Lagebericht

Strategie und Umfeld	Unternenmensstrategie Ziele und Zielerreichung Rahmenbedingungen Datenschutz		
Infrastruktur	Infrastruktur in der Schweiz		
Mitarbeitende	Mitarbeitende in der Schweiz Mitarbeitende in Italien		
Marken, Produkte und Dienstleistungen	Marken von Swisscom Produkte und Dienstleistungen in der Schweiz Produkte und Dienstleistungen in Italien Kundenzufriedenheit	33	
Innovation und Entwicklung	Innovation als wichtige TreiberinInnovation mit Themenausrichtung	38	
Geschäftsentwicklung	Alternative Performancekennzahlen Zusammenfassung Entwicklung der Segmente Abschreibungen und nicht operative Ergebnisse Geldflüsse Investitionen Vermögenslage Wertorientierte Unternehmenssteuerung Wertschöpfungsrechnung Finanzieller Ausblick	475253545558	
Kapitalmarkt	Swisscom Aktie Ausschüttungspolitik Kreditratings und Finanzierung	62	
Risiken	Risikosituation	63	

Strategie und Umfeld

Die Digitalisierung wirkt sich immer stärker auf alle Lebensbereiche aus. Eine zunehmende Vernetzung, sich verändernde Kundenbedürfnisse und der technologische Fortschritt beeinflussen das Marktumfeld. Als Markt-, Technologie- und Innovationsführerin will sich Swisscom im umkämpften Kerngeschäft behaupten und neue Wachstumsfelder besetzen. Um ihre Vision zu verwirklichen, hat Swisscom in ihrer Unternehmensstrategie drei strategische Ansprüche verankert: Bestes Kundenerlebnis, Operational Excellence und Neues Wachstum. Damit will Swisscom ihre Marktposition sichern und ihren Kunden ermöglichen, die Chancen der vernetzten Welt einfach zu nutzen.

Unternehmensstrategie

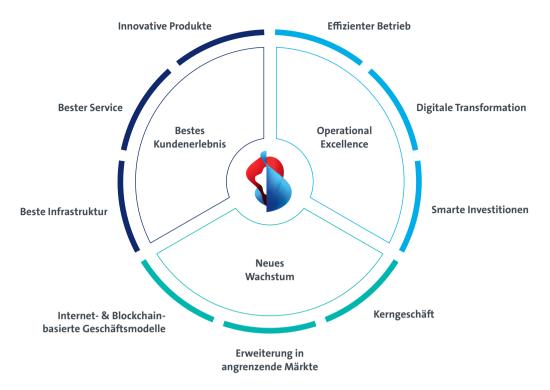
Swisscom ist in der Schweiz Marktführerin im Mobilfunk-, Festnetz- und TV-Markt. Sie nimmt zudem eine bedeutende Marktposition in unterschiedlichen IT-Geschäftsfeldern ein. Die Tochtergesellschaft Fastweb ist eine infrastrukturbasierte alternative Anbieterin für Privat- und Geschäftskunden in Italien und bietet neben Festnetzdienstleistungen Mobilfunkdienstleistungen an.

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 Einführung des Mobilfunkstandards 5G, die zunehmende Bedeutung der Spracherkennung oder die Fortschritte im Bereich der künstlichen Intelligenz sind kurz- bis mittelfristig wirkende Trends, die das Geschäft von Swisscom beeinflussen.

Swisscom und ihr Umfeld befinden sich im rasanten Wandel. Charakteristisch hierfür sind u.a. die zunehmende Vernetzung, das starke Datenwachstum, sich verändernde Kundenbedürfnisse, die steigende Bedeutung von Software, Inhalten, Sicherheit und Datenschutz sowie der technologische Fortschritt. Die Digitali-

sierung dringt immer stärker in alle Lebensbereiche ein und führt zu neuen Geschäftsmodellen, die sich rasch entwickeln. Das Kerngeschäft ist geprägt durch einen harten Verdrängungswettbewerb mit hohem Preisdruck. Der Gesamtmarkt für Dienstleistungen rund um Konnektivität schrumpft. Globale Internetfirmen nutzen ihre Skalenvorteile und drängen in lokale ICT-Märkte für Privatkunden wie Geschäftskunden vor.

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 Swisscom Aktivitäten stärken dieses Vertrauen. Um ihre Vision zu verwirklichen, als Nummer 1 die Zukunft zu gestalten und Menschen in der vernetzten Welt zu begeistern, hat Swisscom drei strategische Ansprüche bestimmt, die ihre Strategie konkretisieren.



Strategie Swisscom

Bestes Kundenerlebnis

Um ihre Kunden zu begeistern, will Swisscom überall und jederzeit das Beste bieten. Das Kundenerlebnis beruht auf einer leistungsfähigen Infrastruktur: Swisscom bietet ihren Kunden eine hochmoderne IT- und Kommunikationsinfrastruktur und entwickelt diese stetig weiter. Die Anforderungen der Kunden an die Netze steigen fortwährend. Deshalb baut und betreibt Swisscom Netze, die sich durch höchste Sicherheit, Verfügbarkeit und Leistungsfähigkeit auszeichnen. Swisscom erweitert sowohl ihre Festnetz- als auch Mobilfunkinfrastruktur. Damit ermöglicht sie ihren Kunden die besten Erlebnisse bei der Nutzung der Angebote. So treibt Swisscom den Ausbau von 5G in der Schweiz konsequent voran. Sie hat nach der erfolgreichen 5G-Auktion im Frühjahr 2019 das erste 5G-Netz Europas mit kommerziellen Angeboten und Endgeräten in Betrieb genommen.

Die Swisscom Cloud bildet die Grundlage für neue, skalierbare, in der Schweiz produzierte Angebote. Swisscom ergänzt ihre eigene Cloud mit globalen Lösungen (wie etwa Amazon Web Services oder Microsoft Azure). Dabei tritt sie als Service Provider auf, der die Lösungen in hybride Umgebungen integriert.

Kern des Erfolgs von Swisscom ist die Beziehung zu den Kunden. Bester Service und durchgängige, begeisternde Erlebnisse sind für Swisscom oberste Handlungsmaximen. Swisscom Kunden werden kompetent begleitet und geniessen an allen Kontaktpunkten einen flexiblen, individuellen und persönlichen Service. Um noch mehr positive Erlebnisse zu schaffen und noch näher beim Kunden zu sein, hat Swisscom per 1. Januar 2020 die Customer Field Services bei der Tochtergesellschaft cablex zusammengeführt. Swisscom reduziert die Komplexität und bietet relevante, innovative Angebote. Durch das Angebot inOne mobile go entfallen die oft kritisierten Gebühren für die Handynutzung in der EU: Swisscom Kunden surfen im EU-Ausland so sorglos wie in der Schweiz. Die neue Generation von Swisscom TV ermöglicht den Kunden einen direkten Zugang zu Topinhalten des breiten Teleclub-Portfolios, zu Netflix sowie zu weiteren beliebten TV-Apps direkt auf dem Homescreen. Zudem hat Swisscom ihr Angebot u.a. mit Gaming erweitert. Dank eines Sprachassistenten vereinfacht die neue Swisscom Box den Zugang zu Inhalten, Informationen sowie die Vernetzung des Zuhauses ganz deutlich. Kleinere und mittlere Unternehmen (KMU) begleitet Swisscom dank eines schweizweiten Netzwerks aus KMU-Spezialisten und zertifizierten Partnern fundiert, persönlich und lokal. Swisscom stellt KMUs seit Frühjahr 2018 Smart ICT-Komplettlösungen für das IT-Outsourcing zur Verfügung, welche die betreffenden Unternehmen merklich entlasten. Im Geschäftskundenbereich verschieben sich die Kundenbedürfnisse in Richtung standardisierter Produkte. Um den Markt in Zukunft noch besser zu bedienen, hat Swisscom das KMU- und Grosskundensegment per 1. Januar 2020 zu einer Organisation (Business Customers) zusammengeführt.

Geschäftskunden ermöglicht diese Neuorganisation ein noch einheitlicheres Produkt- und Kundenerlebnis. Ebenfalls per 1. Januar 2020 führt sie die Geschäftsbereiche Sales & Services und Products & Marketing von Swisscom Schweiz zum Bereich Residential Customers zusammen.

Operational Excellence

Als Folge des intensiven Verdrängungswettbewerbs stehen die Umsätze im Kerngeschäft weiter stark unter Druck. Den Rückgang dieser Umsätze will Swisscom neben Wachstum in neuen Bereichen - möglichst mit konsequentem Kostenmanagement auffangen. Sie will zudem ihre Kostenbasis in den nächsten Jahren weiter senken, um eine nachhaltige Profitabilität zu sichern. Dies ermöglicht es Swisscom, Mittel für die Entwicklung neuer Geschäftsmöglichkeiten freizusetzen und die für den künftigen Erfolg notwendigen Investitionen zu tätigen. Um die Kosten zu optimieren, setzt Swisscom in erster Linie darauf, noch fokussierter zu wirtschaften und die 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 dank der erfolgten Migration auf All IP. Ebenfalls zentral ist für Swisscom die interne digitale Transformation und damit die Erhöhung des Digitalisierungsgrades. In diesem Zusammenhang will Swisscom u.a. Netzfunktionen virtualisieren, den Online-Kanal stärken und ausbauen, Prozesse zunehmend automatisieren oder eine verstärkte künstliche Intelligenz und Analytics nutzen. Daneben gestaltet Swisscom ihre Investitionstätigkeit effizienter: so etwa durch einen intelligenten Technologiemix oder einen wertorientierten Netzausbau.

Neues Wachstum

Der Markt für Telekommunikation in der Schweiz ist zunehmend gesättigt, wobei dies besonders für Breitband und TV gilt. Ein weiteres, moderates Mengenwachstum erwartet Swisscom hingegen im Bereich des Postpaid-Segments des Mobilfunks. Der Preisdruck bleibt in allen Märkten weiter hoch, so dass Swisscom im Telekommunikationsmarkt gesamthaft mit einem leicht rückgängigen Marktumsatz rechnet. In Italien rechnet Swisscom – besonders im Breitbandbereich – mit weiterem Marktwachstum, zumal die Breitbanddurchdringung in Italien weiterhin relativ tief liegt. Der Markt für IT-Dienstleistungen wird gemäss Marktexperten in den nächsten Jahren weiter moderat wachsen: Treiber ist hier der steigende Einsatz von ICT in zahlreichen Branchen.

Durch die Weiterentwicklung ihres Kerngeschäfts und kerngeschäftsnaher Bereiche will Swisscom Wachs-

tumsmöglichkeiten ausschöpfen – bspw. durch den weiteren Ausbau des TV- und Unterhaltungsangebots, durch Wachstum im Wholesale-Bereich, bei Cloud, bei Smart ICT für kleinere und mittlere Unternehmen oder im Lösungsgeschäft rund um die digitale Sicherheit. In ausgewählten Bereichen lanciert Swisscom digitale Dienste, die zum Teil auf neuartigen Geschäftsmodellen basieren. Dies gilt besonders für den Bereich Digital Business (DBU). Die Schwerpunkte von DBU sind digitale Dienste für KMU wie localsearch (Swisscom Directories AG), die Swisscom Blockchain AG, Aktivitäten im Fintech-Bereich und digitale Marketing-Services. Bei der Auswahl der Wachstumsfelder orientiert sich Swisscom an den künftigen Kundenbedürfnissen, setzt auf zukunftsorientierte Geschäftsmodelle mit Wachstum und nutzt vermehrt Partnerschaften.

Einen wesentlichen Beitrag zum Wachstum leistet Fastweb in Italien im Breitband- und Mobilfunkbereich sowohl bei Privat- wie auch bei Geschäftskunden. Swisscom stärkt die Marktposition von Fastweb durch gezielte Investitionen besonders in den Mobilfunk. Sie will dadurch den Wachstumskurs beibehalten und das Unternehmen profitabel weiterentwickeln. Die Strategie von Fastweb stützt sich auf konvergente Angebote, die durch Transparenz, Fairness und Einfachheit bestechen; auf eine hohe Servicequalität und die Nutzung von Partnerschaften. Im Geschäftskundenbereich erweitert Fastweb ihr Portfolio strategisch mit horizontalen Lösungen, deren Schwerpunkte bei der Cloud und der digitalen Sicherheit liegen. Wichtige Pfeiler für die weitere Entwicklung von Fastweb sind die strategische Partnerschaft mit WindTre, die im Sommer 2019 abgeschlossenwordenist, sowie der Erwerb von Mobilfunkspektrum. Fastweb stärkt dadurch ihr Mobilfunkangebot sowie die konvergenten Angebote und baut ihre Marktposition weiter aus.

Transformation

Um mit der stetigen Veränderung umzugehen und die Strategie erfolgreich umzusetzen, orientiert sich Swisscom bei allen Kundeninteraktionen konsequent an den Kunden. Sie setzt ferner auf agile Arbeits- und Organisationsformen und reduziert kontinuierlich die Komplexität, indem sie Einfachheit fördert. Gezielte Kommunikations- und Ausbildungsmassnahmen unterstützen die gewünschte Verhaltensänderung innerhalb der Organisation.

Nachhaltigkeitsstrategie

Die Digitalisierung prägt Wirtschaft und Gesellschaft zunehmend. Swisscom kommt als eines der führenden ICT-Unternehmen der Schweiz eine besondere Verantwortung zu. Daher will Swisscom die Chancen und Risiken der Digitalisierung erkennen und die Zukunft des Landes im Rahmen ihrer Möglichkeiten vertrauenswürdig, aufmerksam und engagiert mitprägen. Swisscom hat drei Handlungsfelder identifiziert, in denen sie einen Beitrag leisten will: Förderung digitaler Kompetenzen, Beitrag zum Klimaschutz und zuverlässige und sichere ICT-Infrastruktur. Um diese Handlungsfelder zu bedienen, hat Swisscom drei strategische Stossrichtungen mit entsprechenden Zielen formuliert: Mehr für die Menschen, Mehr für die Umwelt und Mehr für die Schweiz. Diese Ziele leisten zudem einen Beitrag an die 17 globalen Nachhaltigkeitsziele der UNO. Weitere Informationen sind im separaten Nachhaltigkeitsbericht enthalten.

Förderung digitaler Kompetenzen

Während die Entwicklung der Technologien rasant voranschreitet, verändern sich die Fähigkeiten der Menschen nicht von selbst. In allen Lebensbereichen ist ein kompetenter Umgang mit digitalen Medien wichtig. Sei es in der Schule, im Beruf, als Eltern, in der Politik oder in Rente – sie alle kommen in Berührung mit der vernetzten Welt und tun gut daran, mit den neuen Anforderungen mitzuhalten.

Mehr für die Menschen

Swisscom befähigt die Menschen in der Schweiz, die Chancen der vernetzten Welt zu nutzen. Sie unterstützt bis 2025 jährlich 2 Mio. Menschen dabei, ihre digitalen Kompetenzen zu erhöhen und ihre Arbeitsbedingungen in der Lieferkette zu verbessern.

Beitrag zum Klimaschutz

Der Klimawandel erweist sich als weltweites Problem erster Güte, der sich auf die Lebensgrundlage der Schweiz auswirkt. Alle Länder sind gefordert, ihren Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. Die Digitalisierung bietet hierbei vielversprechende Möglichkeiten.

Mehr für die Umwelt

Swisscom trägt zur Umwelt Sorge. Sie reduziert zusammen mit ihren Kunden den CO₂-Ausstoss um 450'000 t CO₂. Dies entspricht 1% der Treibhausgas-Emissionen der Schweiz.

Zuverlässige und sichere ICT-Infrastruktur

Eine zuverlässige und sichere Infrastruktur bildet die Grundlage für die Wettbewerbsfähigkeit, den Wohlstand und die Lebensqualität in der Schweiz.

Mehr für die Schweiz

Durch die besten Netze und fortschrittliche Lösungen schafft Swisscom Mehrwert für Kunden, Mitarbeitende, Aktionäre, Lieferanten und die ganze Schweiz. Sie versorgt die Menschen und Unternehmen in der Schweiz mit zuverlässigem Ultrabreitband. So stärkt sie die Wettbewerbsfähigkeit und Lebensqualität in der Schweiz.

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 2019
Finanzielle Ziele		
Nettoumsatz	Konzernumsatz für das Jahr 2019 von rund CHF 11,4 Mrd.	CHF 11'453 Mio.
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	EBITDA für das Jahr 2019 von mehr als CHF 4,3 Mrd.	CHF 4'358 Mio.
Investitionen	Investitionen für das Jahr 2019 ¹ von rund CHF 2,5 Mrd.	CHF 2'438 Mio.
Operational Excellence	Senkung Kostenbasis 2019 im Schweizer Geschäft um CHF 100 Mio.	CHF 127 Mio.
Übrige Ziele		
Ultrabreitband Schweiz ²	Abdeckung 90% bis Ende 2021 mit mehr als 80 Mbit/s	74%
Ultrabreitband Schweiz ²	Abdeckung 75% bis Ende 2021 mit mehr als 200 Mbit/s	47%

 $^{{\}bf 1}\,$ Inkl. Ausgaben von CHF 0,2 Mrd. für die Mobilfunkfrequenzen in der Schweiz.

² Basis: 4,3 Mio. Wohnungen und 0,7 Mio. Geschäfte (Bundesamt für Statistik – bfs).

Rahmenbedingungen

Wirtschaftliches Umfeld

Die drei gesamtwirtschaftlichen Faktoren Konjunktur (in der Schweiz und in 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	2015	2016	2017	2018	2019
Veränderung BIP Schweiz	in %	1,2	1,4	1,0	2,8	0,9 1
Veränderung BIP Italien	in %	0,8	0,9	1,5	0,1	0,2 2
Rendite Bundesobligationen (10 Jahre)	in %	(0,04)	(0,14)	(0,07)	(0,24)	(0,46)
Stichtagkurs CHF/EUR	in CHF	1,08	1,07	1,17	1,13	1,09
Stichtagkurs CHF/USD	in CHF	1,00	1,02	0,98	0,99	0,97

¹ Prognose SECO

Konjunktur

Das Wirtschaftswachstum hat sich 2019 weltweit wie auch in der Schweiz abgeschwächt. Die Inflation liegt nach wie vor sehr tief. Die konjunkturelle Entwicklung wirkt sich unterschiedlich auf die Kundensegmente von Swisscom aus. Im Bereich Privatkunden ist der Umsatzanteil von Produkten mit festen Monatsgebühren hoch und somit ist die Auswirkung konjunkturell bedingter Umsatzschwankungen gering. Einen zyklischeren Geschäftsverlauf verzeichnet das Projektgeschäft mit Geschäftskunden. Bei der italienischen Tochtergesellschaft Fastweb wirken sich konjunkturelle Schwankungen tendenziell verstärkt auf den Umsatz mit Privat- und Geschäftskunden aus.

