

Lagebericht

Strategie und Umfeld	Unternehmensstrategie	14
	Ziele und Zielerreichung	18
	Rahmenbedingungen	18
	Datenschutz	23
Infrastruktur	Infrastruktur in der Schweiz	26
	Infrastruktur in Italien	30
Mitarbeitende	Mitarbeitende in der Schweiz	31
	Mitarbeitende in Italien	33
Marken, Produkte und Dienstleistungen	Marken von Swisscom	36
	Produkte und Dienstleistungen in der Schweiz	37
	Produkte und Dienstleistungen in Italien	39
	Kundenzufriedenheit	39
Innovation und Entwicklung	Innovation als wichtige Treiberin	40
	Innovation mit Themenausrichtung	41
Geschäftsentwicklung	Alternative Performancekennzahlen	46
	Zusammenfassung	48
	Entwicklung der Segmente	49
	Abschreibungen und nicht operative Ergebnisse	54
	Geldflüsse	55
	Investitionen	56
	Vermögenslage	57
	Finanzieller Ausblick	59
	Wertorientierte Unternehmenssteuerung	60
	Wertschöpfungsrechnung	61
Kapitalmarkt	Swisscom Aktie	64
	Ausschüttungspolitik	65
	Kreditratings und Finanzierung	65
Risiken	Risikosituation	66
	Risikofaktoren	66

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 die grösste Telekommunikationsanbieterin in der Schweiz und besitzt mit der Tochtergesellschaft Fastweb eine alternative Anbieterin von Telekommunikationsdienstleistungen in Italien.

In der Schweiz ist Swisscom Marktführerin im Mobilfunk-, Festnetz- und TV-Markt. Sie nimmt zudem eine bedeutende Marktposition in unterschiedlichen IT-Geschäftsfeldern ein.

Swisscom ist in einem sehr dynamischen Umfeld tätig. Megatrends wie der demografische Wandel, die Individualisierung oder die veränderte Wahrnehmung der Gesundheit prägen und verändern unsere Gesellschaft und Wirtschaft nachhaltig. Daher haben diese Megatrends langfristig einen Einfluss auf die Aktivitäten von Swisscom. Die Einführung des Mobilfunkstandards 5G, die zunehmende Verbreitung von Cloud und Edge Computing, die zunehmende Bedeutung der Spracherkennung oder die Fortschritte im Bereich der künstlichen Intelligenz sind zudem kurz- bis mittelfristig wirkende Trends, die das Geschäft von Swisscom beeinflussen. Schliesslich hat die globale Covid-19-Pandemie das Berichtsjahr geprägt. Sie hat nicht nur den Geschäftsverlauf von Swisscom unmittelbar beeinflusst, sondern wirkt sich auf einige der genannten Trends aus. Die Pandemie zeigt, welche Bedeutung eine hohe Leistungsfähigkeit der Netze für die Kunden besitzt. Die Erwartungen an die Stabilität und Verfügbarkeit der Netze wird weiter zunehmen. Durch die Pandemie wird die Digitalisierung nochmals beschleunigt und dringt immer stärker in alle Lebensbereiche ein. Dies erhöht die Akzeptanz und den Anteil von Telearbeit, beschleunigt die

Digitalisierung der Lieferketten und stärkt die Automatisierungsbestrebungen. Die Pandemie hat zudem das Nutzungsverhalten der Kunden nachhaltig verändert. Darauf weisen u.a. die verstärkte Nutzung von Online-Kanälen für Shopping und Kontaktaufnahme oder der Vormarsch des kontaktlosen Bezahls hin.

Die Digitalisierung führt zu neuen Geschäftsmodellen, die sich rasch entwickeln. Das Kerngeschäft von Swisscom ist durch einen harten Verdrängungswettbewerb mit hohem Preisdruck geprägt. Der Gesamtmarkt für Dienstleistungen rund um Konnektivität schrumpft in der Schweiz und Italien weiter. Globale Internetfirmen nutzen ihre Skalenvorteile und drängen in lokale ICT-Märkte für Privat- sowie 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 einfach 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. Verlässlichkeit und Nachhaltigkeit der Swisscom Aktivitäten stärken dieses Vertrauen. Um ihre Vision zu verwirklichen, als Nummer 1 auf dem Markt die Zukunft zu gestalten und Menschen in der vernetzten Welt zu begeistern, hat Swisscom drei strategische Ansprüche bestimmt. Diese Ansprüche konkretisieren ihre Strategie.



StrategieSwisscom

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 performante Netze, die sich durch hohe Sicherheitsstandards, geringe Latenz und höchste Abdeckung auszeichnen. Im Berichtsjahr hat das Swisscom Netz wiederum zahlreiche Tests gewonnen. Wie zudem die Erfahrungen im Zusammenhang mit dem Covid-19-bedingten Lockdown belegen, hat die Swisscom Netzinfrastruktur die massiv erhöhte Nutzungsintensität bestens bewältigt. Swisscom hat dabei ihre Ziele zum Ausbau des Glasfasernetzes hoch gesteckt. Bis Ende 2025 soll die Glasfaserabdeckung in Wohnungen und Geschäften (FTTH) gegenüber 2019 auf bis zu 60% verdoppelt werden. Nachdem Swisscom im Frühjahr 2019 das erste 5G-Netz in Europa mit kommerziellen Angeboten und Endgeräten lanciert hat, treibt sie den Ausbau von 5G weiter voran. Einschränkungen wie etwa Moratorien in einzelnen Kantonen erschweren zurzeit die Schaffung dringend notwendiger Kapazitäten für 4G und 5G. 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.

Die Beziehung zu den Kunden ist Kern des Erfolgs von Swisscom. Bester Service und durchgängige, begeisterte Erlebnisse sind für Swisscom oberste Handlungsmaximen. Swisscom Kunden werden kompetent begleitet. Sie geniessen einen lokalen, flexiblen und persönlichen Service sowie online eine einfache Nutzererfahrung. Swisscom reduziert die Komplexität und bietet relevante, fortschrittliche Angebote. Das flexible, modulare inOne-Abonnement erfreut sich bei Privatkunden weiterhin steigender Beliebtheit und ist damit ein wichtiger Treiber der Konvergenz. Im Bereich der Unterhaltungsangebote hat Swisscom die Produktfamilie «Swisscom blue» lanciert: Ein übergreifendes Entertainment-Erlebnis mit neuen Angeboten und neuen Inhalten, auf das sich von überall zugreifen lässt. Die Basis für das neue Angebot bildet blue TV. Dieses ist einerseits über die Swisscom Box erhältlich, andererseits über eine App für Smart TV-Geräte sowie auf den Set-Top-Boxen der Mitbewerber. Bluewin fungiert neu als blue News, blue+ wird zum führenden Schweizer Streaming- und Pay-TV-Anbieter. Die Kitag Kinos werden als blue Cinema ebenfalls zu einem Teil der neuen Erlebniswelt.

Kleinere und mittlere Unternehmen (KMU) begleitet Swisscom dank eines schweizweiten Netzwerks aus

KMU-Spezialisten und zertifizierten Partnern fundiert, persönlich und lokal. Den KMU stellt Swisscom Smart ICT-Komplettlösungen für das IT-Outsourcing zur Verfügung. So hat Swisscom das Cloud-Angebot für KMU mit Microsoft Azure erweitert. Microsoft Azure wird über lokale Swisscom Partner vertrieben und stellt KMU die benötigten Kapazitäten flexibel und ohne vorgängige IT-Investitionen zur Verfügung. Während des nationalen Covid-19-Lockdowns hat Swisscom Geschäftskunden u.a. mit kostenlosen Lösungen für das Homeoffice unterstützt, um den veränderten Bedürfnissen rasch und pragmatisch Rechnung zu tragen. Im Geschäftskundenbereich verschieben sich die Kundenbedürfnisse in Richtung standardisierter Produkte. Dank der neuen, seit 1. Januar 2020 gültigen Organisation bzw. der Einrichtung des Geschäftsbereichs Business Customers bietet Swisscom den Geschäftskunden ein noch einheitlicheres Produkt- und Kundenerlebnis.

Operational Excellence

Als Folge des intensiven Verdrängungswettbewerbs stehen die Umsätze im Kerngeschäft weiter stark unter Druck. Den Rückgang dieser Umsätze will Swisscom – neben einem Wachstum in neuen Bereichen – durch konsequentes Kostenmanagement möglichst auffangen. Sie will zudem ihre Kostenbasis in den nächsten Jahren weiter senken, um eine nachhaltige Profitabilität zu sichern. Dieses Vorgehen soll es Swisscom ermöglichen, 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 Standardisierung und Bereinigung des Produktportfolios, die Reduktion von Schnittstellen, die Nutzung von agilen Entwicklungsmethoden, das Auslaufenlassen alter Technologien, die Modernisierung und Konsolidierung der IT-Plattformen, einen effizienteren Personaleinsatz oder Prozessoptimierungen dank der erfolgten Migration auf All IP. Ebenfalls zentral sind für Swisscom die interne digitale Transformation und damit die Erhöhung des eigenen Digitalisierungsgrads. Hierfür stehen der Ausbau der Prozessautomatisierung, die Stärkung und der Ausbau des Online-Kanals für Verkauf und Beratung oder die Nutzung künstlicher Intelligenz und Analytics. 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 gesättigt, wobei dies besonders für Breitband und TV gilt. Ein weiteres, moderates Mengenwachstum erwartet Swisscom hingegen im Postpaid-Segment des Mobil-

funks. Der Preisdruck bleibt in allen Märkten weiter hoch, so dass Swisscom im Telekommunikationsmarkt gesamthaft mit einem leicht rückgängigen Marktumsatz rechnet. Der Markt für IT-Dienstleistungen wird gemäss Marktexperten in den nächsten Jahren weiter moderat wachsen: Treiber ist der steigende Einsatz von ICT in zahlreichen Branchen. Aufgrund der Covid-19-Pandemie ist eine Prognose der wirtschaftlichen Entwicklung mit ausserordentlich hohen Ungewissheiten behaftet, was besonders bei der Entwicklung des Marktes für IT-Dienstleistungen zu Unsicherheiten führt.

Wachstum strebt Swisscom v.a. in den folgenden drei Teilbereichen an: im Kerngeschäft, im IT-Markt und in neuen Geschäftsfeldern. Durch die Weiterentwicklung ihres Kerngeschäfts will Swisscom Wachstumsmöglichkeiten ausschöpfen – bspw. im Bereich des Internets der Dinge (sowohl im Privat- wie auch im Geschäftskundenbereich), im Wholesale-Bereich oder bei den Zweit- und Drittmarken. Im IT-Bereich liegt der Schwerpunkt bei Security, Cloud oder auch im ICT Consulting. Angestrebt wird ein Wachstum in neuen Geschäftsfeldern durch die Aktivitäten im FinTech-Bereich, die digitalen Dienste für KMU von localsearch (Swisscom Directories AG), Trust Services sowie Blockchain-basierte Services. Swisscom steuert die Wachstumfelder aktiv anhand klar definierter Erfolgskriterien. Sie orientiert sich bei der Auswahl der Wachstumfelder an den künftigen Kundenbedürfnissen, setzt auf zukunftsorientierte, wachstumshaltige Geschäftsmodelle und nutzt vermehrt Partnerschaften.

Fastweb

Die Tochtergesellschaft Fastweb ist eine infrastruktur-basierte alternative Anbieterin für Privat- und Geschäftskunden in Italien. Sie bietet Dienstleistungen im Festnetz- und Mobilfunkbereich an. In Italien geht Swisscom im Breitbandbereich von einem weiteren Marktwachstum aus, zumal die Breitbanddurchdringung in Italien weiterhin relativ tief ist, der Mobilfunkmarkt ist hingegen stark gesättigt.

Fastweb leistet in Italien einen wesentlichen Beitrag zum Wachstum im Breitband- und Mobilfunkbereich – sowohl bei Privat- wie auch bei Geschäftskunden. Sie stärkt ihre Marktposition durch gezielte Investitionen, besonders in den Mobilfunk. Swisscom verfolgt dadurch den Wachstumskurs von Fastweb weiter und will das Unternehmen profitabel weiterentwickeln. Fastweb positioniert sich als konvergente 5G-Anbieterin. Die 2019 abgeschlossene Partnerschaft mit Wind Tre spielt eine wichtige Rolle, um das erworbene Mobilfunkspektrum wirtschaftlich zu nutzen und die Einführung von 5G zu beschleunigen. Die konvergenten Angebote von Fastweb zeichnen sich durch Transparenz, Fairness und Einfachheit aus. Wichtig sind zudem eine hohe Service-

qualität und die Nutzung von Partnerschaften. Im Geschäftskundenbereich erweitert Fastweb ihr Portfolio strategisch mit horizontalen Lösungen, und zwar schwergewichtig in den Bereichen Cloud und digitale Sicherheit. Ein weiterer Schwerpunkt von Fastweb liegt im Ausbau der Wholesale-Angebote – sei es im Bereich Ultrabreitband oder bei der Anbindung von Mobilfunkstandorten ans Glasfasernetz. Das eigene Ultrabreitbandnetz baut Fastweb weiter aus. Dank des Einsatzes der 5G Fixed Wireless Access-Technologie erreicht Fastweb mit einem eigenen Netz deutlich mehr Wohnungen und Geschäfte als bisher.

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. Swisscom will die Chancen und Risiken der Digitalisierung erkennen und die Zukunft des Landes im Rahmen ihrer Möglichkeiten mitprägen. Swisscom hat drei Handlungsfelder definiert, in denen sie einen Beitrag leisten will: die Förderung digitaler Kompetenzen, der Beitrag zum Klimaschutz und die zuverlässige und sichere ICT-Infrastruktur. Um diese Handlungsfelder zu bedienen, hat Swisscom drei strategische Stossrichtungen mit entsprechenden Zielen formuliert: Bereit für die Menschen, Bereit für die Umwelt und Bereit für die Schweiz. Diese Ziele leisten zudem einen Beitrag an die 17 globalen Nachhaltigkeitsziele der UNO. Weitere Informationen sind im separaten Nachhaltigkeitsbericht enthalten.

© Siehe unter www.swisscom.ch/nachhaltigkeit

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 der Rente – alle Lebensbereiche kommen in Berührung mit der vernetzten Welt, und die Menschen sind gefordert, mit den neuen Anforderungen mitzuhalten, um sich ergebende Chancen nutzen zu können.

Bereit für die Menschen

Swisscom will die Menschen in der Schweiz befähigen, die Chancen der vernetzten Welt zu nutzen. Swisscom unterstützt bis spätestens 2025 2 Mio. Menschen jährlich dabei, ihre Kompetenzen in der digitalen Welt weiterzuentwickeln. Neue Bildungsangebote für Schulen, die Erwachsenen, KMU und ihre Mitarbeitenden bringen sie diesem Ziel näher. Ihre Teams in den Call Centern und Shops stehen ihren Kundinnen und Kunden bei Fragen zur Seite. In der Lieferkette sorgt Swisscom für sichere und faire Arbeitsbedingungen. Ferner umfasst das Handlungsfeld den Einsatz für barrierefreien Zugang zu allen Dienstleistungen des Unternehmens.

Beitrag zum Klimaschutz

Der Klimawandel wirkt sich auf die Lebensgrundlage der Schweiz aus. Alle Nationen sind gefordert, ihren Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. Die Digitalisierung bietet hierbei vielversprechende Möglichkeiten.

Bereit für die Umwelt

Swisscom trägt zur Umwelt Sorge. Sie reduziert zusammen mit ihren Kundinnen und Kunden den CO₂-Ausstoss bis ins Jahr 2025 um netto 500'000 Tonnen CO₂. Dies entspricht 1% der Treibhausgasemissionen der Schweiz.

Zuverlässige und sichere ICT-Infrastruktur

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

Bereit für die Schweiz

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

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 2020
Finanzielle Ziele		
Nettoumsatz	Konzernumsatz für das Jahr 2020 ¹ von rund CHF 11,0 Mrd.	CHF 11'100 Mio.
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	EBITDA für das Jahr 2020 von rund CHF 4,3 Mrd.	CHF 4'382 Mio.
Investitionen	Investitionen für das Jahr 2020 von rund CHF 2,3 Mrd.	CHF 2'229 Mio.
Operational Excellence	Senkung Kostenbasis 2020 im Schweizer Geschäft um CHF 100 Mio.	CHF 129 Mio.
Übrige Ziele		
Ultrabreitband Schweiz ²	Abdeckung 95% bis Ende 2025 mit mehr als 80 Mbit/s und mit bis zu 500 Mbit/s	82%
Ultrabreitband Schweiz ²	Abdeckung 50–60% bis Ende 2025 mit bis zu 10 Gbit/s	32%

¹ Wie bereits im Laufe des Jahres 2020 kommuniziert, wurden die finanziellen Ziele 2020 vor allem als Folge von Covid-19 wie folgt angepasst: Nettoumsatz von rund CHF 11,1 Mrd. auf CHF 11,0 Mrd.

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) können sich wesentlich auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage von Swisscom und damit auf die Finanzberichterstattung auswirken.

	Einheit	2016	2017	2018	2019	2020
Veränderung BIP Schweiz	in %	1,4	1,0	2,8	0,9	(3,3) ²
Veränderung BIP Italien	in %	0,9	1,5	0,1	0,2	(8,9) ²
Rendite Bundesobligationen (10 Jahre)	in %	(0,14)	(0,07)	(0,24)	(0,46)	(0,53)
Stichtagkurs CHF/EUR	in CHF	1,07	1,17	1,13	1,09	1,08
Stichtagkurs CHF/USD	in CHF	1,02	0,98	0,99	0,97	0,88

¹ Prognose SECO

² Prognose Istat

Konjunktur

Die wirtschaftliche Entwicklung in der Schweiz und auch weltweit war 2020 geprägt durch die Massnahmen, die zur Eindämmung der Covid-19-Pandemie ergriffen wurden. Nach einem starken Einbruch im ersten Halbjahr erholte sich die Wirtschaft im weiteren Verlauf des Jahres. Dennoch resultiert für das Gesamtjahr 2020 ein Rückgang des BIP in der Schweiz und in Italien, und für 2021 bleiben die Konjunkturrisiken weiterhin hoch. Die konjunkturelle Entwicklung wirkt sich unterschiedlich auf die Kundensegmente im Kerngeschäft aus. Im Bereich Privatkunden ist der Umsatzanteil von Produkten mit festen Monatsgebühren hoch, und somit bleibt die Auswirkung konjunktureller Schwankungen auf den Umsatz kurzfristig gering. Ein wirtschaftlicher

Abschwung kann hingegen den Trend zum Wechsel auf günstigere Preispläne verstärken. Einen zyklischeren Verlauf verzeichnet das Projektgeschäft mit Geschäftskunden. Pandemiebedingte Einschränkungen der Reise-tätigkeit haben 2020 zu tieferen Umsätzen und tieferen Kosten im Roaming-Geschäft geführt. Weiter resultierte als Folge der Covid-19-Pandemie ein negativer Geschäftsverlauf im Kino- und Veranstaltungsgeschäft.

