

Generalversammlung, 3. April 2017

Rede von Urs Schaeppi, CEO Swisscom AG, zu Traktandum 1.1: Genehmigung des Lageberichts, der Jahresrechnung der Swisscom AG und der Konzernrechnung für das Geschäftsjahr 2016

(Es gilt das gesprochene Wort)

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, sehr geehrte Damen und Herren

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

Wie Hansueli Loosli bereits erwähnt hat, ist das Jahr 2016 ein solides Jahr, aber auch ein Jahr, das stark durch Wettbewerbsdruck geprägt ist. Wir haben in der Schweiz einen Markt, der gesättigt ist. Somit sind wir in einem viel stärkeren Verdrängungsmarkt, als das noch vor Jahren der Fall war. Deshalb freue ich mich umso mehr, dass wir ein solides Geschäftsergebnis präsentieren können. Ich möchte Ihnen in den nächsten paar Minuten erstens einen kurzen Überblick geben, über das operative Geschäft und die finanziellen Kennzahlen, zweitens auf Highlights und Innovationen 2016 eingehen und drittens einen Ausblick für das 2017 geben.

Wenn wir unsere Zahlen anschauen, dann können wir auf ein solides 2016 zurückblicken. Unser Umsatz liegt bei CHF 11,6 Mrd., das ist gegenüber dem Vorjahr ein stabiles Ergebnis. Unser EBITDA – Gewinn vor Abschreibungen und Zinsen – ist gestiegen, primär wegen Sondereffekten. Ohne diese Sondereffekte ist der EBITDA um 1,2% gesunken gegenüber 2016. Der Grund dafür ist eine Preisentwicklung in der Schweiz, die unsere Marge unter Druck setzt. Das sind Preissenkungen im Bereich Roaming, das ist aber auch ein genereller Preisdruck und zudem haben wir leicht höhere Kundengewinnungskosten als in den Vorjahren. Über alles gesehen erzielten wir einen soliden EBITDA in der Grössenordnung von CHF 4,3 Mrd. Der Reingewinn ist gestiegen um 17,8% auf CHF 1,6 Mrd. Das ist ein schönes Ergebnis, aber auch geprägt durch gewisse Sondereffekte, wenn man dies mit dem Vorjahr vergleicht. Der grösste Sondereffekt ist eine Sanktion der Wettbewerbskommission von CHF 186 Mio. Das Verfahren läuft momentan vor Bundesgericht. Swisscom musste diese Sanktion im Voraus zahlen, obwohl der definitive Entscheid nicht gefällt ist. Wenn ich dieses Ergebnis von 2016 anschau, dann ist das total Inline mit unseren Erwartungen, die wir prognostiziert haben. Wir haben die Erwartungen voll erfüllt.

Die Investitionen scheinen mir interessant zu erwähnen: Swisscom hat CHF 2,4 Mrd. investiert, das ist im Verhältnis zum Umsatz etwa 20%. Swisscom investiert stark in die Zukunft und das ist wichtig, damit wir wettbewerbsfähig bleiben. Unser Geschäft ist ein stark durch Fixkosten ge-



triebenes Geschäft; deshalb sind hohe, stabile Marktanteile für uns sehr wichtig. Im Mobilfunkmarkt konnten wir unsere Marktanteile halten, im Internet-Breitbandgeschäft konnten wir die Marktanteile auf hohem Niveau halten und beim TV Geschäft sind wir gewachsen und sind heute Marktleader. Vor 10 Jahren hatten wir keine Marktanteile, heute haben wir 32% Marktanteile im TV Geschäft. Der Hauptgrund ist ein starkes Netz und ein starkes Produkt, das unsere Kunden lieben.

Zwei, drei Worte zu den Beteiligungen. Wir haben als Beispiel im Jahr 2016 die Genfer Firma Open Web Technologies gekauft. Das ist eine Firma, die sich um digitale Transformation kümmert. Sie ist auch im Bereich Consulting und Software-Entwicklung tätig. Das stärkt unsere Position im Geschäftskundenmarkt. Weiter haben wir durch diverse Fusionen von kleineren Gesellschaften in die Swisscom Schweiz unsere Strukturen vereinfacht. Beispielsweise mit der Integration der Veltigroup oder Wingo. In Italien haben wir unsere Beteiligung an der Metroweb verkauft. Metroweb ist eine Firma, die im Raum Milano ein kleines Glasfasernetz betreibt. Wir haben die Beteiligung von 10,6% verkauft, weil sie für uns in dieser Art strategisch nicht wichtig ist. Wir haben aber weiterhin den vollen Zugang zu diesen Netzen.