Zinsen

Das Zinsniveau beeinflusst die Höhe der Finanzierungskosten sowie die Bewertung der langfristigen Rückstellungen und der Vorsorgeverpflichtung in der Konzernrechnung. Zudem bilden die Zinsen eine Schlüsselannahme für die Werthaltigkeitsbeurteilung des bilanzierten Goodwills und anderer Abschlusspositionen. Die Renditen zehnjähriger Bundesobligationen sind 2019 weiter gesunken und liegen auf einem historischen Tiefstniveau. Swisscom hat 2019 Anleihen im Gesamtbetrag von CHF 405 Mio. aufgenommen. Die durchschnittlichen Zinskosten der Finanzschulden (ohne Leasingverbindlichkeiten) belaufen sich Ende 2019 auf 1,0%. Von diesen Finanzschulden sind 78% fest verzinst, und die durchschnittliche Laufzeit beträgt 5,5 Jahre. Diese Finanzierungsstruktur bietet einen beträchtlichen Schutz vor einer allfälligen Zinserhöhung.

Währungen

Die direkten Auswirkungen von Währungsschwankungen auf die Ertrags- und Finanzlage von Swisscom sind gering. Transaktionsrisiken auf operativen Cash Flows bestehen vor allem beim Einkauf von Endgeräten und technischen Anlagen sowie Leistungen von Netz-

betreibern im Ausland (z.B. für Roaming). Im Kerngeschäft in der Schweiz sind die Auszahlungen in Fremdwährungen höher als die Einnahmen in den entsprechenden Währungen (v.a. in USD). Die Nettogeldabflüsse in Fremdwährung werden teilweise durch Devisentermingeschäfte abgesichert und in der Konzernrechnung wird Hedge Accounting angewandt. Swisscom finanziert sich mehrheitlich in Schweizer Franken und zu einem geringeren Anteil in Euro, wobei der Euro-Anteil in den letzten Jahren schrittweise auf 43% erhöht worden ist. In der Konzernrechnung besteht zudem ein Währungsumrechnungsrisiko auf den Nettoaktiven von Fastweb und anderen ausländischen Tochtergesellschaften. Ende 2019 belaufen sich die Nettoaktiven von Fastweb auf EUR 3,0 Mrd. Die Bilanzpositionen der ausländischen Tochtergesellschaften werden zum Kurs am Abschlussstichtag in Schweizer Franken umgerechnet und Differenzen aus der Umrechnung ergebnisneutral im Konzerneigenkapital erfasst. Ende 2019 haben die kumulierten Verluste aus der Währungsumrechnung ausländischer Tochtergesellschaften CHF 1,8 Mrd. betragen. Ein Teil der Finanzschulden in EUR wurde als Währungsabsicherung (Hedging) der Fastweb Nettoaktiven klassifiziert.

Rechtliches Umfeld

Rechtliche Rahmenbedingungen für Swisscom

Swisscom ist eine spezialgesetzliche Aktiengesellschaft nach Schweizer Recht. Für die Corporate Governance ist nebst dem Aktienrecht in erster Linie 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 bilden vor allem das Fernmeldegesetz (FMG) und das Kartellgesetz (KG).

² Prognose Istat

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 sowie die Grundversorgung und die Nutzung von Funkfrequenzen. Das Parlament hat in der Berichtsperiode über eine Revision des FMG beraten und eine revidierte Fassung verabschiedet, die voraussichtlich per 2021 in Kraft treten wird.

Siehe unter www.admin.ch

Netzzugang

Nach dem Willen des Gesetzgebers soll die Netzzugangsregulierung nicht auf neu gebaute, glasfaserbasierte Festnetze ausgeweitet werden (kein 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 allen Landesteilen über eine zuverlässige, 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 sowie barrierefreie Dienste wie z.B. den Transkriptions-, SMS-Vermittlungs- und Verzeichnisdienst für Menschen mit Beeinträchtigungen. Während der Berichtsperiode hat der Bundesrat beschlossen, die minimale Datenübertragungsrate ab 1. Januar 2020 von 3 Mbit/s (Download) und 300 Kbit/s (Upload) auf 10 Mbit/s bzw. 1 Mbit/s zu erhöhen.

Mobilfunkkonzession

Die Eidgenössische Kommunikationskommission (Com-Com) erteilt die Mobilfunkkonzessionen in der Regel im Rahmen öffentlicher Ausschreibungen. 2012 hat sie alle für die Mobilfunknutzung verfügbaren Frequenzen im Rahmen einer Auktion veräussert. Swisscom erwarb 44% der versteigerten Frequenzen. Die Konzessionen laufen bis Ende 2028 und können technologieneutral genutzt werden. Im Februar 2019 sind weitere Mobilfunkfrequenzen an Swisscom und weitere Bieter versteigert worden, die sich etwa für die neue 5G-Technologie nutzen lassen. Zusammen mit dem bereits im Jahr 2012 erworbenen Spektrum verfügt Swisscom nun über total 45% der bei sämtlichen Mobilfunkanbietern in Betrieb stehenden Frequenzen. Die Konzession für das im Jahr 2019 ersteigerte Frequenzspektrum ist bis im April 2034 gültig.

Kartellgesetz (KG)

Besonders 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 (Weko) haben Swisscom in unterschiedlichen Teilmärkten als markbeherrschend eingestuft. Mit dem Urteil vom 9. Dezember 2019 hat das Bundesgericht die Beschwerde von Swisscom im ADSL-Verfahren abgewiesen und die vom Bundesverwaltungsgericht 2015 verfügte Sanktion von CHF 186 Mio. bestätigt. Die Sanktion musste von Swisscom bereits 2016 bezahlt werden. Das Urteil des Bundesgerichts hat keine Auswirkungen auf den Jahresabschluss 2019. Derzeit laufen zudem hinsichtlich zwei anderer Sachverhalte Verfahren, im Rahmen derer die Weko Swisscom als marktbeherrschend und das Verhalten als unzulässig eingestuft sowie direkte finanzielle Sanktionen verfügt hat. Die Verfahren betreffen 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). Nach einem jahrelangen Gesetzgebungsprozess hat das Parlament im Herbst 2019 eine Revisionsvorlage zum URG verab-

schiedet. Diese Vorlage hatte primär zum Ziel, das Urheberrecht an das Internetzeitalter anzupassen und die sogenannte Internetpiraterie zu bekämpfen. Entgegen den Forderungen der Fernsehsender verzichtet das revidierte URG auf einschränkende Bestimmungen im Zusammenhang mit Replay TV.

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 sind unterschiedliche Verbreitungsprivilegien bestimmter Sender (sog. Must-Carry-Bestimmungen) relevant.

Datenschutzgesetz (DSG)

Das DSG regelt den Umgang mit personenbezogenen Daten. Der Entwurf zum revidierten Datenschutzgesetz (DSG) ist im September 2017 veröffentlicht worden 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.

Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) der Europäischen Union

Die DSGVO regelt die Verarbeitung von personenbezogenen Daten und gilt seit Mai 2018. Für Swisscom ist die DSGVO einerseits besonders im Rahmen ihres Angebots von Dienstleistungen an Privatkunden im EWR relevant; andererseits hinsichtlich der Erbringung von IT-Dienstleistungen und Services für Geschäftskunden, die der DSGVO direkt unterstehen. Soweit sich die DSGVO auf die Tätigkeit von Swisscom auswirkt, hat Swisscom die erforderlichen Massnahmen zur Einhaltung der Anforderungen termingerecht getroffen.

Gesetzliches und regulatorisches Umfeld in Italien

Die rechtlichen Rahmenbedingungen für die Geschäftsaktivitäten von Fastweb sind hauptsächlich durch die Telekommunikationsgesetzgebung in Italien und der EU festgelegt. Die nationale Aufsichtsbehörde AGCOM hat im August 2019 gestützt auf eine Marktanalyse einen Entscheid bezüglich Zugangsdienste der Telecom Italia (TIM) auf Wholesale-Vorleistungsebene für den Zeitraum von 2018 bis 2021 gefällt. Der Entscheid umfasst u.a. auch eine Senkung der Preise für den virtuellen entbündelten Zugang (VULA) auf Basis von FTTS für den Zeitraum von 2019 bis 2021. Zudem genehmigte die AGCOM das Referenzangebot von TIM für die festnetzbasierten Zugangsdienste 2018.

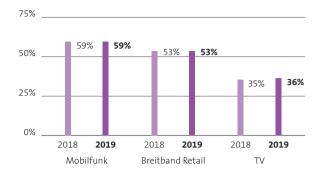
Entwicklung des Schweizer Marktes für Telekommunikations- und Informatikdienstleistungen

Den Schweizer Telekommunikationsmarkt prägt ein reichhaltiges 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 bedeutende Rolle. Dadurch verlagern sich Speicherkapazität, Rechnerleistung, Software und Dienste 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 hierbei 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 weiterhin unter Druck steht. In allen Märkten intensiviert die Marktsättigung den bestehenden Verdrängungswettbewerb. Die einzelnen Teilmärkte sind von einer hohen Promotionstätigkeit der einzelnen Marktteilnehmer und einem entsprechenden Druck auf die Preise geprägt. Gebündelte Angebote spielen dabei eine wichtige Rolle, da sie die entsprechenden Kunden an das jeweilige Unternehmen binden. Im Zentrum der Angebotsportfolios stehen konvergente Angebote, die neben einem leitungsgebundenen Breitbandanschluss mit Internet, TV und Festnetztelefonie zusätzlich einen oder mehrere Mobilfunkanschlüsse enthalten können. Swisscom bietet zudem 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 ausgewählten Drittanbietern zur Verfügung, die ihren Kunden über das Swisscom Netz eigene Produkte und Dienstleistungen anbieten. Der im Jahr 2019 begonnene Ausbau der Mobilfunknetze mit dem modernen 5G-Standard erhöht die technischen Möglichkeiten. Die 5G-Technologie bildet die Grundlage für vielfältige Anwendungen. Sie ermöglicht es zum Beispiel, auf der letzten Meile einen drahtgebundenen Anschluss basierend auf Glasfaser oder VDSL durch einen drahtlosen Anschluss (Fixed Wireless Access) zu ersetzen. Aufgrund der hohen Marktdurchdringung ist im Schweizer Mobilfunk eine Marktsättigung festzustellen. Aus diesem Grund stagniert die Anzahl Mobilfunkanschlüsse (SIM-Karten) in der Schweiz bei rund 11 Mio. Die Durchdringung mit Mobilfunkanschlüssen liegt in der Schweiz weiterhin bei 126%. Wie schon im Vorjahr hat die Anzahl der Postpaid-Abonnemente zugenommen, die Anzahl der Prepaid-Kunden hingegen abgenommen. Der Anteil der Postpaid-Abonnemente beträgt rund 75% (Vorjahr 71%). Der Marktanteil von Swisscom liegt unverändert zum Vorjahr bei 59% (Postpaid 59%, Prepaid 58%).

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. Ihre Netzinfrastrukturen stehen grösstenteils auch anderen Marktteilnehmern zur Erbringung ihrer Produkte und Dienstleistungen zur Verfügung. Der leitungsgebun-

dene Breitbandanschluss hat sich dabei zum Grundanschluss vieler Kunden entwickelt. Er bildet die Grundlage für ein vielfältiges Produktangebot nationaler wie global agierender Wettbewerber. Der Wettbewerb im Festnetzbereich hat durch den Eintritt neuer Anbieter an Dynamik gewonnen.

Breitbandmarkt

Infrastrukturen, die auf den Netzen von Telekommunikationsanbietern und Kabelnetzbetreibern beruhen, sind in der Schweiz die meistverbreiteten Zugangstechnologien für leitungsgebundene Breitbandanschlüsse. Ende 2019 hat die Anzahl der Retail-Breitbandanschlüsse in der Schweiz 3,8 Mio. betragen, was einem Anteil von rund 85% der Wohnungen und Geschäfte entspricht. Aufgrund der Marktsättigung blieb die Zahl der Breitbandanschlüsse wie im Vorjahr nahezu konstant. Dem Wachstum der Breitbandanschlüsse der Telekommunikationsanbieter stand eine Abnahme der Anschlüsse der Kabelnetzbetreiber gegenüber. Der Marktanteil von Swisscom beträgt unverändert 53%.

TV-Markt

Die Übertragungsarten für TV-Signale in der Schweiz sind der Kabelanschluss, der Breitbandanschluss, Satellitenempfang sowie der Mobilfunk. Die Übertragung von TV-Programmen über Antennen (terrestrisch) wurde im Laufe des Jahres 2019 eingestellt. 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 sind weitere nationale wie internationale Unternehmen mit ihren Angeboten auf dem Markt präsent. Diese bieten TV- wie auch Streaming-Dienste an, die unabhängig vom Internetanbieter über einen bestehenden Breitbandanschluss genutzt werden können. Die Wettbewerbsdynamik im gesättigten TV-Markt bleibt, getrieben durch die Vielzahl der unterschiedlichen Angebote, weiter hoch. 94% 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 per Ende 2019 mit einem Marktanteil von 36% weiter ausgebaut (Vorjahr 35%).

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 2019 fortgesetzt. Die Anzahl der Anschlüsse von Swisscom ist um rund 11% auf 1,6 Mio. gesunken. Hauptgrund für die Abnahme war die Substitution der Festnetztelefonie durch den Mobilfunk.

Markt für Informatikdienstleistungen Schweiz

Der Markt für Informatikdienstleistungen (IT Services und Software) hat 2019 ein Umsatzvolumen von rund CHF 17 Mrd. erreicht und wird in den nächsten Jahren gesamthaft weiterwachsen. Swisscom erwartet das grösste Wachstum in den Bereichen Cloud, Sicherheit, 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 (z.B. neue Sensoren und eine verbesserte Konnektivität). Die Kunden erwarten in der Regel branchen- und prozessspezifisch ausgerichtete Dienstleistungen mit entsprechender Beratung.

Im Bereich IT-Dienstleistungen ist Swisscom nicht wie gewünscht gewachsen. Der rückläufige Umsatz führte im Berichtsjahr zu einem Marktanteilsverlust. Für diese Entwicklung war hauptsächlich die Verlagerung von Applikationen in die Cloud verantwortlich, die sich als Trend für die nächsten Jahre fortsetzen wird. Positiv gestaltete sich die Entwicklung hingegen bei den Wachstumsthemen wie Cloud, Datacenter und Security Services, wo die Marktumsätze stiegen.

Entwicklung des italienischen Marktes für Telekommunikationsdienstleistungen

Breitbandmarkt Italien

Der italienische festnetzbasierte Breitbandmarkt ist dank eines Umsatzes von EUR 15 Mrd., einschliesslich Wholesale, der viertgrösste in Europa. Die Breitbandversorgung in Wohnungen und Geschäfte hat in den letzten Jahren stetig zugenommen. Der Breitbandmarkt umfasst über 16 Mio. Anschlüsse verteilt auf vier Hauptkonkurrenten sowie weitere kleinere Anbieter. Fastweb ist der zweitgrösste Festnetzbreitbandanbieter mit einem Marktanteil von rund 15% im Privatkundenbereich.

Mobilfunkmarkt Italien

Das Volumen des italienischen Mobilfunkmarktes beträgt zurzeit rund 82 Mio. SIM-Karten mit einem aggregierten Umsatzvolumen von rund EUR 15 Mrd. Der Wettbewerbs- und Preisdruck ist enorm. Trotz der schwierigen Rahmenbedingungen erhöhte Fastweb seine Kundenbasis im Mobilfunk auf 1,8 Mio.

Datenschutz

Die rechtskonforme und verantwortungsvolle Verarbeitung von personenbezogenen Daten hat bei Swisscom einen hohen Stellenwert. Um dem eigenen Anspruch gerecht zu werden, hat Swisscom im vergangenen Geschäftsjahr die für die Einhaltung des Datenschutzes zuständige Organisationseinheit personell aufgestockt und eine Vielzahl von Schutzmassnahmen umgesetzt. Neu verfügen die zuständigen Teams über ein Tool, durch das sie ihre Produkte oder Geschäftsprozesse periodisch auf die Datenschutzkonformität überprüfen. Bei neuen Produkten hat Swisscom die Transparenz der Datenverarbeitung erheblich verbessert. Mehrere Schulungen dienten dazu, das Bewusstsein der Mitarbeitenden für den Datenschutz zu erweitern. Darüber hinaus wurden in allen Geschäftsbereichen von Swisscom und der Konzerngesellschaften neue Rollen geschaffen und ausgebildet, um den Datenschutz operativ zu verankern. Schliesslich begann Swisscom schon frühzeitig, die Anforderungen des neuen Datenschutzgesetzes umzusetzen.

Swisscom arbeitet kontinuierlich am Ausbau der Massnahmen zum Datenschutz. Die Steuerung und Überwachung des Datenschutzes innerhalb von Swisscom erfolgt durch eine zentrale Data Governance-Stelle, die eng mit allen Geschäftsbereichen und anderen Stabsstellen zusammenarbeitet.

Siehe unter www.swisscom.ch/datenschutz

Infrastruktur

Die Schweizer Informationsgesellschaft wird durch die Telekommunikationsnetze getragen. 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, zudem verdoppelt sich bis Ende 2025 nahezu die Glasfaserabdeckung bis in die Wohnungen und Geschäfte. Ende 2019 hat Swisscom 90% der Schweizer Bevölkerung mit der 5G-Basisversion versorgt. Damit verfolgt sie die Strategie, für die Schweiz die besten Netze zu bauen und zu betreiben – und legt eine solide Grundlage für die digitale Transformation.

