Lagebericht

Mit besten Erlebnissen unsere Kunden in die vernetzte Welt begleiten.

Alle 16 Monate

verdoppelt sich das Datenvolumen im Festnetz.

Alle 12 Monate

verdoppelt sich das Datenvolumen im Mobilfunknetz.

Strategie, Organisation und Umfeld

24 Konzernstruktur und Organisation
26 Unternehmensstrategie und Ziele
30 Wertorientierte Unternehmenssteuerung
31 Rahmenbedingungen

Geschäftsmodell und Kundenbeziehungen

43 Geschäftstätigkeit
49 Produkte, Dienstleistungen, Absatzkanäle
50 Kundenzufriedenheit

Mitarbeitende

51 Personalbestand
52 Arbeitsrechtliche Grundlagen in der Schweiz
54 Personalentwicklung
55 Personalbeschaffung
55 Mitarbeitendenzufriedenheit
56 Arbeitsrechtliche Grundlagen in Italien

Innovation und Entwicklung

57 Erfolgsfaktor «Open Innovation»
58 Spezifische Themenfelder für Innovationen
59 Laufende Innovationsprojekte

Geschäftsentwicklung

60 Wesentliche Finanzkennzahlen
61 Einleitung
61 Zusammenfassung
62 Ertragslage
65 Umsatz- und Ertragsentwicklung der Segmente
71 Quartalsübersicht 2013 und 2014
74 Geldflüsse
75 Vermögenslage
77 Nettoverschuldung
78 Investitionen
79 Wertschöpfungsrechnung
80 Energieeffizienz und CO_2-Ausstoss
81 Finanzieller Ausblick

Kapitalmarkt

82 Swisscom Aktie
84 Ausschüttungspolitik
84 Fremdkapital

Risiken

86 Risikomanagementsystem
87 Gesamtaussage zur Risikosituation
87 Risikofaktoren

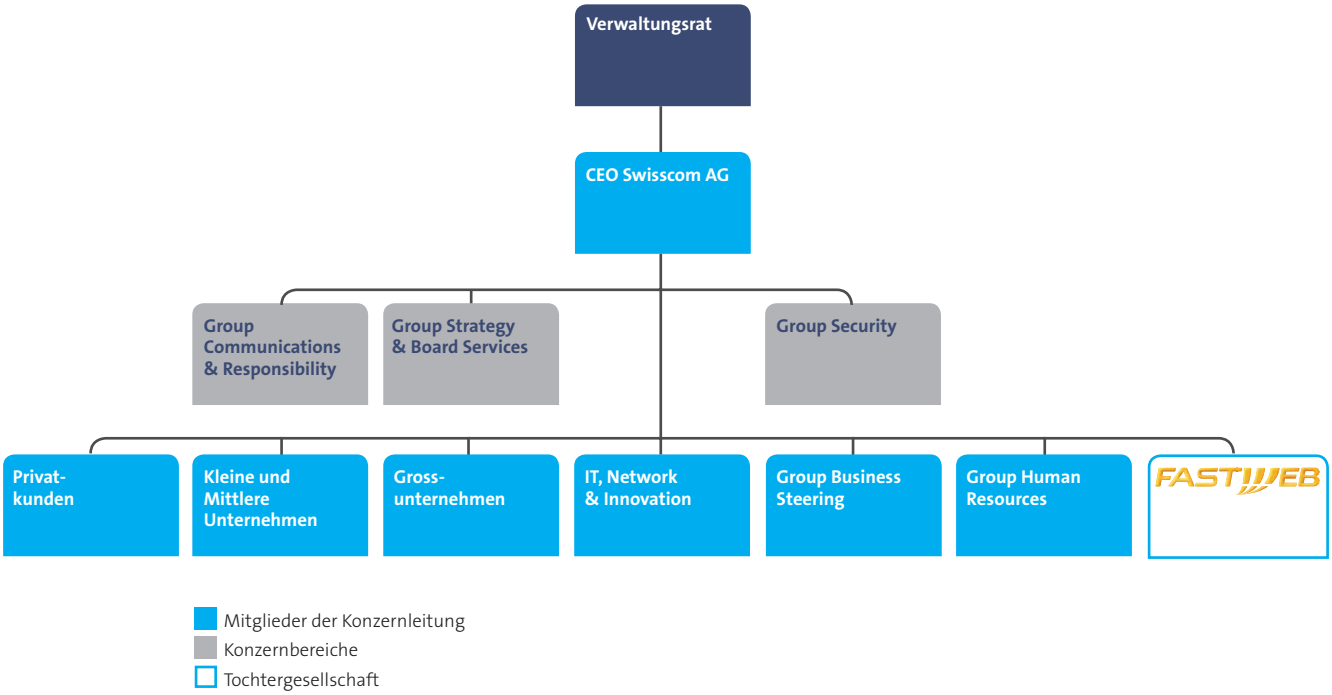
Strategie, Organisation und Umfeld

Durch die Unternehmensstrategie «Swisscom 2020» will Swisscom sich weiterhin erfolgreich in der ICT-Branche positionieren und ihren Kunden das Beste bieten. Vertrauenswürdig, einfach, inspirierend.

Konzernstruktur und Organisation

Führungsstruktur

Swisscom hat ihre Aktivitäten für Grosskunden aus den Geschäftsbereichen Grossunternehmen, Netz & IT und Swisscom IT Services gebündelt, um ihre Geschäftskunden aus einer Hand anzusprechen und rascher Cloud-basierte Lösungen anzubieten. Alle Grosskunden werden seit dem 1. Januar 2014 vom neuen Geschäftsbereich Grossunternehmen bedient, der dadurch zu einem der grössten integrierten ICT-Anbieter für Grossunternehmen in der Schweiz aufsteigt. Der Geschäftsbereich IT, Network & Innovation ist neu für den Betrieb aller IT-Systeme zuständig und übernimmt damit auch den Betrieb der zuvor von Swisscom IT Services betreuten IT-Plattformen. Er ist für die Entwicklung und Produktion von standardisierten IT- und Netzleistungen für den gesamten Konzern verantwortlich. Swisscom IT Services wird in Swisscom Schweiz integriert, was die Konzernstruktur vereinfacht und die Entscheidungswege verkürzt.
Die Konzernorganisation orientiert sich an folgender Führungsstruktur: Der Verwaltungsrat der Swisscom AG ist zuständig für die Oberleitung. Er legt die strategischen, organisatorischen und finanziellen Grundlagen des Konzerns fest. Die Führung des laufenden Geschäfts hat der Verwaltungsrat an den CEO Swisscom AG, Urs Schaeppi, delegiert. Die Verantwortlichen der Bereiche Privatkunden, Kleine und Mittlere Unternehmen, Grossunternehmen und IT, Network & Innovation rapportieren zusammen mit den Verantwortlichen der Konzernbereiche direkt an den CEO Swisscom AG. Die italienische Tochtergesellschaft Fastweb wird über den vom CEO Swisscom AG präsidierten Verwaltungsrat geführt.



Konzernstruktur

Die Holdinggesellschaft Swisscom AG ist für die Oberleitung sowie die strategische und finanzielle Führung des Swisscom Konzerns verantwortlich. Die Schweizerische Eidgenossenschaft (der Bund) muss gemäss Gesetz die Mehrheit an der Swisscom AG halten. Der Anteil des Bundes an den Aktien der Swisscom AG per 31. Dezember 2014 beträgt 51,0%.
Am 31. Dezember 2014 sind in der Swisscom Konzernrechnung 28 inländische (Vorjahr 27) und 32 ausländische (Vorjahr 33) Tochtergesellschaften voll konsolidiert. Zusätzlich sind wie im Vorjahr sieben assoziierte Gesellschaften nach der Equity-Methode einbezogen. Schliesslich hält Swisscom verschiedene Minderheitsbeteiligungen an Wachstumsunternehmen, die im Markt für Informations-, Kommunikations- und Unterhaltungstechnologien tätig sind.
Die Swisscom AG hält im Wesentlichen direkte Beteiligungen an der Swisscom (Schweiz) AG, der Swisscom Broadcast AG und der Swisscom Directories AG. Die Fastweb S.p.A. (Fastweb) wird indirekt über die Swisscom (Schweiz) AG sowie Zwischengesellschaften in Belgien und Italien gehalten. Die Swisscom Re AG in Liechtenstein ist die konzerneigene Rückversicherung.
Swisscom hat im September 2014 die PubliGroupe SA für einen Kaufpreis von CHF 474 Millionen übernommen. Die PubliGroupe ist vor allem im Schweizer Verzeichnismarkt tätig. Sie hat vor der Übernahme zusammen mit Swisscom je die Hälfte an der Local-Gruppe (Swisscom Directories AG, LTV Gelbe Seiten AG und local.ch AG) gehalten. Die Übernahme der PubliGroupe zielt hauptsächlich darauf ab, die Local-Gruppe vollständig zu beherrschen und weiterzuentwickeln. Nach der Übernahme sind die LTV Gelbe Seiten AG und die local.ch AG mit der Swisscom Directories AG fusioniert worden. In der Folge beabsichtigen Swisscom und Tamedia, ihr Verzeichnisgeschäft zusammenzulegen. Die angestrebte Partnerschaft zwischen Swisscom und Tamedia steht unter dem Vorbehalt der Zustimmung durch die Wettbewerbsbehörden. Swisscom wird 69% an der gemeinsamen Tochtergesellschaft halten und das Unternehmen voll konsolidieren. Die PubliGroupe hält weitere Beteiligungen an Medienunternehmen und Mediendienstleistern. Swisscom plant, die Beteiligungen an den Medienunternehmen zu veräussern. Bei den weiteren Beteiligungen wird Swisscom alle Optionen prüfen.
Im Januar 2015 hat Swisscom die Veltigroup übernommen und baut damit ihr ICT-Portfolio für Geschäftskunden und ihre Präsenz in der Westschweiz aus. Die in Lausanne ansässige Unternehmensgruppe ist in der Westschweiz ein führender ICT-Service Provider. Die Veltigroup beschäftigt rund 480 Mitarbeitende schweizweit und bietet Unternehmen ein vollständiges ICT-Angebot von der Infrastruktur bis hin zu Endkunden-Services und -Lösungen.

Segmentberichterstattung

Für die finanzielle Berichterstattung werden die Geschäftsbereiche von Swisscom einzelnen Segmenten zugeordnet, die sich nach der Führungsstruktur richten. Aus Gründen der Praktikabilität ist die Segmentberichterstattung für das Jahr 2014 nicht verändert worden. Die finanzielle Berichterstattung 2014 weist folglich wie bisher die Segmente Privatkunden, Kleine und Mittlere Unternehmen, Grossunternehmen, Wholesale sowie Netz & IT aus, die zu Swisscom Schweiz zusammengefasst sind. Swisscom IT Services wird in den Übrigen operativen Segmenten ausgewiesen. Die Segmentberichterstattung wird ab 2015 an die Führungsstruktur angepasst. Sie ist nachfolgend dargestellt und setzt sich wie folgt zusammen: Swisscom Schweiz, Fastweb und Übrige operative Segmente. In Swisscom Schweiz enthalten sind die Segmente Privatkunden, Kleine und Mittlere Unternehmen, Grossunternehmen, Wholesale sowie IT, Network & Innovation. Getrennt dargestellt wird wie bisher der Bereich Group Headquarters, der im Wesentlichen die Konzernbereiche sowie die Beschäftigungsgesellschaft Worklink AG enthält.

Struktur der Segmentberichterstattung 2015

	Swisscom Schweiz[1]	Fastweb	Übrige operative Segmente[2]	Group Headquarters
Tochtergesellschaften	> Swisscom (Schweiz) AG[3] > CT Cinetrade AG[4] > DL-Groupe GMG AG > Swisscom Banking Provider AG > Swisscom Directories AG > Swisscom ITS Custom Solutions AG > Swisscom Immobilien AG > Veltigroup > Wingo AG	> Fastweb S.p.A.	> Alphapay AG > BFM Business Fleet Management AG > Billag AG > Cablex AG > Datasport AG > Swisscom Broadcast AG > Swisscom Energy Solutions AG > Swisscom Event & Media Solutions AG > Hospitality Services[5] > PubliGroupe SA[6] > Mona Lisa Capital AG[7]	> Swisscom AG > Swisscom Belgium N.V. > Swisscom Italia S.r.l. > Swisscom Re AG > Worklink AG
Assoziierte Gesellschaften	> Belgacom International Carrier SA	> Metroweb S.p.A.	> Medgate Holding AG > Zanox AG > Venturing Beteiligungen	

[1] Swisscom Schweiz umfasst die operativen Segmente Privatkunden, Kleine und Mittlere Unternehmen, Grossunternehmen, Wholesale und IT, Network & Innovation.
[2] Übrige operative Segmente umfasst die operativen Segmente Participations, Health, Connected Living und Swisscom Hospitality Services.
[3] Die Swisscom (Schweiz) AG hat operative Tochtergesellschaften in der Niederlande, Österreich, Schweiz, Singapur und USA.
[4] Die CT Cinetrade AG hat Tochtergesellschaften in der Schweiz: Kitag Kino-Theater AG, PlazaVista Entertainment AG und Teleclub AG.
[5] Hospitality Services hat Tochtergesellschaften in Belgien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Grossbritannien, Italien, Luxemburg, Niederlande, Norwegen, Österreich, Portugal, Rumänien, Spanien und USA.
[6] Die PubliGroupe SA hat Tochtergesellschaften in Frankreich, Deutschland, Niederlande, Schweden und Schweiz.
[7] Die Mona Lisa Capital AG ist eine Venture Beteiligung.

Unternehmensstrategie und Ziele

Unternehmensstrategie

Swisscom ist in der Schweiz in den Teilmärkten Mobilfunk, Festnetztelefonie, Breitband und Digital-TV führend. Sie hat zudem eine bedeutende Marktposition im Markt für IT Services. Technologischer Wandel, intensiver lokaler und globaler Wettbewerb und die sich verändernden Kundenbedürfnisse führen dazu, dass die Preise und Volumen im klassischen Geschäft mit nutzungsabhängigen Angeboten kontinuierlich erodieren. Den daraus resultierenden Umsatz- und Ergebnisrückgang gilt es zu kompensieren, um die Finanzkraft für die hohen Investitionen in neue Technologien zu bewahren.
Drei grundlegende Trends verändern das Umfeld der ICT-Branche und beeinflussen die Swisscom Strategie massgeblich:

> **Immer online:** In wenigen Jahren werden die Kunden von Swisscom über all ihre digitalen Endgeräte in Echtzeit auf sämtliche ihrer privaten und beruflichen Anwendungen und Daten zugreifen. Getrieben durch technische Neuerungen wird die Art und Weise, wie die Kunden untereinander und mit den Geräten kommunizieren sowie interagieren, fundamental anders sein als heute. Die Digitalisierung führt ferner dazu, dass nicht nur Menschen, sondern auch intelligente Applikationen und Geräte zunehmend miteinander vernetzt sind. Vernetzung und Digitalisierung revolutionieren die Wertschöpfungsketten, Produktionsprozesse und Kundenkontakte in allen Branchen.

> **Internetbasiert:** Alle Produkte und Dienstleistungen werden künftig auf Basis des Internet-Protokolls betrieben. Speicherplatz, Rechenleistung und Software werden verstärkt aus dem Internet bezogen. Diese Entwicklung ermöglicht neue Geschäftsmodelle und bessere Kundenerlebnisse.

- **Globaler Wettbewerb:** Die Digitalisierung und die Verbreitung der internetbasierten Services führen zur Entstehung von internationalen Märkten. Weltweit tätige Mitbewerber profitieren von globalen Skaleneffekten und verändern die Geschäftsmodelle durch eine verstärkte Nutzung von Kundendaten. Ein fortlaufender Konsolidierungstrend ist auch in der Telekommunikationsbranche zu erwarten. Viele Telekommunikationsunternehmen erweitern ihr Geschäft in Richtung IT, Medien und Entertainment.

Swisscom ist überzeugt, dass es in der zunehmend vernetzten und digitalisierten Welt einen kompetenten und vertrauenswürdigen Begleiter braucht. In dieser Rolle will Swisscom die Menschen begeistern und einen wichtigen Beitrag leisten, um die Schweiz zu einem führenden ICT-Land zu machen. Ihr Ziel ist es, die Vernetzung der Gesellschaft aktiv zu gestalten und sich erfolgreich als Vorzeigeunternehmen in einer digitalen Welt zu positionieren. Dieses Ziel wird in der Vision und Unternehmensstrategie von Swisscom konkretisiert.

Die Vision von Swisscom: das Beste in der vernetzten Welt – immer und überall

Bei Swisscom stehen Menschen und ihre Beziehungen im Zentrum der Aktivitäten. Kundenorientierung, Nachhaltigkeit, Leidenschaft, Neugier und Zuverlässigkeit prägen das gemeinsame Handeln der Mitarbeitenden. Als beste Begleiterin in der vernetzten Welt steht Swisscom für Einfachheit ein und ist für ihre Kunden eine vertrauenswürdige und inspirierende Partnerin. Sie ermöglicht ihren Kunden, sich wohl und sicher zu fühlen, sich schnell und einfach zurechtzufinden sowie Ausserordentliches zu erleben und zu leisten. Ferner unterstützt Swisscom Geschäftskunden, ihre ICT-Infrastruktur zu flexibilisieren, ihre Geschäftsprozesse auf die neuen Herausforderungen der digitalen Welt auszurichten sowie die Kommunikation und Zusammenarbeit ihrer Mitarbeitenden zu optimieren. Durch die eigene Wertschöpfung und indirekt durch die hohen Investitionen, die anderen Unternehmen in der Schweiz zugutekommen, leistet Swisscom einen wichtigen Beitrag zu einer wettbewerbsfähigen Schweiz und trägt wesentlich zum Bruttoinlandprodukt und zur Beschäftigung bei.
Um bester Begleiter zu sein, muss Swisscom hohe Ansprüche hinsichtlich Infrastruktur, Kundenerlebnis und Wachstum erfüllen.

Beste Infrastruktur bauen

Die Infrastruktur bildet für Swisscom die Grundlage, um ihre Angebote bereitzustellen und damit für ein nachhaltiges Kundenerlebnis zu sorgen. Swisscom möchte ihren Kunden in der Schweiz und in Italien die führende IT- und Kommunikationsinfrastruktur anbieten. Eine solche Infrastruktur ermöglicht beste Kundenerlebnisse, legt die Basis für eine Differenzierung im Wettbewerb und erhöht die Effizienz. Swisscom erfüllt die steigenden Anforderungen der Kunden durch Netze, die sich durch höchste Sicherheit, Verfügbarkeit und Leistungsfähigkeit auszeichnen. Im Festnetzbereich steht für Swisscom der kontinuierliche Ausbau des Ultrabreitbandnetzes durch Fibre to the Home (FTTH) und Fibre to the Street (FTTS) im Vordergrund – sowohl in der Schweiz wie auch in

Italien. Im Mobilfunkbereich sind der weitere Ausbau des Mobilfunknetzes der vierten Generation LTE sowie der Einsatz weiterer Technologien (zum Beispiel Voice over LTE) zentral, um den erhöhten Kapazitätsanforderungen gerecht zu werden und das Mobilfunkerlebnis weiter zu verbessern.
Durch eine skalierbare Infrastruktur, eine zunehmende Virtualisierung von Infrastruktur und Diensten sowie durch kontinuierliche Verbesserungsprozesse will Swisscom ihre Effizienz erhöhen. Die neue Cloud-Infrastruktur bietet hohe Qualität und Sicherheit und soll auch für Systeme von Swisscom genutzt werden. Darüber hinaus will Swisscom die technologische Transformation beschleunigen und zu diesem Zweck von proprietären auf offene, leistungsfähigere technologische Systeme und Infrastrukturen wechseln. In erster Linie will Swisscom dabei eine offene Cloud aufbauen: ferner einfache Programmierschnittstellen zu Funktionalitäten bereitstellen, die technologische Transformation von traditionellen auf IP-basierte Lösungen vornehmen sowie die organisatorische Transformation bewerkstelligen, um die vorhandenen technologischen Ressourcen optimal zu nutzen.

Beste Erlebnisse bieten

Um sich im Kerngeschäft entscheidend zu differenzieren, will Swisscom ihre Kunden kompetent begleiten und den besten Service durch die gesamte Erlebniskette hindurch bieten. Die Kundenbetreuung durch Swisscom soll möglichst personalisiert und flexibel erfolgen und den Kunden ein übergreifendes Serviceerlebnis ermöglichen.
Durch den Aufbau von ganzheitlichen Lösungen und durch die Einführung von innovativen digitalen Diensten möchte Swisscom ihre Kunden begeistern sowie die Digitalisierung und Vernetzung von Wirtschaft und Gesellschaft vorantreiben. Aktuelle Beispiele hierfür sind Cloud-Produkte wie das erfolgreiche, weiterentwickelte TV-Angebot (Swisscom TV 2.0), die Speicherlösung Docsafe, das digitale Portemonnaie Tapit sowie die plattformübergreifende Kommunikationsapplikation iO.
Aus Kundensicht soll beim Kontakt mit Swisscom die Einfachheit im Mittelpunkt stehen. Dementsprechend stellt Swisscom die Kundenbedürfnisse bereits bei der Entwicklung neuer Angebote in den Vordergrund. Eine schlanke Angebotsstruktur und neue Self-Service-Möglichkeiten vereinfachen die Kundeninteraktionen und erhöhen die Effizienz.

Beste Wachstumschancen realisieren

Der Telekommunikationsmarkt dürfte in den kommenden Jahren in der Schweiz und in Italien moderat wachsen. Ein leichtes Bevölkerungs- und Haushaltswachstum, die steigende Anzahl vernetzter Endgeräte pro Einwohner und der zunehmende Einsatz von ICT in zahlreichen Branchen sind zentrale Wachstumstreiber. In Italien besteht zudem weiterhin Nachholbedarf aufgrund der relativ geringen Breitbanddurchdringung.
In diesem Marktumfeld möchte Swisscom ihr Produktportfolio weiterentwickeln, um die bestehenden Umsätze im Kerngeschäft zu sichern. Ein wichtiger Eckpfeiler ist die Entwicklung von nationalen und internationalen Angeboten auf Basis einer modernen und leistungsfähigen Cloud-Infrastruktur. Vertikale Lösungen bieten Swisscom Wachstumsmöglichkeiten in den Branchen Banking, Gesundheitswesen und Energie. Neue, angrenzende Geschäftsfelder beinhalten für Swisscom ebenfalls Umsatzpotenziale. Beispiele hierfür sind die Entwicklung von neuen Diensten und Geschäftsfeldern im Bereich der Internet Services (zum Beispiel Big Data) oder des «Internets der Dinge» (zum Beispiel Smart Home) sowie die Weiterentwicklung von Swisscom Energy Solutions. Den veränderten Rahmenbedingungen im zunehmend globalen Wettbewerb möchte Swisscom durch die Entwicklung von neuen Geschäftsmodellen und die Weiterentwicklung der Natel-infinity-Preispläne Rechnung tragen, um ihren Umsatz nachhaltig zu sichern.
Für Fastweb in Italien stehen die Kundenakquisition durch eine erweiterte Abdeckung des Glasfasernetzes, der Ausbau der Partnerschaften und das Angebot neuer konvergenter Produkte im Mittelpunkt.

Vorreiterin im Bereich der Corporate Responsibility

Swisscom konzentriert ihre Tätigkeiten im Bereich Corporate Responsibility einerseits auf Themen, die für ihre Anspruchsgruppen eine hohe Relevanz besitzen, und andererseits auf Themen, die gleichzeitig eng an ihr Kerngeschäft gekoppelt sind und deshalb Marktchancen eröffnen. Swisscom hat die Vision einer modernen und zukunftsgerichteten Schweiz: eines Landes, das gerade im Bereich der Nachhaltigkeit eine Vielzahl von Möglichkeiten bietet. Konkret setzt Swisscom auf die folgenden sechs strategischen Schwerpunkte, zu denen sie jeweils ein langfristiges Ziel für das Jahr 2020 formuliert hat:

- **Klimaschutz:** Swisscom will gemeinsam mit ihren Kunden doppelt so viel CO_2 einsparen, wie sie in ihrem gesamten Betrieb und in ihrer Lieferkette verursacht: so etwa durch Home-Office-Lösungen, die Pendlerfahrten vermeiden, oder durch TV-Settop-Boxen, die weniger Strom als bisherige Boxen verbrauchen.
- **Arbeiten und Leben:** Swisscom will eine Million Kunden durch Lösungen im Gesundheitsbereich unterstützen: so etwa durch die Swisscom Gesundheitsplattform mitsamt Fitnesssensoren, das elektronische Patientendossier oder die Angebote ihrer Tochtergesellschaft Datasport.
- **Medienkompetenz:** Swisscom will Marktführerin im Bereich der Datensicherheit sein und eine Million Menschen dabei unterstützen, Medien sicher und verantwortungsvoll zu nutzen: so etwa durch einen Router, auf dem die Kunden kinder- und jugendgerechte Surfzeiten programmieren.
- **Attraktive Arbeitgeberin:** Swisscom will eine der attraktivsten Arbeitgeberinnen der Schweiz sein. Sie bietet ihren Mitarbeitenden Möglichkeiten zur Entfaltung und fördert die Life Balance. Faire Anstellungsbedingungen sind für Swisscom ebenso selbstverständlich wie eine gelebte Sozialpartnerschaft und ein überdurchschnittliches Engagement in der Berufsbildung.
- **Faire Lieferkette:** Swisscom setzt sich im Rahmen einer fairen Lieferkette für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen von über zwei Millionen Menschen ein. Dazu ist Swisscom internationale Partnerschaften eingegangen, welche die Umsetzung der Massnahmen in enger Zusammenarbeit mit den Lieferanten gewährleisten.
- **Vernetzte Schweiz:** Swisscom will 85% aller Wohnungen und Geschäfte mit Ultrabreitband abdecken. Ausserdem sollen 99% der Bevölkerung von mobilem Ultrabreitband profitieren.

Ziele von Swisscom

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

	Ziele	effektiv 2014
Finanzielle Ziele		
Nettoumsatz	Konzernumsatz für das Jahr 2014 von rund CHF 11,5 Milliarden	CHF 11'703 Millionen
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	EBITDA für das Jahr 2014 von mehr als CHF 4,4 Milliarden	CHF 4'413 Millionen
Investitionen in Sachanlagen und übrige immaterielle Vermögenswerte	Investitionen für das Jahr 2014 von rund CHF 2,4 Milliarden	CHF 2'436 Millionen
Übrige Ziele		
Ultrabreitband Wohnungen und Geschäfte Schweiz	Abdeckung 85% bis Ende 2020	41% oder über 1,4 Millionen Wohnungen und Geschäfte
Ultrabreitband Wohnungen und Geschäfte Italien	Abdeckung 30% oder rund 7,5 Millionen Wohnungen und Geschäfte bis Ende 2016	20% oder 5,5 Millionen Wohnungen und Geschäfte
Mobiles Ultrabreitband Schweiz	Abdeckung 99% mit 4G/LTE bis Ende 2016	97%
Energieeffizienz Schweiz	+25% bis Ende 2015 gegenüber Energieeffizienz Schweiz 1. Januar 2010	+26%
CO_2-Ausstoss Schweiz	–12% bis Ende 2015 gegenüber 1. Januar 2010	–17%

Weitere Erläuterungen zu den Zielen und ihrer Erreichung sind in den folgenden Kapiteln beschrieben.

Wertorientierte Unternehmenssteuerung

Die finanziellen Schlüsselkennzahlen zur Planung und Steuerung der operativen Geldflüsse sind das Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) sowie die Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte. Die Verhältniskennzahl Gesamtunternehmenswert/EBITDA erlaubt darüber hinaus einen relativen Vergleich der Aktienkursbewertung mit anderen Telekomunternehmen.
Die Verhältniskennzahl wird hauptsächlich durch die Umsatz- und Margenentwicklung sowie die Wachstumserwartungen der Aktieninvestoren getrieben. Das Vergütungssystem der Konzernleitungsmitglieder beinhaltet einen variablen Erfolgsanteil. Dieser Anteil wird zu 25% in Swisscom Aktien ausbezahlt, wobei die betreffenden Aktien für drei Jahre für den Verkauf gesperrt sind. Die Konzernleitungsmitglieder können die Aktienbeteiligung im Rahmen des Erfolgsanteils auf 50% erhöhen. Der variable Erfolgsanteil basiert unter anderem auf den finanziellen Zielen Nettoumsatz, EBITDA-Marge und Operating Free Cash Flow. Die für den variablen Erfolgsanteil relevanten finanziellen Ziele sowie die Aktienbeteiligung stellen sicher, dass die Interessen des Managements im Einklang mit den Interessen der Aktionäre stehen.

Gesamtunternehmenswert

In Millionen CHF bzw. wie angemerkt	31.12.2014	31.12.2013
Gesamtunternehmenswert		
Börsenkapitalisierung	27’067	24’394
Nettoverschuldung	8’120	7’812
Minderheitsanteile an Tochtergesellschaften	3	29
Gesamtunternehmenswert (EV)	**35’190**	**32’235**
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	4’413	4’302
Verhältnis Gesamtunternehmenswert/EBITDA	**8,0**	**7,5**

Die Summe aus Börsenkapitalisierung, Nettoverschuldung und Minderheitsanteilen an Tochtergesellschaften ergibt den aus dem Aktienkurs abgeleiteten Gesamtunternehmenswert (Enterprise Value, EV). Die Minderheitsanteile sind zu Buchwerten bewertet. Weitere nicht operative Vermögenswerte und Verbindlichkeiten werden aus Vereinfachungszwecken nicht einbezogen. Der Gesamtunternehmenswert von Swisscom hat sich gegenüber dem Vorjahr um CHF 3,0 Milliarden oder 9,2% auf CHF 35,2 Milliarden erhöht. Die Börsenkapitalisierung nahm um CHF 2,7 Milliarden und die Nettoverschuldung um CHF 0,3 Milliarden zu. Die Verhältniskennzahl Gesamtunternehmenswert/EBITDA stieg auf 8,0 (Vorjahr 7,5). Die Zunahme ist zum überwiegenden Teil auf die höhere relative Aktienkursbewertung und nur zu einem geringeren Teil auf den höheren EBITDA zurückzuführen. Mit einer Verhältniskennzahl von 8,0 liegt Swisscom deutlich über dem Durchschnittswert der europäischen Vergleichsunternehmen aus dem Telekomsektor. Die höhere Bewertung wird gestützt einerseits durch die solide Marktposition von Swisscom erzielt durch die hohe Investitionstätigkeit, die attraktive Dividendenpolitik und die Mehrheitsbeteiligung des Bundes sowie andererseits durch die schweizerischen Rahmenbedingungen wie tieferes Zinsniveau und tiefere Gewinnsteuersätze.

Rahmenbedingungen

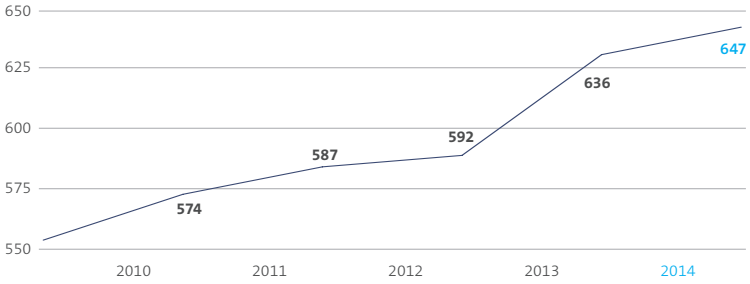
Gesamtwirtschaftliches Umfeld

Das gesamtwirtschaftliche Umfeld beeinflusst die Finanz-, Vermögens- und Ertragslage von Swisscom wesentlich; so besonders die Entwicklung der Konjunktur, der Zinsen, der Währungskurse und der Kapitalmärkte.

Konjunktur

Die Schweiz hat 2014 ein robustes Wirtschaftswachstum verzeichnet, was vor allem auf die gute Inlandnachfrage zurückzuführen ist. Das Bruttoinlandprodukt (BIP) ist um 1,8% gestiegen. In Europa hat sich die wirtschaftliche Entwicklung bei tiefen Inflationsraten abgeflacht. Die Risiken einer Phase mit anhaltend tiefem Wachstum bleiben bestehen. Nach der starken Aufwertung des Schweizer Frankens im Januar 2015 hat sich das Risiko einer deutlichen Konjunkturabschwächung oder sogar einer Rezession erhöht.

