



Generalversammlung, 3. April 2017

Referat Hansueli Loosli, Präsident des Verwaltungsrates

Sehr geehrte Aktionärinnen, sehr geehrte Aktionäre

Harte Brocken finden Sie am Buffet heute hoffentlich keine. Auch wenn das Jahr 2016 für Swisscom in einem weiterhin anspruchsvollen Umfeld und mit immer aggressiveren Mitbewerbern im übertragenen Sinn durchaus als harter Brocken durchgehen könnte. Harte Brocken geben etwas mehr zu beissen. Und genau das haben wir getan und meinen uns auch erfolgreich behauptet zu haben. Deshalb blicken wir auf ein erfolgreiches Jahr zurück. Bei der Anzahl der TV- und Breitbandanschlüsse sowie bei den Bündelangeboten konnten wir erneut zulegen. Zusätzlich freut uns, dass auch Fastweb in Italien auf ein äusserst erfolgreiches Jahr zurückblicken kann.

Weshalb ich nach dem kraftvollen Einstiegsfilm trotzdem von harten Brocken spreche, fragen Sie sich sicher. Grundsätzlich ist der Verwaltungsrat mit dem Ergebnis 2016 zufrieden. Swisscom hat die Prognosen für das Jahr erreicht und ihre Marktposition in der Schweiz gehalten. Aber der immer stärkere Wettbewerb, die tieferen Preise beim Roaming sowie das abflachende Teilnehmerwachstum haben die Umsätze im Schweizer Kerngeschäft sinken lassen. Die Marktsättigung zeigt sich exemplarisch im Mobilfunkbereich. Anstatt wie in früheren Jahren zu wachsen, blieb die Zahl der Mobilfunkanschlüsse im Vergleich zum Vorjahr praktisch stabil.

Um unsere Position erfolgreich am Markt halten zu können, brauchen wir weiterhin eine top Infrastruktur. Wir sind überzeugt, dass sich die Investitionen in ein leistungsfähiges Netz und in eine leistungsfähige IT-Infrastruktur langfristig lohnen und für Swisscom die Basis ist, um fit zu bleiben. Denn schnelles Internet und eine gute Abdeckung auch in entlegeneren Regionen sind für unsere Kunden zentral. Die digitale Agenda 2020 der EU sieht eine Abdeckung mit 30 Mbit/s von 100% vor. Die Schweiz erfüllt diese Vorgabe mit 99% bereits jetzt fast. Das zeigt, dass unser Land über eine der besten Telekominfrastrukturen der Welt verfügt. 2016 haben wir dafür knapp CHF 1,8 Milliarden aufgewendet. Einen grossen Teil in den Ausbau des Ultrabreitbandnetzes. Per Ende Dezember haben wir 3,5 Millionen Wohnungen und Geschäfte mit Ultrabreitband mit Geschwindigkeiten von mehr als 50 Mbit/s erschlossen. Damit erreichen wir mehr als zwei Drittel der gesamten Bevölkerung. Dazu haben wir 2016, zusammen mit unserem Partner Ericsson, das Programm "5G für die Schweiz" lanciert. Mit an Bord ist auch die Ecole Polytechnique Fédérale de Lausanne. Gemeinsam erforschen wir die nächste Generation der Mobilfunktechnologie und setzen damit ein wichtiges Zeichen, um die



Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz in Europa zu stärken. Swisscom plant, ihr Netz voraussichtlich bis 2020 mit 5G zu ergänzen.

Kommen wir zu den Angeboten: Diese ähneln sich immer stärker und lassen sich auch einfacher kopieren. Umso wichtiger ist es für uns, unsere Angebote mit einzigartigen Erlebnissen zu verbinden und die Kunden damit zu begeistern und zu inspirieren. Das gelingt uns sicher mit Swisscom TV, heute mit 1,48 Millionen Abonnenten das beliebteste digitale Fernsehangebot der Schweiz. Pünktlich zum Start der Fussball Europameisterschaft konnten Swisscom Kunden als Erste in der Schweiz einzelne Spiele in der neuen superscharfen Ultra-High-Definition-Qualität sehen. Dazu ist die Suche nach Inhalten so einfach wie noch nie. Swisscom TV 2.0 versteht alle Deutschschweizer Dialekte, Französisch und Italienisch. Sie sprechen einfach einen Filmtitel oder den Namen ihres Lieblingsschauspielers in die Fernbedienung - und zwar eben nicht in Hochdeutsch, sondern einfach so, wie Ihnen der Schnabel gewachsen ist. Als weitere Neuerung können Menschen mit einer Hör- oder Sehbeeinträchtigung barrierefrei fernsehen. Weiterhin gross ist die Nachfrage nach gebündelten Angeboten und Pauschaltarifen. Sie bleibt ein wichtiger Treiber unseres Erfolges. Das Mobilfunk Abo Natel infinity 2.0 verzeichnete nur neun Monate nach der Lancierung mehr als eine Million Kunden. Und mit inOne steht bereits die nächste Abo-Generation am Start. Urs Schaeppi wird Ihnen dazu mehr erzählen.

