

Geschäftsbericht 1997

Swisscom

Mensch und Kommunikation als Thema des Geschäftsberichtes

Der Swisscom-Geschäftsbericht vermittelt in seiner Funktion als Rechenschaftsbericht, Informations- und Imageträger einen aufschlussreichen Einblick in unser Unternehmen.

Der Geschäftsbericht 1997 ist der menschlichen Kommunikation gewidmet. Die Bildsprache basiert auf dem Ursprung und dem Urheber aller Kommunikation: dem Menschen. Die Fotografien mit kommunizierenden Gesichtern bilden einen bewussten Kontrast zur Hightech-Kommunikation, wie sie bei einem führenden Telekommunikationskonzern wie Swisscom vorausgesetzt wird. Die abgelichteten Menschen stehen für die sprachliche und kulturelle Vielfalt unserer Welt. Sie symbolisieren aber auch unsere Entschlossenheit, die Menschen anderer Länder und Kulturkreise mit überdurchschnittlichen Produkten und Leistungen für Swisscom zu gewinnen.

Der Geschäftsbericht sowie die Finanzberichterstattung von Swisscom 1997 sind nicht zur Distribution und/oder Veröffentlichung in den USA, Kanada oder Japan bestimmt. Die Finanzberichterstattung mit dem Finanzkommentar und der Konzernrechnung der Swisscom Gruppe sind diesem Geschäftsbericht beigelegt.

Kontaktstelle

Swisscom AG
Corporate Communications
Viktoriastrasse 21
Postfach
CH-3050 Bern
Telefon +41 31 342 36 78
Fax +41 31 342 27 79
Internet: <http://www.swisscom.ch>
E-Mail: swisscom@swisscom.com

Investor Relations

Curd-Hasso von Flemming
Telefon +41 31 342 64 10
Fax +41 31 342 64 11
E-Mail: Curd-Hasso.vonFlemming@swisscom.com

Impressum

Der Geschäftsbericht 1997 von Swisscom ist in deutscher, englischer, französischer und italienischer Sprache erhältlich. Zusätzliche Geschäftsberichte sowie weitere Informationen können mit dem beiliegenden Antwortalon angefordert werden. Aktuelle Informationen sind auch über Internet abrufbar.

Herausgeberin: Swisscom AG, Bern
Konzept und Realisation:
Eurocom Corporate & Financial Communications, Zürich,
Wirz Investor Relations, Zürich
Gestaltung:
Gottschalk+Ash Int'l
Redaktion: Swisscom AG,
Corporate Communications, Bern
Fotos: S. 38, 46, 52 Pia Zanetti, Zürich,
S. 6, 20, 30 Prisma

Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem
Papier

Copyright © by Swisscom AG, Bern

Inhalt

5	Unternehmensprofil
9	Präsidialadresse
10	Bericht des Präsidenten der Konzernleitung
12	Swisscom im liberalisierten Markt
	Die vier Konzerngeschäftsfelder
16	Voice
22	Mobile
25	Data & Multimedia
28	Carrier Services
32	Wesentliche internationale Beteiligungen
33	Internationale Aktivitäten
40	Swisscom & die Kunden
42	Swisscom & die Mitarbeitenden
45	Swisscom & die Öffentlichkeit
48	Swisscom & die Umwelt
50	Verwaltungsrat und Konzernleitung der Swisscom AG
53	Glossar
54	Adressen
	Impressum, Antworttalon

Unternehmensprofil

Swisscom ist mit einem Nettoumsatz von ca. 9,8 Mrd. CHF und rund 22000 Beschäftigten das führende Unternehmen der Telekommunikationsbranche in der Schweiz. Nach einer tiefgreifenden Umstrukturierung haben wir den Wandel von einem staatlichen Monopolbetrieb zu einem innovativen, kundenorientierten und international wettbewerbsfähigen Konzern vollzogen.

Swisscom ist das führende Unternehmen der Telekommunikationsbranche in der Schweiz.

Seit dem 1. Januar 1998 firmiert das Unternehmen als spezialgesetzliche Aktiengesellschaft, die für den liberalisierten Telekommunikationsmarkt in Europa und den geplanten Gang an die Börse ausgezeichnet positioniert ist. Für die Umsetzung der globalen Strategie stützt sich Swisscom auf Allianzen mit internationalen Partnern sowie auf Beteiligungen und Joint Ventures in ausgewählten Auslandsmärkten.

Schlanke, flexible Strukturen und kundenorientierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter befähigen Swisscom, gezielt auf die bestehenden und künftigen Bedürfnisse ihrer Kunden einzugehen. Die Gruppe betreibt und unterhält in der Schweiz ein dichtes Sprach-, Mobil- und Datennetz mit mehr als fünf Millionen Anschlüssen. Als Vollsortiments-Anbieter nutzt Swisscom ihre technologische Spitzenstellung und ihr ausgewiesenes Innovationspotential, um Mehrwerte für ihre Anspruchsgruppen zu schaffen. Verbunden mit einer klaren Investitionspolitik und einer straffen Kostendisziplin zielt unsere Strategie darauf ab, den Unternehmenswert nachhaltig zu steigern.



Von Telecom PTT zu Swisscom

[Willkommen im ersten Geschäftsbericht von Swisscom!](#)

Unser bisher als Telecom PTT operierendes Unternehmen zeichnet seit dem 1. Januar 1998 als spezialgesetzliche Aktiengesellschaft und verfügt damit über jenes rechtliche Kleid, das ein erfolgreiches Agieren im liberalisierten europäischen Telekommunikationsmarkt ermöglicht. Der neue Name, die neue Rechtsform und der frische Kommunikationsauftritt sind die sichtbaren äusseren Änderungen, denen sich unser Konzern unterzogen hat.

Der Wandel von Telecom PTT zu Swisscom hat fundamentalen Charakter. Unser Unternehmen hat sich vom Regiebetrieb des Bundes in einem geschützten Markt zu einem kapitalmarktfähigen Unternehmen in einem nahezu grenzenlosen Wettbewerb entwickelt. Die Ergebnisse des Wandels sind u.a. die Einführung einer kundenorientierten Prozessorganisation, die beschleunigte Innovation, die vorbehaltlose Fokussierung auf die Kundenbedürfnisse sowie die stetige Produktivitätssteigerung und konsequente Sicherung einer marktüblichen Rentabilität.

Wir haben einen wachen Geist, einen gesunden Körper, ein passendes Kleid und eine sportliche Einstellung. Kurz: Wir sind bereit, uns den Herausforderungen der Zukunft optimistisch und selbstbewusst zu stellen. Ich bin deshalb überzeugt, dass es Swisscom in Übereinstimmung mit den strategischen Zielen des Bundesrats gelingen wird, die Marktführerschaft im Inland zu sichern, eine gezielte Position im internationalen Markt einzunehmen, den Unternehmenswert nachhaltig zu steigern und gleichzeitig ein attraktiver Arbeitgeber zu sein.

Für die Bereitschaft, an den Veränderungen aktiv mitzuwirken, für das beeindruckende Engagement und für die künftige Leistungsbereitschaft danke ich allen Beteiligten ganz herzlich, allen voran unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Markus Rauh'. The signature is fluid and cursive.

Dr. Markus Rauh

Präsident des Verwaltungsrates der Swisscom AG



Agil, innovativ und erfolgsorientiert

Seit dem 1. Januar 1998 weht in der Telekommunikation der frische Wind des freien Marktes. Die neu gegründete Swisscom AG steht im Wettbewerb. Sie hat sich einem umfassenden Fitnessprogramm unterzogen und sich innert kürzester Frist strukturell, organisatorisch und kulturell auf die Herausforderung des Marktes eingestellt. Der Weg von Swisscom weist zu einer börsenkotierten Gesellschaft, zu Leadership in einem liberalisierten Umfeld und zu einer verstärkten Position in ausgewählten Auslandsmärkten. Er ist geprägt von einer konsequenten Kundenorientierung, kurzen Entscheidungswegen, Schnelligkeit in der Umsetzung und ergebnisorientiertem Denken und Handeln. Heute liegt eine wichtige Etappe unseres Wandels zum modernen Serviceunternehmen bereits hinter uns. Swisscom ist eine spezialgesetzliche Aktiengesellschaft, die von einem entscheidungsfreudigen und ergebnisorientierten Management geführt wird. Swisscom positioniert sich als erfolgreichstes und sozialverantwortliches Telekommunikationsunternehmen in der Schweiz. Sie bietet umfassende Leistungen für global tätige Kunden an. Wir setzen alles daran, um die bestehende Kundenbasis und unsere führende Stellung als Vollsortimentsanbieter im Inland zu halten. Dank Produktinnovationen, kreativen und kundengerechten Dienstleistungen zu konkurrenzfähigen Preisen, einem zuverlässigen Service sowie der Erschliessung neuer Märkte schaffen wir Mehrwert für unsere Kunden.

Der Eintritt in den liberalisierten Markt war notwendigerweise mit Restrukturierungsmaßnahmen verbunden. So wurde im vergangenen Jahr ein Programm zur vorzeitigen Pensionierung von älteren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eingeführt. Der Trend zur Auslagerung von Bereichen, die nicht zur Kernkompetenz von Swisscom zählen, setzt sich fort.

Die konsequente Umstellung vom strukturdominierten zum prozessorientierten Unternehmen wird durch ein umfassendes Qualitätsmanagement (TQM) wesentlich unterstützt. Von 31 Zertifizierungseinheiten haben im Berichtsjahr 22 Einheiten die Zertifizierung nach ISO 9001 bzw. 9002 erhalten. Die übrigen Zertifizierungen folgen 1998. Die meisten Teilbereiche wurden überdies nach der Umweltnorm ISO 14001 zertifiziert, die ein planmässiges und umfassendes Umweltmanagement verlangt.

Swisscom und die Financial Community

Das Geschäftsjahr 1997 war geprägt durch die intensiven Vorbereitungen des Unternehmens auf den geplanten Börsengang. Der Bund ist Hauptaktionär der Swisscom AG und verfügt damit über die stimmen- und kapitalmässige Mehrheit der Unternehmung. Er gab am 13. Mai 1998 „Grünes Licht“ zum Börsengang von Swisscom. Damit fiel der Startschuss zum Verkauf von bis zu 49,99% der Anteile. Vorgesehen ist, die Aktien der Swisscom AG als Namenaktien in den Börsenhandel einzuführen. Die Aktien sollen im In- und Ausland institutionellen Anlegern, privaten Anlegern sowie den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern von Swisscom angeboten werden. Der Eigner wird den Zeitpunkt und das genaue Ausmass der Veräusserung erst kurz vor dem Börsengang festlegen. Als Hauptbindeglied zwischen der Financial Community und der Swisscom AG wurde die Abteilung Investor Relations aufgebaut. Durch eine aktive, offene und kontinuierliche Kommunikation mit der Financial Community wollen wir für bestehende und potentielle Aktionäre der Swisscom AG eine solide Vertrauensbasis schaffen und Swisscom als dynamische, erfolgsorientierte Gruppe profilieren. Schnelligkeit, Leistungsbewusstsein, Kundennähe, Kosteneffizienz und Steigerung des Unternehmenswertes sind Ziele, die wir nur gemeinsam mit den verschiedenen Anspruchsgruppen des Unternehmens erreichen können. Kunden, künftige Aktionäre, Mitarbeiter, Partner und Lieferanten entscheiden darüber, wie die Erfolgsgeschichte der noch jungen Swisscom fortgeschrieben wird. Wir sind gewillt und bereit, uns den Anforderungen des freien Wettbewerbs zu stellen und uns in einem faszinierenden Umfeld agil, fair und erfolgsorientiert zu behaupten.



Tony Reis
Präsident der Konzernleitung der Swisscom AG

Neues Profil, frischer Wind, hohe Dynamik

Wie die Erfahrungen im Ausland zeigen, spornt der freie Wettbewerb an, noch mehr für die Kunden zu leisten. Wir wollen unsere Position als Marktführer mit qualitativ einwandfreien Produkten und Dienstleistungen, einem optimalen Preis-Leistungs-Verhältnis und einer ausgeprägten Innovationstätigkeit festigen. Auf die Liberalisierung des Telekommunikationsmarktes Schweiz per 1. Januar 1998 hat sich Swisscom gründlich vorbereitet.

Swisscom hat sich eine effiziente Organisationsstruktur geschaffen.

