Lagebericht

Strategie und Umfeld

Unternehmensstrategie 14
Ziele und Zielerreichung 17
Rahmenbedingungen 17
Datenschutz 22

Infrastruktur

Infrastruktur in der Schweiz 23
Infrastruktur in Italien 26

Mitarbeitende

Mitarbeitende in der Schweiz 27
Mitarbeitende in Italien 29

Marken, Produkte und Dienstleistungen

Marken von Swisscom 32
Produkte und Dienstleistungen in der Schweiz 33
Produkte und Dienstleistungen in Italien 34
Kundenzufriedenheit 35

Innovation und Entwicklung

Innovation als wichtige Treiberin 38
Innovation mit Themenausrichtung 38

Geschäfts-entwicklung

Zusammenfassung 45
Entwicklung der Segmente 46
Abschreibungen und nicht operative Ergebnisse 50
Geldflüsse 51
Investitionen 52
Vermögenslage 53
Wertorientierte Unternehmenssteuerung 55
Wertschöpfungsrechnung 56
Finanzieller Ausblick 57

Kapitalmarkt

Swisscom Aktie 58
Ausschüttungspolitik 59
Kreditratings und Finanzierung 59

Risiken

Risikosituation 60
Risikofaktoren 60

Swisscom Konzern Fünfjahresübersicht

..... 63

Strategie und Umfeld

Zunehmende Vernetzung, sich verändernde Kundenbedürfnisse, die steigende Bedeutung von Sicherheit und Datenschutz sowie der technologische Fortschritt beeinflussen das Marktumfeld. Als Markt-, Technologie- und Innovationsführerin will sich Swisscom im umkämpften Kerngeschäft behaupten. Um ihre Vision zu verwirklichen, hat Swisscom in der Unternehmensstrategie drei strategische Ansprüche verankert. Damit beabsichtigt sie ihre Marktposition zu sichern und ihren Kunden zu ermöglichen, die Chancen der vernetzten Welt einfach zu nutzen.

Unternehmensstrategie

Swisscom ist in der Schweiz Marktführerin im Mobilfunk-, Festnetz- und TV-Markt. Sie nimmt zudem eine bedeutende Marktposition in unterschiedlichen IT-Geschäftsfeldern ein. Im italienischen Festnetzmarkt ist Fastweb sowohl im Privat- wie auch im Geschäftskundenbereich eine führende alternative Anbieterin.

Megatrends wie die Digitalisierung und Vernetzung, die Individualisierung oder der demografische Wandel prägen und verändern unsere Gesellschaft und Wirtschaft nachhaltig. Sie haben langfristig einen Einfluss auf die Aktivitäten von Swisscom. Die zunehmende Verbreitung des «Internets der Dinge», die Marktreife des Mobilfunkstandards 5G oder die Fortschritte im Bereich der künstlichen Intelligenz sind kurz- bis mittelfristig wirkende Trends, die das Geschäft von Swisscom beeinflussen.

Das Marktumfeld von Swisscom hat sich in den letzten Jahren verändert. Charakteristisch hierfür sind u.a. die zunehmende Vernetzung, sich verändernde Kundenbedürfnisse, die steigende Bedeutung von Sicherheit und Datenschutz sowie der technologische Fortschritt. Das Tempo der Veränderungen hat sich beschleunigt. Globale Internetfirmen nutzen ihre Skalenvorteile und drängen in lokale ICT-Märkte. Im gesättigten Kernmarkt findet ein Verdrängungswettbewerb mit hohem Preisdruck statt, was die Umsätze von Swisscom weiter unter Druck setzt. Den daraus resultierenden Umsatz- und Ergebnisrückgang will Swisscom kompensieren.

Als Nummer 1 gestalten wir die Zukunft.
Gemeinsam begeistern wir Menschen in der vernetzten Welt.

Bestes Kundenerlebnis

Operational Excellence

Neues Wachstum

Als Schweizer Markt-, Technologie- und Innovationsführerin mit hohem Qualitätsanspruch verbindet Swisscom sowohl Privat- als auch Geschäftskunden. Sie steht im Zentrum der Digitalisierung und ermöglicht ihren Kunden, die Chancen der vernetzten Welt auf einfache Weise zu nutzen. Swisscom stellt die Bedürfnisse der Menschen in den Mittelpunkt ihrer Aktivitäten. Gemeinsam sorgen ihre Mitarbeitenden für begeisternde Erlebnisse. Swisscom handelt vertrauenswürdig und engagiert, entwickelt sich mit Neugier kontinuierlich weiter und verfolgt ihre Ziele mit dem Blick für das Wesentliche. Massgeblich ist für Swisscom das Vertrauen der Kunden. Eine hohe Zuverlässigkeit und Nachhaltigkeit der Aktivitäten stärken dieses Vertrauen. Um ihre Vision, als Nummer 1 die Zukunft zu gestalten und Menschen in der vernetzten Welt zu begeistern, zu verwirklichen, hat

Swisscom drei strategische Ansprüche bestimmt, welche die Strategie konkretisieren.

Bestes Kundenerlebnis

Um ihre Kunden zu begeistern, will Swisscom überall und jederzeit das Beste bieten. Das Kundenerlebnis beruht auf einer leistungsfähigen Infrastruktur: Swisscom will ihren Kunden eine hochmoderne IT- und Kommunikationsinfrastruktur anbieten und damit ihre Technologieführerschaft behaupten. Die Anforderungen der Kunden an die Netze steigen stetig. Deshalb baut und betreibt Swisscom Netze, die sich durch höchste Sicherheit, Verfügbarkeit und Leistungsfähigkeit auszeichnen. Swisscom erweitert sowohl ihre Festnetz- als auch Mobilfunkinfrastruktur und ermöglicht damit ihren Kunden die besten Erlebnisse bei der Nutzung der Angebote. So treibt Swisscom die Entwicklung von 5G in der Schweiz trotz erschwerter regulatorischer Rahmenbedingungen konsequent voran und hat bspw. in Burgdorf das erste komplett standardisierte 5G-Netz der Schweiz gebaut. Die Swisscom Cloud ist die zentrale Plattform für die interne und externe Leistungserstellung. Sie bildet die Grundlage für neue, skalierbare, in der Schweiz produzierte Angebote. Swisscom ergänzt ihre eigene Cloud mit globalen Lösungen (wie Amazon Web Services). Dabei tritt sie als Service Provider auf, der die Lösungen in hybride Umgebungen (= Kombination von lokaler Infrastruktur (private Cloud) mit den Cloudressourcen eines Cloudanbieters (public Cloud)) integriert.

Kern des Erfolgs von Swisscom ist die Beziehung zu ihren Kunden. Bester Service und durchgängige, begeisternde Erlebnisse sind oberste Handlungsmaximen. Swisscom Kunden werden kompetent begleitet und geniessen an allen Kontaktpunkten einen flexiblen, individuellen und persönlichen Service. So können sie ihre beschädigten Mobilfunkgeräte in den neun Repair Centers innert kurzer Zeit reparieren lassen, was einem wichtigen Kundenbedürfnis entspricht. Swisscom reduziert die Komplexität und bietet relevante, innovative Angebote. Beispielsweise ermöglicht sie ihren Mobilfunkkunden, zusätzliche Geräte wie Tablets oder Smart Watches einfach zum bestehenden Abonnement hinzuzufügen («Multi Device»). So muss der einzelne Kunde für Geräte, die neu hinzukommen und sich mit dem Netz verbinden, kein eigenes Abonnement beziehen. Im Geschäftskundenmarkt bietet Swisscom moderne IT-Arbeitsplätze aus der Cloud, welche mit künstlicher Intelligenz angereichert sind. Kernstück ist der digitale Assistent, welcher den Benutzern ermöglicht, ihre Arbeitsgeräte selbständig, rasch und einfach einzurichten, Supportanfragen auszulösen oder Wissensdatenbanken abzufragen. Bei der Schaffung von neuen digitalen Diensten und Erlebnissen orientiert sich Swisscom konsequent an den Bedürfnissen ihrer Kunden. So erneuert Swisscom das Vertrauen der Kunden, stärkt die Verbundenheit mit der Marke und steigert Agilität sowie Effizienz.

Operational Excellence

Als Folge des intensiven Verdrängungswettbewerbs stehen die Umsätze im Kerngeschäft weiter unter Druck. Dies führt dazu, dass der Kostendruck weiter zunimmt. Für Swisscom ist es zentral, in den nächsten Jahren die Kostenbasis zu senken, um den nachhaltigen wirtschaftlichen Bestand zu sichern. So kann Swisscom auch Mittel für die Entwicklung neuer Geschäftsmöglichkeiten freisetzen und die für den künftigen Erfolg notwendigen Investitionen tätigen. Die Kostenoptimierung zielt vorwiegend darauf ab, fokussierter zu wirtschaften und Betriebsabläufe zu verbessern: so etwa durch die Vereinfachung und Bereinigung des Produktportfolios, die Reduktion von Schnittstellen, die Nutzung von agilen Entwicklungsmethoden, die Modernisierung und Konsolidierung der IT-Plattformen, einen effizienteren Personaleinsatz oder Prozessoptimierungen, die u.a. anderem durch die All IP-Migration vorangetrieben werden. Zentral ist für Swisscom ferner die interne digitale Transformation und damit die Erhöhung des Digitalisierungsgrades. Dies umfasst u.a. die Virtualisierung von Netzfunktionen, die Stärkung des Online-Kanals, eine zunehmende Prozessautomation oder eine verstärkte Nutzung von Künstlicher Intelligenz und Analytics. Daneben erhöht Swisscom die Effizienz der Investitionstätigkeit; so bspw. durch einen intelligenten Technologiemix und die Reduktion der Anzahl Partner beim Netzausbau.

Neues Wachstum

Swisscom rechnet damit, dass die Volumen in einigen der relevanten Märkte (bspw. Mobilfunk Postpaid, Breitband oder Markt für IT-Dienstleistungen) in der Schweiz und Italien trotz zunehmender Marktsättigung weiter moderat wachsen werden. Zentrale Triebkräfte sind dabei ein leichtes Bevölkerungswachstum, der steigende Einsatz von ICT in zahlreichen Branchen oder die relativ geringe Breitbanddurchdringung in Italien. Der Preisdruck bleibt aber weiterhin hoch, so dass Swisscom besonders im Telekommunikationsmarkt gesamthaft mit einem leicht rückgängigen Marktumsatz rechnet.

Durch die Weiterentwicklung ihres Kerngeschäfts will Swisscom Wachstumsmöglichkeiten realisieren – bspw. durch den weiteren Ausbau des TV- und Unterhaltungsangebots, durch Wachstum im Wholesale-Bereich, durch die Erweiterung des digitalen Portfolios sowie im KMU-Bereich durch die erfolgreiche Vermarktung der ICT-Produkte. Weitere Wachstumschancen bieten das Lösungsgeschäft rund um digitale Sicherheit, Business Applikationen und die Cloud im Geschäftskundenmarkt. In ausgewähl-

ten Bereichen lanciert Swisscom digitale Dienste, die zum Teil auf neuartigen Geschäftsmodellen basieren. Beispiele sind die digitalen Dienste für KMU (z.B. localsearch), die Aktivitäten von Swisscom im FinTech-Bereich oder bei Blockchain als unterstützende Technologie. Bei der Auswahl der Wachstumsfelder orientiert sich Swisscom an den zukünftigen Kundenbedürfnissen, setzt auf zukunftsorientierte Geschäftsmodelle mit substantiellem Wachstum und nutzt vermehrt Partnerschaften. Neben den genannten Aktivitäten spielt die italienische Tochtergesellschaft Fastweb eine wichtige Rolle bei der Realisierung von Wachstumschancen. Swisscom stärkt die Marktposition von Fastweb. Der Erwerb von Spektrum und die Einführung von 5G erlauben Fastweb das bestehende Ultrabreitbandnetz zu erweitern (Fixed Wireless Access und eigene 5G-Infrastruktur in ausgewählten städtischen Hotspots) und damit das konvergente Angebot zu stärken. Weitere Wachstumspfeiler sind das bereits bestehende konvergente Produktportfolio, das durch Transparenz, Fairness und Einfachheit besticht, der weitere Ausbau des Mobilfunkgeschäfts, die Erweiterung des Geschäftskundenportfolios mit horizontalen Lösungen rund um die Cloud und digitale Sicherheit, eine hohe Servicequalität und die Nutzung von Partnerschaften.

Transformation

Um mit der stetigen Veränderung umzugehen und die Strategie erfolgreich umzusetzen, lernen und entwickeln sich Mitarbeitende bei Swisscom kontinuierlich weiter – sei dies in der Denkhaltung, in den Arbeitsweisen oder in Zusammenarbeitsformen und Strukturen. Swisscom setzt dabei u.a. auf agile, kundenzentrierte Arbeits- und Organisationsformen, kontinuierliche Verbesserung und Vereinfachung, den Aufbau von relevanten Schlüsselfähigkeiten und die technologische Transformation. Durch gezielte Kommunikations- und Ausbildungsmassnahmen wird die gewünschte Verhaltensänderung innerhalb der Organisation unterstützt.

Corporate Responsibility (CR)

Die Digitalisierung bietet viele Chancen und auch gewisse Risiken. Als führendes ICT-Unternehmen der Schweiz ist sich Swisscom ihrer besonderen Verantwortung bewusst. Swisscom ist bestrebt, allen Menschen die technischen Entwicklungen zugänglich zu machen, dies basierend auf der Grundlage von Ethik und integrem Handeln. Themen wie Smart Data, Künstliche Intelligenz, Industrie 4.0, Smart City, Smart Home oder eSports fordern Swisscom neu. Dem trägt sie durch eine Anpassung und Weiterentwicklung ihrer CR-Strategie Rechnung. Swisscom richtet ihre CR-Strategie 2025 auf die drei Kernherausforderungen der digitalen Informationsgesellschaft aus, in welchen Swisscom einen Beitrag leisten will:

- Swisscom will die digitalen Kompetenzen der Menschen in der vernetzten Welt fördern. Während die Entwicklung der Technologien rasant voranschreitet, verändern sich die Fähigkeiten der Menschen nicht von selbst. In beinahe allen Lebensbereichen wird ein kompetenter Umgang mit einem digitalen Gegenüber wichtig – als Schüler, als Eltern, als Politiker oder Senior. Wer hingegen in eine Wertschöpfungskette eingebunden ist, ist gehalten, mit den Anforderungen der vernetzten Welt mitzuhalten.
- Swisscom will einen konkreten Beitrag zum globalen Klimaschutz leisten. Der Klimawandel erweist sich als globales Problem erster Güte mit Auswirkungen auch auf die Lebensgrundlagen der Schweiz. Alle Länder sind gefordert ihren Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. Die Digitalisierung bietet hierbei vielversprechende Möglichkeiten.
- Swisscom will die zuverlässigste und sicherste ICT- Infrastruktur flächendeckend anbieten und weiterentwickeln. Denn sie bildet die Basis für die Wettbewerbsfähigkeit, Wohlstand und Lebensqualität in der Schweiz.

Swisscom verfolgt gestützt darauf drei Ziele, mit welchen sie einen Beitrag für die Menschen, die Umwelt und die Schweiz leistet:

- **Mehr für die Menschen:** Swisscom befähigt die Menschen in der Schweiz, die Chancen der vernetzten Welt zu nutzen. Sie unterstützt bis 2025 jährlich zwei Millionen Menschen bei der Erhöhung ihrer digitalen Kompetenzen und bei der Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Lieferkette. Zudem bildet Swisscom rund 960 Lernende aus.
- **Mehr für die Umwelt:** Swisscom trägt zur Umwelt Sorge. Sie reduziert zusammen mit ihren Kunden den CO_2-Austoss um 450’000 t CO_2. Dies entspricht 1% der Treibhausgasemissionen der Schweiz.
- **Mehr für die Schweiz:** Durch die besten Netze und fortschrittliche Lösungen schafft Swisscom Mehrwert für Kunden, Mitarbeitende, Aktionäre, Lieferanten und die Schweiz. Sie versorgt alle Menschen und Unternehmen in der Schweiz mit zuverlässigem Ultrabreitband. So stärkt sie die Wettbewerbsfähigkeit und Lebensqualität in der Schweiz.

Diese drei Ziele sind nicht nur übereinstimmend mit den Zielen des Unternehmens, sondern auch mit 17 globalen Nachhaltigkeitszielen der UNO. Die bisherigen Ziele in den Themen Medienkompetenz, Klimaschutz, Verantwortungsvolle Arbeitgeberin, Faire Lieferkette und Vernetzte Schweiz werden in der neuen Strategie weitergeführt. Das Thema Work Smart wird im Rahmen des neuen Zieles für die Umwelt weiter gefördert. Weitere Informationen sind im separaten Nachhaltigkeitsbericht enthalten.

Ziele und Zielerreichung

Swisscom hat sich, abgeleitet aus ihrer Strategie, unterschiedliche kurz- und langfristige Ziele gesetzt, die ökonomische, ökologische und soziale Gesichtspunkte berücksichtigen.

	Ziele	**Zielerreichung 2018**
Finanzielle Ziele		
Nettoumsatz	Konzernumsatz für das Jahr 2018 von rund CHF 11,6 Mrd.	CHF 11'714 Mio.
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	EBITDA für das Jahr 2018 von rund CHF 4,2 Mrd.	CHF 4'213 Mio.
Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	Investitionen für das Jahr 2018 von weniger als CHF 2,4 Mrd.	CHF 2'404 Mio.
Operational Excellence	Senkung Kostenbasis 2018 im Schweizer Geschäft um CHF 100 Mio.	CHF 121 Mio.
Übrige Ziele		
Ultrabreitband Schweiz [1]	Abdeckung 90% bis Ende 2021 mit mehr als 80 Mbit/s	64%
Ultrabreitband Schweiz [1]	Abdeckung 75% bis Ende 2021 mit mehr als 200 Mbit/s	35%

1 Basis: 4,3 Mio. Wohnungen und 0,7 Mio. Geschäfte (Bundesamt für Statistik – bfs).

Rahmenbedingungen

Wirtschaftliches Umfeld

Die drei gesamtwirtschaftlichen Faktoren Konjunktur (Schweiz und Italien), Zinssätze und Währungskurse (EUR und USD) haben einen bedeutenden Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage von Swisscom und damit auf die Finanzberichterstattung.

	Einheit	2014	2015	2016	2017	**2018**
Veränderung BIP Schweiz	in %	2,4	1,2	1,4	1,0	2,6 [1]
Veränderung BIP Italien	in %	0,1	0,8	0,9	1,5	0,1 [2]
Rendite Bundesobligationen (10 Jahre)	in %	0,38	(0,04)	(0,14)	(0,07)	(0,24)
Stichtagkurs CHF/EUR	in CHF	1,20	1,08	1,07	1,17	1,13
Stichtagkurs CHF/USD	in CHF	0,99	1,00	1,02	0,98	0,99

1 Prognose SECO

2 Prognose Istat

Konjunktur

Das Wirtschaftswachstum in der Schweiz ist 2018 mit einer prognostizierten Zunahme des BIP um real 2,6% höher als in den Vorjahren ausgefallen. Die Inflation hat leicht zugenommen, ist aber nach wie vor sehr tief. Die konjunkturelle Entwicklung wirkt sich unterschiedlich auf die Kundensegmente aus. Im Segment Privatkunden ist der Umsatzanteil von Produkten mit festen Monatsgebühren hoch und somit das Ausmass konjunkturell bedingter Umsatzschwankungen gering. Die Umsätze aus dem Roaming können demgegenüber in Abhängigkeit von den getätigten Auslandsreisen (Inbound und Outbound) grösseren Schwankungen unterliegen. Allerdings ist beim Outbound ein grosser, weiterwachsender Anteil der Roaming-Leistungen in den festen Monatsgebühren inkludiert. Einen zyklischeren Geschäftsverlauf verzeichnet das Projektgeschäft im Segment Enterprise Customers. Bei der italienischen Tochtergesellschaft Fastweb wirken sich die konjunkturellen Schwankungen tendenziell verstärkt auf den Absatz und den Umsatz aus, und zwar bei den Privatkunden wie bei den Geschäftskunden.

Zinsen

Das Zinsniveau beeinflusst die Höhe der Finanzierungskosten sowie die Bewertung der langfristigen Rückstellungen und der Vorsorgeverpflichtung in der Konzernrechnung. Zudem sind die Zinsen eine Schlüsselannahme für die Werthaltigkeitsbeurteilung des bilanzierten Goodwills und anderer Abschlusspositionen. Die Renditen zehnjähriger Bundesobligationen sind 2018 gesunken. Sie liegen nach wie vor auf einem historisch sehr tiefen Niveau. Swisscom hat dies 2018 ausgenutzt und durch die Aufnahme von Anleihen im Gesamtbetrag von CHF 885 Mio. die

durchschnittlichen Zinskosten auf 1,0% (Vorjahr 1,7%) gesenkt. Von den Finanzschulden sind 74% fest verzinst. Die durchschnittliche Laufzeit von 5,4 Jahren bietet beträchtlichen Schutz vor einer allfälligen Zinserhöhung.

Währungen

Die direkten Auswirkungen der Kursentwicklung fremder Währungen auf die Ertragslage von Swisscom sind gering. Transaktionsrisiken bestehen vor allem beim Einkauf von Endgeräten und technischen Anlagen sowie beim Bezug von Leistungen von Netzbetreibern im Ausland. Im Kerngeschäft in der Schweiz sind die Auszahlungen in Fremdwährungen höher als die Einnahmen. Die Nettogeldflüsse in Fremdwährung werden teilweise durch Devisentermingeschäfte abgesichert. Swisscom finanziert sich mehrheitlich in Schweizer Franken und zu einem geringeren Anteil in Euro, wobei der Euro-Anteil in den letzten drei Jahren schrittweise auf rund 40% erhöht worden ist. Neben den Transaktionsrisiken auf den operativen Cash Flows in Fremdwährungen besteht ein bilanzielles Währungsumrechnungsrisiko. Die Nettoaktiven von Fastweb, die sich Ende 2018 auf EUR 2,9 Mrd. belaufen, und der übrigen ausländischen Tochtergesellschaften werden in der Konzernrechnung zum Kurs am Abschlussstichtag in Schweizer Franken umgerechnet. Differenzen aus der Umrechnung werden ergebnisneutral im Eigenkapital erfasst. Ende 2018 betrugen die kumulierten Währungsumrechnungsdifferenzen ausländischer Tochtergesellschaften CHF 1,7 Mrd. Ein Teil der Finanzschulden in EUR wurde als Währungsabsicherung (Hedging) des Fastweb Nettobuchwerts klassifiziert.

Rechtliches Umfeld

Rechtliche Rahmenbedingungen für Swisscom

Swisscom ist eine spezialgesetzliche Aktiengesellschaft nach Schweizer Recht. Für die Corporate Governance ist nebst dem Aktienrecht auch das Telekommunikationsunternehmungsgesetz (TUG) massgebend. Als börsenkotiertes Unternehmen beachtet Swisscom zudem das Kapitalmarktrecht sowie die Bestimmungen über die Managementvergütungen. Die rechtlichen Rahmenbedingungen für die Geschäftsaktivitäten von Swisscom sind vor allem das Fernmeldegesetz (FMG), das Kartellgesetz (KG) und das Urheberrechtsgesetz (URG).

Telekommunikationsunternehmungsgesetz (TUG) und Beziehung zur Schweizerischen Eidgenossenschaft (Bund)

Gemäss TUG muss der Bund die kapital- und stimmenmässige Mehrheit an Swisscom halten. Eine Aufgabe der Bundesmehrheit müsste mit einer entsprechenden Gesetzesänderung beschlossen werden. Diese würde dem fakultativen Referendum unterliegen. Der Bundesrat legt für jeweils vier Jahre fest, welche Ziele der Bund als Hauptaktionär erreichen will. Diese umfassen strategische, finanzielle und personalpolitische Ziele sowie Ziele hinsichtlich Kooperationen und Beteiligungen. Der Bundesrat hat 2017 die Ziele für die Periode 2018 bis 2021 verabschiedet.

Siehe unter **www.swisscom.ch/ziele_2018-2021**

Fernmeldegesetz (FMG)

Das FMG und die dazugehörenden Verordnungen regeln vor allem den Netzzugang, die Grundversorgung, die Nutzung von Funkfrequenzen und die Netzneutralität. Das Parlament hat in der Berichtsperiode über eine Revision des FMG beraten.