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 Goodwills und anderer Abschlusspositionen. Die Renditen zehnjähriger Staatsanleihen liegen nach wie vor auf einem sehr tiefen Niveau. Swisscom hat 2020 drei Anleihen Gesamtbetrag von CHF 719 Mio. aufgenommen. Die durchschnittlichen Zinskosten der Finanzschulden (ohne Leasingverbindlichkeiten) belaufen sich Ende 2020 auf 0,9%. Von diesen Finanzschulden sind 88% fest verzinst. Die durchschnittliche Laufzeit beträgt 5,8 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 für den operativen Cash Flow bestehen vor allem beim Einkauf von Endgeräten und technischen Anlagen sowie Leistungen von Netzbetreibern im Ausland (z.B. für Roaming). Im Kerngeschäft in der Schweiz sind die Auszahlungen in Fremdwährungen höher als die Einnahmen in den entsprechenden Währungen. Das grösste Währungsexposure besteht beim 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 35% erhöht worden ist. In der Konzernrechnung besteht zudem ein Währungsumrechnungsrisiko auf den Nettoaktiven ausländischer Tochtergesellschaften, vor allem Fastweb in Italien. Ende 2020 belaufen sich die Nettoaktiven von Fastweb auf CHF 3,4 Mrd. (EUR 3,1 Mrd.). Die Bilanzpositionen der ausländischen Tochtergesellschaften werden zum Kurs am Abschlussstichtag in Schweizer Franken umgerechnet und Differenzen aus der Umrechnung ergebnisneutral im Konzern-eigenkapital erfasst. 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).

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 Ziele umfassen strategische, finanzielle und personalpolitische Ziele sowie Vorgaben hinsichtlich Kooperationen und Beteiligungen. Zudem erwartet der Bundesrat, dass Swisscom im Rahmen der betriebswirtschaftlichen Möglichkeiten eine nachhaltige, den ethischen Grundsätzen verpflichtete Unternehmensstrategie verfolgt. 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 dazugehörigen Verordnungen regeln vor allem den Netzzugang sowie die Grundversorgung und die Nutzung von Funkfrequenzen. Im März 2020 wurde die Vernehmlassung zu den Verordnungen des revidierten FMG abgeschlossen. Die Umsetzung der neuen Bestimmungen bringt zahlreiche Systemanpassungen und entsprechend zusätzliche Betriebsaufwände mit sich. Der Bundesrat hat den neuen Rechtsrahmen per 1. Januar 2021 mit verschiedenen Übergangsvorschriften in Kraft gesetzt.

© Siehe unter www.admin.ch

Netzzugang

Der Gesetzgeber hat bestätigt, dass die Netzzugangsregulierung auf kupferbasierte Anschlüsse beschränkt bleiben soll (kein technologieneutraler Netzzugang). Damit muss Swisscom anderen Anbietern den physischen Netzzugang zu kostenorientierten Preisen nur zu den Kupferleitungen 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. Seit dem 1. Januar 2020 beträgt die Internetzugangsgeschwindigkeit

(garantierte Mindestbandbreite) 10 Mbit/s (Download) und 1 Mbit/s (Upload).

Mobilfunkkonzession

Die Eidg. Kommunikationskommission (ComCom), 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 an Swisscom und andere Bieter weitere Mobilfunkfrequenzen versteigert worden, die sich etwa für die neue 5G-Technologie nutzen lassen. Zusammen mit dem bereits im Jahr 2012 erworbenen Spektrum verfügt Swisscom 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 schweizerische Wettbewerbsbehörde bzw. die Wettbewerbskommission (Weko) hat Swisscom in unterschiedlichen Teilmärkten als marktbeherrschend eingestuft. Derzeit laufen hinsichtlich dreier Sachverhalte Verfahren, im Rahmen derer die Weko Swisscom als marktbeherrschend und das Verhalten als unzulässig eingestuft sowie direkte finanzielle Sanktionen verfügt hat bzw. solche verfügen könnte. Die Verfahren betreffen die Übertragung von Live-Sport-Events im Pay-TV, die Breitbandanbindung von Poststandorten sowie die Breitbandanbindung von Geschäftskunden. In einem weiteren Verfahren betreffend ADSL-Dienste entschied das Bundesgericht 2019 in letzter Instanz. Offen sind in diesem Verfahren noch zivilrechtliche Forderungen. Im Dezember 2020 hat die Weko eine Untersuchung zum Glasfaserausbau von Swisscom eröffnet und vorsorgliche Massnahmen verfügt. 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 ausgehan-

delten 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).

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 blue 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 schweizerische Datenschutzgesetz regelt den Umgang mit personenbezogenen Daten und befand sich seit 2016 in Revision. Die revidierte Fassung wurde von den eidgenössischen Räten in der Herbstsession 2020 verabschiedet. Wann sie in Kraft tritt, ist noch nicht bekannt. Swisscom geht davon aus, dass das neue DSG entweder am 1. Januar 2022 oder am 1. Juli 2022 in Kraft treten wird. Swisscom hat mit der Umsetzung des neuen DSG begonnen.

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. Im Anschluss an eine Marktanalyse traf die nationale Regulierungsbehörde AGCOM im August 2019 eine Entscheidung zu den Wholesale-Zugangsserviceleistungen von Telecom Italia (TIM) für die Jahre 2018 bis 2021. Die Entscheidung betraf u.a. eine Preissenkung für den virtuellen entbündelten Zugang (VULA) auf der Basis von FTTS für den Zeitraum von 2019 bis 2021. Ferner genehmigte die AGCOM im Juli 2020 die jährlichen Referenzangebote von TIM für festnetzbasierende Zugangsdienstleistungen für 2019 und 2020.

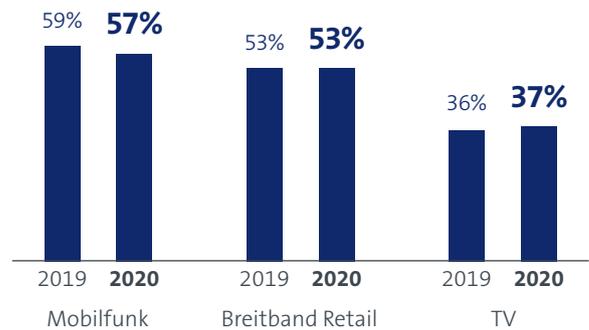
Entwicklung des Schweizer Marktes für Telekommunikations- und Informatikdienstleistungen

Den Schweizer Telekommunikationsmarkt prägt ein umfangreiches Angebot an Produkten und Dienstleistungen rund um die Daten- und Sprachkommunikation. 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 Unternehmen stellen weltweit internetbasierte Gratis- sowie Bezahldienste einschliesslich Telefonie, Messaging oder Streaming zur Verfügung. Insgesamt wächst dadurch stetig die 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. Die Dynamik der Konsolidierung des Marktes hat im Jahr 2020 wiederum zugenommen. Mitte 2020 hat Liberty Global, die Muttergesellschaft von UPC Schweiz, den Aktionären von Sunrise ein Übernahmeangebot unterbreitet. Die Übernahme wurde Ende 2020 mit Zustimmung der zuständigen Schweizer Behörden vollzogen. Der Zusammenschluss der beiden Mitbewerber UPC Schweiz und Sunrise ist für das Jahr 2021 vorgesehen. Dadurch soll ein einziger konvergenter Anbieter mit eigenem Gigabit-Breitbandnetz und eigenem Mobilfunknetz entstehen. Das kombinierte Unternehmen wird damit in die Lage versetzt, konvergente Bündelangebote basierend auf den eigenen Netzen anzubieten. Der Wettbewerbsdruck im Markt wird in der Folge weiterhin hoch bleiben.

Der Schweizer Telekommunikationsmarkt gliedert sich in die für Swisscom relevanten Teilmärkte Mobilfunk und Festnetz. Gesamthaft erzielt dieser ein Umsatzvolumen von schätzungsweise CHF 11 Mrd. Der Preisdruck bleibt in allen Märkten weiterhin hoch, so dass Swisscom im Telekommunikationsmarkt gesamthaft mit einem leicht rückläufigen Marktumsatz rechnet. Die Marktsättigung in allen Märkten intensiviert den bestehenden Verdrängungswettbewerb. Die einzelnen Teilmärkte sind von einer hohen Promotionstätigkeit der einzelnen Marktteilnehmer und einem entsprechenden Druck auf die Preise geprägt. 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 sind drei eigenständige, grossflächige Mobilfunknetze in Betrieb, auf denen die jeweiligen 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. Aufgrund der hohen Marktdurchdringung ist im Schweizer Mobilfunk eine Marktsättigung festzustellen. Aus diesem Grund stagniert die Anzahl der Mobilfunkanschlüsse (SIM-Karten) in der Schweiz bei rund 11 Mio. Die Durchdringung mit Mobilfunkanschlüssen liegt in der Schweiz weiterhin bei rund 125%. 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 77% (Vorjahr 75%). Der Marktanteil von Swisscom liegt bei 57% (Postpaid 57%, Prepaid 59%). Dies entspricht gegenüber dem Vorjahr einer Abnahme um 1,5 Prozentpunkte, die durch den anhaltenden Wettbewerbsdruck bedingt ist.

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 anderen Marktteilnehmern für das Produktangebot und zur Erbringung von Dienstleistungen zur Verfügung. Der leitungsgebundene Breitbandanschluss bildet die Grundlage für ein vielfältiges Produktangebot sowohl nationaler als auch global agierender Wettbewerber.

Breitbandmarkt

Infrastrukturen, die auf den Netzen von Telekommunikationsanbietern und Kabelnetzbetreibern beruhen, sind in der Schweiz die meistverbreiteten Zugangstechnologien für leitungsgebundene Breitbandanschlüsse. Ende 2020 hat die Anzahl der Retail-Breitbandanschlüsse in der Schweiz 3,9 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. Der Wettbewerbsdruck im Markt ist weiterhin hoch. Dem Wachstum der Breitbandanschlüsse der Telekommunikationsanbieter steht im Berichtsjahr 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, der Satellitenempfang sowie der Mobilfunk. Den Konsumenten ist es somit möglich, auf ganz unterschiedlichen Endgeräten fernzusehen. Der Schweizer TV-Markt ist geprägt von vielfältigen Angeboten der etablierten nationalen Marktteilnehmer. Zudem sind weitere nationale wie internationale Unternehmen mit ihren Angeboten auf dem Markt präsent. Diese bieten TV- wie auch Streaming-Dienste an, die sich unabhängig vom Internetanbieter über einen bestehenden Breitbandanschluss nutzen lassen. Die Wettbewerbsdynamik im gesättigten TV-Markt bleibt, getrieben durch die Vielzahl der unterschiedlichen Angebote, weiter hoch. Im zweiten Halbjahr 2020 hat Swisscom sämtliche Entertainment-Angebote, bestehend aus TV-Diensten, Bezahlfernsehen, Kinos sowie Nachrichten, in der Produktfamilie «Swisscom blue» zusammengeführt. Um die eigene Reichweite zu erhöhen, hat Swisscom zudem das bestehende Fernsehangebot um ein neues TV-Angebot (OTT) erweitert. Dadurch können Kunden anderer Anbieter neben TV-Diensten zusätzlich plattformunabhängig auf unterschiedlichen Geräten bezahlpflichtige Swisscom Abonnemente nutzen. Der weitaus grösste Teil der TV-Anschlüsse wird über das Kabel- oder das Breitbandnetz bereitgestellt. Swisscom hat ihren Marktanteil in den letzten Jahren kontinuierlich gesteigert. Sie ist Marktführerin und hat ihre Führungsposition per Ende 2020 dank eines Marktanteils von 37% weiter ausgebaut (Vorjahr 36%).

Markt der Festnetztelefonie

Die Festnetztelefonie basiert hauptsächlich auf den Festnetzanschlüssen der Telekommunikationsanbieter und der Kabelnetze. Die Nutzung der Festnetztelefonie nimmt kontinuierlich ab, da die Festnetztelefonie zunehmend durch den Mobilfunk substituiert wird. Diese Entwicklung hat sich 2020 fortgesetzt, und die Anzahl der Anschlüsse von Swisscom ist um rund 5% auf 1,5 Mio. gesunken.

Markt für Informatikdienstleistungen Schweiz

Der Markt für Informatikdienstleistungen (IT Services und Software) hat 2020 ein Umsatzvolumen von rund CHF 18 Mrd. erreicht. Aufgrund der Covid-19-Pandemie verlief die Entwicklung 2020 leicht rückläufig und Unternehmen verhielten sich bei IT-Investitionen zurückhaltend. Für die kommenden Jahre erwartet Swisscom, dass der Markt aufgrund der zunehmenden Digitalisierung gesamthaft wieder wächst. Es besteht allerdings weiterhin eine hohe Unsicherheit, wobei die gegenwärtigen Marktszenarien für 2021 ein leichtes Wachstum vorsehen. Swisscom erwartet das grösste Wachstum in den Bereichen Cloud, Sicherheit, Internet der Dinge (IoT) und bei den Business-Applikationen. Dieses Wachstum ergibt sich aus der zunehmenden Anzahl businessgetriebener ICT-Projekte sowie dem zunehmenden Bedarf an digitalen Geschäfts- und neuen Arbeitsmodellen. Swisscom stellt eine wachsende Bereitschaft seitens der Unternehmen fest, vermehrt externe Leistungen zu beziehen, um die erhöhte Komplexität und die zunehmende Transformation zu einer hybriden Cloud zu bewältigen. Weitere Wachstumstreiber sind ausserdem die steigende Bedrohungslage im Bereich der IT-Sicherheit sowie neue technologische Möglichkeiten im Bereich IoT (z.B. durch neue Sensoren und eine verbesserte Konnektivität). Die Kunden erwarten in der Regel branchen- und prozessspezifisch ausgerichtete Dienstleistungen mit entsprechender Beratung.

In einem schwierigen Marktumfeld hat Swisscom den Umsatz auf dem Niveau des Vorjahres gehalten. Daraus resultierte gegenüber 2019 ein leichter Anstieg im Marktanteil. Für diese Entwicklung war hauptsächlich die positive Entwicklung bei den Wachstumsthemen wie Cloud, Datacenter und Security Services verantwortlich, wo die Marktumsätze jeweils stiegen.

Entwicklung des italienischen Marktes für Telekommunikationsdienstleistungen Breitbandmarkt Italien

Dank eines stabilen Umsatzes von rund EUR 15 Mrd. einschliesslich Wholesale ist der italienische Festnetzmarkt der viertgrösste in Europa. Die Breitbandversorgung von Wohnungen und Geschäften ist in den vergangenen Jahren stetig gestiegen. Der Breitbandmarkt umfasst mehr als 16 Mio. Anschlussleitungen für vier grosse Wettbewerber und weitere kleinere Anbieter. Fastweb ist mit einem Marktanteil von 16% im Privatkundenbereich und 34% im Geschäftskundenbereich einer der grössten Festnetzbreitbandanbieter.

Mobilfunkmarkt Italien

Der italienische Mobilfunkmarkt weist ein Volumen von rund 78 Mio. aktiven SIM-Karten und einen Umsatz von insgesamt rund EUR 14 Mrd. auf. Wettbewerbs- und

Preisdruck sind beträchtlich. Trotz des schwierigen Umfelds ist die Kundenbasis von Fastweb im Mobilfunk um 12% auf 2,0 Mio. Kunden gewachsen. Der Marktanteil von Fastweb beträgt rund 3%.

Datenschutz

Die rechtskonforme und verantwortungsvolle Verarbeitung von personenbezogenen Daten genießt bei Swisscom einen hohen Stellenwert. Aus diesem Grund hat Swisscom im Berichtsjahr die Massnahmen zum Schutz von personenbezogenen Daten weiter ausgebaut und ein Framework zur Gewährleistung der Datenethik eingeführt.

Die Steuerung und Überwachung des Datenschutzes innerhalb von Swisscom erfolgt durch eine zentrale Data Governance-Stelle, die eng mit allen relevanten Geschäftsbereichen und anderen Stabsstellen zusammenarbeitet. Zur Sicherstellung einer angemessenen Data Governance hat die dafür zuständige Stelle im Berichtsjahr mehrere Weisungen und Merkblätter erlassen. Zudem wurden Mitarbeitende mit einer Data Governance-Funktion bei Swisscom funktionspezifisch

vertieft geschult. Entsprechende Lerninhalte entwickelten das Bewusstsein der übrigen Belegschaft hinsichtlich des Daten- und Geheimhaltungsschutzes weiter und schärfen es. Ausserdem weitete Swisscom die Prüfung von Systemen und Applikationen auf die Einhaltung von daten- und geheimhaltungsrechtlichen Anforderungen erheblich aus. Ferner trieb sie die Entwicklung von technischen Mitteln zur Unterstützung der Data Governance voran.

Swisscom hat im Berichtsjahr mit der Umsetzung des neuen Datenschutzgesetzes (DSG) begonnen. Das DSG regelt den Umgang mit personenbezogenen Daten. Es befand sich seit 2016 in Revision und wurde in revidierter Fassung im Herbst 2020 durch das Parlament verabschiedet. Wann das neue DSG in Kraft tritt, ist noch nicht bekannt. Swisscom geht von einem Inkrafttreten im Jahr 2022 aus.

Um die Datenethik zu gewährleisten, hat ein neu geschaffenes, divers zusammengesetztes Datenethik-Board unterschiedliche Fälle auf deren Übereinstimmung mit den ethischen Prinzipien von Swisscom überprüft. Das Framework zur Datenethik hat sich dabei bewährt und wird weitergeführt.

© Siehe unter www.swisscom.ch/datenschutz

Hier zum Interview



Ihre Zukunft ist unser Alltag.

Patrick Weibel

sorgt mit seinen Leuten dafür, dass Sie
immer auf dem besten Netz sind.

Von links: Barbara Pytlik, Klaus Liechti, Patrick Weibel

Hier zum Interview



Ihr Anliegen ist mein Anliegen.

Cloé Zähringer-Cela, Shopleiterin,
findet als engagierte Kundenberaterin
für alle die passende Lösung. ✖

Infrastruktur

Die Telekommunikationsnetze bilden das Fundament der digitalen Schweiz. Dies hat sich 2020 in der ausserordentlichen Lage eindrücklich gezeigt, als das wirtschaftliche sowie soziale Leben nahtlos aufrechterhalten werden konnte. Um dem steigenden Breitbandbedarf im Schweizer Fest- und Mobilfunknetz gerecht zu werden, investiert Swisscom weiterhin massiv in die Infrastruktur. Bis Ende 2021 sollen alle Schweizer Gemeinden von erhöhten Bandbreiten profitieren. Zudem baut Swisscom bis Ende 2025 die Glasfaserabdeckung bis in die Wohnungen und Geschäfte auf bis zu 60% aus. Bereits Ende 2019 hat Swisscom 90% der Schweizer Bevölkerung mit einer Basisversion von 5G 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

Netzinfrasturktur

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. Sie setzt auf eine intelligente Kombination unterschiedlicher Netztechnologien, damit die ganze Schweiz von den Möglichkeiten der digitalen Welt profitiert. Anfang 2020 verzeichnete Swisscom mehrere Netzausfälle. Swisscom hat diese einer gründlichen Analyse unterzogen und umgehend Sofortmassnahmen getroffen, um Störungen auf ein Minimum zu reduzieren. Höchste Priorität räumte Swisscom dabei den Notrufnummern ein. Gemeinsam mit den Blaulichtorganisationen wird mittels einer dynamischen Leitweglenkung dafür gesorgt, dass Notrufnummern jederzeit erreichbar sind. Gleichzeitig verbessert Swisscom kontinuierlich die Stabilität ihrer Netze und Services. So hat die Anzahl an Privatkunden, die von Unterbrüchen und Ausfallminuten betroffen waren, in den letzten Jahren abgenommen. Die Kundenzufriedenheit zeigt eine entsprechend positive Entwicklung.

