

Generalversammlung 1999

Referat Tony Reis, Präsident der Konzernleitung Swisscom AG

Zürich, 1. Juni 1999

(Es gilt das gesprochene Wort)

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre

Der Eintritt in den Wettbewerb und der Börsengang waren für Swisscom die herausragendsten Ereignisse des letzten Jahres. Herausragend waren auch unsere Anstrengungen, die hochgesteckten Ziele zu erreichen. So haben wir in Rekordzeit eine völlig neue Unternehmensstruktur geschaffen, die Vorbereitungen getroffen für einen erfolgreichen Börsengang, entscheidende Impulse für einen nachhaltigen Kulturwandel ausgelöst und unsere Tätigkeiten voll auf die Kunden fokussiert.

Dass wir die in uns gesetzten Erwartungen erfüllt haben, kommt in der insgesamt erfreulichen Kursentwicklung der Swisscom-Aktie zum Ausdruck. Aber auch die Zahlen der Jahresrechnung 1998, die wir an der Bilanzkonferenz vom 14. April der Öffentlichkeit präsentiert haben, sind Zeugnis davon. Wir haben diese Resultate trotz Erfüllung strenger Regulierungsaufgaben in einem für uns völlig neuen Umfeld erzielt. Ohne zu übertreiben stellt uns das Jahresergebnis 98 somit ein gutes Zeugnis aus. Das freut mich ausserordentlich, wird uns aber nicht zur Selbstzufriedenheit verleiten.

Geschäftsverlauf 1998

Ich gebe Ihnen nun einen Ueberblick über den Geschäftsverlauf des vergangenen Jahres.

Sprachkommunikation

Der Markteinstieg der Konkurrenz erfolgte in der Sprachkommunikation über Festnetz. So hatte der Wettbewerb hier seine grössten Auswirkungen. Der Nettoumsatz ging in diesem Bereich um 1,2%

auf 6,6 Milliarden Franken zurück. Diese rückläufige Umsatzentwicklung war die Folge von Preisenkungen und verstärktem Wettbewerb im Nahbereich und im internationalen Verkehr. Hingegen legte das Verkehrsvolumen mit einer Steigerung von 12.4 % auf 21.8 Milliarden Minuten kräftig zu. Swisscom konnte dank der Einführung segmentbezogener Rabattsysteme (z. B. Hello People, Global Numbers, Global Volumes und spezieller Aktionen) dem Preisdruck der Konkurrenz standhalten und sich als attraktiver Anbieter behaupten.

Während die Anzahl analoger Anschlüsse abnahm, stieg 1998 die Anzahl der ISDN-Kanäle um markante 50%. Mit der Einführung von „ISDN Light“, einem Zusatzangebot an Diensten und mit einer Senkung des ISDN-Preises für internationale Verbindungen um bis zu 33 %, wurde das digitale Telefonieren auch für Privatkunden preiswerter und effizienter.

Mobilkommunikation

Mit durchschnittlich 50'000 Neukunden pro Monat verzeichneten wir in der Mobilkommunikation einen Zuwachs von 60% auf fast 1.7 Millionen Kunden. Dies entspricht einer Marktdurchdringung von stolzen 23,4%. Der Nettoumsatz konnte um fast 31 % auf 1.8 Milliarden Franken gesteigert werden. Die nach Kundensegmenten differenziert ausgelegte Produktpalette, die Einführung von Mehrwertdiensten (zum Beispiel: Abfrage aktueller Börsenkurse, Flugplaninformationen, SBB-Fahrplanabfragen), die Preissenkungen im Juli und Oktober 98 sowie die rund 160 Roamingverträge in über 80 Ländern belebten zusätzlich den boomenden Markt. Dank der Lancierung von Dual-Band-Lösungen konnte sich Swisscom erneut mit einer Weltneuheit als Trendsetter in der Mobiltelefonie profilieren.

Data & Multimedia

Auf dem äusserst zukunftssträchtigen und deshalb hart umkämpften Schweizer Internet-Markt hat sich Swisscom als klare Führerin etabliert. Mit Blue Window, einem umfassenden Online-Service, haben wir einen Marktanteil von rund einem Drittel. Neben der Blue-Window-Plattform für Privatkunden werden wir auch anderen marktsegment-spezifischen Bedürfnissen gerecht, z.B. mit Lösungen der Inhouse-Communications für KMU-Kunden.

