

Geschäftsbericht 2003

Swisscom AG

Um was es geht

Ist Swisscom ein David unter zahlreichen Goliaths? Oder ein Riese inmitten von Zwergen? Die Antwort ist: beides. Gemessen an unseren Finanz- und Verkehrszahlen, aber auch an der gesellschaftlichen Verantwortung, die wir mit Stolz tragen, ist und bleibt Swisscom eine feste Grösse in der Schweiz – aus Gesellschaft und Wirtschaft nicht wegzudenken. Wenige Stichworte genügen, um dies zu verdeutlichen: Fast vier Millionen Mobile- und über drei Millionen Fixnet-Kunden, zehn Milliarden Franken Umsatz, achtgrösste Arbeitgeberin, gegen 900 Lehrlinge, jährliche Aufträge in Milliardenhöhe an die Wirtschaft.

Stellen wir Swisscom in einen internationalen Vergleich, ergibt sich ein vollständig anderes Bild. Der Blick über die Grenze ist für Swisscom gleichsam die Reise von Gulliver, der in Jonathan Swifts Geschichte von Lilliput ins Land der Riesen reist. Vodafone beispielsweise, das Partnerunternehmen von Swisscom Mobile, verfügt über rund 125 Millionen Mobilfunkteilnehmer; die China Telecom über ein Potenzial von mehr als einer Milliarde Kunden. Global gesehen spielen wir mit unseren punktuellen Engagements in Europa die Rolle eines Zwergs. International beachtlich ist einzig unsere Finanzkraft: In Europa verfügen wir über eine der solidesten Bilanzen aller grösseren Telekom-Unternehmen.

Das Thema «Grösse» ist das zentrale Element, das Sie durch die Bildwelt dieses Geschäftsberichts führt.

Inhalt

- 2 Um was es geht
- 4 Die Highlights 2003
- 6 Wichtiges in Kürze
- 7 Das Jahr 2003 im Überblick
- 13 Wesentliche Beteiligungen
- 15 Swisscom Fixnet – das Festnetz wird zunehmend breitbandig
- 20 Swisscom Mobile – Umsatz und Kundenzahl erneut gesteigert
- 24 Swisscom Enterprise Solutions – Lösungen aus einer Hand
- 27 debitel – an der Schnittstelle zwischen Netzbetreibern, Handel und Endkunden
- 28 Weitere wichtige Geschäfte
- 34 Zufriedene Kunden sind die Basis unseres Erfolgs
- 36 Umweltmanagement Swisscom – Teil einer nachhaltigen Unternehmensführung
- 44 Swisscom – eine faire Arbeitgeberin
- 50 Die Swisscom Aktie – ein solider Anlagewert
- 52 Leistungen für Gesellschaft und Wirtschaft
- 55 Organisation

Die Highlights 2003

Januar

Mit knapp 30 Millionen verschickten Nachrichten über das Netz von Swisscom Mobile erreicht der SMS-Boom über Silvester/Neujahr einen neuen Rekord.

Februar

An den alpinen Ski-Weltmeisterschaften in St. Moritz sorgt Swisscom für die Infrastruktur. Gleichzeitig startet Swisscom Broadcast im Engadin den Pilotbetrieb mit dem digitalen Fernsehen (DVB-T).

März

Swisscom gründet die Tochtergesellschaft Swisscom Eurospot. Das Unternehmen errichtet und betreibt lokale drahtlose Netze (Wireless Local Area Network, WLAN) an publikumsintensiven Standorten wie Hotels, Flughäfen und Kongresszentren in Europa. WLAN-Kunden können kabellos und breitbandig aufs Internet zugreifen.


Jubiläum für die Schweizerische Mobilkommunikation: Vor zehn Jahren, am 1. März 1993, nahm die damalige Telecom PTT das NATEL® D-Netz in Betrieb. Inzwischen ist die Zahl der Mobilfunkteilnehmer in der Schweiz auf über fünf Millionen gestiegen.

April

Die Schweizer Telekom-Marktführerin bleibt am Ball: Swisscom wird offizielle Sponsorin des Schweizerischen Fussballverbandes SFV und der Fussball-Nationalmannschaften. Swisscom Fixnet sichert sich zudem die Titelrechte am beliebten Schweizer Fussball-Cup, neu Swisscom Cup.