Auch das Lösungsgeschäft für Unternehmenskunden wächst weiter. Dies insbesondere dank sogenannter Managed Network Services und grosser IT-Outsourcing-Projekte. Dazu konnte Swisscom namhafte Geschäftskunden für die Umsetzung von Cloud- und Digitalisierungsstrategien gewinnen.

Viel Freude macht uns Fastweb. Unsere italienische Tochtergesellschaft blickt auf ein erfolgreiches 2016 zurück. Sie konnte ihren Umsatz um 59 Millionen Euro auf knapp 1,8 Millionen Euro erhöhen. Der EBITDA betrug 661 Millionen Euro, eine satte Zunahme von 14,8 % im Vergleich zum Vorjahr. Die erreichten Erfolge machen uns stolz. Aber der immer härtere Wettbewerb zeigt uns auch allzu deutlich: Darauf ausruhen dürfen wir uns nicht, denn die Digitalisierung schreitet voran und verändert unsere Wirtschaft, wie auch uns als Gesellschaft. Neue Verhaltensweisen und Geschäftsmodelle entwickeln sich. Menschen mieten und teilen Dinge, anstatt sie zu kaufen. Neue Plattformen entstehen. So durchdringt die Digitalisierung unseren Alltag und die Arbeitswelt immer stärker. Wir gehen davon aus, dass 2017 drei Trends unser Geschäft besonders prägen werden: (1) das Internet der Dinge, (2) die künstliche Intelligenz sowie (3) die datenbasierten Geschäftsmodelle.

Zum ersten Trend, dem Internet der Dinge: Die Vernetzung von Gegenständen ist nicht ganz neu. Neu ist, dass das Internet der Dinge jetzt bereit ist, den ganz normalen Alltag zu erobern. Möglich macht dies, das Low Power Network. Ein dediziertes Netzwerk allein für das Internet der Dinge, welches energieeffizient und zu einem Bruchteil der früheren Kosten betrieben werden kann. Swisscom war 2016



weltweit unter den ersten Anbietern, die ein nationales Low Power Netz in Betrieb genommen haben. Heute decken wir damit bereits 80 Prozent der Schweiz ab. Die Vernetzung der alltäglichen Dinge ist damit kein Problem mehr. Bald meldet Ihnen Ihr Briefkasten, dass Post eingegangen ist, der Kühl- schrank, was nachgefüllt werden muss. Oder Ihnen wird automatisch mitgeteilt, wo sie ihren verlorenen Hausschlüssel liegengelassen haben. Das Marktpotenzial ist riesig. McKinsey schätzt dieses bis 2025 weltweit auf 11 Billionen US-Dollar ein.

Zum zweiten Trend, der künstlichen Intelligenz: Wenn Sie denken, Sie kennen künstliche Intelligenz aus Filmen wie "I- Robot" oder "Terminator", muss ich sie leider enttäuschen. Damit hat künstliche Intelligenz rein gar nichts zu tun. Für uns heißt künstliche Intelligenz ganz vereinfacht: Der Computer liest Daten, kombiniert diese Informationen im System, zieht daraus eine Schlussfolgerung und spuckt ein Resultat aus. Das hilft uns, Daten zu erfassen, zu analysieren und zu nutzen. Intern tun wir das bereits beim Kundendienst. Das sieht dann wie folgt aus: Ein Kunde ruft an und erklärt sein Problem. Der Berater tippt ein paar Schlüsselworte in den Computer und die künstliche Intelligenz sucht automatisch nach ähnlichen Fällen bei anderen Kunden. Innert Sekunden schlägt das System dem Berater eine Antwort vor. Denn was in der Vergangenheit geholfen hat, könnte auch hier das richtige Vorgehen sein. Am Schluss bewertet der Berater den Lösungsvorschlag. So lernt das System laufend mit und verbessert auch seine Vorschläge. Seit wir künstliche Intelligenz einsetzen, arbeiten unsere Berater 10% effizienter. Die möglichen Einsatzgebiete der künstlichen Intelligenz sind immens. Überall dort, wo Daten helfen Abläufe zu verbessern - zum Beispiel eben im Kundendienst, bei der Sicherheit, im Marketing, im Personalwesen und vielem mehr - kann diese künstliche Intelligenz auch angewendet werden.

