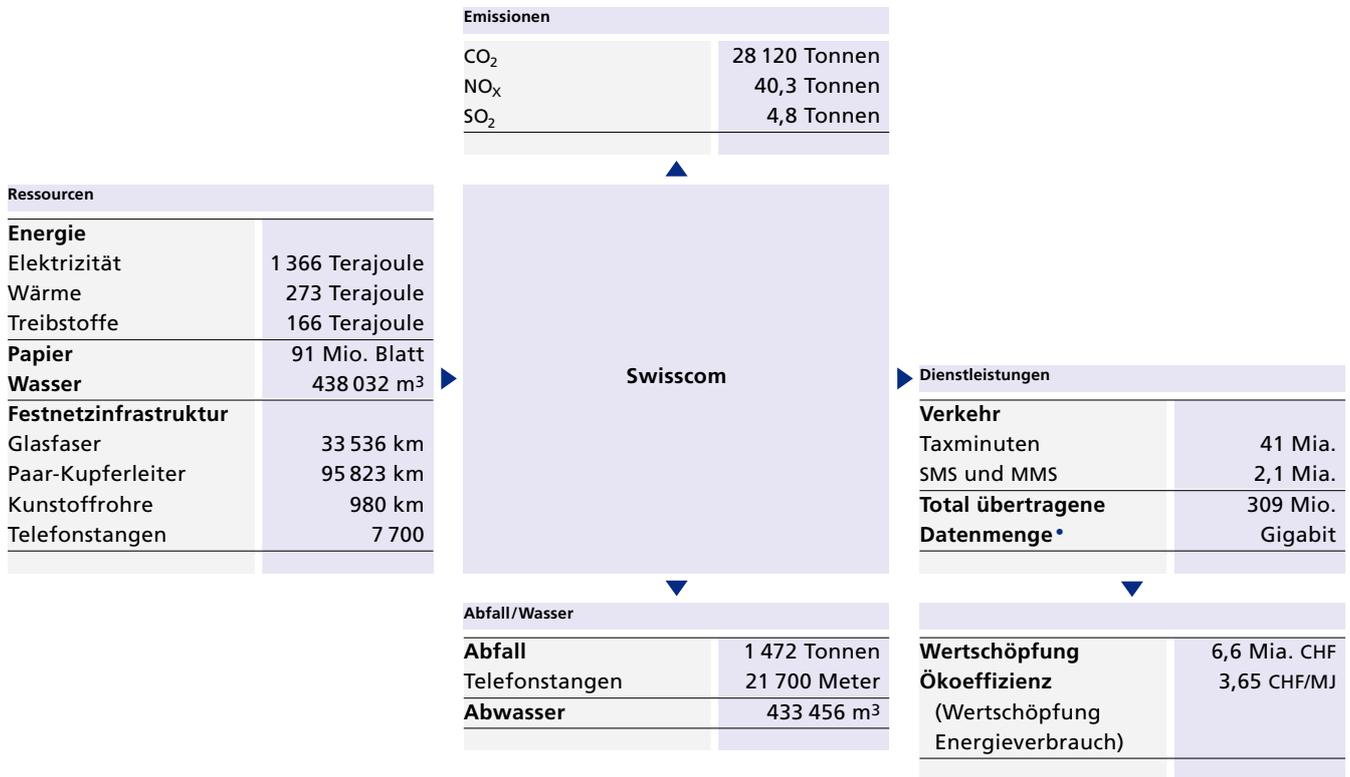
Treibstoffe (Benzin, Diesel)

Swisscom reduzierte den Treibstoffverbrauch 2004 weiter. Das Projekt Biotreibstoff, bei dem es um die Verwendung von Benzin mit fünf Prozent Zusatz von Bioethanol geht, setzt sie fort und dehnt es aus. Ausserdem sind mehrere Versuchsfahrzeuge mit alternativem Antrieb (Batterien, Hybrid und Gas) im Einsatz. Neue Dieselfahrzeuge mit Partikelfiltern haben ältere Benzinfahrzeuge ersetzt.

Ressourcen für die Netzinfrastruktur

Nach wie vor baut Swisscom ihre Netze weiter aus, wozu sie Ressourcen für technische Anwendungen benötigt. Es handelt sich dabei grösstenteils um langfristige Investitionen – vergleichbar mit Gebäudeinvestitionen. So wurde das Festnetz 2004 unter anderem mit 33 536 km Glasfasern, 95 823 km Paar-Kupferleiter und 7700 Telefonstangen ausgebaut bzw. erneuert.