Mai

Swisscom offeriert den Gewerkschaften, den bestehenden Gesamtarbeitsvertrag und den Sozialplan um zwei Jahre bis Ende 2005 zu verlängern. Damit setzt das Unternehmen ein positives Zeichen in der Sozialpartnerschaft und nimmt seine Verantwortung als bedeutende Arbeitgeberin in der Schweiz wahr. Dem Gesamtarbeitsvertrag sind rund 16 500 Personen (entsprechend ca. 14 000 Vollzeitstellen) unterstellt.



Im Sonnenaufgang
wirft auch
ein Zwerg lange
Schatten.

Juni

Schulen ans Internet: Die Primarschule Nussbaumen TG ist die 2000. Schweizer Schule, die sich gratis und breitbandig ans World Wide Web anschliessen lässt. Ziel der Swisscom Initiative ist es, bis Ende 2006 alle rund 5000 Schweizer Schulen ans Internet zu bringen.

Juli

Eine Brücke nach der Lehre: Junge Menschen, die ihre Lehre bei Swisscom im Sommer 2003 abschliessen und noch keine neue Arbeitsstelle gefunden haben, erhalten vom Unternehmen das Angebot für einen auf sechs Monate beschränkten Überbrückungseinsatz.

August

Die hohe Nachfrage nach breitbandigen Internetanschlüssen hält an: Bluewin registriert den 200 000. ADSL-Kunden. Die ADSL-Technologie ermöglicht einen schnellen Internet-Zugang via Telefonkabel.

September

An der Fachmesse Orbit/Comdex in Basel präsentiert Swisscom das mobile Büro sowie ADSL für KMU. Swisscom Directories lanciert ein Online-Adressbuch.

Oktober

In Genf findet die ITU Telecom World 2003 statt, die bedeutendste Fachmesse für zukunftsweisende Entwicklungen in der Telekom-Branche. Unter dem Motto «Communications for Switzerland» zeigt Swisscom Innovationen wie Seamless Handover, eine neue Lösung für den unterbruchfreien und sicheren Übergang zwischen verschiedenen mobilen Netzen.

November

Swisscom Mobile bringt Vodafone live! auf den Schweizer Markt. Das neue Portal bietet Multimedia-Anwendungen fürs Mobiltelefon wie Spiele, Fotoapparat, Unterhaltungs- und Informationsdienste.

Dezember

Swisscom Fixnet kündigt an, die aktuellen Bandbreiten der ADSL-Angebote für Privatkunden per Februar 2004 zu verdoppeln. Zusätzlich wird Swisscom Fixnet ein Angebot mit 2400/200 Kbit/s (download/upload) offerieren.

Die Swisscom-Tochter Billag erwirbt die T-Systems Card Services AG und erlangt damit in der Schweiz eine führende Stellung in der Leistungsverrechnung für Dritte. Die T-Systems Card Services AG ist ein Unternehmen mit 137 Mitarbeitern, das Kundenbindungskonzepte auf der Basis von Kundenkarten entwickelt und die Abrechnung für verschiedene Kundenkarten besorgt.