Mit Blick auf die vollständige Liberalisierung der Telekommunikation richtete Swisscom ihre Organisationsstruktur vollständig neu aus. Neu gebildet wurden u.a. die Geschäftseinheiten „Marketing & Sales“ sowie „Product Houses“, die für den Markterfolg von Swisscom von zentraler Bedeutung sind. „Marketing & Sales“ koordiniert, steuert und kontrolliert sämtliche Marketing- und Verkaufsaktivitäten des Unternehmens. Hauptziele der Geschäftseinheit sind die kundenorientierte Marktbearbeitung und die marktgerechte Umsetzung. Der Bereich „Product Houses“ ist für die Entwicklung und Betreuung der Produktbereiche Voice, Data & Multimedia und Mobile verantwortlich.

Die Kernaufgaben von Swisscom werden in den vier Konzerngeschäftsfeldern Voice, Data & Multimedia, Mobile und Carrier Services wahrgenommen. Voice betreut und entwickelt alle Dienste, Anlagen und Endgeräte der Sprachkommunikation übers Festnetz. Data & Multimedia ist in den Bereichen Datenkommunikation, Multimedia und Online-Dienstleistungen tätig. Mobile befasst sich mit der Mobiltelefonie, Paging und allen übrigen Dienstleistungen der Mobilkommunikation. Die Carrier Services schliesslich sind zuständig für die Interkonnektion und treffen Vereinbarungen mit anderen, insbesondere ausländischen Netzanbietern.

Interkonnektion

Die Telekommunikationsgesetzgebung sieht vor, dass Telekommunikationsunternehmen mit einer dominanten Stellung im Markt anderen Wettbewerbern Zugang zu ihrem Netz ermöglichen müssen. Da Swisscom in diesem Bereich bis anhin eine Monopolstellung einnahm, fällt sie unter die Bestimmungen dieser Gesetzgebung. Die Interkonnektion regelt die Zusammenschaltung der Netze von Swisscom und der übrigen Anbieter im Schweizer Markt. Durch den Zusammenschluss verschiedener Netze können die Mitbewerber auf ein eigenes, weitreichendes Netz und vor allem auf die „last mile“ zum Kunden verzichten. Swisscom hat für Mitbewerber, die neu in den Schweizer Markt eintreten, ein einheitliches Interkonnektionsangebot entwickelt.

**Der Übergang ins Jahr 2000
bedeutet für Swisscom mehr
als ein Jahrtausendwechsel.**

MillenniuM Swisscom

Der Übergang von 1999 ins Jahr 2000 bedeutet für Swisscom mehr als ein Jahrtausendwechsel, gilt es doch, die bisherige führende Position im liberalisierten schweizerischen Telekommunikationsmarkt zu behaupten und auszubauen. Als Anbieterin von umfassenden Kommunikationslösungen verfügt Swisscom über eine entsprechend leistungsfähige Infrastruktur mit einem dichten Kommunikationsnetzwerk und hochkomplexen Systemen. Ihr Betrieb wird mit Hilfe modernster, computergesteuerter Einrichtungen überwacht und sichergestellt.

Der Übergang ins Jahr 2000 stellt Swisscom nicht nur im Bereich der herkömmlichen EDV-Systeme vor grosse Anforderungen. Auch das gesamte Produkte- und Dienstleistungsangebot ist auf seine MillenniuM-Tauglichkeit zu überprüfen.

Wir haben das Projekt MillenniuM bereits im Juli 1996 gestartet. Ziel ist es, für unsere Kunden in der Telekommunikation einen möglichst reibungslosen Übergang ins 21. Jahrhundert sicherzustellen. Zusammen mit Partnern, Lieferanten und Kunden werden die relevanten Systeme gemäss BSI-Richtlinien (British Standards Institutions) überprüft und auf den neusten Stand gebracht. Priorität haben Telekommunikationssysteme der Bereiche Gesundheit, Wirtschaft und Politik. Ein zentrales Programm-Management, diverse dezentrale fachspezifische Teilprojektteams und externe Spezialisten sind für die Umsetzung der notwendigen Massnahmen verantwortlich. International werden die Anpassungen mit den Allianzpartnern AT&T USA, Telia Schweden, PTT Telecom Niederlande (heute KPN) und weiteren Welpartnern koordiniert. Zurzeit sind mehr als 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für das Projekt tätig. Wir sind überzeugt, dass sich Swisscom dank der eingeleiteten Massnahmen als zukunftsorientierter und zuverlässiger Anbieter von Kommunikationslösungen profilieren wird.

Marktanteilsverluste im Inland gleichen wir durch die Ausweitung unserer Märkte aus.

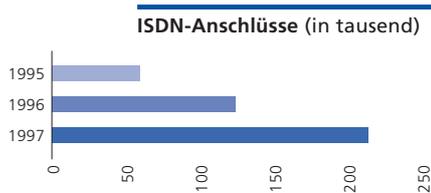
Voller Elan in die Zukunft

Der verschärfte Wettbewerbsdruck, die konsequente Ausrichtung auf die Kundenbedürfnisse und die raschen technologischen Fortschritte stellen uns vor bedeutende Herausforderungen. Wir sehen darin die Gelegenheit, unser umfassendes Wissen und Können in allen Belangen der Telekommunikation zu beweisen und uns als eines der führenden Telekommunikationsunternehmen zu profilieren.

Unsere bestehende Kundenbasis wollen wir verteidigen und neue Kunden dazugewinnen. Unvermeidliche Marktanteilsverluste im Inland werden wir durch die Lancierung neuer innovativer Produkte und Dienstleistungen sowie die Ausweitung unserer Märkte ausgleichen. Das hohe Pro-Kopf-Einkommen, die starke internationale Verflechtung der Wirtschaft und damit ein sehr hohes internationales Verkehrsaufkommen verdeutlichen das vielversprechende Potential des Schweizer Marktes.

Innovationen folgen Schlag auf Schlag

Voice konzentriert sich auf alle Belange der Sprachkommunikation ausser der Mobil- und der Internettelefonie. Dazu gehört der nationale und internationale Verkehr sowie Zusatzdienste, die analogen und digitalen Anschlüsse, die nationalen und internationalen Informationsdienste, Business Numbers, Tele- und Videokonferenz sowie Kundenendgeräte und Kundenlösungen.



Die Schweiz steht mit 66 Anschlüssen pro 100 Einwohner (analoge und ISDN-Anschlüsse) weltweit an zweiter Stelle.

Gegenüber dem Vorjahr verzeichnete der inländische Telefonverkehr, in Minuten gemessen, eine Zunahme von rund 10%, der internationale Telefonverkehr von 6%. Die Zahl der ISDN-Anschlüsse stieg um 72%, während die Anzahl konventioneller, analoger Anschlüsse von 4,2 Mio Ende 1996 auf 4,1 Mio sank. Swisscom belegt bei der ISDN-Versorgung weltweit eine Spitzenposition. Dank grosser Investitionen konnte das Netz bis Ende 1997 vollständig digitalisiert werden.

Swisscom will ihre Führungsposition als flächendeckender Vollsortiments-Anbieter im Bereich Sprachkommunikation halten. Mit der Telefonanschlusssdichte liegen wir mit 66 Anschlüssen pro 100 Einwohner (analoge und ISDN-Anschlüsse) weltweit an zweiter Stelle. In Zukunft richten wir die Vertriebswege und -methoden noch stärker auf die verschiedenen Kundensegmente aus. Die Angebotspalette wird kontinuierlich mit innovativen Dienstleistungen und Produkten ergänzt.

Preissenkungen im In- und Auslandverkehr

Bereits vor der vollständigen Liberalisierung senkte Swisscom die Preise für Telefonverbindungen im Inland um durchschnittlich 20%. Gleichzeitig reduzierten wir zugunsten einer übersichtlichen Preisstruktur die Anzahl Tarifzonen von vier auf zwei. Mit „Hello World“ führte Swisscom im Frühjahr 1998 ein Sparangebot für Privatpersonen im Bereich Auslandtelefonie ein. Gegen eine monatliche Grundgebühr von vier Franken werden für drei selbstbestimmte Telefonnummern im Ausland Rabatte gewährt. Geschäftskunden sowie Klein- und Mittelbetriebe profitieren mit der gleichzeitig eingeführten Dienstleistung „Favourite Countries“ von günstigeren Auslandstarifen.

OneNumber – One World

OneNumber, Anfang 1998 lanciert, bietet die Möglichkeit, unter einer einzigen, persönlichen Telefonnummer im In- und Ausland an Telefon- und Natel-Geräten erreichbar zu sein. Neben der ständigen Erreichbarkeit mittels Anrufumleitung, MessageBox und Connect-Service bietet OneNumber auch die Möglichkeit, im In- und Ausland bargeldlos zu telefonieren. OneNumber

OneNumber ist nicht mehr einem bestimmten Anschluss, sondern direkt dem Kunden zugeordnet.

ist nicht mehr einem bestimmten Anschluss, sondern direkt dem Kunden zugeordnet. Er kann sich an jedem beliebigen Telefon spontan registrieren und sofort unter seiner eigenen Nummer Gespräche empfangen und führen. Mit dieser Dienstleistung werden besonders Vielreisende, Personen mit mehreren Wohnsitzen und kleine Unternehmen angesprochen, die auf ein Höchstmass an Mobilität und Flexibilität angewiesen sind.

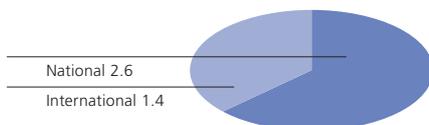
MessageBox – der unsichtbare Gratis-Anrufbeantworter

Der zentrale Telefonbeantwortungsdienst wurde im November 1997 regional eingeführt und steht seit Anfang 1998 allen Telefonkunden offen. Zurzeit sind in der Schweiz rund 600 000 Anrufbeantworter in Betrieb. Mit MessageBox fallen Anschaffungskosten und spezielle Geräte weg, denn diese Dienstleistung ist im Fixnetz integriert. Spezielle Abonnementsgebühren werden nicht erhoben; Kommunikationsgebühren fallen beim Besprechen und Abhören an.

International Prepaid Card – Bargeldlos in über 90 Ländern telefonieren

Mit der 1997 eingeführten International Prepaid Card von Swisscom kann man von fast jedem Telefonapparat (ausser Natel) in über 90 Ländern bargeldlos telefonieren. Die Gespräche werden durch den Kauf der Karte im voraus bezahlt. Zudem steht gratis ein viersprachiger Operator-Service rund um die Uhr zur Verfügung.

**Nettoumsatz Netzverkehr
(in Milliarden sFr.)**



Calling Card

Die bereits 1995 unter dem Namen Swiss Telecom Card eingeführte Karte wies auch im Berichtsjahr wieder ein markantes Umsatzwachstum auf, das unter anderem auf neue Zusatzdienste und eine Senkung der Grundgebühr zurückzuführen ist. Die Auflistung aller Gespräche in der Monatsrechnung bietet höchste Kostentransparenz. Die Karte mit dem persönlichen Code ist als Privat- oder Firmenkarte erhältlich und ist in über 90 Ländern weltweit einsetzbar.

+800 Universal Freecall – Gratisanrufe aus der ganzen Welt

Der nationale Freecall-Dienst 0800 und der internationale Freephone-Dienst „+800 Universal Freecall“ lösten per Ende 1997 die „Grüne Nummer“ 155 ab. Mit Universal Freecall erhält der Kunde eine international einheitliche und geografisch unabhängige Freephone-Nummer. Sämtliche Verbindungskosten eines Anrufs fallen dabei beim Angerufenen an. Das Unternehmen kann weltweit unter derselben Nummer erreicht werden. Bis Ende 1997 schloss Swisscom für den internationalen Dienst „+800 Universal



Mit grossen Investitionen wurde das Netz bis Ende 1997 vollständig digitalisiert.

Freecall“ mit 15 Ländern entsprechende Verträge ab. Die nationalen Dienste „0800 Freecall“ und Firstline mit den Nummern 0842, 0844 und 0848 verzeichnen monatliche Zuwachsraten von rund 9%.

Vom SwissNet zu ISDN

Seit dem 1. Oktober 1997 wird das frühere SwissNet unter dem Begriff ISDN geführt. Alle Kommunikationsdienste können über einen einzigen Anschluss digital übermittelt werden. ISDN ist in der Schweiz flächendeckend verfügbar. Im internationalen Vergleich verfügt die Schweiz bei den ISDN-Anschlüssen über eine der höchsten Penetrationsraten.