Bruttoinlandprodukt Schweiz rollierend in Mrd. CHF

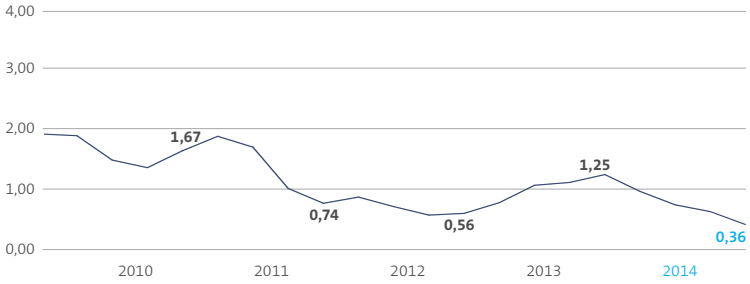


Ein wesentlicher Teil der Umsätze von Swisscom aus Telefonie, Breitbanddiensten und digitalem TV beruht auf festen Monatsgebühren mit geringen konjunkturell bedingten Nachfrageschwankungen. Einen zyklischeren Geschäftsverlauf verzeichnen hingegen das Projektgeschäft mit Geschäftskunden und das internationale Roaming.

Zinsen

Seit Jahren liegt das allgemeine Zinsniveau in der Schweiz tiefer als in den meisten anderen Industrieländern. Die Tiefzinspolitik wichtiger Nationalbanken hat sich 2014 fortgesetzt. Nach einem leichten Anstieg 2013 ist das Zinsniveau im Berichtsjahr verhältnismässig stark gesunken. Die Rendite zehnjähriger Bundesobligationen liegt Ende 2014 nur noch bei 0,36%. Im Januar 2015 hat sich der Zinsrückgang fortgesetzt. Die Renditen der zehnjährigen Bundesobligationen sind in den negativen Bereich gefallen.

Zinsentwicklung Schweiz Rendite Bundesobligationen 10 Jahre in %

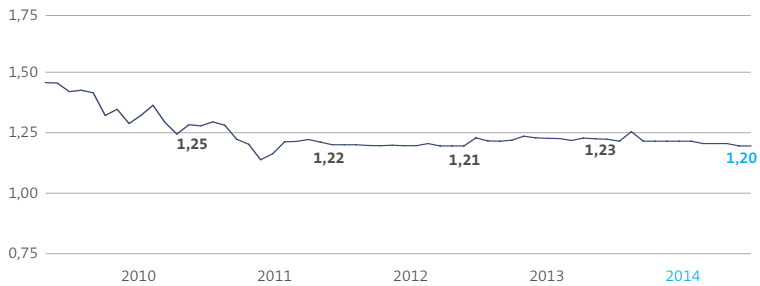


Swisscom hat auch 2014 die anhaltende Tiefzinsphase mit zwei Finanzierungstransaktionen genutzt. Sie nahm zu vorteilhaften Zinskonditionen Anleihen über EUR 500 Millionen und über CHF 360 Millionen mit Laufzeiten zwischen 7,5 und 15 Jahren auf. Die Zinskosten aller Finanzschulden betrugen 2014 im Durchschnitt 2,5%. Marktbezogene Zinsen beeinflussen in der Konzernrechnung die Bewertung unterschiedlicher Abschlusspositionen; so etwa die Kapitalkosten (WACC) für die Beurteilung der Werthaltigkeit des Goodwills der italienischen Tochtergesellschaft Fastweb, die Diskontsätze für Personalvorsorgeverpflichtungen sowie die langfristigen Rückstellungen für Abbruch- und Instandstellungskosten. Weiter hat Swisscom in der Vergangenheit Zinssatzswaps mit langen Laufzeiten abgeschlossen, die nicht für Hedge Accounting klassifizieren. Änderungen der Marktzinsen können zu hohen ergebniswirksamen Schwankungen der bilanzierten Marktwerte führen.

Währung

Der Schweizer Franken hat sich 2014 gegenüber den für Swisscom wichtigsten Währungen nur minimal verändert. Die Schweizerische Nationalbank (SNB) hat am 15. Januar 2015 die Aufhebung des Mindestkurses CHF/EUR von 1,20 kommuniziert. In der Folge hat sich der Schweizer Franken gegenüber allen anderen wichtigen Währungen stark aufgewertet.

Entwicklung Stichtagskurs CHF/EUR



Die Währungsentwicklung beeinflusst die Geschäftstätigkeit von Swisscom in der Schweiz nicht wesentlich. Swisscom erzielt nur wenige Umsätze in Fremdwährung. Beim Einkauf von Endgeräten und technischen Anlagen sowie bei Gebühren, die für die Benützung von ausländischen Fest- und Mobilfunknetzen durch Swisscom Kunden anfallen (Roaming), bestehen Transaktionsrisiken in Fremdwährungen (vor allem EUR und USD). Diese Risiken werden teilweise durch Devisentermingeschäfte abgesichert.

Swisscom finanziert sich vorwiegend in Schweizer Franken. Ende 2014 haben die finanziellen Verbindlichkeiten CHF 8,6 Milliarden betragen, davon 80% in CHF, 18% in EUR und 2% in USD. Die Währungsumrechnung ausländischer Konzerngesellschaften, besonders von Fastweb in Italien, beeinflusst die Darstellung der Vermögens- und Ertragslage in der Konzernrechnung. Die im Konzerneigenkapital erfassten kumulierten Differenzen aus der Währungsumrechnung ausländischer Tochtergesellschaften betragen 2014 vor Abzug von Steuereffekten CHF 2,0 Milliarden (Vorjahr CHF 1,9 Milliarden). 2015 besteht das Risiko, dass durch die Aufgabe des EUR-Mindestkurses die kumulierten Umrechnungsdifferenzen ergebnisneutral zunehmen und der EBITDA-Beitrag von Fastweb durch die Währungsumrechnung abnehmen wird.

Kapitalmarkt

Die internationalen Aktienmärkte haben sich 2014 positiv entwickelt. Der SMI ist um 9,5% gestiegen. Swisscom hält die überschüssige Liquidität in Form flüssiger Mittel und kurzfristiger Geldmarktanlagen. Es bestehen nur unbedeutende direkte Finanzanlagen in Aktien oder anderen langfristigen Finanzanlagen. Das in Aktien, Obligationen und anderen Anlagekategorien angelegte Vermögen von rund CHF 9,0 Milliarden der rechtlich unabhängigen Stiftung comPlan, der Swisscom Pensionskasse in der Schweiz, unterliegt den Kapitalmarktrisiken. Indirekt beeinflusst dies die in der Swisscom Konzernrechnung dargestellte Finanzlage. Die Kurse der Schweizer Aktien sind nach der Aufhebung des EUR-Mindestkurses im Januar 2015 stark gesunken.

Siehe unter
www.swisscom.ch/investor

Gesetzliches und regulatorisches Umfeld

Rechtliche Rahmenbedingungen für Swisscom

Swisscom ist eine spezialgesetzliche Aktiengesellschaft nach Schweizer Recht. Sie wird durch das Telekommunikationsunternehmungsgesetz (TUG), das Aktienrecht und die Statuten organisiert. In ihrer Tätigkeit hat sie sich in erster Linie nach der Fernmelde- und Rundfunkgesetzgebung zu richten. Daneben untersteht Swisscom den für die gesamte Wirtschaft geltenden Regeln, namentlich dem Wettbewerbsrecht. Als börsenkotierte Gesellschaft beachtet Swisscom zudem das Kapitalmarktrecht sowie die Verordnung des Bundesrats gegen übermässige Vergütungen bei börsenkotierten Aktiengesellschaften (VegüV).

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

Per 1. Januar 1998 sind die früheren PTT-Betriebe durch Gesetz in «Die Schweizerische Post» und die «Swisscom AG» umgewandelt worden (daher die Bezeichnung spezialgesetzliche Aktiengesellschaft). Nach TUG und Statuten erbringt Swisscom im In- und Ausland Fernmelde- und Rundfunkdienste sowie damit zusammenhängende Produkte und Dienstleistungen. Gemäss TUG muss die Schweizerische Eidgenossenschaft (der Bund) die kapital- und stimmenmässige Mehrheit an Swisscom halten. Für eine Aufgabe der Mehrheit des Bundes müsste das TUG geändert werden. Swisscom ist ferner verpflichtet, mit den Personalverbänden Verhandlungen zum Abschluss eines Gesamtarbeitsvertrags zu führen. Der Bundesrat legt für jeweils vier Jahre die Ziele fest, die der Bund als Hauptaktionär erreichen will. Diese enthalten strategische, finanzielle und personalpolitische Ziele sowie Ziele hinsichtlich Kooperationen und Beteiligungen. Um Transparenz zu gewährleisten, sind die Ziele für die übrigen Aktionäre öffentlich. Die Absichten des Bundes fliessen in die vom Verwaltungsrat von Swisscom zu setzenden strategischen und operativen Unternehmensziele ein. Für die Berichtsperiode gelten die Ziele 2014 bis 2017. Der Bundesrat hat für Swisscom die folgenden finanziellen Ziele festgelegt:

- Swisscom steigert langfristig den Unternehmenswert. Sie weist bezüglich Gesamtrendite, bestehend aus Dividendenausschüttung und Aktienkursentwicklung, eine Performance auf, die mit vergleichbaren Telekommunikationsunternehmen in Europa Schritt hält.
- Swisscom betreibt eine Dividendenpolitik, die dem Grundsatz der Stetigkeit folgt und eine im Vergleich mit anderen börsenkotierten Unternehmen in der Schweiz attraktive Dividendenrendite gewährleistet. Dabei berücksichtigt sie die Erfordernisse einer nachhaltigen Investitionstätigkeit, einer risikogerechten und branchenüblichen Eigenkapitalquote sowie eines jederzeit einfachen Zugangs zu den Kapitalmärkten.
- Swisscom strebt eine Nettoverschuldung von höchstens 2,1x EBITDA (Betriebsergebnis vor Abschreibungen) an. Zeitweise Überschreitungen dieser Quote sind zulässig.

Der Bundesrat erwartet zudem, dass Swisscom Kooperationen (Beteiligungen, Allianzen, Gründung von Gesellschaften sowie andere Formen der Zusammenarbeit) nur eingeht, wenn sie zur nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswerts beitragen, führungsmässig gut betreut werden können und dem Risikoaspekt genügend Rechnung tragen. Im Ausland dürfen keine Beteiligungen an Telekommunikationsgesellschaften mit Grundversorgungsauftrag eingegangen werden. Andere Beteiligungen im Ausland sind möglich, wenn sie das Kerngeschäft im Inland unterstützen oder eine andere strategisch-industrielle Logik aufweisen.

Siehe unter
www.admin.ch

Fernmeldegesetz (FMG)

Das Fernmeldegesetz regelt, zu welchen Bedingungen marktbeherrschende Anbieter anderen Anbietern von Fernmeldediensten ihr Netz zur Verfügung stellen müssen. Es umfasst einen abschliessenden Katalog von Zugangsformen und beschränkt sich im Anschlussbereich auf Kupferleitungen. Die im Gesetz genannten Zugangsdienste müssen zu regulierten Bedingungen und besonders zu kostenorientierten Preisen angeboten werden. Neben dem Netzzugang regelt das Gesetz die Sicherstellung der Grundversorgung. Ziel ist es, allen Bevölkerungskreisen in allen Landesteilen eine zuverlässige und erschwingliche Grundversorgung mit Fernmeldediensten zu gewährleisten. Periodisch legt der Bundesrat den Leistungsumfang mit den entsprechenden Qualitäts- und Preisvorgaben fest. Die Grundversorgung beinhaltet unter anderem den flächendeckend garantierten Zugang zu einem Breitbandanschluss mit einer Downloadgeschwindigkeit von mindestens 1 Mbit/s beziehungsweise ab 1. Januar 2015 von 2 Mbit/s. Im Jahr 2007 hat die Eidgenössische Kommunikationskommission (ComCom) die entsprechende Grundversorgungskonzession bis 2017 an Swisscom vergeben. Swisscom hat bisher die Auflagen der Grundversorgungskonzes-

sion gemäss den Qualitätskriterien des Fernmelderechts ohne Beanstandungen und ohne finanzielle Abgeltung erfüllt. Darüber hinaus regelt das Fernmeldegesetz die Modalitäten zur Nutzung des Funkfrequenzspektrums.

Siehe unter
www.admin.ch

Wettbewerbsrecht/Kartellgesetz

Das Kartellgesetz untersagt wettbewerbsschädliche Abreden zwischen Unternehmen. Es sanktioniert missbräuchliche Verhaltensweisen von marktbeherrschenden Unternehmen und verbietet Unternehmenszusammenschlüsse, die zu einer Beseitigung des Wettbewerbs führen. Als missbräuchliche Verhaltensweise gilt beispielsweise die Diskriminierung von Handelspartnern bei Preisen oder sonstigen Geschäftsbedingungen.

Siehe unter
www.admin.ch

Kapitalmarktrecht

Die Aktien der Swisscom AG sind an der SIX Swiss Exchange in Zürich kotiert. Zudem hat Swisscom Anleihensobligationen ausgegeben, die an der SIX Swiss Exchange gehandelt werden. Swisscom hat deshalb die schweizerische Börsengesetzgebung und -regulierung zu beachten. Unter anderem untersteht sie den Vorschriften über die Rechnungslegung und die Finanzberichterstattung sowie über die Ad-hoc-Publizität. Sie hat Transaktionen in Swisscom Effekten durch die Mitglieder des Verwaltungsrats und der Konzernleitung offenzulegen. Eine Beteiligung an Swisscom muss zudem offengelegt werden, wenn sie bestimmte Grenzen über- oder unterschreitet beziehungsweise erreicht.

Verordnung gegen übermässige Vergütungen bei börsenkotierten Aktiengesellschaften (VegüV)

Die VegüV ist am 1. Januar 2014 in Kraft getreten. Die Mitglieder des Verwaltungsrats (inklusive Präsidium) und des Vergütungsausschusses sowie des unabhängigen Stimmrechtsvertreters sind jährlich in Einzelwahlen durch die Generalversammlung zu wählen. Für die Mitglieder des Verwaltungsrats und der Geschäftsleitung gilt ein Verbot von Abgangsentschädigungen, Vergütungen im Voraus sowie Prämien für Firmenkäufe und -verkäufe. Der Verwaltungsrat ist ab dem Geschäftsjahr 2014 verpflichtet, jährlich einen schriftlichen Vergütungsbericht zu erstellen. Ab der ordentlichen Generalversammlung 2015 entscheiden die Aktionäre über die Gesamtentschädigungssummen für den Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung. Bis spätestens zur Generalversammlung 2015 sind verordnungswidrige Statuten und Reglemente anzupassen. Swisscom hat die relevanten Statuten und Reglemente bereits 2014 geändert. Die VegüV stellt bestimmte Verhaltensweisen unter Strafe.

Regulatorische Entwicklung 2014 in der Schweiz

Laufende Verfahren nach Fernmelde- und Wettbewerbsrecht

In den vergangenen Jahren sind gegen Swisscom unterschiedliche Verfahren nach dem Fernmelde- und dem Wettbewerbsrecht eröffnet worden. Die laufenden Verfahren sind in den Erläuterungen 28 und 29 des Anhangs zur Konzernrechnung beschrieben.

Siehe Bericht
Seiten 183–185

Service-Public-Initiative

Die von einem Schweizer Konsumentenmagazin im Juni 2013 eingegebene Volksinitiative «Pro Service Public» verlangt vom Bund, beim Service Public auf Gewinn, Quersubventionierungen und fiskalische Interessen zu verzichten und die Löhne der bundesnahen Unternehmen denjenigen der Bundesverwaltung anzugleichen. Der Bundesrat hat in seiner Botschaft vom Mai 2014 die Initiative ohne Gegenvorschlag abgelehnt. Der Ständerat ist ihm im Herbst 2014 gefolgt.

Fernmeldebericht 2014 – Revision des Fernmeldegesetzes (FMG)

Der Bundesrat hat im November 2014 seinen dritten Fernmeldebericht veröffentlicht und auf dessen Grundlage eine Revision des Fernmeldegesetzes angestossen. Der Bundesrat will eine Gesetzgebung in zwei Etappen. In einem ersten Schritt sollen die vordringlichen Probleme an die Hand genommen werden. In einem zweiten Schritt sollen ein Systemwechsel bei der Zugangsregulierung und grundlegendere Anpassungen bei der Grundversorgung erfolgen. Der Fernmeldebericht 2014 betont die guten Marktergebnisse. Die Schweiz belegt im internationalen Vergleich wichtiger Kenngrössen wie Investitionstätigkeit, Breitbandverbreitung und effektive Übertragungsgeschwindigkeiten regelmässig Spitzenplätze. Der Bericht bezeichnet den Infrastrukturwettbewerb (das heisst den Wettbewerb zwischen den verschiedenen Netzen) als treibende Kraft der Marktentwicklung. Das Bakom wird bis spätestens Ende 2015 die Revisionspunkte der ersten Etappe konkretisieren und eine Vernehmlassungsvorlage ausarbeiten. Gegenstand dieser Vorlage wird die Einführung einer Regulierungsmöglichkeit von Amtes wegen (ex officio) sein. Dies wäre eine Abkehr vom bewährten Verhandlungsprimat. Danach kommt die Regulierung nur dann zum Zuge, wenn sich

die Parteien über die Einzelheiten des regulierten Zugangs nicht einigen können (ex post). Weiter soll das Roaming sekundengenau anstatt minutenbasiert abgerechnet werden. Hinsichtlich der Netzneutralität strebt der Bundesrat gewisse Transparenzvorschriften über die vom Kunden abonnierte Bandbreite an. Diesbezüglich sind die grossen Fernmeldedienstanbieter Swisscom, Orange, Sunrise, upc cablecom und der Verband Swisscable Anfang November 2014 bereits tätig geworden. Im Rahmen eines Verhaltenskodex bekennen sie sich zu einem offenen Internet. Alle Nutzer sollen Inhalte, Dienste, Anwendungen, Hard- und Software nach ihrer Wahl nutzen, Dienste oder Anwendungen werden grundlegend nicht gesperrt. Zudem stehen die Fernmeldedienstanbieter für eine uneingeschränkte Informations- und Meinungsäusserungsfreiheit ein. Der Kodex hält schliesslich fest, dass die Anbieter weiterhin ein Netzwerkmanagement zur Qualitätssicherung und zuhanden von auf den Kunden zugeschnittenen Angeboten betreiben dürfen; ferner, dass sich die Nutzer bei ihrem Anbieter darüber informieren können, ob und in welchem Umfang die an ihrem Internetanschluss verfügbare Kapazität mit anderen Diensten als Internetdiensten geteilt wird.

Revision der Fernmeldedienstverordnung (FDV)

Am 1. Juli 2014 ist die revidierte Fernmeldedienstverordnung in Kraft getreten. Sie verlangt, die Modelle zur Kostenberechnung der regulierten Zugangsdienste anzupassen. Dies hat Preissenkungen für regulierte Zugangsdienste von rund 10% zur Folge. Per 1. Januar 2015 hat sich zudem die Downloadgeschwindigkeit des Breitbandanschlusses im Rahmen der Grundversorgung von mindestens 1 Mbit/s auf 2 Mbit/s erhöht.

Roaming

Im Parlament sind zwei Motionen hängig, die das Roaming entsprechend den Vorgaben in der EU regulieren wollen. Der Bundesrat soll für alle Telekommunikationsanbieter verbindliche Höchsttarife bei ein- und abgehenden Anrufen, SMS und bei Datentransfers festlegen, die mit Mobilfunkgeräten im Ausland vorgenommen werden. Der Ständerat hatte die beiden gleichlautenden Motionen sistiert. Nach der Veröffentlichung des Fernmeldeberichts 2014 wurde die Beratung der beiden Motionen wieder aufgenommen.

Netzneutralität

Im Juni 2014 hat der Nationalrat eine Motion zur Netzneutralität angenommen. Die vorberatende Kommission des Ständerats hat die Motion im August 2014 sistiert, um den Fernmeldebericht des Bundesrates abzuwarten und in die Beratung einfliessen zu lassen. Die Motion will den Bundesrat verpflichten, die Netzneutralität gesetzlich zu verankern, um einen transparenten und diskriminierungsfreien Datentransfer über das Internet zu gewährleisten.

Urheberrechtsschutz – Tarifverfahren

Der Gemeinsame Tarif 12 für Aufnahmen von TV-Sendungen und Replay-TV ist seit Mitte September 2014 rechtskräftig. Dabei hat das Bundesverwaltungsgericht die von Pro7/Sat1 gegen den Tarif erhobene Beschwerde abgewiesen. Zeitversetztes Fernsehen darf somit in der Schweiz weiterhin ohne Verträge mit den Sendern, mittels einfacher Zahlung einer Gebühr an die Verwertungsgesellschaften, angeboten werden.
Beim Gemeinsamen Tarif 4^{e} haben die Verwertungsgesellschaften seit 2009 mit den Nutzerverbänden Verhandlungen über einen Tarif geführt, der die Speicherung von urheberrechtlich geschützten Werken auf Mobilfunktelefonen abgelten soll. Trotz der unterschiedlichen offenen Verfahren, die in dieser Sache vor dem Bundesverwaltungsgericht hängig sind, haben sich die Parteien 2014 geeinigt. Die Einigung umfasst rückwirkend den Zeitraum von Juli 2010 bis Ende 2014 wie den künftig ab 1. Januar 2015 geltenden Tarif. Die hängigen Verfahren sind beigelegt.

Revision des Bundesgesetzes über die Überwachung des Post- und Fernmeldeverkehrs (BÜPF)

Im Februar 2013 hat der Bundesrat die Botschaft zur Revision des BÜPF an das Parlament verabschiedet. Die Revision soll sicherstellen, dass die Verwendung moderner Technologien notwendige Überwachungen nicht verunmöglicht. Das aktuelle Gebühren- und Entschädigungsmodell für Telekommunikationsdienste soll weiterbestehen. Die parlamentarische Beratung ist noch nicht abgeschlossen.

Regulatorische Unterschiede zur Europäischen Union

In der Europäischen Union (EU) verfügt die Regulierungsbehörde über weitreichende Kompetenzen, Märkte zu analysieren und Unternehmen mit beträchtlicher Marktmacht Verpflichtungen hinsichtlich Nichtdiskriminierung, Transparenz und Zugangsformen aufzuerlegen (sogenannte Ex-ante-Regulierung). Der Schweizer Gesetzgeber hat eine solche Praxis abgelehnt. Stattdessen hat er

sich für die Ex-post-Regulierung (Verhandlungsprimat und Klageprinzip) entschieden, da in der Schweiz andere Marktverhältnisse als in den meisten EU-Mitgliedsländern herrschen. So besteht in der Schweiz ein nahezu flächendeckender Wettbewerb zwischen Swisscom und den Kabelnetzbetreibern. Zudem sind städtische und regionale Elektrizitätswerke in den Markt eingetreten. Die in der Schweiz herrschende Marktsituation verlangt damit eine andere Regulierung als in Ländern wie Frankreich oder Italien, in denen es im Wesentlichen nur einen einzigen Anschlussnetzbetreiber gibt und sich kein Plattformwettbewerb entwickelt hat.

Gesetzliches und regulatorisches Umfeld in Italien

Die rechtlichen Rahmenbedingungen für Fastweb

Als Mitglied der Europäischen Union ist Italien verpflichtet, seine nationale Gesetzgebung in Einklang mit der europäischen Rechtsgrundlage zu bringen. Es ist die Aufgabe der italienischen Telekom-Regulierungsbehörde Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM), Unternehmen auf Grundlage einer von der Europäischen Kommission bestimmten Analyse der Märkte behördliche Auflagen aufzuerlegen. Entwürfe solcher Auflagen beziehungsweise entsprechender Vorschriften müssen der Europäischen Kommission und den Regulierungsbehörden der anderen Mitgliedstaaten, die sich dazu äussern oder ein Veto einlegen dürfen, vorgelegt werden. Die Geschäftstätigkeiten von Fastweb, der italienischen Tochtergesellschaft von Swisscom, werden somit vom italienischen und europäischen Telekommunikationsrecht und dessen Anwendung stark beeinflusst.

Regulatorische Entwicklung 2014 in Italien

Im Jahr 2014 hat die AGCOM ihre Arbeit an der Marktanalyse für Vorleistungsmärkte fortgesetzt, welche die regulatorischen Richtlinien für die nächsten drei Jahre festlegen wird. Anfang 2015 soll ein neues Konsultationsdokument angenommen werden. Die endgültige Entscheidung dazu wird Mitte 2015 getroffen.

Das AGCOM hat bestätigt, für die Festnetzterminierungspreise der Jahre 2013 bis 2015 den Gleitpfad anzuwenden. Dieser Gleitpfad beruht auf der Annahme einer Migration zu effizienten, IP-basierten Architekturen. Ab Juli 2013 gilt für sämtliche Festnetzbetreiber ein Preis von EUR/Cent 0,104 pro Minute sowie ab 1. Juli 2015 ein fortlaufend abnehmender Preis bis hin zu einem Preis von EUR/Cent 0,043 pro Minute.

Das italienische Bundesverwaltungsgericht Consiglio di Stato hat 2014 den Beschluss der AGCOM über die zwischen Mai 2009 und Dezember 2012 geltenden Preise teilweise annulliert. Aus diesem Grund hat die AGCOM Konsultationen zu einer Revision der Vorleistungspreise eingeleitet. Das Consiglio di Stato hat zudem den Beschluss der AGCOM, den WLR- und Bitstream-Diensten keinerlei Kostenorientierung aufzuerlegen, in Frage gestellt und befunden, einige Kostenelemente seien bei der Preisgestaltung für entbündelte Teilnehmeranschlüsse (LLU) überschätzt worden. Die endgültige Entscheidung wird für 2015 erwartet.

Die AGCOM hat zudem eine neue Marktanalyse über Mobilfunkterminierungsentgelte lanciert, die voraussichtlich 2015 abgeschlossen sein wird.

Anspruchsgruppen von Swisscom

Swisscom pflegt den Dialog mit ihren wichtigsten Anspruchsgruppen. Der Austausch erfolgt auf unterschiedlichen Wegen: über elektronische Medien, telefonisch, mittels Umfragen, bei Informationsveranstaltungen oder Arbeitssitzungen, auf Roadshows, Konferenzen sowie beim Kunden zu Hause oder in den Swisscom Shops.

Kunden

Swisscom befragt Privatkunden systematisch nach ihren Bedürfnissen und ihrer Zufriedenheit. So erfassen Customer-Relationship-Manager Kundenbedürfnisse direkt im Kontakt mit dem Kunden. Weiter finden regelmässig repräsentative Umfragen zur Kundenzufriedenheit statt. Diese umfassen unter anderem die Frage, in welchem Umfang die Kunden Swisscom als ein gegenüber Umwelt und Gesellschaft verantwortungsvoll handelndes Unternehmen wahrnehmen. Unter den Geschäftskunden finden vierteljährlich – unter anderem zu Fragen der Nachhaltigkeit – Umfragen statt. Swisscom pflegt zudem regelmässige Kontakte mit den Konsumentenverbänden aller Sprachregionen und unterhält Blogs sowie weitere Online-Diskussionsplattformen. Insgesamt ergeben die Befragungen die folgenden Erkenntnisse: Swisscom Kunden erwarten eine attraktive

Siehe unter
www.swisscom.ch/crblog

Preisgestaltung, guten Service, Markttransparenz, ein verantwortungsvolles Marketing, eine flächendeckende Versorgung, ein stabiles Netz, strahlungsarme Kommunikationstechnologien sowie nachhaltige Produkte und Dienstleistungen.

Aktionäre und Fremdkapitalgeber

Swisscom verfolgt gegenüber der Öffentlichkeit und den Kapitalmärkten eine offene, kontinuierliche Kommunikation. Sie veröffentlicht quartalsweise umfassende Finanzinformationen. Zudem trifft sich Swisscom im Laufe des Jahres regelmässig mit Anlegern. Sie präsentiert die Finanzergebnisse anlässlich von Analystenmeetings und Roadshows, nimmt an Fachkonferenzen für Finanzanalysten und Investoren teil und informiert ihre Aktionäre regelmässig mittels Medienmitteilungen über den Geschäftsverlauf. Ferner unterhält Swisscom Kontakte zu zahlreichen Fremdkapitalgebern sowie Ratingagenturen. Die Aktionäre und Fremdkapitalgeber erwarten von Swisscom in erster Linie Rentabilität und Innovation.

Behörden

Swisscom pflegt mit unterschiedlichen Behörden regelmässig einen intensiven Austausch. Ein zentrales Thema ist dabei der Ausbau des Mobilfunknetzes. Offenkundig werden der Mobilfunk und mobile Anwendungen zunehmend geschätzt. Doch der Ausbau der dafür erforderlichen Infrastruktur stösst nicht immer auf Akzeptanz. So können divergierende Interessen beim Ausbau zu Spannungen führen. Swisscom unterhält deshalb mit Anwohnern und Gemeindebehörden seit Jahren einen Dialog über die Netzplanung. Dieser Dialog bietet den Betroffenen bei Bauvorhaben die Gelegenheit, geeignete Alternativstandorte vorzuschlagen. Ebenso führt Swisscom zu weiteren Themen und bei anderen Gelegenheiten einen regelmässigen Austausch mit Behörden; so etwa im Rahmen des jährlich durchgeführten Zweitagesseminars «Schulen ans Internet», zu dem die ICT-Verantwortlichen der kantonalen Erziehungsdirektionen eingeladen sind. Dabei erwartet die Anspruchsgruppe der Behörden, dass Swisscom ihre Verantwortung gegenüber der Öffentlichkeit und besonders gegenüber den Jugendlichen entschieden wahrnimmt.

Gesetzgeber

Swisscom setzt sich mit politisch und regulatorisch relevanten Themen auseinander. Sie vertritt dabei ihre Interessen gegenüber politischen Parteien, Behörden und Verbänden. Der Gesetzgeber fordert von Swisscom Regeltreue (Compliance), eine flächendeckende Netzabdeckung und die Technologieführerschaft.

Lieferanten

Die Beschaffungsorganisationen von Swisscom setzen sich regelmässig mit Lieferanten und Lieferantenbeziehungen auseinander. Sie analysieren Bewertungsresultate, formulieren Zielvereinbarungen und prüfen die Leistungserfüllung. Einmal jährlich treffen sich die Beschaffungsorganisationen am Key Supplier Day mit ihren wichtigsten Lieferanten. Im Zentrum stehen dabei die Risikoverminderung und die Verantwortung in der Lieferkette. Für den Dialog mit globalen Lieferanten setzt Swisscom zusätzlich auf internationale Branchenkooperationen.

Medien

Swisscom pflegt einen intensiven Austausch mit Medienschaffenden während sieben Tagen in der Woche. Die Medienarbeit von Swisscom orientiert sich an fachlich-journalistischen Grundsätzen. Neben der Medienstelle pflegen Vertreter des Managements einen regelmässigen Dialog mit Journalisten und stehen für Interviews und weiterführende Hintergrundgespräche zur Verfügung.

Mitarbeitende und Personalvertretung

Um ihren Auftrag zu erfüllen und ihr Kundenversprechen einzulösen, ist Swisscom auf engagierte, mitdenkende und eigenverantwortliche Mitarbeitende angewiesen. Nur dank ihren Mitarbeitenden wird Swisscom bei den Kunden erlebbar. Aus dem Dialog zwischen Mitarbeitenden und Kunden gewinnt Swisscom wertvolle Informationen. Diese fliessen über die Kundenschnittstellen ins Unternehmen zurück und ermöglichen es Swisscom, ihre Produkte und Dienstleistungen stetig zu verbessern. Dank einer Vielzahl von Kommunikationsplattformen und -massnahmen sowie einer entsprechenden Unternehmenskultur fördert Swisscom ferner den Dialog und Austausch innerhalb des Unternehmens. Alle zwei Jahre führt sie eine Umfrage unter den Mitarbeitenden durch. Die Resultate der Umfrage geben Anstoss zu Projekten und konkreten Massnahmen. Die Zukunft von Swisscom mitzugestalten, ist eine der wichtigsten Aufgaben der Personalvertretung. Mit den Personalvertretern organisiert Swisscom zweimal jährlich einen runden Tisch. Die Anliegen der Mitarbeitenden fallen vor allem in die Bereiche Sozialpartnerschaft, Berufs- und Weiterbildung,

Diversity, Gesundheit und Arbeitssicherheit. Mit Teams aller Organisationseinheiten führt Swisscom den auf Nachhaltigkeitsthemen ausgerichteten Hallo-Zukunft-Dialog durch. Im Rahmen dieses Dialogs informiert Swisscom ihre Mitarbeitenden über ihr Engagement für die Nachhaltigkeit und motiviert diese, im Alltag Nachhaltigkeitsmassnahmen umzusetzen.