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.

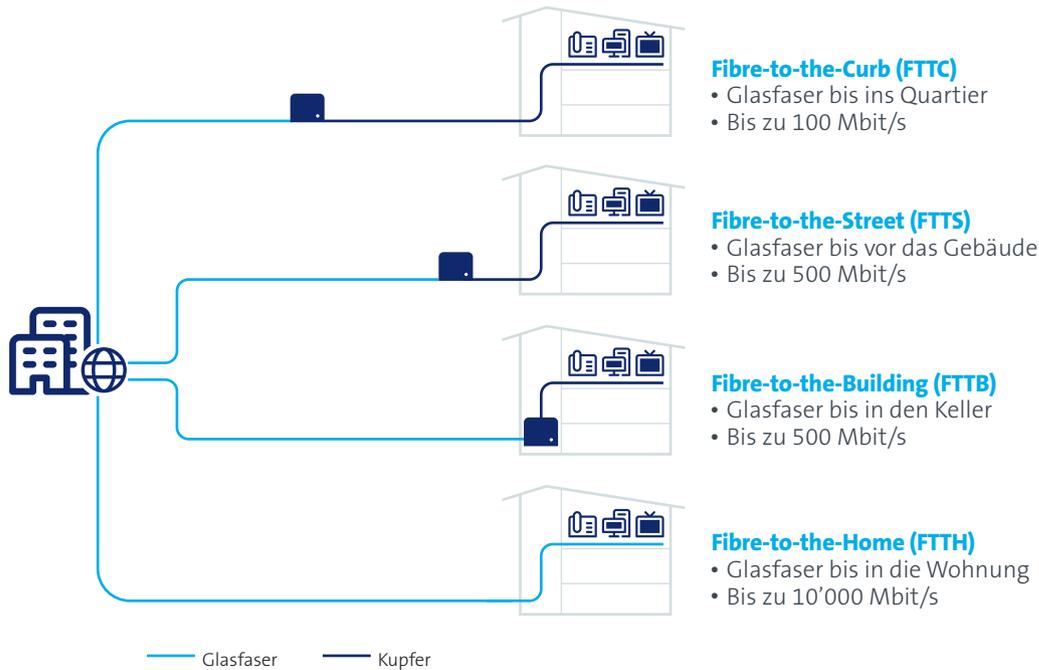
Internationale Spitzenposition dank kontinuierlichem Ausbau

Die Schweiz verfügt über eine der besten Informations- und 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 2019) liegt die Verfügbarkeit von Breitband in ländlichen Regionen der Schweiz deutlich über dem EU-Durchschnitt. Ende 2020 nutzten bereits über 4,4 Mio. oder 82% der Wohnungen und Geschäfte Bandbreiten von mehr als 80 Mbit/s. Über 3,1 Mio. oder 59% profitieren von Verbindungen mit mehr als 200 Mbit/s. Bei Geschwindigkeiten von 10 Gbit/s beträgt die Abdeckung rund 32%. Das Mobilfunknetz von Swisscom gehört im internationalen Vergleich zu den besten Netzen, was unabhängige Netztests – wie von connect, Ookla, PC Magazin oder CHIP – bestätigen. Es versorgt heute rund 99% der Bevölkerung mit 4G und 3G. Ebenfalls 99% der Bevölkerung verfügen über 4G+ mit bis zu 300 Mbit/s, 96% über 4G+ mit bis zu 500 Mbit/s und 55% über 4G+ mit bis zu 700 Mbit/s.

Netzausbau

Der Breitbandbedarf im Schweizer Fest- und Mobilfunknetz erhöht sich weiter. Um das hohe 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.

Bis Ende 2021 soll jede Schweizer Gemeinde von erhöhten Bandbreiten im Festnetz profitieren: Bis Ende 2021 verfügen rund 90% aller Wohnungen und Geschäfte schweizweit über eine Mindestbandbreite von 80 Mbit/s – rund 85% erreichen gar 100 Mbit/s oder mehr. Dafür setzt Swisscom auf einen Mix aus Glasfasertechnologien und konvergenten Ansätzen, die unterschiedliche Netztechnologien intelligent kombinieren.



Zudem soll sich bis Ende 2025 die Glasfaserabdeckung bis in Wohnungen und Geschäfte (FTTH) gegenüber 2019 nahezu verdoppeln. Dadurch verfügen bis zu 60% aller Wohnungen und Geschäfte über eine Bandbreite von bis zu 10 Gbit/s. Gleichzeitig modernisiert Swisscom in den kommenden Jahren kontinuierlich ihr bestehendes Netz, wodurch 90% der Wohnungen und Geschäfte eine Bandbreite von 300 bis 500 Mbit/s nutzen können. In ausgewählten Regionen verbessert sich die Breitbandversorgung dank der Bonding-Technologie laufend. Bonding kombiniert die Leistung des Fest- mit derjenigen des Mobilfunknetzes und ermöglicht dadurch ein deutlich besseres Kundenerlebnis.

Der Datenbedarf der Kunden steigt im Mobilfunknetz weiter: Im Berichtsjahr ist er um 29% gegenüber dem Vorjahr gewachsen. Daher – sowie aufgrund der strengen

gesetzlichen Rahmenbedingungen – muss das Mobilfunknetz durch neue Mobilfunkstandorte ausgebaut werden. Der Ausbau mit 4G+ schreitet weiter voran. Ein zentrales Thema für die Folgejahre ist für Swisscom der weitere Ausbau der fünften Mobilfunkgeneration 5G. Im Gegenzug ist die 2G-Technologie nur noch bis Ende 2020 zur Verfügung gestanden und wird danach innert weniger Wochen ausser Betrieb genommen. Swisscom nutzt die freigewordenen Kapazitäten für die effizienteren Technologien.

© 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.

50 Mal höheres Datenvolumen in acht Jahren

in Mio. Terabytes



Entwicklung Datenvolumen in Swisscom Netzen in Mio. Terabytes

Bereits seit 2015 arbeitet Swisscom gemeinsam mit Ericsson an der Einführung von 5G in der Schweiz. Swisscom hat 2019 als erste Anbieterin in Europa ein 5G-Netz in Betrieb genommen und baut es stetig aus. Aktuell versorgt sie 96% der Schweizer Bevölkerung mit einer Basisversion von 5G und stellt bereits in über 500 Orten die Version 5G+ zur Verfügung, die alle Vorteile von 5G beinhaltet. Der 5G-Ausbau geht mit Einschränkungen voran und erweitert das Netz schrittweise um notwendige Mehrkapazitäten.

Diesem Ausbau stehen Bedenken und Widerstände in der Bevölkerung gegenüber. Die Motive gegen den Ausbau sind sehr unterschiedlich, wobei die zugrundeliegenden Mutmassungen und Annahmen zu 5G in vielen Fällen einer faktischen Grundlage entbehren. Gerade im Berichtsjahr haben wichtige Expertenorganisationen wie die Weltgesundheitsorganisation (WHO), die Internationale Kommission zum Schutz vor nichtionisierender Strahlung (ICNIRP) oder die amerikanische Food and Drug Administration (FDA) erneut bestätigt, dass die international gültigen Grenzwerte einen sicheren Schutz vor schädlichen Auswirkungen von Mobilfunkmissionen gewährleisten. Diese Feststellung trifft ebenso für den neuen Standard 5G zu. Der Widerstand gegen den weiteren Mobilfunkausbau hat zu zahlreichen politischen Vorstössen auf kommunaler, kantonaler und nationaler Ebene sowie zu – teilweise rechtswidrig erlassenen – Moratorien geführt, die einen Stopp der Baubewilligungen fordern. Ebenso sind Volksinitiativen in Vorbereitung, deren Annahme Mobilfunk in der Schweiz allenfalls verunmöglichen würde. Bereits heute hat die Kontroverse um den Mobilfunk zahlreiche Vorhaben des Netzausbaus erheblich verzögert, wovon zusätzlich der Ausbau des 4G-Netzes betroffen ist.

Ferner schöpft die neue Technologie 5G ihre volle Leistungsfähigkeit aufgrund der strengen gesetzlichen Grenzwerte in der Schweiz aktuell nicht aus. Damit die

Schweiz die Möglichkeiten von 5G voll nutzen kann, müssen die umweltrechtlichen Rahmenbedingungen angepasst werden. Um den Informationsstand zu verbessern, informiert Swisscom auf ihren Kanälen und unterstützt den Branchenverband asut bei seinen Informationskampagnen: dies zuletzt durch die Gründung der Informationsplattform CHANCE5G.

© Siehe unter www.chance5g.ch

Das Internet der Dinge (IoT) verbindet längst eine Unzahl von Dingen und Geräten untereinander bzw. mit ihren Nutzern. Swisscom hat ihr IoT-Portfolio weiter ausgebaut und die dedizierten IoT-Technologien Narrow Band-IoT und LTE-M 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. «Data as a Service» rundet das Swisscom Portfolio ab und gestaltet dank Plug-and-play für IoT-Anwendungen den Einstieg in das IoT für viele Kunden noch einfacher.

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 9'000 Antennenstandorte mit anderen Betreibern. Swisscom verfügt per Ende 2020 über rund 6'100 Aussenanlagen und 2'900 Mobilfunkantennen in Gebäuden. Dank rund 6'600 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: Jede Mobilfunktechnologie lässt sich folglich auf den zur Verfügung stehenden Frequenzen übertragen. Im Jahr 2012 hat die Eidg. 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 und 3G 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 diese Frequenzen heute, um den Kunden Dienste über die Mobilfunktechnologien 5G, 4G und 3G anzubieten. Sie tut dies stets innerhalb der gesetzlichen Grenzwerte, die in der Schweiz an Orten mit empfindlicher Nutzung wie Wohnräumen, Schulen, Spitälern oder festen Arbeitsplätzen zehn Mal strenger sind als von der Weltgesundheitsorganisation empfohlen.

IT-Infrastruktur und Plattformen

Swisscom betreibt sechs grosse Datenzentren in der Schweiz. Die IT-Infrastruktur umfasst über 140'000 virtuelle und physische Server. In vier der sechs Datenzentren laufen die zentralen Telekommunikationsfunktionen für den Betrieb des Festnetzes und des Mobilfunknetzes zusammen. Ebenfalls vier Datenzentren (zwei Datenzentren haben eine Doppelfunktion) werden für den Betrieb von IT-Anwendungen eingesetzt. Dazu zählen sämtliche Business-Applikationen im Zusammenhang mit den Swisscom Dienstleistungen. Nicht nur die Bandbreite in den Netzen steigt kontinuierlich, sondern auch die Nutzung von Cloud-Diensten. Swisscom positioniert sich als vertrauenswürdige Anbieterin privater, öffentlicher und hybrider Cloud-Dienste und erweitert ihr Portfolio dank international renommierter Partner und Eigenentwicklungen.

Swisscom ist als zuverlässige IT-Partnerin mit einem breiten Serviceangebot positioniert. Auf Basis einer erweiterten Cloud-Strategie baut sie das Angebot im Bereich Cloud mit hybriden ICT-Services aus. Diese Services unterstützen Swisscom Kunden dabei, Hybrid- und Multicloud-Umgebungen aufzubauen und effizient zu betreiben. Mittels eines flexiblen Service-«Baukastens» geht Swisscom individuell und schnell auf die zahlreichen Bedürfnisse ihrer Kunden ein. Als Teil ihrer Strategie verstärkt sie die Zusammenarbeit mit den grossen Public Cloud-Anbietern (wie Amazon Web Services oder Microsoft Azure). Ausserdem erweitert sie auf dem Schweizer Markt etablierte Plattformen wie die Enterprise Service Cloud kontinuierlich mit neuen Container-basierten Services.

Der Wandel zu einer reinen Datenübertragung mittels Internet-Protokoll (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 Cloud-Plattformen konsequent, um interne sowie externe Kommunikationsdienste bereitzustellen. Dabei betreibt sie diese Cloud-Plattformen in ihren eigenen, geografisch redundant aufgebauten Datenzentren. Sie ermöglicht damit eine effiziente, automatisierte Nutzung und verbessert gezielt das Kundenerlebnis. Swisscom erweitert das bestehende Connectivity-Angebot um modernes Software Defined Networking (SDN), Managed Security und Managed LAN, wobei sie ein spezielles Augenmerk auf die Kombination moderner und etablierter Services legt. Während der Covid-19-Pandemie und angesichts der veränderten Bedürfnisse hat Swisscom ihren Kunden im Berichtsjahr kurzfristig cloudbasierte Services zur Verfügung gestellt, welche die Arbeit von Zuhause unterstützen. Im hohen Masse nutzten die Kunden Remote Access Services und Cloud Connectivity Services. 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 gewährleisten. Gleichzeitig reduziert der konsequente Abbau obsoleter Festnetztechnologie wie TDM (Time-Division Multiplexing) oder klassischer Datencenter-Infrastruktur die Komplexität und schafft Raum für neue Infrastruktur.

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

Netzinfrasturktur

Die Abdeckung mit festnetzbasiereten ultraschnellen Breitbandanschlüssen (UBB) hat in Italien beträchtlich zugenommen. Fastweb hat zu dieser Entwicklung durch umfangreiche Investitionen in die eigene Netzinfrasturktur erheblich beigetragen. Das ultraschnelle Breitbandnetz von Fastweb mit den Netztechnologien FTTH und FTTS kann von 8 Mio. Wohnungen und Geschäften genutzt werden, was einem Bevölkerungsanteil von 30% entspricht. Weiteren 10 Mio. Wohnungen und Geschäften bietet Fastweb UBB-Dienste auf Basis von Vorleistungen anderer Netzbetreiber an. Fastweb wird weiter in die eigene Netzinfrasturktur investieren und die UBB-Abdeckung bis 2026 auf 90% der Bevölkerung erhöhen. Dies soll einerseits mit der Anschlusstechnologie 5G Fixed Wireless Access (FWA) und andererseits mit dem Aufbau eines 5G-Mobilfunknetzes zusammen mit einem bestehenden Netzbetreiber erfolgen. Fastweb hat zur Erreichung dieser Zwecke die folgenden strategischen Partnerschaften begründet:

- Im November 2019 haben Fastweb und Linkem, ein etablierter Akteur im Bereich Fixed Wireless Access (FWA), eine Vereinbarung über eine langfristige Zusammenarbeit abgeschlossen. Die Partnerschaft basiert auf bestehenden Ressourcen (5G-Spektrum, Funkplanungskapazitäten, bestehende und neue Standorte). Sie soll die rasche, wirtschaftliche Markteinführung zweier unabhängiger 5G-FWA-Anschlussnetze ermöglichen, die 8 Mio. Wohnungen und Geschäften, in kleinen und mittleren Städten erreichen. Die Einführung soll bis Juni 2023 abgeschlossen sein. Im Juli 2020 haben beide Unternehmen ihre Zusammenarbeit auf weitere 4 Mio. Nutzungseinheiten in ländlichen Gebieten ausgedehnt. Die Markteinführung soll bis Juni 2024 abgeschlossen sein. Die

Vereinbarung sieht die gegenseitige Bereitstellung von Wholesale-Services vor. Vermögenswerte, Serviceleistungen und kommerzielle Angebote bleiben hingegen voneinander getrennt.

- Im August 2020 haben Fastweb, Telecom Italia (TIM) und die Private Equity Gesellschaft KKR eine Vereinbarung für die Gründung der FiberCop S.p.A. unterzeichnet. TIM bringt sein sekundäres Anschlussnetz (das von den Kabelverzweigern bis zu Gebäudekomplexen reichende Netz) ein. Weiter integrieren die Partner die gemeinsam von TIM (80%) und Fastweb (20%) gehaltene Gesellschaft Flash Fiber in die neue Gesellschaft. FiberCop wird das Anschlussnetz schrittweise mit der FTTH-Technologie aufrüsten. Bis 2025 wollen die Partner 14 Mio. Wohnungen und Geschäfte mittels FTTH erreichen, was einem Anteil von 56% der Bevölkerung entspricht. Flash Fiber ist 2016 von TIM und Fastweb gegründet worden, um gemeinsam in den 29 grössten Städten Italiens in die FTTH-Abdeckung zu investieren. Im Gegenzug zur Einbringung ihres 20%-Anteils an Flash Fiber in die neue Gesellschaft erhält Fastweb einen Anteil von 4,5% an FiberCop. Die anderen Anteile werden von TIM (58%) und KKR (37,5%) gehalten. Für den Vollzug der Transaktion ist eine Prüfung der Wettbewerbsbehörden ausstehend.

Informatikinfrastruktur

Fastweb betreibt vier grosse Datenzentren in Italien. Die IT-Infrastruktur umfasst rund 6'000 virtuelle und physische Server für den Eigenbedarf. Eines der Datenzentren wird von einem Technologiepartner geführt, der die Verantwortung für Aufbau und Weiterentwicklung des Zentrums sowie für die operativen Aspekte der IT-Infrastruktur von Fastweb trägt. Zwei Datenzentren werden hauptsächlich für das Geschäftskundensegment genutzt, wozu Housing-, Cloud- und andere ICT-verwaltete Dienste zählen.

Mitarbeitende

In einem sich rasant verändernden Umfeld setzt sich Swisscom stetig mit den Arbeitsformen der Zukunft auseinander. Gezielte Investitionen in die berufliche Entwicklung der Mitarbeitenden erhalten und verbessern nachhaltig deren Arbeitsmarktfähigkeit und die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens. Ende 2020 hat Swisscom 19'062 Mitarbeitende in Vollzeitstellen beschäftigt, davon 16'048 oder 84% in der Schweiz. Zudem bildet Swisscom in der Schweiz rund 900 Lernende aus.

Mitarbeitende in der Schweiz

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 zu erweitern und zu ergänzen, um auch in Zukunft über die erforderlichen Kompetenzen und Ressourcen zu verfügen. Für die Mitarbeitenden wiederum ist es zentral, sich laufend weiterzuentwickeln und weiterzubilden. Deshalb gewährt Swisscom allen Mitarbeitenden pro Jahr fünf Weiterbildungstage. Über die One Swisscom Academy bietet Swisscom eine breite Palette an Schulungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten an. Die Academy setzt mehrheitlich auf digitalisierte Lernmethoden, dank derer die Mitarbeitenden sich Wissen zeit- und ortsunabhängig aneignen. Diese Angebote sind darauf ausgerichtet, die Arbeitsmarktfähigkeit der Mitarbeitenden zu stärken.

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 98,1% ein unbefristetes Anstellungsverhältnis (Vorjahr 98,7%). Der Anteil an Teilzeitbeschäftigten betrug 21,4% (Vorjahr 20,1%). Die Fluktuationsrate unter den Mitarbeitenden in der Schweiz belief sich auf 7,8% (Vorjahr 6,8%) des

Personalbestands. Weiterführende Informationen zu Personalthemen enthält der Nachhaltigkeitsbericht.