Infrastruktur in der Schweiz

Netzinfrastruktur

Das Rückgrat der Schweizer Informationsgesellschaft bilden die Telekommunikationsnetze. Swisscom ist im Fest- und im Mobilfunknetz die mit Abstand grösste Netzbetreiberin in der Schweiz. Sowohl im Festnetz wie auch im Mobilfunknetz will sie den Schweizer Kunden das beste Netz zur Verfügung stellen und setzt auf eine intelligente Kombination unterschiedlicher Netztechnologien, damit die ganze Schweiz von den Möglichkeiten der digitalen Welt profitiert. Swisscom betreibt heute drei Netze: das Festnetz, das Mobilfunknetz sowie das Low Power Network.

Neues Kommunikationszeitalter hat begonnen

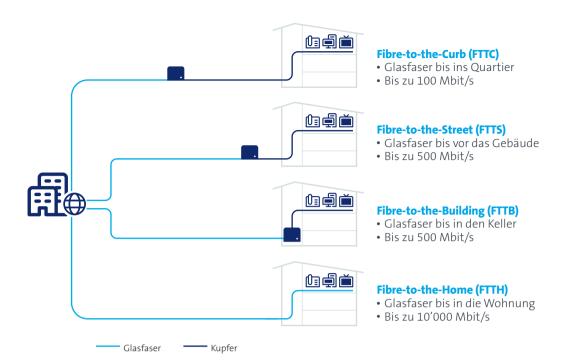
Swisscom hat die herkömmliche Festnetztelefonie durch das Internetprotokoll (IP) abgelöst und ihr Netz auf die Zukunft ausgerichtet. Alle Schweizer Gemeinden sind inzwischen auf die IP-Telefonie umgestellt. Die Privatkunden profitieren so von einer deutlich verbesserten Sprachqualität, automatischer Namensanzeige und der Möglichkeit, lästige Werbeanrufe zu blockieren. Bis Ende des ersten Quartals 2020 will Swisscom die letzten Standorte der Geschäftskunden auf IP überführt haben. Der Rückbau der alten TDM-Anlagen schreitet weiter voran, und so wandern grosse Mengen an wertvollen Materialien wie Kupfer, Aluminium und Edelmetalle in das Rohstoff-Recycling.

Internationale Spitzenposition dank kontinuierlichem Ausbau

Die Schweiz verfügt über eine der besten Informationsund Telekommunikationsinfrastrukturen der Welt. Internationale Studien der OECD oder des Instituts IHS (Information Handling Services) belegen dies regelmässig. 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 2018) liegt die Verfügbarkeit von Breitband in ländlichen Regionen der Schweiz nahezu doppelt so hoch wie im EU-Durchschnitt. Ende 2019 konnten bereits 74% der Wohnungen und Geschäfte Bandbreiten von mehr als 80 Mbit/s, über 47% von mehr als 200 Mbit/s und über 29% von bis zu 1 Gbit/s nutzen. Das Mobilfunknetz von Swisscom gehört im internationalen Vergleich zu den Besten. Es versorgt heute rund 99% der Bevölkerung mit 4G, 3G und 2G. 97% der Bevölkerung verfügen über 4G+ mit bis zu 300 Mbit/s, 72% über 4G+ mit bis zu 500 Mbit/s und 27% über 4G+ mit bis zu 700 Mbit/s.

Netzausbau

Der Breitbandbedarf im Schweizer Fest- und Mobilfunknetz erhöht sich weiter. Um sich dem hohen Niveau zu behaupten, sind weitere Investitionen in die Netze erforderlich. Swisscom investiert deshalb in der Schweiz jährlich rund CHF 1,6 Mrd. in IT und Infrastruktur. Im Festnetzbereich baut Swisscom die Ultrabreitbandversorgung mit Mindestbandbreiten ab 80 Mbit/s bis Ende 2021 weiter aus und hat sich nun neuen Ausbauzielen bis Ende 2025 verschrieben. Sie setzt dafür auf einen Mix aus Glasfasertechnologien sowie konvergenten Ansätzen, die unterschiedliche Netztechnologien intelligent 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.



Bis Ende 2021 soll die Mehrheit der Einwohner jeder Schweizer Gemeinde von erhöhten Bandbreiten profitieren: Bis Ende 2021 verfügen rund 90% aller Wohnungen und Geschäfte über eine Mindestbandbreite von 80 Mbit/s – rund 85% erreichen gar 100 Mbit/s oder mehr.

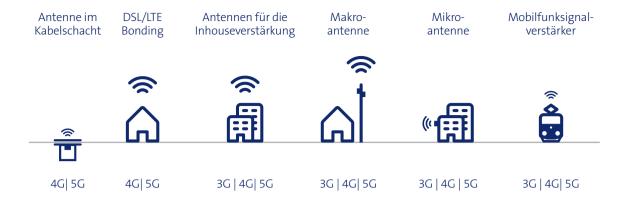
Zudem soll sich bis Ende 2025 die Glasfaserabdeckung bis in Wohnungen und Geschäfte (FTTH) gegenüber 2019 nahezu verdoppeln. Dadurch können 50% bis 60% aller Wohnungen und Geschäfte eine Bandbreite von bis zu 10 Gbit/s nutzen. Gleichzeitig modernisiert Swisscom in den kommenden Jahren kontinuierlich ihr bestehendes Netz, wodurch 30% bis 40% der Wohnungen und Geschäfte eine Bandbreite von 300 bis 500 Mbit/s nutzen können. In ausgewählten Regionen verbessert sich dank der Bonding-Technologie laufend die Breitbandversorgung. Bonding kombiniert die Leistung des Fest- mit derjenigen des Mobilfunknetzes und ermöglicht dadurch ein deutlich besseres Kundenerlebnis.

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 ergän-

zen. Sie lassen sich dank einer Swisscom Innovation selbst im Boden verbauen sowie durch Antennen in Geschäftsgebäuden und öffentlichen Innenbereichen einsetzen. Der Ausbau mit 4G+ schreitet weiter voran. Ein zentrales Thema für die Folgejahre ist für Swisscom der Ausbau der fünften Mobilfunkgeneration 5G. Im Februar 2019 hat der Bund die Mobilfunklizenzen für weitere Frequenzen versteigert. Swisscom hat an der Auktion erfolgreich teilgenommen und am 17. April 2019 als erstes Unternehmen in der Schweiz sowie als eines der ersten weltweit das 5G-Netz in Betrieb genommen.

© Siehe unter www.swisscom.ch/netzabdeckung

5G ist der Mobilfunkstandard der Digitalisierung und daher 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 2015 arbeitet Swisscom gemeinsam mit Ericsson an der Einführung von 5G in der Schweiz. Swisscom hegt die Erwartung, dass 5G die Vernetzung des Internets der Dinge vorantreibt.



Swisscom führt 5G auf verschiedenen Frequenzen ein. Die Vollversion von 5G beruht auf den neuen 5G-Frequenzen (3,5 GHz), die Basisversion von 5G nutzt das bestehende Mobilfunkspektrum. Mit der 5G-Basisversion hat Swisscom das Ziel, bis Ende 2019 90% der Bevölkerung abzudecken, erreicht. Damit sind wir bereit, wenn die entsprechenden Endgeräte, die 5G nutzen können, voraussichtlich im ersten Ouartal 2020 auf den Markt kommen. Trotz des raschen flächendeckenden Ausbaus lässt sich das volle Potenzial von 5G nicht nutzen; dies aufgrund der strengen rechtlichen Grenzwerte (NISV - Verordnung über den Schutz vor nichtionisierender Strahlung). Es existieren zudem gegenüber 5G und Mobilfunk Bedenken in der Bevölkerung, die Swisscom sehr ernst nimmt. Swisscom hält sich jederzeit an die geltenden, vorsorglich strengen Grenzwerte und klärt die Bevölkerung über Missverständnisse zu 5G und Mobilfunk auf.

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. Die dedizierten IoT-Technologien Narrow Band-IoT und LTE-M sind schweizweit eingeführt. Das Low Power Network bietet eine Abdeckung von 97%. Der Einstieg von internationalen Cloud-Anbietern in den IoT-Markt hat der Durchgängigkeit und Skalierung von IoT neuen Schub verliehen. Dank starker Partnerschaften mit Amazon und Microsoft ist Swisscom hierbei gut positioniert. Sie ist bereits heute die führende Anbieterin für IoT-Systemlösungen, die für Cloud- und Analytics Implementationen sowie deren Betrieb erforderlich sind.

Swisscom baut ihr Breitbandnetz, ihr Produktangebot und die Anzahl an Antennenstandorten laufend aus. Sie koordiniert Standortausbauten, soweit möglich, mit anderen Mobilfunkbetreibern und teilt heute knapp ein Viertel ihrer rund 8'600 Antennenstandorte mit anderen Betreibern. Swisscom verfügt per Ende 2019 über rund 5'900 Aussenanlagen und 2'700 Mobilfunkantennen in Gebäuden. Dank rund 5'900 Hotspots in der Schweiz ist sie ferner die führende Betreiberin von öffentlichen drahtlosen lokalen Netzwerken.

Mobilfunkfrequenzen

Um Mobilfunksignale zu übertragen, sind geeignete Frequenzen erforderlich. In der Schweiz werden solche Frequenzen technologieneutral zugeteilt: D.h., 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. Im Februar 2019 sind in der Schweiz weitere Mobilfunkfrequenzen vergeben worden, 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. Swisscom nutzt die Mobilfunkfrequenzen heute, um den Kunden Dienste über die Mobilfunktechnologien 5G, 4G, 3G und 2G anzubieten. Sie tut dies stets innerhalb der gesetzlichen Grenzwerte, die in der Schweiz zehn Mal strenger sind als von der Weltgesundheitsorganisation empfohlen.

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 ihre Cloudstrategie positioniert sich Swisscom als zuverlässige IT-Partnerin mit einem breiten Serviceangebot. Bestehende Swisscom IT-Plattformen wie die Enterprise Service Cloud sind auf dem Schweizer Markt zunehmend etabliert und werden gezielt durch innovative Lösungen wie zum Beispiel Container as a Service ergänzt. Zusätzlich 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. Um den zusätzlichen Anforderungen gerecht zu werden, hat Swisscom die Virtualisierung der Netzwerkfunktionen auf vier Standorte verteilt. Dies ermöglicht den Transfer von hohen Datenmengen mit kurzen Reaktionszeiten.

Swisscom nutzt ihre Cloudplattformen konsequent, um interne sowie externe Kommunikationsdienste bereitzustellen. Dabei betreibt sie diese Cloud-Plattformen in den eigenen geografisch redundant aufgebauten Datacentern. Sie ermöglicht damit eine effiziente, automatisierte Nutzung und verbessert gezielt das Kundenerlebnis. Swisscom erweitert das bestehende Connectivity-Angebot um modernes Software Defined Networking (SDN), wobei sie ein spezielles Augenmerk auf die Kombination von modernen und etablierten Services legt.

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 vermehrt standardisierte Systeme von Partnern. Die Ausrichtung auf die Entwicklung marktspezifischer Mehrwertdienste, die auf solcher Infrastruktur aufbauen, hat sich bewährt. 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 Swisscom ihre Rolle in der digitalen Transformation durch spezifische Dienstleistungen wie das Portfolio «Journey to the Cloud». Indem sie unterschiedliche Technologiegenerationen für die eigenen Bedürfnisse vereinigt, vertieft sie kontinuierlich ihre Erfahrung und ihr Wissen, um ihre Kunden optimal auf dem Weg in die digitale Welt zu begleiten.

Infrastruktur in Italien

Netzinfrastruktur

Die Abdeckung mit Zugangsnetzen der nächsten Generation (NGA) ist in Italien deutlich gewachsen. Fastweb hat mittels erheblicher Investitionen in ihr Netz einen grossen Beitrag zu dieser Entwicklung geleistet. Die ultraschnelle Breitbandinfrastruktur (FTTH und FTTS) von Fastweb erreicht 8 Mio. Wohnungen und Geschäfte oder 30% der Bevölkerung. Darüber hinaus versorgt Fastweb basierend auf Wholesale-Leistungen zusätzlich 10 Mio. Wohnungen und Geschäfte mit ultraschnellen Breitbanddiensten. In den nächsten Jahren wird Fastweb die Ultrabreitband- (UBB-)Abdeckung weiter verbessern und erweitern. Zum einen erfolgt dies durch den Aufbau eines drahtlosen 5G-Festnetzes (FWA) und zum anderen mit einer langfristigen Vereinbarung mit Open Fiber zur Nutzung deren FTTH-Netzinfrastruktur. Fastweb wird bis 2023 mit der eigenen Netzinfrastruktur eine UBB-Abdeckung von 60% bzw. von 90% bis 2026 erreichen.

2018 hat Fastweb im Rahmen einer Auktion von Mobilfunkfrequenzen 200 MHz des 26-Ghz-Spektrums ersteigert und zudem 40 MHz des 3,5-GHz-Spektrums von einem anderen Unternehmen erworben. 2019 unterzeichnete sie eine Vereinbarung mit WindTre über die Zusammenarbeit beim Bau und den Betrieb eines landesweiten 5G-Netzes und erhielt von den italienischen Behörden die Lizenz für den Betrieb als Mobilfunkanbieterin. Im Dezember 2019 schlossen Fastweb und Linkem eine Vereinbarung über eine langfristige Zusammenarbeit ab. Gegenstand der Zusammenarbeit ist der gemeinsame Weiterausbau der 5G Fixed-Wireless-Access-Netzinfrastruktur in mittelgrossen und kleinen Städten in Italien sowie die gegenseitige Erbringung von Wholesale-Leistungen.

Informatikinfrastruktur

Fastweb betreibt in Italien vier grosse Data Centers. Die IT-Infrastruktur umfasst rund 6'000 virtuelle und physische Server. Ein Data Center wird von einem Technologiepartner geführt, der die Verantwortung für Aufbau und Weiterentwicklung des Data Center sowie für die operativen Bereiche der IT-Infrastruktur von Fastweb trägt. Zwei Data Centers werden hauptsächlich für das Geschäftskundensegment genutzt, einschliesslich Housing, Cloud und andere ICT-verwaltete Dienste.

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 nachhaltig deren Arbeitsmarktfähigkeit und die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens. Swisscom gewährt ihren Mitarbeitenden fünf Weiterbildungstage pro Jahr. Als familienfreundliches Unternehmen bietet Swisscom vielfältige Möglichkeiten wie mobiles Arbeiten und flexible Arbeitszeiten. Ende 2019 hat Swisscom 19'317 Mitarbeitende in Vollzeitstellen beschäftigt, davon 16'628 oder 86% in der Schweiz. Zudem bildet Swisscom in der Schweiz rund 900 Lernende aus.

Mitarbeitende in der Schweiz

Einleitung

Der digitale Wandel ist allgegenwärtig – er hält für Mitarbeitende und Unternehmen viele Chancen wie auch grosse Herausforderungen bereit. Um diese Chancen zu nutzen bzw. die Herausforderungen zu meistern, braucht es motivierte Mitarbeitende, die ihre individuellen Fähigkeiten und Erfahrungen dafür einsetzen, die Menschen in der vernetzten Welt jeden Tag aufs Neue zu begeistern. Swisscom begleitet ihre Mitarbeitenden dabei, ihre Fähigkeiten auszubauen und zu ergänzen, um die erforderlichen Kompetenzen und Ressourcen auch in Zukunft zur Verfügung zu haben. Für die Mitarbeitenden wiederum ist es zentral, sich laufend weiterzuentwickeln und weiterzubilden. Deshalb gewährt Swisscom allen Mitarbeitenden pro Jahr fünf Weiterbildungstage, die im Gesamtarbeitsvertrag (GAV) festgehalten sind. Swisscom verfügt zudem über ein grosses Weiterbildungsangebot. Dieses ist darauf ausgerichtet, die Arbeitsmarktfähigkeit der Mitarbeitenden zu stärken. Ferner hat Swisscom die Initiative «Lifelong Learning» von Digital Switzerland unterschrieben und unterstützt lebenslanges Lernen.

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 Anstellungsbedingungen liegen über dem Minimalstandard des Obligationenrechts. Von den

Mitarbeitenden in der Schweiz hatten im Berichtsjahr 98,7% ein unbefristetes Anstellungsverhältnis (Vorjahr 99,7%). Der Anteil an Teilzeitbeschäftigten betrug 20,1% (Vorjahr 20,2%). Die Fluktuationsrate unter den Mitarbeitenden in der Schweiz belief sich auf 6,1% (Vorjahr 6,8%) 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 übernehmen den GAV mittels Anschlussvereinbarung entweder in der Originalfassung oder mit geschäfts- bzw. branchenspezifischen Anpassungen. Die cablex AG handelt mit den Sozialpartnern einen eigenen GAV aus. Der aktuelle GAV cablex ist seit dem 1. Januar 2019 in Kraft.

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 2019 waren dem GAV 81% der Belegschaft in der Schweiz unterstellt (Vorjahr 82%).

Der GAV Swisscom beinhaltet fortschrittliche Anstellungsbedingungen und Leistungen wie bspw. fünf Weiterbildungstage pro Jahr, 18 Wochen Mutterschafts-

urlaub sowie drei Wochen Vaterschaftsurlaub. Ferner räumt der GAV den Sozialpartnern und den Personalvertretungen für unterschiedliche Themen abgestufte Mitwirkungsrechte 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. Er 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. Zudem unterstützt Swisscom durch spezielle Beschäftigungsprogramme – wie den schrittweisen Teilaltersrücktritt oder Temporäreinsätze in ähnlichen Berufsfeldern – faire Lösungen für ältere Mitarbeitende. 2019 haben 83% (Vorjahr 88%) der vom Stellenabbau betroffenen Mitarbeitenden vor Ablauf des Sozialplan-Programms eine Anschlusslösung gefunden. Für Mitarbeitende mit Kaderverträgen besteht eine mit dem Sozialplan vergleichbare Regelung, die sie bei der beruflichen Neuorientierung unterstützt.

Entlöhnung der Mitarbeitenden

Lohnsystem

Eine wettbewerbsfähige Gesamtvergütung 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.