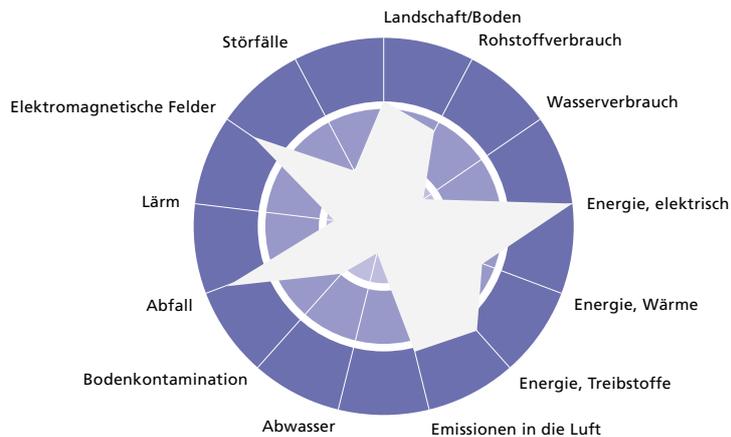
Input/Output-Schema
Wichtige Umweltzahlen 2004



* Berechnet aus Taximinuten Fixnet (64 kBit/s)
+ Taximinuten Mobile (13,6 kBit/s) + ADSL

Umweltaspekte

Aus den Umweltkennzahlen, aus gesetzlichen und gesellschaftlichen Forderungen ergibt sich die Relevanz der einzelnen Umweltaspekte für Swisscom:



Papier

Über 2 Millionen Kunden von Swisscom Fixnet erhalten nur noch jeden zweiten Monat eine Rechnung, was einer jährlichen Einsparung von 60 Millionen Blatt Papier oder rund 1000 Bäumen entspricht. Zusätzlich unterstützte Swisscom die Schutzwaldprojekte von drei Innerschweizer Gemeinden mit CHF 36 000. Zum Vergleich: Der gesamte Büropapier-Verbrauch von Swisscom beträgt 91 Millionen Blatt Papier (A4) pro Jahr.

Wasser

Wasser wird bei Swisscom nur für sanitäre Zwecke gebraucht und in keinem Unternehmensprozess durch Schadstoffe verschmutzt. Dennoch hält Swisscom Massnahmen aufrecht, um den Trinkwasserverbrauch tief zu halten, so zum Beispiel durch Nutzung von Regenwasser für WC und Pflanzen und Einsatz von Wassersparern (AquaClic) in rund 130 Gebäuden. Letzteres spart auch Energie, weil weniger Warmwasser benötigt wird. 2004 betrug der Trinkwasserverbrauch 433 456 m³, das sind 5,5 Prozent weniger als im Vorjahr.

Um die Abwassermenge zu verringern, wird das Meteorwasser wo immer möglich in den natürlichen Wasserkreislauf zurückgeführt.

Landschaft/Boden

Swisscom ist bestrebt, natürliche Umgebungen zu schaffen und zu erhalten, die Mitarbeitenden und Anwohnern auch zur Erholung dienen. Bereits vier Standorte haben das Zertifikat «Naturpark der Schweizer Wirtschaft» erhalten, als letzter das Swisscom-Areal in Zürich-Binz.

Auf Antrag der Naturschutzorganisation Pro Riet Rheintal verlegte Swisscom Freileitungen im Naturschutzgebiet Bannriet bei Altstätten SG in den Boden. Dies geschah aus Gründen des Landschaftsbildes und des Vogelschutzes.

Raumbeanspruchung: Die Gesamtheit der Büroflächen und technisch genutzten Flächen (Nettogeschossfläche) nahm 2004 um 12 Prozent auf 1,5 Millionen m² ab. Für freistehende Basisstationen des Mobilfunks werden 18 000 m² benötigt.

Emissionen und Abfälle

Abgasemissionen in die Luft

Die CO₂-Emissionen stammen bei Swisscom zu 60 Prozent aus Brennstoffen (Heizöl, Erdgas) und zu 40 Prozent aus Treibstoffen (Benzin, Diesel). Ihre Reduktion verläuft parallel zu den Einsparungen bei den Brenn- und Treibstoffen. Diese konnten 2004 wiederum leicht gesenkt werden.