Einige Worte zu den Kundenzahlen. Es ist imposant: wir haben 6,6 Mio. Mobilfunkkunden in der Schweiz. Davon sind 2,4 Mio. auf unseren Tarifen Natel Infinity. Das sind die All-Inclusive oder die Flatrate Tarife im Mobilfunkmarkt, bei welchen auch Roaming inkludiert ist. Diese laufen sehr gut und sind sehr beliebt bei unseren Kunden. Im Bündelgeschäft konnten wir wachsen; mit 18% sind wir gewachsen im Mobilfunkgeschäft.

Zu den Highlights 2016: wir haben weiter in unsere Infrastruktur investiert; in der Schweiz rund CHF 1,7 Mrd. Wir haben heute 3,5 Mio. Haushalte mit Ultra-Breitband versorgt, das heisst mit Bandbreiten über 50 Mbit/s. Damit können Sie ihre Breitbandbedürfnisse voll befriedigen. Wir haben als eines der ersten Unternehmen auf der Welt G.fast eingeführt. Das zeigt, dass wir auch hier einmal mehr Technologieführer sind. Swisscom ist in der ganzen Telekommunikationsbranche als Technologieführer bekannt. Bei der neusten Mobilfunktechnologie 4G, die heute auf dem Markt ist, haben wir eine Abdeckung der Bevölkerung von 99%.

Nun noch einige Worte zu unserem TV Produkt. Unser Swisscom TV ist sehr beliebt - in einem hart umkämpften Markt gewinnen wir Marktanteile. Dazu gibt es zwei zentrale Gründe: Wir haben eine Plattform geschaffen, die in ihrer Bedienung wesentlich einfacher ist. Stellen Sie sich vor, wie Sie vor 10 Jahren, bevor es dieses Swisscom TV Produkt gegeben hat, einen Video anschauten. Da mussten Sie zuerst in einen Laden gehen, ein Video kaufen und dann mühsam den Video-Recorder in Gang bringen, was meistens eine kleine Herausforderung war. Heute sprechen Sie in ihre Fernbedienung, eben wie Hansueli Loosli gesagt hat, auf Mundart, die Filme kommen hoch und Sie können mit Knopfdruck diesen Film schauen. Das ist der Hauptgrund, warum wir Erfolg haben mit unserem TV Produkt – eine einfache TV Plattform mit viel Funktionalität. Und zweitens haben wir ein gutes, breites Inhaltsangebot.



Kundenservice ist für uns ein wichtiges, zentrales Thema. Swisscom hat, wenn man im Konkurrenzvergleich die Kundenzufriedenheit anschaut, die höchste Kundenzufriedenheit. Wir müssen uns jeden Tag anstrengen, dass das so bleibt, respektive dass sie sogar steigt. Das ist eine zentrale Ambition der Swisscom. Deshalb investieren wir jedes Jahr in Serviceleistungen. Ein Beispiel dazu sind die Repair-Centers in den Shops. Wir haben heute Shops, wo Sie Ihr Handy hinbringen und reparieren lassen können. Innerhalb von Stunden wird Ihnen das Handy repariert - das wird von unseren Kunden sehr gut nachgefragt.