Videokonferenz

Videokonferenzen liegen aus Zeit- und Kostengründen immer mehr im Trend. Dank diesem System können mehrere Partner ortsunabhängig gleichzeitig miteinander kommunizieren und Daten austauschen. Das Angebot von Swisscom setzt sich aus den Teilbereichen Systeme (Kleinst- bis Grosssysteme), Dienstleistungen und Serviceleistungen zusammen. Der Bereich Dienstleistungen umfasst den Konferenzservice (Verbindung mehrerer nationaler und internationaler Konferenzteilnehmer), das Angebot von Konferenzstudios in der ganzen Schweiz und die Miete von Anlagen.

In Zusammenarbeit mit dem World Economic Forum und anderen Partnern realisierte Swisscom eine weltumspannende und bedienerfreundliche Videokonferenz. Um kompatible nationale oder globale Systeme anbieten zu können, die den Wünschen unserer Kunden entsprechen, arbeiten wir eng mit namhaften internationalen Partnern zusammen.

TeleConferencing

Mit TeleConferencing wurde ein neues und einfaches System mit vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten eingeführt. Anstelle aufwendiger Meetings tritt der ortsunabhängige, zeit- und kostensparende Informationsaustausch mittels TeleConferencing. Das Angebot reicht vom Unternehmen, das jederzeit mit seinen Filialen Besprechungen durchführt, über telefonische Pressekonferenzen bis zu internationalen Telefonmeetings. Dabei können bis zu 600 Personen über Telefon zu einem Konferenzgespräch zugeschaltet werden.

TeleConferencing ersetzt aufwendige Meetings durch einen kostensparenden Informationsaustausch.

Teilnehmervermittlungsanlagen

Teilnehmervermittlungsanlagen sind Gesamtlösungen, die durch die Verknüpfung der Kommunikations- und Datensysteme eines Unternehmens eine optimale interne und externe Kommunikation garantieren. Mit TOMAS, dem

**Die Erweiterung der
Auskunftsdienste wirkt sich
positiv aus.**

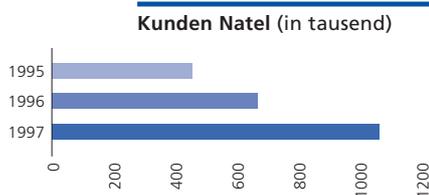
eigenen Netzmanagementsystem in Verbindung mit den Teilnehmervermittlungsanlagen, bieten wir unseren Kunden lückenlose Gesamtlösungen an. Die Systeme von Swisscom werden laufend den Marktbedürfnissen angepasst. Neu eingeführt wurde die digitale drahtlose Kommunikation nach dem europäischen DECT-Standard.

Operatordienste

Der nationale Auskunftsdienst mit der Telefonnummer 111 liefert Auskünfte rund um die Uhr. Als attraktive Erweiterung führte Swisscom auf den 1. März 1998 den neuen Zusatzdienst „111 plus 5“ ein. Nach erteilter Auskunft kann per Knopfdruck die gewünschte Verbindung hergestellt werden. Der internationale Auskunftsdienst mit den Telefonnummern 1151 bis 1154 und 1159 wurde auf die Standorte Genf, St. Gallen und Lugano konzentriert, die Zugriff auf verschiedene ausländische Datenbanken haben. Steht keine Datenbank zur Verfügung, werden die Nummern in Verzeichnissen gesucht oder im entsprechenden Land abgefragt. Die 1997 realisierte Erweiterung der Operator- und Auskunftsdienst-Plattformen wirkt sich auf die Anzahl beantworteter Anrufe und die Qualität der Dienstleistung positiv aus.

Mobilkommunikation kommt erst richtig in Fahrt

Die mobile Kommunikation gehört zu den dynamischsten Märkten der Telekommunikation. Das steigende Bedürfnis der Kunden, unabhängig vom jeweiligen Standort zu telefonieren, führt zu enormen Zuwachsraten. Im vergangenen Jahr schloss Swisscom jeden Monat bis zu 40 000 neue Kunden an das Natel-Netz an. Bis im November 1997 waren bereits 1 Mio. Anschlüsse registriert, d.h. jeder siebte Schweizer ist mobil verbunden.



Mit über 1 Mio. Kunden per Ende 1997 und einer Penetration von 15% liegt die Schweiz bereits vor Grossbritannien, Deutschland und Frankreich. In den skandinavischen Ländern, in denen die Mobiltelefonie immer häufiger die Fixanschlüsse ersetzt, liegt der Anteil an Mobiltelefonen teilweise über 30% – ein Hinweis auf das Potential des Schweizer Marktes. Die Mobiltelefonie boomt nicht nur in Europa, sondern auf der ganzen Welt. Jeden Monat werden weltweit über eine Million Menschen oder Unternehmen Teilnehmer des sogenannten Global System for Mobile Communications (GSM) und anderen Mobilnetzen. Rund 230 Mobiltelefoniebetreiber aus über 105 Ländern sind bereits Mitglied der GSM MoU Association, die den globalen Mobilstandard für die zellularen Netze schafft. Swisscom gehört weltweit zu den innovativsten Unternehmungen in der Mobilkommunikation. Ein attraktives und qualitativ hochstehendes Dienstleistungsangebot für Geschäfts- und Privatkunden, ein gut funktionierender Kundendienst und ein sympathischer Kommunikationsauftritt sind gute Voraussetzungen, um unsere Spitzenstellung am Markt auch unter Wettbewerbsverhältnissen zu halten.

Weltweite Erreichbarkeit dank Roaming-Verträgen

Dank den Roaming-Verträgen mit über 140 Vertragspartnern können Kunden von Swisscom in mehr als 80 Ländern mobil telefonieren. Roaming-Verträge mit nordamerikanischen Netzbetreibern stellen sicher, dass unsere Mobilkunden auch in New York, Washington D.C., Kalifornien und Kanada erreichbar sind. In Zusammenarbeit mit der britischen Vodafone bietet Swisscom unter der Bezeichnung Global Cellular Service anderen Netzbetreibern die Möglichkeit, sich an unser Roaming-Netz anzuschliessen. Mit einem einzigen Vertrag erhält ein Netzbetreiber Zugang zu einem der umfassendsten Netzwerke für Mobilkommunikation.

Natel GSM

Das vorteilhafte und erfolgreiche GSM-Angebot für den Gebrauch in der Schweiz nennt sich Natel swiss. Mit Natel international kann das Mobiltelefon zusätzlich in immer mehr Ländern innerhalb und ausserhalb Europas benutzt werden. Für neue Wachstumsimpulse im Mobiltelefonmarkt sorgte die wohl

Mit 140 Partnern in 80 Ländern hält Swisscom beim Roaming den Weltrekord.

erfolgreichste Innovation Natel easy. Das Gerät kann beim Kauf sofort in Betrieb genommen werden. Der Schlüssel zum GSM-Netz ist die wiederaufladbare Natel-easy-GSM-Card, auf der die teilnehmerspezifischen Daten gespeichert sind. Während des Telefongesprächs werden die Kosten laufend vom im voraus bezahlten Betrag von der GSM-Card abgebucht.

Erhöhte Kapazität im GSM-Netz

Um dem wachsenden Bedarf gerecht zu werden, haben wir mit Hilfe der neuen Dualband-Technologie (900/1800 MHz) die Kapazität des GSM-Netzes markant erhöht, und zwar vorerst in den Regionen Genf, Basel und Zürich. Im November 1997 kamen die ersten Dualband-Geräte auf den Markt, die automatisch den besser verfügbaren Frequenzbereich wählen. Das Eidgenössische Verkehrs- und Energiewirtschaftsdepartement hat 1997 die Zahl der künftigen Mobiltelefonnetz-Betreiber in der Schweiz festgelegt. Swisscom wird einen Teil ihrer bisherigen Frequenzen an zwei künftige Konkurrenten abtreten, wovon das Natel C-Netz betroffen ist. Swisscom nimmt im Natel C-Bereich seit Mitte 1997 keine Neukunden mehr auf und hat Anreize geschaffen, um den Kunden den Wechsel auf Natel GSM zu erleichtern.

Um dem wachsenden Bedarf gerecht zu werden, haben wir die Dualband-Technologie eingeführt.

Erweiterter Anwendungsbereich der Mobiltelefone

Mobiltelefone bieten als Transporteure von Informationen und Dienstleistungen ein breites, ständig wachsendes Anwendungsfeld. Zusammen mit einem Laptop, einer PC-Card als Bindeglied zwischen Natel und Computer und dem Zusatzabonnement Natel data können Daten und Faxmeldungen versandt werden. COMBOX zeichnet eingehende Anrufe oder Faxmeldungen auf; diese können über jedes beliebige Telefon abgehört bzw. auf jedem Faxgerät ausgedruckt werden. Meldungseingänge werden mittels Natel message angezeigt. Auch kurze Mitteilungen lassen sich so sicher und diskret von einem Mobiltelefon auf einen Pager, ein Faxgerät oder auf ein anderes Mobiltelefon übermitteln.

Seit Oktober 1997 können die Besitzer eines Postkontos via Postphone den Saldo oder die fünf letzten Buchungen via Natel abfragen, eine Dienstleistung, die auch im Bankensektor denkbar wäre. Swissair wird ihren regelmäßigen Fluggästen künftig ausgewählte Informationen per Natel zukommen lassen. Mit der Einführung eines neuen Parkleitsystems in Bern wird der Autofahrer bereits vor der Einfahrt in die Stadt feststellen können, welche Parkhäuser noch freie Plätze bieten. Die Nutzung des Natel als mobiles Kommunikationsmittel steht erst am Anfang. Wir prüfen in Pilotprojekten

Mobiltelefone bieten ein breites, ständig wachsendes Anwendungsfeld.

Telepage business ist ein diskretes und effizientes Kommunikationsmittel für Geschäftsleute.

laufend neue Möglichkeiten und erweitern unser Angebot mit innovativen Dienstleistungen, die wir als erfolgsversprechend beurteilen.

Mit Telepage jederzeit diskret erreichbar

Beim numerischen Pager werden Telefonnummern der Anrufer oder vereinbarte Nachrichtencodes übermittelt. Alphanumerische Pager lassen auch die Textübermittlung zu. Die hohe Übertragungskapazität und eine grosse Palette an Zusatzdiensten machen Telepage business zum idealen Kommunikationsmittel im Geschäftsleben. Wer ohne Natel leise und diskret erreichbar sein will, empfängt über Telepage business Anweisungen, Telefonnummern für Rückrufe, Adressen und andere Botschaften. Telepage business basiert auf dem Weltstandard für Funkrufe ERMES (Enhanced Radio Message System).

Das automatische Paging ist im Privathaushalt wie auch im industriellen Betrieb einsetzbar. Bei Betriebsstörungen, Einbrüchen, Versorgungsengpässen oder anderen Vorkommnissen kann ein spezielles Alarmierungssystem eine entsprechende Nachricht auf den Pager senden. Dank schneller Information kann der Empfänger die notwendigen Vorkehrungen zur Verhinderung weiteren Schadens treffen.

Datenkommunikation ist der Motor der Wirtschaft

Data & Multimedia umfasst die Geschäftsaktivitäten der Datenkommunikation. Darunter fallen nationale und internationale Mietleitungen, massgeschneiderte Internet-, Intranet- und Extranet-Gesamtlösungen aus einer Hand, die Kommunikationsplattform „the blue window“, Telefonverzeichnisse sowie Branchenlösungen für spezifische Bedürfnisse bestimmter Branchen wie z.B. Tourismus. Das gebündelte Portfolio umfasst auch die Aktivitäten der bisherigen Geschäftsbereiche der Unternehmen Unisource Business Networks Schweiz AG sowie der bisherigen Swisscom Tochtergesellschaften Swisscos AG und XMIT AG, die per 31. Dezember 1997 in Swisscom integriert worden sind.

Swisscom folgt ihren Kunden in die Welt hinaus.

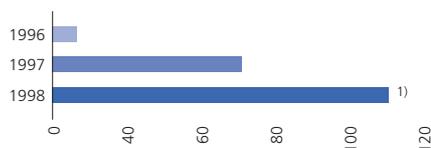
Unsere Kunden können auch über die Landesgrenzen hinaus in Österreich, Norditalien, Süddeutschland und im Elsass vom Produkte- und Dienstleistungsangebot im Bereich Data & Multimedia profitieren. Mit „Follow the customer“ beabsichtigen wir, unseren Kunden in die Hauptdestinationen Paris, London, Frankfurt und München zu folgen, und stellen damit den jederzeitigen Zugriff auf unsere Dienstleistungen sicher. In New York sind wir für unsere Kunden bereits vor Ort präsent.