Der Nettoumsatz konnte im Bereich Data & Multimedia um fast 10 % auf 900 Mio. Franken gesteigert werden

Carrier Services

Im vergangenen Geschäftsjahr erfolgte unser Einstieg in den Wholesale-Markt. Das Wholesale-Angebot umfasst innovative Netzlösungen und Netzdienste für in- und ausländische Telekom-

Anbieter. Dank der positiven Entwicklung im Transitverkehr und im Bereich der Interkonnektion stieg der Nettoumsatz der Carrier-Services um über 23 % auf 860 Millionen Franken.

Fokussierung der internationalen Beteiligungen

Zur Behauptung ihrer Führungsposition nutzt Swisscom das ungenutzte Potenzial auf den Telekom-Märkten im angrenzenden Ausland.

Der Präsident hat die Fokussierung unseres internationalen Engagements bereits erwähnt. So konzentriert sich unser internationales Engagement auf die „Heart of Europe“-Strategie (Erweiterung des Heimatmarktes in Nachbarregionen) sowie den Aufbau von sogenannten „Hot Spots“ (internationale Standorte an wichtigen Verkehrsströmen). Diese Strategie setzen wir konsequent um. So sind wir heute bereits in allen Nachbarländern vertreten:

- In Deutschland sind wir seit 1997 mit 50% am Joint-Venture mit dem führenden Elektrizitätsversorger in Baden-Württemberg am Gemeinschaftsunternehmen „tesion“ beteiligt und bieten hochwertige Sprach-, Daten- und Multimediadienste an (über 25'000 Kunden und über 2 Mio. Gesprächsminuten täglich).
- Seit Mai 98 hält Swisscom die Mehrheit des grössten österreichischen Alternativ-Anbieters, der „UTA Telekom AG, Wien“ (Das Verkehrsvolumen beträgt bereits 1.4 Mio. Gesprächsminuten pro Tag).
- Mit unserer 50%igen Beteiligung an „Estel“ konnten wir den Zugang zum wichtigen Auslandsmarkt Frankreich realisieren. Wir bieten unsere Dienstleistungen Elsässer-Unternehmen an und richten uns ab Herbst 1999 auch an Privatkunden.
- Seit Ende 1998 sind wir mit der Gründung der 100%igen Tochter Swisscom S.p.A. in Italien präsent. Das Angebot der Gesellschaft umfasst Sprach-, Daten- und Internetdienste, in erster Linie für die KMU's, einem Markt von 40'000 potenziellen Kunden.

Mit Progress schaffen wir transparentere Strukturen und effizientere Prozesse

Meine Damen und Herren, bereits vor unserem Eintritt in den liberalisierten Markt haben wir mit dem Projekt „Change“ einen nachhaltigen Kulturwandel eingeleitet. Eine weitere Anpassung unserer Organisation und unserer Prozesse an die Anforderungen der Kunden bleibt jedoch zwingend.

Mit dem Projekt „Progress“ haben wir ein neues Geschäftsmodell entwickelt, mit dem wir

- die Ausrichtung nach einzelnen Kundensegmenten verstärken wollen,
- marktorientierte Innovationen fördern,

- Doppelspurigkeiten beseitigen und
- weiteres Kosteneinsparungspotenzial nutzen wollen

Kernpunkte dieses neuen Geschäftsmodells ist die Reduktion der Anzahl Profit-Centers sowie ein einheitliches, vereinfachtes Wertefluss- und Management-Accounting-System. Daraus resultiert eine optimierte strategische und finanzielle Führung des Konzerns. Es ist unser Ziel, die Hauptmassnahmen zur Einführung des neuen Geschäfts-Modells bis Ende Juni 99 rasch und konsequent umzusetzen.