Wichtiges in Kürze

In Millionen CHF bzw. wie angemerk	2002	2003
Swisscom-Gruppe		
Nettoumsatz	14 526	14 581
Betriebsergebnis vor einmaligen Transaktionen und Abschreibungen (EBITDA) ¹⁾	4 413	4 641
in% Nettoumsatz	% 30,4	31,8
Betriebsergebnis (EBIT) vor einmaligen Transaktionen, netto ¹⁾	2 408	2 716
Wertminderung (Impairment) Goodwill	(702)	(280)
Betriebsergebnis (EBIT)	1 706	2 436
Reingewinn	824	1 569
Eigenkapital	7 299	7 669
Eigenkapitalquote ²⁾	% 43,0	46,4
Personalbestand per Bilanzstichtag in Vollzeitstellen ^{3) 4)}	Anzahl 20 470	19 207
Durchschnittlicher Personalbestand in Vollzeitstellen ⁵⁾	Anzahl 20 910	19 804
Umsatz pro Mitarbeiter	in Tausend CHF 695	736
EBITDA pro Mitarbeiter	in Tausend CHF 211	234
Netto-Einnahmen aus operativer Geschäftstätigkeit	3 785	4 732
Equity Free Cash Flow ⁶⁾	1 119	2 913
Investitionen in Sachanlagen und übrige immaterielle Anlagen	1 222	1 213
Nettoverschuldung (Nettofinanzmittel) ⁷⁾	642	(1 492)
Swisscom AG		
Reingewinn	2 724	1 154
Eigenkapital	5 216	5 046
Dividende	794	861*
Nennwertrückzahlung	530	–
Angaben pro Titel		
Gewichtete durchschnittliche Anzahl ausstehender Aktien (nom. CHF 9.00/nom. CHF 1.00)	Mio. Stück 67,648	66,2
Börsenkurse (höchst/tiefst)	CHF 519/360	438,5/367
Börsenkurs per Bilanzstichtag	CHF 400,5	408
Reingewinn	CHF 12,18	23,7
Eigenkapital	CHF 110,25	115,85
Bruttodividende	CHF 12	13*
Nennwertrückzahlung	CHF 8	–
Ausschüttungsquote ⁸⁾	% 164,19	54,85*
Börsenkapitalisierung am Jahresende	26 514	27 011

* Gemäss Antrag des Verwaltungsrates an die Generalversammlung

¹⁾ Einmalige Transaktion 2002: Wertminderung (Impairment) Goodwill von CHF 702 Mio.
Einmalige Transaktion 2003: Wertminderung (Impairment) Goodwill von CHF 280 Mio.

²⁾ Eigenkapital in % des Gesamtkapitals

³⁾ Darin sind per 31. Dezember 2002 3 299 und per 31. Dezember 2003 3 123 Mitarbeitende von debitel enthalten

⁴⁾ Per 31. Dezember 2002 und 2003 sind 252 bzw. 360 Mitarbeitende von WORK_LINK nicht berücksichtigt

⁵⁾ 2002 und 2003 sind 218 bzw. 295 Mitarbeitende von WORK_LINK nicht berücksichtigt. Siehe Erläuterung Finanzbericht S. 7

⁶⁾ Definition EFCF: Nettoeinnahmen aus operativer Geschäftstätigkeit, Einnahmen und Ausgaben aus Käufen und Verkäufen von Beteiligungen, abzüglich Nettoinvestitionen in Sachanlagen und übrige immaterielle Anlagen, Rückzahlung von Finanzverbindlichkeiten (ohne Leasingverbindlichkeiten) und Gewinnausschüttungen an Minderheitsaktionäre

⁷⁾ Definition Nettoverschuldung (Nettofinanzmittel): Finanzverbindlichkeiten abzüglich flüssige Mittel, kurzfristige Finanzanlagen sowie Finanzanlagen aus Crossborder-Tax-Lease-Transaktionen

⁸⁾ Bruttodividende und Nennwertrückzahlung in Prozent des Reingewinns pro Aktie

Eine starke Bilanz – Das Jahr 2003 im Überblick



Liebe Leserin
Lieber Leser

Auch 2003 haben wir unsere Ziele weitestgehend erreicht und unsere Position im Markt trotz intensivem Wettbewerb gehalten. Wir haben unsere Effizienz erneut gesteigert und die Kosten weiter gesenkt. Bei insgesamt stabilem Umsatz erarbeitete Swisscom ein operatives Ergebnis von CHF 4,6 Mia. Das sind 5,2 Prozent mehr als im Vorjahr. Den Reingewinn konnten wir gegenüber 2002 fast verdoppeln; er beträgt CHF 1,6 Mia. Das ausgezeichnete Resultat hat Swisscom zum überwiegenden Teil in ihrem Kerngeschäft erwirtschaftet: in der Mobil- und in der Festnetz-Kommunikation. Die Gruppengesellschaften Swisscom Mobile und Swisscom Fixnet sind nach wie vor die tragenden Pfeiler der Gruppe. Die starke Bilanz ist – zumal in einer Phase allgemeiner Konjunkturschwäche erzielt – Ausdruck der robusten Gesundheit der Swisscom AG.