Partner und NGO

Der Austausch mit Partnern und NGO im Rahmen von Projekten ist Swisscom wichtig; so beispielsweise mit den WWF Climate Savers, mit myclimate, mit Kinderschutz Schweiz und mit Organisationen, die sich um die spezifischen Bedürfnisse betroffener Gruppen kümmern. Für die Anspruchsgruppe der Partner und NGO sind gelebte Partnerschaften sowie ein soziales und ökologisches Engagement von Swisscom besonders relevant.

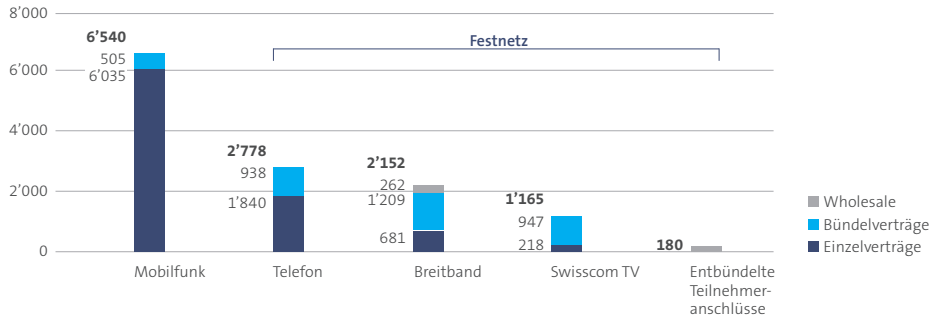
Siehe unter
www.swisscom.ch/cr-partnerschaften

Entwicklung des Marktes für Telekommunikations- und Informatikdienstleistungen

Schweizer Telekommunikationsmarkt

Die Schweiz verfügt über drei Mobilfunknetze und im Festnetzbereich über mehrere Transport- und Anschlussnetze. Ferner werden TV-Signale in der Schweiz terrestrisch über Antenne sowie über Satellit verbreitet. Der Schweizer Telekommunikationsmarkt ist im internationalen Vergleich hoch entwickelt. Ihn prägen Innovation sowie ein vielfältiges Angebot an Dienstleistungen rund um die Sprach- und Datenkommunikation sowie um die Verbreitung von TV-Signalen. Gesamthaft erzielt der Schweizer Telekommunikationsmarkt ein Umsatzvolumen von schätzungsweise CHF 13 Milliarden. Er befindet sich dabei im Wandel, denn Telekommunikation, Informationstechnologie sowie Media und Entertainment verschmelzen. Zunehmend treten neue, global agierende Wettbewerber in den Schweizer Telekommunikationsmarkt ein. Diese Anbieter stellen weltweit internetbasierte Gratis- sowie Bezahldienste einschliesslich Telefonie, Kurznachrichten und TV zur Verfügung. Auch spielen Cloud-Lösungen eine immer bedeutendere Rolle, wodurch sich Speicherkapazität, Rechnerleistung, Software und Dienste zunehmend ins Internet verlagern. Weiterhin verändern sich die Kundenbedürfnisse. Kunden wechseln vermehrt zu Abonnementen mit fixer monatlicher Abogebühr (Flatrate). Sie greifen zunehmend an jedem erdenklichen Ort zu jeder erdenklichen Zeit mit ganz unterschiedlichen internetfähigen Endgeräten auf Daten sowie Anwendungen zu. Dies führt insgesamt zu einer rasant wachsenden Nachfrage nach hohen Bandbreiten, die den Zugriff mit hoher Geschwindigkeit und mit hoher Qualität erlauben. Um dieser Entwicklung gerecht zu werden, baut Swisscom an der Netzinfrastruktur der Zukunft. Den stetig steigenden Datenmengen begegnet Swisscom durch den kontinuierlichen Breitbandausbau im Festnetz sowie durch den weiteren Ausbau neuer Technologien wie 4G/LTE (Long Term Evolution) im Mobilfunknetz. Swisscom bietet zudem technologieübergreifende Bündelangebote an, die neben einem Festnetzanschluss mit Telefonie, Internet und TV zusätzlich einen Mobilfunkanschluss beinhalten. Der Schweizer Telekommunikationsmarkt lässt sich somit in die für Swisscom relevanten Teilmärkte Mobilfunk, Festnetz, Breitband und TV gliedern.

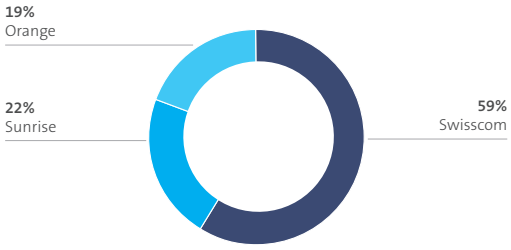
Anschlüsse Swisscom Schweiz in Tausend



Mobilfunkmarkt

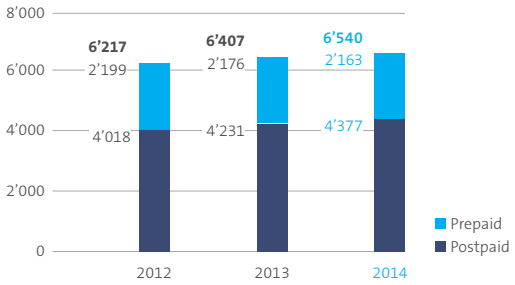
In der Schweiz betreiben die drei Unternehmen Swisscom, Orange Schweiz und Sunrise eigene grossflächige Mobilfunknetze. Im Dezember 2014 hat Apax Partners angekündigt, dass sie vorbehaltlich der Zustimmung der zuständigen Behörden einem Verkauf von Orange Schweiz an NJJ Capital, das private Holdingunternehmen von Xavier Niel, zustimmt. Anfang 2015 hat Sunrise bekannt gegeben, dass das Unternehmen einen Gang an die Schweizer Börse (SIX Swiss Exchange) plant. Als weiterer grosser Marktteilnehmer bietet upc cablecom seit dem Frühjahr 2014 ein eigenes Mobilfunkangebot (MVNO, Mobile Virtual Network Operator) auf dem Netz von Orange Schweiz an. Dieses Angebot ist allerdings aktuell auf bestehende und neue upc cablecom-Kunden mit mindestens einem digitalen Zusatzprodukt beschränkt. Die Versorgung mit GSM-Mobilfunktelefonie liegt bei nahezu 100% der Bevölkerung. Dennoch steigen die Ansprüche an die Mobilfunknetze. Um den Kunden eine optimale Datenverbindung zu bieten, baut Swisscom moderne Mobilfunktechnologien wie 4G/LTE aus. Ende 2014 hatten 97% der Schweizer Bevölkerung Zugang zum Mobilfunknetz der neusten Generation. Der Anstieg von Mobilfunkanschlüssen (SIM-Karten) ist in der Schweiz 2014 aufgrund der bereits hohen Marktdurchdringung mit 0,8% wiederum gering ausgefallen. Die Anzahl Mobilfunkanschlüsse der drei Netzbetreiber beträgt nunmehr über 11 Millionen, womit die Durchdringung in der Schweiz bei rund 136% liegt. Die technischen Möglichkeiten nehmen durch die rasante Verbreitung von Smartphones zu. Durch die Einführung der infinity-Tarife berücksichtigt Swisscom die sich wandelnden Bedürfnisse der Kunden. Dank dieser Abonnemente sind Swisscom Kunden zum Pauschaltarif und unbegrenzt in der Lage, mobil in alle Schweizer Netze zu telefonieren, SMS zu versenden und im Internet zu surfen. Die einzelnen Abonnemente unterscheiden sich vor allem hinsichtlich der Geschwindigkeit im mobilen Datenverkehr. Ende 2014 haben 2,1 Millionen Kunden die neuen infinity-Angebote genutzt. Für Nutzer, die nur gelegentlich auf das Mobilfunknetz zugreifen, bietet Swisscom Prepaid-Angebote ohne monatliche Abonnementsgebühr. Dabei wird jeder Zugriff auf das Mobilfunknetz individuell abgerechnet. Swisscom stellt ihr Mobilfunknetz Drittanbietern (MVNO, Mobile Virtual Network Operator) zur Verfügung, die ihren Kunden über das Swisscom Netz eigene Produkte und Dienste anbieten.

Marktanteile Mobilfunk Schweiz* in %



* Schätzung Swisscom

Swisscom Mobilfunkanschlüsse in Tausend



Swisscom hat 2014 ihren Marktanteil relativ stabil bei 59% gehalten (Postpaid 64%, Prepaid 50%). Der im Vorjahr ausgewiesene Marktanteil für Swisscom von 60% ist aufgrund unterschiedlicher Berechnungsarten nicht mit dem aktuellen Wert vergleichbar. Der Anteil an Postpaid-Kunden liegt in der Schweiz bei rund 61%. Die Preise für Mobilfunkdienste sind 2014 wettbewerbsbedingt wie in den Vorjahren gesunken.

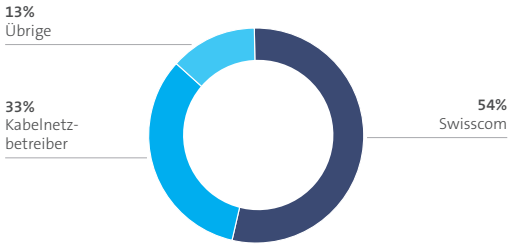
Festnetzmarkt

Die Festnetztelefonie basiert hauptsächlich auf den Anschlüssen des Telefonnetzes und der Kabelnetze. Die Anzahl Festnetzanschlüsse von Swisscom nimmt kontinuierlich ab. Dieser Trend hat sich 2014 fortgesetzt, wobei die Anzahl Festnetzanschlüsse um rund 4% auf 2,8 Millionen gesunken ist. Hauptgrund für die Abnahme war die Substitution von Festnetzanschlüssen durch den Mobilfunk und die leichte Abnahme der Marktanteile. Ende 2014 waren 180'000 Anschlüsse vollständig entbündelt. Die rasante technische Entwicklung wie die Umstellung auf IP-Telefonie führt künftig dazu, dass die Festnetztelefonie vermehrt als Dienst auf Basis eines Breitbandanschlusses angeboten wird.

Breitbandmarkt

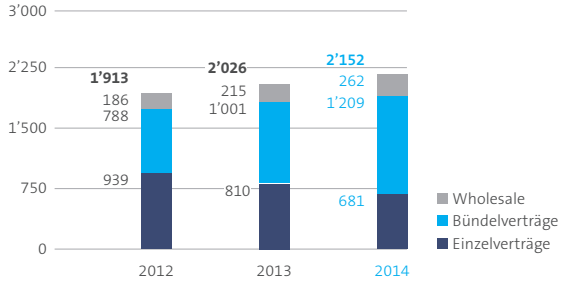
Auf dem Telefonnetz basierende Infrastrukturen und Kabelnetze sind in der Schweiz die meistverbreiteten Zugangstechnologien für festnetzbasierte Breitbandanschlüsse. Wie im Mobilfunkmarkt steigen auch im Breitbandmarkt die Ansprüche an die Netze stetig. Um dem gerecht zu werden, baut Swisscom ihre Netzinfrastruktur mit hochmoderner Glasfasertechnologie aus. Dieser bedeutende technologische Wandel führt auf regionaler Ebene zum Eintritt neuer Marktteilnehmer wie beispielsweise in Städten und Gemeinden tätige Versorgungsunternehmen. Ende 2014 hat die Anzahl der Retail-Breitbandanschlüsse in der Schweiz 3,5 Millionen betragen, was rund 73% der Wohnungen und Geschäfte in der Schweiz entspricht. Damit belegt die Schweiz bei der Marktdurchdringung mit Breitbandanschlüssen im internationalen Vergleich einen Spitzenplatz. Swisscom erzielt mit ihren Angeboten eine Abdeckung von mehr als 98% der Schweizer Bevölkerung.

Marktanteile Breitband Schweiz* in %



* Schätzung Swisscom

Swisscom Breitbandanschlüsse in Tausend

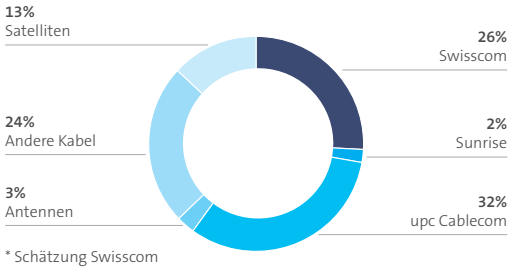


Die Zahl der Breitbandanschlüsse wuchs 2014 wie im Vorjahr um rund 4%. Dabei war wie schon im Vorjahr das Wachstum der Breitbandanschlüsse der Kabelnetzbetreiber grösser als das Wachstum der auf dem Telefonnetz basierenden Breitbandanschlüsse der Telekomanbieter. Von den Neuzugängen entfielen 2014 mehr als ein Viertel auf Anschlüsse von Telekomanbietern, womit deren Marktanteil – gemessen an der Anzahl Breitbandanschlüsse – bei 67% lag. Davon entfielen 54% (Vorjahr 54%) auf Swisscom Endkunden und 13% (Vorjahr 15%) auf Swisscom Wholesale-Angebote sowie vollständig entbündelte Anschlüsse. Der Breitbandanschluss entwickelt sich zunehmend zum Grundanschluss in den Wohnungen. Er bietet die Grundlage, um den Kunden weitere Dienste einzeln oder in Bündelangeboten zu offerieren.

Digitaler TV-Markt

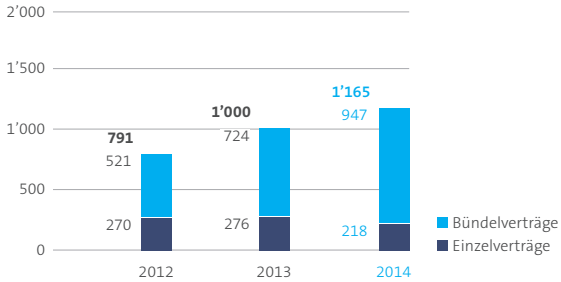
Die Übertragungsarten für TV-Signale in der Schweiz sind der Kabelanschluss, der Breitbandanschluss, der Satellitenempfang, der Empfang über Antennen (terrestrisch) sowie der Mobilfunk. Die Bedeutung und die Marktdurchdringung des digitalen Fernsehens nehmen ständig zu. Gleichzeitig drängen weitere nationale sowie internationale Unternehmen auf den Schweizer TV-Markt. Diese bieten TV- wie auch Video-on-Demand-Dienste an, die unabhängig vom Internetanbieter über einen bestehenden Breitbandanschluss genutzt werden.

Marktanteile Digital TV Schweiz* in %



* Schätzung Swisscom

Swisscom TV-Kunden in Tausend

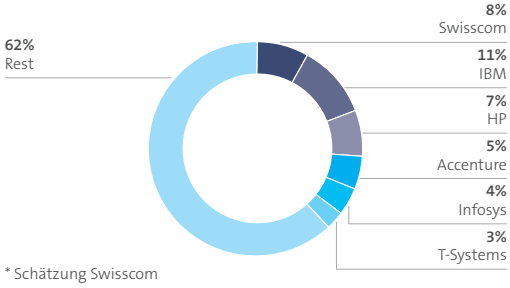


Mehr als 80% der digitalen TV-Anschlüsse werden über das Kabel- oder das Breitbandnetz bereitgestellt. Die grössten Marktanteile entfallen dabei auf das Kabelfernsehen und Swisscom TV. Swisscom hat ihren Marktanteil dank des eigenen digitalen Fernsehangebots Swisscom TV in den letzten Jahren kontinuierlich gesteigert. Dieser liegt per Ende 2014 bei 26% (Vorjahr 23%). 2014 hat sich die Anzahl der TV-Kunden bei Swisscom um 165'000 auf insgesamt 1,2 Millionen Kunden erhöht. Davon nutzen bereits rund 306'000 Kunden das im Frühjahr 2014 lancierte Swisscom TV 2.0, das im Vergleich zur Vorgängerversion einen erweiterten Funktionsumfang bietet. Durch die Cloud-basierte Aufnahmefunktion lassen sich beliebig viele Sendungen parallel aufnehmen und über unterschiedliche Endgeräte abrufen. Ebenso hat Swisscom die Replay TV-Funktion von 30 Stunden auf sieben Tage erweitert und rund 50 der beliebtesten Apps wie zum Beispiel YouTube und Facebook in Swisscom TV 2.0 integriert. Die im Dezember 2014 lancierte Videoflatrate Teleclub Play bietet Swisscom TV 2.0 Kunden unlimitierten Zugriff auf ein breites Angebot an Fernsehserien, Filmklassikern, Kindersendungen, Dokumentationen und Sportinhalten. Um allen Kundenbedürfnissen gerecht zu werden, offeriert Swisscom im Rahmen von Swisscom TV weiterhin unterschiedliche Angebotspakete.

Markt für Informatikdienstleistungen Schweiz

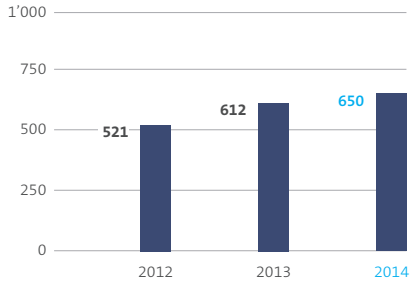
Der Markt für Informatikdienstleistungen hat 2014 ein Umsatzvolumen von CHF 8,6 Milliarden erreicht. Für 2017 schätzt Swisscom das gesamte Marktvolumen auf CHF 9,4 Milliarden. Swisscom erwartet das grösste Wachstum im Bereich der Cloud-Services, im Business Process Outsourcing (BPO) und im Segment der auf Applikationen ausgerichteten Dienstleistungen. Dabei verlangen die Kunden oft eine branchen- und prozessspezifische Ausrichtung der Dienstleistungen. Selbst für den Bereich der klassischen Infrastrukturdienstleistungen ist für die nächsten Jahre wieder ein moderates Wachstum wahrscheinlich.

Marktanteile IT Dienstleistungen Schweiz* in %



* Schätzung Swisscom

Swisscom Nettoumsatz IT Dienstleistungen in Mio. CHF



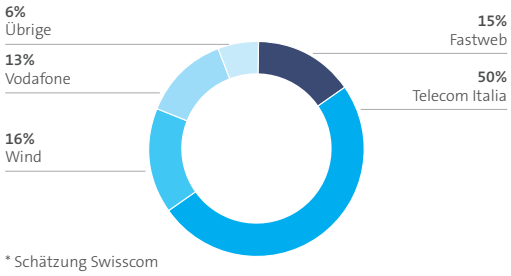
Swisscom ist dank eines Marktanteils von rund 8% auf dem Schweizer Markt weiterhin einer der grössten Anbieter von Informatikdienstleistungen. Im Jahr 2014 ist Swisscom in allen Geschäftsbereichen gewachsen. Im vertikalen Geschäft für den Bankensektor beispielsweise legte sie im BPO-Bereich weiterhin deutlich zu. Zudem brachte sie innovative Lösungen wie eine Crowdfunding-Plattform auf den Markt. Crowdfunding ist ein neuer Weg, um Unternehmen miteinander und mit ihren Endkunden zu vernetzen. Durch die Anfang 2014 erfolgte Zusammenlegung von Swisscom IT Services mit dem Bereich Grossunternehmen von Swisscom Schweiz hat Swisscom das Fundament für ein weiteres Wachstum bei Schweizer Grosskunden gelegt.

Breitbandmarkt Italien

Mit einem Einzelumsatzvolumen von rund EUR 13 Milliarden ist der italienische festnetzbasierte Breitbandmarkt der viertgrösste in Europa. Im Unterschied zu den meisten anderen europäischen Ländern gibt es in Italien keine Kabelnetzbetreiber, die Breitbanddienste anbieten. Die Hälfte der Wohnungen und Geschäfte in Italien haben Zugang zum Breitbandnetz, wobei die Durchdringung mit Breitband weit unter dem europäischen Durchschnitt liegt. Im Jahr 2014 ist die Gesamtzahl an Breitbandverbindungen in Italien auf rund 14 Millionen gestiegen. Fastweb erhöhte die Anzahl an Breitbandverbindungen im Jahresvergleich um 6,7% oder 130'000 auf über 2 Millionen und wiederholte damit das positive Ergebnis von 2013.

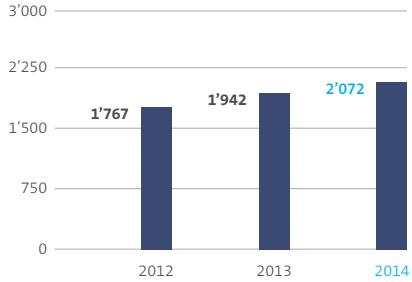
Der italienische Markt bleibt weiterhin auf Double-Play-Bündelprodukte ausgerichtet. Sie umfassen Sprach- und Breitbanddienste, wobei der Preisdruck durch das wettbewerbsintensive Umfeld erheblich ist. 2014 haben die Festnetz-Breitbandkunden in Italien eine Durchdringungsrate bei Festnetzanschlüssen von rund 70% erreicht. Hierbei gewannen die Ultra-Breitbanddienste an Akzeptanz. Marktführer bei Glasfaser-/VDSL-Angeboten sind Telecom Italia und Fastweb.

Marktanteile Breitband Italien* in %



* Schätzung Swisscom

Fastweb Breitbandanschlüsse in Tausend



Telecom Italia nimmt mit einem Marktanteil von 50% (Vorjahr 51%) eine führende Position im italienischen Breitbandmarkt ein. Fastweb hat ihren Marktanteil gegenüber dem Vorjahr von 14% auf 15% gesteigert.

Für Dienstleistungsanbieter wird eine dauerhafte landesweite Präsenz angesichts der Komplexität der Produkte und Dienstleistungen immer wichtiger. Vor diesem Hintergrund baut Fastweb das Ultrabreitbandnetz weiter aus und will damit bis Ende 2016 rund 7,5 Millionen Wohnungen und Geschäfte oder 30% der Bevölkerung erschliessen. Zudem hat Fastweb beschlossen, das eigene Vertriebsnetzwerk auszubauen, die Effizienz der Struktur der Vertriebshändler zu verbessern und in den grösseren Städten Italiens die Investitionen in die eigenen Vertriebsstellen zu erhöhen.

Geschäftsmodell und Kundenbeziehungen

Swisscom ist das führende Telekommunikationsunternehmen in der Schweiz und hat über die Tochtergesellschaft Fastweb eine starke Marktstellung in Italien erarbeitet. Swisscom bewegt sich offensiv in einem dynamischen, durch globale Anbieter von Diensten immer internationaler werdenden Wettbewerb. Sie orientiert sich kompromisslos an den Kundenbedürfnissen, setzt auf Service und Qualität und investiert massiv in die Netze der Zukunft.

Geschäftstätigkeit

Unternehmensprofil

Swisscom ist Marktführerin im Bereich der Telekommunikation in der Schweiz. Im Ausland ist Swisscom vor allem in Italien präsent; dies seit der Übernahme von Fastweb im Jahr 2007. Fastweb ist eines der grössten Breitband-Telekommunikationsunternehmen in Italien. Die Unternehmensstrategie von Swisscom ist auf die Stärkung des Kerngeschäfts ausgerichtet. Dieses Kerngeschäft beruht auf einer Infrastruktur, die leistungsfähig, sicher und stets verfügbar sein muss. Zudem will Swisscom Wachstum durch die Differenzierung von Produkten und Dienstleistungen sowie durch den gesteigerten Einsatz von ICT erzielen. Hohe Investitionen in die Netzinfrastruktur stellen sicher, dass Swisscom die Kundenbedürfnisse auch in Zukunft in vollem Umfang befriedigt. Nachhaltiges Wirtschaften und langfristige Verantwortung sind in der Unternehmenskultur von Swisscom fest verankert. Über 20'000 Mitarbeitende tragen dank ihres Leistungs- und Einsatzwillens zum Unternehmenserfolg bei und entwickeln für die Kunden und die Informationsgesellschaft kontinuierlich neue Lösungen. Swisscom investiert laufend in die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeitenden und bildet in der Schweiz mehr als 900 Lernende aus.

Über 80% des Nettoumsatzes und des Betriebsergebnisses vor Abschreibungen (EBITDA) hat Swisscom durch die Geschäftstätigkeit in der Schweiz erzielt. Swisscom bietet sämtliche Produkte und Dienste für Festnetztelefonie, Breitband, Mobilfunk und digitales TV flächendeckend an. Sie sichert im Auftrag des Bundes die Grundversorgung und stellt allen Bevölkerungskreisen schweizweit ein Basisangebot an Fernmeldediensten zur Verfügung. Ihren Grosskunden bietet Swisscom ein umfassendes Angebot an Kommunikationslösungen sowie kundenspezifischen Lösungen. Darüber hinaus ist sie eine führende Anbieterin für die Integration und den Betrieb von IT-Systemen in den Bereichen Outsourcing, Workplaces, SAP Services und Finance Services. Kunden beziehen ihre Produkte und Dienste über zahlreiche unterschiedliche Vertriebskanäle. In eigenen Shops sowie bei zahlreichen Partnern erleben Kunden die Produkte und Dienste hautnah und erhalten eine umfassende Beratung. Über die Website von Swisscom lassen sich rund um die Uhr Informationen abrufen und die entsprechenden Produkte und Dienste bestellen.

Im digitalen Kundencenter, das ebenfalls über das Internet zugänglich ist, verwalten die Kunden selbständig ihre persönlichen Daten, Abonnemente und Rechnungen. Swisscom lebt die Verbundenheit mit ihren Anspruchsgruppen, den Aktionären, den Fremdkapitalgebern, den Mitarbeitenden, den Lieferanten, der Öffentlichkeit, den Behörden sowie vor allem mit ihren Kunden. Sie engagiert sich traditionell für die Schweiz und setzt sich dafür ein, dass alle Bürger von den neuesten Technologien profitieren. So steht Swisscom für einen lösungsorientierten Ansatz, der sich sowohl am Gemeinwohl als auch an den Unternehmensinteressen orientiert.

Siehe unter
www.swisscom.ch

Marke Swisscom

Die Marke Swisscom ist ein strategischer, immaterieller Vermögenswert im Allgemeinen wie für das Reputationsmanagement im Speziellen. Eine ihrer Hauptaufgaben besteht darin, die vielseitigen Geschäftsaktivitäten optimal zu unterstützen. Dazu muss die Marke für das Kerngeschäft kontinuierlich auftreten und gleichzeitig für aufkommende neue Geschäftsmöglichkeiten ausreichend elastisch sein.
Der Swisscom Konzern bietet Produkte und Dienste seines Kerngeschäfts unter der Marke Swisscom an. Im Ausland ist der Konzern vor allem in Italien mit der Marke Fastweb präsent. Daneben besteht eine Reihe von weiteren Swisscom Marken in verwandten Geschäftsfeldern. Die strategische Führung des gesamten Markenportfolios ist Teil der Unternehmenskommunikation.

Durch die Zusammenführung von Swisscom IT Services und dem Bereich Grossunternehmen von Swisscom Schweiz verfolgt Swisscom die Strategie konsequent weiter, ihre Marke im Kerngeschäft Telekommunikation und ICT zu positionieren. Dank des Erfolgs von Swisscom TV hat die Marke Swisscom zudem ihre Glaubwürdigkeit im Bereich der digitalen Unterhaltung bestätigt und ausgebaut. Weitere relevante Stützpfeiler bleiben im Bereich Entertainment die von Swisscom betriebenen Marken Teleclub, Kitag und Cinetrade. Daneben tragen weitere fortschrittliche Produkte wie iO oder Docsafe dazu bei, die Marke Swisscom im Sinne der Vision «Das Beste in der vernetzten Welt – immer und überall» zu stärken und Swisscom als einfache, inspirierende und vertrauenswürdige Begleiterin in einer sich schnell wandelnden digitalen Welt zu positionieren.
Im Jahr 2014 hat die von Reader's Digest initiierte Publikumsbewertung Swisscom einmal mehr in drei Kategorien zum «Most Trusted Brand» gewählt. Diese Wahl spiegelt die Wahrnehmung der Marke in der Schweiz wider. Die Marke Swisscom ist so ihrer Konkurrenz hinsichtlich der «Top-of-mind awareness» nach wie vor mit Abstand voraus. Sie ist in den Köpfen der Konsumenten als «vertrauenswürdig», «zuverlässig» und «qualitativ hochstehend» verankert. Vertrauen und Service zählen für potenzielle Kunden mit zu den wichtigsten Beweggründen, sich für Swisscom zu entscheiden. Die Marke Swisscom ist zudem ein Zeichen der Verbundenheit und der Verpflichtung mit und für die Schweiz: Swisscom ist Teil einer modernen Schweiz. Sie nimmt die Aufgabe ernst, die Gemeinsamkeiten, welche die Schweiz prägen, zu pflegen. Dass sich Swisscom in der Schweiz zum Thema Nachhaltigkeit kontinuierlich und mannigfaltig engagiert, rundet das positive Image der Marke Swisscom ab und bereichert die Kundenbeziehungen in vielfältiger Weise. Nicht zuletzt deshalb erreicht die Marke Reputationswerte, die für die Telekommunikationsindustrie aussergewöhnlich hoch sind.
Auf der unternehmerischen Seite bestätigt sich das Bild, indem die Marke Swisscom gemäss der von Interbrand durchgeführten Studie «Best Swiss Brands 2014» im Berichtsjahr weiterhin auf Rang sechs der wertvollsten Schweizer Marken platziert ist – mit einem monetären Markenwert von CHF 5 Milliarden.

Netz- und Informatikinfrastruktur von Swisscom

Netzinfrastruktur Schweiz

Der Breitbandbedarf im Schweizer Festnetz verdoppelt sich alle 16 Monate – im Mobilfunk aufgrund der gestiegenen Anforderungen der Kunden sogar jährlich. Denn die Kunden wollen heute Anwendungen wie hochauflösendes Fernsehen, Videokonferenzen oder Cloud-Dienste zu jeder Zeit, an jedem Ort und auf unterschiedlichen Geräten nutzen. Das Kernelement vom Netz der Zukunft, welches dies ermöglicht, ist die Internet Protokoll (IP) Technologie. Swisscom hat beschlossen, alle ihre Produkte und Dienste bis Ende 2017 auf die zukunftsweisende Technologie umzustellen. Prozesse und Betrieb werden mit All IP schneller und flexibler, wodurch Swisscom ihre Wettbewerbsfähigkeit wie auch diejenige ihrer Geschäftskunden und des Wirtschaftsstandorts Schweiz stärkt. Auch für den Privatkunden erfüllt Swisscom damit den Wunsch immer, überall und auf jedem Gerät Zugang zu seinen Daten zu haben.
Die Schweiz verfügt bereits heute über eine der besten Informations- und Telekommunikationsinfrastrukturen der Welt. Gemäss Erhebungen der OECD (OECD Broadband Portal, Dezember 2013) hat die Schweiz mit 44,9% vor Holland und Dänemark weltweit die höchste Breitbanddurchdringung. Dieses Resultat wird ferner durch den «State of the Internet report» des Technologiedienstleisters Akamai bestätigt. Demnach belegt die Schweiz hinsichtlich der Verfügbarkeit von Ultrabreitband im europäischen Vergleich den ersten Platz, im globalen Vergleich den dritten Platz. Im Mobilfunk werden mittlerweile 97% der Bevölkerung durch breitbandige LTE-Technologie abgedeckt. Swisscom ist sowohl im Fest- als auch im Mobilfunknetz die mit Abstand grösste Netzbetreiberin in der Schweiz.
Das Festnetz besteht aus den zwei Ebenen Anschluss- und Transportnetz. Das Anschlussnetz umfasst über 1'500 Anschlusszentralen und rund 3,4 Millionen Teilnehmeranschlussleitungen zu den Endkunden. Bereits vor Jahren hat Swisscom damit begonnen, das Festnetz auszubauen. Um die Ultrabreitband-Versorgung in der Schweiz weiter voranzutreiben, setzt Swisscom auf einen breiten, innovativen Technologiemix. Neben Fibre to the Home (FTTH) betreibt Swisscom bereits seit 2013 Fibre to the Street (FTTS) und Fibre to the Building (FTTB). Dabei werden Glasfasern bis in die Nähe oder in das Untergeschoss von Wohnungen und Geschäften verlegt, wodurch die Bandbreite nochmals deutlich steigt.
Auch die Kupferleitungen durchlaufen eine Evolution. Dank Vectoring steigt ihre Kapazität auf das Doppelte und mittels G.fast, des Nachfolgers von VDSL, ermöglichen sie schon bald Bandbreiten bis zu 500 Mbit/s. Per Ende 2014 hat Swisscom durch den Mix von Technologien bereits über 1,4 Millionen Ultrabreitband-Anschlüsse eingerichtet.