Die grössten Chancen sehen wir im Trend Nummer drei, den datenbasierten Geschäftsmodellen: Mit der wachsenden Digitalisierung produziert die Gesellschaft und die Wirtschaft eine immense Menge an Daten. Diese haben ein riesiges Potenzial. Nicht umsonst werden Daten auch das Öl des 21. Jahrhunderts genannt. Swisscom verfügt als ICT-Unternehmen über Daten, die beim Gebrauch unserer Dienste anfallen. Dank der Digitalisierung lassen sich diese verknüpfen. In letzter Zeit wurde in verschiedenen Medien gemutmasst, ob Swisscom persönliche Kundendaten an Dritte weitergibt. Da sage ich Ihnen klar nein, das tun wir nicht. Was wir nutzen, sind anonymisierte und aggregierte Angaben zum Geschlecht, zur Altersgruppe und zur Wohnregion der Kunden. Diese lassen absolut keinen Rückschluss auf irgendeine Einzelperson zu. Zudem haben Sie die Wahl: Sie als Kunde können der Nutzung dieser anonymen Daten jederzeit auch widersprechen. Tun Sie dies nicht, kann ein möglicher Vorteil für Sie wie folgt aussehen: Sie, 55, weiblich, wohnhaft in der Region Zürich sehen online in Zukunft Werbung, welche spezifisch für Frauen zwischen 30 und 59 relevant sein könnte – anstatt für den klassischen Herrenduft von irgendeiner Firma. Personalisierte Werbung nennt sich dies und ist längst weit verbreitet. Ist Ihnen auch schon aufgefallen, wenn Sie zum Beispiel bei Google nach einem roten Kleid suchen würden. Google merkt sich Ihre Suche – und schwupp, bekommen Sie im An-



schluss auf diversen Webseiten Werbung für rote Kleider angezeigt. Für uns ergeben solche datenbasierten Geschäftsmodelle völlig neue Möglichkeiten bei der Betreuung der Kunden, in der Entwicklung von Produkten und in der Erbringung von Dienstleistungen. Wir denken, dass diese Modelle langfristig das Potenzial haben, neue Wachstumsfelder zu erschliessen um damit auch das Kerngeschäft zu stärken. Deshalb verfügen wir seit letztem Jahr über eine eigene Digital Business Unit, die genau diese datenbasierten Geschäftsmodelle vorantreibt sowie Innovationen und neue Wachstumsfelder in Swisscom hineinträgt. Dazu gehören auch der Infodienst localsearch, siroop oder Admeira, unsere Werbeallianz mit Ringier und der SRG.

Für Swisscom heisst dies, das Geschäft konsequent auf die neuen Anforderungen der vernetzten Welt und die damit verbundenen Bedürfnisse von Privatpersonen, KMU und Grossunternehmen auszurichten. Dabei wollen wir unsere Kunden mit einzigartigen Erlebnissen begeistern und fordern, aber nicht überfordern. Denn unser Anspruch ist es, der beste Begleiter in der vernetzten Welt zu sein. Gleichzeitig stehen wir aber auch für Einfachheit und wollen unseren Kunden ein vertrauenswürdiger und inspirierender Partner bleiben – und zwar immer und überall. Als Pionier wollen wir die Digitalisierung mitprägen und die Zukunft der digitalen Schweiz aktiv mitgestalten. Damit unser Land in Europa im Bereich der ICT führend bleibt. Mit welchen Schwerpunkten wir dies erreichen werden, wird Ihnen Urs Schaeppi anschliessend erläutern.