D Siehe Bericht Seite 96

Lohnrunde und Entwicklung Lohnsumme

Swisscom und ihre Sozialpartner haben 2019 eine Vereinbarung über die Lohnrunde im Berichtsjahr getroffen. Mit Wirkung ab April 2019 erfolgten für GAV-Mitarbeitende Lohnerhöhungen im Umfang von 1,4% der Lohnsumme. Die Löhne wurden leistungsabhängig angepasst. Mitarbeitende mit Löhnen im Einstiegs- bzw. Marktbereich erhielten bei entsprechender Leistung eine Lohnerhöhung von mindestens 0,9%. 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 1,25%. Im Vergleich zum Vorjahr sank die Lohnsumme in der Schweiz als Folge des tieferen Personalbestands um 1% 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. 2019 hat jeder Mitarbeitende von Swisscom im Durchschnitt 3,3 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 2019 nahmen im Durchschnitt insgesamt 70% der Mitarbeitenden teil (2018: 67%). Rund 90% 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 Vergleichswerte in der Branche.

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 u.a. auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Flexible Arbeitsmodelle und die Möglichkeit, das Arbeitspensum probeweise zu senken, erhöhen die Akzeptanz von Teilzeitarbeit. Swisscom setzt sich zudem dafür ein, Personen mit physischen oder psychischen Einschränkungen Arbeitsplätze zur Verfügung zu stellen (Inklusion) und sie in den Arbeitsmarkt zu (re-)integrieren. Im Vergleich zum Vorjahr ist der Anteil der Arbeitsplätze in diesem Bereich von 0,93% auf 0,97% gestiegen. Swisscom verfolgt das Ziel, mindestens 1% der Arbeitsplätze für Inklusion zu reservieren. Wenn es um das Generationenmanagement geht, verfolgt Swisscom einen integrativen Ansatz: Flexible Arbeitsmodelle und eine Vielzahl von Entwicklungsangeboten unterstützen ältere Mitarbeitende dabei, möglichst lange im Arbeitsprozess zu verbleiben. Swisscom ist in allen Sprachregionen der Schweiz vertreten. Sie legt Wert darauf, dass die unterschiedlichen Sprachen angemessen in den Leitungsgremien vertreten sind.

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 Vertretern der Mitarbeitenden 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 hoch qualifizierte 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 hält sich an den vom CCNL festgelegten gesetzlichen Mindestlohn.





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. Swisscom passt ihr Angebotsportfolio laufend an die Kundenbedürfnisse an. Sowohl Privatwie Geschäftskunden haben von Neuerungen und Verbesserungen wie etwa bei inOne oder bei Swisscom TV profitiert. Fastweb stärkt die Kundenbasis mit konvergenten Angeboten.

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 Swisscom 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 – steht gleichermassen für Netz, Infrastruktur, beste Erlebnisse, Unterhaltung, ICT und Digitalisierung.

Swisscom bietet Produkte und Dienste aus dem Kerngeschäft unter der Marke Swisscom an. Daneben setzt sie auf die Zweitmarke Wingo sowie die Drittmarken Coop Mobile und 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 gleichzeitig Orientierung und Stabilität bieten. Swisscom erwartet von ihren Mitarbeitenden, dass sie sich bei all ihren Tätigkeiten vertrauenswürdig, engagiert und neugierig verhalten. Auf dieser Grundlage tritt sie 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.

Das Berichtsjahr war durch die im Vorjahr gelegten, strategischen Weichenstellungen geprägt. Das flexiblere und verstärkt auf digitale Anwendungen ausgerichtete Corporate Design, das die Kunden und ihre Möglichkeiten noch mehr in den Vordergrund rücken soll, wurde auf ganz unterschiedliche Touchpoints ausgedehnt. So sind das Swisscom Versprechen und Design inzwischen in sämtlichen Swisscom Angeboten und Produkten sowie Kommunikationsmassnahmen sicht- und erlebbar.

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 rund 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 erfolgreichen 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.

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 den persönlichen Bedürfnissen anpassen.

Swisscom hat 2019 das Mobilfunkabonnement inOne mobile weiter ausgebaut. Durch das neue Abonnement inOne mobile go profitieren Kunden nicht nur von unlimitierter Nutzung des Smartphones in der Schweiz. Als erste Anbieterin hat Swisscom auch die Nutzung innerhalb der EU/Westeuropas ins Abonnement eingeschlossen. Swisscom Kunden telefonieren damit unbeschwert in der Schweiz und auf den meisten Auslandsreisen, schreiben SMS und surfen im Internet. Zudem lassen sich zusätzliche 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.

Swisscom TV hat seine Attraktivität für die Kunden im laufenden Jahr noch einmal deutlich erhöht: Dank einer neuen Benutzerführung und einer verbesserten Integration der unterschiedlichen Content-Anbieter lassen sich Inhalte auf Swisscom TV noch einfacher finden und geniessen. Die neue Swisscom Box schafft zudem ein völlig neues TV-Erlebnis: Mit dem neuen, integrierten Sprachassistenten steuern Kunden nicht nur Swisscom TV einfacher als bisher, sondern bedienen auch via Swisscom Home App verknüpfte Smart Home-Geräte wie Lampen und Musikanlagen einfach per Stimmansage. Damit schafft die neue Swisscom Box ein Ökosystem, das den Kunden mehr Freiheiten und Möglichkeiten in der digitalen Welt bietet.

Über ihre weiteren Marken Wingo, Coop Mobile und M-Budget zielt Swisscom auf Kunden, die nicht die Service-qualität und das umfassende Angebot der Swisscom Produkte wünschen. Bei M-Budget und Wingo profitieren Kunden von einfachen, attraktiven Mobilfunk- sowie Internet/Festnetz-Angeboten. Coop Mobile ist ein reines Mobilfunkabonnement. Es zeichnet sich dadurch aus, 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. Zudem erweitert Swisscom ihre Serviceangebote laufend. Sie geht so auf die sich verändernden Kundenbedürfnisse ein.

Geschäftskunden

Die digitale Transformation beschäftigt die Unternehmen weiterhin stark und verändert ihre Geschäftsprozesse, Geschäftsmodelle, Kundenerlebnisse und Arbeitswelten. Sie setzt 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 IoT-Lösungen; ferner Mobilfunklösungen für mobiles Arbeiten und Kommunizieren, Netzwerklösungen, Standortvernetzungen, Geschäftsprozessoptimierungen, SAP-Lösungen, Sicherheits- und Authentisierungslösungen sowie umfassende, auf Banken zugeschnittene Dienstleistungen. Swisscom hat 2019 in erster Linie ihr globales Cloud-Angebot mit Microsoft Azure erweitert und Securityund IoT-Lösungen ausgebaut. 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 sowie die Umsetzung des elektronischen Patientendossiers voran.

Standardisiert und doch individuell: Für kleine Unternehmen bietet Swisscom in Form von «inOne KMU» ein Kombipaket für Internet und Telefonie. Grössere KMU oder solche mit komplexeren Bedürfnissen erhalten durch «Smart Business Connect» eine individuelle, mit Zusammenarbeitsfunktionen und Netzwerklösung ergänzte Kommunikationslösung. Beide Angebote enthalten integrierte Services wie etwa eine Internetausfallsicherung und lassen sich mit Swisscom TV, Swisscom TV Public oder neu mit Swisscom TV Host für Hotels und Heime ergänzen. Auch KMU sind auf eine zuverlässige IT-Infrastruktur für ihren Geschäftsbetrieb angewiesen. Denn die IT-Infrastruktur wird je länger je mehr zur Lebensader der Unternehmung. Die IT soll aber nicht nur durchgehend einwandfrei laufen, sondern sich auch jederzeit einfach und flexibel den Markt- und Unternehmensveränderungen anpassen lassen. Durch «Smart ICT» erhalten Kunden ein IT-Outsourcing-Komplettpaket als modulare Gesamtlösung. Swisscom übernimmt zusammen mit IT-Partnern in den Regionen den Betrieb der ICT-Infrastruktur beim Kunden und kümmert sich professionell um die Datensicherheit. 2019 hat Swisscom «Managed Security» und «Managed Backup», zwei neue IT-Security-Angebote, mit dem Anspruch lanciert, KMU höchste Sicherheit vor Angriffen und Verlust zu bieten. Mobilfunkabonnemente, die auf die Bedürfnisse von Geschäftskunden ausgerichtet sind, sowie Software und Webdienste runden das KMU-Portfolio ab.

Durch integrierte, innovative Angebote möchte Swisscom Schweizer KMU entlasten und ihnen ermöglichen, die Chancen der vernetzten Welt zu nutzen. 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).

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 gestattet. 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

Im Privatkundenbereich hat Fastweb ihr Fixed-Mobile-Konvergenzgeschäft sowie ihren Go-to-Market-Ansatz auf Basis von Transparenz und Einfachheit weiter gestärkt. Folglich bestätigte sie ihre Führungsposition hinsichtlich der Kundenzufriedenheit bei Festnetzdiensten und erreichte im Mobilfunkbereich ebenfalls den Spitzenrang. Zudem ergänzte Fastweb ihr Portfolio für Privatkunden durch den persönlichen Cloud-Dienst «WOW-Space».

Im Geschäftskundenbereich behauptete Fastweb ihre Führungsrolle: dies besonders auf dem Gebiet der öffentlichen Verwaltung, wo das Unternehmen wichtige öffentliche nationale Rahmenverträge für Wireline- und ICT-Dienste für sich gewann. Im Grosskundenbereich hat Fastweb UBB-Wholesale-Leistungen mit dem Ziel lanciert, eine starke Alternative zum etablierten Unternehmen zu werden.

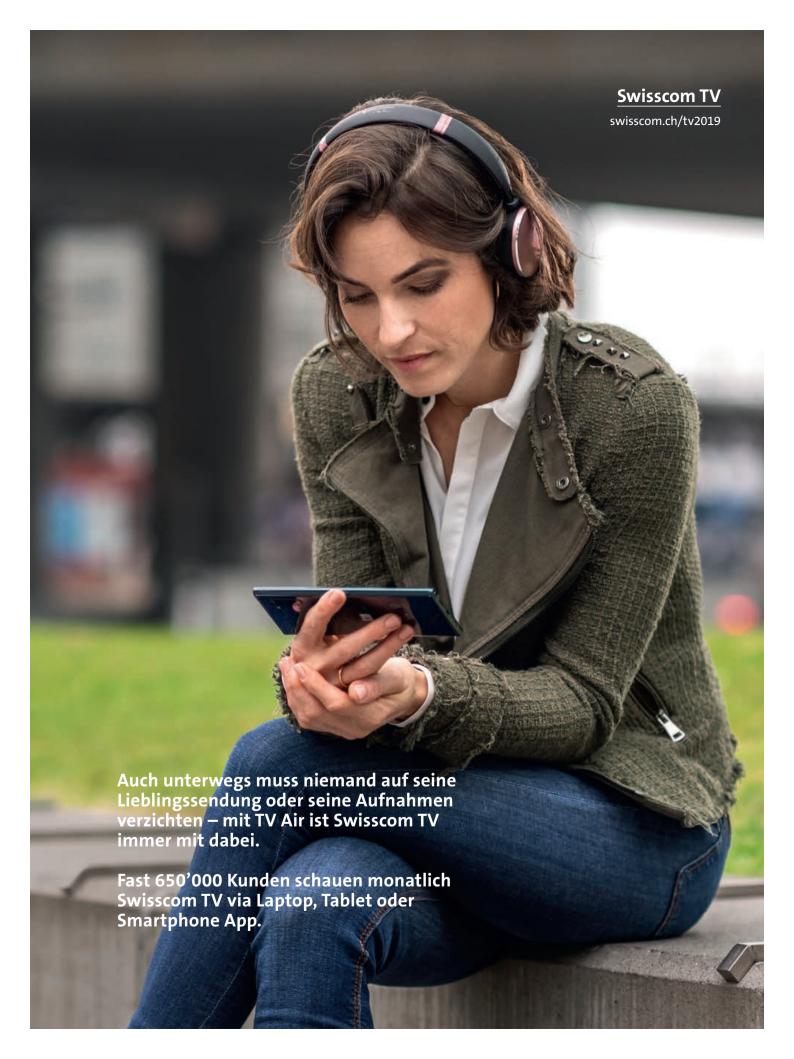
Kundenzufriedenheit

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 der Kunden gegenüber Swisscom. 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 Oualität 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.

Aus den Ergebnissen der Studien und Befragungen leitet Swisscom geeignete Massnahmen ab, um ihre Dienstleistungen und Produkte weiter zu verbessern. Die Ergebnisse haben Einfluss auf den variablen Erfolgsanteil der Mitarbeitenden und des Managements.





Innovation und Entwicklung

Die Globalisierung, neue Technologien und veränderte Kundenbedürfnisse führen zu einem immer schnelleren Wandel. Durch konstantes Investieren in Innovationen bringt Swisscom neue Produkte und Services auf den Markt, optimiert Prozesse und sichert langfristig ihre Marktposition.

Innovation als wichtige Treiberin

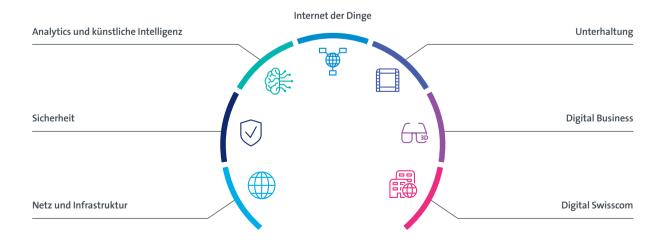
Innovation hat in den letzten Jahren stetig an Bedeutung gewonnen. Zusätzlich zur laufenden Optimierung von Bestehendem investiert Swisscom in disruptive Innovationen. Dadurch schafft sie neue Märkte und erhält ihren Unternehmenswert nachhaltig. Swisscom verfolgt das Ziel, strategische Herausforderungen, neue Wachstumsfelder und künftige Kundenbedürfnisse früh zu erkennen und Lösungen zu etablieren, die einen Mehrwert schaffen und die Menschen begeistern. Dazu arbeitet sie eng mit Partnern, Hochschulen, Start-ups sowie etablierten Technologieunternehmen zusammen:

Im Silicon Valley, in Shanghai und Berlin übernehmen Swisscom Outposts Technologiescouting und -transfer für Swisscom. Swisscom Ventures vernetzt Start-ups mit den Geschäftseinheiten von Swisscom, um so Innovationsimpulse zu setzen. Die Investitionen in über 61 Jungfirmen seit 2007 haben bereits mehr als 1'300 Arbeitsplätze in der Schweiz geschaffen. Der 2018 lancierte Digital Transformation Fund wird diese Geschichte fortschreiben. Zudem unterstützt das interne Intrapreneurship-Programm Kickbox den unternehmensinternen Innovationsprozess. Es stellt Mitarbeitenden Instrumente, einen klaren Prozess und Ressourcen für Innovationsprojekte zur Verfügung. Via getkickbox.com steht das Programm anderen Grossunternehmen zur Verfügung.

⊕ Siehe unter www.swisscom.ch/innovation

Innovation mit Themenausrichtung

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



Swisscom investiert im Rahmen dieser Innovationsfelder laufend in fortschrittliche Lösungen, um ihre strategischen Ziele zu erreichen. Dadurch will Swisscom in erster Linie 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 der besten Infrastruktur profitiert. Zudem erneuert sie dank innovativer Architektur alle Komponenten vom Kernnetz bis zum Anschluss. Damit legt sie die Grundlage, um in Zukunft neue Dienste rasch einführen und ihren Kunden als erste Anbieterin neue Entwicklungen zur Verfügung stellen zu können.

Mobilfunk

Swisscom hat die nächste Generation des Mobilfunkstandards, 5G, stark vorangetrieben. Im November 2018 gelang ihr eine Weltpremiere, indem sie den ersten Prototyp eines 5G-Mobilfunkgeräts mit einem 5G-Live-Netz verbunden hat. Im Februar 2019 erfolgte das erste internationale 5G-Telefonat nach Australien. Im April 2019 startete Swisscom als erste Mobilfunkbetreiberin in der Schweiz und weltweit als eine der ersten Betreiberinnen ihr kommerzielles 5G-Live-Netz. Sie präsentierte dabei das erste kommerziell verfügbare 5G-Mobilfunkgerät in Europa.

XGS-PON

Swisscom setzt als eines der ersten Schweizer Unternehmen auf die Glasfasertechnologie XGS-PON, welche die verfügbaren Bandbreiten auf einem Glasfaseranschluss deutlich erhöht. Bei XGS-PON nutzen gleich mehrere Kunden eine Glasfaserzuleitung bis zu den Schächten nahe den Gebäuden. In den Schächten setzt Swisscom Splitter in einer fortschrittlichen Architektur ein.

Internet der Dinge (IoT)

Das Innovationspotenzial des IoT beschleunigt lukrative Geschäftsmodelle, automatisierte Prozesse sowie die Schaffung von neuartigen Kundeninteraktionen und intelligenten Produkten. Im Rahmen unterschiedlicher Formate unterstützt Swisscom zudem Unternehmen wie Start-ups, den Einstieg ins IoT zu meistern und das IoT weiterzuentwickeln.

Erste IoT Overall Solution

Swisscom hat ihr IoT-Portfolio weiter ausgebaut und sich zusätzlich als Anbieterin für Systemlösungen positioniert. Unter dem Stichwort «Data Driven» unterstützt Swisscom Unternehmen bei der Sammlung und Verarbeitung von Daten und zeigt ihnen den dadurch entstehenden Mehrwert. Bspw. hat Swisscom in Partnerschaft mit dem internationalen Warenprüfkonzern SGS eine Systemlösung für die Überwachung des Gärungsgrads von Getreide in ägyptischen Silos entwickelt. Die Daten werden vor Ort erfasst und anschliessend sicher und zuverlässig übermittelt, in der Microsoft Azure Cloud bearbeitet, analysiert und am Ende ins Datensystem (ERP) des Kunden eingespeist. Durch die Lösung stellt Swisscom sicher, dass riesige Mengen Getreide nicht vergären und damit unbrauchbar werden.