Als Vollsortiments-Anbieter unterstützen wir unsere Kunden beim Eintritt ins „Global Village“.

Die vernetzte Welt

Information kennt keine Grenzen mehr. Ein immer dichteres Kommunikationsnetz wird von immer mehr Menschen genutzt. Weltumspannende Netzwerke bieten Zugriff auf eine ungeahnte Informationsfülle. Die Geschwindigkeit des Informationsflusses nimmt laufend zu. Die schnelle Beschaffung, Verarbeitung und Weiterleitung von Informationen für Unternehmen ist heute eine Voraussetzung für den Erfolg. Telekommunikation avanciert zum mitentscheidenden Wettbewerbsfaktor der Wirtschaft. Als Vollsortiments-Anbieter unterstützt Swisscom ihre Kunden mit einer umfassenden Palette leistungsstarker und anwendungsorientierter Dienstleistungen und entsprechender Netze für den Eintritt in das „Global Village“ Internet.

Kunden „the blue window“ (in tausend)



¹⁾ Stand: Juni 1998

The blue window: umfassendes Internet-Angebot

Weltweit nutzen rund 100 Millionen Menschen das Internet. Der Internet-Boom ist ungebrochen und birgt ein enormes Marktpotential. Rund 7% der Schweizer Bevölkerung verfügen privat oder geschäftlich über einen Zugang zum Internet. Die Internet-Plattform „the blue window“ der Swisscom wurde bereits im ersten Jahr der Markteinführung in der Schweiz von 70 000 Kunden genutzt. Über 500 Unternehmen profitieren von „the blue window“ für ihre geschäftlichen Aktivitäten. Dank diesem grossen Erfolg avancierten wir zu einem der führenden Anbieter von Internetzugängen. Das Schwergewicht der Internet- und Intranet-Anwendungen liegt auf Electronic Commerce, Banking und Shopping. Electronic Commerce ist ein

Das Internet-Geschäft beleben wir zusätzlich durch Partnerschaften mit Inhaltsanbietern.

Sammelbegriff für Geschäfte, die über Datennetze abgewickelt werden. Dabei kann es sich um Produktbestellungen, den Vertrieb von Software oder Dienstleistungsangebote handeln. Kernstück ist die Bezahlung direkt übers Netz. Voraussetzung ist eine sichere Datenübertragung. „Gold Access“ bietet ein leistungsfähiges Internet-Paket für Unternehmen. Mit „NetGrouper“ können geschlossene Benutzergruppen miteinander kommunizieren. Das Internet-Geschäft beleben wir zusätzlich durch Partnerschaften mit Inhaltsanbietern, den Aufbau eines Netzwerks in der Kommunikationsbranche und die Schulung von Anwendern. Zusammen mit IBM (Schweiz) AG hat Swisscom Ende 1997 mit dem Projekt „LEVEL“ eine Internet- und PC-Schulung für die gesamte Schweiz aufgebaut.

Optimale interne Kommunikation über Intranet

Im Gegensatz zum Internet, auf das jeder Benutzer mit entsprechender Ausrüstung und Anschluss uneingeschränkt Zugriff hat, definiert das Intranet den Benutzerkreis und legt zusätzlich Art und Ausmass des Zugriffs fest. Das unternehmensinterne Netzwerk Intranet beschleunigt den Informations-transfer, verkürzt Entscheidungs- und Produktionswege. Via Extranet (selektive Öffnung des Intranet) kann das Intranet auf einfache Weise mit internen Plattformen anderer Unternehmen und Organisationen verknüpft werden. Damit können Leistungen in neuen Märkten angeboten und die Ansprechpartner vervielfacht werden. Sind Intranet und Extranet aufgebaut, ist es nur noch ein kleiner Schritt ins „Global Village“ Internet.

Das modulare System von Swisscom bietet Netzwerklösungen mit diversen Optionen.

Breitbandübertragungen (Managed Bandwidth)

Unternehmensnetze müssen heute ein Maximum an Leistung bieten und jederzeit weiter ausbaufähig sein. Das modulare System von Swisscom bietet Netzwerklösungen mit diversen Optionen für die Übertragung von Sprache, Daten, Bildern und Video. Damit können bestehende Firmennetze optimiert oder neue Netzwerkprojekte realisiert werden. Um die hohe Qualität und die totale Verfügbarkeit dieser Dienstleistung zu gewährleisten, werden die Kundennetze im Servicecenter Bern rund um die Uhr End-to-End überwacht. Im Störfall sorgt das Netzwerk-Servicemanagement für die Lokalisierung und die sofortige Behebung und ermöglicht damit einen reibungs-



losen Übermittlungsfluss. Managed Bandwidth, die End-to-End-Überwachung sowie die automatische Ersatzwegschtaltung werden durch das leistungsstarke Managementsystem MilaNet ermöglicht. Dank der Verdreifachung der Kapazität dieser Plattform verfügte MilaNet Ende 1997 über 1500 Netzknoten und gehört zu den weltweit grössten Netzen des Herstellers Newbridge. Zurzeit laufen 11 000 Kundenpfade über MilaNet.

Verzeichnisse

Die Einführung des Telefonverzeichnisses auf CD war ein grosser Erfolg. Grosse und mittlere Unternehmen nutzen bevorzugt die Netzwerk-Version des Telefonbuches. Privatkunden greifen weiterhin zur gedruckten Version des Telefonbuches, dessen Auflage sich bei rund 8 Millionen eingependelt hat. Die neu eingeführten Internet-Verzeichnisse „Yellow Pages“ und das Verzeichnis der elektronischen Adressen für E-Mail und Homepages finden immer mehr Nutzer.

Optimale Netzressourcen für internationale Dienste

Die Geschäftseinheit Carrier Services ist verantwortlich für die Interkonnektion und den Verkauf von innovativen Netzlösungen und Netzdiensten an nationale und internationale Telekommunikationsanbieter. Dazu gehört auch die Infrastruktur für die Übertragung und Ausstrahlung von Radio- und Fernsehsendungen in der Schweiz.

Dank der universellen Übertragungseinrichtung SYDINET kann Swisscom auf Kundenwünsche im Bereich der konventionellen Swisscom-Dienstleistungen, Multimedia oder Internetdienste eingehen. Aufgrund der Zusammenarbeit mit den Unisource-Allianzpartnern in Schweden und den Niederlanden konnten in den drei Ländern dieselben universellen Übertragungplattformen geschaffen werden. Die enge Zusammenarbeit manifestiert sich im gemeinsam gegründeten Kompetenzzentrum in Bern, welches das grosse Synergiepotential im Bereich der universellen Transportinfrastruktur ausschöpft. Das „European Backbone Network“ verbindet die drei Ländernetze sowie weitere Einstiegspunkte in europäischen Hauptstädten, so dass sich schnell und zuverlässig End-to-End-Verbindungen realisieren lassen.

CityCore und CityLink

Mit den Citynetzen in wirtschaftlichen Ballungszentren der Schweiz bieten wir unseren Kunden Glasfaser-Infrastrukturen, die höchsten Ansprüchen gerecht werden. Vor allem Kunden im Dienstleistungssektor können von diesen Hochgeschwindigkeitsnetzen profitieren. Damit die jederzeitige Verfügbarkeit der Verbindungen gewährleistet ist, können auch zwei getrennte Wege eingerichtet werden.

Vor allem Kunden im Dienstleistungssektor können von unseren Hochgeschwindigkeitsnetzen profitieren.

Liberalisierung beeinflusst Numerierung

Das Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) ist seit dem 1. Januar 1996 für die Numerierung von Telefon- und Faxnummern zuständig. Ende 1996 wurden in der Schweiz die siebenstelligen Nummern eingeführt. Telecom-Anbieter entrichten für die beanspruchten Nummernblöcke eine einmalige Zuteilungsgebühr sowie eine jährliche Verwaltungsgebühr für die Nutzung.

MediaLink für die audiovisuelle Übertragung

Das Angebot von Swisscom erstreckt sich vom einfachen Anschluss bis zur komplexen Infrastruktur für die Übermittlung von Bild und Ton. Im Rahmen der mit dem Kunden erarbeiteten Globallösungen stellt Swisscom unter anderem komplette Studioausrüstungen, mobile Systeme für Live-Übertragungen und mobile Satelliten-Bodenstationen zur Verfügung. Mit der Produktlinie MediaSet bieten wir massgeschneiderte Gesamtlösungen für die Übertragung von Programmdateien.

Vormarsch der Satelliten in der TV-Versorgung

Mehr als 1600 Sender und Umsetzer an rund 480 Standorten sorgen für die Übertragung der Fernsehprogramme SF DRS, TSR und TSI in der Schweiz. Das analoge Netz zur TV-Versorgung hat seine Auslastungsgrenze erreicht. Zur Verbesserung der Bildqualität werden künftig auch Satelliten eingesetzt. Zwei Stationen wurden bereits auf Satellitenempfang umgestellt. Trotz der knappen Frequenzen wurde das Programmangebot diverser Sender weiter ausgebaut.

Stetiger Ausbau des UKW-Sendernetzes

Von den 798 UKW-Sendern der SRG, die sich an 264 Standorten befinden, bedienen 62% die deutsche und rätoromanische, 22% die italienische Schweiz und 16% die Westschweiz. Um eine Vollversorgung aller Strassenverbindungen in der Schweiz voranzutreiben, wurden in den Kantonen St. Gallen und Graubünden die Sender ausgebaut und fünf neue Rundfunkanlagen für die Versorgung der Nationalstrassentunnels in Betrieb genommen.

Wesentliche internationale Beteiligungen

Tochtergesellschaften und affilierte Gesellschaften

Name	Ort, Land	Beteiligungs- quote in %
JászTel Rt.	Jászberény, Ungarn	50
Mutiara Swisscom Berhad	Kuala Lumpur, Malaysia	30
Sterling Cellular Limited	New Delhi, Indien	32.51
Swisscom North America, Inc.	Washington D.C., USA	100
Swisscom S.p.A.	Mailand, Italien	100
Swisscom Telekommunikations GmbH	Wien, Österreich	100
Telecom FL AG	Vaduz, Fürstentum Liechtenstein	100
TelSource N.V.	Den Haag, Niederlande	49
tesion, GmbH & Co. KG	Stuttgart, Deutschland	50
Unisource N.V.	MV Hoofddorp, Niederlande	33.3

Übrige Beteiligungen

Infonet Service Corporation	El Segundo, CA, USA	18.7
-----------------------------	---------------------	------

Internationale Aktivitäten

Die Strategie von Swisscom ausserhalb der schweizerischen Landesgrenzen zielt darauf ab, die Bedürfnisse der bestehenden Kunden zu befriedigen und den Markt zu erweitern. Gleichzeitig sollen die bestehenden Beteiligungen konsolidiert und stärker in die übrige operative Tätigkeit von Swisscom eingebunden werden.

Die wichtigsten Elemente der internationalen Strategie sind die Erweiterung des Heimmarktes, die Präsenz in zusätzlichen, strategisch wichtigen Städten (Hot Spots) sowie das Angebot von paneuropäischen und globalen Dienstleistungen. Zudem streben wir an, unsere internationalen Beteiligungen in der Mobilkommunikation finanziell und operativ zu verstärken.

Erweiterung des Heimmarktes

Die Strategie besteht darin, den Heimmarkt von Swisscom durch eigene Tochtergesellschaften und/oder Joint Ventures in den angrenzenden Regionen der Nachbarländer zu erweitern. Diese strategisch relevanten Regionen stellen einen potentiellen Markt von rund 24 Mio. Einwohnern dar.

Deutschland

In Deutschland ist Swisscom mit 50% an der tesion GmbH & Co. KG, Stuttgart, beteiligt. Dabei handelt es sich um ein Joint Venture mit Energie Baden-Württemberg (EnBW), dem führenden Elektrizitätsversorger des Bundeslandes Baden-Württemberg. tesion verfügt über ein Glasfasernetz von 3000 km, dem zweitgrössten in Baden-Württemberg. Zudem profitiert das Joint Venture von den bestehenden Beziehungen der EnBW zu potentiellen Kunden. Swisscom bringt ihr reiches Know-how in der Telekommunikation ein und bietet Privat- und Geschäftskunden seit Januar 1998 hochwertige Sprach-, Daten- und Multimedia-Dienste an.