Bis Ende 2015 will Swisscom 2,3 Millionen Ultrabreitband-Anschlüsse realisieren, bis 2020 85% der Wohnungen und Geschäfte mit Ultrabreitband ausgestattet haben. Dafür hat Swisscom im Jahr 2014 CHF 1,75 Milliarden in die IT- und Netzinfrastruktur investiert. In Randregionen nimmt Swisscom ihre Verantwortung im Rahmen der Grundversorgung wahr. Sie sucht zusätzlich nach neuen Lösungen, um abgelegene Gebiete mit erhöhten Bandbreiten zu versorgen. So prüft sie beispielsweise das DSL-LTE-Bonding und damit eine Technologie, die dank hoher Bandbreiten das Festnetz – etwa in weniger gut erschlossenen Gebieten – mittelfristig ergänzt oder teilweise ersetzt.
Mitte 2014 hat Swisscom die Modernisierung des Mobilfunknetzes abgeschlossen. Damit hat sie die Grundlage geschaffen, um in raschen Schritten 4G/LTE als vierte Mobilfunkgeneration – neben den bestehenden Technologien der zweiten und dritten Generation – auf sämtlichen Mobilfunkstandorten in Betrieb zu nehmen. Dank der 2012 ersteigerten Frequenzbänder ist Swisscom zudem in der Lage, alle Mobilfunktechnologien langfristig und bedarfsgerecht einzusetzen. Um das ersteigerte Frequenzspektrum zu nutzen, muss Swisscom Frequenzumstellungen vornehmen. Der erste Teil dieser Umstellungen ist 2014 im Rahmen eines koordinierten Projekts aller Schweizer Mobilfunkbetreiber erfolgt, der zweite Teil ist für 2015 angesetzt.
Im Jahr 2012 hat Swisscom als erste Mobilfunkanbieterin in der Schweiz 4G/LTE kommerziell eingeführt. Heute versorgt sie bereits 97% der Schweizer Bevölkerung mit 4G/LTE. In Gebieten mit besonders hohem Verkehrsaufkommen entlang von Strassen und auf stark frequentierten Plätzen sorgen 4G/LTE-Mikrozellen für die notwendige Netzkapazität. Immer öfter setzt Swisscom ferner in grossen Geschäftsgebäuden und öffentlichen Innenbereichen dedizierte Antennenanlagen ein. Bereits heute ermöglicht 4G+ (LTE Advanced) in urbanen Gebieten Bandbreiten im mobilen Internet von bis zu 300 Mbit/s, wobei die Bandbreiten bis Ende 2015 auf 450 Mbit/s wachsen sollen. Das Angebot von Swisscom ist damit sowohl im Schweizer als auch im internationalen Vergleich führend. Ebenso geht die mobile Sprachtelefonie mit der Zeit. Das LTE-Netz ist heute ein reines Datennetz. Sprachtelefonie erfolgt auf den Vorgängertechnologien 3G und 2G. Durch die Einführung von Voice over LTE (VoLTE) und WLAN Interworking beschreitet Swisscom im Mobilfunk konsequent den Weg der IP-Transformation. Mobile Sprachtelefonie erfolgt damit über das digitale Internet-Protokoll (IP), was Vorteile für Sprachqualität und Verbindungsaufbau bietet.

Siehe unter
www.swisscom.ch/netzabdeckung

Swisscom baut ihr Breitbandnetz, ihr Produktangebot sowie die Anzahl an Antennenstandorten laufend aus. Um die Effizienz und die Anforderungen einer zeitgemässen Raumplanung zu berücksichtigen sowie die Immissionen auf ein Minimum zu reduzieren, setzt Swisscom moderne, bedürfniskonforme Technologien ein. Sie koordiniert Standortausbauten, soweit möglich, mit anderen Mobilfunkbetreibern und teilt heute rund 22% ihrer knapp 6'800 Antennenstandorte mit anderen Anbietern. Dank über 2'000 Hotspots in der Schweiz ist Swisscom ferner die führende Netzbetreiberin von öffentlichen, drahtlosen lokalen Netzwerken.
Parallel zum Ausbau der Netze der neuesten technischen Generation baut Swisscom die Netze früherer technischer Generationen konsequent ab und steigert damit ihre Effizienz.

Der Datenverkehr im Mobilfunknetz steigt jährlich.
Gegenüber dem Vorjahr stieg das Datenvolumen um

96 %

Swisscom hat die Leistungsfähigkeit und die Sicherheit der Schweizer Infrastruktur erhöht und die Ultrabreitband-Versorgung vorangetrieben.
Hierfür investierte sie

1,75 Mrd. CHF

Netzinfrastruktur Italien

Die Netzinfrastruktur von Fastweb besteht aus einem Glasfasernetz, dessen Länge insgesamt über 37'500 Kilometer beträgt. Fastweb erreicht damit mehr als die Hälfte der italienischen Bevölkerung. Davon sind 5,5 Millionen Wohnungen und Geschäfte durch die Technologien Fibre to the Home (FTTH) und Fibre to the Street (FTTS) mit Ultrabreitbanddiensten beziehungsweise Geschwindigkeiten bis zu 100 Mbit/s erschlossen.

Fastweb baut ihr Ultrabreitbandnetz weiter aus und wird bis Ende 2016 rund 7,5 Millionen Wohnungen und Geschäfte oder rund 30% der Bevölkerung erschliessen. Darüber hinaus erreicht Fastweb dank der Vorleistungsdienste von etablierten italienischen Betreibern Kunden, die nicht direkt über ihre eigene Netzinfrastruktur erschlossen sind.

Fastweb verfügt über kein eigenes Mobilfunknetz, bietet aber auf Basis einer Vereinbarung mit einem anderen Mobilfunknetzbetreiber (MVNO) eigene mobile Dienste an.

Informatikinfrastruktur Schweiz

Swisscom betreibt in der Schweiz 24 Rechenzentren. Diese Zentren halten aktuell rund 20 Petabytes an Daten online – wobei sich diese Datenmenge bei Berücksichtigung der notwendigen Datensicherungen mehr als verdoppelt. Im Storage Area Network (SAN) stehen über 25'000 Ports beziehungsweise aktive Betriebssystem-Instanzen für rund 15'000 Server zur Verfügung. Durch On-Demand-Verträge mit innovativen Partnerfirmen stellt Swisscom zudem sicher, dass jederzeit genügend Kapazität vorhanden ist und effiziente Technologien im Einsatz stehen.

Um Ressourcen zu schonen, betreibt Swisscom ihre Rechenzentren möglichst energieeffizient. Das Rechenzentrum in Zollikofen (Bern) verzeichnet im Jahresdurchschnitt einen Stromverbrauchseffizienzwert (Power Usage Effectiveness, PUE) von 1,3. Dieser Wert steht für das Verhältnis des Gesamtstromverbrauchs eines Rechenzentrums zum Stromverbrauch für die IT-Anlagen. Der Stromverbrauch in Zollikofen liegt gemessen am PUE-Wert 33% tiefer als in Rechenzentren herkömmlicher Bauweise. Noch effizienter arbeitet das im September 2014 in Betrieb genommene Rechenzentrum in Bern Wankdorf, das einen PUE-Wert von 1,2 erreicht.

Die Cloud-Technologie steigert die Effizienz der Rechenzentren weiter, indem die zugrundeliegenden Infrastruktur-Plattformen für Kunden verteilt genutzt werden. So haben die Kunden die Wahl, ihre Daten und Applikationen in der Private Cloud, in dedizierten Zonen in der Public Cloud oder in Shared Clouds abzulegen beziehungsweise zu betreiben.

Swisscom plant in den nächsten Jahren, bis zu 70% ihrer eigenen Arbeits- und Produktionsprozesse in die Cloud zu verlegen. Damit baut sie ihren Wissensvorsprung aus, den sie in ihrer Rolle als vertrauenswürdige Begleiterin von Geschäftskunden in der digitalen Welt benötigt.

Informatikinfrastruktur von Fastweb

Fastweb betreibt in Italien vier Hauptrechenzentren. Deren Gesamtfläche beträgt 8'000 Quadratmeter, die IT-Infrastruktur besteht aus rund 5'000 Servern (zu gleichen Teilen virtuelle und physische Server), 700 Datenbanken und 2,9 Petabytes an Speicherkapazität.

Eines der Rechenzentren wird von Ericsson auf Basis eines mehrjährigen Vertrags verwaltet. Dieser Vertrag umfasst den Ausbau und die Umgestaltung des Rechenzentrums sowie den operativen Betrieb der IT-Infrastruktur von Fastweb. Zwei weitere Rechenzentren werden von Fastweb hauptsächlich für Geschäftskundendienste wie etwa für Housing, Hosting oder weitere Cloud-Dienste genutzt.

Fastweb investiert gegenwärtig EUR 25 Millionen in die Errichtung von zwei neuen Rechenzentren in Mailand beziehungsweise in Rom, die zum Hosting von ICT- und Cloud-Diensten für Geschäftskunden dienen. Der Bau des neuen Rechenzentrums in Mailand ist abgeschlossen. Als erstes Rechenzentrum in Italien hat es die Tier-IV-Zertifizierung erhalten, die für höchste Zuverlässigkeit, Sicherheit und Leistung steht.

Datenschutz

Daten gehören zu den wertvollsten Produktionsfaktoren der Informationsgesellschaft. Swisscom hat daher den Anspruch, Daten und Informationen so sicher und zuverlässig wie möglich zu speichern und zu übertragen. Rund 150 Fachkräfte setzen sich für die Informationssicherheit, den Datenschutz und den sicheren Betrieb der Netze und des Internets ein.
Ebenso unternimmt Swisscom bei der telefonischen Kommunikation alle Anstrengungen, um die Daten ihrer Kunden zu schützen. So überträgt sie alle Gespräche über das Mobilfunknetz in verschlüsselter Form. Darüber hinaus sind Branchen wie Banken und Versicherungen, Institutionen wie Spitäler oder öffentliche Dienste wie Polizei und Feuerwehr auf einen höchstmöglich zuverlässigen und sicheren Betrieb ihrer Kommunikationsinfrastruktur angewiesen. Viele Unternehmen, Institutionen und Dienste aus sensiblen Bereichen setzen auf die Dienstleistungen von Swisscom. Ebenso bietet Swisscom kleineren und mittleren Unternehmen jederzeit sichere, Cloud-basierte Lösungen.
Kundendaten sind dem Datenschutzgesetz und dem Fernmeldegesetz unterstellt. Sie dürfen nur von Personen bearbeitet werden, die diese Daten für die Erfüllung ihrer Aufgabe zwingend benötigen. Ferner muss für einen betroffenen Kunden jederzeit erkennbar sein, zu welchem Zweck seine Daten eingesehen oder bearbeitet werden. Schliesslich müssen Kundendaten gemäss Datenschutzgesetz durch technische oder organisatorische Massnahmen gegen unbefugtes Bearbeiten geschützt sein. Swisscom stellt daher sicher, dass nur ein beschränkter Personenkreis Zugriff auf die Kundendaten hat. Grundsätzlich werden Kundendaten in der Schweiz gehostet. Wird eine Dienstleistung von Swisscom gemeinsam mit Dritten erbracht, so kann Swisscom Daten an Dritte weitergeben, insoweit dies für die Erbringung solcher Dienstleistungen notwendig ist. Swisscom stellt sicher, dass diese Dritten dem Datenschutz in gleicher Weise verpflichtet sind und die Daten nur in dem Umfang bearbeiten, wie Swisscom dies selbst tun dürfte. Weiter dürfen Daten von Swisscom Kunden nur dann erhoben, bearbeitet und gespeichert werden, wenn sie für die Erbringung der Leistung, für die Abwicklung und Pflege der Kundenbeziehung sowie zur Sicherstellung von Betrieb und Infrastruktur benötigt werden. Swisscom bearbeitet die Daten auch für Marketingzwecke, namentlich für die bedarfsgerechte Gestaltung und Entwicklung ihrer Dienstleistungen und für massgeschneiderte Angebote. Der Kunde kann diese Verwendung mittels Opt-Out unterbinden. Ausserdem schreibt das Datenschutzgesetz vor, dass Kundendaten durch technische und organisatorische Massnahmen gegen unbefugtes Bearbeiten geschützt werden müssen.

Nettoumsatz
In der Schweiz erzielt Swisscom

82 % ihres Umsatzes

Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)
In der Schweiz erzielt Swisscom

86 % ihres EBITDA

Produkte, Dienstleistungen, Absatzkanäle

Swisscom in der Schweiz

Swisscom setzt auf Service und Qualität sowie auf einen personalisierten und wertschöpfenden Austausch mit ihren Kunden. Sechs Millionen Kundenbesuche in den Swisscom Shops, 3'500 Kundenberater, zwölf Millionen Anrufe und über vier Millionen E-Mails und Briefe pro Jahr bilden für Swisscom die Grundlage, mit Kunden in Kontakt zu treten und sie individuell zu begleiten. Dabei geniesst Exzellenz im Service bei Swisscom seit vielen Jahren oberste Priorität.

Privatkunden: In nur sechs Jahren ist Swisscom zur erfolgreichsten Anbieterin von Digital TV geworden. Über eine Million Kunden schauen mit Swisscom TV fern. Das im April 2014 lancierte Swisscom TV 2.0 bietet erweiterte Funktionen. Die Cloud-basierte Aufnahmefunktion ermöglicht, beliebig viele Sendungen parallel aufzunehmen und über unterschiedliche Geräte abzurufen. Dank der Replayfunktion greifen Kunden auf Sendungen der vergangenen sieben Tage zurück. Zudem stellt Swisscom ihren Kunden unter anderem Anwendungen wie die Kommunikations-App iO sowie Tapit zur Verfügung. iO gestattet seinen Nutzern, gratis über das Internet zu telefonieren, zu chatten und Bilder mit anderen iO-Nutzern zu teilen. Dank Tapit können Nutzer mit ihrem Smartphone sicher bezahlen und künftig Treuepunkte sammeln. Ferner wird Tapit ihnen künftig Zutritt zu Gebäuden gewähren. Mittels Natel infinity und den Vivo-Kombi-Angeboten hat sich Swisscom auf die veränderten Kundenbedürfnisse ausgerichtet: Natel infinity ermöglicht unlimitiertes Surfen, Telefonieren und Versenden von SMS/MMS schweizweit und in alle Netze. Die Kombi-Angebote Vivo light bis XL vereinen Swisscom TV, Internet und Festnetz in einem Paket und bieten für jedes Bedürfnis das passende Abonnement. Wer Vivo und Natel infinity kombiniert, profitiert darüber hinaus von einer Preisermässigung. Swisscom Kunden nutzen die moderne Kommunikationstechnik immer selbstverständlicher. Dies stellt erhöhte Ansprüche an die Produktdarstellung und die Kompetenz der Kundenberater. Das neue Campus-Shop-Konzept trägt diesen Ansprüchen Rechnung. Die Shops gestatten nunmehr eine individuellere Beratung und bieten die Möglichkeit, Produkte direkt vor Ort zu erleben. Zwischen 2012 und 2014 hat Swisscom sämtliche Swisscom Shops in das neue Konzept und Design überführt.

Kleine und mittlere Unternehmen: Durch die Kombi-Angebote KMU Office und Natel business infinity bietet Swisscom kleinen und mittleren Unternehmen bedürfnisgerecht zusammengestellte Produkte an. In Form von Business Connect und Full Service Solution verfügt Swisscom zudem über innovative Kommunikationslösungen, die sich individuell auf die Bedürfnisse der einzelnen KMU-Kunden zuschneiden lassen.

Grossunternehmen: Die digitale Transformation verändert massgeblich die Geschäftsprozesse, die Arbeitswelten und den Marktauftritt von Unternehmen. Als ICT-Unternehmen mit umfassender Erfahrung in der Digitalisierung treibt Swisscom die digitale Transformation voran und begleitet gleichzeitig Unternehmen in die neue, vernetzte Welt. Ihr Angebot beinhaltet umfassende Services wie etwa Cloud-, Outsourcing- und Workplace-Lösungen, Mobility Solutions wie Natel go, Netzwerklösungen, Geschäftsprozess-Optimierungen, SAP-Lösungen sowie umfassende auf die Finanzindustrie zugeschnittene Dienstleistungen. Pro Jahr nimmt der Service Desk 1,2 Millionen Anrufe entgegen und leistet 300'000 Vor-Ort-Einsätze.

Gesundheitsmarkt: Swisscom bietet inzwischen umfassende Dienstleistungen für die Vernetzung von Leistungserbringern wie für das Gesundheitsmanagement von Privatpersonen an. Ihr Angebot reicht vom Online-Gesundheitsdossier Evita über Vernetzungslösungen für Leistungserbringer bis zu Abrechnungsleistungen und mobilen Krankenakten für Spitäler. Damit ist Swisscom eine wichtige Anbieterin von vernetzten Gesundheitslösungen im Schweizer Markt. Bereits heute nutzen über 1'600 Ärzte, 100 Spitäler sowie Versicherungen und weitere Leistungserbringer die Gesundheitslösungen von Swisscom und tauschen darüber zwei Millionen Dokumente aus.

Vernetztes Zuhause: Die Produktreihe SmartLife macht die eigenen vier Wände sicherer. Durch die SmartLife-App lassen sich Bewegungsmelder, HD-Kameras, Feuer- und Wassermelder sowie die weitere häusliche Sicherheitstechnik über Smartphones, Computer und Tablets steuern. Ebenso gestattet das intelligente Strom-Speichernetzwerk tiko von Swisscom Energy Solutions seinen Nutzern, den Verbrauch ihrer Wärmepumpen, Elektroheizungen oder Boiler mobil über das Internet optimal zu regeln.

Nachhaltigkeit: Green ICT-Technologien unterstützen Unternehmen in ihrem Bestreben, intelligent Energie zu sparen, dadurch ihre Effizienz nachhaltig zu erhöhen und gleichzeitig ihre CO_2-Emissionen zu reduzieren. Hierzu gehören Teleworking-Lösungen und virtuelle Meetings, die Reisekosten und Reisezeiten senken; ferner Telehousing oder Hosting-Lösungen, die den Energieverbrauch von Rechenzentren verringern. Green ICT wird daher künftig nicht nur als Effizienz-, sondern auch als Imagefaktor noch mehr Bedeutung gewinnen.

Fastweb in Italien

Fastweb bietet den Privat- und Geschäftskunden Sprach- und Breitbanddienste an, die einerseits auf dem eigenen Breitband- beziehungsweise Ultrabreitbandnetz, andererseits auf entbündelten Anschlüssen und Wholesale-Produkten der Telecom Italia beruhen. Mit dem Pay TV-Anbieter Sky Italia besteht eine erfolgreiche Partnerschaft, über welche Sprach-/Breitbanddienste und Satelliten-TV als Bündelprodukt angeboten werden. Gestützt auf einer Vereinbarung mit einem Mobilfunknetzbetreiber bietet Fastweb vor allem für Privatkunden Mobilfunkleistungen an. Darüber hinaus besteht ein umfassendes Angebot von ICT-, Cloud- und Securitydiensten für Geschäftskunden.

Kundenzufriedenheit

Um die übergreifende 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 dabei erhobene Kenngrösse ist für alle Segmente die Weiterempfehlungsbereitschaft der Kunden und die daraus abgeleitete Weiterempfehlungsrate, der sogenannte «Net Promoter Score» (NPS). Der NPS bildet die emotionale Kundenbindung ab und gibt Auskunft über die Einstellung, welche die Kunden Swisscom gegenüber an den Tag legen. Er ergibt sich aus der Differenz zwischen den so genannten Promotoren (Kunden, die Swisscom stark weiterempfehlen würden) und den Kritikern (Kunden, die Swisscom nur bedingt oder nicht weiterempfehlen würden). Weiter führt Swisscom segmentspezifisch die folgenden Erhebungen durch:

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

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

Mitarbeitende

Die Zahl der Mitarbeitenden von Swisscom ist gegenüber dem Vorjahr um 1'017 Vollzeitstellen gestiegen. In der Schweiz beschäftigt Swisscom 18'272 Mitarbeitende und bildet 922 Lernende aus.

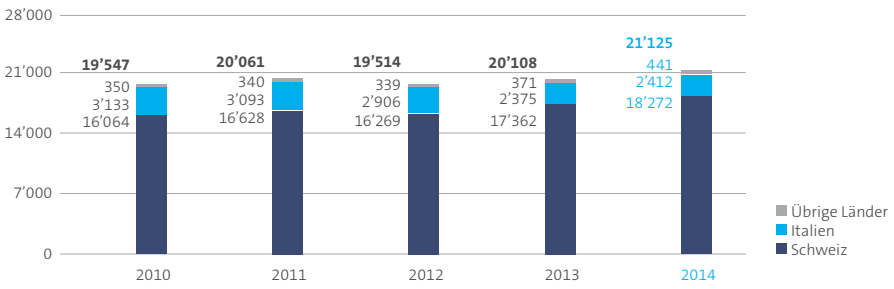
Personalbestand

Swisscom beschäftigt Ende 2014 21'125 Mitarbeitende in Vollzeitstellen. Davon sind 18'272 in der Schweiz tätig, was einem Anteil von 86,5% des gesamten Personalbestands entspricht (Vorjahr 86,3%). Zusätzlich bildet Swisscom in der Schweiz 922 Lernende aus. Die Anzahl der Mitarbeitenden in Vollzeitstellen verteilt sich auf folgende Segmente:

	31.12.2012	31.12.2013	31.12.2014
Personalbestand in Vollzeitstellen			
Privatkunden	4'316	4'754	5'313
Kleine und Mittlere Unternehmen	681	757	775
Grossunternehmen	2'360	2'441	2'487
Wholesale	116	107	111
Netz & IT	4'389	4'404	4'599
Swisscom Schweiz	**11'862**	**12'463**	**13'285**
Fastweb	**2'893**	**2'363**	**2'391**
Swisscom IT Services	2'684	3'162	3'164
Übrige	1'735	1'802	1'968
Übrige operative Segmente	**4'419**	**4'964**	**5'132**
Group Headquarters	**340**	**318**	**317**
Total Konzern	**19'514**	**20'108**	**21'125**
Davon Mitarbeitende in der Schweiz	16'269	17'362	18'272

Die Zahl der Vollzeitstellen ist gegenüber dem Vorjahr um 1'017 oder 5,1% auf 21'125 Vollzeitstellen gestiegen. Die Zunahme des Personalbestands ist eine Folge von Unternehmenserwerben, der Anstellung von externen Mitarbeitenden und der Verstärkung des Kundendienstes. Ohne Unternehmenserwerbe betrug die Zunahme 282 Vollzeitstellen oder 1,4%, in der Schweiz 375 Vollzeitstellen oder 2,2%.
Von den Mitarbeitenden in der Schweiz haben sich im Berichtsjahr 99,6% in einem unbefristeten Anstellungsverhältnis befunden (Vorjahr 99,6%). Der Anteil an Teilzeitbeschäftigten betrug 14,2% (Vorjahr 13,5%). Die Kündigungen durch Mitarbeitende in der Schweiz beliefen sich auf 5,8% des Personalbestands (Vorjahr 6,4%).

Entwicklung des Personalbestands in Vollzeitstellen



Arbeitsrechtliche Grundlagen in der Schweiz

Einleitung

Swisscom ist mit 18'272 Mitarbeitenden in Vollzeitstellen in der Schweiz einer der grössten Schweizer Arbeitgeber. Die rechtlichen Anstellungsbedingungen beruhen auf dem Obligationenrecht. Der Gesamtarbeitsvertrag (GAV) regelt die wichtigsten arbeitsvertraglichen Bestimmungen zwischen Swisscom und ihren Mitarbeitenden. Er enthält überdies Bestimmungen für das Verhältnis zwischen Swisscom und den Sozialpartnern. Bei der Zusammenführung der Swisscom IT Services AG und der Swisscom (Schweiz) AG mussten die aufgrund des Marktumfelds unterschiedlichen Anstellungsbedingungen in den Gesamtarbeitsverträgen beider Unternehmen harmonisiert werden. Der in Verhandlungen zwischen Swisscom und den Sozialpartnern harmonisierte GAV tritt per 1. April 2015 in Kraft. Der GAV der cablex AG ist am 1. Januar 2013 in Kraft getreten. Ende Dezember 2014 waren dem GAV 14'596 Swisscom Mitarbeitende in Vollzeitstellen oder 84,1% der Belegschaft in der Schweiz unterstellt.
Allgemeine Anstellungsbedingungen, die über dem Minimalstandard des Obligationenrechts liegen, regeln die arbeitsrechtlichen Bestimmungen für die Kader von Swisscom in der Schweiz.

Arbeitnehmervertretungen und Gewerkschaftsbeziehungen

Swisscom pflegt einen konstruktiven Dialog mit den Sozialpartnern (der Gewerkschaft syndicom und dem Personalverband transfair) sowie mit den Personalvertretungen (den Arbeitnehmervertretungen). Der Gesamtarbeitsvertrag (GAV) und der Sozialplan sind faire, gemeinsam ausgestaltete Lösungen. Bei wesentlichen betrieblichen Veränderungen bezieht Swisscom die Sozialpartner und Personalvertretungen frühzeitig ein. Der GAV räumt den Sozialpartnern und den Personalvertretungen für unterschiedliche Bereiche Mitwirkungsrechte ein. Die Swisscom Mitarbeitenden haben im Herbst 2013 in allgemeinen und freien Wahlen die neuen Mitglieder für die Personalvertretungen gewählt, welche die Mitwirkungsrechte wahrnehmen. Zwei Personalvertreter aus dem Kreis der Gewerkschaften sind zudem im Verwaltungsrat der Swisscom AG.

Gesamtarbeitsvertrag (GAV)

Der harmonisierte GAV, der per 1. April 2015 in Kraft tritt, behält die bereits sehr guten Anstellungsbedingungen bei und vereinheitlicht die unterschiedlichen Arbeitszeit- und Ferienregelungen sowie das Lohnsystem. Für die dem GAV unterstellten Mitarbeitenden gilt eine wöchentliche Arbeitszeit von 40 Stunden. Zu den fortschrittlichen Leistungen des GAV gehören ferner fünf Wochen Ferien – beziehungsweise 27 Tage ab dem 45. Altersjahr (gilt bereits ab 1. Januar 2015) sowie sechs Wochen ab dem 60. Altersjahr; ferner ein Mutterschaftsurlaub von 17 Wochen sowie ein Vaterschaftsurlaub von zehn Tagen. Weiter kommen die Mitarbeitenden nach jeweils fünf Anstellungsjahren in den Genuss einer zusätzlichen Woche bezahlten Urlaubs. Swisscom bezahlt eine Kinder- und Ausbildungszulage, die meist über den kantonalen Zulagen liegt, und gewährt Urlaub für besondere Familienangelegenheiten wie etwa den Adoptionsurlaub. Bei Arbeitsunfähigkeit infolge Krankheit oder Unfall garantiert Swisscom eine Lohnfortzahlung von 100% für die Dauer von 730 Tagen. Der GAV legt ferner ein besonderes Gewicht auf die berufliche Entwicklung der Mitarbeitenden und stärkt die Rechte der Teilzeitmitarbeitenden.

Arbeitszeitmodelle

Swisscom fördert die Life Balance ihrer Mitarbeitenden und schafft durch folgende Massnahmen die entsprechenden Voraussetzungen für Vollzeit- wie Teilzeitbeschäftigte: Die flexible Arbeitszeit, die von der Mehrheit der Mitarbeitenden genutzt wird, gilt als Normmodell. Weitere Modelle der flexiblen Arbeitszeit sind die Jahresarbeitszeit, das Langzeitkonto und die Teilzeit ab dem 58. Altersjahr. Neu können die Mitarbeitenden durch das Modell «Ferienkauf» zusätzliche Ferientage beziehen. Zudem besteht die Möglichkeit, in Absprache mit dem Vorgesetzten von zu Hause

aus zu arbeiten. Diese Möglichkeit wird von vielen Mitarbeitenden genutzt und gestaltet sich dank der zur Verfügung stehenden Arbeitsmittel wie Unified Communications & Collaboration (UCC) immer einfacher. Swisscom trägt das Label «home office friendly».
Die Vereinbarkeit von Berufsleben mit häuslicher Pflege und Betreuung von Angehörigen stellen eine besondere Herausforderung für die Betroffenen dar. Swisscom unterstützt gezielt das Engagement von Mitarbeitenden, die sich neben ihrer Berufstätigkeit für die Pflege eines Angehörigen oder Menschen aus ihrem nächsten Umfeld engagieren. Im Rahmen eines Pilotprojekts «Work & Care» ergänzen neu zwei flexible Arbeitszeitmodelle das bestehende Angebot, um die Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu fördern.

Sozialplan

Der Sozialplan von Swisscom regelt die Leistungen für die dem GAV unterstellten Mitarbeitenden, die von einem Stellenabbau betroffen sind. Er setzt Mittel ein, um die Arbeitsmarktfähigkeit der Mitarbeitenden zu stärken. Ferner sieht er bei einem sich langfristig abzeichnenden Stellenabbau Umschulungsmassnahmen vor. Für die Umsetzung des Sozialplans trägt die Worklink AG, eine 100%-Tochtergesellschaft von Swisscom, die Verantwortung. Die Worklink AG eröffnet den vom Stellenabbau betroffenen Swisscom Mitarbeitenden neue Perspektiven. Sie berät und unterstützt die Mitarbeitenden bei der Stellensuche ausserhalb des Konzerns oder vermittelt ihnen externe wie interne Temporäreinsätze. Die Erfolgsquote ist hoch: 2014 haben 69% der vom Stellenabbau betroffenen Mitarbeitenden vor Ablauf des Sozialplanprogramms wieder eine Beschäftigung gefunden. Worklink setzt sich ebenfalls dafür ein, die Arbeitsmarktfähigkeit der Swisscom Mitarbeitenden zu fördern und zu stärken. Das Angebot umfasst Standortbestimmung, Laufbahnberatung und Coaching.
Zudem fördert Swisscom durch spezielle Beschäftigungsprogramme (zum Beispiel durch den schrittweisen Teilaltersrücktritt oder Temporäreinsätze in ähnlichen Berufsfeldern) faire Lösungen für ältere Mitarbeitende, die von Änderungen des fachlichen Anforderungsprofils oder einem Stellenabbau betroffen sind.

Entlöhnung der Mitarbeitenden

Lohnsystem

Eine wettbewerbsfähige Gesamtentlöhnung trägt dazu bei, hoch qualifizierte und motivierte Fach- und Führungskräfte zu gewinnen und langfristig an Swisscom zu binden. Das Lohnsystem von Swisscom besteht aus einem Basislohn, einem variablen Erfolgsanteil und Prämien. Der Basislohn bemisst sich nach der Funktion, der individuellen Leistung und dem Arbeitsmarkt. Der variable Erfolgsanteil hängt vom Unternehmenserfolg sowie für Kaderfunktionen zudem von der individuellen Leistung ab. Der Unternehmenserfolg bemisst sich an der Erreichung übergeordneter Ziele des Swisscom Konzerns beziehungsweise der jeweiligen Geschäftssegmente oder Bereiche. Diese Ziele beziehen sich vorwiegend auf finanzielle Kenngrössen und auf die Kundenloyalität. Die individuelle Leistung bemisst sich an der Erreichung von ergebnis- und verhaltensbezogenen Zielen. Ausführungen zur Vergütung der Mitglieder der Konzernleitung sind im Kapitel Vergütungsbericht enthalten.

Siehe Bericht
Seite 117

Mindestlohn

Die Schweiz kennt keine gesetzlich festgelegten Mindestlöhne. Vielmehr handeln die Sozialpartner diese über Gesamtarbeitsverträge aus. Im Rahmen der per 1. Januar 2013 in Kraft getretenen neuen Gesamtarbeitsverträge ist der Mindestlohn auf CHF 52'000 beziehungsweise für cablex auf CHF 50'000 angehoben worden. Swisscom ist in der ganzen Schweiz tätig und kennt bezüglich der Lohnfestsetzung keine wesentlichen Unterschiede zwischen den Standorten. Wie eine Untersuchung der Eintrittsgehälter der jüngsten Mitarbeitenden (bis maximal 21 Jahre) in den mehrheitlich verwendeten Anfangsfunktionsstufen ergibt, beträgt der durchschnittliche Jahresbasislohn in dieser Kategorie CHF 57'400 beziehungsweise bei cablex CHF 55'770. Er liegt damit jeweils mehr als 10% über dem im jeweiligen GAV vereinbarten Mindestlohn.

Lohnrunde

Swisscom und die Sozialpartner haben im Januar 2014 eine zweijährige Vereinbarung über die Lohnrunden 2014 und 2015 getroffen. Im Berichtsjahr hat Swisscom die Lohnsumme in der Schweiz um 1,2% erhöht. Diese Erhöhung ist für Lohnanpassungen verwendet worden, die sich nach der individuellen Leistung und dem Verhältnis des Lohns zum Vergleichswert (Benchmark) richten. Für 2015 stellt Swisscom 1,8% der Lohnsumme für Lohnanpassungen zur Verfügung.