Bei den Innovationen möchte ich die Spracherkennungssoftware nicht weiter erläutern, die hat Hansueli Loosli Ihnen bereits erklärt. Eine andere Innovation, die wir in 2016 auf den Markt gebracht haben, ist der Internet-Booster. Das ist ein Gerät, mit welchem Sie auf dem Festnetz höhere Bandbreiten erreichen. Es ist insbesondere geeignet für Regionen, wo wir noch nicht so schnelle Internetanschlüsse anbieten. Mit dieser Technologie erreichen Sie Bandbreiten von bis zu 40 Mbit/s - damit können Sie die neusten Fernsehprodukte anschauen. Weiter haben wir die Internet-Box lanciert. Das ist eine neue Box, die wesentlich bessere WLAN Versorgung im Hause bietet. Sie bietet aber auch Basisfunktionen fürs Telefon - Sie können zum Beispiel Ihr Telefon vom Festnetz auf Mobile umstellen und Daten auf der Box abspeichern. Es ist ein kleines Datencenter für Zuhause. Ein Wort möchte ich noch zum Callfilter sagen. Der Callfilter ist eine technische Lösung der Swisscom, die Ihnen unbeliebte Werbeanrufe rausfiltert. Es ist heute für viele Kunden ein Problem, dass man dauernd Werbeanrufe auf dem Festnetz erhält. Mit dieser Innovation konnten wir seit November, seit wir sie eingeführt haben, bereits 2 Mio. unerwünschte Werbeanrufe abfedern. Über 100'000 Kunden beziehen dieses kostenlose Produkt von uns. Sie können dieses im Kundencenter aktivieren lassen. Das als Auswahl von einigen Innovationen. Es wären noch viel mehr zu erwähnen, aber ich möchte jetzt nochmals kurz auf das Festnetzgeschäft eingehen.

Das Festnetzgeschäft ist vom Teilnehmerbestand her leicht rückläufig. Warum? Der Hauptgrund dafür ist die Festnetztelefonie. Immer weniger Leute nutzen Zuhause das Festnetztelefon. Die Kunden, die wir verlieren, gehen nicht zur Konkurrenz, sondern machen eine Substitution über das Mobilfunknetz. Sie sagen, ich telefoniere nur noch Mobile, mein Festnetz Zuhause brauch ich nicht mehr. Das führt zu diesen rückläufigen Kundenzahlen im Festnetzgeschäft. Auf der anderen Seite, und das ist das Schöne, wachsen wir bei TV und bei den Internetanschlüssen. Noch ein Wort zu den Festnetztelefonie-Anschlüssen: Allen Unkenrufen zum Trotz, das Festnetztelefonie-Geschäft ist nicht tot, gerade im Geschäftskundenmarkt wird das Festnetztelefon weiter eine wichtige Rolle behalten. Es ist das Interface zum Kunden, aber auch im Privatkundengeschäft wird das Festnetz an vielen Orten auch in Zukunft gebraucht werden.

Im Mobilfunkgeschäft hatten wir in den vergangenen Jahren gute Zuwachsraten. Sie sehen aber, dieses Geschäft stagniert. Der Grund ist klar: die Schweiz hat 8 Mio. Einwohner und die Swisscom hat 6,6 Mio. SIM Karten. Da gibt es nicht mehr viel Wachstumspotenzial. Deshalb sind wir hier in



einem gesättigten Markt und dies äussert sich jeden Tag im Markt, über aggressive Preispromotionen oder preislich aggressive Angebote, also ein Verdrängungskampf. Auf der anderen Seite, und das ist das Spannende daran, die Teilnehmerzahlen wachsen nicht mehr, aber die Datennutzung steigt exponentiell. Jedes Jahr haben wir praktisch eine Verdoppelung des mobilen Datenverkehrs. Die Gründe dafür sind klar: Sie nutzen Applikationen wie YouTube, Sie schauen auf dem Mobile Fernsehen, wenn Sie von Bern nach Zürich fahren, oder Sie haben Ihre WhatsApp Bilder, die Sie verschicken. Eine Vielzahl von Applikationen führt dazu, dass wir eine exponentielle Steigerung des mobilen Datenverkehrs haben. Deshalb ist es so wichtig, dass Swisscom auch im Voraus in die Netzwerkinfrastruktur investiert.