© Siehe unter www.swisscom.ch/nachhaltigkeit

Die Covid-19-Pandemie hat das Unternehmen und die Mitarbeitenden vor eine Vielzahl von Herausforderungen gestellt. Deshalb rief Swisscom eine Covid-19-Taskforce ins Leben, um schnelle, den Entwicklungen entsprechende Entscheidungen zu fällen, Schutzmassnahmen für die Mitarbeitenden zu beschliessen und transparent zu informieren. Nach Aufkommen des Virus waren innert kürzester Zeit über 80% der Mitarbeitenden in der Lage, zeitweise von zu Hause aus zu arbeiten. Die Umstellung funktionierte gut, da Swisscom bereits vor der Covid-19-Pandemie hinsichtlich der Arbeit aus dem Homeoffice schweizweit eine Vorreiterrolle eingenommen hatte. Gemäss den Resultaten einer internen Umfrage schätzen die Mitarbeitenden die Möglichkeit, vom Homeoffice aus zu arbeiten. Swisscom wird dieses Arbeitsmodell in Zukunft daher weiter fördern und erweitern. Die Swisscom Mitarbeitenden wurden zudem mit aktuellen Informationen und Angeboten durch die Covid-19-Pandemie begleitet. Dazu gehörten u.a. laufend aktualisierte Informationen im Intranet oder die interne Anlauf- und Beratungsstelle Care Gate. Obwohl in einigen Geschäftsbereichen die Auftragslage aufgrund der Covid-19-Pandemie zurückging, hat Swisscom grösstenteils darauf verzichtet, Kurzarbeit zu beantragen, sondern hat sich zum Ziel gesetzt, die Ressourcen intern zu reallozieren. Dies ist gelungen, mit Ausnahme der Kitag Kinos, die während längerer Zeit komplett geschlossen blieben.

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 Tochtergesellschaften cablex AG sowie Swisscom Directories AG (localsearch) handeln mit den Sozialpartnern einen eigenen GAV aus. 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. Ende Dezember 2020 waren dem GAV Swisscom unverändert 81% der Belegschaft in der Schweiz unterstellt. Der GAV beinhaltet fortschrittliche Anstellungsbedingungen und Leistungen wie bspw. 5 Weiterbildungstage pro Jahr, 10 Tage Ferienkauf, 18 Wochen Mutterschaftsurlaub sowie 3 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 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 fortschrittliche Arbeitsmodelle wie den schrittweisen Teilaltersrücktritt. 2020 haben 80% (Vorjahr 83%) der vom Stellenabbau betroffenen Mitarbeitenden vor Ablauf des Sozialplan-Programms eine Anschlusslösung gefunden. Für Mitarbeitende mit Kaderverträgen besteht ebenfalls eine Regelung, die sie im Falle von Restrukturierungen bei der beruflichen Neuorientierung unterstützt.

Entlöhnung der Mitarbeitenden

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 ab. Er bemisst sich an der Erreichung übergeordneter Ziele wie finanzieller Kenngrössen, an der Kundenloyalität sowie der Umsetzung der Strategie von Swisscom. Ausführungen zur Vergütung der Mitglieder der Konzernleitung sind im Kapitel Vergütungsbericht enthalten.

Swisscom und ihre Sozialpartner haben 2020 eine Vereinbarung über die Lohnrunde im Berichtsjahr getroffen. Mit Wirkung ab April 2020 erfolgten für GAV-Mitarbeitende Lohnerhöhungen im Umfang von 1,0% der Lohnsumme. Die Löhne wurden leistungsabhängig angepasst. Mitarbeitende mit Löhnen im Einstiegs- bzw. Marktbereich erhielten bei entsprechender Leistung eine Lohnerhöhung von mindestens 0,3%. 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 um 0,95%.

Interne Personalentwicklung und externer Arbeitsmarkt

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. 2020 hat jeder Mitarbeitende von Swisscom im Durchschnitt 2,9 Tage für Lernen, Trainieren und Entwickeln aufgewendet. Es ist zudem erklärtes Ziel, möglichst viele Stellenbesetzungen Swisscom intern vorzunehmen. Wo dies nicht möglich ist, wird extern rekrutiert. Dabei steht Swisscom im Kampf um die besten Talente – besonders in den IT-Berufen – in Konkurrenz zu nationalen und internationalen Unternehmen. Der Mangel an Fachkräften macht sich auf dem Schweizer Arbeitsmarkt aktuell in erster Linie im Berufsfeld der sogenannten DevOps-Ingenieure bemerkbar. Diese Ingenieure verfügen über ein Fähigkeitsprofil, das für die Wettbewerbsfähigkeit im ICT-Markt zentral ist und Swisscom dabei unterstützt, agil zu werden und rasch auf sich verändernde Märkte zu reagieren. Obwohl der schweizerische Arbeitsmarkt nach wie vor Priorität hat,

hat sich Swisscom entschieden, im Berichtsjahr – zusätzlich zum bestehenden Center in Rotterdam – in Riga ein DevOps-Center zu eröffnen. Das Hauptziel ist es, bei Bedarf neben dem schweizerischen Arbeitsmarkt auch den Zugang zu internationalen Talenten zu erhalten.

Mitarbeitendenzufriedenheit

Swisscom Mitarbeitende geben im Rahmen der Umfrage Pulse eine Rückmeldung zu unterschiedlichen Fragen rund um ihre persönliche Arbeitssituation ab. Die Ergebnisse und die Kommentare, in denen Mitarbeitende ihre Einschätzung präzisieren, stehen in Echtzeit allen Mitarbeitenden zur Verfügung. Sie gestatten es jeder und 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. Die 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 der Umfrage 2020 nahmen insgesamt 74% der Mitarbeitenden teil (2019: 70%). Mehr als 90% der an der Umfrage teilnehmenden Mitarbeitenden gaben an, Swisscom mit hoher Wahrscheinlichkeit als Arbeitgeberin weiterzuempfehlen.

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 0,97% auf 1,06% 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 bildet in der Schweiz über 900 Lernende aus. Absolvierende von Fachhochschulen und Universitäten sammeln im Rahmen eines Step In-Praktikums oder als Trainee erste berufliche Erfah-

rungen. Swisscom ist in allen Sprachregionen der Schweiz vertreten. Sie legt Wert darauf, dass die unterschiedlichen Sprachen in allen Bereichen angemessen vertreten sind, und bietet entsprechend sowohl Lehrstellen als auch Praktikumsstellen und Talentprogramme für alle Sprachregionen an.

Mitarbeitende in Italien

Die gesetzlichen Arbeitsbedingungen in Italien beruhen auf dem Gesamtarbeitsvertrag (Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro, CCNL), einem staatlichen Tarifvertrag. Der CCNL legt die Arbeitsbedingungen zwischen 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.

Für die dem CCNL unterstellten Mitarbeitenden gilt eine wöchentliche Arbeitszeit von 40 Stunden. Zu den Leistungen des staatlichen Tarifvertrags gehören ferner 5 Wochen Ferien, ein Mutterschaftsurlaub von 20 Wochen sowie 1 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. 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 einer mit den Gewerkschaften im Jahr 2001 abgeschlossenen Vereinbarung festgehalten sind: flexible Bürozugangszeiten, Smart Working und Homeoffice sowie für Mütter Wunschschichten oder vorübergehende Teilzeittätigkeiten.

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 mit den Gewerkschaften vereinbarten Modell ausgerichtet. Fastweb hält sich an den vom CCNL festgelegten gesetzlichen Mindestlohn.

Hier zum Interview



Für packende Filmabende.

Markus Gisi, Programmverantwortlicher blue TV,
bietet Ihnen jederzeit beste Unterhaltung.

Hier zum Interview



Für unser aller Zukunft.

Saskia Günther, Leiterin Nachhaltigkeitsteam,
sorgt dafür, dass Swisscom
Weltmeisterin in Nachhaltigkeit bleibt.

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. Die grösste Neuerung im Berichtsjahr war die Schaffung der Produktfamilie «Swisscom blue», welche die bislang unter unterschiedlichen Marken auftretenden Entertainment-Angebote in einer Erlebniswelt verbindet.

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 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 Netzinfrastruktur, beste Erlebnisse, Unterhaltung, ICT und Digitalisierung.

In der Schweiz bietet Swisscom Produkte und Dienste aus dem Kerngeschäft unter der Hauptmarke 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. 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.

Hauptmarke



Neue
Produktfamilie



Zweitmarke



Drittmarken



Weitere Marken
(Auszug)



Markenportfolio Swisscom

Die Gesellschaft, die Technologie und das Umfeld verändern sich immer rascher. Eine Marke muss diese Veränderungen aufnehmen und gleichzeitig Orientierung und Stabilität bieten. Vision, Werte und das Swisscom Versprechen definieren die Positionierung der Marke Swisscom. Um ihre Marke intern wie extern zu beleben, hat Swisscom die Markenplattform «bereit» geschaffen. 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 bzw. bereitet sie darauf vor, die vernetzte Zukunft einfacher zu nutzen.

Ein markenstrategischer Entscheid hat das Berichtsjahr wesentlich geprägt: die Bündelung des Entertainment-Angebots in der Produktfamilie «Swisscom blue». Bislang traten Cinetrade, Teleclub, Kitag Kinos und Bluewin als eigene Marken auf. Für die Kunden war die Verbindung zu Swisscom wenig erkennbar. Deshalb hat Swisscom diese Marken im Berichtsjahr aufgelöst und das gesamte Entertainment-Angebot in der Produktfamilie «Swisscom blue» gebündelt. «Swisscom blue» umfasst blue TV (vormals Swisscom TV), blue Cinema (vormals Kitag Kinos) und blue News (vormals Bluewin). Die Leistungen von Teleclub fungieren neu unter blue+. Die Bündelung verdeutlicht den Zusammenhang zwischen den einzelnen Angeboten, ermöglicht neue Angebote und lädt die Marke Swisscom mit noch mehr Attraktivität und Dynamik auf. All dies erfolgt im Einklang mit der One-Brand-Strategie von Swisscom. Das Design von «Swisscom blue» setzt stark auf die bekannteste Markenfarbe Blau und vermittelt den Eindruck von Licht, der im bestehenden Corporate Design eine zentrale Rolle spielt.

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 stets als Schweizer Unternehmen 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 dem neunten Rang platziert. Sie zählt somit zu den wertvollsten Schweizer Marken. Ihr Markenwert beträgt gemäss Brand Finance rund CHF 5 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 den eigenen 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 bzw. SMS. inOne lässt sich daher einfach den persönlichen Bedürfnissen anpassen.

Ebenso baut Swisscom das Mobilfunkabonnement inOne mobile kontinuierlich aus. Dank inOne mobile profitieren Kunden von einer unlimitierten Nutzung des Smartphones in der Schweiz. Zudem hat Swisscom als erste Anbieterin in der Schweiz 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.

Stark gewachsen ist 2020 auch die Heimvernetzung (Smart Home) zur Steuerung von Licht, Musik oder Alarmanlagen. Ende 2020 nutzten 250'000 Kunden (+39%) rund 340'000 Geräte über die Swisscom Home App. Damit waren fast drei Mal mehr Geräte verbunden wie ein Jahr zuvor.

Im Bereich Entertainment hat Swisscom im September 2020 «Swisscom blue» lanciert. «Swisscom blue» bietet ein übergreifendes Entertainment-Erlebnis mit neuen Angeboten, neuen Inhalten und der Freiheit, überall darauf zugreifen zu können. Die Basis des neuen Angebots bildet blue TV, das beliebteste TV der Schweiz. Es ist einerseits wie bisher über die Swisscom Box (oder deren

Vorgängermodelle) verfügbar, andererseits über eine App für jedes Smartphone und Tablet, einen Webplayer für den Laptop auf blue.ch sowie über eine Smart TV-App auf Geräten der Marke Samsung sowie in Kürze weiterer Hersteller wie LG. Ebenfalls ist die App mit dem vollständigen Angebot von blue+ auf den TV-Boxen von upc TV erhältlich. blue TV ist damit nicht nur für Swisscom Kunden, sondern ebenso für Kunden anderer Kabelnetz-anbieter zugänglich.

Das breiteste Angebot von blue TV ist weiterhin nur in Kombination mit der Swisscom Box erhältlich. Denn nur die Swisscom Box (oder ihr Vorgängermodell, die UHD-Box) integriert neben dem klassischen Fernsehen die attraktiven Streaming-Angebote von Netflix, Sky, OCS, Spotify, DAZN, YouTube und vielen weiteren Anbietern. Ausserdem bietet die Swisscom Box neu ab sofort Zugang zu Prime Video, dem Streaming-Dienst von Amazon, sowie zu den Kanälen von MySports, die unter anderem die Spiele der höchsten Schweizer Eishockeyligen übertragen.

Über ihre weiteren Marken Wingo, Coop Mobile und M-Budget zielt Swisscom auf Kunden, die nicht die Servicequalität und das umfassende Angebot der Swisscom Produkte wünschen. Bei M-Budget und Wingo profitieren Kunden von einfachen, attraktiven Mobilfunk- sowie Internet- und 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 laufend ihre Serviceangebote. 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 ihre 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 Authentisierungs-lösungen sowie um-

fassende, auf Banken zugeschnittene Dienstleistungen. 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 dank Smart Business Connect eine individuelle, mit Zusammenarbeitsfunktionen und Netzwerklösung ergänzte Kommunikationslösung. Beide Kombiangebote enthalten integrierte Services wie etwa eine Internetausfallsicherung und lassen sich mit blue TV, blue TV Public oder mit blue TV Host für Hotels und Heime ergänzen. Ebenso sind KMU auf eine zuverlässige IT-Infrastruktur für ihren Geschäftsbetrieb angewiesen. Denn die IT-Infrastruktur wird je länger, desto stärker zur Lebensader eines jeden Unternehmens. KMU sind darauf angewiesen, dass die IT durchgehend einwandfrei funktioniert und sich jederzeit einfach und flexibel den Markt- und Unternehmensveränderungen anpassen lässt. In diesem Sinne bietet Smart ICT 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. Im Berichtsjahr hat Swisscom das ICT-Assessment sowie My Service Business als neue Services für KMU in der digitalen Welt lanciert und das Cloud Portfolio mit Microsoft Azure ergänzt, um Kundenbedürfnisse noch individueller anzusprechen. Durch den Infokanal sowie den Inhouse Channel bringt blue TV Host neu Infotainment-Angebote in Hotels und Heime. Mobilfunkabonnemente, die auf die Bedürfnisse von Geschäftskunden ausgerichtet sind, sowie Software und Webdienste runden das KMU-Portfolio ab.

Swisscom stellt KMU zudem 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). Darüber hinaus betreibt localsearch die Verzeichnisse local.ch, mit einer Buchungsplattform für 4'500 Restaurants, und search.ch. Über die Swisscom Broadcast AG bietet Swisscom Rundfunkdienste an, die von plattformunabhängigen Diensten für Kunden im Medienbereich bis zu Betriebs- und Sicherheitsfunk reichen. Weiter bietet Swisscom über die calex AG im Telekommunikationsbereich Leistungen rund um den Bau und Unterhalt der Netzinfrastruktur an.

Wholesale

Swisscom stellt entsprechend den Bedürfnissen ihrer Kunden eine Vielzahl an kupfer- und glasfaserbasierten Anschlussstypen zur Verfügung. Die Dienste Carrier Ethernet Service, Carrier Line Service und Mietleitungen FMG von Swisscom Wholesale ermöglichen Fernmelde-diensteanbietern 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. Ferner bietet Swisscom Wholesale Basisangebote für die Verbindung von Fernmeldeanlagen und -diensten (Interkonnektion) und stellt ihren Kunden Infrastrukturprodukte wie die Mitbenutzung von Kabelkanalisationen oder des Mobilfunknetzes zur Verfügung. Darüber hinaus erschliesst Swisscom Wholesale fortschrittliche Geschäftsfelder im OTT-Bereich.

Produkte und Dienstleistungen in Italien

Im Privatkundensegment hat Fastweb sein Fixed-Mobile-Konvergenzgeschäft sowie seinen Go-to-Market-Ansatz durch einen Schwerpunkt auf Transparenz und Einfachheit weiter gestärkt. Damit behauptete das Unternehmen seine führende Position hinsichtlich der Kundenzufriedenheit bei Festnetzanschlussdiensten und erreichte bei Mobilfunkkunden ebenso eine hohe Platzierung.

Im Geschäftskundensegment verteidigte Fastweb ihre führende Position, besonders bei grossen Unternehmen (Fastweb Marktanteil von 34%) und bei der öffentlichen Verwaltung (Fastweb Marktanteil von 40%), wo das Unternehmen den Zuschlag bei wichtigen öffentlichen nationalen Rahmenverträgen für Wireline- und ICT-Dienste erhielt. Zur Erweiterung der Angebote im ICT- und Sicherheitsmarkt erwarb Fastweb 2020 100% an Cutaway und 70% an 7Layers. Dank Cutaway erweitert Fastweb ihr Angebot für End-to-End-Cloud-Lösungen und ist nunmehr von den Lösungen von Drittanbietern unabhängiger. Die Übernahme von 7Layers steigert die Kapazitäten in Bezug auf Cybersicherheit (hochwertige Dienstleistungen). Damit baut Fastweb die Kundenbasis und das Portfolio weiter aus. Im Bereich Wholesale bietet Fastweb anderen Telekommunikationsunternehmen UBB-Leistungen für deren Privat- und Geschäftskunden an.

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 Residential Customers** misst durch repräsentative Befragungen die Zufriedenheit und Weiterempfehlungsbereitschaft. Es befragt Anrufer der Swisscom Hotline und Besucher der Swisscom Shops regelmässig zu Wartezeit und Freundlichkeit des Personals. Zudem befragen Produktstudien regelmässig Käufer und Anwender zu Zufriedenheit, Service und Qualität der Produkte.
- Das **Segment Business 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

Globaler Wettbewerb, neue Technologien und veränderte Kundenbedürfnisse führen zu einem immer schnelleren Wandel. Swisscom investiert laufend in die Entwicklung neuer Produkte und Services für ihre Kunden, optimiert ihre Prozesse und sichert sich so langfristig ihre Marktposition.

Innovation als wichtige Treiberin

Innovation gewinnt seit Jahren stetig an Bedeutung. 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.