Siehe unter **www.admin.ch**

Netzzugang

Nach dem Willen des Gesetzgebers soll die Netzzugangsregulierung nicht auf neu gebaute, glasfaserbasierte und hybride Festnetze ausgeweitet werden (technologieneutraler Netzzugang). Damit muss Swisscom anderen Anbietern nur zu den Kupferleitungen physischen Netzzugang zu kostenorientierten Preisen gewähren. Der Zugang zu den glasfaserbasierten Leitungen erfolgt wie bis anhin auf der Basis von kommerziellen Vereinbarungen.

Grundversorgung

Die Grundversorgung bezweckt, dass alle Bevölkerungskreise in jeglichen Landesteilen über eine zuverlässige und erschwingliche Versorgung mit Fernmeldediensten verfügen. Den Leistungsumfang mit den entsprechenden Qualitäts- und Preisvorgaben legt der Bundesrat periodisch fest. Die laufende Konzession (2018 bis 2022) umfasst einen multifunktionalen Telefonanschluss, einen Internetzugang mit einer minimalen Datenübertragungsrate von 3 Mbit/s (Download) sowie unterschiedliche Dienste für Behinderte. 2017 hat das Parlament beschlossen, die Mindestbandbreite in der Grundversorgung auf 10 Mbit/s (Download) zu erhöhen. Diese Anpassung wird mit der nächsten Revision der Fernmeldedienstverordnung wirksam.

Mobilfunkkonzession

Mobilfunkkonzessionen werden von der Eidgenössischen Kommunikationskommission in der Regel mittels öffentlicher Ausschreibungen erteilt. Im Februar 2012 wurden alle für die Mobilfunknutzung verfügbaren Frequenzen im Rahmen einer Auktion veräussert. Swisscom erwarb 44% der von den Bietern ersteigerten Frequenzen. Die Konzessionen laufen bis Ende 2028 und können technologieneutral genutzt werden. Ab dem zweiten Quartal 2019 lassen sich voraussichtlich weitere Mobilfunkfrequenzen nutzen (Frequenzbänder: 700 MHz, 1’400 MHz, 2’600 MHz und 3’600 MHz). Die dafür nötige Frequenzvergabe im

Rahmen einer Auktion findet 2019 statt. Die Konzessionsdauer für das in diesem Verfahren ersteigerte Frequenzspektrum beträgt 15 Jahre; eine Ausnahme bilden Frequenzen im 2'600-MHz-Band, die nur bis Ende 2028 genutzt werden dürfen.

Kartellgesetz (KG)

Infolge der Marktstellung von Swisscom besitzt das Wettbewerbsrecht (Kartellgesetz) für unterschiedliche Swisscom Produkte und Dienste eine hohe Relevanz. Das Kartellgesetz sieht direkte Sanktionsmöglichkeiten für unzulässige Verhaltensweisen marktbeherrschender Unternehmen vor. Die schweizerischen Wettbewerbsbehörden haben Swisscom in unterschiedlichen Teilmärkten als markbeherrschend eingestuft. Derzeit laufen hinsichtlich dreier Sachverhalte Verfahren, im Rahmen derer die Wettbewerbskommission (Weko) Swisscom als marktbeherrschend, das Verhalten als unzulässig eingestuft sowie direkte finanzielle Sanktionen verfügt hat. Die Verfahren betreffen die Erbringung von ADSL-Wholesale-Diensten, die Übertragung von Live-Sport-Events im Pay-TV und die Breitbandanbindung von Poststandorten. Die Verfahrensstände und die möglichen finanziellen Auswirkungen sind im Anhang der Konzernrechnung (Erläuterung 3.5) beschrieben.

Urheberrechtsgesetz (URG)

Das schweizerische Urheberrecht schützt die Rechte der Urheber und ermöglicht gleichzeitig eine faire Nutzung urheberrechtlich geschützter Werke. Diese dürfen grundsätzlich nur mit Zustimmung der Rechteinhaber und gegen Entschädigung genutzt werden. Eine Ausnahme bilden der private Eigengebrauch und die Kopie für den privaten Eigengebrauch. Die kollektiv ausgehandelten Urheberrechtstarife legen dabei die Entschädigung für bestimmte urheberrechtlich geschützte Nutzungsformen fest (kollektive Verwertung). Anwendungsfälle sind die Weiterverbreitung von Fernsehprogrammen sowie das Angebot und die Nutzung von zeitversetztem Fernsehen (Replay TV). Die Fernsehsender sind der Auffassung, durch Replay TV Werbeeinnahmen zu verlieren. Sie versuchen daher im Rahmen der laufenden URG-Revision, Replay TV von der kollektiven Verwertung auszuschliessen. Die URG-Revision wird gegenwärtig im Parlament beraten. Zeitversetztes Fernsehen (Replay TV) entspricht einem ausgewiesenen Kundenbedürfnis und ist für ein attraktives, zukunftsorientiertes TV-Angebot unverzichtbar. Swisscom spricht sich daher klar gegen eine Einschränkung der gegenwärtigen, kundenfreundlichen Regelung aus.

Radio- und Fernsehgesetz (RTVG)

Das schweizerische Radio- und Fernsehgesetz regelt die Veranstaltung, die Aufbereitung, die Übertragung und den Empfang von Radio- und Fernsehprogrammen. Swisscom ist in erster Linie aufgrund von Swisscom TV von der Regelung der Übertragung bzw. Verbreitung von Medienangeboten betroffen. Für Swisscom relevant sind unterschiedliche Verbreitungsprivilegien bestimmter Sender (sog. Must-Carry-Bestimmungen).

Datenschutzgesetz (DSG)

Der Entwurf zum revidierten Datenschutzgesetz (DSG) wurde am 15. September 2017 veröffentlicht und befindet sich aktuell im parlamentarischen Gesetzgebungsverfahren. Der Zeitpunkt des Inkrafttretens des revidierten DSG steht noch nicht fest. Swisscom geht von einer Annäherung des DSG an die Anforderungen der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) der Europäischen Union aus, wobei die Einzelheiten noch abzuwarten sind. Die Entwicklung wird aktiv verfolgt, damit die nötigen Vorkehrungen rechtzeitig getroffen werden können.

Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) der Europäischen Union

Die DSGVO regelt die Verarbeitung von personenbezogenen Daten und gilt seit dem 25. Mai 2018. Für Swisscom ist die DSGVO insbesondere im Rahmen ihres Angebots von Dienstleistungen an Privatkunden im EWR und der Erbringung von IT-Dienstleistungen und Services für Geschäftskunden, die der DSGVO direkt unterstehen, relevant. Soweit sich DSGVO auf die Tätigkeit von Swisscom auswirkt, wurden die erforderlichen Massnahmen zur Einhaltung der Anforderungen termingerecht getroffen. Swisscom verfolgt die datenschutzrechtliche Entwicklung in der EU aktiv, um ihre Praxis laufend an den aktuellen Stand anzupassen.

Gesetzliches und regulatorisches Umfeld in Italien

Die rechtlichen Rahmenbedingungen für die Geschäftstätigkeiten von Fastweb werden sowohl vom italienischen als auch vom europäischen Telekommunikationsrecht massgeblich bestimmt. Neue Vorschriften müssen im Rahmen des ordentlichen Regulierungsprozesses vorgängig der Europäischen Kommission sowie der italienischen Wettbewerbs- und Kartellbehörde zur Stellungnahme vorgelegt werden.

Die Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM) führt als nationale Regulierungsbehörde regelmässig Marktanalysen durch, um die regulatorischen Verpflichtungen zu prüfen. Der Tätigkeitsschwerpunkt der AGCOM lag 2018 auf der Überprüfung der Wholesale-Preise für das Jahr 2017. Diese Überprüfung führte zu einer Preissenkung des Bitstream-Zugangs. Zudem verfügte die AGCOM die Rückkehr zur monatlichen Rechnungsstellung. Wie andere Wettbewerber hatte Fastweb im Privat-

kundensegment eine vierwöchentliche Rechnungsstellung praktiziert. Ferner gewährte die AGCOM Fastweb eine Ausnahmeregelung von der sogenannten RLAH-Regel (Roam like at home), wonach Roaming innerhalb der EU keine Zusatzkosten mehr verursachen darf. Gestützt auf diese Ausnahmeregelung kann Fastweb bis Juli 2019 wie bisher Roaminggebühren verlangen. Die AGCOM eröffnete 2018 daneben eine Marktanalyse der Wholesale-Festnetzdienste. In der zweiten Jahreshälfte 2018 fand eine Auktion von Mobilfunkfrequenzen statt. Fastweb nahm an der Auktion teil und erwarb Frequenzen im 26-GHz-Band mit einer Laufzeit von 19 Jahren und zu einem Preis von EUR 33 Mio.

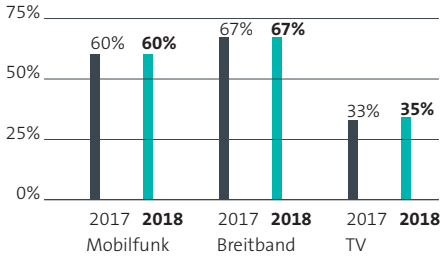
Entwicklung des Schweizer Markts für Telekommunikations- und Informatikdienstleistungen

Der Schweizer Telekommunikationsmarkt gehört im internationalen Vergleich zu den höher entwickelten Märkten. Ihn prägen Innovation sowie ein vielfältiges Angebot an Produkten und Dienstleistungen rund um die Sprach- und Datenkommunikation. Er ist durch die voranschreitende Digitalisierung und Vernetzung gekennzeichnet. Neben den etablierten regionalen und nationalen Telekommunikationsunternehmen nehmen international tätige Unternehmen am Schweizer Telekommunikationsmarkt teil. Diese Anbieter stellen weltweit internetbasierte Gratis- sowie Bezahldienste einschliesslich Telefonie, Messaging oder Streaming zur Verfügung. Zudem spielen Cloudlösungen eine immer bedeutendere Rolle. Dadurch verlagern sich Speicherkapazität, Rechnerleistung, Software und Dienste zunehmend ins Internet. Diese Entwicklungen führen insgesamt zu einer stetig wachsenden Nachfrage nach hohen Bandbreiten, die den Zugriff auf Daten und Anwendungen mit hoher Geschwindigkeit und mit hoher Qualität erlauben. Die jederzeitige Verfügbarkeit von Daten und Diensten sowie deren Sicherheit nehmen eine zentrale Rolle ein. Moderne, leistungsfähige Netzinfrastrukturen bilden dafür die Grundlage. Daher baut Swisscom sowohl im Festnetz- als auch im Mobilfunkbereich an den Netzen der Zukunft.

Der Schweizer Telekommunikationsmarkt gliedert sich in die für Swisscom relevanten Teilmärkte Mobilfunk und Festnetz. Gesamthaft erzielt er ein Umsatzvolumen von schätzungsweise CHF 11 Mrd., das zunehmend unter Druck gerät. In allen Teilmärkten intensiviert die Marktsättigung den bestehenden Verdrängungswettbewerb. Die einzelnen Teilmärkte sind von einer hohen Promotionstätigkeit der einzelnen Marktteilnehmer geprägt. Gebündelte Angebote werden dabei immer wichtiger, da diese Kunden besser an das jeweilige Unternehmen binden. Im Zentrum der Angebotsportfolios stehen konvergente Angebote, die neben einem Festnetzbreitbandanschluss mit Internet, TV und Festnetztelefonie zusätzlich einen oder mehrere Mobilfunkanschlüsse enthalten können. Das Swisscom Angebot umfasst ebenfalls technologieübergreifende Bündelangebote. Zudem bietet Swisscom Produkte und Dienste aus dem Kerngeschäft unter Zweit- und Drittmarken an.

Marktanteile Swisscom

am Schweizer Telekommunikationsmarkt



Mobilfunkmarkt

In der Schweiz werden drei eigenständige, grossflächige Mobilfunknetze betrieben, auf denen die Betreiber eigene Produkte und Dienstleistungen vermarkten. Zudem bieten andere Marktteilnehmer als sogenannte MVNO (Mobile Virtual Network Operator) ein eigenes Mobilfunkangebot auf diesen Netzen an. Swisscom stellt ihr Mobilfunknetz Drittanbietern zur Verfügung, die ihren Kunden über das Swisscom Netz eigene Produkte und Dienstleistungen anbieten. Aufgrund der hohen Marktdurchdringung ist im Schweizer Mobilfunk eine Marktsättigung festzustellen. Aus diesem Grund hat die Anzahl Mobilfunkanschlüsse (SIM-Karten) in der Schweiz bei rund 11 Mio. stagniert. Die Durchdringung mit Mobilfunkanschlüssen liegt in der Schweiz weiterhin bei rund 130%. Wie schon im Vorjahr hat die Anzahl der Postpaid-Abonnemente zugenommen, die Anzahl der Prepaid-Kunden hingegen abgenommen. Der Anteil der Postpaid-Abonnemente beträgt nunmehr 71% (Vorjahr 68%). Der Marktanteil von Swisscom liegt unverändert zum Vorjahr bei 60% (Postpaid 61%, Prepaid 59%).

Festnetzmarkt

Die Schweiz ist nahezu vollständig mit leitungsgebundenen Breitbandnetzen erschlossen. Neben den Festnetzen der Telekommunikationsanbieter existieren Netze von Kabelnetzbetreibern. Zudem bauen und betreiben Marktteilnehmer auf regionaler Ebene – wie bspw. in Städten und Gemeinden tätige Versorgungsunternehmen – Glasfasernetze in eigener Regie. Diese Netzinfrastrukturen stehen grösstenteils auch anderen Marktteilnehmern zur Erbringung ihrer Produkte und Dienstleistungen zur Verfügung. Der leitungsgebundene Breitbandanschluss hat sich dabei zunehmend zum Grundanschluss des Kunden entwickelt. Er bildet die Grundlage für ein vielfältiges Produktangebot nationaler wie global agierender

Wettbewerber. Der Wettbewerb im Festnetzbereich hat im Laufe des Jahres 2018 durch die Einführung eines neuen glasfaserbasierten Bündelangebots seitens eines weiteren Schweizer Marktteilnehmers an Dynamik gewonnen. Dieser Anbieter war bislang nur im Mobilfunkmarkt aktiv.

Breitbandmarkt

Infrastrukturen, die auf den Netzen von Telekommunikationsanbietern und Kabelnetzbetreibern basieren, sind in der Schweiz die meistverbreiteten Zugangstechnologien für leitungsgebundene Breitbandanschlüsse. Ende 2018 hat die Anzahl der Retail-Breitbandanschlüsse in der Schweiz 3,8 Mio. betragen, was einem Anteil von rund 85% der Wohnungen und Geschäfte entspricht. Die Zahl der Breitbandanschlüsse wuchs 2018 um 1% (Vorjahr 3%). Dieses Wachstum ist vor allem auf die Zunahme der Breitbandanschlüsse der Telekommunikationsanbieter zurückzuführen. Der Marktanteil der Telekommunikationsanbieter lag, gemessen an der Anzahl Breitbandanschlüsse, bei 68% (Vorjahr 67%).

TV-Markt

Die Übertragungsarten für TV-Signale in der Schweiz sind der Kabelanschluss, der Breitbandanschluss, der Satellitenempfang, der Empfang über Antennen (terrestrisch) sowie der Mobilfunk. Den Konsumenten ist es somit möglich, auf ganz unterschiedlichen Endgeräten fernzusehen. Der Schweizer TV-Markt ist geprägt von vielfältigen Angeboten der etablierten nationalen Marktteilnehmer. Zudem drängen weitere nationale wie internationale Unternehmen mit neuen Angeboten auf den Markt. Diese bieten TV- wie auch Streaming-Dienste an, die unabhängig vom Internetanbieter über einen bestehenden Breitbandanschluss genutzt werden können. Die Wettbewerbsdynamik im weitgehend gesättigten TV-Markt bleibt hoch – dies vor allem im Bereich der Fernsehinhalte, was auf die immer breiter gestreuten Übertragungsrechte gefragter Sportarten wie etwa Fussball und Eishockey zurückzuführen ist. Rund 90% der TV-Anschlüsse werden über das Kabel- oder das Breitbandnetz bereitgestellt. Swisscom hat ihren Marktanteil dank des eigenen Fernsehangebots Swisscom TV in den letzten Jahren kontinuierlich gesteigert. Sie ist Marktführerin und hat ihre Führungsposition bis Ende 2018 dank eines Marktanteils von 35% weiter ausgebaut (Vorjahr 33%).

Markt der Festnetztelefonie

Die Festnetztelefonie basiert hauptsächlich auf den Festnetzanschlüssen der Telekommunikationsanbieter und der Kabelnetze. Die Anzahl an Festnetztelefonie-Anschlüssen nimmt kontinuierlich ab. Diese Entwicklung hat sich 2018 fortgesetzt. Die Anzahl der Anschlüsse von Swisscom ist um rund 13% auf 1,8 Mio. gesunken. Hauptgrund für die Abnahme war die Substitution der Festnetztelefonie durch den Mobilfunk.

Markt für Informatikdienstleistungen Schweiz

Der Markt für Informatikdienstleistungen hat 2018 ein Umsatzvolumen von rund CHF 10 Mrd. erreicht und wird in den nächsten Jahren gesamthaft weiter wachsen. Swisscom erwartet das grösste Wachstum in den Bereichen Cloud, Sicherheit (Security), Internet of Things (IoT) und bei den Business-Applikationen. Dieses Wachstum ergibt sich aus der zunehmenden Anzahl businessgetriebener ICT-Projekte, der wachsenden Bereitschaft zum Bezug externer Leistungen, einem Anstieg der Bedrohungslage in der IT-Sicherheit und durch neue technologische Möglichkeiten im Bereich IoT (bspw. neue Sensoren, verbesserte Konnektivität). Die Kunden erwarten in der Regel branchen- und prozessspezifisch ausgerichtete Dienstleistungen mit entsprechender Beratung.

Im Bereich IT-Dienstleistungen konnte Swisscom den Wachstumstrend der vergangenen Jahre nicht wie gewünscht fortsetzen. Der rückläufige Umsatz führte im Berichtsjahr zu einem leichten Marktanteilsverlust. Ein Haupttreiber für diese Entwicklung ist das schwierige Umfeld im Banking-Bereich (Projektvolatilität, sich verändernde Kundenanforderungen), positiv ist die Entwicklung hingegen bei den Wachstumsthemen wie Cloud, Datacenter und Security Services, wo die Marktumsätze deutlich angestiegen sind.

Entwicklung des italienischen Markts für Telekommunikationsdienstleistungen

Breitbandmarkt Italien

Dank eines Umsatzvolumens von EUR 15 Mrd. (inkl. Wholesale-Diensten) ist der italienische festnetzbasierte Breitbandmarkt der viertgrösste in Europa. Die Durchdringung der Wohnungen und Geschäfte mit Breitband ist auf 60% gestiegen, liegt damit aber immer noch weit unter dem europäischen Durchschnitt. Die verhältnismässig tiefe Breitbandpenetration ist einerseits darauf zurückzuführen, dass in der Vergangenheit Fernsehdienste vor allem terrestrisch und mittels Satelliten verbreitet worden sind – und zwar infolge einer restriktiven Gesetzgebung betreffend die Verbreitung von Inhalten und aufgrund des Fehlens von Kabelnetzbetreibern. Andererseits liegt die Durchdringung mit mobilen Breitbanddiensten dank der Kombination aus leistungsfähigen Mobilfunknetzen und relativ tieferen Mobilfunkpreisen wesentlich höher als im europäischen Durchschnitt. Der festnetzbasierte Breitbandmarkt umfasst rund 16 Mio. Anschlüsse. Die Wettbewerbsintensität hat in den letzten Jahren wesentlich zugenommen.

Fastweb ist zweitgrösste Breitbandanbieterin mit einem Marktanteil von rund 15% im Privatkundensegment und rund 31% im Geschäftskundensegment.

Mobilfunkmarkt Italien

Im italienischen Mobilfunkmarkt sind vier Mobilfunknetzbetreiber aktiv. Der Markt umfasst gegenwärtig 83 Mio. SIM-Karten. Es herrscht ein starker Preisdruck, der u.a. von aggressiven Promotionen angetrieben wird. Zudem hat sich der Preisdruck durch den Markteintritt zweier virtueller Mobilfunknetzbetreiber verschärft. In diesem herausfordernden Umfeld hat Fastweb ihr neues Mobilfunkangebot erfolgreich lanciert.

Gesamthaft beträgt das Umsatzvolumen des italienischen Mobilfunkmarktes rund EUR 16 Mrd. Es ist anzunehmen, dass das Marktvolumen – trotz des im internationalen Vergleich bereits tiefen Preisniveaus – als Folge des Preisdrucks und der hohen Wettbewerbsintensität sinken wird.

Datenschutz

Swisscom verarbeitet nahezu in jedem Geschäftsbereich personenbezogene Daten. Diese Verarbeitung dient insbesondere der Erbringung von Dienstleistungen und der Abwicklung von Geschäftsbeziehungen. Dabei bietet die fortschreitende Digitalisierung eine Vielzahl von Möglichkeiten zur Optimierung und Weiterentwicklung von Dienstleistungen für Kunden und die Effizienz in den betrieblichen Abläufen. Swisscom steht für einen verantwortungsvollen, transparenten und rechtskonformen Umgang mit personenbezogenen Daten von Kunden und Mitarbeitenden.

Swisscom arbeitet kontinuierlich am Ausbau der Massnahmen zum Datenschutz. So wird bspw. durch neue Prozesse und Methoden sichergestellt, dass Datenschutzinteressen noch früher bei der Planung von Vorhaben berücksichtigt werden. Zudem wurde die Schulung der Mitarbeitenden intensiviert, um die Kenntnisse im Umgang mit personenbezogenen Daten weiter zu verbessern.

Swisscom räumt ihren Kunden schon seit längerer Zeit die Möglichkeit ein, die Verarbeitung ihrer Daten zu beeinflussen. Die Kunden können im Online-Kundencenter und an den Kontaktstellen die Nutzung ihrer Daten für Smart-Data-Anwendungen ausschliessen (Opt-out).

Die Steuerung und Überwachung des Datenschutzes innerhalb von Swisscom erfolgt durch eine zentrale Data Governance-Stelle. Diese wurde weiter ausgebaut, damit alle Geschäftsbereiche mit den nötigen Mitteln und Kenntnissen zur Gewährleistung der Einhaltung der rechtlichen Vorgaben und des Vertrauensversprechens von Swisscom aktiv unterstützt werden können.

Siehe unter **www.swisscom.ch/datenschutz**

Infrastruktur

Das Rückgrat der Schweizer Informationsgesellschaft bilden die Telekommunikationsnetze. Um dem Breitbandbedarf im Schweizer Fest- und Mobilfunknetz gerecht zu werden, investiert Swisscom weiterhin massiv in die Infrastruktur. Bis Ende 2021 soll die Mehrheit der Einwohner jeder Schweizer Gemeinde von erhöhten Bandbreiten profitieren. Im Mobilfunknetz hat Swisscom bis Ende 2018 sieben Städte punktuell mit 5G aufgerüstet. Damit verfolgt sie die Strategie, der Schweiz das beste Netz zur Verfügung zu stellen, und legt eine solide Grundlage für die digitale Transformation.

Infrastruktur in der Schweiz

Netzinfrastruktur

Das Rückgrat der Schweizer Informationsgesellschaft bilden die Telekommunikationsnetze. Sowohl zu Land als auch in der Luft verfolgt Swisscom die Strategie, der Schweiz das beste Netz zur Verfügung zu stellen und damit eine solide Grundlage für die digitale Transformation zu legen. Swisscom betreibt heute drei Netze, die diesen Anspruch unterstreichen: das Festnetz, das Mobilfunknetz sowie das Low Power Network.