Italien

Vor kurzem hat Swisscom eine 100%ige Tochtergesellschaft, die Swisscom S.p.A. in Mailand, gegründet. Swisscom richtet sich mit ausgewählten Leistungen auf dem Gebiet der Sprach- und Datenkommunikation an Geschäfts- und Grosskunden in der Lombardei. Die Lombardei ist mit einer Bevölkerung von 4 Mio. Einwohnern und rund 37000 kleinen und mittelständischen Unternehmen die wichtigste Wirtschaftsregion des Landes.

Fürstentum Liechtenstein

Während der letzten 75 Jahre war Swisscom für die Telekommunikation in Liechtenstein zuständig. Das Fürstentum hat die Lizenzvergabe an einen Telekommunikationsanbieter öffentlich ausgeschrieben. Unsere 100%ige Tochtergesellschaft Telecom FL AG, Vaduz, hat in einer ersten Runde den Zuschlag für die Konzession für die Erbringung lokaler Grundversorgungsdienste und den Vertrag für Netzstrategie und -planung erhalten.

Estel ermöglicht die Erweiterung unseres Heimatmarktes in den französischen Raum.

Frankreich

Im April 1998 bildete Swisscom mit Electricité de Strasbourg (EDS) das Joint Venture „Estel“. In erster Linie sollen Sprach- und Internetdienste über die Netzwerke von EDS angeboten werden. Mit 1,6 Mio. Einwohnern, 42 000 kleinen und mittelständischen Unternehmen und der starken Verbindung mit der Schweizer Wirtschaft ermöglicht das Elsass eine wichtige Erweiterung unseres Heimatmarktes im französischen Raum.

Österreich

Im August 1997 gründete Swisscom die Tochtergesellschaft Swisscom Telekommunikationsgesellschaft m.b.H., Wien. Ende Mai 1998 übernahm unser Unternehmen 50% plus eine Aktie an UTA Telekom AG, Österreichs führendem alternativen Telekommunikationsanbieter. Das Gemeinschaftsunternehmen UTA bietet Geschäfts- und Privatkunden in ganz Österreich umfassende Telekommunikationslösungen an. Einer der Schwerpunkte von UTA ist der forcierte Ausbau von flächendeckend angebotenen Telefon-Dienstleistungen. Die Aktivitäten der Swisscom Telekommunikationsgesellschaft m.b.H. werden in die UTA Telekom AG integriert.

Präsenz in zusätzlichen, wichtigen Städten

Swisscom baut ihre Präsenz in strategisch wichtigen Städten auf.

Neben der Erweiterung des Heimatmarktes in den Nachbarländern werden wir in zusätzlichen, strategisch wichtigen Städten (Hot Spots) eine Präsenz vor Ort aufbauen. Wir beabsichtigen, in New York, London, Paris, Frankfurt und München grossen Geschäftskunden massgeschneiderte Kommunikationsdienstleistungen anzubieten.

Swisscom North America Inc. (SCNA), Washington D.C.

Im Mai 1997 wurde die Swisscom North America Inc. (SCNA) mit Sitz in Washington D.C. und operativer Präsenz in New York als 100%-Tochtergesellschaft von Swisscom gegründet. Das Angebot der seit Frühling 1998 operierenden SCNA umfasst End-to-End Service Level Agreements, 24-Stunden-Help Desk Support sowie Managed Network Services und umfassende Kommunikationslösungen für Unternehmen. Sie ist u.a. auch Anlaufstelle für Belange des Service Managements wie z.B. Rechnungsstellung in den USA.

Paneuropäische und globale Dienstleistungen

Unisource N.V.

Die Unisource-Gruppe konnte ihr Geschäftsvolumen 1997 um rund 30% steigern.

Die Unisource-Gruppe, die strategische Allianz von Swisscom, PTT Telecom Netherlands und der schwedischen Telia, konnte 1997 ihr Geschäft weiter ausbauen und das Geschäftsvolumen um rund 30% steigern. Zielgruppen

sind multinationale Unternehmen und Institutionen. AT&T-Unisource Communications Services (AUCS) wird zu 60% von Unisource und zu 40% von AT&T gehalten. AUCS konzentriert sich primär auf multinationale Kunden in Europa und bietet globale, auf den Kunden zugeschnittene Telekommunikationslösungen aus einer Hand an.

Die Zugehörigkeit zu WorldPartners, einer Allianz von Unisource, AT&T, der japanischen KDD, Singapore Telecom und der australischen Telstra, verleiht unserem Dienstleistungsangebot eine globale Dimension. Über einen einzigen Ansprechpartner können Partner wie auch Kunden von den Ressourcen und dem Know-how der ganzen Allianz profitieren.

Infonet Services Corporation, El Segundo CA, USA

Infonet Services Corporation, an der Swisscom mit 18,7% beteiligt ist, gehört zu den weltweit führenden Anbietern von massgeschneiderten Lösungen für die internationale Daten- und Sprachübertragung. Infonet ist primär im Netzwerkbereich tätig, wo vor allem sogenannte Remote Access-Dienste, Applikationen für Internet und Intranet, elektronische Einkaufsmöglichkeiten und Nachrichten-Übermittlungsdienste angeboten werden. Das globale Netz von Infonet ist aus über 180 Ländern zugänglich. Mit lokalen Vertretungen ist die Gesellschaft in 57 Ländern präsent. Im Aktionariat von Infonet sind verschiedene führende Telecom Operators vertreten.

Das globale Netz von Infonet ist aus über 180 Ländern zugänglich.

Internationale Beteiligungen: Mobilkommunikation

Swisscom engagiert sich in Märkten mit einem langfristig grossen Wachstumspotential. Die Strategie geht in Richtung verstärkter finanzieller und operationeller Einflussnahme.

Mutiara Swisscom Berhad, Kuala Lumpur, Malaysia

Swisscom ist mit 30% an der Mutiara Swisscom Berhad beteiligt und damit der grösste Aktionär an dieser Holdinggesellschaft, die seit Dezember 1997 an der Börse von Kuala Lumpur kotiert ist. Mutiara Swisscom hält 100% der Mutiara Telecommunications Sdn. Bhd. („Mutiara“).

Der malayische Telekommunikationsmarkt ist einer der dynamischsten und kompetitivsten in Südostasien. In den vergangenen Jahren hat Mutiara die technische Infrastruktur mit Glasfasertechnologie, digitaler Mikrowellen- und VSAT-Technologie zügig ausgebaut. Das von Swisscom eingebrachte Know-how in den Bereichen Mobilnetze, Produkte-, Dienstleistungs- und Technologieentwicklung hat massgeblich zum Wachstum von Mutiara beigetragen. Mutiara besitzt nationale Lizenzen für den Betrieb des grössten nationalen digitalen Mobilnetzes (GSM 1800), eines Fixnetzes, einen interna-

tionalen Gateway, VSAT und Data Network Services in Malaysia. Swisscom beabsichtigt, Mutiara zu ihrem Hauptstützpunkt für die Region Asien-Pazifik zu entwickeln. Mutiara hat ihre Stellung als führender Anbieter der Mobilkommunikation in Malaysia 1997 behauptet. Allerdings verlangsamte sich das Neukundenwachstum aufgrund der negativen Einflüsse, welche die Währungskrise in Asien auf die allgemeine Wirtschaftsentwicklung ausübte.

In der 12-Millionen-Stadt New Delhi wird unter Führung von Swisscom ein GSM-Mobilnetz aufgebaut.

Sterling Cellular Limited, New Delhi, Indien

1996 ging Swisscom eine strategische Beteiligung mit einem Anteil von 32,5% an Sterling Cellular ein. In der 12-Millionen-Stadt New Delhi wird unter Führung von Swisscom ein GSM-Mobilnetz nach dem neusten technologischen Stand aufgebaut. Die Produkte und Dienstleistungen werden unter dem Markennamen „Essar Cellphone“ vermarktet. Die Tochtergesellschaft Aircel Digilink hält Lizenzen für die Regionen Haryana, Rajasthan und Uttar Pradesh East, die den nördlichen Teil Indiens mit einem Netz abdecken, das über 170 Mio. Einwohnern die telefonische Versorgung ermöglicht. In den vier Regionen bestanden Ende 1997 rund 125 000 Kunden. Die Mobilnetze sind überall operationell und kommerziell eingeführt. Das Delhi-Netz erhielt im Frühling 1998 bereits seine dritte Vermittlungszentrale. 129 Basisstationen empfangen und senden die Sprach- und Datensignale der eigenen wie auch der Kunden anderer Mobilfunkbetreiber, mit denen eine Roaming-Vereinbarung besteht.

Weitere Beteiligungen: Osteuropa

SPT Telecom a.s., Prag

Gemeinsam mit den PTT Telecom Netherlands (heute KPN) erwarb Swisscom 1995 in Tschechien eine strategische Beteiligung von 27% an der teilprivatisierten nationalen Telefongesellschaft SPT Telecom. Die Beteiligung wird über das holländische Joint Venture TelSource gehalten, an dem Swisscom zu 49% beteiligt ist. SPT Telecom hat den Auftrag, bis zur Liberalisierung des tschechischen Telekommunikationsmarktes ihre Führungsposition auszubauen. Dank hoher Investitionen in die Infrastruktur sollen bis zum Jahr 2000 rund 4,4 Mio. Telefonlinien installiert sein, was einer Verdoppelung der heutigen Anschlüsse entspricht. Swisscom unterstützt SPT sowohl im technischen Bereich als auch in der operativen Führung.

SPT Telecom hält eine 51%-Beteiligung an Eurotel, einem der beiden Mobilfunkbetreiber in Tschechien. Die Einführung innovativer Produkte wie das von uns entwickelte Natel easy erlaubte Eurotel 1997, ihren Vorsprung gegenüber dem Mitbewerber auszubauen.

JászTel Rt., Jászberény, Ungarn

Ebenfalls im Rahmen eines Joint Ventures mit PTT Telecom Netherlands ist Swisscom an der JászTel Rt. zu 50% beteiligt. Die Gesellschaft ist der exklusive Telekommunikationsanbieter in der ungarischen Region Jászág. JászTel wird künftig an den nationalen Netzbetreiber Matáv verkauft. Das unterzeichnete Abkommen muss noch von der ungarischen Wettbewerbskommission bestätigt werden.



Swisscom & die Kunden

Der Marktliberalisierung und den neuen Rahmenbedingungen ging ein tiefgreifender Organisations- und Kulturwandel voraus. Als Ergebnis des 1995 lancierten Projektes „Change“ präsentiert sich Swisscom heute als ein völlig neues, modernes Service-Unternehmen mit einer ausgeprägten Kundenorientierung.

Die gesamte Verkaufsorganisation ist auf die Bedürfnisse unserer Kunden ausgerichtet. Wir unterscheiden fünf Kundengruppen, wobei sich die Zuordnung zu den verschiedenen Segmenten nach spezifisch ausgewählten Kriterien richtet. Multinationale Kunden werden durch die spezialisierte Verkauforganisation „Multinational Corporations“ betreut. Unsere Grosskunden sprechen wir unter der Bezeichnung „Named Accounts“ an. Die drei übrigen Kundensegmente „Large Accounts“, „Small and Medium Sized Companies“ und „Retail“ werden direkt durch die Geschäftsstellen betreut. Die Swisscom-Shops richten sich hauptsächlich an Privatkunden sowie an kleine und mittelständische Unternehmen.

Unsere gesamte Verkaufsorganisation ist heute auf die Bedürfnisse unserer Kunden ausgerichtet.

Mit einem nationalen und weitverzweigten Netz von Distributionskanälen und Verkaufsstellen sind wir landesweit direkte Ansprechpartner unserer Kunden. Die bisherigen 17 Telecom-Direktionen wurden aufgehoben und vier Regionen-Leitungen gebildet. Innerhalb dieser Regionen wird der lokale Markt durch Geschäftsstellen bearbeitet, welche den lokalen Verkauf sowie die kundennahe Präsenz sicherstellen. Der Dienstleistungsbereich „Customer Service“ unterstützt die Vertriebsorganisationen bei der Realisierung integrierter Kommunikationslösungen sowie deren Wartung und Betrieb und stellt damit die Servicequalität beim Kunden sicher.