Lohngleichheit

Swisscom schenkt der Lohngleichheit zwischen den Geschlechtern eine hohe Aufmerksamkeit. Ihr Lohnsystem ist darauf ausgerichtet, gleiche Löhne für gleichwertige Aufgaben und Leistungen zu entrichten. Zu diesem Zweck sind die einzelnen Funktionen entsprechend ihren Anforderungen in Funktionsstufen eingereiht. Für jede Funktionsstufe ist ein Lohnband festgelegt. Dieses gibt die Bandbreite für die Entlöhnung gleichwertiger Aufgaben vor. Innerhalb dieser Bandbreite erfolgt die Lohnbestimmung anhand der Leistung der einzelnen Mitarbeitenden. Im Rahmen der Lohnrunde passt Swisscom die Löhne von Mitarbeitenden mit einer besseren Leistung und einer tieferen Lage innerhalb des jeweiligen Lohnbands überdurchschnittlich an. Dies führt zu einem kontinuierlichen Ausgleich allenfalls bestehender Lohndifferenzen. Zudem prüft Swisscom bei der Umsetzung der Lohnrunde, ob innerhalb der einzelnen Organisationseinheiten Unterschiede zwischen Frauen- und Männerlöhnen bestehen, und nimmt bei Bedarf gezielt Korrekturen vor.
Ebenso untersucht Swisscom anhand des Lohngleichheitsinstruments des Bundes (Logib) periodisch die Lohnstrukturen auf Unterschiede zwischen den Löhnen von Männern und Frauen. Die bisherigen Untersuchungen haben geringe Lohnunterschiede an den Tag gebracht, die deutlich unter der Toleranzschwelle von 5% liegen.
Swisscom ist 2011 dem Lohngleichheitsdialog beigetreten, einer im Februar 2014 abgelaufenen Initiative der Dachverbände der Arbeitgeber und Arbeitnehmer sowie des Bundes zur Überprüfung der Lohngleichheit. Der erfolgreiche Abschluss des Lohngleichheitsdialogs bestätigt, dass die Löhne bei Swisscom dem Grundsatz der Lohngleichheit entsprechen.

Personalentwicklung

Das Marktumfeld von Swisscom verändert sich permanent. Swisscom investiert entsprechend gezielt in die berufliche Entwicklung der Mitarbeitenden und Führungskräfte, um deren Arbeitsmarktfähigkeit und die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens nachhaltig zu erhalten und zu verbessern. Den Mitarbeitenden stehen für ihre Entwicklung vielfältige On-, Near- und Off-the-Job-Entwicklungsangebote sowie interne Programme und Trainings zur Verfügung. Die Lern- und Trainingsangebote sind 2014 auf dem konzernweit eingesetzten «Learningcenter» gebündelt worden. Sie sind allen Mitarbeitenden über ihren persönlichen Lernplatz zugänglich. Knapp die Hälfte aller internen Lern- und Trainingsangebote sind E-Learning-Programme, die sich orts- und zeitunabhängig bearbeiten lassen. Das Angebot umfasst Fach-, Führungs- und Projektmanagementthemen. Im Rahmen des Talentmanagements haben etwa 10% der Leistungsträger aus den Zielgruppen ein entsprechendes internes Programm absolviert. Die On-the-Job-Entwicklung über Job Moves und Stages wird immer wichtiger. Bereits heute besetzt Swisscom knapp 43% der ausgeschriebenen Stellen intern. Sie begrüsst zudem individuell weiterführende externe Ausbildungen und unterstützt diese finanziell sowie zeitlich. In der Schweiz hat jeder Mitarbeitende von Swisscom im Berichtsjahr 3,8 Tage für Lernen und Trainieren aufgewendet.
Das Management von Swisscom betrachtet die Entwicklung von Mitarbeitenden als wichtigen Teil der Führungsaufgabe. Der regelmässige Dialog zwischen Mitarbeitenden und Führungskräften gibt Orientierung und stärkt das gemeinsame Bekenntnis zu Lernen und Entwickeln in einer vernetzten Welt. Er erleichtert zudem die Vereinbarung und Realisierung mittelfristiger Entwicklungsmassnahmen. Um die Leistungen und die Entwicklung der Mitarbeitenden zu beurteilen und zu fördern, entwickelt Swisscom ihr Performance-Management-System bedürfnisgerecht weiter. Leistungsbeurteilungen erfolgen auf Basis verbindlicher Zielvereinbarungen fair und breit abgestützt. Der ständige Dialog zwischen Mitarbeitenden und Führungskräften unterstützt die Umsetzung der vereinbarten Ziele im Jahresverlauf. Eine breite Abstützung der Leistungs- und Entwicklungseinschätzung erfolgt im Rahmen zweimal jährlich stattfindender Kalibrierungsrunden unter Gruppen von Führungskräften. Sie erlauben die systematische Beurteilung der Leistungen und das Veranlassen weiterer Entwicklungsschritte. Diese Runden erarbeiten ferner die Nachfolgeplanung für

Schlüsselfunktionen. Sie veranlassen die Platzierung von Talenten im Rahmen eigens entwickelter Talentprogramme, bieten Talenten über die Grenzen einzelner Abteilungen hinaus herausfordernde Stellen an und unterstützen so ihre Entwicklung.
Im Jahr 2014 hat Swisscom die «Leadership Academy» lanciert. Sie bietet Führungskräften die Möglichkeit, sich in einem wandelnden Umfeld mit individuellen sowie gemeinschaftlichen Führungsthemen auseinanderzusetzen und im Austausch mit anderen Führungskräften ihre Kompetenzen zu stärken.

Personalbeschaffung

Als Schweizer Unternehmen bekennt sich Swisscom zum Schweizer Arbeitsmarkt. Um Kundenbedürfnisse abzudecken und wettbewerbsfähig zu bleiben, ist Swisscom bereit, mit in- oder ausländischen Partnern zusammenzuarbeiten. Bedingung für die Zusammenarbeit ist, dass die betreffenden Partner die Anforderungen von Swisscom hinsichtlich der Arbeitsgesetzgebung und der Nachhaltigkeit erfüllen.
Swisscom will Menschen gewinnen, die mit Engagement und Leidenschaft Kunden begleiten und die Zukunft der vernetzten Welt mitgestalten. An sämtlichen Geschäftsstandorten in der Schweiz achtet Swisscom darauf, in erster Linie Personen aus den umliegenden Regionen einzustellen. Daher liegt der Anteil an Mitarbeitenden aus den jeweiligen Regionen in allen Bereichen und auf allen Hierarchieebenen hoch.
Um talentierte, hoch motivierte Hochschulabsolventen zu gewinnen, steht Swisscom in intensivem Kontakt mit Fachhochschulen und Universitäten. Die Präsenz an den Rekrutierungsmessen sowie vertiefte Formen der Zusammenarbeit – beispielsweise Gastvorlesungen und Workshops – sind Swisscom sehr wichtig. Viele Studierende sammeln im Rahmen einer praxisorientierten Bachelor- oder Masterarbeit sowie in Praktika bereits während des Studiums erste Berufserfahrungen bei Swisscom.
256 Jugendliche haben im August 2014 ihre Lehre bei Swisscom begonnen. Swisscom nimmt damit ihre Verantwortung als schweizweit grösste Ausbildnerin von ICT-Fachkräften wahr. 2014 bildet Swisscom insgesamt 922 Lernende in technischen und kaufmännischen Lehrberufen aus. Das Ausbildungsmodell von Swisscom ist auf Selbständigkeit und Eigenverantwortung ausgerichtet und fördert so die Persönlichkeit des Lernenden. So gestalten die Lernenden ihren Ausbildungsplan gemäss ihren Schwerpunkten aktiv mit, bewerben sich für unterschiedliche Praxiseinsätze innerhalb des Unternehmens und lernen dort von erfahrenen Mitarbeitenden.

Mitarbeitendenzufriedenheit

An der Mitarbeitendenumfrage 2014 haben sich 83% der Mitarbeitenden in der Schweiz beteiligt. Die Ergebnisse belegen wiederum eine überdurchschnittlich hohe Arbeitszufriedenheit und eine hohe Verbundenheit mit Swisscom. Die Mitarbeitenden haben alle Themenbereiche im Durchschnitt deutlich positiver als in der 2012 durchgeführten Umfrage beurteilt. Im Branchenvergleich fielen die Ergebnisse teilweise überdurchschnittlich positiv aus. Dieses Ergebnis ist umso bemerkenswerter, als Swisscom seit der letzten Umfrage mit der Zusammenführung der Swisscom IT Services AG und Swisscom (Schweiz) AG sowie weiteren organisatorischen und prozessualen Anpassungen einen grossen Veränderungsprozess durchlaufen hat.

Arbeitsrechtliche Grundlagen in Italien

Beschäftigungsvereinbarung für die Telekommunikationsbranche in Italien

Die gesetzlichen Arbeitsbedingungen in Italien beruhen auf dem Contratto collettivo nazionale di lavoro (CCNL), einem staatlichen Tarifvertrag. Der CCNL legt die Arbeitsbedingungen zwischen der italienischen Tochtergesellschaft Fastweb und ihren Mitarbeitenden fest. Er enthält ebenso Bestimmungen zu den Beziehungen zwischen Fastweb und den Gewerkschaften.
Im Februar 2013 haben die Telekommunikationsunternehmen und Gewerkschaften einen neuen CCNL ausgehandelt, der die Bedingungen der vorherigen Vereinbarung verbessert.

Mitarbeitendenvertretung und Beziehungen zu Gewerkschaften

Fastweb steht im Dialog mit den Gewerkschaften sowie den Mitarbeitendenvertretern und bezieht diese bei umfassenden betrieblichen Änderungen zu einem frühen Zeitpunkt ein.

Manteltarifvertrag für Arbeitnehmer

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

Arbeitszeitmodell

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

Entlöhnung der Mitarbeitenden

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

Innovation und Entwicklung

In einem dynamischen Umfeld mit ständig wechselnden Rahmenbedingungen ist Innovation eine grundlegende Voraussetzung dafür, langfristig erfolgreich zu sein. Swisscom beschäftigt sich deshalb kontinuierlich mit den sich wandelnden Kundenbedürfnissen. Sie erkennt Wachstumsfelder, auf denen sie ihre eigene Rolle nachhaltig behaupten und stärken kann.

Innovation ist ein wichtiger Treiber, um neue Märkte zu gewinnen und aufstrebende Technologien zu entwickeln. Das geschäftliche Umfeld von Swisscom verändert sich rasant, weshalb Forschung und Entwicklung immer grundlegender werden. Swisscom hat das Ziel, strategische Herausforderungen, neue Wachstumsfelder und künftige Kundenbedürfnisse früh zu erkennen. Sie gestaltet deshalb die Zukunft der Telekommunikation und des Internets aktiv mit. Innovation erfolgt in allen Bereichen von Swisscom und ebenso über die Unternehmensgrenzen hinaus.

Erfolgsfaktor «Open Innovation»

Swisscom baut auf den Austausch mit Kunden, Mitarbeitenden, Lieferanten und weiteren Partnern. Dieser Austausch ermöglicht einen kontinuierlichen und offenen Innovationsprozess und stellt den Kunden und seine Bedürfnisse ins Zentrum. Bei der Entwicklung neuer Produkte und Services setzt Swisscom konsequent auf die Methoden des Human Centered Design – die auf den Menschen ausgerichtete Gestaltung. Swisscom schafft dadurch einfache, inspirierende Erlebnisse und dient ihren Kunden als ideale Begleiterin in der digitalen Welt.

Innerhalb des Unternehmens pflegt und fördert Swisscom die dezentrale Produktentwicklung. Neue Ideen entstehen deshalb in allen Bereichen des Unternehmens. In Veranstaltungen und auf Plattformen erhalten Mitarbeitende die Gelegenheit, innovative Ideen auszutauschen und Best-Practice-Beispiele kennenzulernen. Ein Beispiel hierfür ist die so genannte Innovationswoche, die zweimal jährlich durchgeführt wird: Teams mit Mitarbeitenden unterschiedlicher Bereiche setzen eine neue Idee um, die ein Kundenbedürfnis befriedigt, geschäftsrelevant ist und Marktpotenzial besitzt.

Um Kundenbedürfnisse rechtzeitig zu erkennen, ist es wichtig, künftige Nutzer möglichst früh in den Entwicklungsprozess einzubinden. Unter der Bezeichnung Swisscom Labs betreibt Swisscom eine eigene Open-Innovation-Plattform, auf der registrierte Nutzer Ideen einbringen, ihre Meinung abgeben und an Trials sowie Beta-Tests teilnehmen.

Ausserhalb des Unternehmens fördert Swisscom Innovation in der gesamten Branche. Ein spezielles Engagement gilt jungen Unternehmen, die zukunftsträchtige neue Lösungen im Feld der Informations-, Kommunikations- und Unterhaltungstechnologien anbieten. Swisscom beteiligt sich als Projektpartnerin und Investorin an Start-ups und unterstützt diese mit massgeschneiderten Produkten und Dienstleitungen. Seit 2013 schreibt Swisscom die StartUp Challenge aus, bei der als Gewinn ein einwöchiges Mentoringprogramm im Silicon Valley vergeben wird.

Siehe unter
www.swisscom.ch/innovation

Spezifische Themenfelder für Innovationen

End-to-End Connectivity

Eine leistungsfähige und zuverlässige Netzinfrastruktur ist eine der wichtigsten Grundlagen für den Erfolg von Swisscom. Die qualitativen Ansprüche der Kunden an das Netz sind in den letzten Jahren massiv gestiegen. Swisscom arbeitet deshalb stetig an der nächsten Netzgeneration und entwickelt Lösungen, um den Nutzern in der Schweiz noch schnellere und stabilere Netze zu bieten. In diesem Zusammenhang stellt vor allem der wachsende Datenverkehr im Mobilfunkbereich eine grosse Herausforderung dar. Swisscom sucht und entwickelt innovative Netzlösungen, die hohe Datenvolumen effizient bewältigen und an hoch frequentierten Orten eine einwandfreie Mobilnetzversorgung sicherstellen. Vielversprechend ist der Bau von Kleinzellen (Mikrozellen), die mit geringer Leistung eine lokal hohe Kapazität zur Verfügung stellen. Um solche Kleinzellen ideal in die bestehende Architektur zu integrieren und effizient zu betreiben, arbeitet Swisscom an der Entwicklung neuartiger Antennentypen.

Mobile Services und Apps

Der Trend zu immer mehr Mobilität schreitet voran. Mobile Endgeräte wie Smartphones oder Tablets prägen die Gesellschaft, wobei ein Alltag ohne mobiles Internet heute kaum noch vorstellbar ist. Swisscom hegt deshalb die Vision, das Smartphone zur Brücke zwischen realer und digitaler Welt zu machen. Als wichtigen Schritt in diese Richtung hat Swisscom Tapit lanciert, das Schweizer Portemonnaie der Zukunft. Tapit ist eine offene, nicht exklusive Plattform für Serviceprovider unterschiedlicher Industrien, die ihre Geschäftsprozesse mobil gestalten wollen. Für Endkunden ist Tapit ein sicherer Ort, an dem sie ihre Bank- und Kreditkarten verwalten. Tapit beruht auf der Near Field Communication (NFC) – einer Technologie, die bereits in den meisten Smartphones eingebaut ist. Ausserdem betreibt Swisscom die App iO und entwickelt sie stetig weiter: iO ermöglicht kostenlose SMS und Anrufe ins In- und Ausland. iO@home garantiert die weltweite Erreichbarkeit auf der eigenen Festnetznummer.

Security und Intelligence

Wenn immer mehr Daten vorhanden sind, steigen die Anforderungen an Produkte, die diese Daten sicher und anonymisiert verarbeiten und nach modernen Methoden analysieren. Entsprechende «Big-Data-Technologien» haben bereits in vielen Bereichen Einzug gehalten: so zum Beispiel in der Messung und Steuerung von Verkehrsströmen. Gleichzeitig wächst die Anzahl Kunden, die über ihr Smartphone mobil im Internet surfen und hierbei Kundendaten hinterlassen. Hacker und andere Parteien haben daher ein immer grösseres Interesse an Kundendaten. In dieser Situation will Swisscom ihren Kunden durch unterschiedliche Applikationen mehr Transparenz und Kontrolle bieten. So prüft die App CheckAp die auf dem Smartphone installierten Programme auf Sicherheitslücken. 2014 hat Swisscom Docsafe lanciert: In der Cloud-Lösung lassen sich wichtige Dokumente einfach und sicher ablegen; für Nutzer ist der Zugriff immer und von überall garantiert.

Siehe unter
www.swisscom.ch/m²m

Laufende Innovationsprojekte

Swisscom investiert in fortschrittliche Lösungen in unterschiedlichen Bereichen, um stetig neue Wachstumsfelder zu erschliessen und ihren Kunden die besten Services und Produkte zu bieten:

- **Identity Access Management:** In einer Welt voller virtueller Produkte und Dienstleistungen ist eine digitale Identität nützlich. Sie vereinfacht das Leben, indem sie beispielsweise eine Vielzahl von Passwörtern ersetzt und eine einfache Nutzeridentifikation ermöglicht. Swisscom erarbeitet aktuell die Grundlagen für eine solche digitale Identität und für konkrete Anwendungen.
- **Voice over LTE (VoLTE)/WLAN interworking:** Das 4G/LTE-Netz ist aktuell ein reines Datennetz. Für Anrufe werden Kunden auf das 3G-Netz umgeleitet. Durch VoLTE will Swisscom Sprachtelefonie über 4G einführen. Eine technische Anpassung der Mobilfunkinfrastruktur macht Sprachtelefonie zudem über WLAN möglich. Kunden profitieren dabei von einem schnelleren Verbindungsaufbau und von besserer Sprachqualität.
- **Clean Pipe:** Unter dem Arbeitstitel Clean Pipe testet Swisscom neue Möglichkeiten, um den Kunden sorgenfreie, digitale Erlebnisse zu ermöglichen und sie vor Gefahren und unerwünschten Erfahrungen wie etwa Phishing zu schützen. Als erstes Produkt im Rahmen von Clean Pipe hat Swisscom im Berichtsjahr Safe Connect lanciert. Die auf der VPN-Technologie basierende App blockiert den Zugriff auf bekannte gefährliche Websites oder auf Malware.
- **Cloud:** Swisscom entwickelt eine 360-Grad-Cloud, die einen einheitlichen Architekturrahmen hat und für Unternehmen und Privatpersonen zahlreiche Dienstleistungen bereitstellt. Dank moderner Technologie, Open Source, aktueller Sicherheitskonzepte sowie der Datenhaltung auf Servern in der Schweiz ist Swisscom bei der Cloud-Entwicklung an der Spitze dabei.

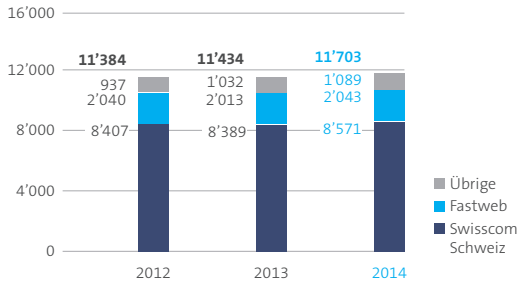
Geschäftsentwicklung

Swisscom wächst bei Umsatz (+2,4%) und Betriebsergebnis vor Abschreibungen EBITDA (+2,6%). 2,1 Millionen Mobilfunkkunden profitieren von unbeschränkter Nutzung (Natel infinity). 1,2 Millionen (+16,5%) Kunden nutzen Swisscom TV. Fastweb erhöht Umsatz und EBITDA und steigert die Anzahl Breitbandkunden auf 2,1 Millionen.

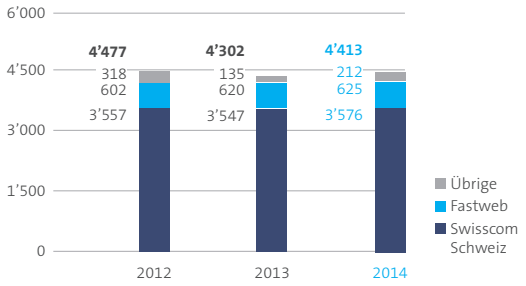
Wesentliche Finanzkennzahlen

In Millionen CHF bzw. wie angemerkt	2014	2013	Veränderung
Nettoumsatz	11'703	11'434	2,4%
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	4'413	4'302	2,6%
EBITDA in % Nettoumsatz	37,7	37,6	
Betriebsergebnis (EBIT)	2'322	2'258	2,8%
Reingewinn	1'706	1'695	0,6%
Anteil Aktionäre der Swisscom AG am Reingewinn	1'694	1'685	0,5%
Gewinn pro Aktie (in CHF)	32,70	32,53	0,5%
Operating Free Cash Flow	1'860	1'978	–6,0%
Investitionen in Sachanlagen und übrige immaterielle Vermögenswerte	2'436	2'396	1,7%
Nettoverschuldung am Bilanzstichtag	8'120	7'812	3,9%
Personalbestand am Bilanzstichtag (in Vollzeitstellen)	21'125	20'108	5,1%

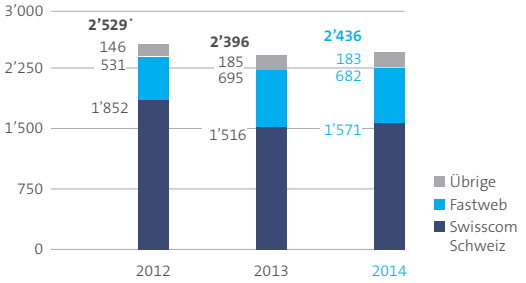
Entwicklung des Nettoumsatzes in Mio. CHF



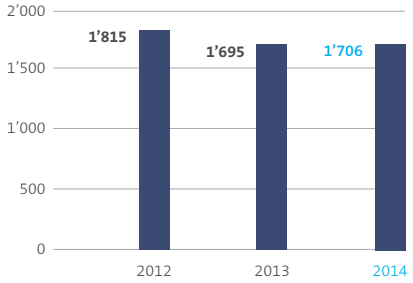
Entwicklung des EBITDA in Mio. CHF



Entwicklung der Investitionen in Mio. CHF



Entwicklung des Reingewinns in Mio. CHF



* Inklusive Ausgaben von CHF 360 Millionen für Mobilfunkfrequenzen.

Einleitung

Die finanzielle Berichterstattung 2014 weist unverändert die Segmente Privatkunden, Kleine und Mittlere Unternehmen, Grossunternehmen, Wholesale sowie Netz & IT aus, die zu Swisscom Schweiz zusammengefasst werden. Swisscom IT Services wird in den Übrigen operativen Segmenten ausgewiesen. Die Segmentberichterstattung wird ab 2015 an die Führungsstruktur angepasst. In Swisscom Schweiz enthalten sind die Segmente Privatkunden, Kleine und Mittlere Unternehmen, Grossunternehmen, Wholesale sowie IT, Network & Innovation. Getrennt dargestellt wird wie bisher der Bereich Group Headquarters, der im Wesentlichen die Konzernbereiche sowie die Beschäftigungsgesellschaft Worklink AG enthält.

Zusammenfassung

Der Nettoumsatz von Swisscom ist um CHF 269 Millionen oder 2,4% auf CHF 11'703 Millionen gestiegen. Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) von Swisscom nahm um CHF 111 Millionen oder 2,6% auf CHF 4'413 Millionen zu. Der Reingewinn stieg um CHF 11 Millionen oder 0,6% auf CHF 1'706 Millionen.

Der Nettoumsatz erhöhte sich ohne Unternehmenserwerbe, auf Basis konstanter Währungen und ohne Hubbing von Fastweb (Wholesale-Umsätze aus Interkonnektion) um CHF 218 Millionen oder 1,9%. Davon entfielen CHF 128 Millionen auf das Schweizer Geschäft. Die Preiserosion im Schweizer Kerngeschäft von CHF 360 Millionen (davon CHF 170 Millionen als Folge von Roaming-Preissenkungen) wurde durch das Kunden- und Mengenwachstum von CHF 488 Millionen mehr als kompensiert. Der Nettoumsatz von Fastweb ohne das Hubbing-Geschäft erhöhte sich um EUR 63 Millionen oder 3,9% auf EUR 1'660 Millionen.

Der EBITDA von Swisscom stieg auf vergleichbarer Basis um CHF 39 Millionen oder 0,9%. Davon entfielen CHF 22 Millionen auf das Schweizer Geschäft. Der EBITDA von Fastweb erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um EUR 10 Millionen oder 2,0% auf EUR 515 Millionen. Der Reingewinn stieg gegenüber dem Vorjahr um CHF 11 Millionen oder 0,6% auf CHF 1'706 Millionen. Die Zunahme des EBITDA wurde durch höhere Abschreibungen und höheren Ertragssteueraufwand teilweise kompensiert.

Die Investitionen stiegen um CHF 40 Millionen oder 1,7% auf CHF 2'436 Millionen, in der Schweiz um CHF 65 Millionen oder 3,9% auf CHF 1'751 Millionen. Hauptgründe für die Zunahme sind der Ausbau der Mobilfunk- und Festnetzinfrastruktur mit neusten Technologien. Ende 2014 hat Swisscom in der Schweiz über 1,4 Millionen Wohnungen und Geschäfte mit Ultrabreitband erschlossen. Die Investitionen von Fastweb nahmen um EUR 3 Millionen oder 0,5% auf EUR 562 Millionen ab, blieben jedoch aufgrund des fortschreitenden Ausbaus des Breitbandnetzes in Italien auf hohem Niveau.

Der Operating Free Cash Flow sank um CHF 118 Millionen oder 6,0% auf CHF 1'860 Millionen. Die Nettoverschuldung erhöhte sich vor allem als Folge der Übernahme von PubliGroupe gegenüber Ende 2013 um CHF 308 Millionen oder 3,9% auf CHF 8'120 Millionen. Das Verhältnis Nettoverschuldung/EBITDA blieb mit 1,8 unverändert auf dem Wert des Vorjahres.

Die Zahl der Mitarbeitenden ist gegenüber dem Vorjahr um 1'017 Vollzeitstellen oder 5,1% auf 21'125 Vollzeitstellen gestiegen. Die Zunahme des Personalbestands ist die Folge von Unternehmenserwerben, der Anstellung von externen Mitarbeitenden und der Stärkung des Kundendienstes. In der Schweiz nahm die Anzahl der Mitarbeitenden um 910 Vollzeitstellen oder 5,2% auf 18'272 zu. Ohne Unternehmenserwerbe betrug die Zunahme 282 Vollzeitstellen oder 1,4%, in der Schweiz 375 Vollzeitstellen oder 2,2%.

Swisscom erwartet für 2015 einen Umsatz von über CHF 11,4 Milliarden und einen EBITDA von rund CHF 4,2 Milliarden. Für diese Prognose wird ein EUR-Wechselkurs von CHF 1,00 angenommen. Nicht berücksichtigt sind mögliche negative Auswirkungen der Währungssituation auf die konjunkturelle Lage. Die negativen Auswirkungen des tieferen EUR-Kurses belaufen sich beim Umsatz auf knapp CHF 400 Millionen und beim EBITDA auf rund CHF 100 Millionen. Beim EBITDA werden zudem die All IP-Transformation, ein höherer Personalvorsorgeaufwand und tiefere Gewinne aus Immobilienverkäufen zu einer Reduktion des EBITDA um mehr als CHF 100 Millionen führen. Die Investitionen werden aufgrund des tieferen EUR-Wechselkurses und leicht reduzierten Investitionen bei Fastweb mit CHF 2,3 Milliarden rund CHF 100 Millionen tiefer liegen als 2014. In der Schweiz bleiben die Investitionen mit CHF 1,75 Milliarden stabil. Bei Erreichen der Ziele plant Swisscom, der Generalversammlung 2016 für das Geschäftsjahr 2015 erneut eine Dividende von CHF 22 pro Aktie vorzuschlagen.

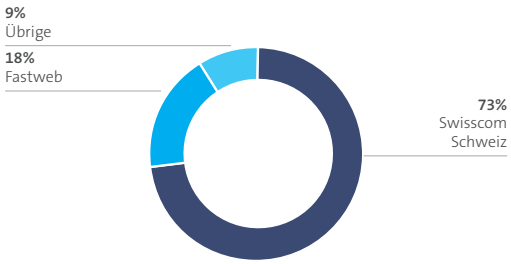
Ertragslage

Erfolgsrechnung

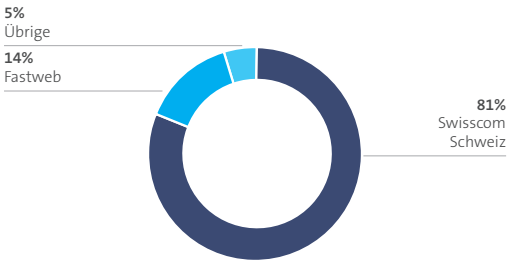
In Millionen CHF bzw. wie angemerkt	2014	2013	Veränderung
Swisscom Schweiz	8'571	8'389	2,2%
Fastweb	2'043	2'013	1,5%
Übrige operative Segmente	1'088	1'032	5,4%
Group Headquarters	1	–	–
Umsatz mit externen Kunden	**11'703**	**11'434**	**2,4%**
Swisscom Schweiz	3'576	3'547	0,8%
Fastweb	625	620	0,8%
Übrige operative Segmente	361	303	19,1%
Group Headquarters	(121)	(127)	–4,7%
Überleitung Vorsorgeaufwand [1]	–	(17)	–
Intersegment-Elimination	(28)	(24)	16,7%
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	**4'413**	**4'302**	**2,6%**
Nettoumsatz	**11'703**	**11'434**	**2,4%**
Material- und Dienstleistungsaufwand	(2'369)	(2'338)	1,3%
Personalaufwand	(2'751)	(2'706)	1,7%
Übriger Betriebsaufwand	(2'540)	(2'476)	2,6%
Aktivierte Eigenleistungen und übrige Erträge	370	388	–4,6%
Betriebsaufwand	**(7'290)**	**(7'132)**	**2,2%**
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	**4'413**	**4'302**	**2,6%**
Abschreibungen und Wertminderungen	(2'091)	(2'044)	2,3%
Betriebsergebnis (EBIT)	**2'322**	**2'258**	**2,8%**
Nettozinsaufwand	(218)	(251)	–13,1%
Übriges Finanzergebnis	(42)	(8)	425,0%
Anteiliges Ergebnis assoziierter Gesellschaften	26	30	–13,3%
Gewinn vor Ertragssteuern	**2'088**	**2'029**	**2,9%**
Ertragssteueraufwand	(382)	(334)	14,4%
Reingewinn	**1'706**	**1'695**	**0,6%**
Anteil Aktionäre der Swisscom AG am Reingewinn	1'694	1'685	0,5%
Anteil Minderheitsaktionäre am Reingewinn	12	10	20,0%
Durchschnittliche Anzahl ausstehender Aktien (in Mio. Stück)	51,801	51,801	–
Gewinn pro Aktie (in CHF)	32,70	32,53	0,5%

[1] Im Betriebsergebnis der Segmente sind als Vorsorgeaufwand die ordentlichen Arbeitgeberbeiträge enthalten. Die Differenz zum Vorsorgeaufwand nach IAS 19 wird als Überleitungsposition ausgewiesen.

Anteil der operativen Segmente am Nettoumsatz in %



Anteil der operativen Segmente am EBITDA in %



Nettoumsatz

Der Nettoumsatz von Swisscom ist um CHF 269 Millionen oder 2,4% auf CHF 11'703 Millionen gestiegen. Auf vergleichbarer Basis stieg der Nettoumsatz um 1,9%. Bei Swisscom Schweiz stieg der Umsatz mit externen Kunden um CHF 182 Millionen oder 2,2% auf CHF 8'571 Millionen, auf vergleichbarer Basis resultierte ein Umsatzanstieg um 1,4%. Die Preiserosion und die Preissenkung beim Roaming von rund CHF 360 Millionen (davon CHF 170 Millionen als Folge von Roaming-Preissenkungen) wurde durch das Kunden- und Mengenwachstum mehr als kompensiert. Der Nettoumsatz von Fastweb nahm um EUR 46 Millionen oder 2,8% auf EUR 1'688 Millionen zu, in Schweizer Franken betrug die Zunahme 1,5%. Ohne das Hubbing-Geschäft (Wholesale-Umsätze aus Interkonnektionsdiensten) erhöhte sich der Nettoumsatz von Fastweb um EUR 63 Millionen oder 3,9% auf EUR 1'660 Millionen. Die Kundenbasis im Breitbandgeschäft von Fastweb wuchs innert Jahresfrist um 130'000 oder 6,7% auf 2,07 Millionen. Der Umsatz mit externen Kunden der Übrigen operativen Segmente stieg vor allem als Folge von Unternehmenserwerben um CHF 56 Millionen oder 5,4% auf CHF 1'088 Millionen.