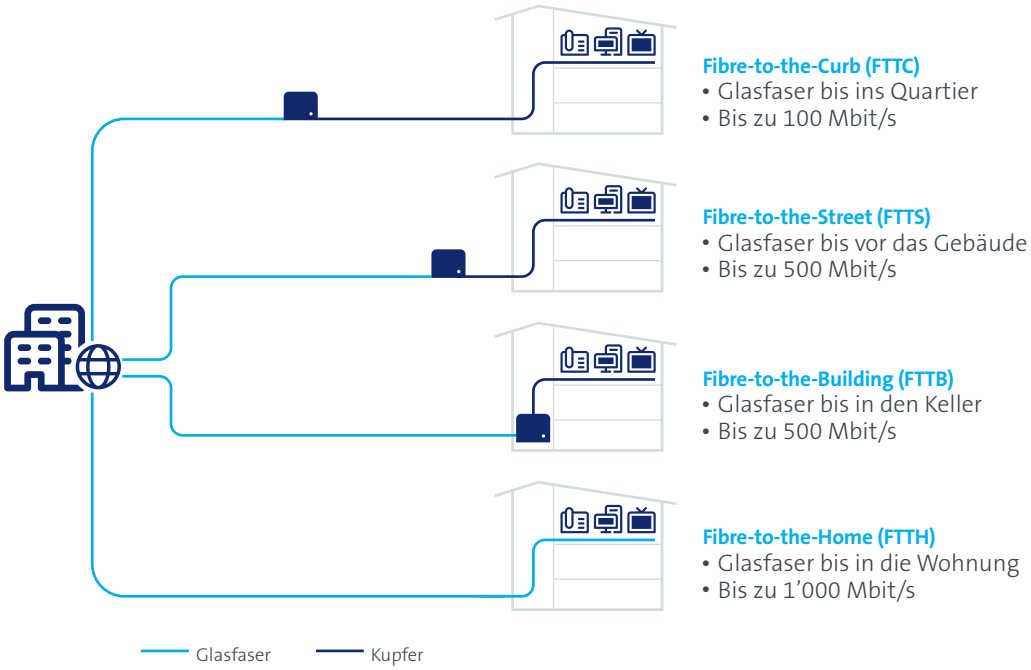
Eine einheitliche Grundlage für eine steigende Nachfrage

Der Breitbandbedarf im Schweizer Fest- und Mobilfunknetz erhöht sich weiter. Denn die Kunden nutzen heute unterschiedliche Geräte für den Zugang zum Internet. Die Basis des Swisscom Netzes und von dessen Infrastruktur bildet die IP-Technologie (Internet-Protokoll-Technologie). Diese lässt sich über Kupfer- wie über Glasfaseranschlüsse nutzen. Bereits Ende 2017 hat Swisscom die Dienste und Produkte für fast alle Privatkunden und für die Mehrheit der Grosskunden auf All IP umgestellt. Gegen 2 Mio. Swisscom Kunden profitieren heute von den Vorteilen der IP-Technologie. 2018 hat Swisscom mit der Überführung sämtlicher Standorte auf IP begonnen. All IP macht Prozesse und Betrieb schneller sowie flexibler und stärkt die Wettbewerbsfähigkeit von Swisscom, ihrer Geschäftskunden und des Wirtschaftsstandorts Schweiz. Die All IP-Initiative von Swisscom bildet somit die Grundlage für die Digitalisierung der Schweizer Wirtschaft.

Internationale Spitzenposition dank kontinuierlichem Ausbau

Internationale Studien der OECD, des Instituts IHS (Information Handling Services) oder von Akamai belegen regelmässig, dass die Schweiz über eine der besten Informations- und Telekommunikationsinfrastrukturen der Welt verfügt. Gerade ländliche Regionen profitieren von den massiven Investitionen, die zu gut zwei Dritteln von Swisscom getragen werden: Laut einer Studie des IHS (Broadband Coverage in Europe 2017) liegt die Verfügbarkeit von Breitband in ländlichen Regionen der Schweiz rund doppelt so hoch wie im EU-Durchschnitt.

Im Mobilfunk deckt breitbandige LTE-Technologie mittlerweile 99% der Bevölkerung ab. 95% der Bevölkerung verfügt über 4G+ mit bis zu 300 Mbit/s, 72% von 4G+ mit 500 Mbit/s und 27% von 4G+ mit bis zu 700 Mbit/s. Swisscom ist dabei sowohl im Fest- als auch im Mobilfunknetz die mit Abstand grösste Netzbetreiberin in der Schweiz. Im Festnetzbereich baut Swisscom die Ultrabreitbandversorgung mit Mindestbandbreiten ab 80 Mbit/s weiter aus. Sie setzt dafür auf einen Mix aus Glasfasertechnologien sowie konvergenten Ansätzen, die das Mobilfunk- mit dem Festnetz kombinieren. Unter Glasfasertechnologien versteht Swisscom Glasfasern bis in Wohnungen und Geschäfte (FTTH) sowie Netzarchitekturen, bei denen auf den letzten Metern Kupferkabel zum Einsatz kommen: Hierzu gehören Glasfasern bis ins Quartier (FTTC), kurz vor die Gebäude (FTTS) oder in den Keller (FTTB). Die Glasfaser rückt damit immer näher zum Kunden.



Beim Netzausbau hat sich Swisscom hohe Ziele gesetzt: Bis Ende 2021 soll die Mehrheit der Einwohner jeder Schweizer Gemeinde von erhöhten Bandbreiten profitieren. So verfügen bis Ende 2021 rund 90% aller Wohnungen und Geschäfte über eine Mindestbandbreite von 80 Mbit/s – rund 85% erreichen gar 100 Mbit/s oder mehr. In Randregionen nimmt Swisscom ihre Verantwortung im Rahmen der Grundversorgung wahr. In gewissen Regionen verbessert sie dank der neuen Technologie DSL+LTE Bonding zudem spürbar die Breitbandversorgung. DSL+LTE Bonding kombiniert die Leistung des Fest- mit derjenigen des Mobilfunknetzes und ermöglicht dadurch ein deutlich besseres Kundenerlebnis. Per Ende 2018 hat Swisscom durch den kontinuierlichen Ausbau bereits rund 4,2 Mio. Ultrabreitbandanschlüsse mit mehr als 50 Mbit/s eingerichtet. Davon sind über 3,6 Mio. Anschlüsse mit neusten Glasfasertechnologien erschlossen.

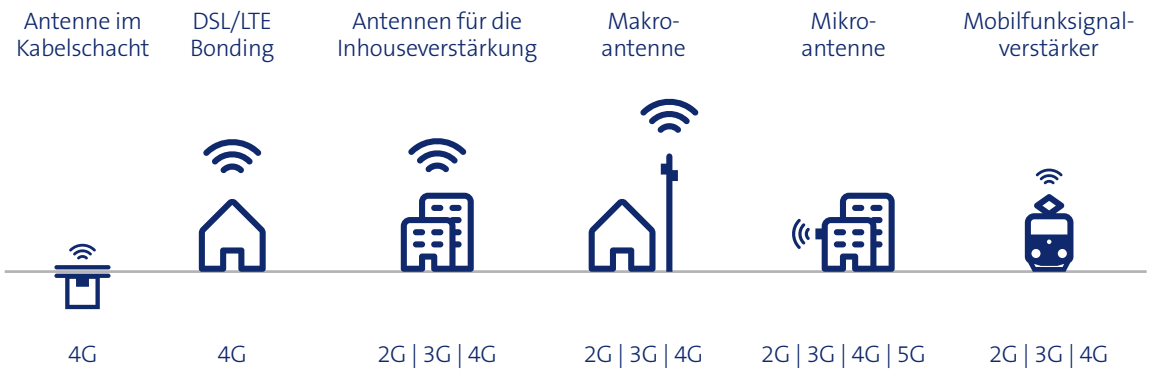
Durch innovative Technologien am Puls der Zeit

Technologisch behauptet Swisscom ihre internationale Spitzenposition. So hat sie als erste europäische Telekommunikationsanbieterin weltweit die Technologie G.fast eingeführt. Diese ermöglicht auf kurzen Kupferkabeln (bis 200 Meter Länge) Bandbreiten von bis zu 500 Mbit/s. In Zahlen illustriert: 500 Mbit/s sichern über Jahre hinaus die Nutzung hochmoderner Dienste wie Digital TV in HD-Qualität, das rund 10 Mbit/s benötigt, oder Netflix und YouTube in HD-Qualität mit einem Bedarf von 6 Mbit/s.

Das Mobilfunknetz von Swisscom gehört im internationalen Vergleich zu den besten. Es versorgt heute rund 99% der Schweizer Bevölkerung mit 4G, 3G und 2G. Der Ausbau mit 4G+ schreitet weiter voran.

Zudem testete Swisscom bereits in sieben Schweizer Städten im Jahr 2018 punktuell 5G. Das Datenvolumen im Mobilfunknetz erhöht sich ständig. Aus diesem Grund sowie wegen der strengen gesetzlichen Rahmenbedingungen muss das Mobilfunknetz durch neue Mobilfunkstandorte ausgebaut werden. Mikrozellen können die Mobilfunkstandorte ergänzen. Sie lassen sich dank einer Swisscom Innovation selbst im Boden verbauen sowie durch Antennen in Geschäftsgebäuden und öffentlichen Innenbereichen einsetzen.

Siehe unter **www.swisscom.ch/netzabdeckung**



Eine flächendeckende Einführung von 5G verzögert sich aufgrund der strengen rechtlichen Grenzwerte (NISV – Verordnung über den Schutz vor nichtionisierender Strahlung). 5G ist der Mobilfunkstandard der Digitalisierung und für den Wirtschaftsstandort Schweiz von grosser Bedeutung. Er ermöglicht Geschwindigkeiten von bis zu 10 Gbit/s, Echtzeitreaktion und um vieles höhere Kapazitäten als bisherige Standards. Durch die erste 5G-Infrastruktur unterstreicht Swisscom ihre Technologieführerschaft und legt den Grundstein für die weitere Entwicklung von 5G-Anwendungen. Bereits seit 2016 arbeitet Swisscom gemeinsam mit Ericsson, der EPFL und Ypsomed im Rahmen des Programms «5G for Switzerland» an der Erforschung des neuen Standards mit. Swisscom hat die Erwartung, dass 5G die Vernetzung im Rahmen des Internets der Dinge vorantreibt.

Swisscom baut ihr Breitbandnetz, ihr Produktangebot sowie die Anzahl an Antennenstandorten laufend aus. Sie koordiniert Standortausbauten, soweit möglich, mit anderen Mobilfunkbetreibern und teilt heute knapp ein Viertel ihrer rund 8’400 Antennenstandorte mit anderen Betreibern. Swisscom verfügt per Ende 2018 über rund 5’800 Aussenanlagen und 2’600 Mobilfunkantennen in Gebäuden. Dank rund 5’500 Hotspots in der Schweiz ist sie ferner die führende Betreiberin von öffentlichen, drahtlosen lokalen Netzwerken.

Das Internet der Dinge IoT verbindet längst eine Unzahl von Dingen und Geräten untereinander bzw. mit ihren Nutzern. Swisscom hat ihr IoT-Portfolio weiter ausgebaut und zusätzlich zu den Zugangstechnologien LTE-M und Narrow Band-IoT ihre Zugangsplattformen um weitere Plattformen erweitert. Das Low Power Network versorgt inzwischen über 96% der Bevölkerung. IoT gewinnt stark an Fahrt, was die vielen neuen Anwendungen seitens Kunden belegen. Das breite IoT-Portfolio von Swisscom bietet alle Komponenten, um Anwendungen national und international zu realisieren.

Mobilfunkfrequenzen

Um Mobilfunksignale zu übertragen, sind geeignete Frequenzen erforderlich. In der Schweiz werden solche Frequenzen technologieneutral zugeteilt: Das heisst, jede Mobilfunktechnologie lässt sich auf den zur Verfügung stehenden Frequenzen übertragen. Im Jahr 2012 hat die Eidgenössische Kommunikationskommission (ComCom) die Frequenzen 800 MHz, 900 MHz, 1’800 MHz, 2’100 MHz und 2’600 MHz vergeben. Diese Frequenzen nutzt Swisscom heute, um den Kunden Dienste über die Mobilfunktechnologien 4G, 3G und 2G anzubieten. Anfang 2019 werden in der Schweiz weitere Mobilfunkfrequenzen vergeben, die vor allem zur Übertragung mittels 5G dienen. Es handelt sich um die Frequenzen 700 MHz, 1’400 MHz, 2’600 MHz und 3’500 MHz. Die Vergabe findet mittels einer Auktion statt.

IT-Infrastruktur und Plattformen

Nicht nur die Bandbreite in den Netzen steigt kontinuierlich, sondern auch die Nutzung von Clouddiensten. Swisscom positioniert sich als vertrauenswürdige Anbieterin von privaten, öffentlichen und hybriden Clouddiensten und erweitert ihr Portfolio dank international renommierter Partner.

Durch die neu definierte Cloudstrategie positioniert sich Swisscom als zuverlässige IT-Partnerin mit einem breiten Serviceangebot. Einerseits finden neu entwickelte Swisscom Lösungen wie die Enterprise Service Cloud auf dem Schweizer Markt zunehmend Akzeptanz. Andererseits erweitert Swisscom ihre Dienstleistungen mit Public Cloud Services (wie Amazon Web Services oder Microsoft Azure), um die Bedürfnisse der Kunden individuell anzusprechen.

Der Wandel hin zur reinen Datenübertragung mittels Internet-Protokoll (All IP) und der Ausbau von Connectivity-Diensten erhöhen die Anforderungen an Standorte, die in der Vergangenheit Telefondienste erbracht haben. Durch die Virtualisierung von Netzwerkfunktionen entstehen zusätzlich zu den Standorten Zürich und Lausanne neue, geografisch redundante IT-Plattformen, die hohe Datenmengen mit kurzen Reaktionszeiten verarbeiten.

Swisscom nutzt die Cloudplattformen konsequent, um interne sowie externe Kommunikationsdienste bereitzustellen. Dabei betreibt sie diese Cloudplattformen in den eigenen geografisch redundant aufgebauten Datacentern und ermöglicht damit eine effiziente, automatisierte Nutzung, sowie die gezielte Verbesserung des Kundenerlebnisses.

Der stete Wandel im Markt bestätigt Swisscom in ihrem Bestreben, hochmoderne Technologie intern wie extern zum Nutzen der Kunden einzusetzen. Statt Infrastruktur in Eigenregie zu entwickeln, nutzt Swisscom weiterhin standardisierte Systeme von Partnern. Die Ausrichtung auf die Entwicklung marktspezifischer Mehrwertdienste, die auf solcher Infrastruktur aufbauen, trägt erste Früchte. Die Industrialisierung der IT schreitet weiter voran und mit ihr die Entwicklung moderner Applikationen, die von den Möglichkeiten der Plattformen profitieren, Kosten sparen und ein Höchstmass an Stabilität ermöglichen.

Dennoch werden die alte und die neue Technologiewelt noch über Jahre nebeneinander bestehen. Hier etabliert sich Swisscom durch spezifische Dienstleistungen wie das Portfolio «Journey to the Cloud» in der digitalen Transformation. Indem Swisscom unterschiedliche Technologiegenerationen für die eigenen Bedürfnisse vereinigt, vertieft sie kontinuierlich ihre Erfahrung und ihr Know-how, um ihre Kunden optimal auf dem Weg in die digitale Welt zu begleiten.

Infrastruktur in Italien

Netzinfrastruktur

In Italien ist die Einführung von Breitband relativ spät gestartet, doch ist der Rückstand hinsichtlich der Abdeckung durch Next-Generation-Access-Netzwerke inzwischen beinahe aufgeholt. Ende 2018 waren 87% der Wohnungen und Geschäfte mit Ultrabreitband abgedeckt. Zu dieser Entwicklung hat Fastweb mit umfangreichen Investitionen in ihre Netzinfrastruktur beigetragen. Die eigene Netzinfrastruktur von Fastweb besteht aus einem Glasfasernetz. Mit Ultrabreitbandanschlüssen (FTTH, FTTS und Fixed Wireless Access) erreicht Fastweb rund 12 Mio. Wohnungen und Geschäfte oder 45% der Bevölkerung. Für weitere 10 Mio. Wohnungen und Geschäfte kann Fastweb Ultrabreitbanddienste gestützt auf Wholesale-Dienste von TIM erbringen.

Im Mobilfunkbereich hat Fastweb 2018 von Tiscali ein 3,5-GHz-Mobilfunkspektrum sowie den Geschäftsbereich Fixed Wireless Access übernommen. Zudem hat Fastweb im Rahmen der Auktion, die 2018 stattfand, Mobilfunkfrequenzen im 26-GHz-Spektrum erworben. Dies ermöglicht es Fastweb, die Entwicklung von 5G-Diensten und konvergente Angebote voranzutreiben.

Informatikinfrastruktur

Fastweb betreibt in Italien vier grosse Rechenzentren mit einer Gesamtfläche von 8’000 Quadratmetern. Die IT-Infrastruktur besteht aus rund 6’000 Servern (4’500 virtuellen und 1’500 physischen Servern), 900 Datenbanken und 5 Petabytes an Speicherkapazität. Ein Rechenzentrum wird von einem Technologiepartner verwaltet, der für die Errichtung, Gestaltung und Adaptierung des Zentrums sowie für die operativen Gesichtspunkte der IT-Infrastruktur von Fastweb verantwortlich ist. Zwei Rechenzentren werden hauptsächlich für Geschäftskundendienste genutzt, einschliesslich Housing, Cloud oder anderer ICT Managed Services.

Mitarbeitende

In einem sich rasant verändernden Umfeld setzt sich Swisscom stetig mit Arbeitsformen der Zukunft auseinander. Gezielte Investitionen in die berufliche Entwicklung der Mitarbeitenden erhalten und verbessern deren Arbeitsmarktfähigkeit und die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens nachhaltig. So gewährt Swisscom ihren Mitarbeitenden neu fünf Weiterbildungstage pro Jahr. Ihrem Anspruch als familienfreundliches Unternehmen wird sie durch die Möglichkeit mobilen Arbeitens sowie die Erhöhung von Mutter- und Vaterschaftsurlaub gerecht. Ende 2018 hat Swisscom 19'845 Mitarbeitende in Vollzeitstellen beschäftigt, davon 17'147 oder 86% in der Schweiz. Zudem bildet Swisscom in der Schweiz rund 960 Lernende aus.

Mitarbeitende in der Schweiz

Einleitung

Als führendes ICT-Unternehmen der Schweiz steht Swisscom im Zentrum der Digitalisierung. Sie will die Chance nutzen, um heute wie morgen die führende Position am Markt einzunehmen. Voraussetzung dafür sind zufriedene Mitarbeitende, die durch ihre Fähigkeiten, Erfahrungen und Persönlichkeiten die Kunden in der vernetzten Welt täglich aufs Neue begeistern. Swisscom bewegt sich in einem Umfeld, das sich rasant verändert. Wissen, das gestern noch aktuell war, kann morgen bereits überholt sein. Das bedeutet auch, dass Stellen in Bereichen wegfallen, wo das Kerngeschäft rückläufig ist, während neue Arbeitsplätze in Wachstumsfeldern entstehen. Dabei erfolgt der grösste Teil des Stellenabbaus über natürliche Fluktuation und (Früh-)Pensionierungen. Dank einer vorausschauenden Planung, eines umsichtigen Vakanzenmanagements sowie Umschulungen werden Entlassungen auf ein Minimum reduziert. Auch aus diesem Grund investiert Swisscom durch die Gewährung von fünf Weiterbildungstagen pro Jahr in die Arbeitsmarktfähigkeit ihrer Mitarbeitenden. Den Mitarbeitenden steht eine breite Palette an Möglichkeiten zur persönlichen Weiterentwicklung extern und on the Job zur Verfügung: Hierzu gehören Projekteinsätze in anderen Unternehmensbereichen bzw. Fachrichtungen, auf die sich Mitarbeitende über einen Online-Marktplatz bewerben, Workshops zu neuen Technologien und agilen Arbeitsformen, Standortbestimmungen, Talentprogramme sowie zahlreiche Trainings. Swisscom positioniert sich auf dem ICT-Arbeitsmarkt als attraktive Arbeitgeberin. Sie bietet ihren Mitarbeitenden die Möglichkeit, Verantwortung zu übernehmen, ihr Potenzial einzubringen und sich weiterzuentwickeln.

Die Mitarbeitenden von Swisscom sind privatrechtlich auf Basis des Obligationenrechts angestellt. Für Kadermitarbeitende von Swisscom in der Schweiz gelten allgemeine Anstellungsbedingungen, alle anderen Mitarbeitenden sind dem Gesamtarbeitsvertrag (GAV) Swisscom unterstellt. Die Konditionen beider Regelwerke, die u.a. Arbeitszeit und Arbeitsmodelle, Lohn und Lohnfortzahlung, berufliche Entwicklung sowie Ferien und Absenzen festlegen, liegen über dem Minimalstandard des Obligationenrechts. Von den Mitarbeitenden in der Schweiz hatten im Berichtsjahr 99,7% ein unbefristetes Anstellungsverhältnis (Vorjahr 99,6%). Der Anteil an Teilzeitbeschäftigten betrug 20,2% (Vorjahr 19,6%). Die Fluktuationsrate der Mitarbeitenden in der Schweiz betrug 6,8% (Vorjahr 6,3%) des Personalbestands. Weiterführende Informationen zu Personalthemen enthält der Nachhaltigkeitsbericht.

Gesamtarbeitsvertrag (GAV)

Swisscom pflegt einen konstruktiven Dialog mit den Sozialpartnern (der Gewerkschaft syndicom und dem Personalverband transfair) sowie mit den Personalvertretungen (den Arbeitnehmervertretungen der unterschiedlichen Bereiche). Gesamtarbeitsvertrag (GAV) und Sozialplan mit ihren fairen, gemeinsam ausgestalteten Bestimmungen werden von der Swisscom AG und ihren Sozialpartnern verhandelt und gelten für die Mitarbeitenden der Swisscom AG. Tochtergesellschaften, wie z.B. die Swisscom (Schweiz) AG, übernehmen den GAV mittels Anschlussvereinbarung entweder in der Originalfassung oder mit geschäfts- bzw. branchenspezifischen Anpassungen. Die cablex AG schliesst mit den Sozialpartnern einen eigenen GAV ab. Cablex und die Sozialpartner haben im Mai 2018 einen neuen GAV erarbeitet, der am 1. Januar 2019 in Kraft tritt.

Swisscom ist gemäss dem Telekommunikationsunternehmungsgesetz (TUG) verpflichtet, mit den Personalverbänden Verhandlungen zum Abschluss eines GAV zu führen. Bei strittigen Fragen ist eine Schiedskommission anzurufen, die den Sozialpartnern Lösungsvorschläge unterbreitet. Der aktuelle GAV ist seit 1. Juli 2018 in Kraft. Ende Dezember 2018 waren dem GAV 82% der Belegschaft in der Schweiz unterstellt (Vorjahr 83%).

Bei den Verhandlungen um den Swisscom GAV 2018 haben die Vertragspartner besonderes Gewicht auf die berufliche Entwicklung der Mitarbeitenden gelegt: Swisscom Mitarbeitende haben ab 1. Januar 2019 Anspruch auf fünf Weiterbildungstage pro Jahr. Die überarbeitete «Regelung mobiles Arbeiten» berücksichtigt die Work-Life-Balance der Mitarbeitenden in erhöhtem Mass. Schliesslich ist der Mutterschaftsurlaub auf 18 Wochen, der Vaterschaftsurlaub auf drei Wochen verlängert worden. Väter haben dabei das Recht, im ersten Lebensjahr des Kindes zusätzlich einen Monat unbezahlten Urlaub zu nehmen. Damit unterstreicht Swisscom ihren Anspruch, familienfreundliche Arbeitsbedingungen anzubieten. Ferner räumt der GAV den Sozialpartnern und den Personalvertretungen für unterschiedliche Themen abgestufte Mitirkungsrechte in Form von Information, Mitwirkung und Mitentscheidung ein.

Sozialplan

Der Sozialplan bezweckt, Restrukturierungsmassnahmen sozialverträglich auszugestalten und Entlassungen zu vermeiden. Er regelt die Leistungen für die dem GAV unterstellten Mitarbeitenden, die von einem Stellenabbau betroffen sind. Zudem setzt der Sozialplan Instrumente ein, um die Arbeitsmarktfähigkeit der Mitarbeitenden zu stärken, und sieht ferner bei einem sich langfristig abzeichnenden Stellenabbau Umschulungsmassnahmen vor. Für die Umsetzung des Sozialplans ist die Swisscom Tochtergesellschaft Worklink AG verantwortlich. Sie berät und unterstützt die Mitarbeitenden bei der Stellensuche oder vermittelt ihnen extern wie intern zeitlich befristete Arbeitseinsätze. Ihr Angebot an die Mitarbeitenden umfasst Standortbestimmungen, Laufbahnberatungen und Coachings, um die Arbeitsmarktfähigkeit zu fördern. Zudem unterstützt Swisscom durch spezielle Beschäftigungsprogramme wie den schrittweisen Teilaltersrücktritt oder Temporäreinsätze in ähnlichen Berufsfeldern faire Lösungen für ältere Mitarbeitende, die von Änderungen des fachlichen Anforderungsprofils oder einem Stellenabbau betroffen sind. 2018 haben 88% (Vorjahr 77%) der vom Stellenabbau betroffenen Mitarbeitenden vor Ablauf des Sozialplanprogramms wieder eine Beschäftigung gefunden. Für Mitarbeitende mit Kaderverträgen besteht eine mit dem Sozialplan vergleichbare Regelung, die sie unter Berücksichtigung ihrer Anstellungsbedingungen bei der beruflichen Neuorientierung unterstützt.

