



swisscom

Generalversammlung, 7. April 2014

**Rede von Urs Schaeppi, CEO Swisscom AG, zum Traktandum 1.1:
Genehmigung des Jahresberichts, der Jahresrechnung der
Swisscom AG und der Konzernrechnung für das Geschäftsjahr
2013**

(Es gilt das gesprochene Wort)

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Aktionärinnen und Aktionäre

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

(Folie: „Swisscom auf Kurs“)

Ich freue mich sehr, Ihnen heute das erste Mal als CEO mehr Einblick in unser Geschäft geben zu können. Neben finanziellen Zielen ist für uns das Thema Kundenbegeisterung absolut zentral. Ich habe in den letzten Tagen diverse Standortbesuche gemacht und kann immer wieder feststellen, mit welcher Leidenschaft und mit welchem Herzblut sich unsere Mitarbeitenden für unsere Kunden und unser Geschäft einsetzen. Das widerspiegelt für mich die Kraft der Swisscom. Gegenüber unseren Kunden ist es uns enorm wichtig, dass wir einfach auftreten, einfache Produkte anbieten, dass wir ein vertrauensvoller Partner sind. Wir wollen unsere Kunden mit unseren Produkten inspirieren und den Geschäftskunden mehr Wettbewerbsfähigkeit bieten.

Ich möchte in den folgenden Minuten auf folgende Themen eingehen:

1. Wie hat sich unser Geschäft in der Schweiz entwickelt?
2. Ausblick zu unserem Infrastrukturausbau
3. Initiativen zur Verbesserung unserer Kundenbetreuung
4. Einige Worte zu Fastweb und Ausblick auf das Jahr 2014



swisscom

(Folie: „Eine Million als Meilenstein“)

Rückblickend auf das Jahr 2013 haben wir ein sehr erfolgreiches Jahr hinter uns. Wir haben diverse Meilensteine erreicht - Millionenmeilensteine. Beispielsweise 1 Million TV Kunden. 1/3 der Haushalte in der Schweiz schauen heute mit Swisscom TV fern. Der Marktanteil im TV-Geschäft ist um 26% gewachsen.

Aber auch mit Bündelverträgen sind wir sehr erfolgreich unterwegs. Bündelverträge sind eine Kombination zwischen Telefon, TV sowie einem Internetanschluss in einem Angebot. Eine Million Kunden vertrauen auf unsere Bündelangebote.

Im Bereich Breitband 4G, das ist die neue Mobilfunkgeneration, haben wir nach kurzer Zeit ebenfalls eine Million Kunden generieren können.

Interessant ist auch, wie sich unser Produkt Natel Infinity entwickelt hat. Dies ist das Angebot, mit welchem Sie unbeschränkt sorglos kommunizieren können. Nach ganz kurzer Zeit telefonieren oder nutzen dieses Angebot über 50% unserer Abonnementskunden. Dies ist die erfolgreichste Lancierung eines Mobilangebots in der Geschichte der Swisscom. Auf der Preisseite hat sich ebenfalls viel bewegt. Insbesondere auch im Roamingbereich. Wir haben neue Datenroamingtarife lanciert, welche sich unter dem regulierten Roamingpreis der EU befinden. Ganz speziell hat mich auch die Lancierung unseres iO-Angebots gefreut. Das ist eine Internet-Gratisapplikation, mit der man telefonieren und Nachrichten versenden kann. Wir haben nach kurzer Zeit über 600'000 Kunden, welche diese Applikation nutzen.

Auf der Netzseite hat die Swisscom ebenfalls kräftig in ihre Infrastruktur investiert. Unsere Strategie ist seit Jahren dieselbe im Netzbereich: Wir wollen das beste Netz und den technologischen Lead im Netzbereich haben. Die unterschiedlichen Tests, aber auch der Kundenzuwachs zeigt uns, dass wir mit dieser Strategie richtig liegen. Kunden wollen immer und überall breitbandig versorgt sein. Das ist das Herz der Swisscom Leistung und ich bin stolz, dass wir in diesem Bereich immer wieder durch neutrale Institutionen als führend beurteilt werden.