Vorteile der neuen Verkaufsorganisation

- Optimale Kundenbetreuung: Durch den Aufbau einer segmentspezifischen Verkaufsorganisation können wir unser Produkt- und Dienstleistungsangebot besser auf unsere Kunden abstimmen und das Verkaufspersonal gezielter ausbilden. Zudem intensiviert die neue Struktur die Nähe zum Kunden.
- Stärkere Kundenbindung: Der Kunde kennt seinen Ansprechpartner, was auch die gezielte Beantwortung von Kundenanfragen verbessert.
- Erhöhte Transparenz: Die Segmentierung erhöht die Transparenz der Kundenbedürfnisse und optimiert die Kundenakquisition, -beratung und -betreuung.

Wir ergreifen die Initiative zur Lancierung von Neuheiten und reagieren schnell auf neue Bedürfnisse.

Kundenorientierte Angebote

Um unsere Marktleader-Position wirksam verteidigen zu können, müssen wir unseren Mitbewerbern im Denken wie auch im Handeln immer einen Schritt voraus sein. Wir behalten das Verhältnis zwischen unseren Leistungen und unseren Preisen ständig im Auge, führen neue Rabattsysteme ein und entwickeln neue Anwendungen. Wir ergreifen die Initiative zur Lancierung von Neuheiten, reagieren schnell auf sich neu abzeichnende Bedürfnisse der Kunden und erschliessen neue Vertriebswege und Verkaufskanäle wie z.B. Telesales und Electronic Commerce.

Kundenzufriedenheit als Mass aller Dinge

Schlüsselemente für zufriedene Kunden sind ein erstklassiger Service, einwandfreie Qualität der Produkte und Dienstleistungen, ein bedürfnisgerechtes Angebot, integrierte Lösungen und konkurrenzfähige Preise. Wir positionieren uns im Markt mit einem optimalen Preis-Leistungs-Verhältnis, denn Qualität und Preis sind untrennbar miteinander verbunden. Der verschärfte Konkurrenzdruck, die hohen Ansprüche der Kunden sowie neue technische Möglichkeiten eröffnen Swisscom trotz des Risikos von Marktanteilsverlusten neue Chancen. Wir konzentrieren uns dabei nicht nur auf die angestammten Verkaufskanäle, sondern erschliessen auch neue, externe Vertriebswege z.B. via Händler, Distributoren und Service-Provider.

Laufende Verbesserung des Kundenservice

Wir fühlen uns unseren Kunden nach dem Kauf eines Produkts oder einer Dienstleistung genauso verpflichtet wie vor dem Abschluss. Um die hohe Qualität unserer Leistungen und insbesondere des „after sales service“ zu halten und auszubauen, erfassen wir die Kundenzufriedenheit systematisch und greifen bei Bedarf korrigierend ein. Zu den Messgrössen gehören u.a. die Einschaltzeiten für Anschlüsse, die Bearbeitungszeiten bei Reklamationen sowie die Kosten für Reparatur und Wartung.

Um die Qualität unserer Leistungen weiter auszubauen, erfassen wir die Kundenzufriedenheit systematisch.

Global denken, lokal handeln

Trotz der globalen Dimension des Telekommunikationsmarktes ist die nationale und lokale Präsenz für die Zukunft entscheidend. Unsere starke lokale Verankerung und unsere flächendeckende Präsenz in der Schweiz sind Wettbewerbsfaktoren, an denen wir festhalten. Durch internationale Beteiligungen, eigene Tochtergesellschaften im Ausland und durch Allianzen sind wir in der Lage, unseren Kunden globale Dienstleistungen zum gewohnt hohen Qualitätsstandard anzubieten.

Swisscom & die Mitarbeitenden

Wandel und Wachstum prägen die Situation unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die tiefgreifenden Veränderungen in unserem Unternehmen und in der Telekommunikationsbranche verlangen von allen Beschäftigten ein hohes Mass an Flexibilität und Einsatzbereitschaft. Unter den neuen Rahmenbedingungen muss sich jeder einzelne als Teil eines starken und flexiblen Unternehmens in einem liberalisierten, globalen Umfeld behaupten.

Wir sind uns bewusst, dass wir nur mit motiviertem Personal einen substantiellen Mehrwert schaffen.

Es sind unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die den reibungslosen Übergang vom Staatsbetrieb Telecom PTT zur spezialgesetzlichen Aktiengesellschaft ermöglicht haben. Für ihren grossen Einsatz, ihre Loyalität und ihren Enthusiasmus danken wir ihnen herzlich. Wir sind uns bewusst, dass wir nur mit gutem und motiviertem Personal einen substantiellen Mehrwert schaffen. Gemeinsam wird es uns gelingen, sowohl im Tagesgeschäft als auch auf dem Weg zu den strategischen Zielen erfolgreich zu bleiben.

Wir orientieren uns an Werten wie Eigenverantwortung, Flexibilität, Mobilität und Dynamik.

Wandel in der Unternehmenskultur

Unternehmenskultur bedeutet für uns die Art des Umgangs innerhalb des Unternehmens und gegenüber externen Anspruchsgruppen, allen voran unseren Kunden. Wir orientieren uns an Werten wie Eigenverantwortung, Flexibilität, Mobilität und Dynamik sowie Risiko- und Konfliktbereitschaft. Wie stark unsere Kultur gelebt wird, erfassen wir mit Mitarbeiter- und Kundenumfragen sowie den Ergebnissen der internen Workshops zum Thema Wandel.

Zum Start von Swisscom wurden am 28. September 1997 alle Mitarbeitenden mit ihren Familien nach Olten zum Telecom-Festival eingeladen. Bei dieser Veranstaltung standen die Motivation der Mitarbeitenden, der Teamgedanke sowie die Einstimmung auf den Wandel im Mittelpunkt.

Wir bieten unseren Mitarbeitenden attraktive Arbeitsbedingungen, ein dynamisches Arbeitsumfeld und vielversprechende Ausbildungschancen. Swisscom ist auf dem besten Weg, einer der führenden Arbeitgeber zu werden, der noch mehr überdurchschnittlich qualifizierte und leistungswillige Persönlichkeiten anziehen wird.

Neue Anstellungsbedingungen

Der 1. Januar 1998 ist für die künftige Personalpolitik der Swisscom AG wie auch für die Mitarbeitenden ein wichtiger Meilenstein. Die Anstellungsbedingungen unserer bisherigen Mitarbeitenden, von begründeten Fällen gemäss Telekommunikationsunternehmensgesetz (TUG) abgesehen, richten

sich bis ins Jahr 2000 nach dem Beamtenrecht. Ab dem 1. Januar 2001 werden alle Mitarbeitenden von Swisscom nicht mehr zum Bundespersonal gehören. Der zu erarbeitende neue Gesamtarbeitsvertrag wird das Beamten-gesetz und die Beamtenverordnung ablösen und die Basis der gesamten Anstellungsregelung und des Anstellungsrechts bilden.

Sozialverträgliche Personalpolitik

1997 beschäftigten wir im Durchschnitt 22 145 Mitarbeiterinnen und Mit-arbeiter sowie rund 700 BIGA-Lehrlinge. Für eine langfristige Steigerung unserer Wettbewerbsfähigkeit ist ein Stellenabbau unumgänglich. Die effek-tive Anzahl Arbeitsstellen hängt von der künftigen Marktentwicklung ab. Gezielte Umschulungsprojekte, vorzeitige Pensionierungen, neue Arbeitszeit-modelle, Starthilfen und andere Massnahmen werden helfen, Entlassungen festangestellter Mitarbeitender zu vermeiden. Zur Beratung in Personal-fragen wie Umschulung, vorzeitige Pensionierungen oder Outplacement sowie zur Koordination der Massnahmen für den Umgang mit Über- und Unter-kapazitäten wurde eine konzernweite Personalvermittlung und -beratung ein-gerichtet.

Gezielte Schulungsmassnahmen

Die Ausbildungsaktivitäten konzentrierten sich 1997 auf die Neuausrichtung von Swisscom und auf die Bedürfnisse eines vollständig liberalisierten und hart umkämpften Marktes. Die Mitarbeitenden wurden auf die Konsequenzen des Übergangs von einer öffentlich-rechtlichen Anstalt in eine spezialgesetzliche Aktiengesellschaft umfassend vorbereitet. Die speziellen Ausbildungsprogramme hatten das Ziel, den Mitarbeitenden aller Stufen und Bereiche die erforderliche Aufbruchstimmung zu vermitteln. Das im Rahmen des Projekts „Change“ eingerichtete Helpdesk für das Personal war zuständig für die rasche und kompetente Beantwortung aller projekt-bezogenen Fragen. Zusätzlich absolvierten rund 20 000 Personen die Work-shops zu den Themen „Mind Change“ und Qualitätsmanagement. Die Seminare zum Thema Wandel, Coaching-Seminare und die Kaderausbildung werden fortgesetzt. An der Lehrlingsausbildung im technischen wie auch im kaufmännischen Bereich halten wir fest und leisten damit einen wichtigen Beitrag zur schweizerischen Volkswirtschaft.

Mit der Lehrlingsausbildung leisten wir einen wichtigen Beitrag zur schweizerischen Volkswirtschaft.

Eigene Ausbildungszentren in Pfäffikon und Martigny

Das neue Seminar- und Kongresszentrum Centre du Parc in Martigny wurde Anfang Mai 1998 eröffnet, das Seedamm Plaza in Pfäffikon SZ wird im Herbst 1998 den Betrieb aufnehmen. Die Ausbildungszentren werden auch

Dritten wie z.B. Schulungsunternehmen, Firmenkunden, Organisationen, Verbänden zur Verfügung gestellt. Pfäffikon und Martigny bieten die Infrastruktur für verschiedenste Anlässe inklusive der dazu gehörenden Dienstleistungen im Restaurant- und Hotelbereich.

Personal- und Kaderentwicklung

Swisscom will den Kadernachwuchs aus den eigenen Reihen massgeblich fördern. Bereits 1996 wurden in Zusammenarbeit mit Spezialisten die Grundlagen für Swisscom Entwicklungs-Assessments geschaffen, um Nachwuchskräfte früh zu erkennen und zu fördern. Die ersten Erfahrungen sowohl der Kandidaten als auch der teilnehmenden Mitglieder der Geschäftsleitung sind durchwegs positiv. Einzel- und Gruppenassessments gehören zu den tragenden Stützen der Personal- und Kaderentwicklung und werden konzernweit vermehrt eingesetzt.

Einsatz zeitgemässer Führungsinstrumente

Auf den 1. Januar 1998 führte Swisscom als neues Führungsmittel die Mitarbeiterbeurteilung (MAB) ein. Die MAB orientiert sich an der individuellen Zielvereinbarung zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitenden. Im Rahmen eines Pilotversuchs „Feedback an Vorgesetzte“ unterziehen wir auch Führungskräfte einer Beurteilung. Weitere Neuerungen zielen auf die Einführung eines flexiblen und leistungsorientierten Lohnsystems sowie die Entwicklung neuer Arbeitszeitmodelle.

Aufbau eines neuen Ideenmanagements

Alle Mitarbeitenden werden in den Wandlungsprozess von Swisscom miteinbezogen. Die Ideen-Box, unser neues Vorschlagswesen, fordert alle zum Mitdenken auf. Den Ideen, Lösungsvorschlägen und Umsetzungen sind keine Grenzen gesetzt. Alle Beschäftigten erhalten so die Möglichkeit, sich aktiv an der Neuorientierung und am Erfolg von Swisscom zu beteiligen und damit auch zur Stärkung ihrer persönlichen Berufsperspektiven beizutragen.

Alle Beschäftigten erhalten die Möglichkeit, sich aktiv an der Neuorientierung und am Erfolg zu beteiligen.



Swisscom & die Öffentlichkeit

Swisscom signalisiert die Ablösung vom Staatsbetrieb zu einer marktwirtschaftlichen Aktiengesellschaft seit dem 1. Oktober 1997 auch mit einer neuen Corporate Identity. Sie ist der visualisierte Ausdruck des Charakters und der inneren Werte von Swisscom. Das neue Erscheinungsbild markiert einen Neubeginn und unterstreicht die neue Unternehmenskultur, das starke Selbstbewusstsein und die hohe Dynamik von Swisscom.

Die neue Corporate Identity macht den Aufbruch fassbar.