Entlöhnung der Mitarbeitenden

Lohnsystem

Eine wettbewerbsfähige Gesamtentlöhnung trägt dazu bei, hoch qualifizierte, motivierte Fach- und Führungskräfte zu gewinnen und langfristig an Swisscom zu binden. Das Lohnsystem von Swisscom besteht aus einem Basislohn, einem variablen Erfolgsanteil und Prämien. Der Basislohn bemisst sich nach der Funktion, der individuellen Leistung und dem Arbeitsmarkt. Der variable Erfolgsanteil hängt vom Unternehmenserfolg sowie für Kaderfunktionen von der individuellen Leistung ab. Der Unternehmenserfolg bemisst sich an der Erreichung übergeordneter Ziele wie finanzieller Kenngrössen, der Kundenloyalität und der Umsetzung der Strategie des Swisscom Konzerns. Die individuelle Leistung bemisst sich nach der Erreichung von ergebnis- und verhaltensbezogenen Beiträgen. Ausführungen zur Vergütung der Mitglieder der Konzernleitung sind im Kapitel Vergütungsbericht enthalten.

Siehe Bericht **Seite 92**

Lohnrunde und Entwicklung Lohnsumme

Swisscom und ihre Sozialpartner haben 2018 eine Vereinbarung über die Lohnrunde im Berichtsjahr getroffen. Mit Wirkung ab April 2018 erfolgten für GAV-Mitarbeitende Lohnerhöhungen im Umfang von 1,1% der Lohnsumme. Die Löhne wurden leistungsabhängig angepasst. Mitarbeitende mit Löhnen im Einstiegs- bzw. Marktbereich erhielten bei entsprechender Leistung eine Lohnerhöhung von mindestens 0,5%. Die Leistungen von Mitarbeitenden, deren Löhne im oberen Bereich des jeweiligen Lohnbands angesiedelt sind, wurden durch eine Einmalzahlung honoriert. Dabei wurden gezielt Löhne angepasst, wo gegenüber dem Markt Aufholbedarf bestand. Die Lohnsumme für Kader wuchs zum Zwecke individueller Lohnanpassungen insgesamt um 1,1%. Im Vergleich zum Vorjahr sank die Lohnsumme in der Schweiz um 3,3% auf CHF 2,0 Mrd.

Personalentwicklung

Das Marktumfeld von Swisscom verändert sich permanent. Swisscom investiert entsprechend gezielt in die berufliche Entwicklung ihrer Mitarbeitenden und Führungskräfte, um deren Arbeitsmarktfähigkeit und die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens nachhaltig zu erhalten und zu verbessern. Mitarbeitende haben die Möglichkeit, sich intern oder extern weiterzubilden. Als Wegbereiterin der Digitalisierung in der Schweiz setzt sich Swisscom zudem intensiv mit Arbeitsformen der Zukunft auseinander. Sie bietet dadurch Mitarbeitenden und Führungskräften ein Lernumfeld, um neue Skills zu entwickeln und die

berufliche Entwicklung selbst zu gestalten. 2018 hat jeder Mitarbeitende von Swisscom 3,0 Tage (Vorjahr 3,1 Tage) für Lernen, Trainieren und Entwickeln aufgewendet.

Mitarbeitendenzufriedenheit

Swisscom Mitarbeitende geben im Rahmen der Umfrage Pulse zweimal pro Jahr eine Rückmeldung zu unterschiedlichen Fragen rund um ihre persönliche Arbeitssituation ab. Die Ergebnisse und die Kommentare, in denen Mitarbeitende ihre Einschätzung präzisieren, sind in Echtzeit für alle Mitarbeitenden verfügbar. Sie gestatten es jedem einzelnen Mitarbeitenden, den einzelnen Teams sowie der Organisation in ihrer Gesamtheit, rasch auf das Feedback zu reagieren und Verbesserungen in die Wege zu leiten. Diese Form der Befragung fördert eine Feedback- und Vertrauenskultur, welche die Grundlage für die gemeinsame Weiterentwicklung des Unternehmens bildet. Die Rücklaufquote bei Pulse steigt kontinuierlich: An den beiden Umfragen 2018 nahmen insgesamt 83% der Mitarbeitenden teil (2017: 62%). Rund 78% und damit mehr als zwei Drittel der an der Umfrage teilnehmenden Mitarbeitenden gaben an, Swisscom mit hoher Wahrscheinlichkeit als Arbeitgeberin weiterzuempfehlen. Die Werte von Swisscom liegen in den abgefragten Dimensionen meistens höher als die Benchmarkwerte.

Diversity

Die unterschiedlichen Sichtweisen, Erfahrungen, Ideen und Fähigkeiten der Mitarbeitenden, die im Arbeitsalltag bei der Zusammenarbeit zum Ausdruck kommen, machen Swisscom zu einem erfolgreichen und innovativen Unternehmen. Um die Vielfalt zu fördern, konzentriert sich Swisscom bei ihren Aktivitäten auf die Dimensionen Gender, Inklusion, Generationen und Sprachregionen. Im Bereich Gender setzt Swisscom bspw. auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Flexible Arbeitsmodelle und die Möglichkeit, das Arbeitspensum probeweise zu senken, erhöhen die Akzeptanz von Teilzeitarbeit. Sie tragen dazu bei, Frauen attraktive Arbeitsbedingungen in einem technisch geprägten Arbeitsumfeld zu bieten. Swisscom legt daher ein besonderes Augenmerk auf die Talentförderung. Swisscom engagiert sich zudem, Personen mit physischen oder psychischen Einschränkungen Arbeitsplätze zur Verfügung zu stellen (Inklusion), um sie im Arbeitsmarkt zu (re-)integrieren. Seit 2014 ist der Anteil der Arbeitsplätze in diesem Bereich von 0,64% auf 0,93% gestiegen. Ziel ist, mindestens 1% der Arbeitsplätze bei Swisscom für Inklusion zu reservieren. Einen integrativen Ansatz verfolgt Swisscom, wenn es um das Generationenmanagement geht: Flexible Arbeitsmodelle und eine Vielzahl von Entwicklungsangeboten unterstützen ältere Mitarbeitende dabei, möglichst lange im Arbeitsprozess zu verbleiben.

Mitarbeitende in Italien

Beschäftigungsvereinbarung für die Telekommunikationsbranche

Die gesetzlichen Arbeitsbedingungen in Italien beruhen auf dem Contratto collettivo nazionale di lavoro (CCNL), einem staatlichen Tarifvertrag. Der CCNL legt die Arbeitsbedingungen zwischen der italienischen Tochtergesellschaft Fastweb und ihren Mitarbeitenden fest. Er enthält ebenso Bestimmungen zu den Beziehungen zwischen Fastweb und den Gewerkschaften. Fastweb steht im Dialog mit den Gewerkschaften sowie den Mitarbeitendenvertretern und bezieht diese bei umfassenden betrieblichen Änderungen zu einem frühen Zeitpunkt ein.

Manteltarifvertrag für Arbeitnehmer

Für die dem CCNL unterstellten Mitarbeitenden gilt eine wöchentliche Arbeitszeit von 40 Stunden. Zu den Leistungen des staatlichen Tarifvertrags gehören ferner fünf Wochen Ferien, ein Mutterschaftsurlaub von 20 Wochen sowie ein Tag Vaterschaftsurlaub. Bei Arbeitsunfähigkeit aufgrund von Krankheit oder Unfall garantiert Fastweb eine vollständige Lohnfortzahlung für 180 Tage und anschliessend die Hälfte des Lohns für weitere 185 Tage.

Arbeitszeitmodell

Die bei Fastweb geltenden Arbeitsbedingungen ermöglichen den Mitarbeitenden einen guten Ausgleich zwischen privaten Bedürfnissen und beruflichen Anforderungen. Hierfür sind besonders die folgenden Massnahmen verantwortlich, die in der gesondert mit den Gewerkschaften abgeschlossenen Conciliazione famiglia e lavoro aus dem Jahr 2001 festgehalten sind: flexible Bürozugangszeiten, Wunschschichten für Mütter oder vorübergehende Teilzeittätigkeiten für Mütter.

Entlöhnung der Mitarbeitenden

Wettbewerbsfähige Gesamtlöhne sollen hochqualifizierte Spezialisten und Mitarbeitende auf Kaderstufe an Fastweb binden. Das Lohnsystem von Fastweb umfasst einen Grundlohn, eine kollektive variable Erfolgsbeteiligung für Mitarbeitende und eine leistungsbezogene variable Komponente für Führungskräfte, die vom Erreichen individueller Vorgaben und der Unternehmensziele abhängig ist. Der Grundlohn wird auf Grundlage der Funktion, der individuellen Leistung und der Situation auf dem Arbeitsmarkt festgelegt. Die variable Erfolgsbeteiligung wird gemäss dem gesondert mit den Gewerkschaften vereinbarten Premio di risultato ausgerichtet. Fastweb beachtet den durch den CCNL festgelegten gesetzlichen Mindestlohn.

5G erleben

In Burgdorf wurden erste 5G-Datenübertragungen über ein komplett standardisiertes 5G-Netz durchgeführt.

Bei Ypsomed sind 5G und die Fabrik von morgen keine Zukunftsmusik mehr. Zusammen mit dem Medizinaltechnikhersteller testete Swisscom den Einsatz von 5G im industriellen Umfeld. Die voll automatisierte und mit 5G digitalisierte Produktionsstrasse trägt damit unter anderem dazu bei, schrittweise Stellen in die Schweiz zurückzuverlagern und den Wirtschaftsstandort Schweiz zu stärken.

Marken, Produkte und Dienstleistungen

Die Marke Swisscom schlägt die Brücke zwischen Bekanntem und Neuem. Sie vereint sämtliche Produkte und Dienste aus dem Kerngeschäft unter einem Dach. Die Corporate Identity sowie das Corporate Design haben nach zehn Jahren eine Auffrischung erfahren. Vision, Werte und das Versprechen von Swisscom sind überprüft, geschärft und vereinfacht worden. Ebenso passt Swisscom ihr Angebotsportfolio laufend an die Kundenbedürfnisse an. So haben sowohl Privat- wie Geschäftskunden Neuerungen und Verbesserungen wie etwa bei inOne oder bei Swisscom TV erfahren. Fastweb stärkt aufgrund des Trends in Italien die Konvergenz der Festnetz- und Mobilfunkkundenbasis.

Marken von Swisscom

Die Marke Swisscom wird als immaterieller Vermögenswert und als ein wichtiges Element des Reputationsmanagements strategisch gesteuert. Sie unterstützt die Geschäftsaktivitäten von Swisscom optimal und bietet Kunden sowie Partnern Orientierung. Zudem ist sie Anziehungspunkt und Motivation für bestehende wie potenzielle Mitarbeitende.

Die Marke wird konsistent und hochwertig in allen Bereichen eingesetzt. Gleichzeitig muss sie über eine grosse Flexibilität verfügen: Sie schlägt die Brücke zwischen dem Bekannten und dem Neuen, und steht gleichermassen für Netz, Infrastruktur, beste Erlebnisse, Unterhaltung, ICT und Digitalisierung.

Produkte und Dienste aus dem Kerngeschäft werden unter der Marke Swisscom angeboten. Daneben setzt Swisscom auf die Zweitmarken Wingo und SimplyMobile (ab 9.1.2019 Coop Mobile) sowie die Drittmarke M-Budget. Sie besitzt zusätzliche Marken im Portfolio, die weiterführende Themen- und Geschäftsfelder kennzeichnen. Die von Swisscom betriebenen Marken Teleclub, Kitag und Cinetrade tragen dazu bei, den Konzern im Bereich der Unterhaltung zu positionieren. Im Ausland ist Swisscom vor allem in Italien durch die Marke Fastweb präsent. Die strategische Entwicklung und Führung des gesamten Markenportfolios ist integraler Teil der Unternehmenskommunikation.

Auszug aus dem Markenportfolio

Die Gesellschaft, die Technologie und das Umfeld verändern sich immer rascher. Eine Marke muss diese Veränderungen aufnehmen und ihnen voraus sein. Aus diesem Grund hat Swisscom im Berichtsjahr die bereits seit zehn Jahren bestehende Corporate Identity und das Corporate Design aufgefrischt: Vision, Werte und das Versprechen von Swisscom wurden hinsichtlich der Relevanz für die Kunden überprüft, geschärft und vereinfacht. Swisscom erwartet von ihren Mitarbeitenden, dass sie sich bei all ihren Tätigkeiten vertrauenswürdig, engagiert und neugierig verhalten. Auf dieser Grundlage tritt Swisscom als zuverlässige Anbieterin auf, entwickelt ihre Position als Marktführerin und erschliesst neue Geschäftsfelder. Ihren Kunden eröffnet Swisscom die Chance, die vernetzte Zukunft auf einfache Weise zu nutzen.

Im Einzelnen hat Swisscom ihr Corporate Design flexibler gestaltet und verstärkt auf digitale Anwendungen ausgerichtet. Das Design soll die Kunden und ihre Möglichkeiten noch stärker in den Vordergrund rücken. Sichtbar werden das Swisscom Versprechen und Design in sämtlichen Angeboten und Produkten sowie Kommunikationsmassnahmen von Swisscom.

Vertrauen und Service bleiben wichtige Elemente, um bestehende Kunden in ihrem Entscheid für Swisscom zu bestärken, neue Kunden zu gewinnen und die Bedeutung von Swisscom für die Schweiz zu unterstreichen: Swisscom ist Teil einer modernen Schweiz, bleibt als Schweizer Unternehmen stets erkennbar und positioniert sich glaubwürdig durch das Thema Verantwortung. All das rundet das positive Image der Marke Swisscom ab und bereichert die vielfältigen Kundenbeziehungen. Nicht zuletzt deshalb erreicht Swisscom Reputationswerte, die für ein Unternehmen in der Telekommunikationsbranche im weltweiten Vergleich aussergewöhnlich hoch liegen.

Externe Rankings bestätigen dieses Bild. In der von Brand Finance durchgeführten Studie «Switzerland 50» ist Swisscom auf Rang 8 platziert. Sie zählt somit zu den wertvollsten Schweizer Marken. Ihr Markenwert beträgt gemäss Brand Finance über CHF 6 Mrd.

Produkte und Dienstleistungen in der Schweiz

Privatkunden

Um den Kunden ein optimales Erlebnis zu bieten, passt Swisscom ihr Angebotsportfolio stetig an die Kundenbedürfnisse an. Sie hat die 2017 eingeführten inOne-Abonnemente weiterentwickelt und noch attraktiver gestaltet. Der modulare Aufbau der inOne-Abonnemente ermöglicht es den Kunden, die Leistungsfähigkeit der einzelnen Komponenten gemäss ihren Bedürfnissen zu wählen und neue mobile Geräte wie smarte Uhren, Tracker oder Tablets einfach einzusetzen.

Angebote für Privatpersonen

Durch inOne bietet Swisscom Privatpersonen ein attraktives Bündelangebot. inOne umfasst neben dem Breitbandanschluss wahlweise TV, Festnetztelefonie und einen Mobilfunkanschluss. Den Kunden stehen für alle Komponenten preislich abgestufte Profile mit unterschiedlicher Leistung zur Auswahl. Die Profile unterscheiden sich im Wesentlichen in der Internetgeschwindigkeit, der Anzahl TV-Sender und der Aufnahme- und Replay-Funktion sowie der Verrechnung von Gesprächsminuten/SMS. inOne lässt sich daher einfach auf die persönlichen Bedürfnisse anpassen.

Swisscom hat 2018 das Mobilfunkabonnement inOne mobile weiter ausgebaut. Kunden profitieren nicht nur von erhöhten Surfgeschwindigkeiten. Sie können auch weitere Geräte wie Tablets, Laptops, smarte Uhren, GPS-Tracker oder ein weiteres Smartphone einfach und kostengünstig zum bestehenden Vertrag hinzufügen. Derartige mit dem Mobilfunk verbundene Geräte stossen bei den Kunden auf eine immer stärkere Nachfrage.

Ebenso hat Swisscom TV seine Attraktivität für die Kunden im laufenden Jahr erhöht: Das Angebot an verfügbaren TV-Sendern ist gewachsen. Damit Kunden unter den vielen Inhalten die für sie persönlich interessanten Sendungen finden, wurde die Benutzeroberfläche weiter vereinfacht. Zudem erhielt Swisscom TV Themenwelten, die unterschiedliche Inhalte übersichtlich zu einem Thema bündeln. Schweizweit exklusiv verfolgten Kunden von Swisscom TV im Sommer 2018 die Fussballweltmeisterschaft in UHD und damit in höchster TV-Qualität. Für die Fussballsaison 2018/2019 hat Swisscom die Übertragungsrechte der UEFA Champions League und der UEFA Europa League erworben. Sie überträgt als einzige Schweizer Anbieterin alle Spiele live.

Über ihre weiteren Marken Wingo, SimplyMobile (ab 9.1.2019 Coop Mobile) und M-Budget zielt Swisscom auf Kunden, die nicht die Servicequalität und das

umfassende Angebot der Swisscom Produkte wünschen. Bei M-Budget und Wingo profitieren Kunden von einfachen, attraktiven Mobilfunk- sowie Internet/Festnetz-Angeboten. SimplyMobile ist ein reines Mobilfunkabonnement, das sich dadurch auszeichnet, dass das Datenguthaben Ende Monat nicht mehr verfällt.

Kunden können in Swisscom Repair Centern im Swisscom Shop vor Ort beschädigte Mobilfunkgeräte reparieren lassen. myCloud bietet Swisscom Kunden eine Schweizer Lösung, um ihre persönlichen Daten wie Fotos, Videos und Dokumente sicher zu verwalten und zu teilen. Im Docsafe lassen sich wichtige Dokumente, Passwörter und Notizen sicher speichern. Zudem erweitert Swisscom ihre Serviceangebote laufend. Sie geht so auf die sich verändernden Kundenbedürfnisse ein.

Angebote für KMU

Für kleine Unternehmen bietet Swisscom in Form von «inOne KMU» ein Kombipaket für Internet und Telefonie. KMU mit komplexeren Bedürfnissen erhalten durch «Smart Business Connect» eine individuelle Lösung für Internet, Telefonie, Zusammenarbeit, Security und Netzwerk. inOne KMU wie Smart Business Connect enthalten integrierte Services wie z.B. eine Internetausfallsicherung und lassen sich mit Swisscom TV oder Swisscom TV Public ergänzen. In KMU gewinnen IT-Themen wie Cloud und Managed Services an Beliebtheit. Kunden, die an einem IT-Outsourcing interessiert sind, profitieren dank «Smart ICT» seit Frühjahr 2018 von Komplettlösungen. Dabei übernimmt Swisscom zusammen mit IT-Partnern in den Regionen den Betrieb der ICT-Infrastruktur des Kunden und kümmert sich professionell um die Datensicherheit. Zum IT-Angebot gehören z.B. Computing Services, cloudbasierte Software oder Managed Workplace-Lösungen. Mobilfunkabonnemente, die auf die Bedürfnisse von Geschäftskunden ausgerichtet sind, runden das KMU-Portfolio ab. Durch ihre modernen Angebote bereitet Swisscom KMU auf die Herausforderungen einer vernetzen Welt vor und zeigt ihnen die neuen Möglichkeiten, die ein mobiles, flexibles Arbeitsumfeld bietet. Zudem stellt Swisscom KMU durch localsearch Informations- und Verzeichnisdienste zur Verfügung, die einen einfachen Zugang zu Adressen, Telefonnummern und ausführlichen Unternehmensinformationen ermöglichen – und zwar im Web, auf der Mobile App oder im gedruckten Telefonbuch (Local Guide).

Enterprise Customers

Die Digitalisierung verändert massgeblich die Geschäftsprozesse, Geschäftsmodelle, Kundenerlebnisse und Arbeitswelten von Unternehmen. Sie setzt daher solide Kommunikationsnetze voraus. Dank ihrer langjährigen Erfahrung als integriertes Telekommunikations- und IT-Unternehmen begleitet Swisscom Kunden bei der Digitalisierung. Sie entwickelt zusammen mit Kunden zukunftsweisende Lösungen, wobei sie sich auf eines der umfassendsten ICT-Portfolios der Schweiz stützt. Dieses Portfolio beinhaltet Cloud-, Outsourcing-, Workplace- und UCC-Lösungen; ferner Mobilfunklösungen für mobiles Arbeiten und Kommunizieren, Netzwerklösungen, Standortvernetzungen, Geschäftsprozessoptimierungen, SAP-Lösungen, Sicherheits- und Authentisierungslösungen (Mobile ID) sowie umfassende, auf Banken zugeschnittene Dienstleistungen, die vom IT- und Business-Outsourcing bis zur Trendforschung reichen. Swisscom hat 2018 in erster Linie ihr Cloudangebot, die IT-Security, das Digital Consulting sowie die Softwareentwicklung ausgebaut. Zusätzlich bietet Swisscom neue Lösungen rund um das Internet der Dinge an, seien dies weitere Zugangstechnologien, zusätzliche Managementplattformen oder der Zugang zu einem internationalen Ökosystem, um nationale sowie internationale Lösungen zu entwickeln. Spitäler unterstützt Swisscom bei der Digitalisierung von Prozessen und damit bei der Steigerung ihrer Effizienz. Für Krankenversicherer übernimmt sie den Betrieb der Kerninformatik. Im Gesundheitswesen treibt Swisscom die Digitalisierung durch ihre Vernetzungslösungen für Leistungserbringer und die Umsetzung des elektronischen Patientendossiers voran.

Wholesale

Swisscom stellt entsprechend den Bedürfnissen ihrer Kunden eine Vielzahl an kupfer- und glasfaserbasierten Anschlusstypen zur Verfügung. Die Dienste Carrier Ethernet Service, Carrier Line Service und Mietleitungen FMG von Swisscom Wholesale ermöglichen Fernmeldedienstanbietern je nach Bedürfnis hochwertige, transparente Punkt-zu-Punkt-Verbindungen mit einer Vielzahl an Bandbreiten und Schnittstellen und/oder mit einem flexiblen Ethernet-Dienst, der Bandbreiten und Dienstqualitäten nach Mass ermöglicht. Weiter bietet Swisscom Wholesale-Basisangebote für die Verbindung von Fernmeldeanlagen und -diensten (Interkonnektion) sowie Infrastrukturprodukte wie die Mitbenutzung von Kabelkanalisationen. Darüber hinaus erschliesst Swisscom Wholesale fortschrittliche Geschäftsfelder im OTT-Bereich.

Produkte und Dienstleistungen in Italien

Fastweb bietet ihren Privat- und Geschäftskunden durch das eigene ultraschnelle Breitbandnetz sowie über entbündelte Zugänge und Vorleistungsprodukte von TIM Sprach- und Breitbanddienste an. 2017 hat Fastweb ihre Konvergenzangebote durch die Markteinführung eines mobilen 4G-Dienstes verstärkt und damit ihre Reichweite und Leistung auf das höchste

Niveau in Italien gesteigert. Die Angebote von Fastweb zeichnen sich durch Einfachheit (Preispläne), Transparenz (keine Promotionen und keine versteckten Kosten) sowie Konvergenz (Festnetz und Mobilfunk in einem Angebot) aus. Fastweb hat ihre Führungsrolle im Grosskundenbereich, vor allem im Segment der öffentlichen Verwaltung, behauptet. Schliesslich hat sie ihre WiFi-Sharing Solution (WoW-Fi) aufgewertet, die den Home-Router eines Kunden in einen potenziellen WiFi-Zugangspunkt für die gesamte Fastweb Community verwandelt. Das Kundenmodem namens FastGate weist eine der höchsten WiFi-Performances auf dem Markt auf, wobei eine mobile App die Kundenerfahrung zusätzlich stärkt.