Zum Erfolg braucht es wirtschaftliche Rahmenbedingung, die uns den nötigen unternehmerischen Handlungsspielraum auch bieten. Unser politisches Jahr 2016 war geprägt von der pro Service Public Initiative. Wir sind froh, dass das Schweizer Stimmvolk das Rad der Zeit nicht zurückgedreht hat und eine klare Mehrheit der Stimmenden und alle Stände die Initiative abgelehnt haben. Das Thema Löhne beschäftigt das Parlament aber nach wie vor. So hat der Bundesrat im Dezember die Managerlöhne der bundesnahen Betriebe beschränkt. Der variable Lohnanteil darf künftig 50 Prozent des Fixlohnes nicht übersteigen. Swisscom ist davon nicht betroffen. Als börsenkotierte Unternehmung gilt für uns die Verordnung gegen übermässige Vergütungen bei börsenkotierten Aktiengesellschaften. Sie als Generalversammlung genehmigen die maximalen Gesamtvergütungen der Konzernleitung und des Verwaltungsrats und haben die Möglichkeit, ihre Meinung dazu im Rahmen einer Konsultativabstimmung zum Ausdruck zu bringen. Die Zahlen werden im Vergütungsbericht transparent offengelegt. Eine Beschränkung der Löhne würde uns gegenüber nationalen, wie auch internationalen Mitbewerbern schwächen.

Weiter setzen wir bis Ende Jahr die neue Grundversorgungskonzession um, mit der uns die Eidgenössische Kommunikationskommission ComCom ab 2018 für weitere fünf Jahre betraut hat. Mit ihr steigt etwa die Mindestgeschwindigkeit eines Internetanschlusses um 50% oder sie ermöglicht uns die Umstellung auf All IP. Sie befreit uns auch von Pflichten, die nicht mehr dem Geist der Zeit entsprechen, etwa dem Betrieb öffentlicher Telefonkabinen, die nicht mehr benutzt werden und immer mehr durch Mobilfunktelefonie ersetzt werden. Genau wie alle anderen Produkte und Dienstleistungen werden wir diese nach den Kundenbedürfnissen ausrichten. Zudem will der Bundesrat im Sep-



tember seinen Vorschlag zur Revision des Fernmeldegesetzes verabschieden. Zum heutigen Zeitpunkt sehen wir dies etwas skeptisch. Die Schweizer Regulierungsbehörde beabsichtigt eher eine Verstärkung der Regulierung, wie zum Beispiel eine mögliche Regulierung der Glasfasernetze. Im Schweizer ICT-Markt herrscht intensiver Wettbewerb. Um jeden Kunden wird von allen gekämpft. ICT ist ein Infrastrukturgeschäft, welches auf Investitionsbereitschaft beruht. Der technologische Fortschritt prägt den Markt und macht ihn entsprechend dynamisch. Unser grösstes Risiko ist, dass neben dieser Dynamik auch die Regulierung zu einem wesentlichen Unsicherheitsfaktor werden könnte. Aber unser Markt erfordert Rechtssicherheit, damit sich die Rahmenbedingungen für die knapp 1,8 Milliarden Franken, die wir jährlich in unsere Infrastruktur investieren, nicht wieder ändern. Für Swisscom ist es essentiell wichtig, dass der Markt und der intensive Wettbewerb weiterspielen und wir unsere unternehmerische Freiheit bewahren können.

2016 konnten wir im Bereich der Nachhaltigkeit weiter punkten. Stolz macht uns auch die Auszeichnung der Zeitschrift Newsweek als viert-nachhaltigstes Unternehmen der Welt. Sie zeigt, dass nachhaltiges Handeln als integraler Bestandteil unserer Unternehmensstrategie eben auch fruchtet. Inzwischen sparen unsere Kunden durch die Nutzung unserer Dienste rund 450'000 Tonnen CO₂ pro Jahr. Das entspricht den CO₂-Emissionen unseres gesamten Unternehmens und unserer Lieferkette. Somit ist Swisscom erstmals klimaneutral. Sie sehen, uns liegt das Thema Nachhaltigkeit sehr am Herzen. Deshalb stehen wir auch der Energiestrategie 2050 von Bundesrat und Parlament, über welche wir im Mai abstimmen werden, positiv gegenüber. Diese vereint wichtige Anliegen des Klimaschutzes, Befindlichkeiten in der Bevölkerung sowie Interessen der Wirtschaft.

Bevor wir zum Ausblick auf das laufende Geschäftsjahr kommen, werfen wir noch einen Blick auf die Entwicklung der Swisscom Aktie. Der Kurs sank letztes Jahr um 9,3% auf 456.10 Franken, während der SMI Aktienindex um 6,8% sank. Im Vergleich mit den anderen europäischen Telekommunikationsunternehmen ist der Kursrückgang der Swisscom Aktie weniger stark ausgefallen.