Siehe unter www.swisscom.ch/lpn

Analytics und künstliche Intelligenz

Künstliche Intelligenz (KI)

Swisscom nutzt KI gezielt, um ihren Kunden einen noch besseren Service zu bieten. Sie setzt KI etwa im Kundendienst, bei der Erkennung von Netzstörungen oder bei der Effizienzsteigerung interner Prozesse ein. So steuern Kunden den automatisierten Sprachdialog auf der Swisscom Hotline künftig über KI-basierte Spracherkennung statt der klassischen Zifferneingabe. Damit lassen sich Kundenanliegen schneller erkennen und die Kunden direkt an den passenden Agenten weiterleiten.

Sicherheit

Sicherheit dank Automatisierung

Die Bedrohungen aus dem Internet nehmen laufend zu und werden immer intelligenter. Swisscom setzt Automatisierungstechnologien und 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. Anfang 2019 hat Swisscom das Security Operations Center (SOC) in Betrieb genommen. Für Geschäftskunden bietet Swisscom im Rahmen von Managed Security Services dedizierte Dienstleistungen an, um die Infrastruktur zu überwachen. Ausserdem erhöht Swisscom die Transparenz über die verarbeiteten Daten durch den Aufbau eines umfangreichen Dateninventars.

Unterhaltung

Swisscom Box mit Sprachassistent

Die innovative Swisscom Box eröffnet Kunden ganz neue Möglichkeiten: Sie vereint die Inhalte aus Streaming und klassischem Fernsehen auf einem Bildschirm und ermöglicht mit einem integrierten Sprachassistenten die Steuerung der Swisscom TV-Funktionen und erster Smart Home-Anwendungen. Die neue Benutzeroberfläche Entertainment OS4 macht Swisscom TV zudem noch persönlicher.

Digital Swisscom

In einem dynamischen Marktumfeld, das von Wettbewerbs- und Preisdruck geprägt ist, nimmt die Geschwindigkeit der Veränderungen durch die zunehmende Digitalisierung rasant zu. Für Swisscom bedeutet das, Zusammenarbeitsformen und Strukturen entsprechend anzupassen. Swisscom hat 2019 weitere Schritte unternommen, um ihr Netz, ihre Arbeitsplätze und ihre Prozesse zu digitalisieren. So sind die Swisscom Message Services 2019 um die WhatsApp-Plattform erweitert worden. Damit bedient Swisscom ein zunehmendes Kundenbedürfnis. Sie entwickelt ihre Kommunikationskanäle künftig noch effizienter, digitaler und konsequent automatisiert weiter. Zudem festigt Swisscom ihre führende Service-Rolle unter den Schweizer Telekommunikationsanbietern.

Digital Business

Im Innovationsfeld Digital Business hat Swisscom 2019 Entwicklungen innerhalb und ausserhalb des eigenen Unternehmens unterstützt; dies über die Gründung und Weiterentwicklung von Joint Ventures gemeinsam mit strategischen Partnern sowie mittels Förderung von Intrapreneurship. Swisscom richtet ihr Augenmerk dabei auf die Segmente FinTech, Digital Marketing und Blockchain. Sie erforscht zudem kontinuierlich weitere Segmente, die Relevanz für ihre Tätigkeiten erlangen könnten.

Swisscom Directories AG (localsearch)

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. Durch SWISS LIST führt localsearch den klassischen Verzeichniseintrag ins digitale Zeitalter. SWISS LIST ist 2019 lanciert worden und zählt bereits über 100'000 Kunden. Darüber hinaus betreibt localsearch die Plattformen local.ch und search.ch und damit die reichweitenstärksten Verzeichnisse der Schweiz.

FinTech

Swisscom und die Sygnum Bank AG wollen ein umfassendes Ökosystem für digitale Vermögenswerte aufbauen. Kernelemente dieses Ökosystems sind die Emission von Wertpapieren, die Aufbewahrung und der Zugang zu Liquidität und Bankdienstleistungen. Es beruht auf einer Distributed-Ledger-Technologie, die von Swisscom entwickelt und betrieben wird. Teil des Ökosystems sind die daura AG, an der Swisscom eine Minderheitsbeteiligung hält, sowie die Tochtergesellschaft Custodigit AG. Die Plattform der daura AG soll es nicht kotierten Unternehmen ermöglichen, Beteiligungspapiere auf der Blockchain zu registrieren, auszugeben und weltweit sicher zu übertragen. Gewisse Funktionen sind noch von der Zustimmung der Aufsichtsbehörde abhängig. Die Custodigit AG bietet regulierten Finanzdienstleistern eine technische Lösung zur Aufbewahrung von digitalen Vermögenswerten. Die integrierte Plattform gestattet es Kunden, den gesamten Lebenszyklus ihrer digitalen Vermögenswerte zu verwalten. Zusätzlich zu Vermögenswerten will Swisscom auch Dokumente auf Basis der Blockchain-Infrastruktur digitalisieren. Künftig soll es möglich sein, nicht nur Register, sondern auch Verträge und Zertifikate digital auszustellen, zu verifizieren, zu übertragen und zu archivieren.

Intelligente Vernetzung

Das von Swisscom und AMAG gegründete Unternehmen autoSense AG konzentriert sich auf die Entwicklung fortschrittlicher Automobildienstleistungen und hat sich rasch als einer der wichtigsten Akteure in diesem Segment etabliert. Das Unternehmen bietet Dienstleistungen rund um die intelligente Vernetzung von Autos für Privatpersonen und Unternehmen sowie Partnerdienste, die ständig erweitert werden. Dazu gehören u.a. ein Fahrtenbuch, eine Ferndiagnose mit Warnungen bei Motorproblemen, eine App für bargeldloses Tanken, eine Pay-per-Kilometer-Versicherung sowie eine digitale Begleitung für Fahrlehrer und -schüler.

Digitale Identität

Swisscom ist an der SwissSign Group AG beteiligt. SwissSign verfügt über eine breite Trägerschaft aus staatsnahen Betrieben sowie Finanz- und Versicherungs- unternehmen. Die Aktionäre wollen über die SwissID ein offenes, einfaches System der digitalen Identität etablieren. Die SwissID lässt sich bereits bei zahlreichen Online-Portalen einfach und sicher verwenden: so u.a. bei der Post, der St. Galler Kantonalbank sowie den Kantonen Jura, Graubünden und Zug.

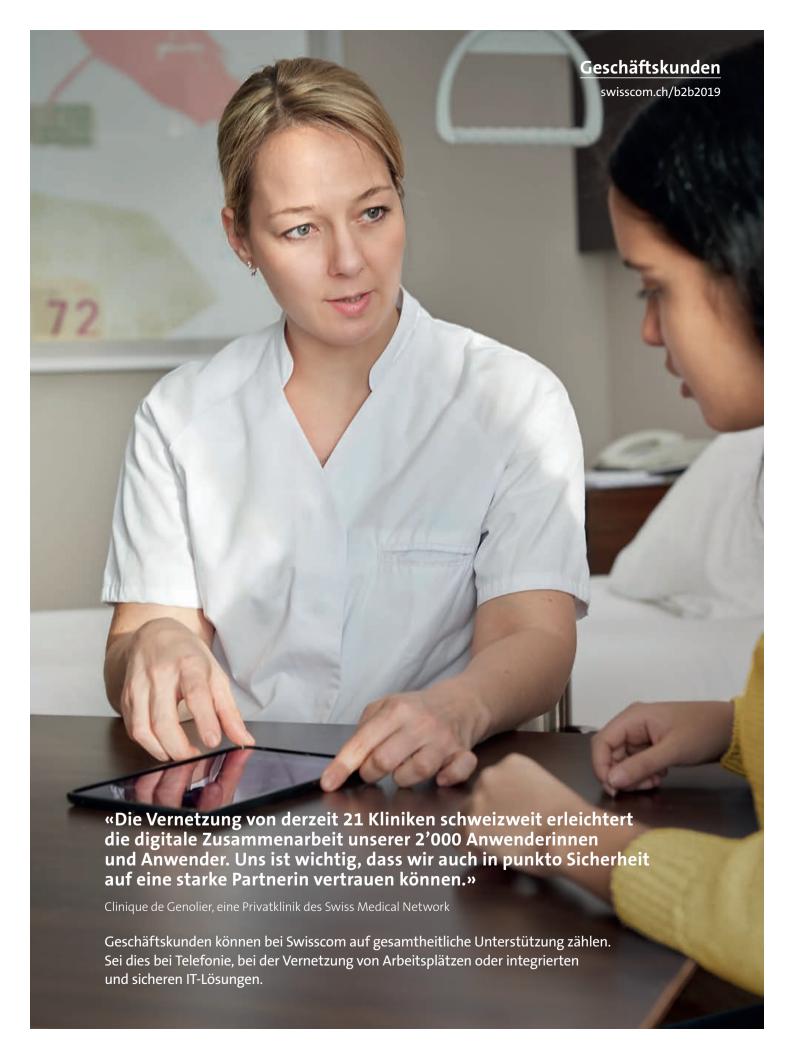
Digital Advertising

Über die interaktive Plattform Beem interagiert ein Nutzer mit Objekten in seiner Nähe. Hat er Beem aktiviert, gelangt er mit einem Klick zu weiterführenden Informationen auf dem Smartphone: so z.B. zu Ausflugstipps, Hintergrundinfos zu Kunstausstellungen, exklusiven Tickets oder Bestellmöglichkeiten von Produkten. Beem ist seit Oktober 2019 in den Apps der Partner 20Minuten und Bluewin sowie in der Beem-App verfügbar. Im ersten Halbjahr 2020 folgt als weiterer Partner Blick.ch.

Drohnen

Swisscom digitalisiert den Luftraum und will Drohnenflüge automatisieren sowie sicher machen. Der Swisscom Drone Hub identifiziert u.a. Möglichkeiten, das Mobilfunknetz für die Kontrolle und Steuerung von Drohnen zu verwenden. Im zweiten Halbjahr 2019 hat Swisscom Broadcast «Drone Spotter» lanciert, eine modulare Schutzlösung zur Erkennung, Verfolgung und Überwachung von Drohnen. Swisscom kooperiert ferner mit Start-ups oder der ETH, so etwa im Rahmen der Projekte Smart Farming (Einsatz von Drohnen für eine nachhaltigere Landwirtschaft) und Illgraben (Frühwarnsystem bei Naturgefahren). Ausserdem ist Swisscom gemeinsam mit weiteren Partnern Teil der vom Bundesamt für Zivilluftfahrt (BAZL) initiierten U-Space-Initiative. Diese Ende März 2019 ins Leben gerufene landesweite Kooperation fördert die sichere Integration von Drohnen im Luftraum.





Geschäftsentwicklung

Alternative Performancekennzahlen

Swisscom verwendet in der gesamten Finanzberichterstattung nicht nur Kennzahlen, die in den International Financial Reporting Standards (IFRS) definiert sind, sondern auch ausgewählte alternative Performancekennzahlen (APM). Diese alternativen Kennzahlen liefern nützliche Informationen über die wirtschaftliche Lage des Konzerns und werden für die finanzielle Führung und Steuerung verwendet.

Da diese Kennzahlen nicht nach IFRS definiert sind, kann sich die Berechnung von den veröffentlichten APMs anderer Unternehmen unterscheiden. Aus diesem Grund ist die Vergleichbarkeit über Unternehmensgrenzen hinweg möglicherweise begrenzt.

Die bei Swisscom verwendeten wesentlichen alternativen Performancekennzahlen für die finanzielle Jahresberichterstattung 2019 werden wie folgt definiert:

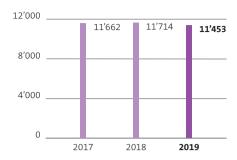
Kennzahl	Definition Swisscom
Anpassungen	Bedeutende Positionen, die aufgrund ihres Ausnahmecharakters nicht als Bestandteil des laufenden Leistungsausweises des Swisscom Konzerns angesehen werden können, beispielsweise Aufwendungen für Stellenabbau und wesentliche Positionen im Zusammenhang mit Rechtsfällen oder andere Sondereffekte. Zudem kann die Anwendung von Änderungen in der Rechnungslegungsvorschriften nach IFRS die Vergleichbarkeit zum Vorjahr beinträchtigen, wenn diese nicht retrospektiv angewendet werden.
Angepasst und zu konstanten Währungen	Performancekennzahl unter Berücksichtigung von Anpassungen und der Währungseinflüsse (Zahlen 2019 werden mit dem Wechselkurs 2018 umgerechnet, um den Währungseinfluss zu berechnen).
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	Operatives Ergebnis vor Abschreibungen von Sachanlagen, immateriellen Vermögenswerten und Nutzungsrechten, Finanzaufwand und Finanzertrag, Ergebnis von Equity-bilanzierten Beteiligungen und Ertragssteueraufwand.
Operatives Ergebnis (EBIT)	Operatives Ergebnis vor Finanzaufwand und Finanzertrag, Ergebnis von Equity-bilanzierten Beteiligungen und Ertragssteueraufwand.
Investitionen	Investitionen in Sachanlagen, immaterielle Vermögenswerte und Zahlungen für Netzzugangsnutzungsrechte (Indefeasible Rights of Use, IRU), die nach IFRS 16 bilanziert werden. IRUs werden in der Regel vollständig bei Beginn der Nutzung bezahlt.
Operating Free Cash Flow Proxy	Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) abzüglich Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte sowie Zahlungen für Netzzugangsnutzungsrechte (IRU) sowie Leasingaufwand. Der Leasingaufwand 2019 enthält den Zinsaufwand auf Leasingverbindlichkeiten und die Abschreibungen von Nutzungsrechten exkl. Abschreibungen von Netzzugangsnutzungsrechten (IRU). 2018 ist im Operating Free Cash Flow Proxy der Leasingaufwand für Operating Leasing nach IAS 17 enthalten.
Free Cash Flow	Geldflüsse aus Geschäftstätigkeit und Investitionstätigkeit exkl. Geldflüsse aus dem Erwerb und Verkauf von Tochtergesellschaften sowie Einnahmen und Ausgaben für Equity-bilanzierte Beteiligungen und übrige finanzielle Vermögenswerte. Im Vorjahr waren die erhaltenen Dividendeneinnahmen nicht Bestandteil des Free Cash Flow.
Nettoverschuldung	Finanzielle Verbindlichkeiten abzüglich flüssiger Mittel, kurzfristiger Finanzanlagen, zum Hedging von finanziellen Verbindlichkeiten gehaltene derivative Finanzinstrumente sowie übrige langfristige Finanzanlagen, welche im direkten Zusammenhang mit langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten stehen (Depositenzertifikate, U.S. Treasury Bond Strips). Siehe Geschäftsbericht Seite 56.
Nettoverschuldung inkl. Leasingverbindlichkeiten	Nettoverschuldung zuzüglich Leasingverbindlichkeiten.

Überleitung der alternativen Performancekennzahlen

In Mio. CHF	2019	2018	Veränderung
Nettoumsatz	_		
Nettoumsatz	11'453	11'714	-2,2%
Währungsumrechnung	89		
Nettoumsatz zu konstanten Währungen	11'542	11'714	-1,5%
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	_		
EBITDA	4'358	4'213	3,4%
Aufwand für Stellenabbau	56		
Operating-Leasingaufwand nach IAS 17		207	
Übrige Anpassungen aus der Erstanwendung von IFRS 16		19	
EBITDA angepasst	4'414	4'439	-0,6%
Währungsumrechnung	29	_	
EBITDA angepasst zu konstanten Währungen	4'443	4'439	0,1%
Investitionen			
Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	2'390	2'404	
Zahlungen für Netzzugangsnutzungsrechte (IRU)	48	-	
Investitionen	2'438	2'404	1,4%
Währungsumrechnung	24	_	
Investitionen zu konstanten Währungen	2'462	2'404	2,4%
Operating Free Cash Flow Proxy			
Geldzufluss aus Geschäftstätigkeit	3'981	3'720	261
Investitionen	(2'438)	(2'404)	(34)
Abschreibungen von Nutzungsrechten	(282)	_	(282)
Abschreibungen von Netzzugangsnutzungsrechten (IRU)	30	_	30
Veränderung abgegrenzter Gewinn aus Veräusserung			
und Rückmiete von Liegenschaften	12	12	_
Veränderung operative Vermögenswerte und Verbindlichkeiten	(100)	70	(170)
Veränderung Rückstellungen	(58)	57	(115)
Veränderung Personalvorsorgeverpflichtungen	(48)	(64)	16
Gewinn aus Abgang von Sachanlagen	13	17	(4)
Verlust aus Abgang von Sachanlagen	_	(7)	7
Aufwand für aktienbasierte Vergütungen	(1)	(1)	
Umsatz aus Finanzierungsleasingverhältnissen	101	_	101
Erhaltene Zinszahlungen	(25)	(24)	(1)
Geleistete Zinszahlungen auf finanziellen Verbindlichkeiten	88	133	(45)
Geleistete Zinszahlungen auf Leasingverbindlichkeiten		24	(24)
Erhaltene Dividenden	(18)	(18)	
Ertragssteuerzahlungen	371	294	77
Operating Free Cash Flow Proxy	1'626	1'809	(183)
Free Cash Flow			
Geldzufluss aus Geschäftstätigkeit	3'981	3'720	261
Geldabfluss aus Investitionstätigkeit	(2'733)	(2'495)	(238)
Rückzahlung von Leasingverbindlichkeiten	(276)	_	(276)
Erwerb von Tochtergesellschaften abzüglich erworbener flüssiger Mittel	394	78	316
Verkauf von Tochtergesellschaften abzüglich veräusserter flüssiger Mittel	3	_	3
Ausgaben für Equity-bilanzierte Beteiligungen	15	35	(20)
Ausgaben für übrige finanzielle Vermögenswerte	13	31	(18)
Einnahmen aus übrigen finanziellen Vermögenswerten	(52)	(32)	(20)
Erhaltene Dividendenzahlungen		(18)	18
Free Cash Flow	1'345	1'319	26

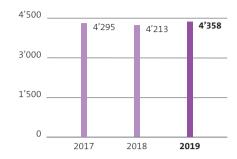
Nettoumsatz

in Mio. CHF



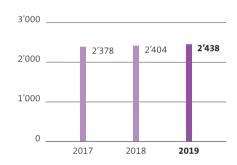
EBITDA

in Mio. CHF



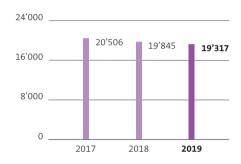
Investitionen

in Mio. CHF



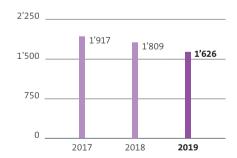
Personalbestand

in Vollzeitstellen



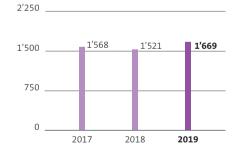
Operating Free Cash Flow Proxy

in Mio. CHF



Reingewinn

in Mio. CHF



Zusammenfassung

In Mio. CHF bzw. wie angemerkt	2019	2018	Veränderung
Nettoumsatz	11'453	11'714	-2,2%
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) ¹	4'358	4'213	3,4%
EBITDA in % Nettoumsatz	38,1	36,0	
Operatives Ergebnis (EBIT)	1'910	2'069	-7,7%
Reingewinn	1'669	1'521	9,7%
Gewinn pro Aktie (in CHF)	32,28	29,48	9,5%
Operating Free Cash Flow Proxy	1'626	1'809	-10,1%
Investitionen	2'438	2'404	1,4%
Nettoverschuldung inkl. Leasingverbindlichkeiten¹	8'785	7'393	18,8%
Eigenkapitalquote ¹	36,6	36,3	
Personalbestand (in Vollzeitstellen)	19'317	19'845	-2,7%

¹ Ab 1. Januar 2019 wendet Swisscom IFRS 16 «Leasingverhältnisse» an. Die Vorjahreszahlen wurden nicht angepasst. Aus der erstmaligen Anwendung wurden per 1. Januar 2019 zusätzliche Leasingverbindlichkeiten und Nutzungsrechte von

CHF 1'238 Mio. erfasst. Dies hat zur Folge, dass die Eigenkapitalquote per 1. Januar 2019 auf 34,4% sinkt. Im EBITDA des Vorjahres sind Aufwendungen von CHF 207 Mio. aus Operating Leasing nach IAS 17 enthalten.