Die Investitionen in die Infrastruktur, habe ich vorhin gesagt, sind auf einem rekordhohen Niveau: CHF 2,4 Mrd. auf Konzernstufe, etwa CHF 1,7 bis 1,8 Mrd. auf Stufe Swisscom Schweiz. Die Hauptinvestitionen fliessen aktuell in den Ausbau unserer Glasfasernetze. Wir haben uns die Ambition gesetzt, dass wir bis im Jahre 2021 jede Gemeinde mit der neuen, breitbandigen Internettechnologie modernisiert haben. Das heisst, 90% der Haushalte werden Ende 2021 Bandbreiten - also Übertragungsgeschwindigkeiten - von über 80 Mbit/s haben und je nach Ort, wo Sie sind, bis 1 Gbit/s oder sogar mehr. Das ist das grosse Projekt, in das ein Grossteil der Investitionen fliesst. Weitere wichtige Investitionsbereiche sind die Mobilfunknetze. Hier geht es darum, die Abdeckung der Mobilfunknetze noch besser und Netze noch schneller zu machen. Bemerkenswert ist, dass die Schweiz weltweit die besten Infrastrukturen hat. Wir erhalten top Rankings, wenn es um Infrastrukturleistungen geht, sei das im Mobilfunknetz oder auch im Festnetz. Und wenn Sie anschauen, wieviel in der Schweiz pro Einwohner investiert wird, sind das USD 395,5 pro Einwohner. Das ist eine Rekordsumme und führt zu dieser guten Infrastruktur. Und was ist der Grund? Der Grund ist ein funktionierender Infrastruktur-Wettbewerb, der durch eine gute Regulierung ermöglicht wird und zu dem wir Sorge tragen müssen.

Unsere Schwerpunkte 2017: Sie sehen, zur Umsetzung unserer Strategie und zur Erreichung unserer Prognose setzen wir die Schwerpunkte auf Transformation, Kerngeschäft optimieren, Fastweb weiterentwickeln, Fokus bei Wachstum und Operational Excellence. Auch auf der Kostenseite müssen wir unsere Effizienz weiter erhöhen.

Nun noch zwei, drei Worte zu Fastweb. Fastweb hat ein erfolgreiches 2016 hinter sich. Wir konnten bei den Internetkunden um 7% und bei den Mobilkunden um 27% wachsen. Wir haben einen EBITDA – einen Betriebsgewinn vor Abschreibungen und Zinsen – von EUR 660 Mio. erzielt. Das ist eine Steigerung des EBITDA um 14,8%. Wir gehen davon aus, dass wir auch in 2017 eine gute Geschäftsentwicklung mit Fastweb haben werden. Deshalb investieren wir in dieses Geschäft. Was ist an Italien eigentlich interessant? Italien ist per se nicht immer einfach und problemlos. Das Interessante am italienischen Markt ist, dass dieser Markt nicht gesättigt ist. Die Schweiz ist gesättigt; Italien hat nach wie vor viel Nachholbedarf bei Ultrabreitband-Dienstleistungen. Zum



Beispiel: nur leicht über 50% der Kunden in Italien haben einen Internetanschluss. An diesem Wachstum wollen wir partizipieren. Deshalb investieren wir in die Breitbandnetze. Wir investieren aber auch in unser Angebot für Geschäftskunden; 50% des Umsatzes von Fastweb kommt aus dem Geschäftskundenmarkt. Und wir investieren ins Mobilfunk, so dass wir diese gute Entwicklung weiterführen können.

Zum **Ausblick 2017**: wir gehen davon aus, dass wir weiter einen starken Preis- und Konkurrenzdruck haben werden. Schauen Sie sich die Medienlandschaft oder die TV-Spots und Plakatwände an. Da sehen Sie was abläuft. Der Wettbewerbsdruck war noch nie so hoch wie jetzt. Wir gehen davon aus, dass das auch im Jahr 2017 so sein wird. Deshalb bringen wir neue Produkte auf den Markt, mit denen wir uns attraktiv positionieren können. InOne ist so ein Produkt, da können Sie sich Ihr Portfolio zusammenstellen. Auf eine flexible Art und Weise können Sie Internet mit TV und Mobile eine gute Kommunikationslösung für Ihren ganzen Haushalt zusammenstellen. Wir werden aber auch weiterhin in grossem Umfang investieren - das ist wichtig. Wir investieren in die Festnetze, in die Mobilfunknetze, aber auch in Cloud-Lösungen - ein Zukunftsgeschäft für Swisscom.

Ich möchte zum Schluss kommen. Wir haben uns für das 2017 hohe Ambitionen in einem hart umkämpften Markt gesetzt. Ich glaube, dass wir diese Ambitionen, die Ihnen vorhin auch Hansueli Loosli vorgestellt hat, erreichen werden und somit ein gutes, solides 2017 haben werden. Ganz herzlichen Dank für Ihr Vertrauen in die Swisscom, als Aktionär und Kunde.