Zur Entwicklung - Hansueli Loosli hat es vorhin schon kurz angesprochen - haben wir auf Anfang dieses Jahres den IT-Bereich mit dem Grosskundenbereich des Telekommunikationsgeschäfts der Swisscom zusammengelegt. Wir haben dadurch eine Organisation mit über 4'500 Mitarbeitenden geformt, welche unsere Kunden integriert betreuen können. Wir sind damit heute der grösste Anbieter für integrierte Informatik und Telekommunikationsleistung in der Schweiz sowie der klare Leader im Outsourcing-Bankenbereich für Businessprozessoptimierun-



swisscom

gen. Auch im Outsourcing Geschäft für Workplaces ist Swisscom der Marktleader. Die Infrastruktur von 120'000 Arbeitsplätzen wurden der Swisscom anvertraut.

Auch im Cloud und im Infrastrukturservice Bereich haben wir schöne Erfolge erzielt. Über 40 Grosskunden nutzen bei uns Unified Communication und Collaboration aus der Steckdose. Also auch hier ein erfolgreiches Jahr 2013.

(Folie: Bedarf für mehr Leistung und Tempo)

Ich möchte nun zum Netzausbau kommen. Das ist das Herz der Swisscom. Was wir feststellen ist, dass der Bedarf nach Bandbreite jeden Tag steigt. Wenn plötzlich das Smartphone nicht mehr funktioniert, ist man verloren. Deshalb ist es so zentral für die Swisscom, dass wir schnell und flächendeckend breitbandige Netze zur Verfügung stellen können. Wenn ich schaue, wie sich die Bandbreite respektive die MBit-Datenraten entwickeln, dann stelle ich fest, dass wir innerhalb eines Jahres unsere Datenmengen auf dem mobilen Netz verdoppelt haben. 116% Wachstum, das zeigt wie sich das Kommunikationsverhalten in unserem Geschäft verändert. Aber auch im Glasfaserbereich sehen wir, dass wir einen grossen Bedarf nach Bandbreite haben. Die Glasfaser ist die Zukunft im Festnetzbereich und Swisscom investiert als Marktleader in diese Technologie.

(Folie: Glasfaserausbau – Ambitionen bis 2020)

Was sind unsere Ambitionen im Festnetzbereich? Wir wollen über einen Mix von unterschiedlichen Glasfasertechnologien die Schweiz möglichst schnell breitbandig mit Internet versorgen. Unser Ziel ist es, dass im Jahr 2015 1 Mio. Kunden mit Fibre to the home (FTTH), das ist eine Technologie, mit der man die Glasfaser bis in die Steckdose der Wohnung verlegt, erschlossen sind. Parallel dazu forcieren wir den Ausbau mit Fibre to the street (FTTS). Diese Technologie ermöglicht uns, die Glasfaser bis 200 m vor ein Haus zu ziehen, um dann auf den letzten Metern die Häuser mit Kupferkabel zu erschliessen. Das ermöglicht in einer ersten Phase Bandbreiten von 100 MBit pro Sekunde, mittelfristig sogar noch mehr. Unser Ziel ist es 2015 60% der Schweiz mit Ultrabreitband, das heisst mit einer 1 GBit pro Sekunde Datenübertragungsrate versorgen zu können. Mit 1 GBit Datenübertragungsrate können sie 50 E-Books, also 50 Bücher in 2 Sekunden herunterladen. Ich bin der Überzeugung, dass eine höhere Bandbreite automatisch das Kommunikationsverhalten verändern wird. Ich kann mich gut erinnern, als wir die UMTS-Technologie gelauncht haben. In der Presse war die Rede davon, dass man dies nicht braucht, dass dies eine Investitionsruine sei. Schauen Sie heute was passiert, wenn Sie nur „Edge“ haben?. Das zeigt die Dynamik - das System stimuliert sich selbst. Deshalb stellen wir



swisscom

hohe Bandbreiten zur Verfügung. Ich habe jetzt vom Festnetz gesprochen. Dass wir unser Festnetz breitbandig ausbauen wollen. Genau dasselbe wollen wir auch beim Mobilfunknetz erreichen

(Folie: Bestes Netz – auch 2014)

Unser Mobilfunknetz wird laufend durch neutrale Tests analysiert. In den letzten fünf Jahren hat Swisscom regelmässig den Connect-Test gewonnen. Dieser Test misst die Qualität des Mobilfunknetzes. Bisher haben wir jedes Mal klar als Erster abgeschnitten. Wir sind ambitioniert, diesen Test auch im 2014 wieder zu gewinnen und ich bin zuversichtlich, dass wir das erreichen werden. Eine breitbandige Versorgung und eine hervorragende Sprachqualität in der Schweiz zu haben ist für Swisscom zentral.