Material- und Dienstleistungsaufwand

Der Material- und Dienstleistungsaufwand ist gegenüber dem Vorjahr um CHF 31 Millionen oder 1,3% auf CHF 2'369 Millionen gestiegen. Bei Fastweb resultierte eine Abnahme als Folge des reduzierten Hubbing-Geschäfts und tieferer Terminierungsgebühren. Bei Swisscom Schweiz stieg der Aufwand infolge höherer Kosten für Kundenakquisition und Kundenbindung.

Personalaufwand

Der Personalaufwand ist gegenüber dem Vorjahr um CHF 45 Millionen oder 1,7% auf CHF 2'751 Millionen gestiegen. Die Zunahme resultierte vor allem aus dem Erwerb von Unternehmen. Der Personalbestand nahm gegenüber dem Vorjahr um 1'017 Vollzeitstellen oder 5,1% auf 21'125 zu. Bereinigt um Unternehmenserwerbe resultierte eine Zunahme um 1,4%. Diese Zunahme ist weitgehend auf eine Verstärkung des Kundendienstes und auf die Anstellung von externen Mitarbeitenden zurückzuführen.

Übriger Betriebsaufwand

Der übrige Betriebsaufwand hat sich gegenüber dem Vorjahr um CHF 64 Millionen oder 2,6% auf CHF 2'540 Millionen erhöht. Diese Zunahme ist vor allem auf den Erwerb von Unternehmen, den Einkauf von Dienstleistungen für den Betrieb der Call-Center und einen höheren Werbeaufwand zurückzuführen.

Aktivierte Eigenleistungen und übrige Erträge

Die aktivierten Eigenleistungen und übrigen Erträge sind um CHF 18 Millionen oder 4,6% auf CHF 370 Millionen gesunken. Darin enthalten sind Gewinne aus dem Verkauf von Liegenschaften von CHF 59 Millionen (Vorjahr CHF 9 Millionen). Die aktivierten Eigenleistungen stiegen gegenüber dem Vorjahr um CHF 11 Millionen oder 4,3% auf CHF 267 Millionen.

Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)

Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) ist um CHF 111 Millionen oder 2,6% auf CHF 4'413 Millionen gestiegen. Höhere Gewinne aus dem Verkauf von Liegenschaften, der tiefere Vorsorgeaufwand und Unternehmenserwerbe beeinflussten das Betriebsergebnis positiv. Bereinigt stieg der EBITDA um 0,9%, was auf den Umsatzanstieg und das Kostenmanagement zurückzuführen ist.

Abschreibungen und Wertminderungen

Die Abschreibungen und Wertminderungen sind gegenüber dem Vorjahr um CHF 47 Millionen oder 2,3% auf CHF 2'091 Millionen gestiegen. Dies ist auf höhere Abschreibungen als Folge der gestiegenen Investitionen zurückzuführen. Im Rahmen der Kaufpreisaufteilung bei Unternehmenserwerben wurden immaterielle Vermögenswerte aktiviert. In den Abschreibungen sind planmässige Abschreibungen von immateriellen Vermögenswerten (zum Beispiel Marken, Kundenbeziehungen) aus Unternehmenskäufen in Höhe von CHF 140 Millionen (Vorjahr CHF 156 Millionen) enthalten.

Nettozinsergebnis und übriges Finanzergebnis

2014 hat der Nettofinanzaufwand CHF 260 Millionen betragen (Vorjahr CHF 259 Millionen). Der Nettozinsaufwand sank als Folge der tieferen durchschnittlichen Zinskosten um CHF 33 Millionen auf CHF 218 Millionen. Das übrige Finanzergebnis verschlechterte sich gegenüber dem Vorjahr um CHF 34 Millionen. Dies ist vor allem auf negative Effekte von CHF 76 Millionen zurückzuführen, die sich aus der Marktwertveränderung auf Zinsderivate ergeben.

Assoziierte Gesellschaften

Das anteilige Ergebnis assoziierter Gesellschaften ist gegenüber dem Vorjahr um CHF 4 Millionen auf CHF 26 Millionen gesunken, hauptsächlich aufgrund der Mehrheitsübernahmen von LTV Gelbe Seiten und Cinetrade im Vorjahr. Die erhaltenen Dividenden von CHF 30 Millionen (Vorjahr CHF 43 Millionen) resultierten hauptsächlich aus Gewinnausschüttungen von LTV Gelbe Seiten, Belgacom International Carrier Services und Cinetrade.

Ertragssteueraufwand

Der Ertragssteueraufwand hat CHF 382 Millionen (Vorjahr CHF 334 Millionen) betragen, was einem effektiven Ertragssteuersatz von 18,3% (Vorjahr 16,5%) entspricht. Die Zunahme des Ertragssteueraufwands ist vor allem auf die Verrechnung und Aktivierung von steuerlichen Verlustvorträgen im Vorjahr zurückzuführen, die bisher nicht aktiviert waren. Langfristig erwartet Swisscom einen Ertragssteuersatz ohne Sondereffekte von rund 21%. Die Ertragssteuerzahlungen sind gegenüber dem Vorjahr um CHF 108 Millionen auf CHF 386 Millionen gestiegen.

Reingewinn und Gewinn pro Aktie

Der Reingewinn ist gegenüber dem Vorjahr um CHF 11 Millionen oder 0,6% auf CHF 1'706 Millionen gestiegen. Die Zunahme des EBITDA wurde durch höhere Abschreibungen und höheren Ertragssteueraufwand teilweise kompensiert. Der Gewinn pro Aktie ist um 0,5% von CHF 32,53 auf CHF 32,70 gestiegen.

Umsatzzunahme ohne Einmaleffekte von 1,9% gegenüber dem Vorjahr.
Der Umsatz beträgt im Berichtsjahr 2014

11,7 Mrd. CHF

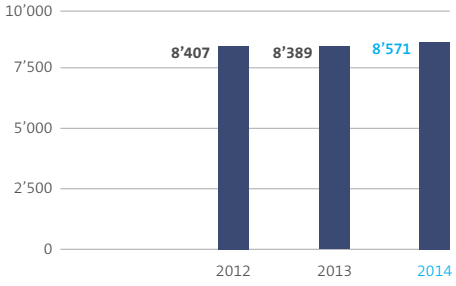
EBITDA-Anstieg ohne Einmaleffekte von 0,9% gegenüber dem Vorjahr.
Der EBITDA beträgt im Berichtsjahr 2014

4,4 Mrd. CHF

Umsatz- und Ertragsentwicklung der Segmente

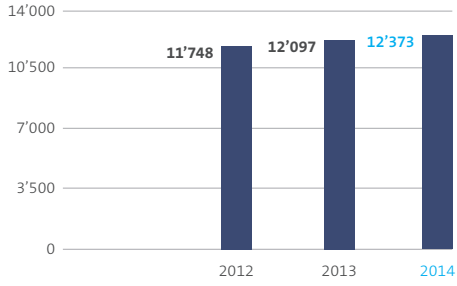
Die Berichterstattung erfolgt nach folgenden Segmenten: Swisscom Schweiz, Fastweb und Übrige operative Segmente. Getrennt dargestellt wird der Bereich Group Headquarters.

Entwicklung des Drittumsatzes
Swisscom Schweiz in Mio. CHF



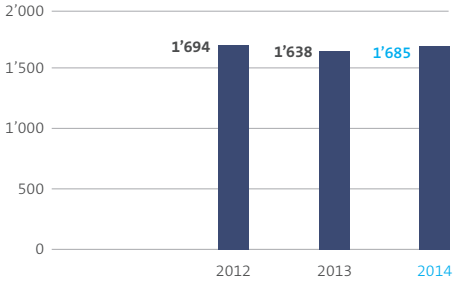
	2012	2013	2014
Umsatz Mobilfunk Einzelverträge	2'932	2'782	2'776
Umsatz Festnetz Einzelverträge	2'470	2'215	1'967
Umsatz Bündelverträge	1'172	1'553	1'921
Umsatz Übrige	1'833	1'839	1'907
Total	**8'407**	**8'389**	**8'571**

Entwicklung der Umsatz generierenden Einheiten (RGU)
Swisscom Schweiz in Tausend



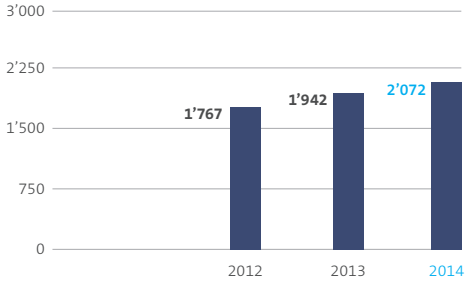
	2012	2013	2014
Festnetzanschlüsse	3'013	2'879	2'778
Breitbandanschlüsse Retail	1'727	1'811	1'890
Swisscom TV-Anschlüsse	791	1'000	1'165
Mobilfunkanschlüsse	6'217	6'407	6'540
Total Umsatz generierende Einheiten (RGU)	**11'748**	**12'097**	**12'373**

Entwicklung des Drittumsatzes
Fastweb in Mio. EUR



	2012	2013	2014
Privatkunden	724	744	753
Geschäftskunden	791	771	789
Wholesale Hubbing	87	45	28
Wholesale Übrige	92	78	115
Drittumsatz	**1'694**	**1'638**	**1'685**

Entwicklung der Breitbandanschlüsse
Fastweb in Tausend



Swisscom Schweiz

In Millionen CHF bzw. wie angemerkt	2014	2013	Veränderung
Nettoumsatz und Ergebnis			
Privatkunden	5'326	5'145	3,5%
Kleine und Mittlere Unternehmen	1'159	1'151	0,7%
Grossunternehmen	1'788	1'787	0,1%
Wholesale	929	966	–3,8%
Elimination	(571)	(600)	–4,8%
Nettoumsatz	**8'631**	**8'449**	**2,2%**
Privatkunden	2'951	2'898	1,8%
Kleine und Mittlere Unternehmen	856	864	–0,9%
Grossunternehmen	900	907	–0,8%
Wholesale	381	384	–0,8%
Netz & IT	(1'512)	(1'506)	0,4%
Segmentergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	**3'576**	**3'547**	**0,8%**
Marge in % Nettoumsatz	41,4	42,0	
Abschreibungen und Wertminderungen	(1'173)	(1'104)	6,3%
Segmentergebnis	**2'403**	**2'443**	**–1,6%**
Investitionen und Personalbestand			
Investitionen in Sachanlagen und übrige immaterielle Vermögenswerte	1'571	1'516	3,6%
Personalbestand am Bilanzstichtag in Vollzeitstellen	13'285	12'463	6,6%

Der Nettoumsatz von Swisscom Schweiz hat gegenüber dem Vorjahr um CHF 182 Millionen oder 2,2% auf CHF 8'631 Millionen zugenommen, das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) um CHF 29 Millionen oder 0,8% auf CHF 3'576 Millionen. Bereinigt um Unternehmenserwerbe und einmalige Kosten für Restrukturierung nahmen der Umsatz um 1,4% und der EBITDA um 0,3% zu. Der Umsatzrückgang aus der Preiserosion von rund CHF 360 Millionen (davon CHF 170 Millionen als Folge von Roaming-Preissenkungen) wurde durch das Kunden- und Mengenwachstum mehr als kompensiert. Die Investitionen erhöhten sich gegenüber dem Vorjahr, aufgrund höherer Investitionen in die Netzinfrastruktur, um CHF 55 Millionen oder 3,6% auf CHF 1'571 Millionen. Der Personalbestand stieg innert Jahresfrist um 822 Vollzeitstellen oder 6,6% auf 13'285. Bereinigt um Unternehmenserwerbe beträgt die Zunahme im Personalbestand 336 Vollzeitstellen. Dies ist hauptsächlich auf eine Verstärkung des Kundendienstes und auf die Anstellung von externen Mitarbeitenden zurückzuführen.

Der Trend zu gebündelten Angeboten und neuen Preismodellen wie Pauschaltarifen ist ungebrochen. Die Mobilfunkabonnemente Natel infinity, mit denen Kunden unbegrenzt in alle Schweizer Netze telefonieren, SMS schreiben und im Internet surfen, sind weiterhin gefragt. Der Kundenbestand erhöhte sich innert Jahresfrist um 0,4 Millionen auf rund 2,1 Millionen. Ende 2014 nutzten bereits 1,2 Millionen Kunden Kombi-Angebote wie die Vivo-Produktpalette, die einen Festnetzanschluss mit Telefonie, Internet und TV oder zusätzlich einen Mobilfunkanschluss beinhalten. Die Kundenbasis wuchs im Jahresvergleich um 208'000 Kunden oder 20,8%. Der Umsatz aus Bündelverträgen stieg gegenüber dem Vorjahr um CHF 368 Millionen oder 23,7% auf CHF 1'921 Millionen.

Swisscom Schweiz/Nettoumsatz

In Millionen CHF bzw. in Tausend	2014	2013	Veränderung
Umsatz nach Dienstleistungen			
Umsatz Mobilfunk Einzelverträge	2'776	2'782	–0,2%
Umsatz Festnetz Einzelverträge	1'967	2'215	–11,2%
Umsatz Bündelverträge	1'921	1'553	23,7%
Umsatz Wholesale	570	588	–3,1%
Umsatz Übrige	1'337	1'251	6,9%
Umsatz mit externen Kunden	**8'571**	**8'389**	**2,2%**
Operationelle Daten am Bilanzstichtag in Tausend			
Festnetzanschlüsse	2'778	2'879	–3,5%
Breitbandanschlüsse Retail	1'890	1'811	4,4%
Swisscom TV-Anschlüsse	1'165	1'000	16,5%
Mobilfunkanschlüsse	6'540	6'407	2,1%
Bündelverträge	1'209	1'001	20,8%
Entbündelte Teilnehmeranschlüsse	180	256	–29,7%
Breitbandanschlüsse Wholesale	262	215	21,9%
Umsatz generierende Einheiten (RGU)	12'373	12'097	2,3%

Der Umsatz mit externen Kunden ist gegenüber dem Vorjahr um CHF 182 Millionen oder 2,2% auf CHF 8'571 Millionen gestiegen. Der Rückgang aus der Preiserosion von CHF 190 Millionen und der Preissenkung beim Roaming von CHF 170 Millionen wurde durch das anhaltende Kunden- und Mengenwachstum mehr als kompensiert. Zudem stieg der Umsatz von Swisscom Schweiz durch den Erwerb der LTV Gelbe Seiten AG im September 2014 und der Mehrheitsanteile an Cinetrade im Vorjahr. Die Zahl der Umsatz generierenden Einheiten (RGU) mit Endkunden stieg innert Jahresfrist um 276'000 oder 2,3% auf 12,4 Millionen. Die Mobilfunkabonnemente Natel infinity, mit denen Kunden unbegrenzt in alle Schweizer Netze telefonieren, SMS schreiben und im Internet surfen, verzeichnen nach wie vor ein Wachstum. Ende 2014 nutzten 2,1 Millionen Kunden die NATEL-infinity-Abonnemente, was 63% des gesamten Kundenbestands (ohne Grosskunden) entspricht. Wie die Entwicklung aus den letzten Quartalen bestätigt, generieren Kunden, die auf Natel infinity wechseln, weiterhin höhere Umsätze (ARPU). Der Bestand an Postpaid-Mobilfunkanschlüssen ist um 146'000 gewachsen, die Zahl der Prepaid-Anschlüsse um 13'000 zurückgegangen. Swisscom hat im Jahr 2014 insgesamt 1,5 Millionen Mobilfunkgeräte (–3,6%) verkauft. Der Anteil der Nutzer mit einem Smartphone hat weiter zugenommen und sich bei den Postpaid-Abonnenten innert Jahresfrist von 69% auf 74% erhöht.

Bündelangebote aus der Vivo-Produktpalette, die einen Festnetzanschluss mit Telefonie, Internet und TV oder zusätzlich einen Mobilfunkanschluss enthalten, sind weiterhin gefragt. Innert Jahresfrist nahm die Anzahl Kunden, die Bündelangebote nutzen, um 208'000 oder 20,8% auf 1,21 Millionen zu. Der Umsatz aus Bündelverträgen stieg gegenüber dem Vorjahr um CHF 368 Millionen oder 23,7% auf CHF 1'921 Millionen. Der Bestand an Swisscom TV-Anschlüssen stieg innert Jahresfrist um 165'000 oder 16,5% auf 1,17 Millionen, wovon 1,06 Millionen auf Abonnemente mit Grundgebühr entfallen. Das Anfang April 2014 lancierte Swisscom TV 2.0, das erweiterte Funktionen bietet, verzeichnete Ende 2014 bereits 306'000 Kunden. Dabei wechselten die meisten dieser Kunden von einem bisherigen Swisscom Angebot auf ein höherwertigeres Bündelangebot. Die Anzahl Festnetzanschlüsse für die Sprachtelefonie sank gegenüber dem Vorjahr um 101'000 oder 3,5% auf 2,78 Millionen. Dieser Rückgang ist hauptsächlich auf die Abwanderung zu Kabelnetzbetreibern und auf die Substitution durch andere Anschlussarten wie Mobilfunk zurückzuführen. Die Anzahl der Breitbandanschlüsse mit Endkunden erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 79'000 oder 4,4% auf 1,89 Millionen. Die Anzahl der entbündelten Teilnehmeranschlüsse verringerte sich gegenüber dem Vorjahr um 76'000 oder 29,7% auf 180'000 Anschlüsse. Die Anzahl der Wholesale-Breitbandanschlüsse erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 47'000 oder 21,9% auf 262'000 Anschlüsse.

Swisscom Schweiz/Betriebsaufwand und Segmentergebnis

In Millionen CHF bzw. wie angemerkt	2014	2013	Veränderung
Segmentaufwand nach Kostenarten			
Verkehrsgebühren	(424)	(449)	–5,6%
Kundenakquisitions- und Kundenbindungskosten	(520)	(463)	12,3%
Übrige direkte Kosten	(925)	(892)	3,7%
Direkte Kosten	**(1'869)**	**(1'804)**	**3,6%**
Personalaufwand	(1'765)	(1'691)	4,4%
Übrige indirekte Kosten	(1'590)	(1'581)	0,6%
Aktivierte Eigenleistungen und übrige Erträge	169	174	–2,9%
Indirekte Kosten	**(3'186)**	**(3'098)**	**2,8%**
Segmentaufwand	**(5'055)**	**(4'902)**	**3,1%**
Segmentergebnis			
Segmentergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	**3'576**	**3'547**	**0,8%**
Marge in % Nettoumsatz	41,4	42,0	
Abschreibungen und Wertminderungen	(1'173)	(1'104)	6,3%
Segmentergebnis	**2'403**	**2'443**	**–1,6%**
Investitionen und Personalbestand			
Investitionen in Sachanlagen und übrige immaterielle Vermögenswerte	1'571	1'516	3,6%
Personalbestand am Bilanzstichtag in Vollzeitstellen	13'285	12'463	6,6%

Der Segmentaufwand hat um CHF 153 Millionen oder 3,1% auf CHF 5'055 Millionen zugenommen. Die direkten Kosten stiegen gegenüber dem Vorjahr um CHF 65 Millionen oder 3,6% auf CHF 1'869 Millionen. Die höheren Kosten für die Kundengewinnung und Kundenbindung sowie zusätzliche Kosten als Folge von Unternehmenserwerben wurden durch die Senkung der Tarife für die Mobilfunkterminierung und für das Outbound Roaming teilweise kompensiert. Die indirekten Kosten stiegen um CHF 88 Millionen oder 2,8% auf CHF 3'186 Millionen. Bereinigt um Unternehmenserwerbe und Restrukturierungskosten stiegen die indirekten Kosten um 1,2%. Der durch die Zunahme des Personalbestands erhöhte Personalaufwand wurde durch Einsparungen beim übrigen Betriebsaufwand teilweise kompensiert. Der Personalaufwand stieg um CHF 74 Millionen oder 4,4% auf CHF 1'765 Millionen, bereinigt betrug die Zunahme 2,4%. Der Personalbestand stieg als Folge von Unternehmenserwerben, der Anstellung von externen Mitarbeitenden und der Verstärkung des Kundendienstes um 822 Vollzeitstellen oder 6,6% auf 13'285. Bereinigt erhöhte sich der Personalbestand um 2,7%. Das Segmentergebnis vor Abschreibungen stieg um CHF 29 Millionen oder 0,8% auf CHF 3'576 Millionen, auf vergleichbarer Basis nahm der EBITDA um 0,3% zu. Die Ergebnismarge sank um 0,6 Prozentpunkte auf 41,4%. Die Abschreibungen erhöhten sich gegenüber dem Vorjahr um CHF 69 Millionen oder 6,3% auf CHF 1'173 Millionen. Diese Zunahme ist vor allem auf die hohe Investitionstätigkeit zurückzuführen. Das Segmentergebnis sank um CHF 40 Millionen oder 1,6% auf CHF 2'403 Millionen. Die Investitionen erhöhten sich gegenüber dem Vorjahr um CHF 55 Millionen oder 3,6% auf CHF 1'571 Millionen, dies aufgrund höherer Investitionen in den Ausbau der Mobilfunk- und Festnetzinfrastruktur mit neuester Technologie.

Die infinity-Abonnemente
Der Kundenbestand betrug Ende 2014

2,1 Mio.

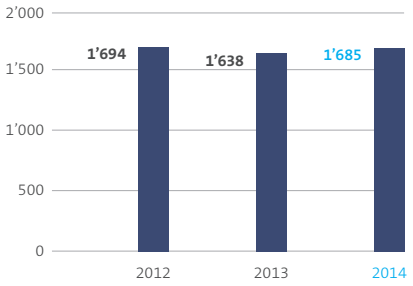
Der Umsatz aus Bündelverträgen
stieg gegenüber dem Vorjahr um

23,7 %

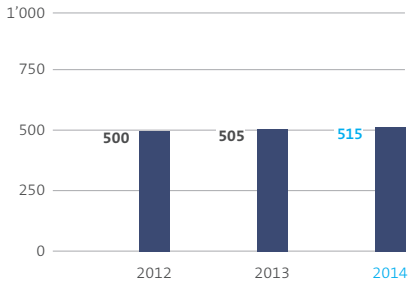
Fastweb

In Millionen EUR bzw. wie angemerkt	2014	2013	Veränderung
Privatkunden	753	744	1,2%
Geschäftskunden	789	771	2,3%
Wholesale Hubbing	28	45	–37,8%
Wholesale Übrige	115	78	47,4%
Umsatz mit externen Kunden	**1'685**	**1'638**	**2,9%**
Umsatz mit anderen Segmenten	3	4	–25,0%
Nettoumsatz	**1'688**	**1'642**	**2,8%**
Segmentaufwand	(1'173)	(1'137)	3,2%
Segmentergebnis vor Abschreibungen	**515**	**505**	**2,0%**
Marge in % Nettoumsatz	30,5	30,8	
Investitionen in Sachanlagen und übrige immaterielle Vermögenswerte	562	565	–0,5%
Personalbestand am Bilanzstichtag in Vollzeitstellen	2'391	2'363	1,2%
Breitbandanschlüsse am Bilanzstichtag in Tausend	2'072	1'942	6,7%

Entwicklung des Drittumsatzes in Mio. EUR



Entwicklung des EBITDA in Mio. EUR

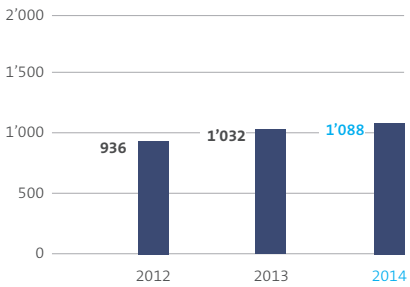


Der Nettoumsatz von Fastweb hat gegenüber dem Vorjahr um EUR 46 Millionen oder 2,8% auf EUR 1'688 Millionen zugenommen. Die Wholesale-Umsätze aus Interkonnektionsdiensten (Hubbing) mit tiefen Margen wurden wie geplant reduziert. Ohne das Hubbing-Geschäft stieg der Umsatz um EUR 63 Millionen oder 3,9% auf EUR 1'660 Millionen. Die Kundenbasis im Breitbandgeschäft wuchs innert Jahresfrist trotz schwierigen Marktumfelds um 130'000 oder 6,7% auf 2,07 Millionen. Der durchschnittliche Umsatz pro Breitbandkunde im Bereich Privatkunden sank als Folge des intensiven Wettbewerbs gegenüber dem Vorjahr um rund 6%. Dieser Rückgang wurde durch das Kundenwachstum kompensiert. Entsprechend nahm der Umsatz mit Privatkunden gegenüber dem Vorjahr um EUR 9 Millionen oder 1,2% auf EUR 753 Millionen zu. Der Umsatz mit Geschäftskunden stieg um EUR 18 Millionen oder 2,3% auf EUR 789 Millionen. Der Umsatz im übrigen Wholesale-Geschäft nahm um EUR 37 Millionen oder 47,4% auf EUR 115 Millionen zu.
Das Segmentergebnis vor Abschreibungen betrug EUR 515 Millionen, was einer Zunahme gegenüber dem Vorjahr um EUR 10 Millionen oder 2,0% entspricht. Dieser Anstieg resultierte im Wesentlichen aus den höheren Umsätzen. Die Ergebnismarge reduzierte sich gegenüber dem Vorjahr um 0,3 Prozentpunkte und lag bei 30,5%.
Ende 2014 betrug der Personalbestand 2'391 Vollzeitstellen, was einer Zunahme gegenüber dem Vorjahr um 28 Vollzeitstellen oder 1,2% entspricht. Die Investitionen sanken um EUR 3 Millionen oder 0,5% auf EUR 562 Millionen, dies als Folge geringerer Investitionen in die Netzinfrastruktur. Das Verhältnis der Investitionen zum Nettoumsatz betrug 33,3% (Vorjahr 34,4%).

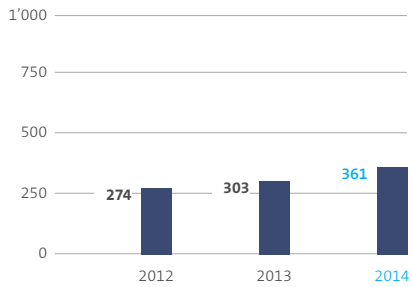
Übrige operative Segmente

In Millionen CHF bzw. wie angemerkt	2014	2013	Veränderung
Umsatz mit externen Kunden	1'088	1'032	5,4%
Umsatz mit anderen Segmenten	801	787	1,8%
Nettoumsatz	**1'889**	**1'819**	**3,8%**
Segmentaufwand	(1'528)	(1'516)	0,8%
Segmentergebnis vor Abschreibungen	**361**	**303**	**19,1%**
Marge in % Nettoumsatz	19,1	16,7	
Investitionen in Sachanlagen und übrige immaterielle Vermögenswerte	211	195	8,2%
Personalbestand am Bilanzstichtag in Vollzeitstellen	5'132	4'964	3,4%

Entwicklung des Drittumsatzes in Mio. CHF



Entwicklung des EBITDA in Mio. CHF



Der Umsatz mit externen Kunden ist gegenüber dem Vorjahr um CHF 56 Millionen oder 5,4% auf CHF 1'088 Millionen gestiegen, was vor allem auf Unternehmenserwerbe zurückzuführen ist. Im September 2014 vollzog Swisscom die Übernahme der PubliGroupe. Dabei wurde die LTV Gelbe Seiten AG dem Segment Swisscom Schweiz und die übrigen Beteiligungen den Übrigen operativen Segmenten zugewiesen. Swisscom IT Services übernahm zudem 2013 die Geschäftsplattform von Entris Banking sowie Entris Operations, die primär den Zahlungsverkehr und das Wertschriftengeschäft für Banken abwickelt. Der Umsatz mit externen Kunden bei Swisscom IT Services erhöhte sich vor allem aufgrund von Unternehmenserwerben um CHF 38 Millionen oder 6,2% auf CHF 650 Millionen. Der Umsatz mit anderen Segmenten stieg im Vorjahresvergleich um CHF 14 Millionen oder 1,8% auf CHF 801 Millionen. Hauptgrund für die Zunahme waren die gegenüber dem Vorjahr erhöhten Bauleistungen für Swisscom Schweiz.
Der Segmentaufwand hat sich gegenüber dem Vorjahr um CHF 12 Millionen oder 0,8% auf CHF 1'528 Millionen erhöht. Die Zunahme der Kosten als Folge der Unternehmenserwerbe und des Umsatzanstiegs wurden teilweise durch höhere Gewinne aus dem Verkauf von Liegenschaften kompensiert. 2014 resultierten gegenüber dem Vorjahr um CHF 50 Millionen höhere Gewinne aus dem Verkauf von Liegenschaften. Entsprechend erhöhte sich das Segmentergebnis vor Abschreibungen um CHF 58 Millionen oder 19,1% auf CHF 361 Millionen. Der Personalbestand lag zum Jahresende mit 5'132 Vollzeitstellen vor allem aufgrund der Unternehmenserwerbe um 168 Vollzeitstellen oder 3,4% über dem Vorjahr. Die Investitionen stiegen um CHF 16 Millionen oder 8,2% auf CHF 211 Millionen. Dies ist eine Folge des höheren Investitionsvolumens bei Swisscom IT Services in die IT-Infrastruktur.

Group Headquarters und Überleitung Vorsorgeaufwand

Das Betriebsergebnis vor Abschreibungen hat sich gegenüber dem Vorjahr um CHF 6 Millionen oder 4,7% auf CHF –121 Millionen verbessert. Dies ist vor allem auf den gegenüber dem Vorjahr tieferen Aufwand für Restrukturierungsmassnahmen zurückzuführen. Der Personalbestand lag mit 317 Vollzeitstellen auf dem Niveau des Vorjahres.
In der Überleitung Vorsorgeaufwand ist 2014 kein Aufwand erfasst (Vorjahr CHF 17 Millionen).