Getrübt wird unsere Freude dadurch, dass das gute finanzielle Ergebnis primär unserer strengen Kostendisziplin zu verdanken ist. Wachsen konnten wir im Berichtsjahr nicht – regulatorische Auflagen erschweren unsere Anstrengungen um neue Markterfolge in der Schweiz.

2003 sind wir mit dem Geld unserer Aktionäre wiederum sehr haushälterisch umgegangen. Aus einer Vielzahl geprüfter Möglichkeiten für Beteiligungen oder Akquisitionen haben wir eine einzige realisiert. Auch künftig wollen wir unserer sorgfältigen Investitionspolitik treu bleiben und Akquisitionen nur dann tätigen, wenn sie zum nachhaltigen Wertwachstum für die Swisscom-Gruppe beitragen.

Anzeichen des Aufschwungs?

Der Schweizer Telekom-Markt war im Berichtsjahr von einer anhaltenden Wirtschaftsbaisse geprägt. Namentlich die im Geschäftskundensegment tätigen Gesellschaften von Swisscom spürten das zunehmende Kostenbewusstsein ihrer Kunden. Die Nachfrage nach Leistungen ging insgesamt zurück. Demgegenüber wuchs die Mobilkommunikation noch immer, und der Boom im Breitbandgeschäft hielt an. Die Preise im Massenmarkt sind leicht gesunken; im Geschäftskundensegment gerieten sie unter starken Druck. Die negative Börsenentwicklung zu Beginn des Berichtsjahres erfasste auch die Swisscom-Aktie. Gegen Jahresende legte sie indessen wieder zu und schloss mit einem Plus von 1,9 Prozent.

Nach dem teilweise irrationalen Investitionsverhalten und den damit verbundenen Milliarden-Verschuldungen der Vorjahre stabilisiert sich die europäische Telekom-Industrie. Es zeigen sich Anzeichen des Aufschwungs. Neue Technologien drängen auf den Markt und bilden die Basis für den Ausbau der Bandbreiten sowohl im Festnetz als auch in den Mobilfunknetzen. Wir rechnen damit, dass die aktuelle Entwicklung das Kommunikationsverhalten der Kundinnen und Kunden in den nächsten Jahren stark beeinflussen wird. Swisscom setzt die technischen Neuerungen in der Schweiz und auch im Ausland um; im Heimmarkt, um den Kunden weiterhin moderne und qualitativ hochstehende Telekom-Dienste zu erbringen; im Ausland, um mit attraktiven neuen Leistungen neue Kunden zu gewinnen.

Mit welcher Entwicklung rechnen wir?

Wir erwarten, dass Festnetz- und Mobilkommunikation weiter zusammen wachsen. Die Entwicklung der vergangenen 18 Monate in unserem Kerngeschäft lässt den Schluss zu, dass die Zukunft der drahtlosen Kommunikation breitbandig ist; sie findet immer mehr auf den Laptops und mobilen Endgeräten der Kunden statt. Demgegenüber findet die drahtgebundene Breitbandkommunikation zunehmend den Weg ins Wohnzimmer und verbindet sich dort mit Lifestyle-Elementen wie Musik oder Multimedia. Netzbetreiber werden künftig eine Vielfalt drahtloser Netzzugangstechnologien anbieten, die sich gegenseitig ergänzen und maximale Mobilität sowie den Gebrauch unterschiedlicher Endgeräte erlauben. Die erfolgreiche Einführung von ADSL und die rasche Entwicklung bei den Endgeräten sind gute Voraussetzungen für kombinierte Angebote von Sprach-, Internet- und TV-Videodiensten über einen einzigen Anschluss. Swisscom hat dazu ein entsprechendes Konzept mit interaktiven Applikationen wie Video-on-Demand, einem elektronischen Programmführer und persönlicher Videorecorderfunktionalität entworfen. Der Vorschlag führte zur Entwicklung eines entsprechenden Bluewin-Angebots, das 2004 in einen Kundentest geht.