(Folie: Vierte Mobilfunkgeneration in Betrieb)

Nun möchte ich etwas genauer auf die 4. Generation des Mobilfunks eingehen. Wir werden in den nächsten Jahren wesentlich mehr als 1 Mia. CHF in den Ausbau des Mobilfunknetzes investieren. Mit zwei Zielen: Geschwindigkeit ins Netz bringen und eine möglichst hohe Abdeckung haben. Heute ist in der Schweiz 95% der bevölkerten Fläche der Schweiz mit der sogenannten HSPA+-Technologie versorgt. Dies ist eine Technologie, welche uns 42 MBit Datenübertragungsrate gewährt. Das heisst zum Beispiel, dass Sie auf Ihren I-Pad innert Sekunden die NZZ herunterladen können. Mit der vierten Mobilfunkgeneration LTE werden nun Datenübertragungsraten von 150 MBit/s erreicht. Mittelfristig sind mit neuen Technologien sogar in guten Verhältnissen Geschwindigkeiten gegen 300 MBit auf Ihrem Smartphone oder Ihrem I Pad möglich. Sie sehen, da wird sich viel bewegen. Das führt dazu, dass sich die Mobilfunknutzung in den nächsten Jahren extrem stark verändern wird und sich dadurch auch das Geschäft unserer Kunden optimiert werden kann. Ich stelle heute fest, dass eine Vielzahl der Projekte im Geschäftskundenmarkt sogenannte Businessprozessoptimierungsprojekte sind. Man vereinfacht mit Hilfe mobile ICT-Infrastruktur Geschäftsprozesse und macht das Leben für die Kunden einfacher.

Konvergenz ist in unserem Geschäft eine Chance für die Swisscom. Konvergenz ist das Verschmelzen von unterschiedlichen Märkten. Früher hatte man einen Telekommunikationsmarkt einen IT-Markt und einen Unterhaltungs- und TV Markt. Diese Märkte sind in den letzten Jahren verschmolzen. Ein gutes Beispiel ist das iPhone, dass ein kleiner PC, ein Telefon oder ein kleiner Fernseher sein kann.



swisscom

(Folie: Swisscom TV 2.0)

Die Grenzen der verschiedenen Anwendungen lösen sich auf. Genau deshalb definieren wir unser Geschäft in diesen Bereichen als den sogenannten TIME-Markt: Telekommunikation, Informatik, Media und Entertainment. In diesem Geschäft ist unser TV-Produkt zentral. Mit unserem Fernsehprodukt schaffen wir es, uns stärker zu positionieren und auch Marktanteile im Festnetzbereich zu gewinnen. Innerhalb von sieben Jahren konnten wir 1 Mio. TV-Kunden gewinnen. Neutrale Tests zeigen auch hier, dass wir klar das beste TV-Produkt haben. Wir haben uns jedoch nicht auf unseren Lorbeeren ausgeruht, sondern haben just vor knapp zwei Wochen TV 2.0 im Markt eingeführt, ein Cloud-basiertes TV-Produkt. Cloud-basierte TV-Produkte enthalten für unsere Kunden eine Vielzahl von Vorteilen, denn sie werden zum Programmmanager in ihrem eigenen Haus. Sie können dadurch unbeschränkt parallel Sendungen oder Filme aufnehmen und diese später auf dem PC, iPad oder Smartphone sogar im Ausland anschauen. Sie können bis zu sieben Tage in die Vergangenheit zeitversetzt fernsehen. Somit bekommen sie viel mehr Flexibilität in der Zeit, wo sie wirklich fernsehen möchten. Ich bin überzeugt, dass sich das TV-Verhalten auch in Zukunft durch solche Innovationen stark verändern wird. Wir haben festgestellt, dass innerhalb eines halben Jahres, 50% der Kunden zeitversetzt fernsehen. Sie wählen im Programm eine Sendung aus und können jederzeit an den Anfang zurückspulen, um die Sendung zu schauen. TV ist ein wichtiges Produkt für uns.