Die Luftschadstoffe NO_x und SO₂ stammen aus unterschiedlichen Quellen: NO_x primär aus den Abgasen der Motorfahrzeuge und SO₂ aus dem Heizöl. Auch hier ergab sich eine Reduktion.

Lärm

Als nichtmaterielle Emission belastet der Lärm die Ökologie nicht, stellt aber dennoch eine Belästigung für Personen und Tiere dar. Bei Swisscom verursacht einzig die Fahrzeugflotte Lärm. Die gefahrenen Kilometer und damit auch die Lärmemissionen nahmen gegenüber dem Vorjahr ab.

Nichtionisierende elektromagnetische Strahlung

Elektromagnetische Emissionen sind wie der Lärm nichtmaterieller Natur. Die nichtionisierenden Funksignale stellen nach heutigem Wissensstand kein ökologisches Problem dar. Die geltenden gesetzlichen Grenzwerte basieren auf den thermischen Effekten (Wärmewirkungen) – mit zusätzlicher Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips.

Swisscom betreibt ein GSM- und UMTS-Mobilfunknetz und ergänzend dazu ein PWLAN (Public Wireless Local Area Network). Das WLAN benötigt aufgrund der geringen Reichweite (nur bis 300 Meter) nur kleine Leistungen. Die von den Mobilfunk-Basisstationen abgestrahlten Leistungen sind meist wesentlich tiefer als die zulässigen Maximalleistungen. Im Tagesmittel liegt die Sendeleistung unter 30 Prozent der zulässigen Leistung.

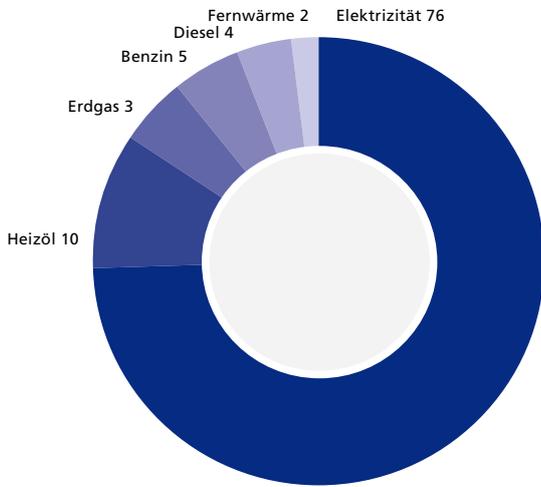
Abfälle

Der grösste Teil der Abfälle von Swisscom wird weiterhin über die Internet-Abfallbörse www.abfallboerse.ch als «Produkt Abfall» angeboten. Berechtigte und kontrollierte Entsorgungsunternehmen können dafür ein Angebot machen und verwerten nach erfolgtem Zuschlag die übernommenen Abfälle. Die Gesamtabfallmenge nahm 2004 wiederum etwas ab.