Kundenzufriedenheit

Um die Kundenzufriedenheit zu messen, führt Swisscom Schweiz segmentspezifische Erhebungen und Analysen durch. Sie misst die Kundenzufriedenheit zweimal jährlich jeweils im zweiten und vierten Quartal des Jahres. Das Segment Wholesale misst die Kundenzufriedenheit einmal pro Jahr. Die wichtigste erhobene Kenngrösse ist für alle Segmente die Weiterempfehlungsbereitschaft der Kunden und die daraus abgeleitete Weiterempfehlungsrate, der sogenannte Net Promoter Score (NPS). Der NPS bildet die emotionale Kundenbindung ab und gibt Auskunft über die Einstellung, welche die Kunden Swisscom gegenüber an den Tag legen. Er ergibt sich aus der Differenz zwischen den sogenannten Promotoren (Kunden, die Swisscom stark weiterempfehlen würden) und den Kritikern (Kunden, die Swisscom nur bedingt oder nicht weiterempfehlen würden). Weiter führt Swisscom segmentspezifisch die folgenden Erhebungen durch:

- Das **Segment Privatkunden** misst durch repräsentative Befragungen die Zufriedenheit und Weiterempfehlungsbereitschaft. Es befragt Anrufer der Swisscom Hotline und Besucher der Swisscom Shops regelmässig zu Wartezeit und Freundlichkeit des Personals. Zudem befragen Produktstudien regelmässig Käufer und Anwender zu Zufriedenheit, Service und Qualität der Produkte.
- Das **Segment Enterprise Customers** führt eine Kundenbefragung zur Zufriedenheit mit der Kundenerlebniskette durch. Zudem setzt es an relevanten Kundenkontaktpunkten Feedbackinstrumente ein, um die Kundenzufriedenheit zu messen. So können IT-Anwender nach jeder Interaktion mit dem Service Desk oder nach Bestellungen eine Rückmeldung abgeben. Nach Projektabschluss beurteilen Auftraggeber die Qualität sowie den Erfolg des Projekts.
- Das **Segment Wholesale** misst die Zufriedenheit der Kunden entlang der Kundenerlebniskette.

Die Ergebnisse der Studien und Befragungen helfen Swisscom, ihre Dienstleistungen und Produkte zu verbessern. Sie haben Einfluss auf den variablen Erfolgsanteil der Mitarbeitenden und das Management.

Es war das Sportereignis des Jahres – Kundinnen und Kunden von Swisscom TV konnten die Fussball-Weltmeisterschaft in noch besserer Qualität (UHD, Ultra High Definition) verfolgen. Kein Spiel verpassen Fans auf Teleclub, wo sämtliche Spiele der UEFA Champions League und der UEFA Europa League übertragen werden. Leidenschaftliche Fans fiebern dank Swisscom TV mit, als wären sie selbst im Stadion.

Hautnah dabei

Ob im Stadion oder im Wohnzimmer – Fussball begeistert, ist aufregend und lässt Herzen höher schlagen.

Innovation und Entwicklung

Innovation erfolgt in allen Bereichen von Swisscom sowie über die Unternehmensgrenzen hinaus. Als zentrale Treiberin für die wirtschaftliche Nachhaltigkeit ist Innovation auch ein wichtiger Hebel, um im Kerngeschäft relevant zu bleiben, in neuen Themenfeldern zu wachsen und interne Abläufe zu digitalisieren. Swisscom konzentriert ihre Innovationsaktivitäten auf sieben Innovationsfelder, die unmittelbar das Erreichen der Konzernziele unterstützen.

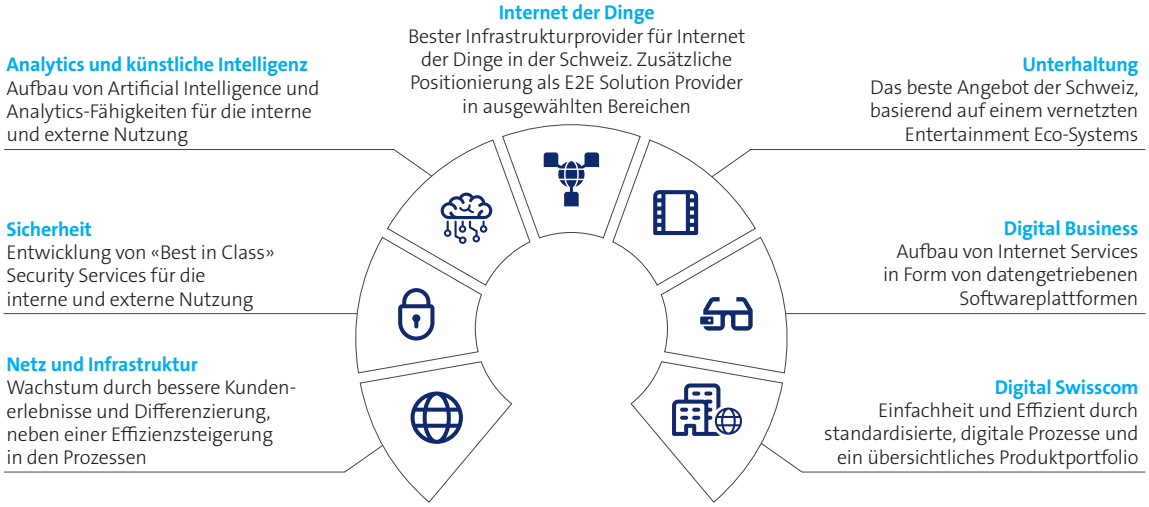
Innovation als wichtige Treiberin

Das geschäftliche Umfeld von Swisscom verändert sich rasant, Innovation und Entwicklung, das heisst die kommerziell erfolgreiche Umsetzung neuer Ideen, werden immer wichtiger. Innovation ist eine zentrale Treiberin für wirtschaftliche Nachhaltigkeit. Swisscom macht heute einen Grossteil des Umsatzes mit Produkten, die wenige Jahre alt sind. Innovation ist zudem ein wichtiger Hebel, um im Kerngeschäft relevant zu bleiben, in neuen Themenfeldern zu wachsen und interne Arbeitsabläufe zu digitalisieren. Swisscom verfolgt das Ziel, strategische Herausforderungen, neue Wachstumsfelder und künftige Kundenbedürfnisse früh zu erkennen. Innovationen werden deshalb mittels verschiedener Ansätze wie «Open Innovation», «Cooperations», «Ventures» und «Enabling Services» vorangetrieben. Innovation erfolgt folglich in allen Bereichen von Swisscom und über die Unternehmensgrenzen hinaus zusammen mit Partnern wie Hochschulen, Start-ups und etablierten Technologieunternehmen. Dies sind wichtige Erfolgsfaktoren, um die ICT-Zukunft in der Schweiz aktiv zu gestalten.

Siehe unter **www.swisscom.ch/innovation**

Innovation mit Themenausrichtung

Swisscom konzentriert ihre Innovationsaktivitäten auf die folgenden sieben Innovationsfelder. Diese Innovationsfelder unterstützen unmittelbar das Erreichen der Konzernziele:



Swisscom investiert laufend in fortschrittliche Lösungen in diesen Innovationsfeldern. Sie will damit im ICT-Bereich die beste Infrastruktur für eine digitale Schweiz bereitstellen, neue Wachstumsfelder erschliessen und ihren Kunden die besten Services und Produkte bieten.

Netz und Infrastruktur

Swisscom setzt auf einen Technologiemix, damit die ganze Schweiz von den Möglichkeiten der digitalen Welt profitiert – von Städten bis hin zu Alphütten in der ganzen Schweiz. Mittels All IP-Transformation treibt sie in ihrem Festnetz konsequent die strikte Trennung von Zugangstechnologien und Diensten voran. Zudem erneuert sie dank innovativer Architektur alle Komponenten vom Kernnetz bis zum Anschluss. Sie verfolgt diese Entwicklung so konsequent wie nur wenige Anbieter weltweit. Damit legt Swisscom die Grundlage, um in Zukunft neue Dienste rasch einzuführen und ihren Kunden neue Entwicklungen stets als erste Anbieterin zur Verfügung zu stellen.

Im Bereich des Mobilfunks hat Swisscom die nächste Generation der Mobilfunkstandards, 5G, stark vorangetrieben. Im Frühling 2018 präsentierte Swisscom zusammen mit dem Medizinalunternehmen Ypsomed erste 5G-Anwendungen auf Basis volldigitalisierter Prozessketten von der Anlieferung der Rohstoffe über die Fertigung der Produkte bis hin zur Bereitstellung und Auslieferung. Zum ersten Mal wurden dabei alle Hard- und Softwarekomponenten direkt über eine 5G-Antenne bereitgestellt. Im zweiten Halbjahr 2018 folgten erste 5G-Testnetze in Burgdorf, Guttannen und Luzern.

Swisscom hat ihr Cloudangebot 2018 durch einen Multicloud-Ansatz breit ausgebaut. Kunden wählen aus globalen Public Clouds ebenso wie aus der Swisscom eigenen Enterprise Service Cloud. Diese punktet mit ihrer Datenhaltung in der Schweiz. Swisscom unterstützt Unternehmen, ihre IT in die Cloud zu migrieren und dadurch von noch mehr Agilität, schnelleren Prozessen und tieferen Kosten zu profitieren. Ebenso nutzt Swisscom eigene Clouds für Services wie MyCloud. Der Mobilfunkstandard 5G lässt das Netz und die Cloud noch enger zusammenwachsen und bietet Swisscom wie ihren Kunden neue Möglichkeiten.

Internet der Dinge

- **Schweizweite Netze für das Internet der Dinge (Internet of Things IoT):** Swisscom hat ihr IoT-Portfolio weiter ausgebaut. Zusätzlich zu den Zugangstechnologien LTE M und Narrow Band-IoT erweiterte sie ihre Connectivity Management-Plattformen um die Vodafone Global Data Service-Plattformen. LTE M und Narrow Band-IoT sind dedizierte Technologien für IoT-Anwendungen und sind eine Variante innerhalb des 4G/LTE-Standards. Das Low Power Network versorgt inzwischen über 96% der Bevölkerung. 2018 hat Swisscom die SBB als weitere Kooperationspartnerin gewonnen, die u.a. Standorte für die Netzverdichtung anbietet. Das IoT gewinnt stark an Fahrt, wie die vielen neuen Anwendungen seitens Kunden belegen. Das breite IoT-Portfolio von Swisscom bietet alle Komponenten, um Anwendungen national und international zu verwirklichen. Im Rahmen unterschiedlicher Formate wie des Techie Tuesday (eine technische Sprechstunde rund um IoT) oder der LPN Bootcamps unterstützt Swisscom zudem Unternehmen ebenso wie Start-ups, um den Einstieg in das IoT zu ermöglichen und dieses weiterzuentwickeln.

☺ Siehe unter **www.swisscom.ch/lpn**

- **Smart City:** 2018 hat Swisscom die unterschiedlichen Initiativen innerhalb des Unternehmens rund um Smart City zu einem Team vereint und baut dieses marktabhängig aus. Im Rahmen des IoT-Projekts Carbosense hat Swisscom zusammen mit der Empa, dem Swiss Data Science Center (SDSC) sowie Decentlab beispielhaft bewiesen, wie das IoT Städte und Regionen bei faktenbasierten Entscheidungen unterstützt. Um schweizweit die Initiativen rund um Smart City zu kanalisieren, hat Swisscom aktiv an der Gründung des Smart City Hubs mitgewirkt.

Analytics und künstliche Intelligenz

- **Künstliche Intelligenz (KI):** Swisscom nutzt gezielt künstliche Intelligenz, um ihren Kunden einen noch besseren Service zu bieten. So wird KI z.B. im Kundendienst, bei der Erkennung von Netzstörungen oder bei der Effizienzsteigerung interner Prozesse eingesetzt. Ausserdem hilft Swisscom ihren Kunden mittels KI und Data Analytics, anfallende Daten gezielt auszuwerten.

Sicherheit

- **Sicherheit dank künstlicher Intelligenz:** Die Bedrohungen aus dem Internet nehmen laufend zu und werden immer intelligenter. Swisscom setzt künstliche Intelligenz (KI) bereits heute in der Angriffsbekämpfung unterstützend ein, um Angriffe und Gefahren automatisch zu erkennen und entsprechende Gegenmassnahmen zeitnah einzuleiten – zum Schutz des eigenen Unternehmens, der eigenen Infrastruktur und der Kunden. Dadurch verbessert und beschleunigt Swisscom die Prozesse im Alltag und entlastet die Security-Experten. Greifbar wird das KI-basierte Vorgehen im Swisscom 7x24 Security Operations Center, das Geschäftskunden als Dienstleistung angeboten wird.

Darüber hinaus blockiert der Service Internet Guard pro Monat durchschnittlich 8 Mio. Zugriffe auf gefährliche Websites und schützt damit die Swisscom Kunden aktiv. Swisscom ist 2018 dem Cybersecurity Tech Accord beigetreten und verpflichtet sich damit öffentlich, ihre Kunden und Anwender bestmöglich vor Cyberangriffen zu schützen und das Bewusstsein für Sicherheit im Netz wie auch die Fähigkeiten zum Selbstschutz zu stärken.

Unterhaltung

- **eSports:** Mit der «Swisscom Hero League powered by ESL» hat Swisscom in Zusammenarbeit mit ESL eine eigene Schweizer eSports-Liga gegründet. Diese richtet sich sowohl an Profis als auch an die breite Bevölkerung. Nebst der eSports-Liga wurden auf Swisscom TV mehrere Game-Sender ins Angebot aufgenommen und eine eigene Game-Themenwelt aufgebaut. Die Themenwelt bündelt die besten Sendungen, Videos und Apps zum Thema von allen Quellen auf Swisscom TV. Weiter optimiert Swisscom laufend sämtliche Netzkomponenten im Hinblick auf die Bedürfnisse der Gamer. Dazu gehören nebst einer hohen Breitbandabdeckung auch schnelle Reaktionszeiten (Ping) und hohe Upload-Raten. Um seine gesellschaftliche Verantwortung wahrzunehmen, umfasst das eSports-Engagement auch Angebote im Medienkompetenzprogramm: So wurde eine Ausgabe des digitalen Ratgebers «enter» dem Thema Games und eSports gewidmet und ein neues Kursmodul für Eltern und Lehrer entwickelt. Für Swisscom sind Games und die Entwicklungen in der Gaming-Branche nicht nur ein gesellschaftlicher Trend, sondern auch Treiber für die Einführung neuer Technologien und ein nicht zu unterschätzender Wirtschaftsfaktor für die Schweiz.
- **Swisscom TV:** Die Fussball-WM war das Sportereignis des Jahres – und wurde 2018 in der Schweiz in einer bisher nicht gekannten Qualität ausgestrahlt: Denn Kunden von Swisscom TV verfolgten die Fussball-WM auf den SRG-Sendern erstmals in superscharfer UHD-Bildqualität und HDR. «High Dynamic Range» (HDR) führt in Kombination mit UHD zu einem sofort sichtbaren Qualitätssprung. UHD vervierfacht die Zahl der Bildpunkte gegenüber HD, und HDR sorgt zusätzlich für einen viel höheren Kontrast und ein deutlich breiteres Farbspektrum. Fernsehbilder werden so nicht nur schärfer, sondern erhalten erstmals auch eine wahrnehmbare Tiefe.

Digital Swisscom

Um in einer digitalen Welt voranzuschreiten, muss sich Swisscom selbst digitalisieren und zum digitalen Vorzeigeunternehmen werden. Daher hat Swisscom 2018 erneut konsequente Schritte unternommen, um ihr Netz, ihre Arbeitsplätze und ihre Prozesse zu digitalisieren. Agile Zusammenarbeitsmodelle und die cloudbasierte Produktion erhöhen die Innovationszyklen, die Anzahl an Anknüpfungspunkten und die Kundennähe. Eine weitreichende Folge der Digitalisierung – oder gar ein Paradigmenwechsel – zeigt sich in neuen Kooperationsmodellen mit Partnern. Rund um das IoT ist Swisscom Kooperationen mit der SBB, der Post oder der NeoVac eingegangen, um über die Standorte des jeweiligen Partners das Netz rasch zu verdichten. Ferner arbeitet Swisscom an unterschiedlichen Netzthemen eng mit ausgewählten Partnern zusammen.

In einem nächsten Schritt auf dem Weg zu einer smarten Zusammenarbeitskultur entwickelt Swisscom die eigenen Arbeitsplätze weiter. Die Einführung einer hybriden Arbeitsplatzumgebung – eine Kombination aus Services der Microsoft Office 365 Cloud und aus dem Swisscom eigenen Rechenzentrum – vereinfacht den Zugriff auf Daten von jedem mobilen und registrierten Endgerät. Zudem erhöht die smarte Umgebung die Benutzbarkeit und die Datensicherheit. Swisscom schreitet auf dem Weg zur Arbeitswelt von morgen voran, gestaltet den Paradigmenwechsel aktiv mit und sammelt wichtige Erfahrungen, von denen letztlich die Kunden profitieren.

Swisscom hat die Einführung agiler Modelle weiter verstärkt. Zu diesen Modellen zählen SAFe Frameworks oder BizDevOps. Sie dienen dazu, Entwicklungen innerhalb von Swisscom sowie in Zusammenarbeit mit Kunden in schnelleren Innovationszyklen voranzutreiben und zu betreiben. Diese Zusammenarbeitsmodelle bieten zudem Mitarbeitenden interessante Weiterbildungsmöglichkeiten, erhöhen die Attraktivität der einzelnen Funktionen im Unternehmen und ermöglichen es, alle Chancen der cloudbasierten Entwicklung zu nutzen. Grundlage hierfür ist die Digitalisierung der Netze, z.B. mit All IP.

Im Kundendienst hat Swisscom 2018 den Einsatz künstlicher Intelligenz (KI) weiter ausgebaut. Lernfähige Algorithmen unterstützen die Kundenbetreuer, indem sie automatisch E-Mails analysieren und klassifizieren. Im Netzbetrieb unterstützt KI die Analyse möglicher Störfaktoren oder die automatische Behebung von Netzproblemen.

Digital Business

Im Innovationsfeld Digital Business hat Swisscom 2018 Entwicklungen innerhalb und ausserhalb des eigenen Unternehmens unterstützt; dies mittels Förderung von Intrapreneurship sowie über die Gründung von Joint Ventures gemeinsam mit strategischen Partnern.

- **Kickbox:** Erweiterung des internen Intrapreneurship-Programms zu einem firmenübergreifenden Innovationsökosystem, das dem Mitarbeitenden Ressourcen (z.B. Zeit und Budget) für Innovationsprojekte zur Verfügung stellt.
- **FinTech:** Lancierung von drei FinTech Joint Ventures, gemeinsam mit Partnern. Die Credit Exchange ist eine Plattform für die Vergabe von Hypotheken. Sie verbindet u.a. Banken, Versicherungen und Pensionskassen und erlaubt es, dem Endkunden die für ihn günstigste Hypothek zu wählen. Daura ermöglicht es, nicht kotierten Unternehmen Beteiligungspapiere auf der Blockchain zu registrieren oder auszugeben und diese weltweit sicher zu übertragen. Durch solche digitalisierten Aktien ist es den Unternehmen möglich, einen weiteren Kreis von Investoren anzusprechen. Wertrechte wie z.B. Aktien werden zunehmend digitalisiert. Daura ist der erste Schritt der Vision, Swisscom als führende Anbieterin für das Registrieren, Aufbewahren und Übertragen digitalen Eigentums zu etablieren. Mit der Custodigit AG soll in einem weiteren Schritt eine Plattform für regulierte Finanzdienstleister geschaffen werden, um deren Endkunden die Aufbewahrung von digitalen Assets zu ermöglichen.
- **IoT – Gründung von autoSense mit AMAG:** Das Unternehmen vernetzt Fahrzeuge mit dem Internet. Mit der autoSense-App sowie einem kompakten Adapter erhalten Nutzer einen unmittelbaren Zugang zu wertvollen Informationen rund um die Fahrt und das Fahrzeug. Gegenwärtig umfasst die Dienstleistung u.a. ein Fahrtenbuch, eine Ferndiagnose und Warnungen bei Motorproblemen. Geplant sind weitere digitale Services rund um das Tanken und Parken sowie massgeschneiderte Fahrzeugversicherungen.
- **Digitale Identität:** Im Frühling 2018 ist die SwissSign Group AG als Trägerin der SwissID gegründet worden. Das Unternehmen verfügt über eine breite Trägerschaft aus staatsnahen Betrieben sowie aus Finanz- und Versicherungsunternehmen. Die Aktionäre wollen über die SwissID ein offenes, einfaches System der digitalen Identität etablieren. Die Swisscom hat sich an der SwissSign Group beteiligt.

Zusätzlich zu den Tätigkeiten in den Innovationsfeldern untersucht Swisscom laufend, welche Möglichkeiten sich aus neuen Technologien ergeben, z.B. die disruptive Technologie Blockchain, Drohnen und Robotics. Swisscom will damit die beste Infrastruktur für eine digitale Schweiz bereitstellen, neue Wachstumsfelder erschliessen und ihren Kunden die besten Services und Produkte bieten.

Viele Schweizer KMU haben bislang noch nicht umfassend von der Digitalisierung profitiert. Die Swisscom Tochtergesellschaft Swisscom Directories AG (localsearch) führt KMU in der digitalen Welt zum Erfolg: Online gefunden werden, Neukunden gewinnen und bestehende Kunden binden – localsearch unterstützt KMU dabei, sich dank digitalen Marketings auf dem Markt durchzusetzen. So sind KMU dank MyPRESENCE von localsearch mit nur einem zentralen Eintrag auf über 25 Online-Diensten präsent. MyPRESENCE ist im November 2017 lanciert worden und zählt heute bereits über 5’000 Kunden. Darüber hinaus sind die von localsearch betriebenen local.ch und search.ch die reichweitenstärksten Verzeichnisse der Schweiz.

Siehe unter **www.localsearch.ch**
Siehe unter **www.local.ch**

Verweilen und Erleben

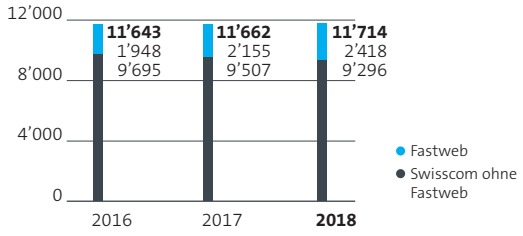
Beratung, Betreuung und Einkauf –
alles unter einem Dach.

Im neu eröffneten House of Swisscom in Basel erwartet die Besucher ein neueartiges Shoppingerlebnis. Privat- und Geschäftskunden werden kompetent beraten, können Geräte reparieren lassen, die Innovationszone entdecken oder in der Swisscom Lounge verweilen.

Geschäftsentwicklung

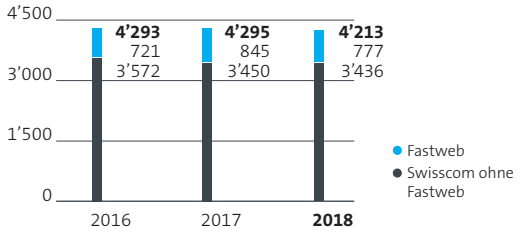
Nettoumsatz

in Mio. CHF



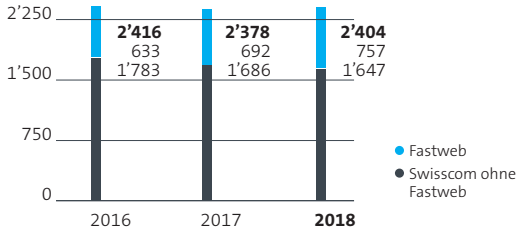
EBITDA

in Mio. CHF



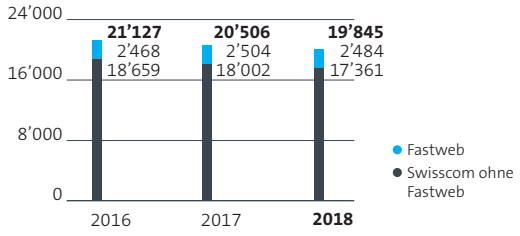
Investitionen

in Mio. CHF



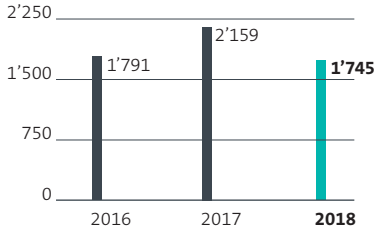
Personalbestand

in Vollzeitstellen



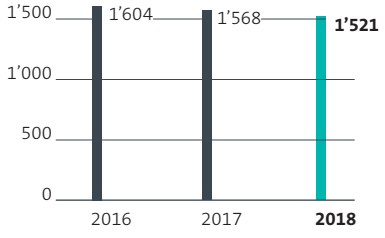
Operating Free Cash Flow

in Mio. CHF



Reingewinn

in Mio. CHF



Zusammenfassung

In Mio. CHF bzw. wie angemerkt	**2018**	2017	Veränderung
Nettoumsatz [1]	11'714	11'662	0,4%
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) [1]	4'213	4'295	–1,9%
EBITDA in % Nettoumsatz	36,0	36,8	
Operatives Ergebnis (EBIT)	2'069	2'131	–2,9%
Reingewinn	1'521	1'568	–3,0%
Gewinn pro Aktie (in CHF)	29,48	30,31	–2,7%
Operating Free Cash Flow	1'745	2'159	–19,2%
Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	2'404	2'378	1,1%
Nettoverschuldung am Bilanzstichtag	7'393	7'447	–0,7%
Personalbestand am Bilanzstichtag (in Vollzeitstellen)	19'845	20'506	–3,2%

1 Ab 1. Januar 2018 wendet Swisscom IFRS 15 «Umsätze aus Verträgen mit Kunden» an. Die Vorjahreszahlen wurden nicht angepasst. Ohne die Anwendung von IFRS 15 würden 2018 der Nettoumsatz um CHF 5 Mio. tiefer und der EBITDA um CHF 43 Mio. höher ausgewiesen.