(Folie: Erfolg durch Innovation)

Einige Worte zur Innovation: Neben der technologischen Führerschaft im Netzbereich ist die Innovation für uns zentral, um neue „Pflänzchen“ aufzubauen, die uns in Zukunft Umsatz bringen. Ich möchte hier auf drei Beispiele von solchen kleinen „Pflänzchen“ eingehen. Zuerst im Energiemarkt mit Swisscom Energy Solution. Swisscom Energy Solution ist eine Gesellschaft von uns, welche ein kleines virtuelles Kraftwerk betreibt. Von dort aus wird der Stromverbrauch in den einzelnen Haushalten gesteuert, ohne dass der Bewohner beeinflusst oder Komforteinbussen hinnehmen muss. Um Stromspitzen zu vermeiden, werden beispielsweise in der Mittagszeit die Wärmepumpen so eingestellt, dass diese sich in diesem Zeitraum nicht einschalten. Somit kann der Stromverbrauch pro Haus geglättet werden. Wir nutzen also die Intelligenz in den Netzen, um den Stromverbrauch in den Haushalten der Schweiz zu reduzieren und somit mit weniger Spitzenkapazität oder eben mit weniger Produktionskapazität auszukommen. Dies ist unser Beitrag zur Energiewende.

Tap-it ist das zweite Beispiel - das digitale Portemonnaie. Wenn sie heute aus dem Haus gehen, was nehmen Sie mit? Das Smartphone. Das Smartphone ist häufiger dabei als das Portemon-



swisscom

naie. Somit ist das Smartphone die prädestinierte Plattform, um als Zahlungsmittel gebraucht zu werden, Loyalitätskarten zu speichern oder sogar als Zugangssystem genutzt zu werden. Wir sind heute in einer Pilotphase mit den grossen Herstellern, um die Entwicklung des Handys als Zahlungsmittel voranzutreiben . Eine überaus interessante Initiative, welche sicher auch wieder das Verhalten der Kunden verändern wird.

Ein drittes Beispiel ist „Machine to Machine“. Gegenstände, die intelligent werden, das heisst miteinander kommunizieren. Ich gehe davon aus, dass wir in fünf bis zehn Jahren alleine in der Schweiz 200 Mio. Gegenstände haben, die miteinander kommunizieren werden, um Prozesse zu optimieren und uns das Leben zu erleichtern. Stellen sie sich zum Beispiel vor, ihr Kühlschrank kann feststellen, dass Sie kein Joghurt mehr haben . Er setzt einen Alarm ab oder er erledigt automatisch die Bestellung. Dies funktioniert über die „Machine to Machine“-Applikation. Weiter haben wir mit Limmex zusammen eine Uhr entwickelt, auf welcher Sie per Knopfdruck einen Notruf auslösen können. Dann klingelt automatisch ein entsprechend programmiertes Handy oder der Anruf wird auf eine Notrufzentrale weitergeleitet. Das sind Applikationen, die das Leben von Menschen bereichern oder sicherer machen. Wir werden zukünftig sehr viele solcher Applikationen bekommen. Diese Entwicklung fasst man unter dem Begriff das „Internet of everything“ zusammen. Diese ist eine grosse Chance für die Swisscom, weil es braucht immer ein hervorragendes Netz, um alles zu vernetzen.

(Folie: Kundenorientierung – Neugestaltung des Shopauftritts)

Der Kunde ist König, deshalb investieren wir seit Jahren in die Ausbildung der Mitarbeitenden und in die Kultur, ein kundenorientiertes Unternehmen zu sein. Deshalb haben wir uns eingehend mit den heute über 100 Shops in der Schweiz befasst, welche von über 5 Mio. Kunden pro Jahr besucht werden. Dies bewog uns, diese hochfrequentierten Kontaktpunkte von einer Verkaufsfläche zu einem Beratungsort entwickeln, wo der Kunde unsere Produkte ausprobieren und erleben kann. Das war der Hintergrund zur Neugestaltung unserer Shops. Das Konzept funktioniert sehr gut und wir haben erfreulich steigende Kundenbesuchszahlen. Auch das Internet gewinnt in Bezug auf die Kundenbetreuung immer mehr an Bedeutung. Wir stellen fest, dass Käufe im Internet und die Beratung dazu im Customer-Service sehr an Beliebtheit zugenommen haben. Unsere Ambition ist, diese unterschiedlichen Kundenkanäle zu bündeln und die Zusammenarbeit zu verbessern. Das ist eine Initiative, die uns noch manche Jahre beschäftigen wird. Für den Kunden soll gelten: Einfachheit und beste Betreuung .



swisscom

(Folie: Grösster integrierter ICT-Anbieter für grosse Unternehmen)