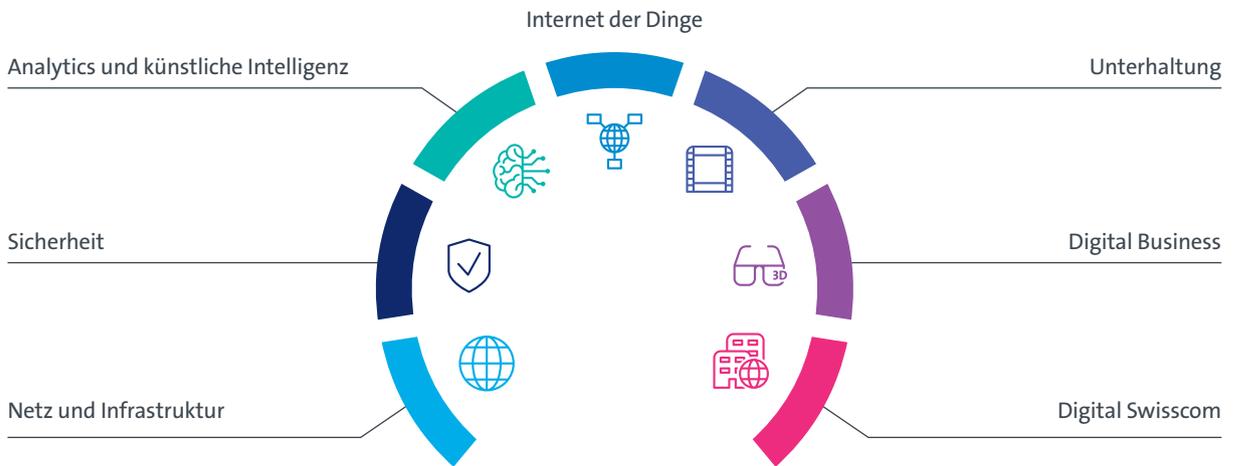
Im Silicon Valley und in Schanghai betreiben Swisscom Outposts Technologiescouting und -transfer für Swisscom. Swisscom Ventures vernetzt Start-ups mit den Geschäftseinheiten von Swisscom, um so Innovationsimpulse zu setzen. Investitionen in über 65 Jungfirmen haben seit 2007 dazu beigetragen, bereits mehr als 1'000 Arbeitsplätze in der Schweiz zu schaffen und den Wirtschaftsstandort Schweiz weiter zu stärken. Im Berichtsjahr hat

Swisscom Ventures in sieben neue Unternehmen und zehn Folgeinvestitionen in bestehende Beteiligungen investiert. 2018 hat Swisscom Venture zudem den Digital Transformation Fund lanciert. Swisscom StartUp unterstützt Start-ups und Unternehmer in der Schweiz durch Beratung, Vergünstigungen bei IT- und Cloud-Diensten, Know-how von Experten, Coaching-Programme, Finanzierung und Community Events. Die Swisscom StartUp Challenge 2020 hat sich dem Thema 5G gewidmet. Start-ups oder Forschungsteams konnten sich für eine Partnerschaft mit Swisscom oder eine Finanzierung durch Swisscom Ventures qualifizieren und erhielten ein Mentoring durch Swisscom, Venturelab, Ericsson und Qualcomm. Schliesslich unterstützt das interne Intrapreneurship-Programm Kickbox den unternehmensinternen Innovationsprozess, indem es Mitarbeitenden Instrumente, einen klaren Prozess und Ressourcen für Innovationsprojekte zur Verfügung stellt. 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 einzuführen und ihren Kunden als erste Anbieterin neue Entwicklungen zur Verfügung zu stellen.

Mobilfunk

Im Jahr 2020 hat Swisscom die 5G-Einführung weiterhin stark vorangetrieben. Sie entwickelte unter anderem eine 5G-Inhouse-Lösung, die das Netz der Zukunft direkt in die Gebäude bringt und Nutzer direkt von der modernen Technologie profitieren lässt. Im April 2020 nahm Swisscom im Swisscom Shop im Bahnhof Luzern sowie in der Luzerner Bahnhofshalle die ersten Schweizer 5G-Inhouse-Installationen in Betrieb. Die eingesetzte 4x4 MIMO-Technologie (Multiple Input Multiple Output) erhöht die Geschwindigkeit und Kapazität des Netzes enorm. Zudem hat Swisscom auf einer Teststrecke am Walensee erforscht, wie sich die 5G-Mobilfunkversorgung in Zügen mithilfe eines Antennenkorridors entlang des Bahntrassees deutlich verbessern lässt. Dabei erzielte sie einen Durchbruch und erreichte in einem fahrenden Zug über 1 Gbit/s Downloadgeschwindigkeit mit Reaktionszeiten von nur 8 Millisekunden.

Festnetz

Die Weiterentwicklung digitaler Anwendungen wird den Breitbandbedarf in den kommenden Jahren ähnlich wachsen lassen wie in den Jahren zuvor. So hat sich der Bedarf innert zehn Jahren mehr als verzehnfacht. Deshalb investiert Swisscom kontinuierlich in den Netzausbau und setzt dabei auf neueste fortschrittliche Technologien. So stellt sie die digitale Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz auf einem hohen Niveau sicher. Swisscom hat auf diesem Weg im Berichtsjahr einen nächsten Meilenstein erreicht: Als erstes Telekommunikationsunternehmen der Welt erzielte sie im Anschlussnetz in einer realen Netzumgebung eine Bandbreite von 50 Gbit/s im Download bzw. 25 Gbit/s im Upload. Swisscom schätzt, dass die entsprechende Technologie in etwa zwei Jahren Marktreife erreicht hat und sich dann im Alltag einsetzen lässt.

Internet der Dinge (IoT)

Smart Life

Das Innovationspotenzial des IoT beschleunigt lukrative Geschäftsmodelle, automatisierte Prozesse sowie die Schaffung von neuartigen Kundeninteraktionen und intelligenten Produkten. Im Rahmen unterschiedlicher Formate unterstützt Swisscom Unternehmen wie Start-ups, den Einstieg ins IoT zu meistern und das IoT weiterzuentwickeln. Gleichzeitig gewinnt IoT für Privatkunden im smarten Zuhause oder unterwegs an Bedeutung. So steuert die Swisscom Home App bereits über 50 Geräte von acht Herstellern – darunter Geräte führender internationaler Hersteller wie Philips Hue und Sonos, aber auch Schweizer Hersteller wie myStrom. Zudem hat Swisscom die Funktionalität der Home App erweitert und bspw. neue Regeltypen eingeführt. So schaltet sich

das Licht automatisch aus, sobald der Nutzer das Zuhause verlässt, und schaltet sich kurz vor Sonnenuntergang automatisch ein. Zudem gestaltet der Swisscom Voice Assistant die Steuerung smarterer Geräte noch einfacher und vielfältiger. Neu lassen sich smarte Haushaltsgeräte wie der iRobot Staubsaugerroboter über die App steuern. Der neue Swisscom Smart Switch ist ein optimales Einsteigerprodukt für alle Nutzer, die Interesse an Smart Home-Anwendungen haben.

Analytics und künstliche Intelligenz

Einsatz künstlicher 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 statt über die klassische Zifferneingabe künftig über eine KI-basierte Spracherkennung. Damit lassen sich Kundenanliegen schneller erkennen und die Kunden direkt an den passenden Agenten weiterleiten. Bei einem Wiederanruf mit offenem Störungsticket erfolgt ein direktes Routing an einen passenden Agenten: Der Kunde muss sein Anliegen folglich nicht erneut erläutern, bevor er weitergeleitet wird. Den in den schriftlichen Kanälen eingesetzten, durch KI unterstützten Chatbot optimiert Swisscom hinsichtlich der Nutzererfahrung und Automatisierungsrate laufend. Neu nutzt der Chatbot ein kundenzentrisches Erkennungsmodell für die Anliegen.

Sicherheit

Ausbau Security-Plattform

Sicherheit ist Bestandteil der Swisscom Werte und Kultur. Die Bedrohungen aus dem Internet nehmen laufend zu und werden immer intelligenter. Viele Prozesse und Geschäftsmodelle in heutigen Unternehmen sind vollständig IT-basiert und werden dadurch zu attraktiven Zielen für Angreifer. Durch die Verknüpfung von professionellen Sicherheitsdienstleistungen, Fähigkeiten, Prozessen und Hilfsmitteln bietet Swisscom eine höchst effektive Sicherheit und somit den bestmöglichen Schutz für ihre Kunden, Anspruchsgruppen und das eigene Unternehmen. Für Geschäftskunden bietet Swisscom im Rahmen von Managed Security Services dedizierte Dienstleistungen an, um die Infrastruktur zu überwachen und zu schützen. Swisscom hat durch die Übernahme der United Security Provider AG im Jahr 2019 den Bereich Cybersecurity weiter gestärkt. Der für 2021 geplante Ausbau der Security-Plattform gewährleistet, dass die Sicherheitsleistungen von Swisscom stets auf der neusten Technologie beruhen und den Kunden einen 360-Grad-Schutz bieten. Das neue Dashboard mit erweiterten Selfcare-Services versetzt Kunden in die Lage, auf der Security-Plattform fortan einfache Anliegen rasch und unkompliziert zu erledigen: also z.B.

bestimmte Websites für ihre Mitarbeitenden zu sperren oder die eigene Leitungsauslastung zu überprüfen. Dadurch verbessert Swisscom den Kundenservice und verfügt über mehr Zeit, sich komplexen Kundenanliegen zu widmen.

Unterhaltung

Lancierung von «Swisscom blue»

Swisscom hat im Berichtsjahr alle Entertainment-Angebote unter der neuen Produktfamilie «Swisscom blue» vereinigt. Die Angebote sind nun auf allen Devices verfügbar. So lässt sich blue TV nicht nur auf der Swisscom Box, Smartphone- und Tablet-Apps und einem Webplayer, sondern neu auf einer Smart TV-App für Samsung-Geräte empfangen. Apps für weitere Hersteller wie LG folgen. Ferner ist blue TV auf den Geräten der Wettbewerber, z.B. auf den TV-Boxen von UPC, verfügbar. Weiter bietet die Swisscom Box zusätzlich zu den Streaming-Angeboten von Netflix, Sky, OCS, Spotify, DAZN und YouTube neu einen Zugang zu Amazon Prime. Ebenso setzt «Swisscom blue» im Bereich Gaming & eSport neue Akzente und baut die Swisscom Box schrittweise zu einer Gaming-Plattform aus. Erstmals ist Twitch, die führende Streaming-Plattform für Live-Gaming und eSport, auf einer Schweizer TV-Plattform verfügbar.

Digital Swisscom

My Swisscom App

2020 hat Swisscom erneut weitere Schritte unternommen, um ihr Netz, ihre Arbeitsplätze und ihre Prozesse zu digitalisieren und ihre Rolle als führende Dienstleisterin unter den Schweizer Telekommunikationsanbietern zu festigen. So steht seit April 2020 die neue My Swisscom App im Google Play Store und im Apple App Store zum Download bereit. Durch den frischen Look, das vereinfachte Login durch Fingerabdruck oder Gesichtserkennung sowie die personalisierten Inhalte auf der Startseite ermöglicht die App den einfachsten Zugang zu Swisscom. Sie bietet einen Überblick zu laufenden Kosten, Rechnungen und Aufträgen, erlaubt die Verwaltung und Anpassung von Abonnementen und Produkten, gibt Informationen zu Störungen und Wartungen sowie die Möglichkeit, direkt mit Swisscom in Kontakt zu treten – und zwar via Chat, Nachricht oder Rückruf-Funktion. Weitere Neuerungen folgen: So plant Swisscom, einen Chatbot in der My Swisscom App zu integrieren und die Kommunikation zum Arbeitsfortschritt bei gemeldeten Störungen noch transparenter zu gestalten.

Digital Business

Im Innovationsfeld Digital Business hat Swisscom 2020 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. Die Schwerpunkte der Swisscom Digital Business Unit (DBU) liegen bei digitalen Diensten für KMU über localsearch (Swisscom Directories AG), Aktivitäten im FinTech-Bereich sowie Blockchain-basierten Services. Sie erforscht zudem kontinuierlich weitere Segmente, die Relevanz für ihre Tätigkeiten erlangen könnten.

Swisscom Directories AG (localsearch)

Heute müssen selbst kleine KMU in der Online-Welt konkurrenzfähig sein. Die Swisscom Tochtergesellschaft Swisscom Directories AG (localsearch) bietet daher effiziente Marketingprodukte an, die sich an den Bedürfnissen des KMU-Segments ausrichten. Im Vordergrund stehen dabei einfache, günstige und zeitsparende Lösungen für den Erfolg des Schweizer Gewerbes in der digitalen Welt. Dank Produkten von localsearch werden KMU online gefunden, gewinnen Neukunden und binden bestehende Kunden an sich. Daher bringt localsearch die fünf Grundsätze des digitalen Marketings zu den Schweizer KMU: gesehen, gefunden, gebucht, gekauft, geliked. Darüber hinaus betreibt localsearch die populären und reichweitenstarken Verzeichnisse local.ch und search.ch.

FinTech

Der Bereich FinTech der Digital Business Unit setzt den Fokus auf die Themengebiete Digital Assets und Trust Services. Im Segment Digital Assets arbeitet Swisscom gemeinsam mit der daura AG (Minderheitsbeteiligung) und der Custodigit AG (Tochtergesellschaft) an der Zukunft der Schweizer Finanzinfrastruktur. Über die digitale Aktienplattform der daura AG lassen sich das bestehende Aktienbuch einfach digitalisieren und Kapitalerhöhungen quasi per Knopfdruck schnell und günstig abwickeln. Seit dem Berichtsjahr können Unternehmen über die daura AG zudem digitale Generalversammlungen abhalten. Die Custodigit AG bietet regulierten Finanzdienstleistern eine einfach zu integrierende und sichere Plattform, um digitale Vermögenswerte aufzubewahren und zu verwalten. Über den Bereich Trust Services will Swisscom als führende Anbie-

terin von Vertrauensdiensten hochwertige Dokumente wie Verträge, Zertifikate und Registerauszüge digital ausstellen, verifizieren, übertragen und aufbewahren. Durch die Mehrheitsübernahme der Ajila AG im Dezember 2019 hat Swisscom einen ersten Schritt unternommen, um alle Prozesse und Vertragsabschlüsse vollständig zu digitalisieren. Dadurch unterstützt Swisscom Unternehmen und Verwaltungen wesentlich bei der vollständigen Digitalisierung ihrer Geschäftsprozesse. Die Ajila AG hat 2020 die Plattform «Digital Deals» lanciert. Die Plattform will als Cloud-Lösung alle Prozesse und Vertragsabschlüsse digital abwickeln. Sie macht das Ausdrucken, Unterschreiben und Wiedereinscannen von Dokumenten überflüssig.

Intelligente Auto-Vernetzung

Die autoSense AG, ein Joint Venture von Swisscom mit AMAG und der Zurich Versicherung, konzentriert sich auf die Entwicklung fortschrittlicher Automobildienstleistungen. Sie hat sich rasch als einer der wichtigsten Akteure in diesem Segment etabliert. autoSense 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 Fahrschüler.

Digitale Identität

Swisscom ist an der SwissSign Group AG beteiligt. SwissSign verfügt über eine breite Trägerschaft aus staatsnahen Betrieben sowie Finanz- und Versicherungsunternehmen. Ihre Aktionäre beabsichtigen, über die SwissID ein offenes, einfaches System der digitalen Identität zu etablieren. Bereits heute lässt sich die SwissID bei zahlreichen Online-Portalen einfach und sicher verwenden: so u.a. bei der Post, der St. Galler Kantonalbank, bei Raiffeisen sowie bei den Kantonen Aargau, Bern, Graubünden und Zug.

Hier zum Interview



Selbst ist die Kundin und der Kunde.

Reto Jost, Online-Designer, motiviert sein Team
für das beste Online-Kundenerlebnis.

Hier zum Interview



Immer und überall verbunden.

Luigi Chiofalo, Designer Glasfasernetz,
vernetzt Stadt und Land.

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 2020 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 den Rechnungslegungsvorschriften nach IFRS die Vergleichbarkeit zum Vorjahr beeinträchtigen, wenn diese nicht retrospektiv angewendet werden.
Zu konstanten Währungen	Performancekennzahl unter Berücksichtigung der Währungseinflüsse (Zahlen 2020 werden mit dem Wechselkurs 2019 umgerechnet, um den Währungseinfluss zu berechnen).
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	Operatives Ergebnis vor Abschreibungen und Wertminderungen 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 enthält den Zinsaufwand auf Leasingverbindlichkeiten und die Abschreibungen von Nutzungsrechten exkl. Abschreibungen von Netzzugangsnutzungsrechten (IRU) sowie Wertminderungen von Nutzungsrechten.
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.
Nettoverschuldung	Finanzielle Verbindlichkeiten abzüglich flüssiger Mittel, kotierter Schuldinstrumente, Depositenzertifikate, zum Hedging von finanziellen Verbindlichkeiten gehaltener derivativer Finanzinstrumente sowie den übrigen kurzfristigen Finanzanlagen.
Nettoverschuldung inkl. Leasingverbindlichkeiten	Nettoverschuldung zuzüglich Leasingverbindlichkeiten.

Überleitung der alternativen Performancekennzahlen

In Mio. CHF	2020	2019	Veränderung berichtet	Veränderung zu konstanten Währungen
Nettoumsatz				
Nettoumsatz	11'100	11'453	-3,1%	-2,3%
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)				
EBITDA	4'382	4'358	0,6%	1,3%
Aufwand für Stellenabbau	–	56	–	–
EBITDA angepasst	4'382	4'414	-0,7%	0,0%
Investitionen				
Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	2'188	2'390	-8,5%	-7,9%
Zahlungen für Netzzugangsnutzungsrechte (IRU)	41	48	-14,6%	–
Investitionen	2'229	2'438	-8,6%	-8,0%

In Mio. CHF	2020	2019	Veränderung
Operating Free Cash Flow Proxy			
Geldzufluss aus Geschäftstätigkeit	4'069	3'981	88
Investitionen	(2'229)	(2'438)	209
Abschreibungen von Nutzungsrechten	(286)	(282)	(4)
Abschreibungen von Netzzugangsnutzungsrechten (IRU)	24	30	(6)
Wertminderungen von Nutzungsrechten	7	–	7
Veränderung abgegrenzter Gewinn aus Verkauf und Rückmiete von Liegenschaften	16	12	4
Veränderung operative Vermögenswerte und Verbindlichkeiten	(178)	(112)	(66)
Veränderung Rückstellungen	22	(46)	68
Veränderung Personalvorsorgeverpflichtungen	(65)	(48)	(17)
Gewinn aus Abgang von Sachanlagen	10	13	(3)
Aufwand für aktienbasierte Vergütungen	(1)	(1)	–
Umsatz aus Finanzierungsleasingverhältnissen	101	101	–
Erhaltene Zinszahlungen	(24)	(25)	1
Geleistete Zinszahlungen auf finanziellen Verbindlichkeiten	93	88	5
Erhaltene Dividenden	(15)	(18)	3
Ertragssteuerzahlungen	309	371	(62)
Operating Free Cash Flow Proxy	1'853	1'626	227
Free Cash Flow			
Geldzufluss aus Geschäftstätigkeit	4'069	3'981	88
Geldabfluss aus Investitionstätigkeit	(2'231)	(2'733)	502
Rückzahlung von Leasingverbindlichkeiten	(287)	(276)	(11)
Erwerb von Tochtergesellschaften abzüglich erworbener flüssiger Mittel	39	394	(355)
Verkauf von Tochtergesellschaften abzüglich veräusserter flüssiger Mittel	–	3	(3)
Ausgaben für Equity-bilanzierte Beteiligungen	15	15	–
Ausgaben für übrige finanzielle Vermögenswerte	121	13	108
Einnahmen aus übrigen finanziellen Vermögenswerten	(20)	(52)	32
Free Cash Flow	1'706	1'345	361

Zusammenfassung

In Mio. CHF bzw. wie angemerk	2020	2019	Veränderung
Nettoumsatz	11'100	11'453	-3,1%
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	4'382	4'358	0,6%
EBITDA in % Nettoumsatz	39,5	38,1	
Operatives Ergebnis (EBIT)	1'947	1'910	1,9%
Reingewinn	1'528	1'669	-8,4%
Gewinn pro Aktie (in CHF)	29,54	32,28	-8,5%
Operating Free Cash Flow Proxy	1'853	1'626	14,0%
Investitionen	2'229	2'438	-8,6%
Nettoverschuldung	6'218	6'758	-8,0%
Eigenkapitalquote	39,1	36,6	
Personalbestand (in Vollzeitstellen)	19'062	19'317	-1,3%

Der Nettoumsatz von Swisscom reduzierte sich um 3,1% oder CHF 353 Mio. auf CHF 11'100 Mio., das operative Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) stieg um 0,6% oder CHF 24 Mio. auf CHF 4'382 Mio. Auf vergleichbarer Basis und zu konstanten Währungen beträgt der Rückgang im Umsatz 2,3%, der EBITDA blieb stabil. Die Auswirkungen der Covid-19-Pandemie auf das operative Ergebnis blieben insgesamt gering. Die Einschränkungen der Reisetätigkeit führten beim Roaming zu einem wesentlichen Rückgang sowohl der Umsätze als auch der Kosten. Der Gewinn vor Steuern stieg um 4,4% oder CHF 75 Mio. Aufgrund von Sondereffekten im Ertragssteueraufwand des Vorjahres sank hingegen der Reingewinn um 8,4% oder CHF 141 Mio. auf CHF 1'528 Mio. Der Generalversammlung wird für das Geschäftsjahr 2020 eine unveränderte Dividende von CHF 22 pro Aktie vorgeschlagen.