Der Nettoumsatz von Swisscom erhöhte sich um 0,4% auf CHF 11'714 Mio. Auf Basis konstanter Währungen resultierte ein Rückgang um 0,3%. Im Schweizer Kerngeschäft sank der Umsatz als Folge des starken Wettbewerbs und der Marktsättigung um CHF 241 Mio. oder 2,7% auf CHF 8'817 Mio. Der Umsatz aus Telekomdiensten nahm um CHF 242 Mio. oder 3,7% ab, was auf den Preisdruck und den rückläufigen Umsatz mit der Festnetztelefonie zurückzuführen ist. Die Zahl der Umsatz generierenden Einheiten (RGU) reduzierte sich gegenüber dem Vorjahr um 2,3% auf 11,9 Mio. Die italienische Tochtergesellschaft Fastweb erzielte ein starkes Umsatz- und Kundenwachstum. Der Umsatz stieg um EUR 160 Mio. oder 8,2% auf EUR 2'104 Mio. Die Anzahl Breitbandkunden stieg um 96 Tsd. oder 3,9% auf 2,55 Mio. und die Anzahl Mobilfunkanschlüsse um 367 Tsd. oder 34,5% auf 1,43 Mio.

Das operative Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) reduzierte sich um 1,9% auf CHF 4'213 Mio. Im Vorjahr wurde die Ergebnisentwicklung durch Sondereffekte beeinflusst. Bei Fastweb waren 2017 Einmalerträge aus Rechtsstreitigkeiten von CHF 102 Mio. und im Schweizer Geschäft Nettoaufwendungen für Stellenabbau von CHF 61 Mio. enthalten. 2018 wurde zudem die EBITDA-Entwicklung im Vorjahresvergleich durch neue Vorschriften zur Rechnungslegung von Kundenverträgen (IFRS 15) beeinflusst. Auf vergleichbarer Basis resultierte im Schweizer Kerngeschäft ein Rückgang des EBITDA um CHF 137 Mio. oder 3,9%. Dabei wurde der Umsatzrückgang durch Einsparungen bei den indirekten Kosten teilweise kompensiert. Bei Fastweb stieg der EBITDA in Lokalwährung auf vergleichbarer Basis als Folge des Umsatzwachstums um 5,6%.

Das konsolidierte operative Ergebnis (EBIT) sank um CHF 62 Mio. oder 2,9% auf CHF 2'069 Mio. Der Reingewinn reduzierte sich um CHF 47 Mio. oder 3,0% auf CHF 1'521 Mio. Der Generalversammlung wird für das Geschäftsjahr 2018 eine unveränderte Dividende von CHF 22 pro Aktie vorgeschlagen.

Die Investitionen haben um CHF 26 Mio. oder 1,1% auf CHF 2'404 Mio. zugenommen. Der Ausbau der Breitbandnetze schreitet weiter voran. In der Schweiz blieben die Investitionen für den Ausbau der Breitbandnetze auf einem hohen Niveau. Weil die übrigen Investitionen abnahmen, reduzierten sich die Investitionen in der Schweiz gesamthaft um CHF 33 Mio. oder 2,0% auf CHF 1'645 Mio. Die Investitionen von Fastweb nahmen um EUR 35 Mio. oder 5,6% auf EUR 657 Mio. zu. Der Anstieg resultiert aus dem Erwerb von Mobilfunkfrequenzen.

Der Operating Free Cash Flow ist um CHF 414 Mio. oder 19,2% auf CHF 1'745 Mio. gesunken. Die Abnahme ist hauptsächlich auf die Entwicklung des Nettoumlaufvermögens zurückzuführen, die anders als im Vorjahr eine negative Entwicklung aufwies. Die Nettoverschuldung liegt mit CHF 7'393 Mio. um CHF 54 Mio. tiefer als Ende 2017. Das Verhältnis Nettoverschuldung/EBITDA stieg von 1,7 auf 1,8.

Die Zahl der Mitarbeitenden verringerte sich gegenüber dem Vorjahr um 661 Vollzeitstellen oder 3,2% auf 19'845 Vollzeitstellen. In der Schweiz sank der Personalbestand als Folge des rückläufigen Kerngeschäfts um 541 Vollzeitstellen oder 3,1% auf 17'147 Vollzeitstellen. Über die Hälfte der Reduktion wurde über natürliche Fluktuation und Vakanzenmanagement aufgefangen.

Swisscom erwartet für 2019 einen Nettoumsatz von rund CHF 11,4 Mrd., einen EBITDA von über CHF 4,3 Mrd. und Investitionen von rund CHF 2,3 Mrd. Bei Erreichen der Ziele plant Swisscom, der Generalversammlung 2020 für das Geschäftsjahr 2019 eine unveränderte, attraktive Dividende von CHF 22 pro Aktie vorzuschlagen.

Entwicklung der Segmente

In Mio. CHF bzw. wie angemerkt	2018	2017	Veränderung
Nettoumsatz			
Privatkunden	5'924	6'053	–2,1%
Enterprise Customers	2'410	2'510	–4,0%
Wholesale [1]	894	944	–5,3%
IT, Network & Infrastructure	159	167	–4,8%
Intersegment-Elimination	(570)	(616)	–7,5%
Swisscom Schweiz	**8'817**	**9'058**	**–2,7%**
Fastweb	2'426	2'164	12,1%
Übrige operative Segmente	907	850	6,7%
Group Headquarters	2	1	100,0%
Intersegment-Elimination	(438)	(411)	6,6%
Umsatz mit externen Kunden [2]	**11'714**	**11'662**	**0,4%**
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)			
Privatkunden	3'373	3'482	–3,1%
Enterprise Customers	755	822	–8,2%
Wholesale	446	446	0,0%
IT, Network & Infrastructure	(1'166)	(1'250)	–6,7%
Swisscom Schweiz	**3'408**	**3'500**	**–2,6%**
Fastweb	777	845	–8,0%
Übrige operative Segmente	186	180	3,3%
Group Headquarters	(78)	(111)	–29,7%
Überleitung Vorsorgeaufwand [3]	(60)	(92)	–34,8%
Intersegment-Elimination	(20)	(27)	–25,9%
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) [2]	**4'213**	**4'295**	**–1,9%**

1 Inkl. Intersegment-Verrechnungen von Leistungen anderer Netzbetreiber.
2 Ab 1. Januar 2018 wendet Swisscom IFRS 15 «Umsätze aus Verträgen mit Kunden» an. Die Vorjahreszahlen wurden nicht angepasst. Ohne die Anwendung von IFRS 15 würden 2018 der Nettoumsatz um CHF 5 Mio. tiefer (Swisscom Schweiz CHF –9 Mio.; Fastweb CHF +4 Mio.) und der EBITDA um CHF 43 Mio. (Swisscom Schweiz CHF +12 Mio.; Fastweb CHF +31 Mio.) höher ausgewiesen.
3 Im operativen Ergebnis der Segmente sind als Vorsorgeaufwand die ordentlichen Arbeitgeberbeiträge enthalten. Die Differenz zum Vorsorgeaufwand nach IAS 19 wird als Überleitungsposition ausgewiesen.

Die Berichterstattung erfolgt nach den drei operativen Geschäftsbereichen Swisscom Schweiz, Fastweb und Übrige operative Segmente. Zusätzlich wird in der Berichterstattung Group Headquarters, das nicht zugeteilte Kosten enthält, separat ausgewiesen. Swisscom Schweiz besteht aus den Kundensegmenten Privatkunden, Enterprise Customers und Wholesale sowie dem Bereich IT, Network & Infrastructure. Fastweb ist eine Telekommunikationsanbieterin für Privat- und Geschäftskunden in Italien. Die Übrigen operativen Segmente beinhalten vor allem den Bereich Digital Business sowie die Swisscom Broadcast AG (Rundfunksendeanlagen) und die cablex AG (Netzbau und Unterhalt).

Für die finanzielle Führung verrechnet das Segment IT, Network & Infrastructure keine Netzkosten und Group Headquarters keine Management Fees an andere Segmente. Die übrigen Leistungen zwischen den Segmenten werden zu Marktpreisen verrechnet. Die Netzkosten in der Schweiz werden über den Geschäftsbereich IT, Network & Infrastructure geplant, überwacht und gesteuert. Der Geschäftsbereich IT, Network & Infrastructure wird als Cost Center geführt. Deshalb werden dem Segment IT, Network & Infrastructure in der Segmentberichterstattung mit Ausnahme von Vermietung und Verwaltung von Gebäuden und Fahrzeugen keine Umsätze gutgeschrieben. Die Ergebnisse der Segmente Privatkunden, Enterprise Customers sowie Wholesale entsprechen einem Deckungsbeitrag vor Netzkosten.

Der Segmentaufwand umfasst die direkten Kosten, den Personalaufwand und den übrigen Betriebsaufwand abzüglich der aktivierten Eigenleistungen und übrigen Erträge. Der Segmentaufwand enthält als Vorsorgeaufwand die ordentlichen Arbeitgeberbeiträge. Die Differenz zwischen den ordentlichen Arbeitgeberbeiträgen und dem Dienstzeitaufwand nach IAS 19 wird als Überleitungsposition zwischen den operativen Ergebnissen der Segmente und dem operativen Ergebnis des Konzerns ausgewiesen.

Swisscom Schweiz

In Mio. CHF bzw. wie angemerkt	2018	2017	Veränderung
Nettoumsatz und Ergebnis			
Telekomdienste	6'222	6'464	–3,7%
Lösungsgeschäft	1'042	1'084	–3,9%
Handelswaren	705	648	8,8%
Wholesale	566	578	–2,1%
Übrige Umsätze	202	203	–0,5%
Umsatz mit externen Kunden	**8'737**	**8'977**	**–2,7%**
Umsatz mit anderen Segmenten	80	81	–1,2%
Nettoumsatz [1]	**8'817**	**9'058**	**–2,7%**
Direkte Kosten	(1'972)	(1'943)	1,5%
Indirekte Kosten	(3'437)	(3'615)	–4,9%
Segmentaufwand	**(5'409)**	**(5'558)**	**–2,7%**
Segmentergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) [1]	**3'408**	**3'500**	**–2,6%**
Marge in % Nettoumsatz	38,7	38,6	
Abschreibungen und Wertminderungen	(1'502)	(1'485)	1,1%
Segmentergebnis	**1'906**	**2'015**	**–5,4%**
Operationelle Daten am Bilanzstichtag in Tsd.			
Festnetztelefonieanschlüsse	1'788	2'047	–12,7%
Breitbandanschlüsse Retail	2'033	2'014	0,9%
Swisscom TV-Anschlüsse	1'519	1'467	3,5%
Mobilfunkanschlüsse	6'551	6'637	–1,3%
Umsatz generierende Einheiten (RGU)	11'891	12'165	–2,3%
Bündelverträge	1'970	1'898	3,8%
Entbündelte Teilnehmeranschlüsse	87	107	–18,7%
Breitbandanschlüsse Wholesale	481	435	10,6%
Investitionen und Personalbestand			
Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	1'620	1'654	–2,1%
Personalbestand am Bilanzstichtag in Vollzeitstellen	14'478	15'157	–4,5%

1 Ab 1. Januar 2018 wendet Swisscom IFRS 15 «Umsätze aus Verträgen mit Kunden» an. Die Vorjahreszahlen wurden nicht angepasst. Ohne die Anwendung von IFRS 15 würden 2018 der Nettoumsatz um CHF 9 Mio. tiefer und der EBITDA um CHF 12 Mio. höher ausgewiesen.

Der Nettoumsatz von Swisscom Schweiz ist als Folge des intensiven Wettbewerbs und des Rückgangs in der Festnetztelefonie um CHF 241 Mio. oder 2,7% auf CHF 8'817 Mio. gesunken. Der Umsatz mit Telekomdiensten sank um CHF 242 Mio. oder 3,7% auf CHF 6'222 Mio. Vom Rückgang entfallen CHF 173 Mio. (–3,2%) auf den Bereich Privatkunden und CHF 69 Mio. (–6,3%) auf den Bereich Enterprise Customers. Im Bereich Privatkunden ist der Rückgang auf den Preisdruck und den rückläufigen Teilnehmerbestand in der Festnetztelefonie zurückzuführen, der sich in diesem Bereich um 199 Tsd. oder 10,8% auf 1,64 Mio. reduzierte. Auch im Bereich Enterprise Customers führte der Wettbewerb zu Preisdruck, zudem konnten die Kunden im Rahmen der Umstellung auf All IP ihren Bedarf optimieren. Der Nettoumsatz im Lösungsgeschäft sank als Folge des starken Wettbewerbs und tieferer Volumen im Bereich Banking um CHF 42 Mio. oder 3,9% auf CHF 1'042 Mio. Der Bereich Enterprise Customers verzeichnete einen Auftragseingang von rund CHF 2,5 Mrd. (Vorjahr CHF 2,7 Mrd.). Bei Wholesale kompensierte die gestiegene Nachfrage nach Breitbandanschlüssen einen Grossteil des Umsatzrückgangs beim Inbound Roaming. Die Nachfrage nach Bündelangeboten bleibt hoch.

Die Zahl der inOne-Kunden wächst konstant. Per Ende 2018 verzeichnete Swisscom Schweiz insgesamt 2,33 Mio. inOne-Kunden, das entspricht einer Zunahme von 988 Tsd. Damit macht inOne 54% aller Mobilfunkanschlüsse und 57% der Breitbandanschlüsse der Privatkunden aus. Der Bestand der Umsatz generierenden Einheiten sank vor allem aufgrund der rückläufigen Festnetztelefonie um 274 Tsd. oder 2,3% auf 11,9 Mio. Die Anzahl Festnetztelefonieanschlüsse nahm innert Jahresfrist um 259 Tsd. oder 12,7% auf 1,79 Mio. ab. Der Teilnehmerbestand im Mobilfunk im gesättigten Markt sank um 86 Tsd. oder 1,3% auf

6,55 Mio. Swisscom erhöhte den Kundenbestand bei den Postpaid-Anschlüssen um 34 Tsd. oder 0,7% auf 4,68 Mio.; die Anzahl Prepaid-Anschlüsse hingegen reduzierte sich um 120 Tsd. oder 6,9% auf 1,87 Mio. Auch die Märkte für Breitband und TV sind gesättigt und das Kundenwachstum bleibt verhalten. Die Zahl der Breitbandanschlüsse stieg um 19 Tsd. oder 0,9% auf 2,03 Mio. Der Bestand an TV-Anschlüssen erhöhte sich um 52 Tsd. oder 3,5% auf 1,52 Mio.

Der Segmentaufwand hat um CHF 149 Mio. oder 2,7% auf CHF 5'409 Mio. abgenommen. Ohne Sondereffekte wie die Bildung von Rückstellungen für Stellenabbau im Vorjahr und die im Jahr 2018 erstmalige Anwendung von neuen IFRS-Rechnungslegungsstandards beträgt die Abnahme auf vergleichbarer Basis 2,0%. Die direkten Kosten stiegen um CHF 29 Mio. oder 1,5% auf CHF 1'972 Mio. Einerseits stiegen die Kosten für den Einkauf von Handelswaren, andererseits sanken die Kosten für Kundenbindung und -akquisition. Die indirekten Kosten nahmen um CHF 178 Mio. oder 4,9% auf CHF 3'437 Mio. ab, auf vergleichbarer Basis beträgt der Rückgang als Folge von Kosteneinsparungen CHF 121 Mio. oder 3,4%. Der Personalbestand reduzierte sich innert Jahresfrist um 679 Vollzeitstellen oder 4,5% auf 14'478. Die Kosteneinsparungen konnten den Umsatzrückgang rund zur Hälfte kompensieren. Das Segmentergebnis vor Abschreibungen reduzierte sich um CHF 92 Mio. oder 2,6% auf CHF 3'408 Mio., auf vergleichbarer Basis beträgt der Rückgang 3,9%. Die Investitionen sanken um CHF 34 Mio. oder 2,1% auf CHF 1'620 Mio. Die Investitionen für den Ausbau der Breitbandnetze blieben auf einem hohen Niveau, die übrigen Investitionen nahmen ab.

Fastweb

In Mio. EUR bzw. wie angemerkt	**2018**	2017	Veränderung
Privatkunden	1'050	986	6,5%
Geschäftskunden	780	710	9,9%
Wholesale	267	240	11,3%
Umsatz mit externen Kunden	**2'097**	**1'936**	**8,3%**
Umsatz mit anderen Segmenten	7	8	–12,5%
Nettoumsatz [1]	**2'104**	**1'944**	**8,2%**
Segmentaufwand	(1'430)	(1'185)	20,7%
Segmentergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) [1]	**674**	**759**	**–11,2%**
Marge in % Nettoumsatz	32,0	39,0	
Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	657	622	5,6%
Personalbestand am Bilanzstichtag in Vollzeitstellen	2'484	2'504	–0,8%
Breitbandanschlüsse am Bilanzstichtag in Tsd.	2'547	2'451	3,9%
Mobilfunkanschlüsse am Bilanzstichtag in Tsd.	1'432	1'065	34,5%

1 Ab 1. Januar 2018 wendet Swisscom IFRS 15 «Umsätze aus Verträgen mit Kunden» an. Die Vorjahreszahlen wurden nicht angepasst. Ohne die Anwendung von IFRS 15 würden 2018 der Nettoumsatz um EUR 4 Mio. und der EBITDA um EUR 27 Mio. höher ausgewiesen.

Der Nettoumsatz von Fastweb ist gegenüber dem Vorjahr dank des Kundenwachstums um EUR 160 Mio. oder 8,2% auf EUR 2'104 Mio. gestiegen. Die Kundenbasis im Breitbandgeschäft wuchs innert Jahresfrist trotz des schwierigen Marktumfelds um 96 Tsd. oder 3,9% auf rund 2,55 Mio. Auch im hart umkämpften Mobilfunkmarkt wächst Fastweb. Die Anzahl Mobilfunkanschlüsse stieg innerhalb von zwölf Monaten um 367 Tsd. oder 34,5% auf 1,43 Mio. Der Umsatz mit Privatkunden stieg als Folge des Kundenwachstums um EUR 64 Mio. oder 6,5% auf EUR 1'050 Mio. Im Markt für Geschäftskunden behauptete Fastweb die starke Stellung trotz des hohen Wettbewerbsdrucks. Der Umsatz mit Geschäftskunden stieg um EUR 70 Mio. oder 9,9% auf EUR 780 Mio. Der Umsatz im Wholesale-Geschäft nahm um EUR 27 Mio. oder 11,3% auf EUR 267 Mio. zu. Das Segmentergebnis vor Abschreibungen sank um EUR 85 Mio. oder 11,2% auf EUR 674 Mio. Im Vorjahr sind Einmalerträge aus Rechtsstreitigkeiten in Höhe von EUR 95 Mio. enthalten. Auf vergleichbarer Basis stieg der EBITDA als Folge des Umsatzwachstums um 5,6%. Die Investitionen stiegen gegenüber dem Vorjahr um EUR 35 Mio. oder 5,6% auf EUR 657 Mio. Darin enthalten sind Kosten für den Erwerb von Mobilfunkfrequenzen von EUR 64 Mio. Der Personalbestand von Fastweb liegt mit 2'484 Vollzeitstellen nahezu auf dem Niveau des Vorjahres.

Übrige operative Segmente

In Mio. CHF bzw. wie angemerkt	**2018**	2017	Veränderung
Umsatz mit externen Kunden	558	529	5,5%
Umsatz mit anderen Segmenten	349	321	8,7%
Nettoumsatz	**907**	**850**	**6,7%**
Segmentaufwand	(721)	(670)	7,6%
Segmentergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	**186**	**180**	**3,3%**
Marge in % Nettoumsatz	20,5	21,2	
Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	46	58	–20,7%
Personalbestand am Bilanzstichtag in Vollzeitstellen	2'649	2'580	2,7%

Der Nettoumsatz der Übrigen operativen Segmente hat gegenüber dem Vorjahr um CHF 57 Mio. oder 6,7% auf CHF 907 Mio. zugenommen. Der Anstieg resultierte im Wesentlichen aus höheren Umsätzen aus Bauleistungen von cablex. Das Segmentergebnis vor Abschreibungen lag mit CHF 186 Mio. um 3,3% oder CHF 6 Mio. über dem Vorjahr. Dies entspricht einer Ergebnismarge von 20,5%. Der Personalbestand nahm um 69 Vollzeitstellen oder 2,7% auf 2'649 Vollzeitstellen zu, vor allem getrieben durch die Anstellung neuer Mitarbeitenden bei cablex.

Group Headquarters und Überleitung

In Mio. CHF bzw. wie angemerkt	**2018**	2017	Veränderung
Group Headquarters	(78)	(111)	–29,7%
Überleitung Vorsorgeaufwand	(60)	(92)	–34,8%
Intersegment-Elimination	(20)	(27)	–25,9%
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	**(158)**	**(230)**	**–31,3%**

Die nicht den operativen Segmenten zugeordneten Nettokosten, bestehend aus Group Headquarters, Überleitung Vorsorgeaufwand und Intersegment-Eliminationen sind im Vergleich zum Vorjahr um insgesamt CHF 72 Mio. gesunken. Die Abnahme der Nettokosten Group Headquarters von CHF 33 Mio. werden durch Sondereffekte beeinflusst. Zum einen sind im Vorjahr Kosten für die Bildung von verschiedenen Rückstellungen enthalten. Zum anderen sind 2018 Erträge aus der Rückerstattung von Abgaben angefallen. Zudem wirkten die Massnahmen zur Reduktion der Kostenbasis. Die Überleitungsposition Vorsorgeaufwand entspricht dem Unterschiedsbetrag zwischen der Gesamtsumme der Arbeitgeberbeiträge und dem Aufwand gemäss IFRS. Die Kostenabnahme um CHF 32 Mio. ist vor allem auf Änderungen von Annahmen (insbesondere Diskontsatz) zurückzuführen. Die Position Intersegment-Eliminationen betrifft die Zwischengewinne auf aktivierten Leistungen von anderen Konzerngesellschaften.

Abschreibungen und nicht operative Ergebnisse

In Mio. CHF bzw. wie angemerkt	2018	2017	Veränderung
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	**4'213**	**4'295**	**–1,9%**
Abschreibungen und Wertminderungen	(2'144)	(2'164)	–0,9%
Operatives Ergebnis (EBIT)	**2'069**	**2'131**	**–2,9%**
Nettozinsaufwand	(128)	(149)	–14,1%
Übriges Finanzergebnis	(30)	(11)	172,7%
Ergebnis von Equity-bilanzierten Beteiligungen	5	(11)	
Gewinn vor Ertragssteuern	**1'916**	**1'960**	**–2,2%**
Ertragssteueraufwand	(395)	(392)	0,8%
Reingewinn	**1'521**	**1'568**	**–3,0%**
Anteil Aktionäre der Swisscom AG am Reingewinn	1'527	1'570	–2,7%
Anteil nicht beherrschende Anteile am Reingewinn	(6)	(2)	200,0%
Gewinn pro Aktie (in CHF)	29,48	30,31	–2,7%

Die Abschreibungen sind gegenüber dem Vorjahr um CHF 20 Mio. oder 0,9% auf CHF 2'144 Mio. gesunken. Die Abschreibungen von immateriellen Vermögenswerten aus Unternehmensübernahmen gingen zurück und betrugen CHF 37 Mio. (Vorjahr CHF 50 Mio.). Der Nettozinsaufwand sank als Folge der tieferen durchschnittlichen Zinskosten um CHF 21 Mio. auf CHF 128 Mio. Der Ertragssteueraufwand betrug CHF 395 Mio. (Vorjahr CHF 392 Mio.), was einem effektiven Ertragssteuersatz von 20,6% (Vorjahr 20.0%) entspricht.