Unser neues Erscheinungsbild markiert den Neubeginn und unterstreicht unsere neue Unternehmenskultur.

An der Unterstützung von klassischen Konzerten liegt uns besonders viel, denn Musik verbindet Menschen.

Unser neues Firmenlogo wurde nach den Richtlinien der Corporate Identity eingeführt. Im September und Oktober 1997 erhielten innerhalb weniger Wochen die 80 wichtigsten Gebäude den neuen Schriftzug. Gleichzeitig waren 7000 Fahrzeuge und 13000 öffentliche Telefonkabinen neu zu kennzeichnen. Zusätzlich galt es, alle Drucksachen, Briefschaften, Apparate und Endgeräte sowie unseren Internet- und Intranet-Auftritt dem neuen Corporate Design anzupassen. Die Teambekleidung von rund 10000 Mitarbeitenden wird ebenfalls neu gestaltet. Statt Uniformen werden funktionelle Kleider zur Verfügung stehen.

Nicht zuletzt dank dem überaus starken Medieninteresse fand die Ablösung der Telecom durch Swisscom in der breiten Bevölkerung eine ausserordentlich hohe Beachtung. Grundlage für die Verankerung des neuen Auftritts in der Öffentlichkeit war eine Imagekampagne, die zwischen Ende September und Mitte Oktober in den gedruckten und den elektronischen Medien lief. Kunden, Geschäftspartner und Mitarbeitende reagierten auf den neuen Auftritt von Swisscom ausgesprochen positiv.

Sofort, umfassend und aktuell im Internet

Die wichtigsten Informationen zum Gesamtunternehmen oder zu Produkten und Dienstleistungen sind über Internet unter der Adresse „<http://www.swisscom.ch>“ und „<http://www.swisscom.com>“ abrufbar. Die Homepage von Swisscom erfreut sich steigender Beliebtheit.

Gezieltes Sponsoring zur Profilierung

Unser grosses Engagement im Sponsoring soll durch die Imageförderung, Kundenbeziehungspflege und Verkaufsförderung einen aktiven Beitrag zum Erreichen der Unternehmensziele leisten. Wir konzentrieren uns beim Sponsoring in erster Linie auf Tennis, Film, Musik, Technik und Wissenschaft sowie Grossprojekte von nationaler Bedeutung wie die Expo 2001 und die geplante Olympiade 2006 in Sion.

Swisscom & die Öffentlichkeit

Swisscom signalisiert die Ablösung vom Staatsbetrieb zu einer marktwirtschaftlichen Aktiengesellschaft seit dem 1. Oktober 1997 auch mit einer neuen Corporate Identity. Sie ist der visualisierte Ausdruck des Charakters und der inneren Werte von Swisscom. Das neue Erscheinungsbild markiert einen Neubeginn und unterstreicht die neue Unternehmenskultur, das starke Selbstbewusstsein und die hohe Dynamik von Swisscom.

Die neue Corporate Identity macht den Aufbruch fassbar.

Unser neues Erscheinungsbild markiert den Neubeginn und unterstreicht unsere neue Unternehmenskultur.

An der Unterstützung von klassischen Konzerten liegt uns besonders viel, denn Musik verbindet Menschen.

Unser neues Firmenlogo wurde nach den Richtlinien der Corporate Identity eingeführt. Im September und Oktober 1997 erhielten innerhalb weniger Wochen die 80 wichtigsten Gebäude den neuen Schriftzug. Gleichzeitig waren 7000 Fahrzeuge und 13000 öffentliche Telefonkabinen neu zu kennzeichnen. Zusätzlich galt es, alle Drucksachen, Briefschaften, Apparate und Endgeräte sowie unseren Internet- und Intranet-Auftritt dem neuen Corporate Design anzupassen. Die Teambekleidung von rund 10000 Mitarbeitenden wird ebenfalls neu gestaltet. Statt Uniformen werden funktionelle Kleider zur Verfügung stehen.

Nicht zuletzt dank dem überaus starken Medieninteresse fand die Ablösung der Telecom durch Swisscom in der breiten Bevölkerung eine ausserordentlich hohe Beachtung. Grundlage für die Verankerung des neuen Auftritts in der Öffentlichkeit war eine Imagekampagne, die zwischen Ende September und Mitte Oktober in den gedruckten und den elektronischen Medien lief. Kunden, Geschäftspartner und Mitarbeitende reagierten auf den neuen Auftritt von Swisscom ausgesprochen positiv.

Sofort, umfassend und aktuell im Internet

Die wichtigsten Informationen zum Gesamtunternehmen oder zu Produkten und Dienstleistungen sind über Internet unter der Adresse „<http://www.swisscom.ch>“ und „<http://www.swisscom.com>“ abrufbar. Die Homepage von Swisscom erfreut sich steigender Beliebtheit.

Gezieltes Sponsoring zur Profilierung

Unser grosses Engagement im Sponsoring soll durch die Imageförderung, Kundenbeziehungspflege und Verkaufsförderung einen aktiven Beitrag zum Erreichen der Unternehmensziele leisten. Wir konzentrieren uns beim Sponsoring in erster Linie auf Tennis, Film, Musik, Technik und Wissenschaft sowie Grossprojekte von nationaler Bedeutung wie die Expo 2001 und die geplante Olympiade 2006 in Sion.

Swisscom & die Umwelt

Wir nehmen unsere Verantwortung gegenüber der Umwelt ernst. Die Möglichkeiten für einen schonenden Umgang mit der Umwelt werden systematisch in allen Bereichen ausgeschöpft. Wir setzen uns seit Jahren erfolgreich für einen kontrollierten Energieverbrauch und konsequentes Recycling ein. Durch die stetige Information und Ausbildung der Mitarbeitenden werden Akzeptanz und Motivation gezielt gefördert. Wir informieren die Öffentlichkeit regelmässig und gelten auch in Umweltfragen als glaubwürdiger und kompetenter Partner.

Unser Umweltmanagement richtet sich nach der internationalen Norm ISO 14001.

Durch unser Einkaufsverhalten wollen wir Impulse für den verantwortungsvollen Umgang mit unserer Umwelt geben.

Die Förderung der Qualität, Schonung der Umwelt und Wahrung der Sicherheit gehören zu unseren zentralen Anliegen. Unser Umweltmanagement ist Teil eines integrierten Managements für Qualität, Umwelt und Sicherheit und richtet sich nach der internationalen Norm ISO 14001, die ein planmässiges und umfassendes Umweltmanagement unter Berücksichtigung aller Geschäftstätigkeiten verlangt. Der Aufbau unseres integrierten Managementsystems wurde in mehreren eigenverantwortlichen Organisationseinheiten vollzogen, um so viele Personen wie möglich in den Aufbauprozess einzubinden und die Wirksamkeit der Massnahmen zu erhöhen. Über 30 Umweltmanager erarbeiten zusammen mit ihren Teams Umweltmanagement-Programme und setzen diese um. Swisscom nimmt in der Telekommunikationsbranche international eine Leaderposition ein, was auch durch die Zertifizierung von fast allen Organisationseinheiten nach der Umweltnorm ISO 14001 unterstrichen wird.

Umweltschonende Dienstleistungen

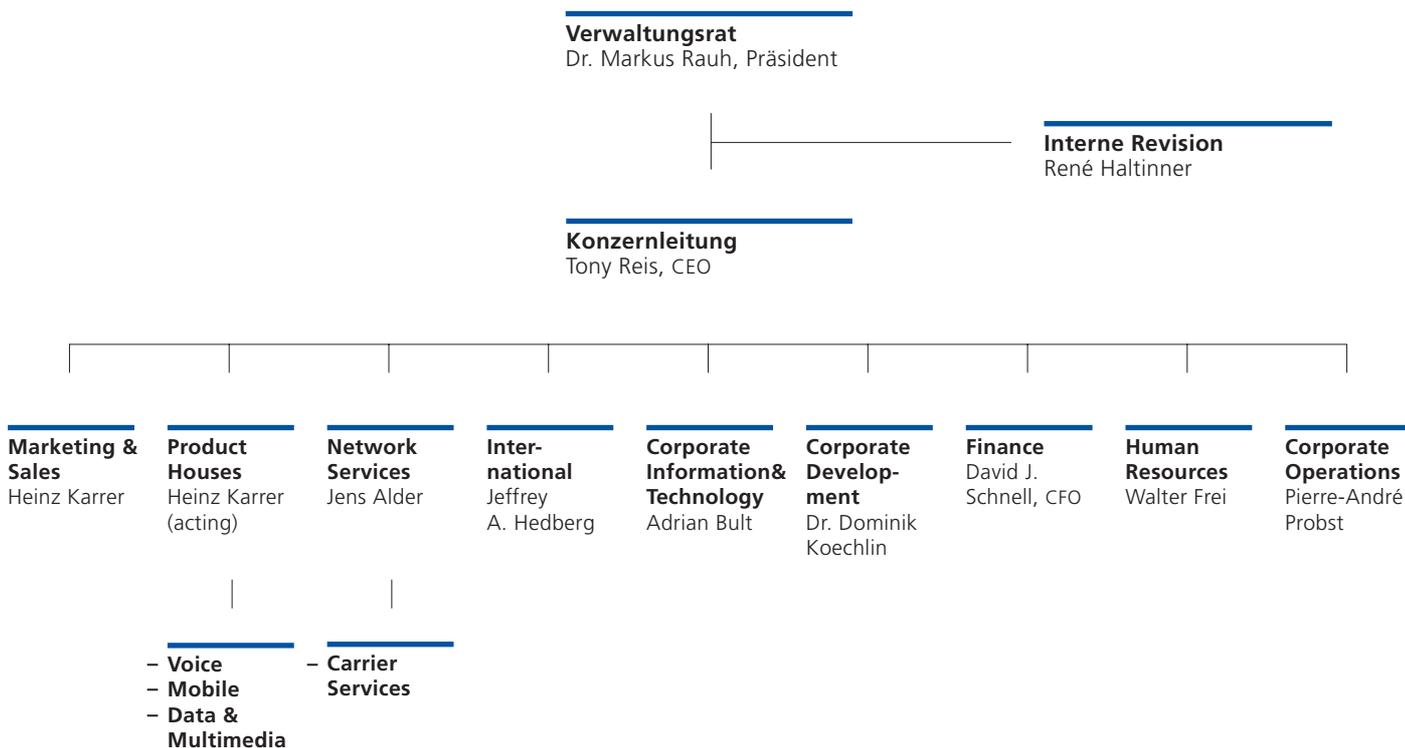
Wir engagieren uns bei der Entwicklung, Realisierung und Vermarktung von Telekommunikationsdiensten, welche die Umweltbelastung mindern oder vermeiden helfen. Dabei unterstützen wir unsere Lieferanten und Vertragspartner bei der Förderung von energie- und ressourcensparenden Entwicklungen im Telekommunikationsbereich. Beispiele dafür sind Videokonferenzen, Fernüberwachung, Ferndiagnose und -beratung, die lange Reisen ersetzen können. Die Elektronische Post (E-Mail) reduziert den Verbrauch und Transport von Papier. Durch unser bewusstes Selektions- und Einkaufsverhalten wollen wir der Telekommunikationsindustrie wesentliche Impulse für einen sinnvollen Einsatz der Ressourcen und einen verantwortungsvollen Umgang mit unserer Umwelt geben.

Wir setzen uns seit Jahren erfolgreich für einen kontrollierten Energieverbrauch und konsequentes Recycling ein.

Beispiele unseres erfolgreichen Einsatzes

- Der Energieverbrauch wird seit über zehn Jahren überwacht und das Sparpotential soweit wie möglich ausgeschöpft.
- Wir setzen auf eine langlebige und ökologisch sinnvolle Bauweise mit hoher Wärmedämmung der Gebäude. Immer mehr Flachdächer werden begrünt und die Gebäudeumgebungen naturnah gestaltet.
- Die konsequente Optimierung von Beleuchtungs-, Heizungs-, Klima-, Kühlungs- und Sanitäreinrichtungen ermöglicht Energieeinsparungen.
- Im gesamten Fernnetz werden Kunststoff-Kabelmäntel aus Polyethylen statt aus PVC verwendet.
- Wir beteiligen uns an Recyclingprojekten und setzen auch Rezyklate ein (z.B. für Kabelschutzrohre).
- Altmaterial wird auf die Wiederverwendbarkeit geprüft. Bei der Abfalltrennung fallen bis zu 40 verschiedene Altstoffpositionen an.
- Bei der Organisation des Kundenservice richten sich die Wahl der Fahrzeuge und die Routenplanung nach Umweltkriterien.
- Wir überprüfen unsere Lagerartikel auf ihre Umweltverträglichkeit und eliminieren umweltgefährdende Produkte.
- Lieferanten und Produkte werden unter anderem auch nach ökologischen Kriterien ausgewählt.