Bei Swisscom Schweiz setzte sich der Umsatzrückgang bei den Telekomdiensten (Service Revenue) fort. Der Rückgang des Nettoumsatzes um 3,5% oder CHF 298 Mio. auf CHF 8'275 Mio. war vor allem getrieben durch den anhaltenden Preisdruck und Roaming. Auf Roaming entfällt CHF 89 Mio. oder rund ein Drittel des Umsatzrückgangs. Im Gegensatz dazu stieg der Umsatz der italienischen Tochtergesellschaft Fastweb in Lokalwährung um EUR 86 Mio. oder 3,9% auf EUR 2'304 Mio., getrieben durch ein Umsatzwachstum in allen drei Kundensegmenten (Privatkunden, Geschäftskunde, Wholesale). Im Breitbandgeschäft stieg der Kundenbestand von Fastweb um 4,2% auf 2,75 Mio., im Mobilfunk um 12,3% auf 1,96 Mio.

Beim EBITDA resultierte im Schweizer Kerngeschäft ein Anstieg um 1,2% oder CHF 43 Mio. auf CHF 3'527 Mio., auf angepasster Basis (Aufwand für Stellenabbau) ergibt sich ein Rückgang um 0,5%. Der Umsatzrückgang konnte dank der laufenden Massnahmen zur Kostensenkung

grösstenteils aufgefangen werden. Bei Fastweb stieg der EBITDA in lokaler Währung als Folge des Umsatzwachstums um 4,5% auf EUR 784 Mio.

Die Investitionen von Swisscom von CHF 2'229 Mio. haben um 8,6% oder CHF 209 Mio. abgenommen. Die Investitionen enthalten im Vorjahr Ausgaben für Mobilfunkfrequenzen in der Schweiz von CHF 196 Mio. Ohne die Ausgaben für Mobilfunkfrequenzen stiegen die Investitionen in der Schweiz um 1,3% oder CHF 22 Mio. auf CHF 1'596 Mio. Die Zunahme steht in Zusammenhang mit dem weiteren Ausbau der Netzinfrastruktur. Bei Fastweb sanken die Investitionen um 2,0% oder EUR 12 Mio. auf EUR 587 Mio. und blieben damit auf einem hohen Niveau.

Der Operating Free Cash Flow Proxy stieg um CHF 227 Mio. oder 14,0% auf CHF 1'853 Mio. Im Vorjahr hatten die Ausgaben für Mobilfunkfrequenzen in der Schweiz den Free Cash Flow mit CHF 196 Mio. belastet. Die Nettoverschuldung verringerte sich um 8,0% auf CHF 6'218 Mio., das Verhältnis zum EBITDA nach Leasingaufwand reduzierte sich auf 1,5.

Die Zahl der Mitarbeitenden verringerte sich gegenüber dem Vorjahr um 1,3% auf 19'062 Vollzeitstellen. In der Schweiz sank der Personalbestand als Folge des rückläufigen Kerngeschäfts um 580 Vollzeitstellen oder 3,5% auf 16'048 Vollzeitstellen. Über die Hälfte der Reduktion erfolgte über natürliche Fluktuation, Pensionierungen alternative Lösungen.

Swisscom erwartet für 2021 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 2022 für das Geschäftsjahr 2021 eine unveränderte, attraktive Dividende von CHF 22 pro Aktie vorzuschlagen.

Entwicklung der Segmente

In Mio. CHF bzw. wie angemerkt	2020	2019	Veränderung
Nettoumsatz			
Residential Customers	4'564	4'736	-3,6%
Business Customers	3'100	3'240	-4,3%
Wholesale ¹	976	968	0,8%
IT, Network & Infrastructure	85	85	0,0%
Intersegment-Elimination	(450)	(456)	-1,3%
Swisscom Schweiz	8'275	8'573	-3,5%
Fastweb	2'470	2'468	0,1%
Übrige operative Segmente	1'020	1'079	-5,5%
Group Headquarters	-	1	-100,0%
Intersegment-Elimination	(665)	(668)	-0,4%
Umsatz mit externen Kunden	11'100	11'453	-3,1%
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)			
Residential Customers	2'701	2'770	-2,5%
Business Customers	1'344	1'394	-3,6%
Wholesale	524	511	2,5%
IT, Network & Infrastructure	(1'042)	(1'191)	-12,5%
Swisscom Schweiz	3'527	3'484	1,2%
Fastweb	840	834	0,7%
Übrige operative Segmente	185	189	-2,1%
Group Headquarters	(62)	(66)	-6,1%
Überleitung Vorsorgeaufwand ²	(65)	(47)	38,3%
Intersegment-Elimination	(43)	(36)	19,4%
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	4'382	4'358	0,6%

1 Inkl. Intersegment-Verrechnungen von Leistungen anderer Netzbetreiber.

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

Die Berichterstattung erfolgt nach den operativen Geschäftsbereichen Swisscom Schweiz und Fastweb. Die weiteren Geschäftsbereiche werden im Sammelsegment Übrige operative Segmente zusammengefasst. Zusätzlich wird in der Berichterstattung Group Headquarters, das nicht zugeteilte Kosten enthält, separat ausgewiesen. Swisscom Schweiz besteht aus den Kundensegmenten Residential Customers, Business 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 der Geschäftsbereich 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 das Segment IT, Network & Infrastructure geplant, überwacht und gesteuert. Dieser Geschäftsbereich 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 Residential Customers, Business Customers sowie Wholesale entsprechen einem Deckungsbeitrag vor Netzkosten.

Swisscom Schweiz

In Mio. CHF bzw. wie angemerkt

	2020	2019	Veränderung
Nettoumsatz und Ergebnis			
Telekomdienste	5'667	5'952	-4,8%
Lösungsgeschäft	1'058	1'049	0,9%
Handelswaren	759	807	-5,9%
Wholesale	661	643	2,8%
Übrige Umsätze	48	33	45,5%
Umsatz mit externen Kunden	8'193	8'484	-3,4%
Umsatz mit anderen Segmenten	82	89	-7,9%
Nettoumsatz	8'275	8'573	-3,5%
Direkte Kosten	(1'747)	(1'897)	-7,9%
Indirekte Kosten	(3'001)	(3'192)	-6,0%
Segmentaufwand	(4'748)	(5'089)	-6,7%
Segmentergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	3'527	3'484	1,2%
Marge in % Nettoumsatz	42,6	40,6	
Leasingaufwand	(230)	(224)	2,7%
Abschreibungen	(1'509)	(1'515)	-0,4%
Segmentergebnis	1'788	1'745	2,5%
Operating Free Cash Flow Proxy			
Segmentergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	3'527	3'484	1,2%
Leasingaufwand	(230)	(224)	2,7%
EBITDA nach Leasingaufwand (EBITDA AL)	3'297	3'260	1,1%
Investitionen	(1'599)	(1'761)	-9,2%
Operating Free Cash Flow Proxy	1'698	1'499	13,3%
Operationelle Daten in Tsd. und Personalbestand in Vollzeitstellen			
Festnetztelefonieanschlüsse	1'523	1'594	-4,5%
Breitbandanschlüsse Retail	2'043	2'058	-0,7%
TV-Anschlüsse	1'554	1'555	-0,1%
Mobilfunkanschlüsse	6'224	6'333	-1,7%
Umsatz generierende Einheiten (RGU)	11'344	11'540	-1,7%
Breitbandanschlüsse Wholesale	555	515	7,8%
Personalbestand	12'591	13'055	-3,6%

Der Nettoumsatz von Swisscom Schweiz hat als Folge des anhaltenden Wettbewerbs- und Preisdrucks und tieferer Roaming-Umsätze um CHF 298 Mio. oder 3,5% auf CHF 8'275 Mio. abgenommen. Zur Eindämmung der Covid-19-Pandemie wurden die internationalen Reise-tätigkeiten stark eingeschränkt. Das führte sowohl beim Umsatz mit Telekomdiensten als auch bei Wholesale zu Umsatzabnahmen von gesamthaft CHF 89 Mio. Der Umsatz mit Telekomdiensten sank um CHF 285 Mio. oder 4,8% auf CHF 5'667 Mio. Vom Rückgang entfallen CHF 164 Mio. (-4,0%) auf das Segment Residential Customers und CHF 121 Mio. (-6,6%) auf das Segment Business Customers. Der Umsatz aus dem Lösungsgeschäft mit Geschäftskunden blieb nahezu stabil bei CHF 1'058 Mio. (+0,9%). Die Umsatzentwicklung wurde

auch geprägt durch eine hohe Intensität der Promotionen. Bei den Handelswaren wurde das hohe Volumen aus dem Vorjahr nicht erreicht, der Umsatz sank um 5,9% auf CHF 759 Mio. Bei Wholesale stieg der Umsatz mit externen Kunden um 2,8%. Die höhere Nachfrage nach Breitbandanschlüssen und zusätzliche Kunden auf dem Mobilfunknetz führte zu einem Anstieg des Umsatzes. Hingegen ging der Umsatz beim Inbound Roaming zurück.

Die Zahl der inOne-Kunden nimmt weiter zu. Ende 2020 verzeichnete Swisscom im Segment Residential Customers 2,45 Mio. inOne-Kunden. In diesem Segment macht inOne 68% der Postpaid-Mobilfunkabos und 76% der Breitbandanschlüsse aus. Beim Mobilfunk und bei den

Festnetzdiensten ist die Marktsättigung fortgeschritten. Der Teilnehmerbestand im Mobilfunk sank um 109 Tsd. (-1,7%) auf 6,22 Mio. Der Bestand der Postpaid-Anschlüsse ist um 81 Tsd. gewachsen. Bei den Prepaid-Anschlüssen reduzierte er sich um 190 Tsd. Die Anzahl Breitbandanschlüsse ging um 15 Tsd. (-0,7%) auf 2,04 Mio. zurück. Zudem erfolgte eine Verschiebung zu Zweit- und Drittmarken. Der Bestand an TV-Anschlüssen blieb stabil bei 1,55 Mio. In der Festnetztelefonie verlangsamt sich der rückläufige Trend, da die Umstellung auf die IP-Technologie abgeschlossen ist. Die Anzahl Anschlüsse in der Festnetztelefonie sank um 71 Tsd. oder 4,5% auf 1,52 Mio.

Der Segmentaufwand hat um CHF 341 Mio. oder 6,7% auf CHF 4'748 Mio. abgenommen. Die direkten Kosten sanken um CHF 150 Mio. oder 7,9% auf CHF 1'747 Mio. Nebst dem Rückgang bei den Kosten für die Kundenakquisition und Kundenbindung gingen auch die Kosten für Roaming und für den Einkauf von Handelswaren zurück. Zudem verringerten sich die Kosten für die Übertragung von Sportanlässen, weil aufgrund von Covid-19 Sportanlässe ausfielen oder erst 2021 stattfinden werden. Die indirekten Kosten reduzierten sich um CHF 191 Mio. oder 6,0% auf CHF 3'001 Mio. Ohne Berücksichtigung des Aufwands für Stellenabbau beträgt die Kostenreduktion CHF 129 Mio. oder 4,1%. Dies ist hauptsächlich auf den tieferen Personalbestand und tiefere Kosten für Werbung zurückzuführen. Zudem haben weniger Ein-

sätze des Kundendienstes als Folge der stabilen Netze und Plattformen zu einer Reduktion der Kosten geführt. Der Personalbestand sank aufgrund von Effizienzmassnahmen um 464 Vollzeitstellen oder 3,6% auf 12'591. Das Segmentergebnis vor Abschreibungen nahm um CHF 43 Mio. oder 1,2% auf CHF 3'527 Mio. zu. Auf angepasster Basis resultiert ein Rückgang um CHF 19 Mio. oder 0,5%. Der Umsatzrückgang konnte mit den laufenden Kostensparmassnahmen grösstenteils aufgefangen werden.

Die Investitionen sanken um 9,2% auf CHF 1'599 Mio. Im Vorjahr sind Ausgaben für Mobilfunkfrequenzen in Höhe von CHF 196 Mio. enthalten. Bereinigt um diese Ausgaben stiegen die Investitionen um CHF 34 Mio. oder 2,2% als Folge höherer Investitionen in den Ausbau des Mobilfunknetzes und für den Breitbandausbau des Festnetzes mit Glasfasern. Ende 2020 sind in der Schweiz 82% aller Wohnungen und Geschäfte mit Ultrabreitband von mehr als 80 Mbit/s erschlossen. 59% aller Wohnungen und Geschäfte profitieren von schnellen Verbindungen mit mehr als 200 Mbit/s., davon sind rund 1,7 Mio. mit FTTH ausgebaut. Bis Ende 2021 will Swisscom alle Schweizer Gemeinden mit Ultrabreitband erschliessen und so auch abgelegenen Ortschaften Zugang zu Ultrabreitband ermöglichen. Zudem will Swisscom bis Ende 2025 die Glasfaserabdeckung in Haushalten und Geschäften (FTTH) gegenüber 2019 auf bis zu 60% verdoppeln.

Fastweb

In Mio. EUR bzw. wie angemerk	2020	2019	Veränderung
Nettoumsatz und Ergebnis			
Privatkunden	1'133	1'104	2,6%
Geschäftskunden	907	862	5,2%
Wholesale	257	245	4,9%
Umsatz mit externen Kunden	2'297	2'211	3,9%
Umsatz mit anderen Segmenten	7	7	0,0%
Nettoumsatz	2'304	2'218	3,9%
Segmentaufwand	(1'520)	(1'468)	3,5%
Segmentergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	784	750	4,5%
Marge in % Nettoumsatz	34,0	33,8	
Leasingaufwand	(52)	(50)	4,0%
Abschreibungen	(577)	(560)	3,0%
Segmentergebnis	155	140	10,7%
Operating Free Cash Flow Proxy			
Segmentergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	784	750	4,5%
Leasingaufwand	(52)	(50)	4,0%
EBITDA nach Leasingaufwand (EBITDA AL)	732	700	4,6%
Investitionen	(587)	(599)	-2,0%
Operating Free Cash Flow Proxy	145	101	43,6%
Operationelle Daten in Tsd. und Personalbestand in Vollzeitstellen			
Breitbandanschlüsse	2'747	2'637	4,2%
Mobilfunkanschlüsse	1'961	1'746	12,3%
Personalbestand	2'703	2'456	10,1%

Der Nettoumsatz von Fastweb ist gegenüber dem Vorjahr um EUR 86 Mio. oder 3,9% auf EUR 2'304 Mio. gestiegen. Die Kundenbasis im Breitbandgeschäft wuchs innert Jahresfrist trotz des herausfordernden Marktumfelds um 110 Tsd. oder 4,2% auf 2,75 Mio. Auch im umkämpften Mobilfunkmarkt wächst Fastweb. Die Zahl der Mobilfunkanschlüsse nahm trotz Marktsättigung und starkem Wettbewerb um 215 Tsd. oder 12,3% auf 1,96 Mio. zu. Im Fokus stehen weiterhin gebündelte Angebote. Vom Kundenbestand nutzen rund 34% ein Bündelangebot aus Festnetz und Mobilfunk. Der Umsatz mit Privatkunden stieg als Folge des Kundenwachstums um EUR 29 Mio. oder 2,6% auf EUR 1'133 Mio. Im Markt für Geschäftskunden behauptete Fastweb die starke Stellung. Der Umsatz mit Geschäftskunden erhöhte sich um EUR 45 Mio. oder 5,2% auf EUR 907 Mio., getrieben

durch höhere Umsätze sowohl mit Privatunternehmen als auch mit öffentlichen Verwaltungen. Der Umsatz im Wholesale-Geschäft nahm um EUR 12 Mio. oder 4,9% auf EUR 257 Mio. zu.

Das Segmentergebnis vor Abschreibungen stieg als Folge des Umsatzwachstums um EUR 34 Mio. oder 4,5% auf EUR 784 Mio. Die Investitionen sanken um EUR 12 Mio. oder 2,0% auf EUR 587 Mio. Das Investitionsvolumen blieb, getrieben durch den weiteren Ausbau der Ultra-breitbandnetze, insgesamt auf einem hohen Niveau. Der Personalbestand von Fastweb stieg innert Jahresfrist als Folge von Unternehmensübernahmen sowie der Anstellung externer Mitarbeiter um 247 Vollzeitstellen oder 10,1% auf 2'703 Vollzeitstellen.

Übrige operative Segmente

In Mio. CHF bzw. wie angemerkt	2020	2019	Veränderung
Nettoumsatz und Ergebnis			
Umsatz mit externen Kunden	445	509	-12,6%
Umsatz mit anderen Segmenten	575	570	0,9%
Nettoumsatz	1'020	1'079	-5,5%
Segmentaufwand	(835)	(890)	-6,2%
Segmentergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	185	189	-2,1%
Marge in % Nettoumsatz	18,1	17,5	
Leasingaufwand	(12)	(13)	-7,7%
Abschreibungen	(62)	(63)	-1,6%
Segmentergebnis	111	113	-1,8%
Operating Free Cash Flow Proxy			
Segmentergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	185	189	-2,1%
Leasingaufwand	(12)	(13)	-7,7%
EBITDA nach Leasingaufwand (EBITDA AL)	173	176	-1,7%
Investitionen	(44)	(47)	-6,4%
Operating Free Cash Flow Proxy	129	129	0,0%
Personalbestand in Vollzeitstellen			
Personalbestand	3'558	3'605	-1,3%

Der Nettoumsatz der Übrigen operativen Segmente hat gegenüber dem Vorjahr um CHF 59 Mio. oder 5,5% auf CHF 1'020 Mio. abgenommen. Die Abnahme des Umsatzes mit externen Kunden ist auf Umsatzrückgänge bei calex und Swisscom Broadcast sowie auf den Verlust des Mandats zur Erhebung der nationalen Radio- und Fernsehgebühren bei Billag zurückzuführen. Das Segmentergebnis

vor Abschreibungen sank um CHF 4 Mio. oder 2,1% auf CHF 185 Mio. Die Ergebnismarge stieg auf 18,1% (Vorjahr 17,5%). Der Personalbestand nahm um 47 Vollzeitstellen oder 1,3% auf 3'558 Vollzeitstellen, vor allem getrieben durch tiefere Personalbestände bei calex sowie bei der Swisscom Directories AG (localsearch), ab.