Der Reingewinn sank vor allem als Folge der in der Zusammenfassung beschriebenen Sondereffekte um CHF 47 Mio. oder 3,0% auf CHF 1'521 Mio. Der Gewinn pro Aktie sank von CHF 30.31 auf CHF 29.48.

Geldflüsse

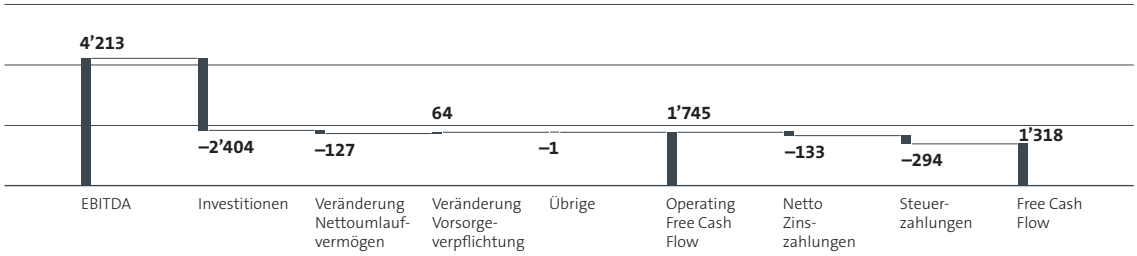
In Mio. CHF	2018	2017	Veränderung
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	4’213	4’295	(82)
Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	(2’404)	(2’378)	(26)
Veränderung Vorsorgeverpflichtung	64	36	28
Veränderung Nettoumlaufvermögen und übrige operative Geldflüsse	(127)	214	(341)
Dividendenzahlungen an Eigentümer von nicht beherrschenden Anteilen	(1)	(8)	7
Operating Free Cash Flow	**1’745**	**2’159**	**(414)**
Nettozinszahlungen	(133)	(155)	22
Ertragssteuerzahlungen	(294)	(289)	(5)
Free Cash Flow	**1’318**	**1’715**	**(397)**
Nettoausgaben für Unternehmenskäufe und -verkäufe	(113)	(106)	(7)
Übrige Geldflüsse aus Investitionstätigkeit, netto	19	120	(101)
Aufnahme von finanziellen Verbindlichkeiten	1’451	757	694
Rückzahlung von finanziellen Verbindlichkeiten	(1’571)	(1’158)	(413)
Dividendenzahlungen an Aktionäre der Swisscom AG	(1’140)	(1’140)	–
Übrige Geldflüsse	(9)	(9)	–
(Nettoabnahme) Nettozunahme flüssiger Mittel	**(45)**	**179**	**(224)**

Der Free Cash Flow ist gegenüber dem Vorjahr um CHF 397 Mio. auf CHF 1’318 Mio. gesunken, was vor allem auf den tieferen Operating Free Cash Flow zurückzuführen ist. Der Operating Free Cash Flow sank um CHF 414 Mio. auf CHF 1’745 Mio. Die Abnahme ist hauptsächlich auf die Entwicklung des Nettoumlaufvermögens zurückzuführen. Die positive Entwicklung im Vorjahr resultierte vor allem aus einer Zunahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen. 2018 war die Entwicklung der Bestände der Verbindlichkeiten genau umgekehrt, was sich negativ auf die Veränderung des Nettoumlaufvermögens ausgewirkt hat. Im Vorjahr sind zudem die Bildung von Rückstellungen enthalten, deren Verwendung im Jahr 2018 zu einem Geldabfluss geführt haben.

Die Nettoausgaben für Unternehmenskäufe und -verkäufe betrugen CHF 113 Mio. (Vorjahr CHF 106 Mio.). Darin enthalten sind vor allem Zahlungen für die Übernahme der Fixed-Wireless-Sparte sowie Mobilfunkfrequenzen von Tiscali durch Fastweb sowie Investitionen in die Equity-bilanzierte Beteiligung Flash Fiber im Zusammenhang mit dem Netzausbau in Italien (Vorjahr Kauf eines Geschäftsbereichs von Tiscali von Fastweb sowie der Erwerb der restlichen Anteile an Cinetrade). 2018 hat Swisscom Anleihensobligationen über CHF 300 Mio. und EUR 500 Mio. aufgenommen. Zusätzlich wurden kurzfristige Bankdarlehen aufgenommen, um eine 3,25%-Anleihensobligation in Höhe von CHF 1’385 Mio. per Fälligkeit zurückzuzahlen.

Entwicklung Free Cash Flow

in Mio. CHF



Investitionen

In Mio. CHF bzw. wie angemerkt	2018	2017	Veränderung
Festnetz und Infrastruktur	496	486	2,1%
Glasfaserausbau	490	469	4,5%
Mobilfunknetz	307	271	13,3%
Kundengetrieben	77	81	–4,9%
Projekte und Übriges [1]	250	347	–28,0%
Swisscom Schweiz	**1'620**	**1'654**	**–2,1%**
Fastweb	757	692	9,4%
Übrige operative Segmente	46	58	–20,7%
Group Headquarters und Elimination	(19)	(26)	–26,9%
Total Investitionen	**2'404**	**2'378**	**1,1%**
Davon Schweiz	1'645	1'678	–2,0%
Davon Ausland	759	700	8,4%
Investitionen in % Nettoumsatz	20,5	20,4	

1 Inkl. All-IP-Migration.

Die Investitionen sind gegenüber dem Vorjahr um CHF 26 Mio. oder 1,1% auf CHF 2'404 Mio. gestiegen und entsprechen 20,5% des Nettoumsatzes (Vorjahr 20,4%). Von den Investitionen für das Jahr 2018 entfielen 67% auf Swisscom Schweiz, 32% auf Fastweb sowie 1% auf die Übrigen operativen Segmente.

Die Investitionen von Swisscom Schweiz haben sich gegenüber dem Vorjahr um CHF 34 Mio. oder 2,1% auf CHF 1'620 Mio. verringert und entsprechen 18,4% (Vorjahr 18,3%) des Nettoumsatzes. Die Investitionen für den Ausbau der Breitbandnetze mit neuesten Technologien blieben auf einem hohen Niveau. Hingegen nahmen die übrigen Investitionen ab.

Die Investitionen von Fastweb haben sich um CHF 65 Mio. oder 9,4% auf CHF 757 Mio. erhöht. In lokaler Währung lagen sie mit EUR 657 Mio. auf dem hohen Niveau des Vorjahres. Der Anstieg der Investitionen um EUR 35 Mio. oder 5,6% resultiert aus dem Erwerb und der Verlängerung von Mobilfunkfrequenzen für EUR 64 Mio. Fastweb setzt den Ausbau der Ultrabreitbandnetze in Italien wie geplant fort. Das Verhältnis Investitionen zu Umsatz betrug 31,2% (Vorjahr 32,0%).

Vermögenslage

In Mio. CHF	31.12.2018	01.01.2018	Veränderung
Sachanlagen	10’894	10’697	197
Goodwill	5’164	5’186	(22)
Immaterielle Vermögenswerte	1’858	1’758	100
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2’189	2’359	(170)
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	(1’658)	(1’753)	95
Rückstellungen	(1’032)	(1’077)	45
Übrige operative Vermögenswerte und Verbindlichkeiten, netto	(18)	(183)	165
Operative Vermögenswerte, netto	**17’397**	**16’987**	**410**
Nettoverschuldung	(7’393)	(7’447)	54
Personalvorsorgeverpflichtungen	(1’196)	(1’048)	(148)
Ertragssteuerguthaben und -schulden, netto	(895)	(804)	(91)
Equity-bilanzierte Beteiligungen und übrige langfristige Finanzanlagen	295	253	42
Eigenkapital	**8’208**	**7’941**	**267**
Eigenkapitalquote am Bilanzstichtag	36,3	35,3	
Verhältnis Nettoverschuldung/EBITDA	1,8	1,7	

Operative Vermögenswerte

Die operativen Nettovermögenswerte haben um CHF 0,4 Mrd. oder 2,4% auf CHF 17,4 Mrd. zugenommen. Die Zunahme ist vor allem auf höhere Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte zurückzuführen, die als Folge der hohen Investitionstätigkeit zugenommen haben. Der Nettobuchwert der Position Goodwill beträgt CHF 5,2 Mrd. Der grösste Anteil entfällt auf Swisscom Schweiz (CHF 4,3 Mrd.). Der Goodwill entstand hauptsächlich im Jahr 2007 im Zusammenhang mit dem Rückkauf des Beteiligungsanteils von 25% an der Swisscom Mobile AG, der 2001 an Vodafone veräussert worden war. Nach dem Rückkauf wurden die Bereiche Mobilfunk, Festnetz und Solutions organisatorisch zusammengefasst und in der neuen Gesellschaft Swisscom (Schweiz) AG zusammengeführt. Das Bewertungsrisiko dieser Goodwillposition ist sehr gering. Der Nettobuchwert des Fastweb Goodwills beträgt EUR 0,5 Mrd. (CHF 0,6 Mrd.). Insgesamt beträgt der Buchwert von Fastweb in der Konzernrechnung EUR 2,9 Mrd. (CHF 3,3 Mrd.).

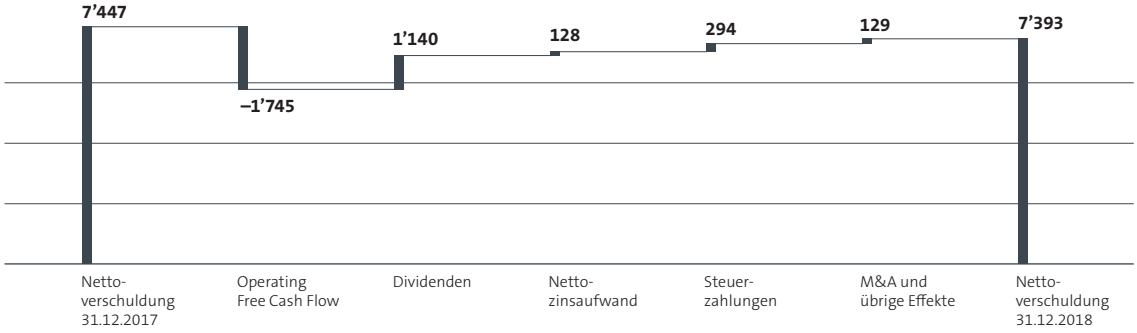
Nettoverschuldung

Swisscom strebt an, ein Single A Kreditrating zu behalten. Die Nettoverschuldung besteht aus den finanziellen Verbindlichkeiten abzüglich flüssiger Mittel, kurzfristiger Finanzanlagen sowie langfristiger Depositenzertifikate und derivativer Finanzinstrumente für Finanzierungen.

In Mio. CHF	31.12.2018	31.12.2017
Anleihensobligationen	5’554	6’137
Bankdarlehen	1’233	760
Private Platzierungen	426	493
Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing	384	461
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	570	435
Total Finanzielle Verbindlichkeiten	**8’167**	**8’286**
Flüssige Mittel	(474)	(525)
Langfristige Depositenzertifikate	(145)	(145)
Langfristige derivative Finanzinstrumente für Finanzierungen	(81)	(99)
Übrige kurzfristige Finanzanlagen	(74)	(70)
Nettoverschuldung	**7’393**	**7’447**
Operatives Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	4’213	4’295
Verhältnis Nettoverschuldung/EBITDA	1,8	1,7

Entwicklung Nettoverschuldung

in Mio. CHF



Ende 2018 beträgt das Verhältnis Nettoverschuldung/EBITDA 1,8 (Vorjahr 1,7). Swisscom hat in den vergangenen Jahren die vorteilhaften Bedingungen am Kapitalmarkt genutzt, um die Zins- und Fälligkeitsstruktur der finanziellen Verbindlichkeiten zu optimieren. Der Anteil variabel verzinslicher finanzieller Verbindlichkeiten beträgt 26%.

Am 31. Dezember 2018 haben die finanziellen Verbindlichkeiten von Swisscom CHF 8,2 Mrd. betragen. Rund 85% der finanziellen Verbindlichkeiten haben eine Restlaufzeit von über einem Jahr. Am 31. Dezember 2018 haben sich die finanziellen Verbindlichkeiten, die innerhalb eines Jahres fällig werden, auf CHF 1,3 Mrd. belaufen. 2018 betrugen die durchschnittlichen Zinskosten aller Finanzschulden 1,0% (Vorjahr 1,7%) und die durchschnittliche Restlaufzeit 5,4 Jahre. Ein grosser Teil der finanziellen Verbindlichkeiten wird zur Rückzahlung fällig, wenn ein anderer Aktionär als der Bund die Mehrheit an Swisscom ausüben kann.

In Mio. CHF	Fällig bis 1 Jahr	Fällig 1 bis 2 Jahre	Fällig 3 bis 5 Jahre	Fällig 6 bis 10 Jahre	Fällig über 10 Jahre	**Total**
Bankdarlehen	564	361	–	269	–	1'194
Anleihensobligationen	–	564	1'314	2'727	909	5'514
Private Platzierungen	278	–	–	–	150	428
Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing	21	16	30	48	269	384
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	394	90	32	–	–	516
Total Verzinsliche finanzielle Verbindlichkeiten	**1'257**	**1'031**	**1'376**	**3'044**	**1'328**	**8'036**

Personalvorsorge

Die Vorsorgeverpflichtung wird in der Konzernrechnung nach den Bestimmungen von IFRS bewertet. Die bilanzierte Nettoverpflichtung beträgt CHF 1,2 Mrd. Sie hat im Vergleich zum Vorjahr um CHF 0,2 Mrd. zugenommen. Dies ist vor allem auf eine negative Rendite auf dem Vermögen des Vorsorgeplans zurückzuführen. Nach den für die Pensionskasse relevanten schweizerischen Rechnungslegungsvorschriften (Swiss GAAP FER) besteht eine Überdeckung von CHF 0,3 Mrd., was bei einem Vermögen des Vorsorgeplans von CHF 10,5 Mrd. einem Deckungsgrad von 103% entspricht. Die wesentlichen Gründe für die Differenz von CHF 1,5 Mrd. zur Bewertung nach IFRS sind die Verwendung unterschiedlicher versicherungsmathematischer Annahmen wie Diskontsatz, Lebenserwartung oder Risk Sharing (CHF 0,9 Mrd.) sowie eine unterschiedliche versicherungsmathematische Bewertungsmethode (CHF 0,6 Mrd.). Gemäss IFRS werden künftige Lohn-, Beitrags- und Rentenerhöhungen sowie vorzeitige Pensionierungen für die Bewertung berücksichtigt.

Eigenkapital

In der Konzernbilanz 2018 betragen das Eigenkapital CHF 8,2 Mrd. (Vorjahr CHF 7,6 Mrd.) und die Eigenkapitalquote 36,3 % (Vorjahr 34,7%). Die Eigenkapitalzunahme von CHF 0,6 Mrd. resultierte zum einen daraus, dass nicht der gesamte Reingewinn als Dividende ausgeschüttet wurde. Zum anderen hatte eine Änderung in der Rechnungslegung (IFRS 15) einen positiven Nettoeffekt auf das Eigenkapital. Die sich aus der Umrechnung ausländischer Tochtergesellschaften ergebenden Währungsdifferenzen werden im Eigenkapital erfasst. Am 31. Dezember 2018 betragen die kumulierten Währungsumrechnungsverluste CHF 1,7 Mrd. (nach Steuern).

Für die Bestimmung der ausschüttbaren Reserven ist nicht das in der Konzernrechnung ausgewiesene Eigenkapital massgebend, sondern das Eigenkapital in der Jahresrechnung der Swisscom AG (Einzelabschluss). Das Eigenkapital der Swisscom AG in der Jahresrechnung 2018 beträgt CHF 6,5 Mrd. Der Unterschied zum Eigenkapital in der Konzernbilanz in Höhe von CHF 1,7 Mrd. ist im Wesentlichen auf einbehaltene Gewinne

bei Tochtergesellschaften und auf abweichende Rechnungslegungsmethoden zurückzuführen. Nach den aktienrechtlichen Rechnungslegungsvorschriften dürfen das Aktienkapital sowie von den allgemeinen Reserven 20% des Aktienkapitals nicht ausgeschüttet werden. Am 31. Dezember 2018 haben sich die aktienrechtlich ausschüttbaren Reserven der Swisscom AG auf CHF 6,4 Mrd. belaufen.

Wertorientierte Unternehmenssteuerung

Die finanziellen Schlüsselkennzahlen zur Planung und Steuerung des operativen Geschäfts sind der Umsatz, das operative Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) sowie die Investitionen. Die Verhältniskennzahl Gesamtunternehmenswert/EBITDA ermöglicht darüber hinaus einen Vergleich des aus dem Aktienkurs am Abschlussstichtag abgeleiteten Unternehmenswerts einerseits mit Vergleichsunternehmen (europäische Telekommunikationsunternehmen) und andererseits mit dem Vorjahr. Ein Teil der Vergütung für die Mitglieder des Verwaltungsrats und der Konzernleitung wird in Swisscom Aktien entrichtet. Die zugeteilten Aktien sind drei Jahre gesperrt. Zudem besteht eine Verpflichtung zu einem Mindestaktienbesitz. Durch die variable Vergütung basierend auf finanziellen und nicht -finanziellen Zielen, die teilweise Entrichtung der Vergütung in Aktien und den Mindestaktienbesitz stehen die finanziellen Interessen des Managements im Einklang mit den Aktionärsinteressen.

In Mio. CHF bzw. wie angemerkt	**31.12.2018**	31.12.2017
Gesamtunternehmenswert		
Börsenkapitalisierung	24’331	26’859
Nettoverschuldung	7’393	7’447
Personalvorsorgeverpflichtungen	1’196	1’048
Equity-bilanzierte Beteiligungen und übrige langfristige Finanzanlagen	(295)	(253)
Nicht beherrschende Anteile	(15)	(11)
Gesamtunternehmenswert (EV)	**32’610**	**35’090**
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	4’213	4’295
Verhältnis Gesamtunternehmenswert/EBITDA	**7,7**	**8,2**

Der Gesamtunternehmenswert von Swisscom hat sich 2018 um 7,1% oder CHF 2,5 Mrd. auf CHF 32,6 Mrd. vermindert. Der Grund ist eine Abnahme der Börsenkapitalisierung um 9,4% oder CHF 2,6 Mrd. Der tiefere Gesamtunternehmenswert bewirkt eine Abnahme der Verhältniskennzahl Gesamtunternehmenswert/EBITDA auf 7,7 (Vorjahr 8,2). Mit diesem Wert liegt die relative Börsenbewertung von Swisscom deutlich über dem Durchschnittswert europäischer Vergleichsunternehmen aus dem Telekommunikationssektor. Die höhere Bewertung wird einerseits durch die solide Marktposition von Swisscom gestützt, die sich durch die hohe Investitionstätigkeit und die attraktive Dividendenpolitik ergibt; andererseits durch die im Vergleich zu anderen europäischen Ländern tieferen Zinsen und tieferen Gewinnsteuersätzen in der Schweiz.

Wertschöpfungsrechnung

Swisscom leistet dank einer modernen und leistungsstarken Netzinfrastruktur sowie einem umfassenden und bedürfnisgerechten Leistungsangebot einen wichtigen Beitrag für eine wettbewerbsfähige und wirtschaftlich erfolgreiche Schweiz und erzielt eine direkte Wertschöpfung. Die operative Wertschöpfung ergibt sich aus dem erzielten Umsatz abzüglich Vorleistungen für Material und Dienstleistungen, übrigen indirekten Kosten sowie Abschreibungen. Der Personalaufwand wird in der Wertschöpfungsrechnung nicht als Vorleistungen, sondern als Verwendung der Wertschöpfung dargestellt.

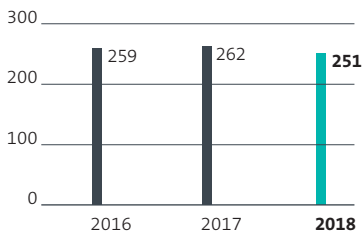
			2018			2017
In Mio. CHF	Schweiz	Ausland	**Total**	Schweiz	Ausland	Total
Entstehung Wertschöpfung						
Nettoumsatz	**9'274**	**2'440**	**11'714**	**9'476**	**2'186**	**11'662**
Aktivierte Eigenleistungen und übrige Erträge	347	114	461	325	183	508
Direkte Kosten	(2'001)	(953)	(2'954)	(1'946)	(775)	(2'721)
Übriger Betriebsaufwand [1]	(1'571)	(601)	(2'172)	(1'594)	(549)	(2'143)
Abschreibungen [2]	(1'521)	(586)	(2'107)	(1'528)	(586)	(2'114)
Vorleistungen	**(4'746)**	**(2'026)**	**(6'772)**	**(4'743)**	**(1'727)**	**(6'470)**
Operative Wertschöpfung	**4'528**	**414**	**4'942**	**4'733**	**459**	**5'192**
Übriges nicht operatives Ergebnis [3]			(62)			(72)
Total Wertschöpfung			**4'880**			**5'120**
Verteilung Wertschöpfung						
Mitarbeitende [4]	2'531	224	2'755	2'666	244	2'910
Öffentliche Hand [5]	335	25	360	376	18	394
Aktionäre (Dividenden)			1'141			1'148
Fremdkapitalgeber (Nettozinsaufwand)			128			149
Unternehmen (einbehaltene Gewinne) [6]			496			519
Total Wertschöpfung			**4'880**			**5'120**

1 Übriger Betriebsaufwand: ohne Kapitalsteuern und übrige nicht gewinnabhängige Steuern.
2 Abschreibungen: ohne Abschreibungen auf akquisitionsbezogenen immateriellen Vermögenswerten wie z.B. Marken oder Kundenbeziehungen.
3 Übriges nicht operatives Ergebnis: Finanzergebnis ohne Nettozinsaufwand, Ergebnis von Equity-bilanzierten Beteiligungen und Abschreibungen auf akquisitionsbezogenen immateriellen Vermögenswerten.
4 Mitarbeitende: als Vorsorgeaufwand sind die Arbeitgeberbeitragszahlungen erfasst und nicht der Aufwand gemäss IFRS.
5 Öffentliche Hand: laufende Ertragssteuern, Kapitalsteuern und übrige nicht gewinnabhängige Steuern.
6 Unternehmen: inkl. Veränderungen der latenten Ertragssteuern und Personalvorsorgeverpflichtungen.

Von der konsolidierten operativen Wertschöpfung von CHF 4,9 Mrd. werden 92% oder CHF 4,5 Mrd. in der Schweiz erzielt. Im Vergleich zum Vorjahr sank die operative Wertschöpfung in der Schweiz um 4,3%. Zugleich sank die Wertschöpfung pro Vollzeitstelle um 3,8% auf CHF 251 Tsd. Zusätzlich zur direkt erzielten Wertschöpfung generieren die Einkäufe bei Lieferanten eine für die gesamtwirtschaftliche Entwicklung der Schweiz bedeutsame indirekte Wertschöpfung. Unter Berücksichtigung der Investitionen anstelle der Abschreibungen beträgt das Einkaufsvolumen im Schweizer Geschäft im Jahr 2018 rund CHF 4,9 Mrd. Davon erzielen die Lieferanten eine Wertschöpfung in der Schweiz von rund 60% oder CHF 2,9 Mrd.

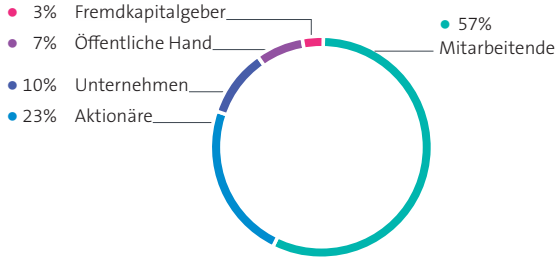
Swisscom Wertschöpfung pro Mitarbeitenden in der Schweiz

in Tsd. CHF



Verteilung Wertschöpfung

in %



Finanzieller Ausblick

In Mio. CHF bzw. wie angemerkt	2018 berichtet	Effekt IFRS 16	Veränderung ohne IFRS 16	**2019 Ausblick**
Nettoumsatz				
Swisscom Konzern	**11'714**	**–**	**(300)**	**~ CHF 11,4 Mrd.**
Swisscom ohne Fastweb		–	(300)	~ CHF 9,0 Mrd.
Fastweb		–	> 0	> EUR 2,1 Mrd.
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)				
Swisscom Konzern	**4'213**	**~200**	**< 0**	**> CHF 4,3 Mrd.**
Swisscom ohne Fastweb		~180	< 0	< CHF 3,6 Mrd.
Fastweb		~20	> 0	> EUR 0,7 Mrd.
Investitionen				
Swisscom Konzern	**2'404**	**–**	**< 0**	**~ CHF 2,3 Mrd.**
Swisscom ohne Fastweb		–	< 0	~ CHF 1,6 Mrd.
Fastweb		–	< 0	~ EUR 0,6 Mrd.