Der Nettoumsatz von Swisscom reduzierte sich um 2,2% auf CHF 11'453 Mio. Auf Basis konstanter Währungen resultierte ein Rückgang um 1,5%. Der Vorjahresvergleich des operativen Ergebnisses vor Abschreibungen (EBITDA) wird durch neue Vorschriften zur Rechnungslegung von Leasingverhältnissen (IFRS 16) beeinflusst. Der ausgewiesene EBITDA stieg um 3,4% oder CHF 145 Mio. auf CHF 4'358 Mio., auf angepasster Basis und zu konstanten Währungen blieb der EBITDA stabil (+0,1%). Der Reingewinn erhöhte sich um 9,7% auf CHF 1'669 Mio. aufgrund von Einmaleffekten im Ertragssteueraufwand. Der Generalversammlung wird für das Geschäftsjahr 2019 eine unveränderte Dividende von CHF 22 pro Aktie vorgeschlagen.

Im Schweizer Kerngeschäft sank der Umsatz um CHF 243 Mio. oder 2,8% auf CHF 8'563 Mio. als Folge des anhaltenden Preisdrucks und des Rückgangs der Anschlüsse in der Festnetztelefonie. Die Zahl der Umsatz generierenden Einheiten (RGU) reduzierte sich gegenüber dem Vorjahr um 1,7% auf 11,5 Mio. Im Gegensatz dazu stieg der Umsatz der italienischen Tochtergesellschaft Fastweb in lokaler Währung um EUR 114 Mio. oder 5,4% auf EUR 2'218 Mio., getrieben durch ein Umsatzwachstum mit Privat- und Geschäftskunden. Im Breitbandgeschäft stieg der Kundenbestand um 3,5% auf 2,64 Mio., im Mobilfunk um 26,1% auf 1,81 Mio.

Beim EBITDA resultierte im Schweizer Kerngeschäft ein Rückgang um 2,4% auf CHF 3'491 Mio., auf angepasster Basis beträgt der Rückgang 0,6%. Der Rückgang als Folge des tieferen Umsatzes konnte dank der laufenden Massnahmen zur Kostensenkung grösstenteils aufgefangen werden. Bei Fastweb stieg der EBITDA in lokaler Währung als Folge des Umsatzwachstums um 7,8% auf EUR 750 Mio., bereinigt betrug der Anstieg 5,2%.

Die Investitionen von Swisscom haben um 1,4% oder CHF 34 Mio. auf CHF 2'438 Mio. zugenommen. Darin enthalten sind Ausgaben für Mobilfunkfrequenzen in Höhe von CHF 196 Mio., die Swisscom im Rahmen einer Auktion in der Schweiz erworben hat. Die Frequenzen wurden im April 2019 zugeteilt und haben eine Laufzeit bis 2034. In der Schweiz stiegen die Investitionen als Folge des Erwerbs der Mobilfunkfrequenzen auf CHF 1'770 Mio. Bei Fastweb nahmen die Investitionen um 8,8% oder 58 EUR Mio. auf EUR 599 Mio. ab. Im Vorjahr waren Ausgaben von EUR 64 Mio. für den Erwerb von Mobilfunkfrequenzen enthalten.

Der Operating Free Cash Flow Proxy ist um CHF 183 Mio. oder 10,1% auf CHF 1'626 Mio. gesunken, vor allem aufgrund der Ausgaben für Mobilfunkfrequenzen in der Schweiz von CHF 196 Mio. Die Nettoverschuldung inkl. Leasingverbindlichkeiten beträgt CHF 8'785 Mio., das Verhältnis zum EBITDA blieb stabil bei 2,0.

Die Zahl der Mitarbeitenden verringerte sich gegenüber dem Vorjahr um 2,7% auf 19'317 Vollzeitstellen. In der Schweiz sank der Personalbestand als Folge des rückläufigen Kerngeschäfts um 519 Vollzeitstellen oder 3,0% auf 16'628 Vollzeitstellen. Über die Hälfte der Reduktion wurde über natürliche Fluktuation und Vakanzenmanagement aufgefangen.

Swisscom erwartet für 2020 einen Nettoumsatz von rund CHF 11,1 Mrd., einen EBITDA von rund CHF 4,3 Mrd. und Investitionen von rund CHF 2,3 Mrd. Bei Erreichen der Ziele plant Swisscom, der Generalversammlung 2021 für das Geschäftsjahr 2020 eine unveränderte, attraktive Dividende von CHF 22 pro Aktie vorzuschlagen.

Entwicklung der Segmente

In Mio. CHF bzw. wie angemerkt	2019	2018	Veränderung
Nettoumsatz			
Privatkunden	5'691	5'924	-3,9%
Enterprise Customers	2'312	2'408	-4,0%
Wholesale ¹	968	894	8,3%
IT, Network & Infrastructure	85	79	7,6%
Intersegment-Elimination	(493)	(499)	-1,2%
Swisscom Schweiz	8'563	8'806	-2,8%
Fastweb	2'468	2'426	1,7%
Übrige operative Segmente	929	909	2,2%
Group Headquarters	1	2	-50,0%
Intersegment-Elimination	(508)	(429)	18,4%
Umsatz mit externen Kunden	11'453	11'714	-2,2%
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)			
Privatkunden	3'415	3'463	-1,4%
Enterprise Customers	705	804	-12,3%
Wholesale	525	447	17,4%
IT, Network & Infrastructure	(1'154)	(1'138)	1,4%
Swisscom Schweiz	3'491	3'576	-2,4%
Fastweb	834	803	3,9%
Übrige operative Segmente	188	197	-4,6%
Group Headquarters	(72)	(76)	-5,3%
Überleitung Vorsorgeaufwand ²	(47)	(60)	-21,7%
Überleitung Leasingaufwand IAS 17³		(207)	-100,0%
Intersegment-Elimination	(36)	(20)	80,0%
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	4'358	4'213	3,4%

 $^{{\}bf 1}\ \ {\sf Inkl.}\ {\sf Intersegment-Verrechnungen}\ {\sf von\ Leistungen}\ {\sf anderer\ Netzbetreiber}.$

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.

² Im operativen Ergebnis der Segmente sind als Vorsorgeaufwand die ordentlichen Arbeitgeberbeiträge enthalten. Die Differenz zum Vorsorgeaufwand nach IAS 19 wird als Überleitungsposition ausgewiesen.

³ Ab 1. Januar 2019 wendet Swisscom IFRS 16 «Leasingverhältnisse» an. Im operativen Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) 2018 der Segmente ist kein Aufwand für Operating Leasing nach IAS 17 enthalten. Der Aufwand 2018 für Operating Leasing nach IAS 17 wird als Überleitungsposition ausgewiesen.

Swisscom Schweiz

In Mio. CHF bzw. wie angemerkt	2019	2018	Veränderung
Nettoumsatz und Ergebnis			
Telekomdienste	5'932	6'222	-4,7%
Lösungsgeschäft	1'021	1'027	-0,6%
Handelswaren	808	718	12,5%
Wholesale	643	566	13,6%
Übrige Umsätze	80	202	-60,4%
Umsatz mit externen Kunden	8'484	8'735	-2,9%
Umsatz mit anderen Segmenten	79	71	11,3%
Nettoumsatz	8'563	8'806	-2,8%
Direkte Kosten	(1'897)	(1'971)	-3,8%
Indirekte Kosten	(3'175)	(3'259)	-2,6%
Segmentaufwand	(5'072)	(5'230)	-3,0%
Segmentergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	3'491	3'576	-2,4%
Marge in % Nettoumsatz	40,8	40,6	
Leasingaufwand	(226)	(221)1	2,3%
Abschreibungen	(1'515)	(1'471)	3,0%
Segmentergebnis	1'750	1'884	-7,1%
Operationelle Daten am Bilanzstichtag in Tsd.			
Festnetztelefonieanschlüsse	1'594	1'788	-10,9%
Breitbandanschlüsse Retail	2'033	2'033	0,0%
Swisscom TV-Anschlüsse	1'555	1'519	2,4%
Mobilfunkanschlüsse	6'333	6'370	-0,6%
Umsatz generierende Einheiten (RGU)	11'515	11'710	-1,7%
Breitbandanschlüsse Wholesale	515	481	7,1%
Investitionen und Personalbestand			
Investitionen	1'761	1'620	8,7%
Personalbestand am Bilanzstichtag in Vollzeitstellen	13'979	14'448	-3,2%

¹ Enthält den Aufwand für Operating- und Finanzierungsleasingverhältnisse nach IAS 17.

Der Nettoumsatz von Swisscom Schweiz hat als Folge des anhaltenden Preisdrucks und des Rückgangs der Anschlüsse in der Festnetztelefonie um CHF 243 Mio. oder 2,8% auf CHF 8'563 Mio. abgenommen. Der Umsatz mit Telekomdiensten sank um CHF 290 Mio. oder 4,7% auf CHF 5'932 Mio. Vom Rückgang entfallen CHF 178 Mio. (-3,4%) auf den Bereich Privatkunden und CHF 112 Mio. (-10,9%) auf den Bereich Enterprise Customers. Bei Enterprise Customers blieb der Umsatz aus dem Lösungsgeschäft nahezu stabil (-0,6%). Der Rückgang als Folge des Preisdrucks und tieferer Volumen in den Bereichen Workplace und Banking wurde durch ein Wachstum in den Bereichen Cloud und Security nahezu kompensiert. Der Auftragseingang betrug 2019 rund CHF 3,1 Mrd. Bei Wholesale stieg der Umsatz aufgrund der höheren Nachfrage nach Breitbandanschlüssen, zusätzlichen Kunden auf dem Mobilfunknetz und den höheren Volumen beim Inbound Roaming.

Der Bestand der Umsatz generierenden Einheiten sank vor allem aufgrund der rückläufigen Festnetztelefonie um 1,7% oder 0,2 Mio. auf 11,5 Mio. Die Anzahl Festnetztelefonieanschlüsse nahm um 194 Tsd. oder 10,9% auf 1,6 Mio. ab. Im gesättigten Markt des Mobilfunks blieb der Teilnehmerbestand mit 6,33 Mio. (-0,6%) nahezu stabil. Die Anzahl der Prepaid-Anschlüsse reduzierte sich um 7,8% auf 1,56 Mio., die Postpaid-Anschlüsse hingegen stiegen um 2,0% auf total 4,77 Mio. Auch die Märkte für Breitband und TV sind gesättigt. Dennoch stieg der Bestand an TV-Kunden um 2,4% auf 1,56 Mio., die Anzahl der Breitbandanschlüsse blieb stabil bei 2,03 Mio. Die Zahl der in One-Kunden nimmt weiter zu. 2019 stieg der inOne-Kundenbestand um 0,4 Mio. auf 2,8 Mio. Diese nutzen in Summe 5,4 Mio. Produkte, ein Anstieg innert Jahresfrist um 0,9 Mio. Das im Februar 2019 lancierte Mobilfunkangebot in One mobile, das Roaming (Sprache und Daten) in Europa in die Grundgebühr integriert, zählt Ende 2019 1,15 Mio. Kunden.

Der Segmentaufwand hat um CHF 158 Mio. oder 3,0% auf CHF 5'072 Mio. abgenommen. Die direkten Kosten sanken um CHF 74 Mio. oder 3,8% auf CHF 1'897 Mio. Den tieferen Kosten für die Kundenakquisition und Kundenbindung standen höhere Kosten für den Einkauf von Dienstleistungen und Handelswaren gegenüber. Die indirekten Kosten reduzierten sich um CHF 84 Mio. oder 2,6% auf CHF 3'175 Mio. Angepasst um die Rückstellung für Stellenabbau von CHF 62 Mio. beträgt die Reduktion CHF 146 Mio. oder 4,5%. Dies ist hauptsächlich auf die Abnahme des Personalbestands, den Rückgang der Kosten für externe Mitarbeiter und tiefere Kosten für den Betrieb der Informatiksysteme zurückzuführen. Der Personalbestand sank aufgrund von Effizienzmassnahmen

um 469 Vollzeitstellen oder 3,2% auf 13'979. Das Segmentergebnis vor Abschreibungen nahm um CHF 85 Mio. oder 2,4% auf CHF 3'491 Mio. ab. Der Rückgang als Folge des tieferen Umsatzes konnte dank der laufenden Massnahmen zur Kostensenkung grösstenteils aufgefangen werden. Die Investitionen stiegen als Folge der Ausgaben für die erworbenen Mobilfunkfrequenzen um CHF 141 Mio. oder 8,7% auf CHF 1'761 Mio. Die Investitionen für den Ausbau der Breitbandnetze blieben auf einem hohen Niveau. Ende 2019 sind in der Schweiz 74% aller Wohnungen und Geschäfte mit Ultrabreitband von mehr als 80 Mbit/s erschlossen. 47% aller Wohnungen und Geschäfte profitieren von schnellen Verbindungen mit mehr als 200 Mbit/s.

Fastweb

In Mio. EUR bzw. wie angemerkt	2019	2018	Veränderung
Privatkunden	1'104	1'050	5,1%
Geschäftskunden	862	780	10,5%
Wholesale	245	267	-8,2%
Umsatz mit externen Kunden	2'211	2'097	5,4%
Umsatz mit anderen Segmenten	7	7	0,0%
Nettoumsatz	2'218	2'104	5,4%
Segmentaufwand	(1'468)	(1'408)	4,3%
Segmentergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	750	696	7,8%
Marge in % Nettoumsatz	33,8	33,1	
Leasingaufwand	(50)	(23)1	117,4%
Abschreibungen	(560)	(509)	10,0%
Segmentergebnis	140	164	-14,6%
Investitionen	599	657	-8,8%
Personalbestand am Bilanzstichtag in Vollzeitstellen	2'456	2'484	-1,1%
Breitbandanschlüsse am Bilanzstichtag in Tsd.	2'637	2'547	3,5%
Mobilfunkanschlüsse am Bilanzstichtag in Tsd.	1'806	1'432	26,1%

¹ Enthält den Aufwand für Operating- und Finanzierungsleasingverhältnisse nach IAS 17.

Der Nettoumsatz von Fastweb ist gegenüber dem Vorjahr um EUR 114 Mio. oder 5,4% auf EUR 2'218 Mio. gestiegen. Die Kundenbasis im Breitbandgeschäft wuchs innert Jahresfrist trotz des schwierigen Marktumfelds um 90 Tsd. oder 3,5% auf rund 2,64 Mio. Auch im umkämpften Mobilfunkmarkt wächst Fastweb. Die Anzahl Mobilfunkanschlüsse nahm innerhalb eines Jahres um 374 Tsd. oder 26,1% auf 1,81 Mio. zu. Im Fokus stehen dabei zunehmend gebündelte Angebote. Vom Kundenbestand nutzen bereits rund 34% ein solches Bündelangebot aus Festnetzbreitbandanschluss und Mobilfunkanschluss. Der Umsatz mit Privatkunden stieg als Folge des Kundenwachstums um EUR 54 Mio. oder 5,1% auf EUR 1'104 Mio. Im Markt für Geschäftskunden behauptete Fastweb die starke Stellung. Der Umsatz mit Geschäftskunden stieg um EUR 82 Mio. oder 10,5% auf EUR 862 Mio., getrieben durch höhere Umsätze mit

öffentlichen Verwaltungen. Der Umsatz im Wholesale-Geschäft sank hingegen um EUR 22 Mio. oder 8,2% auf EUR 245 Mio.

Das Segmentergebnis vor Abschreibungen stieg als Folge des Umsatzwachstums um EUR 54 Mio. oder 7,8% auf EUR 750 Mio., auf angepasster Basis betrug der Anstieg 5,2%. Die Investitionen nahmen gegenüber dem Vorjahr um EUR 58 Mio. oder 8,8% auf EUR 599 Mio. ab. Im Vorjahr sind Ausgaben für den Erwerb und die Verlängerung von Mobilfunkfrequenzen in Höhe von EUR 64 Mio. enthalten. Das Investitionsvolumen bleibt insgesamt auf einem hohen Niveau, getrieben durch den weiteren Ausbau der Breitbandnetze. Der Personalbestand von Fastweb liegt mit 2'456 Vollzeitstellen nahezu auf dem Niveau des Vorjahres.