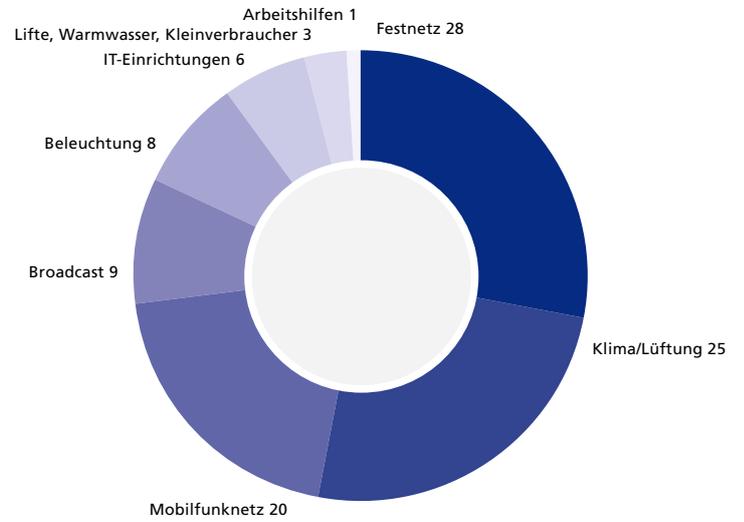
Dienstleistungen und Produkte

Auf ihren Netzen transportiert Swisscom immer grössere Datenmengen. Daraus resultiert eine ökologisch erstrebenswerte Dematerialisierung von Datenträgern und physischen Transporten. Demgegenüber benötigt die Übertragung «Hardware» in Form von Endgeräten und Netzkomponenten, die Strom konsumiert und letztlich zu Abfall wird. Es ist ökologisch und ökonomisch vorteilhaft, möglichst gut ausgelastete Netze zu betreiben und multifunktionelle Endgeräte einzusetzen. 2004 übertrug Swisscom eine Datenmenge von rund 309 Millionen Gigabit (Taximinuten Fixnet mit einer Bandbreite von 64 kBit/s, Mobile mit 13,6 kBit/s + ADSL). Das sind 39 Prozent mehr als im Vorjahr.

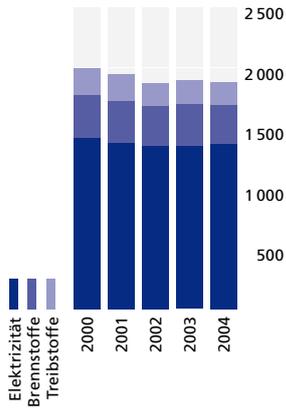
Energieträger 2004
in Prozent



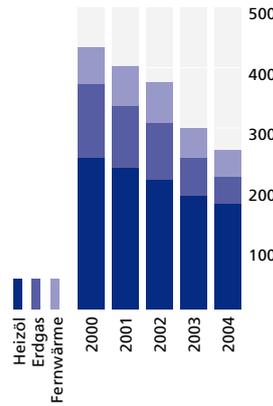
Elektrizitätsverteilung nach Verbrauchern
in Prozent



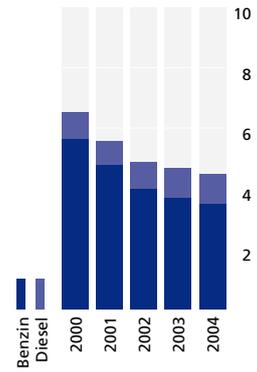
Energieverbrauch
in Terajoule



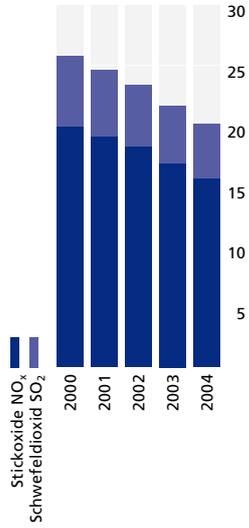
Brennstoffverbrauch
in Terajoule



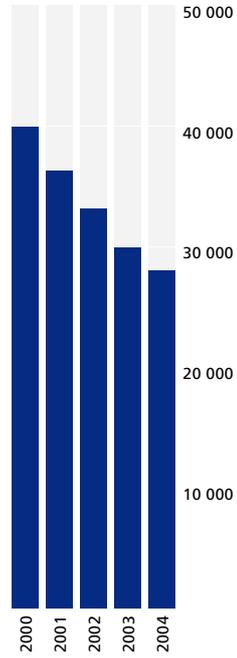
Treibstoffverbrauch
in Mio Liter



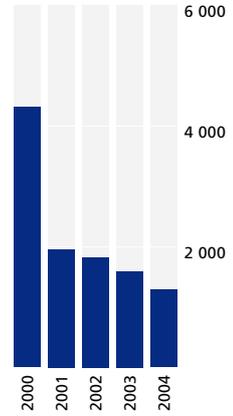
Emissionen in die Luft: NO_x und SO₂
in Tonnen



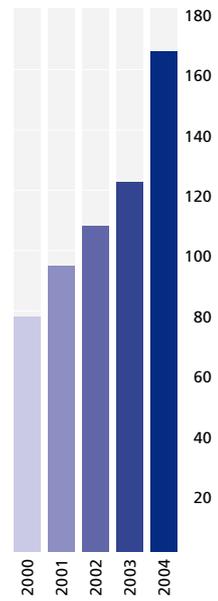
Emissionen in die Luft: CO₂
in Tonnen



Abfälle
in Tonnen



Ökoeffizienz produktbezogen
Telekom-Verkehr/Energieverbrauch in Bit/Joule



Bei den Produkten ist Swisscom auf eine enge Zusammenarbeit mit ihren Lieferanten angewiesen. Nur so können ökologische Produktverbesserungen und – falls erforderlich – bessere soziale Arbeitsbedingungen bei der Produktion erreicht werden. Swisscom setzt hier auf die öko-soziale Lieferantenbewertung.