Swisscom erwartet für 2019 einen Nettoumsatz von rund CHF 11,4 Mrd., einen EBITDA von mehr als CHF 4,3 Mrd. und Investitionen von rund CHF 2,3 Mrd. Für Swisscom ohne Fastweb wird aufgrund des hohen Wettbewerbs- und Preisdrucks sowie einer anhaltenden Reduktion der Anzahl Festnetztelefonanschlüsse mit einem tieferen Umsatz gerechnet. Der Umsatz von Fastweb wird leicht höher als 2018 erwartet. In der EBITDA-Prognose für 2019 ist der Effekt eines neuen, ab 2019 anwendbaren Standards zur Leasingbilanzierung (IFRS 16) berücksichtigt. Gemäss diesem Standard werden die Kosten für Miete und Leasing von Sachanlagen nicht mehr als Betriebsaufwand erfasst, sondern einerseits als Nutzungsrecht aktiviert und andererseits als Leasingverbindlichkeit passiviert. Die Miet- und Leasingkosten werden in der Erfolgsrechnung neu als Amortisationen der Nutzungsrechte und Verzinsung der Leasingverbindlichkeiten unterhalb des EBITDA ausgewiesen. Durch diesen Effekt erhöht sich der ausgewiesene EBITDA um rund CHF 200 Mio. Auf vergleichbarer Basis und ohne die Effekte von IFRS 16 sinkt der Konzern-EBITDA 2019 gegenüber 2018. Die Auswirkungen auf den Reingewinn sind gering. Für Swisscom ohne Fastweb kann der Umsatzrückgang nicht vollständig durch Kosteneinsparungen kompensiert werden. Demgegenüber wird für Fastweb mit einer Steigerung des EBITDA auf vergleichbarer Basis gerechnet. Die Investitionen in der Schweiz werden ohne Berücksichtigung der Ausgaben für die Auktion der zusätzlichen Mobilfunkfrequenzen leicht tiefer als im Vorjahr ausfallen. Bei Fastweb werden tiefere Investitionen erwartet, weil die 2018 angefallenen Ausgaben für Mobilfunkfrequenzen von EUR 64 Mio. wegfallen. Bei Erreichen der Ziele plant Swisscom der Generalversammlung 2020 für das Geschäftsjahr 2019 eine unveränderte, attraktive Dividende von CHF 22 pro Aktie vorzuschlagen.

Kapitalmarkt

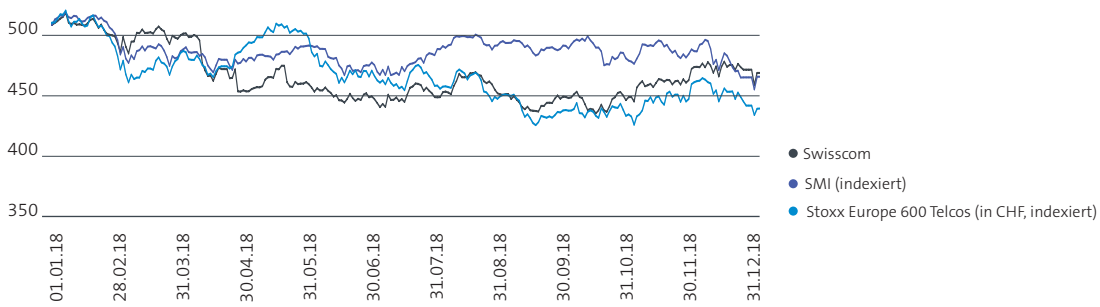
Die Aktien von Swisscom sind an der SIX Swiss Exchange kotiert. Internationale Ratingagenturen beurteilen regelmässig die Bonität von Swisscom.

Swisscom Aktie

Am 31. Dezember 2018 hat die Marktkapitalisierung von Swisscom CHF 24,3 Mrd. (Vorjahr CHF 26,9 Mrd.) betragen. Die Anzahl ausgegebener Aktien hat unverändert bei 51,8 Mio. gelegen. Der Nennwert pro Namenaktie beträgt CHF 1. Jede Aktie berechtigt zu einer Stimme. Stimmrechte können nur dann ausgeübt werden, wenn der Aktionär im Aktienregister der Swisscom AG mit Stimmrecht eingetragen ist. Der Verwaltungsrat kann die Eintragung eines Aktionärs mit Stimmrecht ablehnen, wenn die Stimmrechte des Aktionärs 5% des Aktienkapitals überschreiten.

Aktienkursentwicklung 2018

in CHF



Der Schweizer Aktienindex SMI ist gegenüber dem Vorjahr um 10,2% gesunken. Der Kurs der Swisscom Aktie reduzierte sich um 9,4% auf CHF 469.70. Die Performance der Swisscom Aktie übertraf die Performance des europäischen Branchenindex Stoxx Europe 600 Telecommunications Index (–16,4% in CHF; –13,2% in EUR). Gegenüber dem Vorjahr sank das durchschnittliche tägliche Handelsvolumen um 3% auf 151'185 Stück. Das gesamte Umsatzvolumen der gehandelten Swisscom Aktien erreichte 2018 einen Wert von CHF 17,6 Mrd.

Siehe unter **www.swisscom.ch/aktienkurs**

Aktienrendite

Am 10. April 2018 hat Swisscom eine ordentliche Dividende von CHF 22 pro Aktie gezahlt. Auf Basis des Aktienkurses Ende 2017 entsprach dies einer Rendite von 4,2%. Unter Berücksichtigung des Kursrückgangs betrug die Gesamtrendite (Total Shareholder Return, TSR) der Swisscom Aktie für das Jahr 2018 –5,2%. Der TSR des SMI lag bei –7,1% und der des Stoxx Europe 600 Telecommunications Index bei –11,8% in CHF bzw. –8,3% in EUR.

Handelsorte

Die Swisscom Aktien sind an der SIX Swiss Exchange unter dem Symbol SCMN (Valorennummer 874251) kotiert. In den USA (Over the Counter, Level-1-Programm) werden sie in der Form von American Depositary Receipts (ADR) im Verhältnis 1:10 und unter dem Symbol SCMWY (Pink-Sheet-Nummer 69769) gehandelt.

Besitzstruktur

	31.12.2018			31.12.2017		
	Anzahl Aktionäre	**Anzahl Aktien**	**Anteil in %**	Anzahl Aktionäre	Anzahl Aktien	Anteil in %
Bund	1	26’394’000	51,0%	1	26’394’000	51,0%
Natürliche Personen	70’206	4’995’716	9,6%	69’837	5’042’232	9,7%
Institutionen	2’904	20’412’227	39,4%	2’938	20’365’711	39,3%
Total	**73’111**	**51’801’943**	**100,0%**	**72’776**	**51’801’943**	**100,0%**

Mehrheitsaktionärin an der Swisscom AG ist am 31. Dezember 2018 die Schweizerische Eidgenossenschaft (der Bund), die gemäss geltendem Gesetz die kapital- und stimmenmässige Mehrheit halten muss. Am 31. Dezember 2018 zählen rund 20% der Aktien zum Dispo-Bestand.

Empfehlungen der Analysten

Anlagespezialisten analysieren Swisscom kontinuierlich hinsichtlich ihrer Geschäftsentwicklung, ihrer Ergebnisse und der Marktsituation. Daraus resultierende Aussagen und Empfehlungen liefern für Investoren wertvolle Hinweise. 24 Analysten veröffentlichen regelmässig Studien über Swisscom. Ende 2018 haben 16% der Analysten eine Kaufempfehlung für die Swisscom Aktie ausgesprochen. 42% der Analysten empfahlen, die Swisscom Aktie zu halten, 42% stuften sie zum Verkauf ein. Der durchschnittliche Zielkurs der Swisscom Aktie am 31. Dezember 2018 betrug nach Einschätzung der Analysten CHF 470 pro Aktie.

Ausschüttungspolitik

Swisscom verfolgt eine Ausschüttungspolitik mit einer stabilen Dividende. Für das Geschäftsjahr 2018 schlägt der Verwaltungsrat von Swisscom der Generalversammlung vom 2. April 2019 eine unveränderte ordentliche Dividende von CHF 22 pro Aktie vor. Dies entspricht einer Dividendensumme von CHF 1’140 Mio.

Seit dem Börsengang im Jahr 1998 hat Swisscom insgesamt CHF 31,9 Mrd. an ihre Aktionäre ausgezahlt. Dieser Betrag teilt sich auf in Dividendenzahlungen von CHF 19,9 Mrd., Nennwertreduktionen von CHF 1,6 Mrd. und Aktienrückkaufprogramme von CHF 10,4 Mrd. Swisscom hat seit dem Börsengang insgesamt CHF 389 pro Aktie ausgeschüttet. Zusammen mit dem Kursanstieg von insgesamt CHF 130 pro Aktie beträgt die durchschnittliche jährliche Gesamtrendite 5,0%.

Kreditratings und Finanzierung

Swisscom verfügt bei den Ratingagenturen Standard & Poor’s und Moody’s mit A (stabil) bzw. A2 (stabil) über gute Ratings. Swisscom ist bestrebt, das Single A Kreditrating zu behalten. Zur Vermeidung struktureller Nachrangigkeit ist Swisscom bestrebt, Finanzierungen auf Stufe der Swisscom AG aufzunehmen. Swisscom will ihr Schuldenportfolio breit diversifizieren. Dabei achtet sie auf eine Glättung der Fälligkeiten sowie auf eine Verteilung der Finanzierungsinstrumente, Finanzierungsmärkte und Währungen. Die solide finanzielle Ausstattung hat Swisscom auch 2018 den uneingeschränkten Zugang zu den Geld- und Kapitalmärkten ermöglicht.

Risiken

Veränderungen der Märkte, des Wettbewerbs, des Kundenverhaltens, der Technologie sowie der Regulierung und der Politik sind Treiber für Risiken. Das Risikomanagement von Swisscom bezweckt den Schutz des Unternehmenswerts. So sollen neue Dienste in den Bereichen Digitalisierung und IT-Leistungen die Umsatzeinbussen aus dem traditionellen Kerngeschäft kompensieren. Die Entwicklungen im ICT-Markt führen langfristig zu tiefgreifenden Anpassungen mit Risiken in den Bereichen Geschäftsmodell, Technologie und Humankapital.

Risikosituation

Treiber für Risiken sind Veränderungen im Rahmen der Märkte, des Wettbewerbs sowie des Kundenverhaltens, der Technologie, der Regulierung und der Politik. Etablierte Telekommunikationsdienste verlieren weiterhin an Bedeutung. Neue Dienste in den Bereichen Digitalisierung und IT-Leistungen – so z.B. Cloud Services, Sicherheitsprodukte oder die Kommunikation zwischen Maschinen – sollen die Umsatzeinbussen aus dem traditionellen Kerngeschäft kompensieren. Langfristig führen die Entwicklungen im ICT-Markt zu tiefgreifenden Anpassungen mit Risiken in den Bereichen Geschäftsmodell, Technologie und Humankapital. Die im Regulierungsumfeld anstehenden Entscheidungen stellen ein latentes Risiko dar, das Auswirkungen auf die finanzielle Entwicklung von Swisscom haben kann. Die folgende Auswahl nennt die wesentlichen Risikofaktoren. Die Hauptrisikofaktoren in der Lieferkette werden im Nachhaltigkeitsbericht separat ausgewiesen.

Risikofaktoren

Telekommunikationsmarkt

Die Wettbewerbsdynamik wird durch nationale Infrastrukturanbieter sowie durch Dienstanbieter getrieben, die keine eigene Telekommunikationsinfrastruktur unterhalten. Sie nimmt zu und erzeugt einen Transformationsdruck. Während der Transformation gilt es, die Komplexität aus dem Parallelbetrieb alter und neuer Technologien zu verringern, um neue und attraktive Dienste sicherzustellen. Es besteht das Risiko, dass einerseits Umsätze aus dem klassischen Telekommunikationsgeschäft während der Transformation nicht nachhaltig gesichert werden können und sich gleichzeitig die technische Komplexität nicht verringern lässt. Weiter zeichnet sich ein Trend zu nationalen oder länderübergreifenden Kooperationen durch globale Telekommunikationsanbieter ab. Ziel solcher Kooperationen ist es, kostengünstige und länderübergreifende Services anzubieten sowie substanzielle Synergien und Skaleneffekte zu realisieren. Es besteht das Risiko, dass Swisscom die Kostenstruktur nicht auf das Niveau heutiger wie künftiger Konkurrenten bringen kann und dadurch ihr finanzieller Spielraum für Investitionen, Innovationen und Preisreduktionen sinkt. Das Eintreten solcher Risiken kann die Umsetzung der Strategie verzögern und die Kundenzufriedenheit verringern. Swisscom hat in unterschiedlichen Bereichen Massnahmen zur Bewältigung dieser Risiken ergriffen.

Politik und Regulierung

Die Ausgestaltung der Regulierungen (z.B. im Fernmelde-, Kartell- und Urheberrecht) birgt für Swisscom Risiken, welche die Ertrags- und Vermögenslage des Unternehmens negativ beeinflussen können. Zudem könnten Sanktionen der Wettbewerbskommission das Geschäftsergebnis von Swisscom mindern und der guten Reputation des Unternehmens Schaden zufügen. Schliesslich könnten überhöhte politische Ansprüche (z.B. in Bezug auf die Grundversorgung) das heutige Wettbewerbssystem grundsätzlich in Frage stellen.

Erhöhung der Bandbreite des Zugangsnetzes

Das Bedürfnis der Kunden nach Breitbandzugängen wächst rasant und parallel zur steigenden Attraktivität der Geräte und IP-basierter Dienste (Smartphones, IPTV, OTTs usw.). Im Bestreben, die aktuellen und künftigen Bedürfnisse der Kunden zu erfüllen und die eigenen Marktanteile zu halten, steht Swisscom in einem intensiven Wettbewerb mit den Kabelgesellschaften und anderen Netzbetreibern. Der dadurch notwendige Netzausbau erfordert hohe Investitionen. Um finanzielle Risiken zu reduzieren und die Abdeckung zu optimieren, richtet sich der Netzausbau

nach Siedlungsdichte und Kundenbedürfnis. Es bestehen erhebliche Risiken, falls Swisscom ihr Netz teurer als geplant errichten muss oder falls langfristig erwartete Erträge ausbleiben. Swisscom passt die Bandbreitenerhöhung des Zugangsnetzes laufend den veränderten Rahmenbedingungen und den technischen Möglichkeiten an und minimiert so die Risiken.

Mitarbeitende

Die stetigen Veränderungen der Rahmenbedingungen und der Märkte erfordern einen kulturellen Wandel des Unternehmens. Die wesentlichen Herausforderungen bestehen darin, trotz des Kostendrucks die Motivation und sehr hohe Verbundenheit der Mitarbeitenden mit Swisscom zu erhalten; ferner parallel Wachstums- und Effizienzfelder zu bewirtschaften, die fachliche Anpassungsfähigkeit der Mitarbeitenden zu erhöhen und die Attraktivität von Swisscom am Arbeitsmarkt zu erhalten.

Wettbewerbsdynamik, Regulierung und Werthaltigkeit der Vermögenswerte von Fastweb

Die Wettbewerbsdynamik birgt Risiken, die sich ungünstig auf die Strategie von Fastweb auswirken und so das prognostizierte Umsatzwachstum gefährden könnten. Der Werthaltigkeitstest für das Jahr 2018 hat die Werthaltigkeit der Vermögenswerte von Fastweb bestätigt. Die Werthaltigkeit der in der Konzernrechnung bilanzierten Nettoaktiven von Fastweb ist vor allem davon abhängig, ob die im Geschäftsplan angenommenen finanziellen Ziele (Umsatzwachstum, Verbesserung der EBITDA-Marge und Reduktion der Investitionsrate) erreicht werden. Sollte das künftige Wachstum geringer als prognostiziert ausfallen, bestünde das Risiko, dass eine weitere Wertminderung erfasst werden müsste. Eine hohe Unsicherheit besteht darüber hinaus in der künftigen Entwicklung der Zinsen und der Länderrisikoprämie. Eine Erhöhung der Zinsen oder der Länderrisikoprämie kann zu einer Wertberichtigung führen. Zudem beeinflussen das europäische und das italienische Telekommunikationsrecht die Geschäftstätigkeit von Fastweb. Regulierungsrisiken können dabei die Zielerreichung gefährden und den Unternehmenswert schmälern.

Geschäftsunterbruch

Die Nutzung der Dienste von Swisscom ist in hohem Mass von technischen Infrastrukturen wie Kommunikationsnetzen oder Informatikplattformen abhängig. Ein grossflächiger Geschäftsunterbruch stellt sowohl ein finanzielles als auch ein beträchtliches Reputationsrisiko dar. Höhere Gewalt, Naturereignisse, menschliches Versagen, Hard- und Softwareausfälle, kriminelle Handlungen von Drittpersonen (z.B. Computerviren, Hacking) oder die laufend steigende Komplexität und Interdependenz moderner Technologien können zu Schäden oder Funktionsunterbrüchen führen. Redundanzen, Notfallpläne, Stellvertreterregelungen, Ausweichstandorte, die sorgfältige Auswahl von Lieferanten und weitere Massnahmen sollen Swisscom in die Lage versetzen, jederzeit die von den Kunden erwarteten Leistungen zu erbringen.

Informations- und Sicherheitstechnologie

Swisscom stellt die analoge Telefonie auf das Internet Protokoll (IP) um. Diese Transformation soll Swisscom befähigen, beweglicher und effizienter zu produzieren. Die bisherigen Erfahrungen mit der IP-Technologie sind positiv. Die Komplexität der bestehenden Swisscom IT-Architektur kann sowohl in der Umsetzungs- als auch in der Betriebsphase zu Risiken führen. Sollten diese Risiken eintreten, könnten eine verzögerte Einführung neuer Dienste und Mehrkosten die Wettbewerbsfähigkeit beeinträchtigen. Die Transformation wird von der Konzernleitung eng begleitet. Der Bereich der Internetsicherheit ist geprägt durch eine rasante Entwicklung und Veränderung von Technologie, Wirtschaft und Gesellschaft sowie von deren gegenseitigen Abhängigkeiten. Die neuen Innovationen und Möglichkeiten bringen neben Chancen neue Bedrohungen mit sich. Selbst wenn die Prävention aufgrund der zunehmenden Vielfalt von Angriffsmöglichkeiten immer schwieriger wird, gilt es, potenzielle Bedrohungen frühzeitig zu erkennen, systematisch zu erfassen und zeitgerecht abzuwenden.

Gesundheit und Umwelt

Die elektromagnetische Strahlung (z.B. von Mobilfunkantennen oder Mobilfunkgeräten) ist in der Vergangenheit wiederholt mit möglichen Beeinträchtigungen von Klima und Gesundheit in Zusammenhang gebracht worden. Die Schweiz setzt dank der Verordnung über den Schutz vor nichtionisierender Strahlung (NISV) ein sogenanntes Vorsorgeprinzip um. Sie hat im Gegensatz zur EU Grenzwerte für Basisstationen eingeführt, die einen zehnmal höheren Schutz vorsehen. Akzeptanzprobleme in der Öffentlichkeit erschweren für Swisscom die Bedingungen beim Netzbau, besonders bei Standortfragen von Mobilfunkantennen. Die öffentliche Besorgnis hinsichtlich Umwelt- und Gesundheitsbeeinträchtigungen durch elektromagnetische Strahlung könnte den Bau von drahtlosen Netzen in Zukunft selbst ohne verschärfte Gesetzesvorschriften weiter erschweren und die Kosten erhöhen.

Die Klimaveränderung birgt für Swisscom Risiken. Diese Risiken sind getrieben durch Änderungen der gesetzlichen oder reglementarischen Lage, durch Änderungen der physischen Klimaparameter (intensivere Niederschläge und erhöhte Durchschnittstemperaturen bzw. extreme Temperaturen; ferner

schmelzender Permafrost) oder durch weitere ökonomische oder reputationsbezogene Faktoren. Die entsprechenden Entwicklungen könnten in erster Linie Basisstationen, Sendestationen und Anschlusszentralen gefährden und die Telekommunikationsinfrastruktur von Swisscom in ihrer Funktionsfähigkeit beeinträchtigen. Die Analyse der Risiken aus den Klimaveränderungen stützt sich wesentlich auf die offiziellen Berichte des Bundesamts für Umwelt (BAFU) über die Klimaveränderung (CH2014-Impacts und Klimaszenarien CH2018). Swisscom veröffentlicht ferner jährlich einen eigenständigen Klimabericht.

Siehe unter **www.cdp.net**

Swisscom Konzern Fünfjahresübersicht

In Mio. CHF bzw. wie angemerkt		2014	2015	2016	2017	**2018**
Umsatz und Ergebnisse						
Nettoumsatz		11’703	11’678	11’643	11’662	11’714
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)		4’413	4’098	4’293	4’295	4’213
EBITDA in % Nettoumsatz	%	37,7	35,1	36,9	36,8	36,0
Operatives Ergebnis (EBIT)		2’322	2’012	2’148	2’131	2’069
Reingewinn		1’706	1’362	1’604	1’568	1’521
Gewinn pro Aktie	CHF	32,70	26,27	30,97	30,31	29,48
Bilanz und Geldflüsse						
Eigenkapital am Bilanzstichtag		5’486	5’242	6’522	7’645	8’208
Eigenkapitalquote am Bilanzstichtag	%	26,2	24,8	30,4	34,7	36,3
Geldzufluss aus Geschäftstätigkeit		3’565	3’702	3’722	4’091	3’720
Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte		2’436	2’409	2’416	2’378	2’404
Nettoverschuldung am Bilanzstichtag		8’120	8’042	7’846	7’447	7’393
Mitarbeitende						
Personalbestand am Bilanzstichtag in Vollzeitstellen	Anzahl	21’125	21’637	21’127	20’506	19’845
Durchschnittlicher Personalbestand in Vollzeitstellen	Anzahl	20’433	21’546	21’543	20’836	20’083
Operationelle Daten am Bilanzstichtag						
Festnetztelefonieanschlüsse Schweiz	in Tsd.	2’778	2’629	2’367	2’047	1’788
Breitbandanschlüsse Retail Schweiz	in Tsd.	1’890	1’958	1’992	2’014	2’033
Mobilfunkanschlüsse Schweiz	in Tsd.	6’540	6’625	6’612	6’637	6’551
Swisscom TV-Anschlüsse Schweiz	in Tsd.	1’165	1’331	1’418	1’467	1’519
Umsatz generierende Einheiten (RGU) Schweiz	in Tsd.	12’373	12’543	12’389	12’165	11’891
Entbündelte Teilnehmeranschlüsse Schweiz	in Tsd.	180	128	128	107	87
Breitbandanschlüsse Wholesale Schweiz	in Tsd.	262	315	364	435	481
Breitbandanschlüsse Italien	in Tsd.	2’072	2’201	2’355	2’451	2’547
Swisscom Aktie						
Anzahl ausgegebener Aktien am Bilanzstichtag	Mio. Stück	51,802	51,802	51,802	51,802	51,802
Börsenkapitalisierung am Bilanzstichtag		27’067	26’056	23’627	26’859	24’331
Börsenkurs am Bilanzstichtag	CHF	522,50	503,00	456,10	518,50	469,70
Börsenkurs höchst	CHF	587,50	580,50	528,50	527,00	530,60
Börsenkurs tiefst	CHF	467,50	471,10	426,80	429,80	427,00
Ordentliche Dividende pro Aktie	CHF	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00 [1]
Verhältnis Ausschüttung/Gewinn pro Aktie	%	67,27	83,75	71,04	72,59	74,63
Informationen Schweiz						
Nettoumsatz		9’586	9’764	9’665	9’476	9’274
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)		3’788	3’461	3’572	3’451	3’419
Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte		1’751	1’822	1’774	1’678	1’645
Personalbestand am Bilanzstichtag in Vollzeitstellen	Anzahl	18’272	18’965	18’372	17’688	17’147

1 Gemäss Antrag des Verwaltungsrats an die Generalversammlung.