Übrige operative Segmente

In Mio. CHF bzw. wie angemerkt	2019	2018	Veränderung
Umsatz mit externen Kunden	509	560	-9,1%
Umsatz mit anderen Segmenten	420	349	20,3%
Nettoumsatz	929	909	2,2%
Segmentaufwand	(741)	(712)	4,1%
Segmentergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	188	197	-4,6%
Marge in % Nettoumsatz	20,2	21,7	
Leasingaufwand	(11)	(13)1	-15,4%
Abschreibungen	(63)	(59)	6,8%
Segmentergebnis	114	125	-8,8%
Investitionen	47	46	2,2%
Personalbestand am Bilanzstichtag in Vollzeitstellen	2'685	2'679	0,2%

¹ Enthält den Aufwand für Operating- und Finanzierungsleasingverhältnisse nach

Der Nettoumsatz der Übrigen operativen Segmente hat gegenüber dem Vorjahr um CHF 20 Mio. oder 2,2% auf CHF 929 Mio. zugenommen. Der Anstieg resultierte im Wesentlichen aus höheren Umsätzen aus Bauleistungen von cablex. Die Abnahme des Umsatzes mit externen Kunden ist durch den Verlust des Mandats zur Erhebung der nationalen Radio- und Fernsehgebühren bei Billag zurückzuführen. Das Segmentergebnis vor Abschreibun-

gen nahm entsprechend um CHF 9 Mio. oder 4,6% auf CHF 188 Mio. ab. Die Ergebnismarge sank auf 20,2% (Vorjahr 21,7%). Der Personalbestand nahm um 6 Vollzeitstellen oder 0,2% auf 2'685 Vollzeitstellen zu, vor allem getrieben durch die Anstellung neuer Mitarbeitender bei cablex als Folge des höheren Auftragsvolumens. Diese Zunahme wurde teilweise durch die Reduktion der Mitarbeitenden bei Billag kompensiert.

Group Headquarters und Überleitung

In Mio. CHF bzw. wie angemerkt	2019	2018	Veränderung
Group Headquarters	(72)	(76)	-5,3%
Überleitung Vorsorgeaufwand	(47)	(60)	-21,7%
Überleitung Leasingaufwand IAS 17	-	(207)	-100,0%
Intersegment-Elimination	(36)	(20)	80,0%
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	(155)	(363)	-57,3%

2018 wurde der Aufwand aus Operating-Leasingverhältnissen als operativer Aufwand erfasst und ist hier als Überleitungsposition ausgewiesen. Ab dem 1. Januar 2019 wird dieser Aufwand durch Abschreibungen und Zinsen ersetzt. Die übrigen, nicht den operativen Segmenten zugeordneten Nettokosten, bestehend aus Group Headquarters, Überleitung Vorsorgeaufwand und Intersegment-Eliminationen, sind im Vergleich zum Vorjahr um insgesamt CHF 1 Mio. gesunken. Die Über-

leitungsposition Vorsorgeaufwand entspricht dem Unterschiedsbetrag zwischen der Gesamtsumme der Arbeitgeberbeiträge und dem Aufwand gemäss IFRS. Die Kostenabnahme um CHF 13 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	2019	2018	Veränderung
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	4'358	4'213	3,4%
Abschreibungen von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	(2'166)	(2'144)	1,0%
Abschreibungen von Nutzungsrechten	(282)	-	
Operatives Ergebnis (EBIT)	1'910	2'069	-7,7%
Nettozinsaufwand auf finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten	(62)	(104)	-40,4%
Zinsaufwand auf Leasingverbindlichkeiten	(42)	(24)	75,0%
Übriges Finanzergebnis	(54)	(30)	80,0%
Ergebnis von Equity-bilanzierten Beteiligungen	(28)	5	
Gewinn vor Ertragssteuern	1'724	1'916	-10,0%
Ertragssteueraufwand	(55)	(395)	-86,1%
Reingewinn	1'669	1'521	9,7%
Anteil Aktionäre der Swisscom AG am Reingewinn	1'672	1'527	9,5%
Anteil nicht beherrschende Anteile am Reingewinn	(3)	(6)	-50,0%
Gewinn pro Aktie (in CHF)	32,28	29,48	9,5%

Durch die Anwendung von IFRS 16 «Leasingverhältnisse» ab dem 1. Januar 2019 werden Nutzungsrechte bilanziert und abgeschrieben. 2019 betrugen die Abschreibungen von Nutzungsrechten CHF 282 Mio. Die Abschreibungen von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten sind gegenüber dem Vorjahr um CHF 22 Mio. oder 1,0% auf CHF 2'166 Mio. gestiegen, was vor allem auf höhere Abschreibungen bei Swisscom Schweiz und bei Fastweb zurückzuführen ist. Der Nettozinsaufwand exklusive Leasing sank als Folge tieferer durchschnittlicher Zinskosten von CHF 104 Mio. auf CHF 62 Mio. Negative Effekte von CHF 23 Mio. aus der Marktwertveränderung von Zinssatzswaps und Fremdwährungsverluste von CHF 12 Mio. haben 2019 das übrige Finanzergebnis belastet. Der Ertragssteueraufwand betrug CHF 55 Mio. (Vorjahr CHF 395 Mio.), als Folge der positiven Steuereffekte im Zusammenhang mit der Annahme der Schweizer Steuerreform. Der Reingewinn von Swisscom stieg um CHF 148 Mio. oder 9,7% auf CHF 1'669 Mio. Der Gewinn pro Aktie erhöhte sich von CHF 29.48 auf CHF 32.28.

Schweizer Steuerreform

Der Ertragssteueraufwand beträgt 2019 CHF 55 Mio. (Vorjahr CHF 395 Mio.) und der effektive Konzernsteuersatz 3,2% (Vorjahr 20,6%). Die Gründe für den signifikant tieferen Steueraufwand sind Steuergesetzänderungen, Anpassungen aus Vorjahren und ein um CHF 192 Mio.

tieferes Ergebnis vor Steuern. In einer eidgenössischen Volksabstimmung im Mai 2019 wurde eine Vorlage mit weitgehenden Änderungen in der Unternehmensbesteuerung angenommen. Im Zusammenhang mit dieser Steuerreform beschlossen die meisten Kantone Senkungen der Gewinnsteuersätze. Als Folge der Steuerreform und der Steuersatzsenkungen sind in der Swisscom Konzernrechnung 2019 ergebniswirksame positive Effekte von CHF 269 Mio. angefallen. Diese ergeben sich aus der Bilanzierung von latenten Steuern nach internationalen Rechnungslegungsvorschriften (IFRS). Zum einen wurden bestehende latente Steuerschulden mit den tieferen kantonalen Steuersätzen angepasst und zum anderen führten Bewertungsanpassungen im Rahmen des Übergangs der Holdinggesellschaft zur ordentlichen Gewinnbesteuerung zum Ansatz von neuen latenten Steuerguthaben. Die erfassten latenten Steuereffekte von CHF 269 Mio. wirken sich nicht auf die für 2019 geschuldeten Steuern aus, sondern verteilt über einen Zeitraum von rund zehn Jahren. Swisscom zahlte 2019 in der Schweiz für Gewinnsteuern CHF 357 Mio. (Vorjahr CHF 277 Mio.). Eine periodenfremde Minderung des Steueraufwands 2019 im Gesamtbetrag von CHF 16 Mio. resultierte zudem aus verschiedenen Anpassungen von Steuerabgrenzungen für Vorjahre. Basierend auf den beschlossenen Gesetzes- und Steuersatzänderungen rechnet Swisscom mit einem künftigen effektiven Konzernsteuersatz von rund 19,5%.

Geldflüsse

In Mio. CHF	2019	2018	Veränderung
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	4'358	4'213	145
Investitionen	(2'438)	(2'404)	(34)
Leasingaufwand	(294)	_	(294)
Operating Free Cash Flow proxy	1'626	1'809	(183)
Veränderung Nettoumlaufvermögen	146	(139)	285
Veränderung Vorsorgeverpflichtung	48	64	(16)
Nettozinszahlungen auf finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten	(63)	(109)	46
Zinszahlungen auf Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing	_	(24)	24
Ertragssteuerzahlungen	(371)	(294)	(77)
Übrige operative Geldflüsse	(41)	12	(53)
Free Cash Flow	1'345	1'319	26
Nettoausgaben für Unternehmenskäufe und -verkäufe	(413)	(113)	(300)
Übrige Geldflüsse aus Investitionstätigkeit, netto	39	19	20
Aufnahme von finanziellen Verbindlichkeiten	417	1'451	(1'034)
Rückzahlung von finanziellen Verbindlichkeiten	(374)	(1'545)	1'171
Rückzahlung von Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing nach IAS 17	_	(26)	26
Dividendenzahlungen an Aktionäre der Swisscom AG	(1'140)	(1'140)	_
Übrige Geldflüsse aus Finanzierungstätigkeit	(16)	(10)	(6)
Nettoabnahme flüssiger Mittel	(142)	(45)	(97)

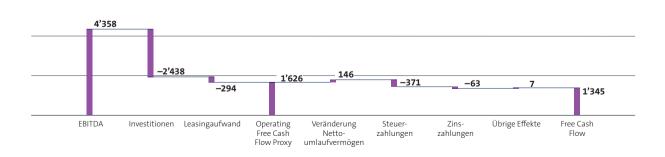
Der Operating Free Cash Flow Proxy sank gegenüber dem Vorjahr um CHF 183 Mio. auf CHF 1'626 Mio. vor allem aufgrund höherer Investitionen. Die Investitionen sind um CHF 34 Mio. auf CHF 2'438 Mio. gestiegen. Dies ist getrieben durch die Ausgaben für die im ersten Halbjahr 2019 ersteigerten Mobilfunkfrequenzen in Höhe von CHF 196 Mio. bei Swisscom Schweiz. Ohne die Ausgaben für die Mobilfunkfrequenzen erhöhte sich der Operating Free Cash Flow Proxy um CHF 13 Mio.

Der Free Cash Flow nahm gegenüber dem Vorjahr um CHF 26 Mio. auf CHF 1'345 Mio. zu. Die Zunahme ist im Wesentlichen auf die bessere Entwicklung des Nettoumlaufvermögens zurückzuführen. Das Nettoumlaufvermögen verringerte sich gegenüber Ende 2018 um CHF 146 Mio. (im Vorjahr Zunahme von CHF 139 Mio.).

Die Nettoausgaben für Unternehmenskäufe und -verkäufe betrugen CHF 413 Mio. (Vorjahr CHF 113 Mio.). Darin enthalten ist die Zahlung für den Kaufpreis von CHF 240 Mio. an Tamedia für die Übernahme des ausstehenden Anteils von 31% an der Swisscom Directories AG. Zusätzlich enthalten sind Zahlungen für die Übernahme der Fixed-Wireless-Sparte von Tiscali durch Fastweb sowie Investitionen in die Equity-bilanzierte Beteiligung Flash Fiber im Zusammenhang mit dem Netzausbau in Italien. 2019 hat Swisscom verschiedene Anleihen in Höhe von CHF 405 Mio. aufgenommen. Die aufgenommenen Mittel wurden für die Rückzahlung bestehender Schulden verwendet.

Entwicklung Free Cash Flow

in Mio. CHF



Investitionen

In Mio. CHF bzw. wie angemerkt	2019	2018	Veränderung
Festnetz und Infrastruktur	459	496	-7,5%
Glasfaserausbau	494	490	0,8%
Mobilfunknetz	270	307	-12,1%
Mobilfunkfrequenzen	196	_	
Kundengetrieben	81	77	5,2%
Projekte und Übriges	261	250	4,4%
Swisscom Schweiz	1'761	1'620	8,7%
Fastweb	667	757	-11,9%
Übrige operative Segmente	47	46	2,2%
Group Headquarters und Elimination	(37) (19)	94,7%
Total Investitionen	2'438	2'404	1,4%
Davon Schweiz	1'770	1'645	7,6%
Davon Ausland	668	759	-12,0%
Investitionen in % Nettoumsatz	21,3	20,5	

Die Investitionen sind gegenüber dem Vorjahr um CHF 34 Mio. oder 1,4% auf CHF 2'438 Mio. gestiegen und entsprechen 21,3% des Nettoumsatzes (Vorjahr 20,5%). Von den Investitionen für das Jahr 2019 entfielen 72% auf Swisscom Schweiz, 27% auf Fastweb sowie 1% auf die Übrigen operativen Segmente.

Die Investitionen von Swisscom Schweiz sind gegenüber dem Vorjahr um CHF 141 Mio. oder 8,7% auf CHF 1'761 Mio. gestiegen und entsprechen 20,6% (Vorjahr 18,4%) des Nettoumsatzes. Darin enthalten sind Ausgaben in Höhe von CHF 196 Mio. für die im ersten Halbjahr 2019 ersteigerten Mobilfunkfrequenzen. Die Investitionen für das Mobilfunk- sowie ins übrige Festnetz und Infrastruktur gingen zurück, beim Breitbandausbau mit Glasfasern blieben diese auf einem hohen Niveau stabil.

Die Investitionen von Fastweb haben sich um CHF 90 Mio. oder 11,9% auf CHF 667 Mio. verringert. In lokaler Währung nahmen die Investitionen um EUR 58 Mio. oder 8,8% auf EUR 599 Mio. ab. Die Abnahme resultiert im Wesentlichen aus den Ausgaben für den Erwerb und die Verlängerung von Mobilfunkfrequenzen in Höhe von EUR 64 Mio. im Vorjahr. Das Investitionsvolumen bleibt insgesamt auf einem hohen Niveau, getrieben durch den weiteren Ausbau der Breitbandnetze. Das Verhältnis Investitionen zu Nettoumsatz sank dadurch auf 27,0% (Vorjahr 31,2%).

Vermögenslage

In Mio. CHF	31.12.2019	01.01.2019 1	Veränderung
Sachanlagen	10'529	10'425	104
Immaterielle Vermögenswerte	1'842	1'772	70
Goodwill	5'163	5'167	(4)
Nutzungsrechte	2'177	1'786	391
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2'183	2'189	(6)
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	(1'614)	(1'658)	44
Rückstellungen	(1'146)	(1'028)	(118)
Abgegrenzter Gewinn aus Veräusserung und Rückmiete von Liegenschaften	(122)	(134)	12
Übrige operative Vermögenswerte und Verbindlichkeiten, netto	(26)	194	(220)
Operative Vermögenswerte, netto	18'986	18'713	273
Nettoverschuldung	(6'758)	(7'009)	251
Leasingverbindlichkeiten	(2'027)	(1'622)	(405)
Personalvorsorgeverpflichtungen	(1'058)	(1'196)	138
Ertragssteuerguthaben und -schulden, netto	(607)	(873)	266
Equity-bilanzierte Beteiligungen und übrige langfristige Finanzanlagen	339	217	122
Eigenkapital	8'875	8'230	645
Eigenkapitalquote am Bilanzstichtag	36,6	34,4	

¹ Inkl. Effekt aus der erstmaligen Anwendung von IFRS 16.

Operative Vermögenswerte

Die operativen Nettovermögenswerte haben um CHF 0,3 Mrd. oder auf CHF 19,0 Mrd. zugenommen. Die Zunahme ist vor allem auf höhere Sachanlagen, immaterielle Vermögenswerte und Nutzungsrechte zurückzuführen. Der Nettobuchwert der Position Goodwill beträgt CHF 5,2 Mrd. Der grösste Anteil entfällt auf Swisscom Schweiz (CHF 4,2 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 0,5 Mrd.). Insgesamt beträgt der Buchwert von Fastweb in der Konzernrechnung EUR 3,0 Mrd. (CHF 3,3 Mrd.).

Nettoverschuldung

Die Nettoverschuldung besteht aus den finanziellen Verbindlichkeiten abzüglich flüssiger Mittel, kurzfristiger Finanzanlagen, zum Hedging von finanziellen Verbindlichkeiten gehaltene derivative Finanzinstrument sowie übrige langfristige Finanzanlagen, welche im direkten Zusammenhang mit langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten stehen (Depositenzertifikate, U.S. Treasury Bond Strips). Die Nettoverschuldung und das Verhältnis Nettoverschuldung/EBITDA werden sowohl mit als auch ohne Klassifizierung der Leasingverhältnisse als finanzielle Verbindlichkeit dargestellt. Ratingagenturen beziehen für das Kreditrating die Leasingverbindlichkeiten in die Berechnung der Nettoverschuldung ein. Für das finanzielle Ziel des Bundesrats zur Finanzierungsstruktur werden die Leasingverhältnisse hingegen nicht als finanzielle Verbindlichkeiten und Teil der Nettoverschuldung klassifiziert.

In Mio. CHF	31.12.2019	01.01.2019
Verhältnis Nettoverschuldung/EBITDA nach Leasingaufwand		
Anleihensobligationen	5'915	5'554
Bankdarlehen	1'080	1'233
Private Platzierungen	151	426
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	314	570
Total Finanzielle Verbindlichkeiten	7'460	7'783
Flüssige Mittel	(328)	(474)
Langfristige Depositenzertifikate	(142)	(145)
Langfristige kotierte Schuldinstrumente	(94)	-
Langfristige derivative Finanzinstrumente für Finanzierungen	(73)	(81)
Übrige kurzfristige Finanzanlagen	(65)	(74)
Nettoverschuldung	6'758	7'009
Operatives Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	4'358	4'213
Leasingaufwand	(294)	-
EBITDA nach Leasingaufwand	4'064	4'213
Verhältnis Nettoverschuldung/EBITDA nach Leasingaufwand	1,7	1,7
Verhältnis Nettoverschuldung inkl. Leasingverbindlichkeiten/EBITDA vor Leasingaufwand		
Nettoverschuldung	6'758	7'009
Leasingverbindlichkeiten	2'027	1'622
Nettoverschuldung inkl. Leasingverbindlichkeiten	8'785	8'631
Operatives Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) exkl. Leasingaufwand	4'358	4'213
Operating-Leasingaufwand nach IAS 17		207
EBITDA vor Leasingaufwand	4'358	4'420
Verhältnis Nettoverschuldung inkl. Leasingverbindlichkeiten/EBITDA vor Leasingaufwand	2,0	2,0

¹ Inkl. Effekt aus der erstmaligen Anwendung von IFRS 16.