Group Headquarters und Überleitung

In Mio. CHF bzw. wie angemerkt	2020	2019	Veränderung
Group Headquarters	(62)	(66)	-6,1%
Überleitung Vorsorgeaufwand	(65)	(47)	38,3%
Elimination	(43)	(36)	19,4%
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	(170)	(149)	14,1%

Die nicht den operativen Segmenten zugeordneten Nettokosten, bestehend aus Group Headquarters, Überleitung Vorsorgeaufwand und Intersegment-Eliminationen, sind im Vergleich zum Vorjahr um CHF 21 Mio. auf CHF 170 Mio. gestiegen. Die Überleitungsposition Vorsorgeaufwand entspricht dem Unterschiedsbetrag zwischen der Gesamtsumme der Arbeitgeberbeiträge und dem

Aufwand gemäss IFRS. Die Kostenzunahme um CHF 18 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	2020	2019	Veränderung
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	4'382	4'358	0,6%
Abschreibungen von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	(2'149)	(2'166)	-0,8%
Abschreibungen von Nutzungsrechten	(286)	(282)	1,4%
Operatives Ergebnis (EBIT)	1'947	1'910	1,9%
Nettozinsaufwand auf finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten	(69)	(62)	11,3%
Zinsaufwand auf Leasingverbindlichkeiten	(45)	(42)	7,1%
Übriges Finanzergebnis	(38)	(54)	-29,6%
Ergebnis von Equity-bilanzierten Beteiligungen	4	(28)	
Gewinn vor Ertragssteuern	1'799	1'724	4,4%
Ertragssteueraufwand	(271)	(55)	392,7%
Reingewinn	1'528	1'669	-8,4%
Anteil Aktionäre der Swisscom AG am Reingewinn	1'530	1'672	-8,5%
Anteil nicht beherrschende Anteile am Reingewinn	(2)	(3)	-33,3%
Gewinn pro Aktie (in CHF)	29,54	32,28	-8,5%

Der Reingewinn von Swisscom ist vor allem als Folge des höheren Ertragssteueraufwandes um CHF 141 Mio. oder 8,4% auf CHF 1'528 Mio. gesunken. Entsprechend nahm der Gewinn pro Aktie von CHF 32,28 auf CHF 29,54 ab. Der Gewinn vor Ertragssteuern stieg um 4,4%. Die Abschreibungen von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten reduzierten sich gegenüber dem Vorjahr um CHF 17 Mio. oder 0,8% auf CHF 2'149 Mio., was vor allem auf tiefere Abschreibungen bei Swisscom Schweiz und den übrigen operativen Segmenten zurückzuführen ist. Die in Lokalwährung höheren Abschreibungen bei Fastweb wurden durch den Währungseffekt kompensiert. Die höheren Zinsaufwände wurden durch ein verbessertes übriges Finanzergebnis kompensiert.

Das übrige Finanzergebnis enthält einen Einmalertrag von CHF 31 Mio. aus der Bewertungsdifferenz von Finanzanlagen, die ausgetauscht worden sind. Der im Vorjahr signifikant tiefere Steueraufwand ist auf positive Steuereffekte in Zusammenhang mit der Schweizer Steuerreform zurückzuführen. Der Ertragssteueraufwand von CHF 271 Mio. (Vorjahr CHF 55 Mio.) entspricht einem effektiven Ertragssteuersatz von 15,1%. Darin sind positive Steuereffekte von CHF 29 Mio. als Folge der Umbewertung von latenten Ertragssteuerpositionen in Zusammenhang mit der Schweizer Steuerreform enthalten (Vorjahr CHF 269 Mio.). Swisscom rechnet mit einem künftigen effektiven Konzernsteuersatz von 19,0%.

Geldflüsse

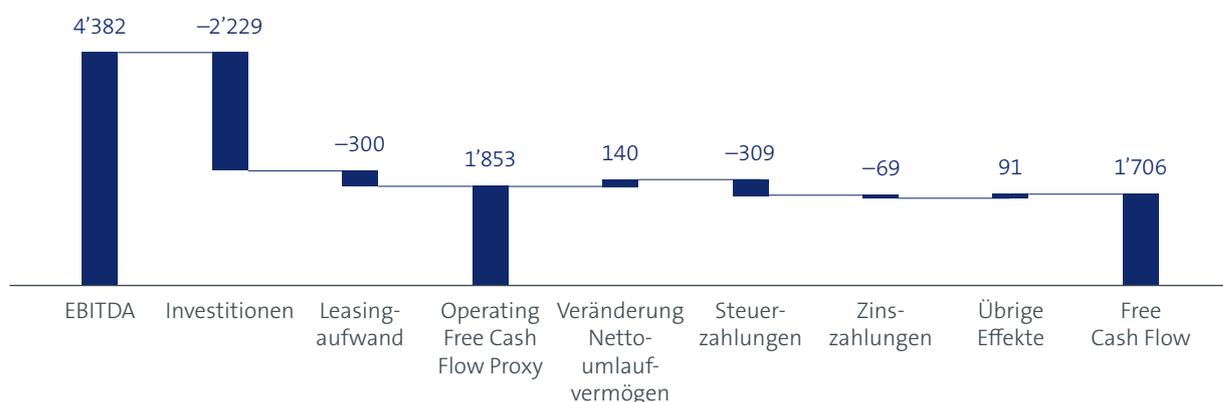
In Mio. CHF	2020	2019	Veränderung
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	4'382	4'358	24
Leasingaufwand	(300)	(294)	(6)
EBITDA nach Leasingaufwand (EBITDA AL)	4'082	4'064	18
Investitionen	(2'229)	(2'438)	209
Operating Free Cash Flow Proxy	1'853	1'626	227
Veränderung Nettoumlaufvermögen	140	83	57
Veränderung Vorsorgeverpflichtung	65	48	17
Nettozinshzahlungen auf finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten	(69)	(63)	(6)
Ertragssteuerzahlungen	(309)	(371)	62
Übrige operative Geldflüsse	26	22	4
Free Cash Flow	1'706	1'345	361
Dividendenzahlungen an Aktionäre der Swisscom AG	(1'140)	(1'140)	-
Nettoausgaben für Unternehmenskäufe und -verkäufe	(29)	(53)	24
Währungsumrechnung	8	107	(99)
Übrige Veränderungen	(5)	(8)	3
Abnahme Nettoverschuldung	540	251	289

Der Operating Free Cash Flow Proxy stieg im Vergleich zum Vorjahr um CHF 227 Mio. auf CHF 1'853 Mio. im Wesentlichen als Folge der tieferen Investitionen. Die Investitionen enthalten im Vorjahr Ausgaben für Mobilfunkfrequenzen in der Schweiz in Höhe von CHF 196 Mio. Ohne Berücksichtigung dieser Ausgaben nahm der Operating Free Cash Flow Proxy getrieben durch das höhere operative Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) um CHF 31 Mio. oder 1,7% zu.

Der Free Cash Flow stieg gegenüber dem Vorjahr um CHF 361 Mio. auf CHF 1'706 Mio. Bereinigt um die Ausgaben für Mobilfunkfrequenzen nahm der Free Cash Flow um CHF 165 Mio. zu. Die Zunahme ist unter anderem auf tiefere Ertragssteuerzahlungen in Höhe von CHF 309 Mio. (Vorjahr CHF 371 Mio.) zurückzuführen. Das Nettoumlaufvermögen reduzierte sich gegenüber Ende 2019 um CHF 140 Mio. (im Vorjahr Abnahme von CHF 83 Mio.). 2020 wurde eine unveränderte Dividende pro Aktie von CHF 22 ausbezahlt. Dies entspricht einer Dividendensumme von CHF 1'140 Mio. Insgesamt nahm die Nettoverschuldung um CHF 540 Mio. auf CHF 6'218 Mio. ab.

Entwicklung Free Cash Flow

in Mio. CHF



Investitionen

In Mio. CHF bzw. wie angemerkt	2020	2019	Veränderung
Festnetz und Infrastruktur	439	456	-3,7%
Glasfaserausbau	519	494	5,1%
Mobilfunknetz	306	272	12,5%
Mobilfunkfrequenzen	–	196	
Kundengetrieben	76	81	-6,2%
Projekte und Übriges	259	262	-1,1%
Swisscom Schweiz	1'599	1'761	-9,2%
Fastweb	629	667	-5,7%
Übrige operative Segmente	44	47	-6,4%
Group Headquarters und Elimination	(43)	(37)	16,2%
Total Investitionen	2'229	2'438	-8,6%
Davon Schweiz	1'596	1'770	-9,8%
Davon Ausland	633	668	-5,2%
Investitionen in % Nettoumsatz	20,1	21,3	

Die Investitionen sind gegenüber dem Vorjahr um CHF 209 Mio. oder 8,6% auf CHF 2'229 Mio. gesunken und entsprechen 20,1% des Nettoumsatzes (Vorjahr 21,3%). Im Vorjahr sind Ausgaben für Mobilfunkfrequenzen in der Schweiz in Höhe von CHF 196 Mio. enthalten. Bereinigt um diese Ausgaben liegen die Investitionen nahezu auf dem Niveau des Vorjahres. Von den Investitionen entfielen CHF 1'596 Mio. oder 72% auf die Schweiz. Gegenüber dem Vorjahr nahmen sie ohne Berücksichtigung der Mobilfunkfrequenzen um CHF 22 Mio. oder 1,4% zu.

Die Investitionen von Swisscom Schweiz sind gegenüber dem Vorjahr um CHF 162 Mio. oder 9,2% auf CHF 1'599 Mio. gesunken und entsprechen 19,3% (Vorjahr 20,5%) des

Nettoumsatzes. Im Vorjahr sind Ausgaben in Höhe von CHF 196 Mio. für Mobilfunkfrequenzen enthalten. Zugenommen haben die Investitionen für den Ausbau des Mobilfunknetzes sowie für den Breitbandausbau des Festnetzes mit Glasfasern.

Die Investitionen von Fastweb haben sich um CHF 38 Mio. oder 5,7% auf CHF 629 Mio. verringert. In lokaler Währung nahmen die Investitionen um EUR 12 Mio. oder 2,0% auf EUR 587 Mio. ab. Das Investitionsvolumen blieb, getrieben durch den weiteren Ausbau der Ultra-breitbandnetze, insgesamt auf einem hohen Niveau. Das Verhältnis Investitionen zu Nettoumsatz sank auf 25,5% (Vorjahr 27,0%).

Vermögenslage

In Mio. CHF	31.12.2020	31.12.2019	Veränderung
Sachanlagen	10'725	10'529	196
Immaterielle Vermögenswerte	1'745	1'842	(97)
Goodwill	5'162	5'163	(1)
Nutzungsrechte	2'138	2'177	(39)
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2'132	2'183	(51)
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	(1'525)	(1'614)	89
Rückstellungen	(1'216)	(1'134)	(82)
Abgegrenzter Gewinn aus Veräusserung und Rückmiete von Liegenschaften	(106)	(122)	16
Übrige operative Vermögenswerte und Verbindlichkeiten, netto	(240)	(38)	(202)
Operative Vermögenswerte, netto	18'815	18'986	(171)
Nettoverschuldung	(6'218)	(6'758)	540
Leasingverbindlichkeiten	(1'988)	(2'027)	39
Personalvorsorgeverpflichtungen	(795)	(1'058)	263
Ertragssteuerguthaben und -schulden, netto	(643)	(607)	(36)
Equity-bilanzierte Beteiligungen und übrige langfristige Finanzanlagen	320	339	(19)
Eigenkapital	9'491	8'875	616
Eigenkapitalquote	39,1	36,6	

Operative Vermögenswerte

Die operativen Nettovermögenswerte haben um CHF 0,2 Mrd. oder auf CHF 18,8 Mrd. abgenommen. 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.). Der Buchwert der Nettoaktiven von Fastweb beträgt EUR 3,1 Mrd. (CHF 3,4 Mrd.).

Personalvorsorge

Die Vorsorgeverpflichtung wird in der Konzernrechnung nach den Bestimmungen von IFRS bewertet. Die bilanzierte Nettoverpflichtung beträgt CHF 0,8 Mrd. Sie hat im Vergleich zum Vorjahr um CHF 0,3 Mrd. abgenommen. Dies ist vor allem auf eine positive Rendite auf dem Ver-

mögen des Vorsorgeplans zurückzuführen. Nach den für die Pensionskasse relevanten schweizerischen Rechnungslegungsvorschriften (Swiss GAAP FER) besteht eine Überdeckung von CHF 1,2 Mrd., was bei einem Vermögen des Vorsorgeplans von CHF 12,0 Mrd. einem Deckungsgrad von 112% entspricht. Die wesentlichen Gründe für die Differenz von CHF 2,0 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 1,4 Mrd. Zum anderen werden in der Bewertungsmethode künftige Lohnerhöhungen, nach Altersklassen gestaffelte Beitragssätze und vorzeitige Pensionierungen mit einem Nettoeffekt von CHF 0,6 Mrd. unterschiedlich berücksichtigt. Der im Personalaufwand erfasste Vorsorgeaufwand nach IFRS ist deutlich höher als die tatsächlichen geleisteten Beiträge. Der Unterschied beträgt im Berichtsjahr CHF 65 Mio. (Vorjahr CHF 47 Mio.) und wird nicht in den Segmentergebnissen erfasst, sondern in der Überleitung auf den EBITDA gemäss Konzernrechnung dargestellt.

Nettoverschuldung

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	31.12.2020	31.12.2019
Verhältnis Nettoverschuldung/EBITDA nach Leasingaufwand		
Anleiensobligationen	6'110	5'915
Bankdarlehen	484	1'080
Private Platzierungen	151	151
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	297	314
Total Finanzielle Verbindlichkeiten	7'042	7'460
Flüssige Mittel	(340)	(328)
Kotierte Schuldinstrumente	(271)	(139)
Depositenzertifikate	–	(142)
Derivative Finanzinstrumente für Finanzierungen	(79)	(84)
Übrige kurzfristige Finanzanlagen	(134)	(9)
Nettoverschuldung	6'218	6'758
EBITDA nach Leasingaufwand (EBITDA AL)	4'082	4'064
Verhältnis Nettoverschuldung/EBITDA nach Leasingaufwand	1,5	1,7
Verhältnis Nettoverschuldung inkl. Leasingverbindlichkeiten/EBITDA		
Nettoverschuldung	6'218	6'758
Leasingverbindlichkeiten	1'988	2'027
Nettoverschuldung inkl. Leasingverbindlichkeiten	8'206	8'785
EBITDA	4'382	4'358
Verhältnis Nettoverschuldung inkl. Leasingverbindlichkeiten/EBITDA	1,9	2,0

Ende 2020 beträgt das Verhältnis Nettoverschuldung inkl. Leasingverbindlichkeiten/EBITDA 1,9 (Vorjahr 2,0). Ohne Klassifizierung der Leasingverhältnisse als finanzielle Verbindlichkeit beträgt das Verhältnis Nettoverschuldung/EBITDA nach Leasingaufwand 1,5 (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 Zins- und Fälligkeitsstruktur der finanziellen Verbindlichkeiten zu optimieren. Der Anteil variabel verzinslicher finanzieller Verbindlichkeiten beträgt 12%. Ende 2020 betragen die durchschnittlichen Zinskosten aller Finanzschulden 0,9% und die durchschnittliche Restlaufzeit 5,8 Jahre. Am 31. Dezember 2020 haben sich die finanziellen Verbindlichkeiten, die innerhalb eines Jahres fällig werden, auf CHF 0,8 Mrd. belaufen.

Eigenkapital

Das Eigenkapital von Swisscom beträgt CHF 9,5 Mrd. (Vorjahr CHF 8,9 Mrd.) und die Eigenkapitalquote 39,1% (Vorjahr 36,6%). Die Eigenkapitalzunahme von CHF 0,6 Mrd. resultierte vor allem daraus, dass der Reingewinn mit CHF 1,5 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 2020 betragen die kumulierten Währungsumrechnungsverluste unverändert zum Vorjahr 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 2020 beträgt CHF 5,7 Mrd. Der Unterschied zum Eigenkapital in der Konzernbilanz in Höhe von CHF 3,8 Mrd. ist im Wesentlichen auf einbehaltene Gewinne bei Tochtergesellschaften und auf abweichende Rechnungslegungsmethoden zurückzuführen. Nach den aktienrechtlichen Rechnungslegungs- und Bewertungsvorschriften dürfen das Aktienkapital sowie von den allgemeinen Reserven 20% des Aktienkapitals nicht ausgeschüttet werden. Am 31. Dezember 2020 belaufen sich die aktienrechtlich ausschüttbaren Reserven der Swisscom AG auf CHF 5,6 Mrd.

Finanzieller Ausblick

In Mio. CHF bzw. wie angemerkt	2020 berichtet	Veränderung Swisscom ohne Fastweb	Veränderung Fastweb	2021 Ausblick ¹
Nettoumsatz				
Swisscom Konzern	11'100	< 0	> 0	~ CHF 11,1 Mrd.
Swisscom ohne Fastweb				~ CHF 8,5 Mrd.
Fastweb				~ EUR 2,4 Mrd.
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)				
Swisscom Konzern	4'382	< 0	> 0	~ CHF 4,3 Mrd.²
Swisscom ohne Fastweb				~ CHF 3,4 Mrd.
Fastweb				~ EUR 0,8 Mrd.
Investitionen				
Swisscom Konzern	2'229	> 0	0	~ CHF 2,3 Mrd.
Swisscom ohne Fastweb				> CHF 1,6 Mrd.
Fastweb				~ EUR 0,6 Mrd.

1 Umrechnungskurs CHF/EUR 1.07 (2020: CHF/EUR 1.07).

2 Ausblick 2021 für EBITDA nach Leasingaufwand ~ CHF 4,0 Mrd.

Swisscom erwartet für 2021 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 Wettbewerbs- und Preisdrucks mit einem tieferen Umsatz gerechnet. Der Umsatz von Fastweb wird leicht höher als 2020 erwartet. Für Swisscom ohne Fastweb kann der Umsatzrückgang nicht vollständig durch Kosteneinsparungen

kompensiert werden. Demgegenüber wird für Fastweb mit einer Steigerung des EBITDA gerechnet. Die Investitionen in der Schweiz werden leicht höher als 2020 ausfallen. Bei Fastweb werden die Investitionen in Höhe des Jahres 2020 erwartet. Bei Erreichen der Ziele plant Swisscom der Generalversammlung 2022 für das Geschäftsjahr 2021 eine unveränderte, attraktive Dividende von CHF 22 pro Aktie vorzuschlagen.