Sozialverantwortlicher Arbeitgeber

Die Wettbewerbssituation und die dadurch notwendigen Massnahmen zur Kostensenkung sowie der markante Technologiewandel machen unter anderem eine Reduktion des Personalbestandes unumgänglich. Die Anpassung sieht einen Abbau von netto 4'000 Stellen bis Ende 2001 vor. Die Reduktion der Stellen geht aber auch mit der Schaffung neuer, qualifizierter Arbeitsplätze in den Wachstumsbereichen Mobilkommunikation und Data & Multimedia sowie durch den Aufbau der neuen Tochtergesellschaften einher.

Swisscom setzt alles daran, diesen notwendigen Abbau sozialverträglich durchzuführen. Zusätzlich zu den bisherigen Massnahmen wie Frühpensionierungen, Umschulungen, interne Weitervermittlung und der Bildung eines Venture Fund für Unternehmungsgründungen durch Mitarbeitende, wurde das Projekt „Perspektiv“ ins Leben gerufen. In dessen Rahmen wurde ein Team mit Vertretern der Personalverbände, Mitgliedern der Geschäftsleitung sowie externen Fachleuten gebildet. Dieses Team hatte den Auftrag, Vorschläge zur Kostenreduktion möglichst ohne betriebsbedingte Entlassungen zu erarbeiten. Die Swisscom hat sich nun mit den Sozialpartnern auf ein Massnahmenpaket geeinigt. Dieses umfasst im Wesentlichen eine erweiterte Frühpensionierung, eine vorgezogene Teilpensionierung, die Förderung der beruflichen Mobilität sowie die Unterstützung bei Unternehmensgründungen.

Die Kosten für diese strukturell bedingten Abbaumassnahmen belaufen sich auf rund 500 Mio. Franken, womit die Voraussetzungen für einen sozialverträglichen und äusserst fairen Stellenabbau geschaffen wurden.

Geschäftsverlauf des ersten Quartals 1999

Meine Damen und Herren, wir haben zwar unsere Leistung erheblich verbessert und damit deutliche Fortschritte erzielt. Doch der Wettbewerb verschärft sich zusehends. Deshalb müssen wir noch besser werden. Und ich bin überzeugt, dass wir es auch können. Der Geschäftsverlauf im ersten Quartal war wiederum positiv

Der Wettbewerb entwickelte sich in den ersten drei Monaten weiter. Er wirkt sich zunehmend auf den Geschäftsgang in der Sprach- und Datenkommunikation aus. Wir konnten dank der boomenden Mobilkommunikation das Geschäft deutlich ausweiten. Der Nettoumsatz legte im Vergleich zum ersten Quartal 98 um 7,6% auf 2.6 Milliarden Franken zu.

- In der Sparte **Mobilkommunikation** ist der Umsatz um 44,2% auf 555 Millionen Franken gestiegen. Dieses Wachstum ist auf den anhaltend starken Zuwachs von Neukunden zurückzuführen. Die Kundenzahl wird demnächst die 2 Millionen-Grenze überschreiten. Eine starke Nachfrage verzeichnen wir vor allem beim Natel easy. Sie macht knapp zwei Drittel des Nettozuwachses aus. Für das laufende Jahr rechnen wir weiterhin mit einer anhaltend steigenden Umsatzentwicklung. Der bevorstehende Markteintritt eines dritten Anbieters wird den Wettbewerb intensivieren. Als einziger flächendeckender Betreiber - über 98% der besiedelten Gebiete der Schweiz - halten wir jedoch vorzügliche Karten in der Hand, um unsere unangefochtene Leader-Position zu halten.
- In der **Sprachkommunikation** des Fixnetzes mussten wir eine Umsatzeinbusse von 2,2% auf 1,56 Milliarden Franken hinnehmen. Dies als Folge der sinkenden Umsätze im nationalen Fernverkehr und im Telefonverkehr nach dem Ausland. Beides ist auf den Ausbau der Marktanteile durch die Konkurrenz zurückzuführen.

Nochmals verstärkt hat sich der Wechsel von analogen zu digitalen Anschlüssen. Derzeit verzeichnet der ISDN-Dienst über 1 Mio. Kanäle. Mit ihrer Anschlussdichte nimmt die Schweiz weltweit eine Spitzenposition ein.