Das Environment Committee Swisscom hat ein System für die Bewertung von Lieferanten nach ökologischen und sozialen Aspekten aufgebaut und betreibt dieses zentral für die Gruppengesellschaften. Mit ökologischen und sozialen Anforderungskriterien an die Hauptlieferanten und deren Bewertung sollen nachhaltige Verbesserungen in der gesamten Beschaffungskette erreicht werden. Indem Swisscom auf ihre direkten Lieferanten einen «öko-sozialen Druck» ausübt, geben diese ihn weiter an ihre Lieferanten und so fort, bis schliesslich die gesamte Herstellungskette miteinbezogen ist.

Ökoeffizienz von Swisscom

Die Umweltkennzahlen allein sagen wenig aus über die Umweltperformance eines Unternehmens. Sie repräsentieren nur die so genannte Schadschöpfung und müssen deshalb in Relation zur Wertschöpfung betrachtet werden. Dies erfolgt unter dem Begriff Ökoeffizienz. Die Ökoeffizienzkennzahlen beruhen auf dem allgemeinen Format «Wertschöpfung pro Schadschöpfung». So steigt die Ökoeffizienz eines Unternehmens an, wenn die Wertschöpfung überproportional oder die Schadschöpfung unterproportional zunimmt. Je grösser also die Kennzahl, desto besser für die Umwelt und umso nachhaltiger die Verhaltensweise des Unternehmens. Die Wertschöpfung kann entweder finanziell oder produktbezogen angegeben werden. Die Schadschöpfung ist die Gesamtheit der mit dem Wertschöpfungsprozess verbundenen Umweltbelastungen; bei Swisscom betrifft dies vor allem den Energieverbrauch.

Unter der finanziellen Wertschöpfung wird gemäss gängiger Definition der EBITDA-Wert zusätzlich Personalkosten verstanden. Die produktbezogene Wertschöpfung wird bei Swisscom am besten durch den Telekom-Verkehr, das heisst durch die übertragene Datenmenge in Bit repräsentiert. Diese errechnet sich aus folgenden Bandbreiten: Fixnet (64 kBit/s) + ADSL, Mobile (13,6 kBit/s).

2004 erzielte Swisscom pro Megajoule Energieeinsatz eine finanzielle Wertschöpfung von CHF 3,65 und übertrug eine Datenmenge von 171 Bit pro Joule. Die finanzielle Ökoeffizienz blieb in den letzten Jahren konstant, derweil die produktbezogene Ökoeffizienz kontinuierlich anstieg. Der Grund dafür liegt in der Zunahme des Datenverkehrs bei einer gleichzeitigen Verbilligung der Datenübertragung (Taximinuten und ADSL).

Swisscom will ihre Ökoeffizienz in den nächsten Jahren weiter erhöhen, und zwar sowohl durch Erhöhung der Wertschöpfung (grösserer Datentransfer) als auch durch Verminderung oder zumindest Konstanthaltung der Schadschöpfung (Energieeinsatz).

Umweltrisiken und Gesetzeskonformität

Die Eliminierung bzw. Verminderung von Umweltrisiken und die Überprüfung der Gesetzeskonformität sind bei Swisscom Daueraufgaben, die im Rahmen des ISO 14001-zertifizierten Umwelt-Managementsystems in regelmässigen Abständen behandelt werden.

Im Berichtsjahr konnten die Umweltrisiken dank umfassenderer Lieferantenbeurteilungssysteme und durch gezielte Reduktion von umweltgefährdenden Stoffen vermindert werden, so durch Redimensionierung von Batterieanlagen, was die Elektrolytmenge (Schwefelsäure als Gefahrstoff) reduzierte.

Bezüglich Sicherung der Gesetzeskonformität im Umweltbereich standen vor allem im Vordergrund: neue Anforderungen für Kälteanlagen (Änderung der Stoffverordnung); Entsorgung von alten Handys sowie Rücknahme und Transport von Handy-Akkus; Export von alten, noch funktionsfähigen Telefonen und Entsorgung von Elektroschrott.