Zur Kundenbetreuung im Geschäftskundenmarkt möchte ich kurz auf unsere neue Organisationseinheit Enterprise Customers eingehen. Das sind die 4'500 Mitarbeitenden, die unseren Geschäftskunden eine integrierte ICT-Erlebnis bieten und Gesamtlösungen schaffen. Die Umsetzung ist im Zeitplan, wird uns jedoch noch einige Zeit beschäftigen. Ich bin aber überzeugt, dass wir hier eine starke ICT-Organisationseinheit bauen, die unseren Kunden gesamtheitlich aus einer Hand betreuen kann. Dies ist einzigartig und eine Wettbewerbspositionierung, wie sie kein anderes Unternehmen in der Schweiz inne hat. Ziel dieser Einheit ist, dass wir die Wirtschaft digitalisieren und ihr helfen, effizienter zu werden. In einem globalen Wettbewerb ist unsere Technologie, IT und Telekommunikation, ein Schlüsselfaktor, um als Unternehmen global wettbewerbsfähig zu sein. Dazu leistet Swisscom ihren Beitrag was natürlich auch dazu führen wird, dass wir unser Geschäft erweitern und somit zusätzliche Umsätze generieren.

(Folie: Fastweb wächst schneller als der Markt)

Für Fastweb war das Jahr 2013 ein sehr erfolgreiches Jahr. Wir sind schneller gewachsen als alle unsere Konkurrenten im italienischen Markt. Mit einem Wachstum von 9.9%, und einem Marktanteil im Geschäftskundenmarkt von 23.1% ist Fastweb somit die klare Nummer zwei hinter Telecom Italia. 50 % des Geschäfts bei Fastweb wird im Geschäftskundenmarkt erwirtschaftet. Dies zeigt die starke Positionierung, die wir dort einnehmen. Fastweb hat aber auch Perspektiven für die Zukunft. Der italienische Markt hat grosses Wachstumspotential im Bereich der Durchdringung mit Internet-Anschlüssen. Längerfristig gesehen sollen 60 – 80% der Kunden einen Internetanschluss zu Hause haben. Das Jahr 2013 hat gezeigt, dass wir in Italien wachsen können.

(Folie: Ausblick 2014: Moderates Wachstum)

Zum Schluss einen Ausblick auf das Jahr 2014. Wie Hansueli Loosli gesagt hat, werden wir ein moderates Wachstum auf Umsatzseite und auf Betriebsgewinnseite haben. Damit sind wir einzigartig in der Telekommunikationsbranche. Viele der grossen Telekommunikationsfirmen haben eine andere Dynamik. Wir haben ein moderates Wachstum geplant und sind zuversichtlich, dass wir dies auch erreichen. Diese Steigerung ist getrieben durch Wachstum im Mobilfunkbereich. TV wird ebenfalls ein Wachstumstreiber für die Swisscom sein. Auch der weitere Netzausbau wird uns weiterhin beschäftigen, denn wir wollen weiterhin die führende Position behalten.



swisscom

Die Cloud wird ein sehr wichtiges Thema sein. Die Cloud ermöglicht die Dienstleistung, Daten und Anwendungen aus einem Rechenzentrum der Swisscom geliefert zu bekommen. Sorglos, ohne dass der Kunde selber IT-Fachmann sein muss. Ein Sorglospaket, wie man es bereits vom Smartphone kennt, denn dort werden heute schon tagtäglich viele Cloud-Applikationen genutzt. Die Swisscom wird noch viel stärker ins Cloud Geschäft einsteigen. Der erste grosse Schritt ist mit Swisscom TV 2.0 gemacht, andere Produkte wie zum Beispiel Docsafe, eine Datenspeicherungslösung aus der Cloud ist auch schon lanciert und viele weitere Produkte werden folgen.

Sie erkennen, Swisscom ist ein extrem faszinierendes Geschäft, ein tolles Unternehmen mit ausgezeichneten Mitarbeitenden, das spüre ich jeden Tag. Mit viel Begeisterung und hoher Kompetenz wird an der Gestaltung und an der Zukunftsausrichtung der Swisscom gearbeitet. Noch einmal möchte ich betonen: Unser Ziel ist es zu begeistern, einfache Produkte und einfache Prozesse zu bieten und damit ein einfacher, vertrauenswürdiger und inspirierender Partner für unsere Kunden zu sein. Ich möchte Ihnen, liebe Aktionäre und Aktionärinnen, herzlich danken für das Vertrauen, dass Sie in uns setzen. Dank Ihnen können wir dieses faszinierende Geschäft weiterentwickeln, die Schweiz vorwärts bringen und ihr helfen, in dieser immer stärker vernetzten Welt auch in Zukunft wettbewerbsfähig zu bleiben.

Ich übergebe das Wort wieder Hansueli Loosli.