Quartalsübersicht 2013 und 2014

In Millionen CHF bzw. wie angemerkt	1. Quartal	2. Quartal	3. Quartal	4. Quartal	2013	1. Quartal	2. Quartal	3. Quartal	4. Quartal	2014
Erfolgsrechnung										
Nettoumsatz	**2'734**	**2'862**	**2'867**	**2'971**	**11'434**	**2'821**	**2'879**	**2'929**	**3'074**	**11'703**
Material- und Dienstleistungsaufwand	(552)	(604)	(561)	(621)	(2'338)	(552)	(558)	(583)	(676)	(2'369)
Personalaufwand	(671)	(691)	(638)	(706)	(2'706)	(692)	(684)	(655)	(720)	(2'751)
Übriger Betriebsaufwand	(557)	(599)	(596)	(724)	(2'476)	(597)	(599)	(620)	(724)	(2'540)
Aktivierte Eigenleistungen und übrige Erträge	77	103	74	134	388	81	83	119	87	370
Betriebsergebnis (EBITDA)	**1'031**	**1'071**	**1'146**	**1'054**	**4'302**	**1'061**	**1'121**	**1'190**	**1'041**	**4'413**
Abschreibungen	(491)	(501)	(509)	(543)	(2'044)	(510)	(512)	(511)	(558)	(2'091)
Betriebsergebnis (EBIT)	**540**	**570**	**637**	**511**	**2'258**	**551**	**609**	**679**	**483**	**2'322**
Nettozinsaufwand	(63)	(63)	(59)	(66)	(251)	(61)	(53)	(51)	(53)	(218)
Übriges Finanzergebnis	(2)	5	(14)	3	(8)	(23)	(11)	25	(33)	(42)
Ergebnis assoziierter Gesellschaften	6	6	6	12	30	3	10	8	5	26
Ergebnis vor Ertragssteuern	**481**	**518**	**570**	**460**	**2'029**	**470**	**555**	**661**	**402**	**2'088**
Ertragssteueraufwand	(91)	(89)	(116)	(38)	(334)	(97)	(122)	(118)	(45)	(382)
Reingewinn	**390**	**429**	**454**	**422**	**1'695**	**373**	**433**	**543**	**357**	**1'706**
Anteil Aktionäre der Swissom AG	388	427	450	420	1'685	369	430	540	355	1'694
Anteil Minderheitsaktionäre	2	2	4	2	10	4	3	3	2	12
Gewinn pro Aktie (in CHF)	7,49	8,24	8,69	8,11	32,53	7,12	8,30	10,43	6,85	32,70
Nettoumsatz										
Swisscom Schweiz	2'041	2'109	2'122	2'177	8'449	2'089	2'114	2'167	2'261	8'631
Fastweb	487	509	494	528	2'018	483	499	513	552	2'047
Übrige operative Segmente	412	454	460	493	1'819	450	476	474	489	1'889
Group Headquarters	–	1	–	–	1	–	1	–	1	2
Intersegment-Elimination	(206)	(211)	(209)	(227)	(853)	(201)	(211)	(225)	(229)	(866)
Total Nettoumsatz	**2'734**	**2'862**	**2'867**	**2'971**	**11'434**	**2'821**	**2'879**	**2'929**	**3'074**	**11'703**
Segmentergebnis vor Abschreibungen										
Swisscom Schweiz	877	888	948	834	3'547	894	902	941	839	3'576
Fastweb	119	139	155	207	620	132	155	163	175	625
Übrige operative Segmente	73	86	78	66	303	68	98	126	69	361
Group Headquarters	(29)	(30)	(27)	(41)	(127)	(25)	(31)	(27)	(38)	(121)
Überleitung Vorsorgeaufwand	(5)	(7)	(4)	(1)	(17)	(2)	2	(4)	4	–
Intersegment-Elimination	(4)	(5)	(4)	(11)	(24)	(6)	(5)	(9)	(8)	(28)
Total Segmentergebnis (EBITDA)	**1'031**	**1'071**	**1'146**	**1'054**	**4'302**	**1'061**	**1'121**	**1'190**	**1'041**	**4'413**
Investitionen in Sachanlagen und übrige immaterielle Vermögenswerte										
Swisscom Schweiz	284	354	361	517	1'516	299	378	422	472	1'571
Fastweb	155	160	168	212	695	173	173	148	188	682
Übrige operative Segmente	38	38	56	63	195	52	54	49	56	211
Intersegment-Elimination	(3)	(5)	(6)	4	(10)	(5)	(7)	(9)	(7)	(28)
Total Investitionen	**474**	**547**	**579**	**796**	**2'396**	**519**	**598**	**610**	**709**	**2'436**
Personalbestand am Bilanzstichtag in Vollzeitstellen										
Swisscom Schweiz	12'018	12'344	12'513	12'463	12'463	12'522	12'622	13'215	13'285	13'285
Fastweb	2'389	2'379	2'370	2'363	2'363	2'362	2'373	2'378	2'391	2'391
Übrige operative Segmente	4'505	4'802	4'991	4'964	4'964	4'883	4'917	5'164	5'132	5'132
Group Headquarters	335	334	320	318	318	314	316	318	317	317
Total Personalbestand	**19'247**	**19'859**	**20'194**	**20'108**	**20'108**	**20'081**	**20'228**	**21'075**	**21'125**	**21'125**
Operating Free Cash Flow	245	615	528	590	1'978	334	496	640	390	1'860
Nettoverschuldung	7'931	8'622	8'263	7'812	7'812	7'676	8'502	8'398	8'120	8'120

In Millionen CHF bzw. wie angemerkt	1. Quartal	2. Quartal	3. Quartal	4. Quartal	2013	1. Quartal	2. Quartal	3. Quartal	4. Quartal	2014
Swisscom Schweiz Umsatz und Ergebnisse										
Privatkunden	428	442	469	444	1'783	435	448	465	447	1'795
Kleine und Mittlere Unternehmen	104	109	109	107	429	103	107	104	105	419
Grossunternehmen	141	145	142	142	570	135	141	142	144	562
Umsatz Mobilfunk Einzelverträge	**673**	**696**	**720**	**693**	**2'782**	**673**	**696**	**711**	**696**	**2'776**
Privatkunden	304	289	284	280	1'157	257	245	233	226	961
Kleine und Mittlere Unternehmen	124	121	119	117	481	115	111	109	107	442
Grossunternehmen	146	146	143	142	577	143	141	139	141	564
Umsatz Festnetz Einzelverträge	**574**	**556**	**546**	**539**	**2'215**	**515**	**497**	**481**	**474**	**1'967**
Privatkunden	309	330	352	369	1'360	381	408	430	449	1'668
Kleine und Mittlere Unternehmen	40	46	52	55	193	58	62	66	67	253
Umsatz Bündelverträge	**349**	**376**	**404**	**424**	**1'553**	**439**	**470**	**496**	**516**	**1'921**
Total Umsatz Einzel-/Bündelverträge	**1'596**	**1'628**	**1'670**	**1'656**	**6'550**	**1'627**	**1'663**	**1'688**	**1'686**	**6'664**
Lösungsgeschäft	84	87	90	99	360	85	92	88	103	368
Verkauf Hardware	128	143	143	181	595	153	153	172	208	686
Wholesale	149	146	148	145	588	145	139	144	142	570
Übrige Umsätze	68	90	56	82	296	65	53	59	106	283
Total Umsatz mit externen Kunden	**2'025**	**2'094**	**2'107**	**2'163**	**8'389**	**2'075**	**2'100**	**2'151**	**2'245**	**8'571**
Privatkunden	1'190	1'247	1'254	1'294	4'985	1'234	1'258	1'299	1'377	5'168
Kleine und Mittlere Unternehmen	274	282	286	286	1'128	282	286	284	287	1'139
Grossunternehmen	412	419	419	438	1'688	414	417	424	439	1'694
Wholesale	149	146	148	145	588	145	139	144	142	570
Umsatz mit externen Kunden	**2'025**	**2'094**	**2'107**	**2'163**	**8'389**	**2'075**	**2'100**	**2'151**	**2'245**	**8'571**
Segmentergebnis vor Abschreibungen										
Privatkunden	710	731	759	698	2'898	730	742	762	717	2'951
Kleine und Mittlere Unternehmen	213	216	222	213	864	215	220	215	206	856
Grossunternehmen	220	226	231	230	907	217	223	227	233	900
Wholesale	96	96	97	95	384	95	92	98	96	381
Netz & IT	(362)	(380)	(363)	(401)	(1'506)	(364)	(374)	(361)	(413)	(1'512)
Intersegment-Elimination	–	(1)	2	(1)	–	1	(1)	–	–	–
Total Segmentergebnis (EBITDA)	**877**	**888**	**948**	**834**	**3'547**	**894**	**902**	**941**	**839**	**3'576**
Marge in % Nettoumsatz	43,0	42,1	44,7	38,3	42,0	42,8	42,7	43,4	37,1	41,4
Fastweb, in Millionen EUR										
Privatkunden	186	186	186	186	744	188	188	187	190	753
Geschäftskunden	178	193	188	212	771	177	188	202	222	789
Wholesale Hubbing	14	11	9	11	45	7	7	7	7	28
Wholesale Übrige	19	21	19	19	78	23	26	28	38	115
Umsatz mit externen Kunden	**397**	**411**	**402**	**428**	**1'638**	**395**	**409**	**424**	**457**	**1'685**
Segmentergebnis (EBITDA)	97	113	126	169	505	108	128	134	145	515
Marge in % Nettoumsatz	24,4	27,4	31,3	39,4	30,8	27,3	31,3	31,6	31,7	30,5
Investitionen in Sachanlagen und übrige immaterielle Vermögenswerte	126	130	137	172	565	142	142	122	156	562
Breitbandanschlüsse in Tausend	1'861	1'887	1'911	1'942	1'942	1'984	1'994	2'016	2'072	2'072

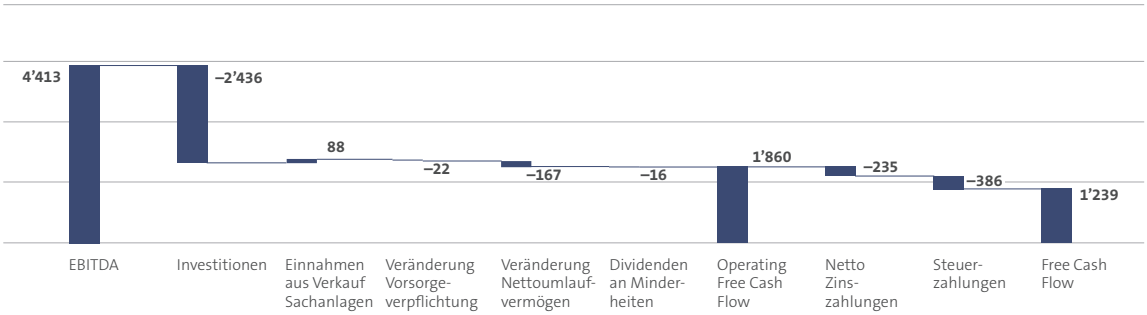
In Tausend bzw. wie angemerkt	1. Quartal	2. Quartal	3. Quartal	4. Quartal	2013	1. Quartal	2. Quartal	3. Quartal	4. Quartal	2014
Swisscom Schweiz Operationelle Daten										
Anschlüsse										
Einzelverträge	2'272	2'207	2'142	2'073	2'073	2'007	1'948	1'902	1'840	1'840
Bündelverträge	698	729	763	806	806	849	882	909	938	938
Festnetzanschlüsse	**2'970**	**2'936**	**2'905**	**2'879**	**2'879**	**2'856**	**2'830**	**2'811**	**2'778**	**2'778**
Einzelverträge	909	878	843	810	810	773	745	718	681	681
Bündelverträge	842	889	938	1'001	1'001	1'060	1'110	1'154	1'209	1'209
Breitbandanschlüsse Retail	**1'751**	**1'767**	**1'781**	**1'811**	**1'811**	**1'833**	**1'855**	**1'872**	**1'890**	**1'890**
Einzelverträge	291	289	281	276	276	271	259	246	218	218
Bündelverträge	569	613	662	724	724	781	832	879	947	947
Swisscom TV-Anschlüsse	**860**	**902**	**943**	**1'000**	**1'000**	**1'052**	**1'091**	**1'125**	**1'165**	**1'165**
Prepaid Einzelverträge	2'196	2'180	2'173	2'176	2'176	2'173	2'165	2'165	2'163	2'163
Postpaid Einzelverträge	3'741	3'763	3'783	3'812	3'812	3'812	3'828	3'850	3'872	3'872
Mobilfunkanschlüsse Einzelverträge	**5'937**	**5'943**	**5'956**	**5'988**	**5'988**	**5'985**	**5'993**	**6'015**	**6'035**	**6'035**
Bündelverträge	333	364	390	419	419	444	467	484	505	505
Mobilfunkanschlüsse	**6'270**	**6'307**	**6'346**	**6'407**	**6'407**	**6'429**	**6'460**	**6'499**	**6'540**	**6'540**
Umsatz generierende Einheiten (RGU)	**11'851**	**11'912**	**11'975**	**12'097**	**12'097**	**12'170**	**12'236**	**12'307**	**12'373**	**12'373**
Breitbandanschlüsse Wholesale	196	201	208	215	215	221	224	241	262	262
Entbündelte Teilnehmeranschlüsse	290	280	268	256	256	241	228	204	180	180
Bündelverträge										
Bündelvertrag mit zwei Produkten	257	264	270	279	279	287	294	302	304	304
Bündelvertrag mit drei Produkten	428	451	479	517	517	555	584	609	646	646
Bündelvertrag mit vier Produkten	157	174	189	205	205	218	231	242	255	255
Bündelvertrag mit nProdukten	–	–	–	–	–	–	1	1	4	4
Total Bündelverträge	**842**	**889**	**938**	**1'001**	**1'001**	**1'060**	**1'110**	**1'154**	**1'209**	**1'209**
Datenverkehr in Millionen										
Verkehr Festnetz Minuten	1'918	1'889	1'728	1'830	7'365	1'716	1'482	1'498	1'535	6'231
Verkehr Mobilfunk Minuten	1'728	1'817	1'770	1'831	7'146	1'894	2'026	2'065	2'133	8'118
Daten SMS Mobilfunk	628	607	598	552	2'385	509	510	517	483	2'019
Swisscom Konzern Informationen nach geografischen Regionen										
Nettoumsatz Schweiz	2'235	2'337	2'358	2'428	9'358	2'323	2'361	2'401	2'501	9'586
Nettoumsatz Ausland	499	525	509	543	2'076	498	518	528	573	2'117
Total Nettoumsatz	**2'734**	**2'862**	**2'867**	**2'971**	**11'434**	**2'821**	**2'879**	**2'929**	**3'074**	**11'703**
EBITDA Schweiz	910	933	993	849	3'685	924	966	1'028	870	3'788
EBITDA Ausland	121	138	153	205	617	137	155	162	171	625
Total EBITDA	**1'031**	**1'071**	**1'146**	**1'054**	**4'302**	**1'061**	**1'121**	**1'190**	**1'041**	**4'413**
Investitionen Schweiz	319	387	409	571	1'686	345	424	463	519	1'751
Investitionen Ausland	155	160	170	225	710	174	174	147	190	685
Total Investitionen	**474**	**547**	**579**	**796**	**2'396**	**519**	**598**	**610**	**709**	**2'436**
Personalbestand Schweiz	16'483	17'099	17'449	17'362	17'362	17'395	17'545	18'220	18'272	18'272
Personalbestand Ausland	2'764	2'760	2'745	2'746	2'746	2'686	2'683	2'855	2'853	2'853
Total Personalbestand	**19'247**	**19'859**	**20'194**	**20'108**	**20'108**	**20'081**	**20'228**	**21'075**	**21'125**	**21'125**

Geldflüsse

In Millionen CHF	2014	2013	Veränderung
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	4'413	4'302	111
Investitionen in Sachanlagen und übrige immaterielle Vermögenswerte	(2'436)	(2'396)	(40)
Veränderung Nettoumlaufvermögen und übrige operative Geldflüsse	(117)	72	(189)
Operating Free Cash Flow	**1'860**	**1'978**	**(118)**
Nettozinszahlungen	(235)	(243)	8
Ertragssteuerzahlungen	(386)	(278)	(108)
Free Cash Flow	**1'239**	**1'457**	**(218)**
Nettogeldabfluss aus Erwerb PubliGroupe [1]	(385)	–	(385)
Übrige Geldflüsse aus Investitionstätigkeit, netto	147	(152)	299
Aufnahme und Rückzahlung von finanziellen Verbindlichkeiten, netto	(265)	37	(302)
Dividendenzahlungen an Aktionäre der Swisscom AG	(1'140)	(1'140)	–
Übrige Geldflüsse	(19)	(18)	(1)
(Nettoabnahme) Nettozunahme flüssiger Mittel	**(423)**	**184**	**(607)**

[1] Kaufpreis von CHF 474 Millionen abzüglich ausstehender Minderheitsanteile von CHF 8 Millionen, erworbener flüssiger Mittel von CHF 16 Millionen und Einnahmen von CHF 65 Millionen aus dem Verkauf von Wertschriften und Medienbeteiligungen.

Free Cash Flow in Mio. CHF



Der Free Cash Flow ist gegenüber dem Vorjahr um CHF 218 Millionen oder 15,0% auf CHF 1'239 Millionen gesunken. Die Abnahme ist neben dem tieferen Operating Free Cash Flow auf die höheren Ertragssteuerzahlungen zurückzuführen, die innert Jahresfrist um CHF 108 Millionen auf CHF 386 Millionen zugenommen haben.
Die Abnahme des Operating Free Cash Flow um CHF 118 Millionen oder 6,0% auf CHF 1'860 Millionen ist vor allem auf die Zunahme des Nettoumlaufvermögens zurückzuführen, die nicht durch das bessere Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) sowie die höheren Einnahmen aus dem Verkauf von Sachanlagen kompensiert worden sind. 2014 betrugen die Einnahmen aus dem Verkauf von Liegenschaften nach Abzug von bereits erhaltenen Anzahlungen CHF 85 Millionen (Vorjahr CHF 25 Millionen). Das Nettoumlaufvermögen erhöhte sich gegenüber Ende 2013 um CHF 167 Millionen (Vorjahr Abnahme von CHF 78 Millionen). Die Zunahme resultiert vor allem aus tieferen Beständen von Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen. Der Anstieg der Investitionen um CHF 40 Millionen oder 1,7% auf CHF 2'436 Millionen resultierte vor allem aus dem Ausbau der Netzinfrastruktur in der Schweiz.
Im September 2014 hat Swisscom die PubliGroupe SA für einen Kaufpreis von CHF 474 Millionen erworben. Abzüglich der erworbenen flüssigen Mittel, der aufgeschobenen Kaufpreiszahlung für die noch ausstehenden Aktien und dem Verkauf von Wertschriften und Medienbeteiligungen betrug der Nettogeldabfluss aus dieser Transaktion CHF 385 Millionen. Im Jahr 2014 zahlte Swisscom an ihre Aktionäre eine gegenüber dem Vorjahr unveränderte Dividende in Höhe von CHF 1'140 Millionen.

Vermögenslage

Bilanz

In Millionen CHF	31.12.2014	31.12.2013	Veränderung
Vermögenswerte			
Flüssige Mittel und kurzfristige Finanzanlagen	342	883	–61,3%
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstige Forderungen	2'586	2'516	2,8%
Sachanlagen	9'720	9'156	6,2%
Goodwill	4'987	4'809	3,7%
Übrige immaterielle Vermögenswerte	1'921	2'053	–6,4%
Assoziierte Gesellschaften und langfristige Finanzanlagen	404	346	16,8%
Ertragssteuerguthaben	434	301	44,2%
Übrige kurz- und langfristige Vermögenswerte	538	432	24,5%
Total Vermögenswerte	**20'932**	**20'496**	**2,1%**
Verbindlichkeiten und Eigenkapital			
Finanzielle Verbindlichkeiten	8'604	8'823	–2,5%
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstige Verbindlichkeiten	1'876	1'870	0,3%
Personalvorsorgeverpflichtungen	2'441	1'293	88,8%
Rückstellungen	932	799	16,6%
Ertragssteuerschulden	529	640	–17,3%
Übrige kurz- und langfristige Verbindlichkeiten	1'093	1'069	2,2%
Total Verbindlichkeiten	**15'475**	**14'494**	**6,8%**
Anteil Aktionäre der Swisscom AG am Eigenkapital	5'454	5'973	–8,7%
Anteil Minderheitsaktionäre am Eigenkapital	3	29	–89,7%
Total Eigenkapital	**5'457**	**6'002**	**–9,1%**
Total Verbindlichkeiten und Eigenkapital	**20'932**	**20'496**	**2,1%**
Eigenkapitalquote am Bilanzstichtag	26,1%	29,3%	

Die Bilanzsumme ist um CHF 0,4 Milliarden oder 2,1% auf CHF 20,9 Milliarden gestiegen. Die Zunahme der Vermögenswerte ist vor allem auf die höhere Investitionstätigkeit und Unternehmenserwerbe zurückzuführen.

In Millionen CHF	31.12.2012	31.12.2013	31.12.2014	Veränderung
Sachanlagen	8'549	9'156	9'720	564
Goodwill	4'662	4'809	4'987	178
Übrige immaterielle Vermögenswerte	2'121	2'053	1'921	(132)
Forderungen	3'081	2'948	3'124	176
Verbindlichkeiten	(3'763)	(3'738)	(3'901)	(163)
Betriebliche Vermögenswerte, netto	**14'650**	**15'228**	**15'851**	**623**
Flüssige Mittel und Finanzanlagen	712	883	342	(541)
Finanzielle Verbindlichkeiten	(8'783)	(8'823)	(8'604)	219
Personalvorsorgeverpflichtungen	(2'108)	(1'293)	(2'441)	(1'148)
Ertragssteuerguthaben und -schulden, netto	(85)	(339)	(95)	244
Anteile an assoziierten Gesellschaften	268	153	171	18
Übrige Vermögenswerte, netto	63	193	233	40
Eigenkapital	**4'717**	**6'002**	**5'457**	**(545)**

Fastweb

Per 31. Dezember 2014 hat der Buchwert von Fastweb in der Konzernrechnung von Swisscom EUR 2,8 Milliarden (CHF 3,4 Milliarden; Stichtagskurs CHF/EUR 1,202) betragen. Darin enthalten ist der Goodwill mit einem Nettobuchwert von EUR 0,5 Milliarden. Swisscom hat 2013 und 2014 Finanzierungen von insgesamt EUR 1,3 Milliarden aufgenommen, die als Instrument zur Absicherung der Nettovermögenswerte von Fastweb designiert worden sind. Im Eigenkapital der Konzernrechnung von Swisscom sind Ende 2014 kumulierte Währungsumrechnungsverluste von Fastweb von CHF 1,6 Milliarden (nach Steuern) erfasst.

Goodwill

Der Nettobuchwert der Position Goodwill beträgt CHF 4'987 Millionen. Der grösste Anteil entfällt auf Swisscom Schweiz (CHF 4'223 Millionen). 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 492 Millionen (CHF 592 Millionen). Die Übrigen operativen Segmente weisen einen Goodwill von CHF 172 Millionen aus.

Personalvorsorge

Die Vorsorgeverpflichtung wird in der Konzernrechnung nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) bewertet. Die bilanzierte Nettoverpflichtung beträgt CHF 2'441 Millionen. Sie hat sich im Vergleich zum Vorjahr um CHF 1'148 Millionen erhöht. Dies ist vor allem die Folge eines tieferen Diskontsatzes, die nur teilweise durch die Performance des Vorsorgevermögens kompensiert wurde. Nach den für die Pensionskasse relevanten schweizerischen Rechnungslegungsvorschriften (Swiss GAAP FER) besteht eine Überdeckung von CHF 1,0 Milliarden, was einem Deckungsgrad von 111% entspricht. Die wesentlichen Gründe für die Differenz zur Bewertung nach IFRS von CHF 3,4 Milliarden sind die Verwendung unterschiedlicher versicherungsmathematischer Annahmen zum Diskontsatz (CHF 2,7 Milliarden) und zur Lebenserwartung (CHF 0,4 Milliarden) sowie eine unterschiedliche versicherungsmathematische Bewertungsmethode (CHF 0,3 Milliarden). Gemäss IFRS werden auch künftige Lohn-, Beitrags- und Rentenerhöhungen sowie vorzeitige Pensionierungen für die Bewertung berücksichtigt. Die im Gesetz und im Reglement vorgesehene paritätische Risikoverteilung im Falle einer Unterdeckung wird hingegen nicht berücksichtigt.

Eigenkapital

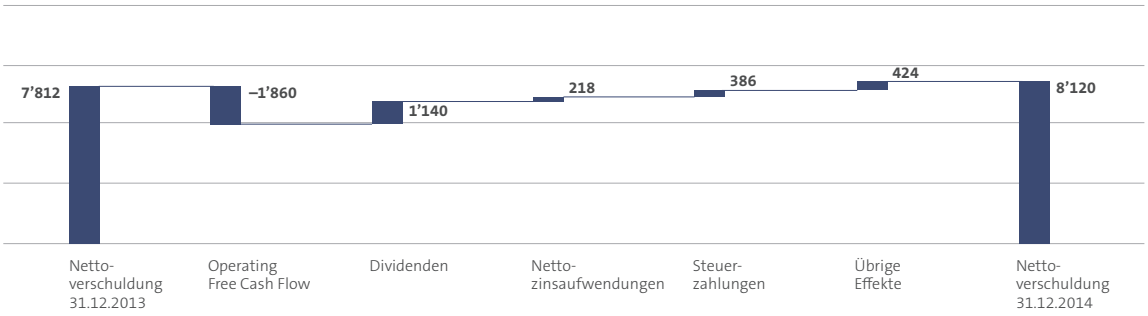
Das Eigenkapital ist um CHF 545 Millionen oder um 9,1% auf CHF 5'457 Millionen gesunken. Das Verhältnis Eigenkapital zum Gesamtvermögen reduzierte sich von 29,3% auf 26,1%. Der Reingewinn von CHF 1'706 Millionen hat die direkt im Eigenkapital erfassten Nettoverluste von CHF 938 Millionen und die Dividendenzahlungen von CHF 1'140 Millionen an die Aktionäre der Swisscom AG nicht kompensiert. Die direkt im Eigenkapital erfassten Nettoverluste enthalten nicht geldwirksame versicherungsmathematische Verluste von Vorsorgeplänen in der Höhe von CHF 1'161 Millionen sowie unrealisierte Verluste von CHF 46 Millionen aus der Währungsumrechnung ausländischer Konzerngesellschaften. Gegenüber dem Jahresende 2013 ist der Wechselkurs CHF/EUR von 1,228 auf 1,202 gesunken. Am 31. Dezember 2014 betrugen die kumulierten Währungsumrechnungsverluste im Eigenkapital CHF 1'590 Millionen (nach Steuern).
Für die Bestimmung der ausschüttbaren Reserven ist nicht das Eigenkapital gemäss Konzernbilanz nach International Financial Reporting Standards (IFRS) massgebend, sondern das Eigenkapital im Einzelabschluss der Swisscom AG nach aktienrechtlichen Rechnungslegungsvorschriften. Am 31. Dezember 2014 hat das Eigenkapital der Swisscom AG CHF 5'575 Millionen betragen. Die Abweichung zum Eigenkapital in der konsolidierten Bilanz ist im Wesentlichen auf einbehaltene Gewinne bei den Tochtergesellschaften und auf abweichende Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden zurückzuführen. Nach den aktienrechtlichen Rechnungslegungsvorschriften dürfen das Aktienkapital sowie von den allgemeinen Reserven 20% des Aktienkapitals nicht ausgeschüttet werden. Am 31. Dezember 2014 haben sich die ausschüttbaren Reserven der Swisscom AG auf CHF 5'513 Millionen belaufen.

Nettoverschuldung

Die Nettoverschuldung setzt sich zusammen aus den finanziellen Verbindlichkeiten abzüglich flüssiger Mittel, kurzfristiger Finanzanlagen sowie langfristiger festverzinslicher Finanzanlagen. Swisscom hat sich für die Kenngrösse Nettoverschuldung/EBITDA einen maximalen Wert von 2,1 zum Ziel gesetzt. Überschreitungen des Zielwerts sind kurzfristig möglich. Unterschreitungen stellen einen finanziellen Spielraum dar.

In Millionen CHF bzw. wie angemerkt	31.12.2012	31.12.2013	31.12.2014
Nettoverschuldung	8'071	7'812	8'120
Verhältnis Fremdkapital/Gesamtvermögen	76,2%	70,7%	73,9%
Verhältnis Nettoverschuldung/Eigenkapital	1,7	1,3	1,5
Verhältnis Nettoverschuldung/EBITDA	1,8	1,8	1,8

Entwicklung der Nettoverschuldung in Mio. CHF



Gegenüber dem Vorjahr ist das Verhältnis Nettoverschuldung/EBITDA unverändert auf dem Wert von 1,8 geblieben. 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 29%.

Fälligkeitsprofil der finanziellen Verbindlichkeiten

Swisscom strebt eine breite Diversifikation des Schuldenportfolios an. Dabei achtet sie auf eine Glättung der Fälligkeiten und auf eine Verteilung der Finanzierungsinstrumente und -märkte. Das Fälligkeitsprofil der verzinslichen finanziellen Verbindlichkeiten zu Nominalwerten stellt sich per 31. Dezember 2014 wie folgt dar:

In Millionen CHF	Fällig bis 1 Jahr	Fällig 1 bis 2 Jahre	Fällig 3 bis 5 Jahre	Fällig 6 bis 10 Jahre	Fällig über 10 Jahre	Total
Bankdarlehen	998	300	130	361	96	1'885
Anleihensobligationen	500	–	2'025	2'202	360	5'087
Private Platzierungen	–	350	600	–	–	950
Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing	14	14	24	30	479	561
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	2	–	1	2	–	5
Total	**1'514**	**664**	**2'780**	**2'595**	**935**	**8'488**

Investitionen

Siehe Bericht
Seiten 45–47

Swisscom ist bestrebt, in Zukunft durch zielgerichtete Investitionen weiterhin die hohe Qualität sowie die Verfügbarkeit der Netzwerkinfrastrukturen sicherzustellen. Dabei kommt in der Schweiz dem Ausbau des Ultrabreitbandnetzes, dem Übergang zu einer All IP-basierten Infrastruktur sowie der Modernisierung des Mobilfunknetzes mit neusten Mobilfunkstandards grosse Bedeutung zu.
In Italien betreibt Fastweb ein Netzwerk, das aus einem unternehmenseigenen, glasfaserbasierten Basisnetz sowie einer kupferbasierten Infrastruktur von Breitbandanschlüssen besteht. Fastweb baut diese Netzwerkinfrastruktur ebenfalls zielgerichtet weiter aus.

In Millionen CHF bzw. wie angemerkt	2012	2013	2014	Veränderung
Festnetz & Infrastruktur	425	410	406	–1,0%
Mobilfunknetz	226	271	235	–13,3%
Glasfaserausbau	317	292	440	50,7%
Kundengetrieben	162	159	186	17,0%
Projekte und Übriges [1]	362	384	304	–20,8%
Mobilfunkfrequenzen	360	–	–	–
Swisscom Schweiz	**1'852**	**1'516**	**1'571**	**3,6%**
Fastweb	531	695	682	–1,9%
Übrige operative Segmente	167	195	211	8,2%
Group Headquarters und Elimination	(21)	(10)	(28)	180,0%
Total Investitionen	**2'529**	**2'396** [2]	**2'436** [2]	**1,7%**
Davon Schweiz	1'994	1'686	1'751	3,9%
Davon Ausland	535	710	685	–3,5%
Investitionen in % Nettoumsatz	22,2	21,0	20,8	

[1] Inklusive All-IP-Migration.
[2] Ohne Investitionen von CHF 24 Millionen (2013: CHF 49 Millionen; 2012: CHF 32 Millionen) in Immobilienprojekte, für die Verkaufverträge abgeschlossen wurden und die Käufer Anzahlungen in gleicher Höhe geleistet haben.

Die Investitionen von Swisscom sind gegenüber dem Vorjahr um CHF 40 Millionen oder 1,7% auf CHF 2'436 Millionen gestiegen und entsprechen 20,8% des Nettoumsatzes (Vorjahr 21,0%). Von den Investitionen für das Jahr 2014 entfielen 64% auf Swisscom Schweiz, 28% auf Fastweb sowie 8% auf die übrigen operativen Segmente.
Die Investitionen von Swisscom Schweiz haben sich gegenüber dem Vorjahr um CHF 55 Millionen oder 3,6% auf CHF 1'571 Millionen erhöht und entsprechen 18,2% des Nettoumsatzes (Vorjahr 17,9%). Die Zunahme ist auf den Ausbau der Mobilfunk- und Festnetzinfrastruktur mit neusten Technologien zurückzuführen. Ende 2014 sind über 1,4 Millionen Wohnungen und Geschäfte mit Ultrabreitband erschlossen – sei es mit Glasfaser bis ins Haus (FTTH) oder modernster Glasfasertechnologien wie FTTS (Fibre to the Street), FTTB (Fibre to the Building) und der Vectortechnologie. Ende 2014 hat Swisscom 97% der Schweizer Bevölkerung mit 4G/LTE versorgt.
Die Investitionen von Fastweb haben sich gegenüber dem Vorjahr um CHF 13 Millionen oder 1,9% auf CHF 682 Millionen verringert. In lokaler Währung resultierte eine Abnahme von EUR 3 Millionen oder 0,5% auf EUR 562 Millionen. Hauptgrund für die Abnahme sind tiefere Investitionen in die Netzinfrastruktur. Das Verhältnis Investitionen zu Umsatz betrug 33,3% (Vorjahr 34,4%). Rund 33% der Investitionen standen in direktem Zusammenhang mit der Kundenbasis.
Das Investitionsvolumen der Übrigen operativen Segmente hat sich gegenüber dem Vorjahr um CHF 16 Millionen oder 8,2% auf CHF 211 Millionen erhöht. Dies resultierte im Wesentlichen aus höheren Investitionen in die IT-Infrastruktur bei Swisscom IT Services.

Wertschöpfungsrechnung

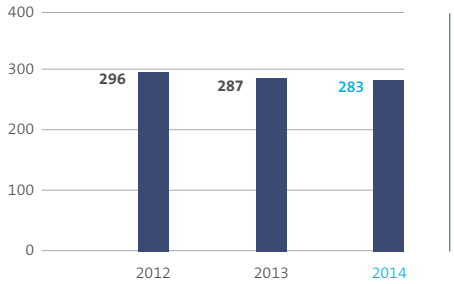
Die erzielte operative Wertschöpfung ergibt sich aus dem Umsatz abzüglich Vorleistungen wie Material- und Dienstleistungsaufwand, übrigem Betriebsaufwand und Abschreibungen. Der Personalaufwand wird nicht als Vorleistung, sondern als Verwendung der Wertschöpfung dargestellt. Swisscom erzielt den überwiegenden Anteil der Wertschöpfung in der Schweiz. Die Auslandsaktivitäten haben im Berichtsjahr 4% zur operativen Wertschöpfung des Konzerns beigetragen (Vorjahr 5%).