Wertorientierte Unternehmenssteuerung

Die finanziellen Schlüsselkennzahlen zur Planung und Steuerung des operativen Geschäfts sind der Umsatz, das operative Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) sowie die Investitionen. Die Verhältniskennzahl Gesamtunternehmenswert/EBITDA ermöglicht darüber hinaus einen Vergleich des aus dem Aktienkurs am Abschlussstichtag abgeleiteten Unternehmenswerts einerseits mit Vergleichsunternehmen (europäische

Telekommunikationsunternehmen) und andererseits mit dem Vorjahr. Ein Teil der Vergütung für die Mitglieder des Verwaltungsrats und der Konzernleitung wird in Swisscom Aktien entrichtet. Die zugeteilten Aktien sind drei Jahre gesperrt. Zudem besteht eine Verpflichtung zu einem Mindestaktienbesitz. Durch die variable Vergütung basierend auf finanziellen und nicht finanziellen Zielen, die teilweise Entrichtung der Vergütung in Aktien und den Mindestaktienbesitz stehen die finanziellen Interessen des Managements im Einklang mit den Aktionärsinteressen.

In Mio. CHF bzw. wie angemerkt

	31.12.2020	31.12.2019
Gesamtunternehmenswert		
Börsenkapitalisierung	24'715	26'554
Nettoverschuldung inkl. Leasingverbindlichkeiten	8'206	8'785
Personalvorsorgeverpflichtungen	795	1'058
Ertragssteuerguthaben und -schulden, netto	643	607
Equity-bilanzierte Beteiligungen und übrige langfristige Finanzanlagen	(320)	(339)
Nicht beherrschende Anteile	1	3
Gesamtunternehmenswert (EV)	34'040	36'668
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	4'382	4'358
Verhältnis Gesamtunternehmenswert/EBITDA	7,8	8,4

Der Gesamtunternehmenswert von Swisscom hat 2020 um 7,3% oder CHF 2,7 Mrd. auf CHF 34,0 Mrd. abgenommen. Der Hauptgrund ist die Abnahme der Börsenkapitalisierung um CHF 2,4 Mrd. auf CHF 24,7 Mrd. Bei einem stabilem EBITDA reduzierte sich die Verhältniskennzahl Gesamtunternehmenswert/EBITDA auf 7,8 (Vorjahr 8,4). Mit diesem Wert liegt die relative Börsenbewertung von Swisscom deutlich über dem Durch-

schnittswert 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 eines umfassenden und

bedürfnisgerechten Leistungsangebots einen wichtigen Beitrag für eine wettbewerbsfähige und wirtschaftlich erfolgreiche Schweiz und erzielt eine direkte Wertschöpfung.

In Mio. CHF	2020			2019		
	Schweiz	Ausland	Total	Schweiz	Ausland	Total
Entstehung Wertschöpfung						
Nettoumsatz	8'614	2'486	11'100	8'969	2'484	11'453
Aktivierete Eigenleistungen und übrige Erträge	362	104	466	378	131	509
Direkte Kosten	(1'784)	(885)	(2'669)	(1'925)	(890)	(2'815)
Übriger Betriebsaufwand ¹	(1'147)	(641)	(1'788)	(1'314)	(662)	(1'976)
Leasingaufwand	(244)	(56)	(300)	(238)	(56)	(294)
Abschreibungen ²	(1'531)	(618)	(2'149)	(1'542)	(624)	(2'166)
Vorleistungen	(4'344)	(2'096)	(6'440)	(4'641)	(2'101)	(6'742)
Operative Wertschöpfung	4'270	390	4'660	4'328	383	4'711
Übriges nicht operatives Ergebnis ³			(110)			(154)
Total Wertschöpfung			4'550			4'557
Verteilung Wertschöpfung						
Mitarbeitende ⁴	2'428	224	2'652	2'522	231	2'753
Öffentliche Hand ⁵	317	14	331	317	11	328
Aktionäre (Dividenden)			1'141			1'141
Fremdkapitalgeber (Nettozinsaufwand)			69			62
Unternehmen (einbehaltene Gewinne) ⁶			357			273
Total Wertschöpfung			4'550			4'557

1 Übriger Betriebsaufwand: ohne Kapitalsteuern und ohne übrige nicht gewinnabhängige Steuern.

2 Abschreibungen: ohne Abschreibungen auf akquisitionsbezogenen immateriellen Vermögenswerten wie z.B. Marken oder Kundenbeziehungen.

3 Übriges nicht operatives Ergebnis: Finanzergebnis ohne Nettozinsaufwand, Ergebnis von Equity-bilanzierten Beteiligungen und Abschreibungen auf akquisitionsbezogenen immateriellen Vermögenswerten.

4 Mitarbeitende: als Vorsorgeaufwand sind die Arbeitgeberbeitragszahlungen erfasst und nicht der Aufwand gemäss IFRS.

5 Öffentliche Hand: laufende Ertragssteuern, Kapitalsteuern und übrige nicht gewinnabhängige Steuern. 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 92% oder CHF 4,3 Mrd. in der Schweiz erzielt. Im Vergleich zum Vorjahr sank die operative Wertschöpfung in der Schweiz um 1,3%. Die Wertschöpfung pro Vollzeitstelle betrug CHF 263 Tsd. (Vorjahr CHF 257 Tsd.). Zusätzlich zur direkt erzielten Wertschöpfung generieren die Einkäufe bei Lieferanten

eine für die gesamtwirtschaftliche Entwicklung der Schweiz bedeutsame indirekte Wertschöpfung. Unter Berücksichtigung der Investitionen anstelle der Abschreibungen beträgt das Einkaufsvolumen im Schweizer Geschäft im Jahr 2020 rund CHF 4,4 Mrd. Davon erzielten die Lieferanten eine Wertschöpfung in der Schweiz von rund 60% oder CHF 2,6 Mrd.

Hier zum Interview



Chancen nutzen und die eigene Zukunft gestalten.

Giulia Langhi machte in einem Jahr
den Schritt von der Lernenden
zur Leiterin des Foto- und Grafikteams.

Hier zum Interview



Nachhaltigkeit ist machbar.

**Carmen Wäfler, Finanzspezialistin, und
Pascal Salina, Umweltmanager,**
machen Nachhaltigkeit für Investoren interessant.

Kapitalmarkt

Durch eine konsequente Umsetzung der Strategie hat Swisscom die finanziellen Ambitionen 2020 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.

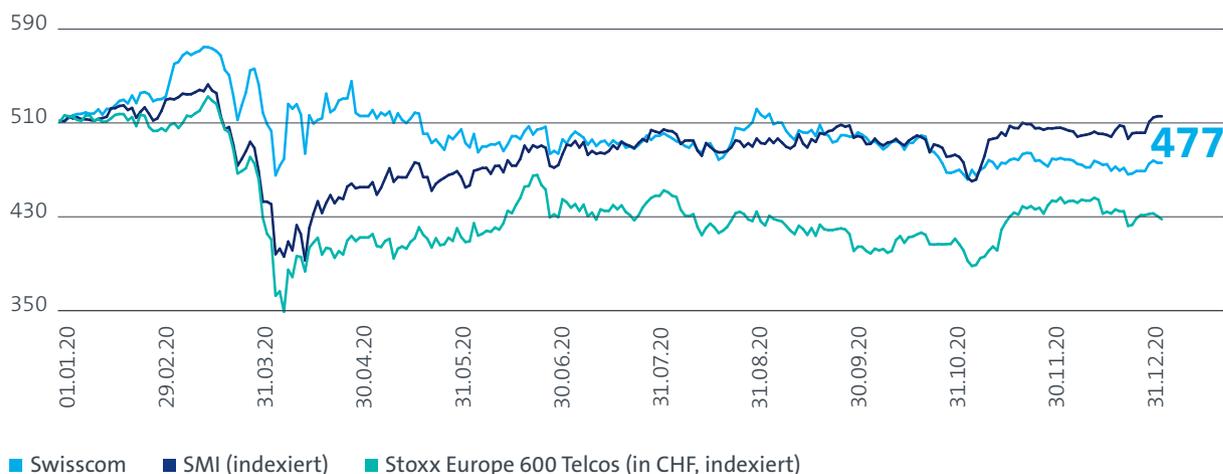
Swisscom Aktie

Am 31. Dezember 2020 hat die Marktkapitalisierung von Swisscom CHF 24,7 Mrd. (Vorjahr CHF 26,6 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 2020

in CHF



Der Schweizer Aktienindex SMI ist gegenüber dem Vorjahr um 0,8% gestiegen. Der Kurs der Swisscom Aktie ist um 6,9% auf CHF 477.10 gesunken. Die Performance der Swisscom Aktie war besser als die Performance des europäischen Branchenindex Stoxx Europe 600 Telecommunications Index (-16,0% in EUR). Gegenüber dem

Vorjahr stieg das durchschnittliche tägliche Handelsvolumen um 21,4% auf 180'751 Stück. Das gesamte Umsatzvolumen der gehandelten Swisscom Aktien erreichte 2020 einen Wert von CHF 23,0 Mrd.

© Siehe unter www.swisscom.ch/aktienkurs

Aktienrendite

Am 14. April 2020 hat Swisscom eine ordentliche Dividende von CHF 22 pro Aktie gezahlt. Auf Basis des Aktienkurses Ende 2019 entsprach dies einer Rendite von +4,3%. Unter Berücksichtigung des Kursrückgangs betrug die Gesamtrendite (Total Shareholder Return, TSR) der Swisscom Aktie für das Jahr 2020 –3,0%. Der TSR des SMI lag bei +4,3% und der des Stoxx Europe 600 Telecommunications Index bei –12,0% in EUR.

Besitzstruktur

	31.12.2020			31.12.2019		
	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	69'308	4'817'812	9,3%	68'008	4'718'542	9,1%
Institutionen	2'833	20'590'131	39,7%	2'733	20'689'401	39,9%
Total	72'142	51'801'943	100,0%	70'742	51'801'943	100,0%

Mehrheitsaktionärin an der Swisscom AG ist am 31. Dezember 2020 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 2020 zählen rund 19% 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 2020 haben 16% der Analysten eine Kaufempfehlung für die Swisscom Aktie ausgesprochen. 48% der Analysten empfahlen, die Swisscom Aktie zu halten, 36% stuften sie zum Verkauf ein. Der durchschnittliche Zielkurs der Swisscom Aktie am 31. Dezember 2020 betrug nach Einschätzung der Analysten CHF 490 pro Aktie.

Ausschüttungspolitik

Swisscom verfolgt eine Ausschüttungspolitik mit einer stabilen Dividende. Für das Geschäftsjahr 2020 schlägt der Verwaltungsrat von Swisscom der Generalversamm-

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.

lung vom 31. März 2021 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 34 Mrd. an ihre Aktionäre ausgezahlt. Dieser Betrag teilt sich auf in Dividendenzahlungen von CHF 22 Mrd. sowie Nennwertreduktionen und Aktienrückkaufprogramme von zusammen CHF 12 Mrd. Swisscom hat seit dem Börsengang insgesamt CHF 433 pro Aktie ausgeschüttet. Zusammen mit dem Kursanstieg von insgesamt CHF 137 pro Aktie beträgt die durchschnittliche jährliche Gesamtrendite 5,0%.

Kreditratings und Finanzierung

Swisscom verfügt bei den Ratingagenturen Standard & Poor's und Moody's mit A (stabil) bzw. A2 (stabil) über gute Ratings. Swisscom ist bestrebt, das Single-A-Kreditrating zu behalten. Zur Vermeidung struktureller Nachrangigkeit ist Swisscom bemüht, 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, Finanzierungs-märkte und Währungen. Die solide finanzielle Ausstattung hat Swisscom auch 2020 den uneingeschränkten Zugang zu den Geld- und Kapitalmärkten ermöglicht.

Risiken

Veränderungen im Wettbewerb, im Verhalten der Kunden, in den Technologien und in den regulatorischen Rahmenbedingungen sind Treiber für Risiken. Durch Anpassungen des Geschäftsmodells, Innovationen und Transformation nutzt Swisscom Chancen und minimiert Risiken. Ihr Risikomanagementsystem hat die Aufgabe, durch frühzeitig eingeleitete Massnahmen den Unternehmenswert zu schützen.

Risikosituation

Die Umsätze im Kerngeschäft stehen als Folge des intensiven Wettbewerbs unter Druck. Neue Dienste in den Bereichen Digitalisierung und IT-Leistungen – so z.B. Cloud Services, IT-Security- und IoT-Lösungen – sollen die Umsatzeinbussen aus dem Kerngeschäft kompensieren. Die Marktentwicklungen führen zu Anpassungen im Geschäftsmodell und fordern eine tiefgreifende Transformation. Die folgende Auswahl nennt die wesentlichen Risikofaktoren. Die wesentlichen Risikofaktoren, die sich in der Lieferkette ergeben, sind im Nachhaltigkeitsbericht beschrieben.

© Siehe unter www.swisscom.ch/nachhaltigkeit

Risikofaktoren

Wettbewerbsdynamik im Telekommunikationsmarkt

Gegenwärtig treiben Infrastrukturanbieter sowie Dienstleister ohne eigene Netzinfrastruktur die Wettbewerbsdynamik voran. Swisscom begegnet dieser Dynamik und dem Umsatzrückgang aus dem klassischen Telekommunikationsgeschäft durch die Transformation des Unternehmens und durch fortlaufende Innovationen. Megatrends wie die zunehmende 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. Um die möglichen Disruptionen frühzeitig zu erkennen, die daraus entstehenden Chancen zu nutzen und den Risiken rechtzeitig entgegenzutreten, führt Swisscom mindestens einmal pro Jahr eine umfassende Umfeldanalyse durch. Sie nutzt die aus der Analyse hervorgehenden Bestandsaufnahmen kommender Trends und Entwicklungen, so bspw. um neue, potenziell disruptive Entwicklungen einzuordnen und zeitnah mögliche Szenarien abzuleiten. Weiter erstellt Swisscom regelmässige Analysen zum wirtschaftlichen und regulatorischen Umfeld. Ebenso prüft sie vertieft die Aktivitäten der globalen Internetkonzerne, um

relevante Veränderungen zu erkennen und mit entsprechenden Massnahmen zu reagieren. Um dem Wandel auf dem Markt zu begegnen, richtet sich Swisscom bei der Transformation des eigenen Unternehmens konsequent auf die Kundenbedürfnisse aus und optimiert bzw. passt ihre Prozesse und Organisation an.

Politik, Regulierung und Compliance

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. Die Vielfalt der geschäftlichen Tätigkeit und die Komplexität der Vorschriften erfordern ein wirksames Compliance Management-System (CMS). Das zentrale CMS von Swisscom umfasst den ganzen Konzern. Es überwacht konzernweit die Einhaltung der Gesetze in den Rechtsbereichen Antikorruption, Geldwäschereigesetz, Bankenrecht, Daten- und Geheimhaltungsschutz, Kartellrecht, Fernmelderecht, Börsenrecht und Produktsicherheitsgesetz.

Erhöhung der Bandbreite des Zugangsnetzes

Das Bedürfnis der Kunden nach Breitbandzugängen wächst rasant und parallel zur steigenden Attraktivität der Geräte und IP-basierter (Internet Protocol-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 Bandbreiten-erhöhung des Zugangsnetzes laufend den veränderten Rahmenbedingungen und den technischen Möglichkeiten an und minimiert so die Risiken.

Wettbewerbsdynamik und Regulierung in Italien

Die Wettbewerbsdynamik in Italien birgt Risiken, die sich ungünstig auf die Strategie von Fastweb auswirken können und so das prognostizierte Umsatzwachstum gefährden könnten. Risiken können sich besonders im Zusammenhang mit dem Markteintritt neuer Wettbewerber ergeben. Fastweb begegnet der Dynamik mit der ständigen Anpassung von Services, Organisation, Prozessen sowie Partnerschaften. Veränderungen im rechtlichen und regulatorischen Umfeld können sich negativ auf die Geschäftstätigkeit und somit auch auf den Unternehmenswert auswirken.

Geschäftsunterbruch

Die Nutzung der Dienste von Swisscom Schweiz und Fastweb 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-Aktivitäten) 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

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 stetigen Innovationen und die damit einhergehenden Möglichkeiten bringen neben Chancen neue Bedrohungen mit sich. Selbst wenn sich die Prävention aufgrund der zunehmenden Vielfalt von Angriffsmöglichkeiten immer schwieriger gestaltet, gilt es, potenzielle Bedrohungen frühzeitig zu erkennen, systematisch zu erfassen und zeitgerecht abzuwenden.

Pandemie

In Zusammenhang mit der gegenwärtigen Pandemie bestehen Unsicherheiten über das zukünftige Kundenverhalten, Mindererträge bei Privat- und Geschäftskunden (u.a. aus tieferen Roaming-Erlösen, der Geschäftsentwicklung im Unterhaltungsbereich und im Veranstaltungsgeschäft sowie Konkurse von Geschäftskunden). Weiter könnte ein sehr starker Anstieg der Fallzahlen zu Beeinträchtigungen in den Lieferketten und Leistungsbereitstellungen von Swisscom führen. Swisscom hat entsprechende Massnahmen ergriffen, um möglichen negativen Auswirkungen vorzubeugen.

Gesundheit und Umwelt

Die elektromagnetische Strahlung (z.B. von Mobilfunkantennen oder Mobilfunkgeräten) ist im Berichtsjahr erneut mit möglichen gesundheitlichen Beeinträchtigungen in Zusammenhang gebracht worden. Die Schweiz setzt dank der Verordnung über den Schutz vor nichtionisierender Strahlung (NISV) ein sogenanntes Vorsorgeprinzip um. Sie hat Grenzwerte für Basisstationen eingeführt, die im Vergleich zur EU einen zehnmal höheren Schutz vorsehen und für sämtliche Mobilfunk-Frequenzen (inkl. 5G) gelten. Akzeptanzprobleme von 5G in der Öffentlichkeit erschweren für Swisscom besonders bei Standortfragen von Mobilfunkantennen die Bedingungen für den Netzbau. In Zukunft könnte die öffentliche Besorgnis hinsichtlich Umwelt- und Gesundheitsbeeinträchtigungen durch elektromagnetische Strahlung den Bau von drahtlosen Netzen selbst ohne verschärfte Gesetzesvorschriften weiter erschweren und die Kosten erhöhen.

Die Klimaveränderung birgt für Swisscom Risiken. Diese Risiken sind getrieben durch Änderungen der physischen Klimaparameter (erhöhte Durchschnittstemperaturen bzw. extreme Temperaturen, intensivere Niederschläge, schmelzender Permafrost), durch Änderungen der rechtlichen Rahmenbedingungen 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 bezieht sich auf mögliche Emissionsszenarien und stützt sich wesentlich auf die offiziellen Berichte des Bundesamts für Umwelt (BAFU) über die Klimaveränderung (Klimaszenarien CH2018). Swisscom veröffentlicht ferner jährlich einen Klimabericht und berücksichtigt die Empfehlungen der Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) in den Bereichen Governance und Strategie. Die vollständige Umsetzung der Empfehlungen der TCFD ist für das Geschäftsjahr 2021 geplant.

© Siehe unter www.swisscom.ch/klimabericht2020