Vor einem Jahr, am 12. April 2016, hat Swisscom eine ordentliche Dividende von 22 Franken pro Aktie ausbezahlt. Basierend auf dem Aktienkurs von Ende 2015 entsprach dies einer Rendite von 4,4%. Ich glaube sagen zu dürfen, dass im heutigen Umfeld mit sehr tiefen oder teils sogar negativen Zinsen dies nach wie vor sehr attraktiv ist. Ihnen als Teilnehmerinnen und Teilnehmer der heutigen Generalversammlung beantragen wir wieder eine Ausschüttung einer unveränderten ordentlichen Dividende von 22 Franken pro Aktie. Dies entspricht einer Dividendensumme von 1,14 Milliarden Franken und verleiht unserer Aktie weiterhin das Prädikat eines soliden Dividendentitels. Dazu verfolgen wir unseren unveränderten Grundsatz, bei Erreichen der Ziele die Vorjahres-Dividende nicht zu unterschreiten.

Damit sind wir bereits mitten im 2017. Schon die ersten Monate haben gezeigt, dass der Markt hart umkämpft bleiben wird und der Wettbewerbs- und Preisdruck weiter steigt. Wir sind jedoch über-



zeugt, dass wir gut aufgestellt sind, um weiterhin erfolgreich am Markt agieren zu können. So haben wir am 22. Februar dieses Jahres unser neues Abo inOne präsentiert und die Preispläne radikal vereinfacht. Jeder Kunde kann Telefonie, Internet und TV nach seinen Bedürfnissen kombinieren und bezahlt, was er auch wirklich braucht. Ein weiteres Ziel ist, die Kostenbasis bei uns bis 2020 um über 300 Millionen Franken zu senken, dies verfolgen wir ganz konsequent weiter. Dies erreichen wir mit Organisationsanpassungen, Stellenreduktionen, Prozessoptimierungen sowie der Transformation auf All-IP. So setzen wir die nötigen Mittel frei, um weiterhin in diese ganz wichtige Infrastruktur und auch in neue Geschäftsfelder investieren zu können – und die vielfältigen Chancen der Digitalisierung gezielt nutzen zu können.

Für das Geschäftsjahr 2017 erwarten wir einen Nettoumsatz von rund 11,6 Milliarden Franken und einen EBITDA von rund 4,2 Milliarden Franken. Wir rechnen für Swisscom ohne Fastweb aufgrund des hohen Wettbewerbs- und Preisdrucks mit einem leicht tieferen Umsatz, für Fastweb mit einem leichten Anstieg. Als Folge des Preisdrucks sowie weniger Festnetzanschlüssen rechnen wir für Swisscom ohne Fastweb mit einem um rund 100 Millionen Franken tieferen EBITDA verglichen mit 2016. Dazu tragen natürlich die sinkenden Roamingpreise bei. Positiv beeinflusst wird der EBITDA durch Kosten einsparungen und auch durch das Wachstum bei Fastweb. Die Investitionen in der Schweiz sowie bei Fastweb werden in Höhe des 2016 erwartet. Erreichen wir unsere Ziele wie geplant und auch schon angetönt, wollen wir Ihnen an der Generalversammlung 2018 für das Geschäftsjahr 2017 eine unveränderte Dividende von 22 Franken pro Aktie vorschlagen.

Wir blicken auf ein sehr intensives Jahr 2016 zurück. Dass ich heute hier über Erfolge und positive Zahlen sprechen kann, ist der Verdienst unserer über 20'000 Mitarbeitenden. An dieser Stelle danke ich allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, den Kadern und der Konzernleitung für ihr oft langjähriges Engagement. Ein besonderer Dank gebührt aber auch allen unseren Kundinnen und Kunden. Sie sind es, die uns fordern und motivieren, tagtäglich unser Bestes zu geben. Ich versichere Ihnen, dass wir auch weiterhin alles dafür tun werden, Sie immer wieder mit neuen Produkten, Services und Erlebnissen begeistern zu können. Auch Ihnen, meine sehr geehrten Aktionärinnen und Aktionäre, danke ich ganz herzlich. Ihr Vertrauen in Swisscom und Ihre Unterstützung freuen mich sehr. Gemeinsam sind wir stark. Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.