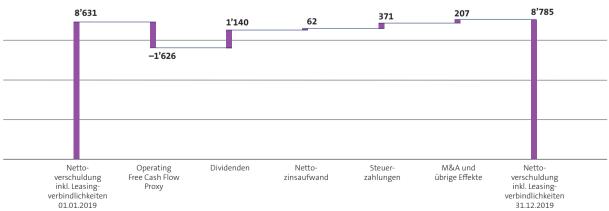
Ende 2019 beträgt das Verhältnis Nettoverschuldung inkl. Leasingverbindlichkeiten/EBITDA 2,0 (Vorjahr 2,0). Ohne Klassifizierung der Leasingverhältnisse als finanzielle Verbindlichkeit beträgt das Verhältnis Nettoverschuldung/EBITDA nach Leasingaufwand 1,7 (Vorjahr 1,7). Beide Verhältniskennzahlen widerspiegeln eine im Verhältnis zum Vorjahr stabile Verschuldungssituation. Das angestrebte Ziel von Swisscom, das Single-A-Kreditrating zu halten, wurde erfüllt. Ebenfalls ist die vom

Bundesrat in den finanziellen Zielen festgelegte Begrenzung der Nettoverschuldung von 2,1 x EBITDA nach Leasingaufwand eingehalten.

Swisscom hat in den vergangenen Jahren die vorteilhaften Bedingungen am Kapitalmarkt genutzt, um die Zinsund Fälligkeitsstruktur der finanziellen Verbindlichkeiten zu optimieren. Der Anteil variabel verzinslicher finanzieller Verbindlichkeiten beträgt 22%.

Entwicklung Nettoverschuldung inkl. Leasingverbindlichkeiten





Finanzielle Verbindlichkeiten

Am 31. Dezember 2019 hat der Nominalwert der finanziellen Verbindlichkeiten exkl. derivative Finanzinstrumente CHF 7,3 Mrd. betragen. Rund 81% der finanziellen Verbindlichkeiten haben eine Restlaufzeit von über einem Jahr. Am 31. Dezember 2019 haben sich die finanziellen Verbindlichkeiten, die innerhalb eines Jahres fällig werden, auf CHF 1,4 Mrd. belaufen. 2019 betrugen die durchschnittlichen Zinskosten aller Finanzschulden 1,0% und die durchschnittliche Restlaufzeit 5,5 Jahre.

Total Finanzielle Verbindlichkeiten ¹	1'363	637	1'527	2'628	1'105	7'260
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	39	94	13	84	_	230
Private Platzierungen	-	=	-	=	150	150
Anleihensobligationen	543	543	1'250	2'544	955	5'835
Bankdarlehen	781		264	_		1'045
Nominalwert, 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

¹ Exkl. derivative Finanzinstrumente.

Personalvorsorge

Die Vorsorgeverpflichtung wird in der Konzernrechnung nach den Bestimmungen von IFRS bewertet. Die bilanzierte Nettoverpflichtung beträgt CHF 1,1 Mrd. Sie hat im Vergleich zum Vorjahr um CHF 0,1 Mrd. abgenommen. Dies ist vor allem auf eine positive Rendite auf dem Vermögen des Vorsorgeplans zurückzuführen. Nach den für die Pensionskasse relevanten schweizerischen Rechnungslegungsvorschriften (Swiss GAAP FER) besteht eine Überdeckung von CHF 1,1 Mrd., was bei einem Vermögen des Vorsorgeplans von CHF 11,6 Mrd. einem Deckungsgrad von 110% entspricht. Die wesentlichen Gründe für die Differenz von CHF 2,2 Mrd. zur Bewertung nach IFRS sind zum einen die Verwendung unterschiedlicher Annahmen, insbesondere des Zinssatzes zur Diskontierung künftiger Vorsorgeleistungen abzüglich des Finanzierungsanteils der Arbeitnehmer (Risk Sharing) mit einem Nettoeffekt von CHF 1,5 Mrd. Zum anderen werden in der Bewertungsmethode künftige Lohnerhöhungen, nach Altersklassen gestaffelte Beitragssätze und vorzeitige Pensionierungen unterschiedlich berücksichtigt mit einem Nettoeffekt von CHF 0,7 Mrd.

Eigenkapital

In der Konzernbilanz 2019 beträgt das Eigenkapital CHF 8,9 Mrd. (Vorjahr CHF 8,2 Mrd.) und die Eigenkapitalquote 36,6% (per 1. Januar 2019 34,4%). Die Eigenkapitalzunahme von CHF 0,7 Mrd. resultierte vor allem daraus, dass der Reingewinn mit CHF 1,7 Mrd. höher ausgefallen ist als die Dividendenzahlung von CHF 1,1 Mrd. Die sich aus der Umrechnung ausländischer Tochtergesellschaften ergebenden Währungsdifferenzen werden im Eigenkapital erfasst. Am 31. Dezember 2019 betragen die kumulierten Währungsumrechnungsverluste CHF 1,8 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 2019 beträgt CHF 6,8 Mrd. Der Unterschied zum Eigenkapital in der Konzernbilanz in Höhe von CHF 2,1 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 2019 haben sich die aktienrechtlich ausschüttbaren Reserven der Swisscom AG auf CHF 6,7 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 nichtfinanziellen 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	31.12.2019	01.01.2019 1
Gesamtunternehmenswert		
Börsenkapitalisierung	26'553	24'331
Nettoverschuldung inkl. Leasingverbindlichkeiten	8'785	8'631
Personalvorsorgeverpflichtungen	1'058	1'196
Ertragssteuerguthaben und -schulden, netto	607	873
Equity-bilanzierte Beteiligungen und übrige langfristige Finanzanlagen	(339)	(217)
Nicht beherrschende Anteile	3	(15)
Gesamtunternehmenswert (EV)	36'667	34'799
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	4'358	4'420 ²
Verhältnis Gesamtunternehmenswert/EBITDA	8,4	7,9

¹ Inkl. Effekt aus der erstmaligen Anwendung von IFRS 16.

 $2\,$ Exkl. Operating-Leasingaufwand nach IAS 17.

Der Gesamtunternehmenswert von Swisscom hat 2019 um 5,4% oder CHF 1,9 Mrd. auf CHF 36,7 Mrd. zugenommen. Der Hauptgrund ist der Anstieg der Börsenkapitalisierung um CHF 2,2 Mrd. Auf vergleichbarer Basis hat der EBITDA zwar abgenommen. Trotzdem erhöhte sich die Verhältniskennzahl Gesamtunternehmenswert/EBITDA leicht auf 8,4 (Vorjahr 7,9). Mit diesem Wert liegt die relative Börsenbewertung von Swisscom deutlich über

dem Durchschnittswert europäischer Vergleichsunternehmen aus dem Telekommunikationssektor. Die höhere relative Bewertung wird durch die solide Marktposition und die attraktive Dividende von Swisscom gestützt. Zudem wirken sich die im Vergleich zu anderen europäischen Ländern tieferen Zinsen und tieferen Gewinnsteuersätze in der Schweiz positiv aus.

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.

	2019			2018			
In Mio. CHF	Schweiz	Ausland	Total	Schweiz	Ausland	Total	
Entstehung Wertschöpfung							
Nettoumsatz	8'969	2'484	11'453	9'274	2'440	11'714	
Aktivierte Eigenleistungen und übrige Erträge	378	131	509	347	114	461	
Direkte Kosten	(1'925)	(890)	(2'815)	(2'001)	(953)	(2'954)	
Übriger Betriebsaufwand¹	(1'314)	(662)	(1'976)	(1'390)	(575)	(1'965)	
Leasingaufwand	(238)	(86)	(294)	(181)	(26)	(207)	
Abschreibungen ²	(1'542)	(594)	(2'136)	(1'521)	(586)	(2'107)	
Vorleistungen	(4'641)	(2'101)	(6'742)	(4'746)	(2'026)	(6'772)	
Operative Wertschöpfung	4'328	383	4'711	4'528	414	4'942	
Übriges nicht operatives Ergebnis³			(154)			(62)	
Total Wertschöpfung			4'557			4'880	
Verteilung Wertschöpfung							
Mitarbeitende ⁴	2'522	231	2'753	2'531	224	2'755	
Öffentliche Hand ⁵	317	11	328	335	25	360	
Aktionäre (Dividenden)			1'141			1'141	
Fremdkapitalgeber (Nettozinsaufwand)			62			128	
Unternehmen (einbehaltene Gewinne) ⁶			273			496	
Total Wertschöpfung			4'557			4'880	

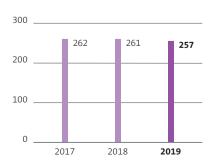
- 1 Übriger Betriebsaufwand: ohne Kapitalsteuern und ohne übrige nicht gewinnabhängige Steuern.
- 2 Abschreibungen: ohne Abschreibungen auf akquisitionsbezogenen immateriellen 5 Öffentliche Hand: laufende Ertragssteuern, Kapitalsteuern und übrige nicht Vermögenswerten wie z.B. Marken oder Kundenbeziehungen.
- 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.
- gewinnabhängige Steuern. Exkl. Zahlungen für Mehrwertsteuer und Mobilfunkfrequenzen.
- 6 Unternehmen: inkl. Veränderungen der latenten Ertragssteuern und Personalvorsorgeverpflichtungen.

Von der konsolidierten operativen Wertschöpfung von CHF 4,7 Mrd. werden 91,9% oder CHF 4,3 Mrd. in der

Schweiz erzielt. Im Vergleich zum Vorjahr sank die operative Wertschöpfung in der Schweiz um 4,4%. Zugleich sank die Wertschöpfung pro Vollzeitstelle um 1,5 % auf CHF 257 Tsd. Zusätzlich zur direkt erzielten Wertschöpfung generieren die Einkäufe bei Lieferanten eine für die

Swisscom Wertschöpfung pro Mitarbeitenden in der Schweiz

in Tsd. CHF



gesamtwirtschaftliche Entwicklung der Schweiz bedeutsame indirekte Wertschöpfung. Unter Berücksichtigung der Investitionen anstelle der Abschreibungen beträgt das Einkaufsvolumen im Schweizer Geschäft im Jahr 2019 rund CHF 4,9 Mrd. Davon erzielen die Lieferanten eine Wertschöpfung in der Schweiz von rund 60% oder CHF 2,9 Mrd.

Verteilung Wertschöpfung

 1% Fremdkapitalgeber. • 61% Öffentliche Hand Mitarbeitende 6% Unternehmen 25% Aktionäre

Finanzieller Ausblick

In Mio. CHF bzw. wie angemerkt	2019 berichtet	Veränderung Swisscom ohne Fastweb	Veränderung Fastweb	2020 Ausblick ¹
Nettoumsatz				
Swisscom Konzern	11'453	< 0	> 0	~ CHF 11,1 Mrd.
Swisscom ohne Fastweb				~ CHF 8,7 Mrd.
Fastweb				~ EUR 2,3 Mrd.
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) Swisscom Konzern	4'358	< 0	> 0	~ CHF 4,3 Mrd. ²
Swisscom ohne Fastweb				~ CHF 3,5 Mrd.
Fastweb				~ EUR 0,8 Mrd.
Investitionen				
Swisscom Konzern	2'438 ³	_	_	~ CHF 2,3 Mrd.
Swisscom ohne Fastweb				~ CHF 1,6 Mrd.
Fastweb				~ EUR 0,6 Mrd.

- 1 Umrechnungskurs CHF/EUR 1.07 (2019: CHF/EUR 1.11).
- 2 Ausblick 2020 für EBITDA nach Leasingaufwand ~ CHF 4,0 Mrd.

3 Inkl. Ausgaben von CHF 196 Mio. für Mobilfunkfrequenzen in der Schweiz.

Swisscom erwartet für 2020 einen Nettoumsatz von rund CHF 11,1 Mrd., einen EBITDA von rund CHF 4,3 Mrd. und Investitionen von rund CHF 2,3 Mrd. Für Swisscom ohne Fastweb wird aufgrund des hohen Wettbewerbsund Preisdrucks sowie einer anhaltenden Reduktion der Anzahl Festnetztelefonanschlüsse mit einem tieferen Umsatz gerechnet. Der Umsatz von Fastweb wird leicht höher als 2019 erwartet. 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. Bei Erreichen der Ziele plant Swisscom der Generalversammlung 2021 für das Geschäftsjahr 2020 eine unveränderte, attraktive Dividende von CHF 22 pro Aktie vorzuschlagen.

Kapitalmarkt

Durch eine konsequente Umsetzung der Strategie hat Swisscom die finanziellen Ambitionen 2019 erfüllt, die es ermöglichen, auch dieses Jahr wieder Mehrwert für die Aktionäre zu schaffen. Mit den Ratings A (stabil) von Standard & Poor's und A2 (stabil) von Moody's gehört Swisscom zu den am besten bewerteten Telekommunikationsunternehmen in Europa.

Swisscom Aktie

Am 31. Dezember 2019 hat die Marktkapitalisierung von Swisscom CHF 26,6 Mrd. (Vorjahr CHF 24,3 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 2019



Der Schweizer Aktienindex SMI ist gegenüber dem Vorjahr um 26,0% gestiegen. Der Kurs der Swisscom Aktie erhöhte sich um 9,1% auf CHF 512.60. Die Performance der Swisscom Aktie war höher als die Performance des europäischen Branchenindex Stoxx Europe 600 Telecommunications Index (+0,4% in EUR). Gegenüber dem Vorjahr sank das durchschnittliche tägliche Handelsvolumen um 1,5% auf 148'913 Stück. Das gesamte Umsatzvolumen der gehandelten Swisscom Aktien erreichte 2019 einen Wert von CHF 18,0 Mrd.

© Siehe unter www.swisscom.ch/aktienkurs

Aktienrendite

Am 8. April 2019 hat Swisscom eine ordentliche Dividende von CHF 22 pro Aktie gezahlt. Auf Basis des Aktienkurses Ende 2018 entsprach dies einer Rendite von +4,7%. Unter Berücksichtigung des Kursanstiegs betrug die Gesamtrendite (Total Shareholder Return, TSR) der Swisscom Aktie für das Jahr 2019 +14,3%. Der TSR des SMI lag bei +30,2% und der des Stoxx Europe 600 Telecommunications Index bei +5,5% 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

			31.12.2019	31.12.20		
	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	68'008	4'718'542	9,1%	70'206	4'995'716	9,6%
Institutionen	2'733	20'689'401	39,9%	2'904	20'412'227	39,4%
Total	70'742	51'801'943	100,0%	73'111	51'801'943	100,0%

Mehrheitsaktionärin an der Swisscom AG ist am 31. Dezember 2019 die Schweizerische Eidgenossenschaft (der Bund), die gemäss geltendem Gesetz die kapital- und stimmenmässige Mehrheit halten muss. Der Free Float teilt sich auf in rund 40% institutionelle Investoren und rund 9% natürliche Personen. Am 31. Dezember 2019 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. 23 Analysten veröffentlichen regelmässig Studien über Swisscom. Ende 2019 haben 9% der Analysten eine Kaufempfehlung für die Swisscom Aktie ausgesprochen. 39% der Analysten empfahlen, die Swisscom Aktie zu halten, 52% stuften sie zum Verkauf ein. Der durchschnittliche Zielkurs der Swisscom Aktie am 31. Dezember 2019 betrug nach Einschätzung der Analysten CHF 469 pro Aktie.

Ausschüttungspolitik

Swisscom verfolgt eine Ausschüttungspolitik mit einer stabilen Dividende. Für das Geschäftsjahr 2019 schlägt der Verwaltungsrat von Swisscom der Generalversammlung vom 6. April 2020 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 33,0 Mrd. an ihre Aktionäre ausgezahlt. Dieser Betrag teilt sich auf in Dividendenzahlungen von CHF 21,0 Mrd., Nennwertreduktionen von CHF 1,6 Mrd. und Aktienrückkaufprogramme von CHF 10,4 Mrd. Swisscom hat seit dem Börsengang insgesamt CHF 411 pro Aktie ausgeschüttet. Zusammen mit dem Kursanstieg von insgesamt CHF 173 pro Aktie beträgt die durchschnittliche jährliche Gesamtrendite 5,1%.

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 bemüht, 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 2019 den uneingeschränkten Zugang zu den Geld- und Kapitalmärkten ermöglicht.

Risiken

Veränderungen im Markt- und Wettbewerbsumfeld, in den rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen sowie der Technologie sind Treiber für Risiken. Das Risikomanagement von Swisscom bezweckt den Schutz des Unternehmenswerts. Marktentwicklungen führen langfristig zu tiefgreifenden Anpassungen mit Risiken in den Bereichen Geschäftsmodell, Technologie und Humankapital.

Risikosituation

Treiber für Risiken sind Veränderungen der Märkte, des Wettbewerbs, der Technologie, der Regulierung und der Politik. Traditionelle Telekommunikationsdienste verlieren an Bedeutung. Neue Dienste in den Bereichen Digitalisierung und IT-Leistungen – so z.B. Cloud Services, IT-Security- und IoT-Lösungen – sollen die Umsatzeinbussen aus dem traditionellen Kerngeschäft kompensieren. Die Marktentwicklungen führen langfristig zu tiefgreifenden Anpassungen mit Risiken in den Bereichen Geschäftsmodell, Technologie und Humankapital. Die folgende Auswahl nennt die wesentlichen Risikofaktoren. Die Hauptrisikofaktoren in der Lieferkette werden im separaten Nachhaltigkeitsbericht beschrieben.

Risikofaktoren

Telekommunikationsmarkt

Die Wettbewerbsdynamik wird durch Infrastrukturanbieter sowie durch Dienstanbieter ohne eigene Netzinfrastruktur getrieben. Die Dynamik nimmt zu und erzeugt einen Transformationsdruck. Während der Transformation gilt es, die Komplexität aus dem Parallebetrieb 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.

Politik und Regulierung

Die Ausgestaltung der Regulierungen 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 Wachstumsund 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 2019 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 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 rechtlichen Rahmenbedingungen, 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