- Im Bereich **Datenkommunikation und Multimedia** hielt sich der Umsatz mit 190 Millionen Franken stabil (Rückgang von -1,0%). Erwartete, preisbedingte Umsatzrückgänge konnten durch einen Zuwachs bei den Unternehmenskommunikations-Lösungen sowie beim Internet-Dienst Blue Window kompensiert werden. Per Ende Mai verzeichnete der Online-Dienst rund

190'000 Kunden. Mit gezielten Massnahmen - Abo-Preis-Senkung, ab Juni kostenloser E-Mail-Service, ab August Gratiszugang zum Internet - wird die Attraktivität von Blue Window weiter gefördert.

Verstärkt setzt Swisscom im Bereich Data & Multimedia auch auf Zusammenarbeit mit nationalen und internationalen Partnern. 1999 tätigen wir Investitionen in zweistelliger Millionenhöhe für den Bau eines neuen, Internet-basierten Netzes. Damit forcieren wir den Bau der Datenautobahn, auf der wir Geschäfts- und Privatkunden preiswerte Dienste für Daten, Sprache und Bilder anbieten können.

- Besser als erwartet hat sich der Bereich **Carrier Services** mit einem Umsatz von 211 Millionen Franken entwickelt. Dies entspricht einem Zuwachs von über 9% gegenüber der Vorjahresperiode.

Ausblick

Meine Damen und Herren, wir hatten einen guten Start ins neue Jahr. Swisscom präsentiert sich als starkes, gesundes Unternehmen mit Potenzial für weiteren Gewinnzuwachs.

In den letzten Wochen hat sich der Konkurrenz- und Preisdruck erheblich verschärft. Für das laufende Jahr rechnen wir zwar mit einer Verbesserung gegenüber 1998. Das Umsatzwachstum wird jedoch moderat ausfallen.

- Wir werden noch härter **um jeden einzelnen Kunden kämpfen**.
- Wir haben mit dem Projekt „Progress“ weitere **strukturelle Anpassungen** an die Anforderungen des Marktes vorgenommen.
- Wir werden die Nähe zum Kunden und die **Kundenbindung** weiter verstärken. Seit Februar 1999 sprechen wir unsere Kundinnen und Kunden mit dem Loyalitätsprogramm „Joker“. Bis Ende Mai haben sich über 450'000 Kunden angemeldet, um von unserem Bonusprogramm zu profitieren.
- Die **Einführung innovativer Dienste**, wie etwa der „intelligente Umleitedienst FollowMe - eine echte Konvergenzlösung fix-mobil - zeigt, dass wir entschlossen sind, unseren Führungsanspruch zu wahren.
- Und um unseren Kunden einen möglichst „guten Rutsch“ ins nächste Jahrtausend zu ermöglichen, haben wir bei der **Lösung des „Millenniums“-Problems** äusserst aufwendige und kom-

petente Arbeit geleistet. Unser Customer Service bietet umfassende Dienstleistungen rund um das Thema „Millennium“ an.

Schlusswort

Die notwendigen Massnahmen zur Erhaltung unserer Wettbewerbsfähigkeit, wie Umstrukturierung, Sparmassnahmen und Personalabbau, gehen nicht spurlos vorbei. Eine gewisse Unruhe und Verunsicherung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist verständlich. Das ist nicht ein Ausdruck von Beamtenmentalität. Das ist die Folge dessen, dass wir mit unseren Massnahmen oft an die Grenze der Belastbarkeit gehen müssen, um unser Unternehmen konkurrenzfähig zu halten. Aber bis heute haben unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter den Beweis erbracht, dass sie bereit und fähig sind, in einem schwierigen Umfeld Bestleistungen zu erbringen. Und dafür verdienen sie mein uneingeschränktes Kompliment und meinen Dank.

Ich habe Vertrauen in die Motivation und Wandlungsbereitschaft unserer Leute. Ich bin denn auch überzeugt, dass wir auch kommenden Herausforderungen gewachsen sind und die Swisscom zu einem kundenorientierten Dienstleistungsunternehmen weiterentwickeln werden.

Die nun folgende Präsentation der finanziellen Ergebnisse durch Herrn Dave Schnell gibt Ihnen die Gelegenheit, unseren Finanzchef persönlich kennenzulernen.