Externe Umweltengagements und -projekte

Die Betriebsökologie steht zwar im Zentrum der Umweltaktivitäten, was Swisscom aber nicht daran hindert, auch über die Unternehmensgrenzen hinaus zu blicken, um den ökologischen Nutzen durch passende externe Engagements zu ergänzen und zu verstärken. So werden im Rahmen des Ökosponsorings die folgenden Projekte unterstützt:

- WWF-Projekt SMARAGD
- Schweizerischer Nationalpark
- Umweltschulprojekt GLOBE

Diesen Projekten gemeinsam ist eine schweizweite Bedeutung, eine Verwandtschaft zu den Swisscom-Werten «Heimat» und «Respekt» und – aus ökologischer Sicht – ein Nutzen für die Biodiversität.

Diese Projekte bieten auch Möglichkeiten zu einer vertiefteren Zusammenarbeit, an der auch Mitarbeitende sowie Kundinnen und Kunden teilhaben können. Für SMARAGD führte Swisscom 2004 sieben Naturschutzeinsätze mit Mitarbeitenden durch. Swisscom Fixnet unterstützte zudem die WWF-Hauptkampagne zum Schutz von seltenen Tier- und Pflanzenarten mit einem TV-Spot (Swisscom Fixnet – Partner für den Artenschutz), mit Rechnungbeilage und Flyer.

Bezugskennzahlen	Einheit	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Nettoumsatz	Mio. CHF	10 461	10 170	10 067	10 366	10 415	10 026	10 057
Mitarbeitende (Vollzeitstellen)	FTE	21 946	19 254	17 459	17 784	17 171	16 079	15 477
EBITDA	Mio. CHF	4 472	4 152	3 867	4 222	4 254	4 504	4 404
Wertschöpfung	Mio. CHF	7 029	6 502	6 169	6 446	6 581	6 770	6 598
Telekom-Verkehr	Mio. Taxminuten	24 560	33 264	43 133	48 667	47 079	44 270	40 652
Telekom-Verkehr	Mio. Gigabit		121	157	177	192	223	309
SMS-Verkehr	Mio.		217	651	1 317	1 650	1 847	1 986
Boden/Gebäude								
Nettogeschossfläche (NGF)	Mio. m ²	2,4	2,4	2,2	2,1	2,0	1,7	1,5
Papier (Kopierer bzw. Drucker)								
Weiss, A4	Mio. Blatt	98,3	104,3	93,6	109,0	89,0	82,2	83,3
Grau, A4	Mio. Blatt	11,4	29,4	11,1	11,9	13,0	9,0	7,6
Wasser/Abwasser								
Wasserverbrauch	m ³	614 488	539 112	488 852	483 224	480 788	450 380	433 456
Energie, Elektrizität								
Elektrischer Energieverbrauch	TJ	1 357	1 368	1 377	1 289	1 215	1 346	1 366
Energie, Wärme								
Heizöl	TJ	271,8	277,3	267,4	246,6	222,9	188,1	181,6
Erdgas	TJ	74,2	94,0	99,7	85,2	84,1	66,7	48,0
Fernwärme	TJ	41,9	44,6	58,6	58,7	58,5	47,3	43,8
Energie, Treibstoffe								
Benzin	TJ	233,1	204,6	180,9	149,7	130,3	113,9	98,1
Diesel	TJ	25,3	27,3	24,3	35,9	47,0	61,3	68,1
Gefahrene Kilometer	Mio. km	61,2	54,6	51,5	55,9	57,0	63,5	60,2
Energieverbrauch, total								
Terajoule	TJ	2 004	2 016	2 007	1 865	1 758	1 823	1 805
Gigawattstunden	GWh	557	560	558	518	489	507	502
Emissionen in die Luft								
Kohlendioxid CO ₂	Tonnen	42 991	42 527	40 144	36 364	33 964	30 286	28 120
Stickoxide NO _x	Tonnen	49,8	42,6	40,8	41,6	41,0	16,7	40,3
Schwefeldioxid SO ₂	Tonnen	6,0	5,9	5,5	5,3	5,1	4,8	4,8
Abfälle ohne Hauskehricht								
Gesamtmenge	Tonnen	9 045	6 741	4 242	1 954	1 894	1 651	1 472

EBITDA: Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen

Wertschöpfung: EBITDA + Personalkosten

Energie: 1 TJ (Terajoule) = 0,278 GWh