Verwaltungsrat und Konzernleitung





Ernst Hofmann
 Dr. André Richoz Helmut Woelki Dr. Markus Rau Rose Gerrit Huy Peter Küpfer
 Franco Ambrosetti
 Jacqueline Demierre Felix Rosenberg

Verwaltungsrat

Dr. Markus Rau,
 Präsident, geb. 1939
 Studium an der ETH Zürich,
 Abschluss zum Dipl. Masch.Ing.,
 Promotion zum Dr. sc. tech.
 ETHZ an der ETH Zürich
 Berufliche Stationen:
 Sperry Univac, Philips, Wild
 Leitz, Vorsitzender der Konzern-
 leitung der Leica Gruppe,
 Präsident des Verwaltungsrates
 der AGI

Franco Ambrosetti,
 geb. 1941
 Studium der Betriebswirtschaft
 in Zürich und Basel,
 Abschluss als lic.rer.pol.
 Seit 1995 Präsident und Dele-
 gierter des Verwaltungsrates
 der Ambrosetti Technologies SA

**Jacqueline Françoise
 Demierre,**
 geb. 1954
 Lehrgang für Fernmeldesekre-
 täre PTT; Berner Kaderschule,
 Höhere Fachschule für Unter-
 nehmensführung,
 Marketing und Kommunikation
 Berufliche Stationen:
 Telegrafenamts Bern, General-
 direktion PTT, seit 1992 leitende
 Stellung im Bereich Multi-
 nationale Unternehmen, Gene-
 raldirektion PTT

Ernst Hofmann,
 geb. 1937
 Verkehrsschule St. Gallen,
 Lehre als Telegrafist, Telegrafien-
 amt Zürich
 Berufliche Stationen:
 Fernmeldedirektion Basel
 Zentralsekretär der PTT- und
 Zollbeamtenverbände, Vize-
 präsident der Schweizerischen
 PTT-Vereinigung, Mitglied des
 Vorstandes des Schweizerischen
 Gewerkschaftsbundes

Rose Gerrit Huy,
 geb. 1953
 Studien der Volkswirtschaft und
 der Mathematik in Hamburg
 und Strassburg,
 Abschluss als Dipl. Volkswirtin
 und Dipl. Mathematikerin
 Berufliche Stationen:
 Daimler-Benz, seit 1997
 Geschäftsführerin der Compaq
 Deutschland GmbH

Peter Küpfer,
 geb. 1944
 Diplomierter Bücherexperte
 Berufliche Stationen:
 Revisuisse, Financière CSFB,
 CS First Boston, CS Holding,
 Bank Leu AG, Leu Holding,
 seit 1997 selbständiger Unter-
 nehmensberater

Dr. André Richoz,
 geb. 1947
 Studium an der ETH Zürich,
 Promotion zum Doktor
 der Physik
 Berufliche Stationen:
 National Scientific Fund, Credit
 Suisse, Sulzer Konzern, seit
 1990 Leiter der Unternehmens-
 gruppe Charmilles der Georg
 Fischer AG, Konzernleiter des
 SIKA-Konzerns

Felix Rosenberg,
 geb. 1941
 Studium der Rechte in Bern
 Berufliche Stationen:
 Gerichtsschreiber Bezirksgericht
 Baden, Regierungsrat des
 Kantons Thurgau, Mitglied des
 Generaldirektoriums PTT,
 Vorsitzender der Konzernleitung
 Telecom PTT und bis Ende März
 1998 von Swisscom, Staats-
 vertreter

Helmut Woelki,
 geb. 1949
 Studium der Betriebswirtschaft
 in Frankfurt/Main, Abschluss als
 Diplomkaufmann
 Berufliche Stationen:
 Fegro Handelsgesellschaft, SAS
 Service Partner, Vorstand-
 vorsitzender der LSG Lufthansa
 Service Holding AG



Dr. Dominik Koechlin

Adrian Bult

Heinz Karrer

Jeffrey A. Hedberg

David J. Schnell

Pierre-André Probst

Walter Frei

Tony Reis

Jens Alder

Konzernleitung

Tony Reis,

Präsident der Konzernleitung, geb. 1941
Handelsschule in Luzern, Cercle Commercial in Paris, Swiss Mercantile College in London
Berufliche Stationen: IBM Europe, zuletzt General Manager „Country Operations“, Paris, Telecom PTT
Verwaltungsratsmandate: Bank Vontobel, Zürich; Micronas, Zürich; V-ZUG, Zug

David J. Schnell,

Leiter Finance, geb. 1947
Studium der Betriebswirtschaft in der Schweiz und USA, Wirtschaftsprüferschule Zürich
Berufliche Stationen: General Electric (USA), DEC, ITT Europe, Elco Looser Holding, Telecom PTT

Adrian Bult,

Leiter Corporate Information & Technology, geb. 1959
Studium der Betriebswirtschaft an der Hochschule St. Gallen
Berufliche Stationen: IBM Schweiz, Telecom PTT

Pierre-André Probst,

Leiter Corporate Operations, geb. 1945
Studium an der ETH Zürich, Abschluss als Dipl. El.-Ing.
Berufliche Stationen: ETH Zürich, Generaldirektion PTT, Telecom PTT

Jens Alder,

Leiter Network Services, geb. 1957
Studium an der ETH Zürich, Abschluss als Dipl. El.-Ing., MBA INSEAD, Fontainebleau
Berufliche Stationen: Standard Telephon & Radio AG, Alcatel STR AG, Motor Columbus AG, Alcatel Schweiz AG

Revisuisse Price Waterhouse, Bern

Heinz Karrer,

Leiter Marketing & Sales, geb. 1959
Studium der Nationalökonomie an der Hochschule St. Gallen
Berufliche Stationen: Schweizerische Bankgesellschaft, Verband der Schweizer Fabrikanten, Lieferanten und Agenten von Sportartikeln, Intersport, Ringier AG, Telecom PTT
Verwaltungsratsmandate: Intersport PSC Holding AG

Dr. Dominik Koechlin,

Leiter Corporate Development, geb. 1959
Studium und Doktorat der Rechtswissenschaft, MBA INSEAD, Fontainebleau
Berufliche Stationen: Bank Sarasin & Cie, Gründer und Partner einer Unternehmensberatungsfirma, Telecom PTT

Walter Frei,

Leiter Human Resources, geb. 1943
Studium an der Universität Zürich, Fachrichtung Sekundarlehre
Berufliche Stationen: Fernmeldedirektion Zürich, Generaldirektion PTT, Telecom PTT

Jeffrey A. Hedberg,

Leiter Swisscom International, geb. 1961
BBA an der Universität Boston, MBA in Denver mit Schwerpunkt Internationale Beziehungen, Wirtschaft und Handel international
Berufliche Stationen: Matuschka Group, TVM Techno Venture Management, US West Inc., Coopers & Lybrand, Telecom PTT

Konzernprüfer und aktienrechtliche Revisionsstelle

Glossar

Audiotex

Sprachansagedienste für Wetter, Uhrzeit etc.

ATM

Asynchronous Transfer Mode, Breitband-Technologie

BAKOM

Bundesamt für Kommunikation, Biel

COMCOM

Eidgenössische Kommunikationskommission, auch KOMKOM

CPE

Customer Premises Equipment

CPS

Customer Premises Solutions

DECT-Standard

Digital European Cordless Telephone

ERMES

Enhanced Radio Message System

FSAN

Full Service Access Network

Gateway

Netzknoten

GSM

Global System for Mobile Communications

IN

Intelligente Netzwerke

Interkonnektion

Netzzugang für Dritte

ISDN

Integrated Services Digital Network, digitaler Anschluss

last mile

Physischer Zugang über das Netz zum Domizil der Kunden

Multimedia

Computertechnologie, die verschiedene Medien wie Text, Video, Sprache, Grafik oder Animation in einer Anwendung vereinigt

Natel

Markenbezeichnung für die Mobiltelefon-Netze von Swisscom

Pager, Paging

Einweg-Funkrufsysteme, über welche kurze Nachrichten auf die Empfänger, sogenannte Pager, gesendet werden können

PSTN

Public Switched Telephone Network, analoger Anschluss

Remote Access-Dienste

Zugriff von einer Arbeitsstation auf weit entfernt gespeicherte Dateien und Programme

Roaming

Internationaler Begriff für die grenzüberschreitende Benutzung des Mobiltelefons mit gleicher GSM-Card und Rufnummer

TQM

Total Quality Management

SYDINET

Synchrones digitales Netz

WELCOM

World Electronic Community

Adressen

	<p>Hauptsitz Swisscom AG Postfach Viktoriastrasse 21 CH- 3050 Bern Tel. +41 31 342 11 11 Fax +41 31 342 25 49 E-Mail: swisscom@swisscom.com</p>		
Deutschland	<p>Beteiligungen und Tochtergesellschaften tesion Kommunikationsnetze Südwest GmbH & Co. KG Kriegsbergstrasse 11 D-70174 Stuttgart Tel. +49 711 2021-0 Fax +49 711 2021-612 E-mail: telefonzentrale@tesion.net</p>		
Frankreich	<p>Estel 26c, Boulevard du Président Wilson F-67953 Strasbourg Tel. +33 (0) 388 22 35 63 Fax. +33 (0) 388 22 36 12</p>		
Indien	<p>Sterling Cellular Ltd. C-48, Okhla Industrial Area, Phase II New Delhi 110 020 Tel. +91 11 682 88 45-7 Fax +91 11 682 88 74</p>		
Italien	<p>Swisscom S.p.A. Direzione commerciale Vendite Via del Vecchio Politecnico 3 I-20121 Milano Tel. +39/2 760 12 899 Fax. +39/2 760 11 358</p>		
Malaysia	<p>Mutiara Swisscom Sdn Bhd Lot 30, Jalan Delima 1/3 Subang Hi-Tech Industrial Park 40000 Shah Alam - Selangor Darul Ehsan Kuala Lumpur Tel. +60 3 721 18 00 Fax +60 3 721 18 57 E-mail: CorpCom@mutiara.com.my</p>		
Niederlande	<p>Unisource N.V. P.O. Box 2003 NL-2130 GE Hoofddorp Tel. +31 23 569 7904 Fax +31 23 569 7911 E-Mail: corporateuni@att-unisource.com</p>		
		Österreich	<p>Swisscom Telekommunikations- gesellschaft m.b.H. Strohgasse 14c A-1030 Wien Tel. +43 1 717 48 11 Fax +43 1 717 48 99 E-mail: office@swisscom-austria.com</p> <p>UTA Telekom AG Rooseveltplatz 2 A-1090 Wien Tel. +43 1 404 60 3005 Fax +43 1 404 60 93005</p>
		USA	<p>Swisscom North America, Inc. 2001 L Street, N.W. Suite 600 Washington, D.C. 20036 Tel. +1 202 785 1145 Fax +1 202 457 0514</p>
		Tschechien	<p>SPT Telecom a.s. Olšanská 5 CZ-13000 Praha 3 Tel. +420 2 6714 1111 Fax +420 2 691 91 60</p>
		Ungarn	<p>JászTel Rt. Alsócsincsapart u.2. H-5100 Jászberény Tel. +36 57 414 100 Fax +36 57 404 100 E-Mail: jasztel@jasztel.hu</p>
		Belgien	<p>Repräsentanzen Swisscom Brussels 33, bld. de la Cambre B-1000 Brussels Tel. +32 2 647 2014 Fax +32 2 647 0053</p>
		Indien	<p>Swisscom Delhi Liaison Office A 156 New Friends Colony New Delhi 110 065 Tel. +91 11 684 8482 Fax +91 11 684 8487</p>
		Malaysia	<p>Swisscom Representative Office Malaysia c/o Mutiara Swisscom Sdn Bhd Lot 30, Jalan Delima 1/3 Subang Hi-Tech Industrial Park 40000 Shah Alam - Selangor Darul Ehsan Kuala Lumpur Tel. + 6016 323 5603 Fax + 603 730 7492 E-Mail: kusio@mutiara.com.my</p>