	2014			2013		
In Millionen CHF	Schweiz	Ausland	Total	Schweiz	Ausland	Total
Entstehung Wertschöpfung						
Nettoumsatz	**9'586**	**2'117**	**11'703**	**9'358**	**2'076**	**11'434**
Aktivierte Eigenleistungen und übrige Erträge	(290)	(80)	(370)	(229)	(159)	(388)
Material- und Dienstleistungsaufwand	1'789	580	2'369	1'712	626	2'338
Übriger Betriebsaufwand [1]	1'783	738	2'521	1'736	723	2'459
Abschreibungen [2]	1'322	646	1'968	1'281	607	1'888
Vorleistungen	**4'604**	**1'884**	**6'488**	**4'500**	**1'797**	**6'297**
Operative Wertschöpfung	**4'982**	**233**	**5'215**	**4'858**	**279**	**5'137**
Übriges nicht operatives Ergebnis [3]			(139)			(83)
Total Wertschöpfung			**5'076**			**5'054**
Verteilung Wertschöpfung						
Mitarbeitende [4]	2'520	253	2'773	2'460	266	2'726
Öffentliche Hand [5]	390	8	398	322	(3)	319
Aktionäre (Dividenden)			1'156			1'154
Fremdkapitalgeber (Nettozinsaufwand)			218			251
Unternehmen (einbehaltene Gewinne) [6]			531			604
Total Wertschöpfung			**5'076**			**5'054**

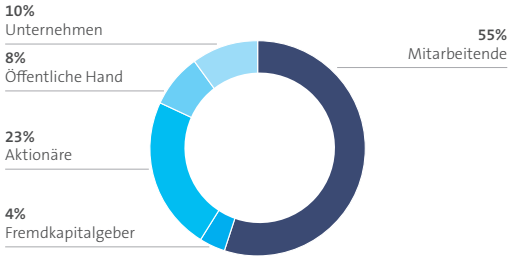
[1] Übriger Betriebsaufwand: ohne Kapitalsteuern und übrige nicht gewinnabhängige Steuern.
[2] Abschreibungen: ohne Abschreibungen auf akquisitionsbezogenen immateriellen Vermögenswerten wie zum Beispiel Marken oder Kundenbeziehungen.
[3] Übriges nicht operatives Ergebnis: Finanzergebnis ohne Nettozinsaufwand, anteiliges Ergebnis assoziierter Gesellschaften und Abschreibungen auf akquisitionsbezogenen immateriellen Vermögenswerten.
[4] Mitarbeitende: als Vorsorgeaufwand sind die Arbeitgeberbeitragszahlungen erfasst und nicht der Aufwand gemäss IFRS.
[5] Öffentliche Hand: laufende Ertragssteuern, Kapitalsteuern und übrige nicht gewinnabhängige Steuern.
[6] Unternehmen: inklusive Veränderungen der latenten Ertragssteuern und Personalvorsorgeverpflichtungen.

Im Jahr 2014 hat die operative Wertschöpfung CHF 5'076 Millionen betragen. Im Vergleich zum Vorjahr stieg sie um 0,4%. Wie im Vorjahr werden rund 95% der operativen Wertschöpfung in der Schweiz erzielt. Bei den Auslandsaktivitäten verringerte sich die operative Wertschöpfung aufgrund höherer Abschreibungen um CHF 46 Millionen auf CHF 233 Millionen.
Obwohl die operative Wertschöpfung in der Schweiz mit CHF 4'982 Millionen im Vergleich zum Vorjahr fast gleich hoch ausfiel, sank die operative Wertschöpfung pro Vollzeitstelle um 1,4% auf CHF 283'000 (Vorjahr CHF 287'000).

Swisscom Wertschöpfung pro Mitarbeitenden in der Schweiz in Tausend CHF



Verteilung Wertschöpfung in %



Energieeffizienz und CO_2-Ausstoss

In % bzw. wie angemerkt	2014	2013	Veränderung
Energieverbrauch (in GWh)	497	498	–0,2%
Steigerung Energieeffizienz gegenüber 1. Januar 2010	26,4	21,1	
Direkter CO_2-Ausstoss (in Tonnen)	21'380	23'835	–10,3%
Reduktion direkter CO_2-Ausstoss gegenüber 1. Januar 2010	17,0	3,9	

Swisscom ist bestrebt, ihre Energieeffizienz zu erhöhen, erneuerbare Energien einzusetzen und damit die Auswirkung ihrer Geschäftstätigkeit auf die Umwelt zu minimieren. In der Schweiz will Swisscom ihre Energieeffizienz bis Ende 2015 gegenüber dem 1. Januar 2010 um 25% steigern und danach bis 2020 gegenüber dem 1. Januar 2016 um weitere 35%. Die Steigerung soll vor allem durch Massnahmen im Bereich der Netzinfrastruktur erreicht werden. Bis Ende 2015 will Swisscom zudem den direkten CO_2-Ausstoss in der Schweiz um 12% reduzieren. Diese Reduktion soll vor allem durch Massnahmen im Bereich der Mitarbeitendenmobilität sowie in der Infrastruktur erfolgen.
2014 hat der Gesamtenergieverbrauch in der Schweiz um 1 GWh oder 0,2% auf 497 GWh abgenommen. Die Energieeffizienz erhöhte sich gegenüber dem 1. Januar 2010 auf 26,4% (Vorjahr 21,1%). Dies wurde durch Effizienzsteigerungen in Rechenzentren oder das Energiesparprojekt Mistral (Kühlung von Telefonzentralen mit Aussenluft) erreicht. Der direkte CO_2-Ausstoss in der Schweiz wurde 2014 um 2'455 Tonnen oder 10,3% auf 21'380 reduziert, was vor allem auf den tieferen Verbrauch von Heizöl zurückzuführen ist. Entsprechend nahm der direkte CO_2-Ausstoss gegenüber dem 1. Januar 2010 um 17% ab.

Ausblick Nettoumsatz
Erwartung für 2015 von über

11,4 Mrd. CHF

Ausblick EBITDA
Erwartung für 2015 von rund

4,2 Mrd. CHF

Finanzieller Ausblick

	2014 berichtet CHF/EUR 1,212 in CHF Mio.	Effekt Aufwertung CHF in CHF Mrd.	2014 pro-forma CHF/EUR 1,00 in CHF Mio.	2015 Veränderung Swisscom ohne Fastweb in CHF Mrd.	2015 Veränderung Fastweb in CHF Mrd.	2015 Ausblick (CHF/EUR 1,00) in CHF Mrd.
Nettoumsatz	11'703	(0,4)	11'331	0,1	0	> 11,4
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	4'413	(0,1)	4'315	(0,1)	> 0	~ 4,2
Investitionen	2'436	(0,1)	2'313	0	< 0	2,3

Der finanzielle Ausblick 2015 wird durch den CHF/EUR-Währungskurs massgebend beeinflusst. Die Aufhebung des EUR-Mindestkurses im Januar 2015 durch die Schweizerische Nationalbank (SNB) hat die Volatilität des Wechselkurses erhöht. Die Prognose der weiteren Entwicklung der Währungen und der Auswirkungen auf die Konjunktur ist mit gewissen Unsicherheiten verbunden. Für den folgenden finanziellen Ausblick 2015 wird ein paritätischer EUR-Kurs von 1,00 CHF angenommen, was einem Rückgang des CHF/EUR-Wechselkurses von 17% im Vergleich zu 2014 entspricht (durchschnittlicher EUR-Kurs 2014: CHF 1,21). Nicht berücksichtigt sind mögliche negative Auswirkungen der Währungssituation auf die konjunkturelle Lage.

Swisscom erwartet für 2015 auf Basis des angenommenen paritätischen EUR-Kurses einen Umsatz von über CHF 11,4 Milliarden, einen EBITDA von rund CHF 4,2 Milliarden und Investitionen von CHF 2,3 Milliarden.

Mit dem gleichen Wechselkurs wie 2014 gerechnet würde sich der Umsatz 2015 im Vergleich zu 2014 um CHF 100 Millionen erhöhen. Für Swisscom ohne Fastweb wird mit einem Umsatzwachstum von CHF 100 Millionen gerechnet. Für Fastweb wird 2015 in Lokalwährung (EUR) mit einem Umsatz in Höhe des Vorjahres gerechnet. Umgerechnet in die Konzernwährung entspricht dies jedoch einem Rückgang um knapp CHF 400 Millionen.

Der für 2015 prognostizierte EBITDA von rund CHF 4,2 Milliarden liegt rund CHF 200 Millionen unter dem Wert von 2014. CHF 100 Millionen des Rückgangs werden durch die Aufwertung des Schweizer Frankens verursacht, die restlichen CHF 100 Millionen werden durch folgende Effekte begründet: Der Wechsel der Netzinfrastruktur und der Dienste auf das Internet Protokoll (All IP) wird 2015 zu höheren Kosten führen. Zudem werden tiefere Gewinne aus Immobilienverkäufen erzielt und der Personalvorsorgeaufwand gemäss IFRS wird aufgrund der gesunkenen Zinsen höher ausfallen. Diese Effekte können durch den zusätzlichen Ergebnisbeitrag von übernommenen Unternehmen und den damit verbundenen Synergien nicht kompensiert werden.

Für Fastweb wird in Lokalwährung ein höherer EBITDA erwartet. Dies ist vor allem auf tiefere Nutzungsgebühren für Vorleistungen anderer Netzbetreiber zurückzuführen. Es wird mit einer weiteren Senkung der regulierten Preise gerechnet und das Volumen der bezogenen Vorleistungen wird durch die Migration von Kunden auf das eigene Ultrabreitbandnetz abnehmen.

Für 2015 erwartet Swisscom Investitionen in Höhe von CHF 2,3 Milliarden. In der Schweiz werden die Investitionen dank des weiteren Ausbaus des Ultrabreitbandnetzes und Investitionen in die IT-Plattform für Bankgeschäfte unverändert zum Vorjahr CHF 1,75 Milliarden betragen. Bei Fastweb hat das Investitionsvolumen 2014 den Höchststand erreicht und wird 2015 in Lokalwährung leicht zurückgehen, was währungsbedingt einem Rückgang von CHF 100 Millionen entspricht.

Bei Erreichen der Ziele plant Swisscom, der Generalversammlung für das Geschäftsjahr 2015 eine unveränderte Dividende von CHF 22 pro Aktie vorzuschlagen.

Kapitalmarkt

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

Swisscom Aktie

Am 31. Dezember 2014 hat die Marktkapitalisierung von Swisscom CHF 27,1 Milliarden (Vorjahr CHF 24,4 Milliarden) betragen. Die Anzahl ausstehender Aktien hat unverändert bei 51,8 Millionen 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.

Besitzstruktur

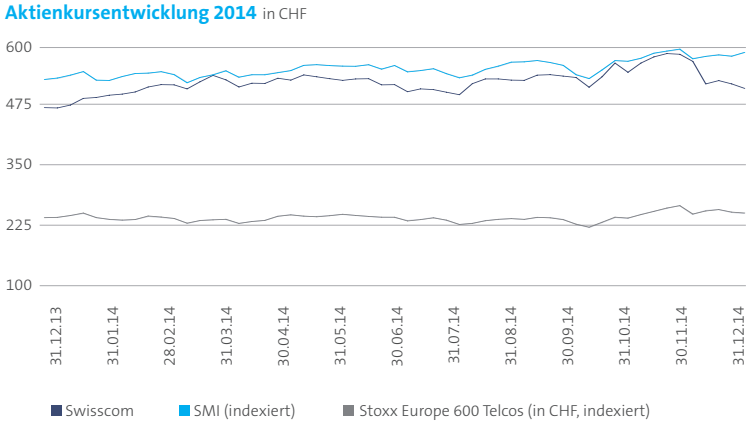
	31.12.2014			31.12.2013		
	Anzahl Aktionäre	Anzahl Aktien	Anteil in %	Anzahl Aktionäre	Anzahl Aktien	Anteil in %
Bund	1	26’394’000	51,0%	1	26’535’500	51,2%
Natürliche Personen	62’359	4’260’624	8,2%	63’531	4’453’496	8,6%
Institutionen	2’699	21’147’319	40,8%	2’614	20’812’947	40,2%
Total	**65’059**	**51’801’943**	**100,0%**	**66’146**	**51’801’943**	**100,0%**

Mehrheitsaktionärin an der Swisscom AG ist am 31. Dezember 2014 die Schweizerische Eidgenossenschaft (der Bund). Ihr Anteil an den Stimmrechten und am Kapital beläuft sich auf 51,0% der ausgegebenen Aktien. Der Bund muss gemäss geltendem Gesetz die kapital- und stimmenmässige Mehrheit halten. Am 31. Dezember 2014 stammen rund 95% der eingetragenen Aktionäre aus der Schweiz.

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.

Aktienkursentwicklung



Der Schweizer Aktienindex SMI ist gegenüber dem Vorjahr um 9,5% gestiegen. Der Kurs der Swisscom Aktie erhöhte sich um 11,0% auf CHF 522,50. Die Performance der Swisscom Aktie lag höher als die Performance des europäischen Branchenindex Stoxx Europe 600 Telecommunications Index (5,6% in CHF; 7,5% in EUR). Gegenüber dem Vorjahr sank das durchschnittliche tägliche Handelsvolumen um 5,8% auf 97'881 Stück. Das gesamte Umsatzvolumen der gehandelten Swisscom Aktien erreichte 2014 einen Wert von CHF 12,9 Milliarden.

Siehe unter
www.swisscom.ch/aktienkurs

Aktienrendite

Am 14. April 2014 hat Swisscom eine ordentliche Dividende von CHF 22 pro Aktie gezahlt. Auf Basis des Aktienkurses Ende 2013 entsprach dies einer Rendite von 4,7%. Unter Berücksichtigung des Kursanstiegs betrug die Gesamtrendite (Total Shareholder Return, TSR) der Swisscom Aktie für das Jahr 2014 15,7%. Der TSR des SMI lag bei 12,0% und der Stoxx Europe 600 Telecommunications Index bei 10,6% in CHF beziehungsweise 12,7% in EUR.

Wesentliche Kennzahlen zur Swisscom Aktie

		2010	2011	2012	2013	2014
Nominalwert pro Aktie am Bilanzstichtag	CHF	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Anzahl ausgegebener Aktien am Bilanzstichtag	Tsd Stück	51'802	51'802	51'802	51'802	51'802
Börsenkapitalisierung am Bilanzstichtag	Mio. CHF	21'296	18'436	20'400	24'394	27'067
Börsenkurs am Bilanzstichtag	CHF	411,10	355,90	393,80	470,90	522,50
Börsenkurs höchst	CHF	420,80	433,50	400,00	474,00	587,50
Börsenkurs tiefst	CHF	358,00	323,10	334,40	390,20	467,50
Gewinn pro Aktie	CHF	35,00	13,19	34,90	32,53	32,70
Ordentliche Dividende pro Aktie	CHF	21,00	22,00	22,00	22,00	22,00 [1]
Verhältnis Ausschüttung/Gewinn pro Aktie	%	60,00	166,79	63,04	67,63	67,27
Eigenkapital pro Aktie am Bilanzstichtag	CHF	102,89	82,47	79,77	115,30	105,29

[1] Gemäss Antrag des Verwaltungsrats an die Generalversammlung.

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. 29 Analysten veröffentlichen regelmässig Studien über Swisscom. Ende 2014 haben 31% der Analysten eine Kaufempfehlung für die Swisscom Aktie ausgesprochen. 48% der Analysten empfahlen, die Swisscom Aktie zu halten, 21% stuften sie zum Verkauf ein. Der durchschnittliche Zielkurs der Swisscom Aktie am 31. Dezember 2014 betrug nach Einschätzung der Analysten CHF 559 pro Aktie.

Ausschüttungspolitik

Swisscom strebt eine stetige Dividende pro Aktie an. Bei Erreichen der finanziellen Ziele sieht Swisscom vor, dass mindestens eine Dividende pro Aktie in Höhe des Vorjahres ausgeschüttet wird. Für das Geschäftsjahr 2014 schlägt der Verwaltungsrat der Generalversammlung vom 8. April 2015 eine ordentliche Dividende von CHF 22 pro Aktie vor (Vorjahr CHF 22 pro Aktie). Dies entspricht einer Dividendensumme von CHF 1'140 Millionen.
Seit dem Börsengang im Jahr 1998 hat Swisscom insgesamt CHF 27,3 Milliarden an ihre Aktionäre ausgezahlt. Dieser Betrag teilt sich auf in Dividendenzahlungen von CHF 15,3 Milliarden, Nennwertreduktionen von CHF 1,6 Milliarden und Aktienrückkaufprogramme von CHF 10,4 Milliarden. Swisscom hat seit dem Börsengang insgesamt CHF 301 pro Aktie ausgeschüttet. Zusammen mit dem Kursanstieg von insgesamt CHF 182,50 pro Aktie beträgt die durchschnittliche jährliche Gesamtrendite 5,6%.

Fremdkapital

Höhe der Verschuldung

Swisscom verfolgt eine Finanzpolitik, welche die Nettoverschuldung auf maximal das 2,1-fache des Ergebnisses vor Abschreibungen (EBITDA) beschränkt. Die Nettoverschuldung setzt sich zusammen aus den finanziellen Verbindlichkeiten abzüglich flüssiger Mittel, kurzfristiger Finanzanlagen sowie langfristiger festverzinslicher Finanzanlagen.
Am 31. Dezember 2014 hat die Nettoverschuldung CHF 8,1 Milliarden betragen (Vorjahr CHF 7,8 Milliarden), was unverändert zum Vorjahr einem Verhältnis von Nettoverschuldung zu EBITDA von 1,8 entspricht.

Dividende pro Aktie
Im Berichtsjahr 2014

22 CHF

Gesamtrendite Swisscom Aktie
Im Berichtsjahr 2014

15,7 %

Kreditratings und Finanzierung

Swisscom verfügt bei den Ratingagenturen Standard & Poor's und Moody's mit A (stabil) beziehungsweise A2 (stabil) über gute Ratings. Zur Vermeidung struktureller Nachrangigkeit ist Swisscom bestrebt, Finanzierungen auf Stufe der Swisscom AG aufzunehmen. Swisscom will ihr Schuldenportfolio breit diversifizieren. Dabei achtet sie auf eine Glättung der Fälligkeiten sowie auf eine Verteilung der Finanzierungsinstrumente, Finanzierungsmärkte und Währungen. Die solide finanzielle Ausstattung hat Swisscom auch 2014 den uneingeschränkten Zugang zu den Geld- und Kapitalmärkten ermöglicht.
Am 31. Dezember 2014 haben die finanziellen Verbindlichkeiten von Swisscom CHF 8,6 Milliarden betragen. Rund 80% der finanziellen Verbindlichkeiten haben eine Restlaufzeit von über einem Jahr. Am 31. Dezember 2014 haben sich die finanziellen Verbindlichkeiten, die innerhalb eines Jahres fällig werden, auf CHF 1,6 Milliarden belaufen. 2014 betrugen die durchschnittlichen Zinskosten aller Finanzschulden 2,5% und die durchschnittliche Restlaufzeit vier Jahre. Ein grosser Teil der finanziellen Verbindlichkeiten wird zur Rückzahlung fällig, wenn ein anderer Aktionär als der Bund die Mehrheit an Swisscom ausüben kann.

Kotierte Anleihensobligationen

Swisscom hat Anleihensobligationen ausgegeben, die an der Schweizer Börse SIX Swiss Exchange (SIX) oder an der irischen Börse (ISE) kotiert sind.

Kotierte Anleihen an der Schweizer Börse (SIX Swiss Exchange)

In Millionen CHF	Coupon	Liberierung	Verfall	Valoren
Nennwert				
600	3,75%	19.07.2007 22.10.2007 [1]	19.07.2007	3'225'473
500	4,00%	17.09.2008	17.09.2015	4'515'633
1'425	3,25%	14.09.2009	14.09.2018	10'469'162
500	2,63%	31.08.2010	31.08.2022	11'469'537
500	1,75%	10.07.2012	10.07.2024	188'335'365
200	1,50%	14.07.2014	14.07.2026	24'777'613
160	1,50%	30.09.2014	28.09.2029	2'514'750

[1] Aufstockung

Kotierte Anleihen an der irischen Börse (ISE)

In Millionen EUR	Coupon	Liberierung	Verfall	ISIN–Nr. [1]
Nennwert				
500	2,00%	30.09.2013 [1]	30.09.2020	XS0972165848
500	1,88%	08.04.2014	08.09.2021	XS1051076922

[1] Die Anleihensobligationen wurden durch Lunar Funding V, ein unabhängiges irisches Multipurpose-Vehikel, ausgegeben und werden durch eine von Lunar Funding V an Swisscom gewährte Loan Notes in gleicher Höhe sichergestellt.

Risiken

Das Risikomanagement von Swisscom bezweckt den Schutz des Unternehmenswerts.

Risikomanagementsystem

Das unternehmensweite Risikomanagement von Swisscom umfasst den gesamten Konzern und berücksichtigt externe wie interne Ereignisse. Swisscom beachtet die etablierten Standards COSO II und ISO 31000. Das Risikomanagement von Swisscom erfüllt damit sowohl die unterschiedlichen Anforderungen an die eigene Corporate Governance als auch die Anforderungen des schweizerischen Gesetzes.

Ziele

Das Risikomanagement von Swisscom bezweckt den Schutz des Unternehmenswerts. Dieser wird sichergestellt durch die Führung eines konzernweiten, angemessenen und anerkannten Risikomanagements, eine zweckmässige, stufengerechte und vollständige Berichterstattung, eine angemessene Dokumentation sowie die Pflege einer Unternehmenskultur, die einen bewussten Umgang mit Risiken fördert. Risiken bezeichnen die Möglichkeit des Eintretens von Ereignissen oder Situationen, die sich auf das Erreichen der Ziele des Unternehmens negativ auswirken.

Organisation

Der Verwaltungsrat delegiert die Umsetzung des Risikomanagementsystems an den CEO Swisscom AG. Eine zentrale Organisationseinheit Risikomanagement ist dem CFO Swisscom AG unterstellt. Sie koordiniert alle mit Aufgaben des Risikomanagements befassten Organisationseinheiten und führt diese methodisch, soweit dies für die Berichterstattung erforderlich ist. Damit stellt Swisscom ein umfassendes, konzernweit abgestimmtes Risikomanagement und die entsprechende Berichterstattung sicher. Im Rahmen ihrer Funktion haben die mit Risikomanagementaufgaben betrauten Mitarbeitenden ein uneingeschränktes Auskunfts-, Zugangs- und Einsichtsrecht.
Swisscom setzt für einzelne Risikobereiche spezifische Instrumente ein. So beurteilt und steuert ein Finanzrisikomanagement mittels quantitativer Hilfsmittel (Sensitivitätsanalysen) die Zins- und Währungsrisiken. Spezialisierte, zentrale Organisationseinheiten überwachen jeweils die Legal-Compliance-Risiken beziehungsweise die Risiken der finanziellen Berichterstattung (internes Kontrollsystem).

Prozess

Die wesentlichen Risiken von Swisscom werden im Rahmen einer umfassenden Risikobeurteilung identifiziert. Jedem Risiko ist ein Verantwortlicher zugewiesen. Swisscom will Risiken frühzeitig erkennen, beurteilen, behandeln und darüber hinaus in der strategischen Planung berücksichtigen. Zu diesem Zweck arbeitet die zentrale Organisationseinheit Risikomanagement mit den Controlling- und Strategieabteilungen sowie mit anderen betroffenen Abteilungen zusammen. Sie erfasst Risiken aus den Bereichen Strategie (inklusive Markt), Betrieb (inklusive Finanzen), Compliance und finanzielle Berichterstattung. Die Risiken werden hinsichtlich der Eintrittswahrscheinlichkeit und der quantitativen oder qualitativen Auswirkungen im Eintrittsfall bewertet und auf Basis einer Risikostrategie gesteuert. Swisscom setzt die Auswirkung der Risiken mit den wichtigsten Kennzahlen ins Verhältnis, die in die Berichterstattung einfliessen. Sie überprüft das Risikoprofil vierteljährlich und aktualisiert es. Der Verwaltungsratsausschuss Revision sowie die Konzernleitung von Swisscom werden quartalsweise über die wesentlichen Risiken, ihre möglichen Auswirkungen

und den Massnahmenstatus informiert, der Verwaltungsrat jährlich. Die Wirksamkeit der Risikostrategien sowie der getroffenen Massnahmen wird vierteljährlich beurteilt. Angaben zum internen Kontrollsystem, zum Compliance Management und zur internen Revision finden sich im Corporate-Governance-Bericht, Kapitel 3.8 Kontrollinstrumente des Verwaltungsrats gegenüber der Konzernleitung.

Siehe Bericht
Seite 107

Gesamtaussage zur Risikosituation

Treiber für Risiken sind Veränderungen im Rahmen der Technologie, der Regulierung, der Märkte, des Wettbewerbs sowie des Kundenverhaltens. Etablierte Telekommunikationsdienste verlieren weiterhin an Bedeutung. Kunden- und Mengenwachstum sowie neue Dienste sollen die Umsatzeinbussen aus dem traditionellen Kerngeschäft kompensieren. Langfristig führen die Entwicklungen im ICT-Markt zu fundamentalen Anpassungen mit Risiken in den Bereichen Humankapital, Technologie und Geschäftsmodell. Die im Regulierungsumfeld anstehenden Entscheidungen stellen ein latentes Risiko dar, das Auswirkungen auf die finanzielle Entwicklung von Swisscom haben kann. Die folgende Auswahl wesentlicher Risikofaktoren illustriert dies. Die Hauptrisikofaktoren in der Lieferkette werden im Nachhaltigkeitsbericht separat ausgewiesen.

Risikofaktoren

Telekommunikationsmarkt

Der Wandel innerhalb des Telekommunikationsmarktes, Strukturbereinigungen und Konkurrenz durch Anbieter von Diensten, die keine eigene Telekommunikationsinfrastruktur (z.B. OTT's) unterhalten, erzeugen einen Transformationsdruck. Noch ist unklar, welche Technologien und Dienste sich künftig durchsetzen werden. Es besteht das Risiko, dass während der Transformation Umsätze aus dem klassischen Telekommunikationsgeschäft nicht nachhaltig gesichert werden können. Gegenwärtige Entwicklungen verlangen zunehmend die Einbindung einer wachsenden Zahl von Technologien und Geräten, um neue Kunden zu gewinnen und multimediale Dienste bereitzustellen. Bei der Integration und beim Betrieb neuer Infrastrukturen bestehen Risiken an den Schnittstellen mit der bestehenden Infrastruktur. Das Eintreten solcher Risiken kann die Umsetzung der Strategie verzögern und die Kundenzufriedenheit verringern. Swisscom hat in unterschiedlichen Bereichen Massnahmen zur Bewältigung dieser Risiken ergriffen.

Politik und Regulierung

Fernmelde- und Kartellrecht bergen für Swisscom Risiken, welche die Ertrags- und Vermögenslage des Unternehmens negativ beeinflussen können. Im Vordergrund steht einerseits die mögliche Ausdehnung der Preisregulierung auf den Mobilfunk (Mobilfunkterminierung), welche die Einnahmen und den Handlungsspielraum von Swisscom zusätzlich einschränken würde. Andererseits könnten Sanktionen der Wettbewerbskommission das Geschäftsergebnis von Swisscom mindern und der guten Reputation des Unternehmens Schaden zufügen. Die anstehende Revision des Fernmeldegesetzes erhöht ebenfalls das regulatorische Risiko. Schliesslich könnten überhöhte politische Ansprüche an die Grundversorgung, etwa im Rahmen der Service-Public-Initiative, das heutige Wettbewerbssystem grundsätzlich in Frage stellen.

Bandbreitenerhöhung des Zugangsnetzes

Das Bedürfnis der Kunden nach Breitbandzugängen wächst rasant und parallel zur steigenden Attraktivität der Geräte und IP-basierter Dienste (Smartphones, IP TV, 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 wird die Bandbreitenerhöhung des Zugangsnetzes den veränderten Rahmenbedingungen anpassen und so die Risiken minimieren.

Humankapital

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

Wirtschaftliche Situation, Marktkonsolidierung in Italien, Regulierung und Werthaltigkeit der Vermögenswerte von Fastweb

Eine potenzielle Marktkonsolidierung im italienischen Markt könnte signifikante Auswirkungen auf die italienische Tochtergesellschaft Fastweb haben. Zudem bergen die wirtschaftliche Entwicklung sowie die Wettbewerbsdynamik Risiken, die sich ungünstig auf die Strategie von Fastweb auswirken und so das prognostizierte Umsatzwachstum gefährden könnten. Der Werthaltigkeitstest für das Jahr 2014 hat die Werthaltigkeit der Vermögenswerte von Fastweb bestätigt. Die Werthaltigkeit der in der Konzernrechnung bilanzierten Nettoaktiven von Fastweb ist vor allem davon abhängig, ob die im Geschäftsplan angenommenen finanziellen Ziele (Umsatzwachstum, Verbesserung der EBITDA-Marge und Reduktion der Investitionsrate) erreicht werden. Sollte das künftige Wachstum geringer als prognostiziert ausfallen, bestünde das Risiko, dass eine weitere Wertminderung erfasst werden müsste. Eine hohe Unsicherheit besteht darüber hinaus in der künftigen Entwicklung der Zinsen und der Länderrisikoprämie. Eine Erhöhung der Zinsen oder der Länderrisikoprämie kann zu einer Wertberichtigung führen. Zudem beeinflussen das europäische und das italienische Telekommunikationsrecht die Geschäftstätigkeit von Fastweb. Regulierungsrisiken können dabei die Zielerreichung gefährden und den Unternehmenswert schmälern.

Geschäftsunterbruch

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

Informationstechnologie

Swisscom steht in der Transformation von der leitungsvermittelten TDM-Technologie zur IP-Technologie. Diese Transformation soll Swisscom befähigen, beweglicher und effizienter zu produzieren. Die bisherigen Erfahrungen mit der IP-Technologie sind positiv. Die Komplexität der bestehenden Swisscom IT-Architektur kann sowohl in der Umsetzungs- als auch in der Betriebsphase zu Risiken führen. Sollten diese Risiken eintreten, könnten eine verzögerte Einführung neuer Dienste und Mehrkosten die Wettbewerbsfähigkeit beeinträchtigen. Die Transformation wird von der Konzernleitung eng begleitet.

Umwelt und Gesundheit

Die elektromagnetische Strahlung (zum Beispiel von Mobilfunkantennen oder Mobilfunkgeräten) ist in der Vergangenheit wiederholt mit möglichen Beeinträchtigungen von Klima und Gesundheit in Zusammenhang gebracht worden. Die Schweiz setzt dank der Verordnung über den Schutz vor nichtionisierender Strahlung (NISV) ein sogenanntes Vorsorgeprinzip um. Sie hat im Vergleich zur EU Grenzwerte für Basisstationen eingeführt, die einen zehnmal höheren Schutz vorsehen. Akzeptanzprobleme in der Öffentlichkeit erschweren für Swisscom die Bedingungen beim Netzbau, besonders bei Standortfragen von Mobilfunkantennen. In Zukunft besteht das Risiko, dass geltende Vorschriften für elektromagnetische Emissionen sowie rechtliche Vorgaben für den Bau von Mobilfunkanlagen weiter verschärft werden. Dies hätte für Swisscom Mehrkosten für den Netzausbau und den Betrieb zur Folge. Die öffentliche Besorgnis hinsichtlich Umwelt- und Gesundheitsbeeinträchtigungen durch elektromagnetische Strahlung könnte den Bau von drahtlosen Netzen in Zukunft selbst ohne verschärfte Gesetzesvorschriften weiter erschweren und die Kosten erhöhen. Die Klimaveränderung birgt für Swisscom Risiken in Form intensiverer Niederschläge und erhöhter Durchschnittstemperaturen beziehungsweise extremer Temperaturen. Diese Entwicklungen könnten in erster Linie Basisstationen und Anschlusszentralen immanent gefährden und die Telekommunikationsinfrastruktur von Swisscom in ihrer Funktionsfähigkeit beeinträchtigen. Die Analyse der Risiken aus den Klimaänderungen stützt sich wesentlich auf den offiziellen Bericht des Bundesamts für Umwelt (BAFU) über die Klimaveränderung (Oktober 2011).

Siehe unter
www.cdproject.net/en-us

«Im Labor haben wir ein unabhängiges Mobilfunktestnetz aufgebaut. Hier entwickeln, testen und optimieren wir mit dem Ziel, unsere Kunden auch in Zukunft das beste Netz zu bieten.»

Christian Rüger
ICT System Engineer
IT, Network & Innovation