2003 im Überblick
Swisscom Fixnet
Swisscom Mobile
Enterprise Solutions
debitel
Weitere Geschäfte
Kunden
Umwelt
Mitarbeitende
Aktionäre
Gesellschaft

Wir rechnen ferner mit einer fortschreitenden Individualisierung der Gesellschaft, was die Kundenbedürfnisse verändern wird. Und wir glauben, dass unsere Kunden, insbesondere die Geschäftskunden, weiterhin Lösungen aus einer Hand wünschen.

Was sind die Grundlagen für unseren Erfolg?

Wir haben im Berichtsjahr die eingeschlagene Strategie konsequent umgesetzt und weiter entwickelt. Wir konzentrieren uns auf den Heimmarkt und behaupten uns als klare Marktführerin. In der Schweiz wollen wir auch künftig das volle Sortiment an hoch stehenden Kommunikations- und Informatikdiensten anbieten und so Mehrwert für unsere Kunden schaffen. Wir decken das ganze Land mit unserem Angebot ab, leisten damit einen wesentlichen Beitrag zur Informationsgesellschaft Schweiz und bleiben das verlässliche Rückgrat unserer Volkswirtschaft. Grundlage für unseren anhaltenden Erfolg ist die Kundenzufriedenheit. Diese sichern wir durch umfassenden und guten Service und dank unserer Fähigkeit, neue Technologien rechtzeitig in attraktive, anwenderfreundliche und nutzbringende Anwendungen und Dienste zu übertragen. Die Solidität und die attraktive Ausschüttungspolitik machen Swisscom für die Investoren zu einem interessanten Unternehmen. Und für die Mitarbeitenden ist Swisscom mit ihren fortschrittlichen Anstellungs- sowie Arbeitsbedingungen und hervorragenden Sozialleistungen eine gute und faire Arbeitgeberin.

Veränderungen im Auslandgeschäft

Im Ausland haben wir unsere vor Jahren begonnene Portfolio-Bereinigung fortgesetzt, die liechtensteinische Telecom FL verkauft und unsere indirekte Minderheitsbeteiligung an Cesky Telecom veräussert. Zum Zeitpunkt der Drucklegung des Geschäftsberichts am 22. März 2004 ist für unsere deutsche Gruppengesellschaft debitel ein Verkaufsprozess im Gang. Im Ausland tätig ist Swisscom Eurospot, eine im März 2003 gegründete Swisscom-Tochter mit Sitz in Genf. Sie hat sich eine starke Position im europäischen Markt für Public Wireless LAN erobert. Ende Jahr bot Swisscom Eurospot den breitbandigen Internetzugang zusammen mit Roaming Partnern bereits an 1500 Standorten in über acht Ländern an.

Kann ein ehemaliger Monopolist innovativ sein?

Bei Swisscom Innovations untersucht ein interdisziplinäres Team von rund 160 Forschungsspezialisten technologische Entwicklungen systematisch auf ihre Bedeutung für das Unternehmen und entwickelt konkrete, technisch und betriebswirtschaftlich fundierte Innovationsvorschläge. Unter Innovation verstehen wir freilich mehr als technische Erneuerung. Beispiele für unsere Innovationskraft sind

- die Breitbandkommunikation: 2003 haben wir die Zahl der ADSL-Anschlüsse mehr als verdoppelt und uns im Wettbewerb gegen die Kabelnetzanbieter an die Spitze gesetzt.

- Schulen ans Internet: Wir fördern die Schweizer Informationsgesellschaft, indem wir bereits über 2600 Schulen gratis ans Netz angeschlossen haben.
- UMTS: Ende 2003 deckte unser UMTS-Netz schon über 50 Prozent der Schweizer Bevölkerung ab; Swisscom Mobile plant erste kommerzielle UMTS-Angebote für 2004.
- Mobilkommunikation: Im November haben wir mit grossem Erfolg Vodafone live! lanciert. Bis Ende 2003 zählte der innovative Dienst rund 50 000 Kunden.
- Arbeitszeitmodelle: Bei der im Netzbau und -unterhalt tätigen cablex haben wir Anfang 2004 zwei innovative Arbeitszeitmodelle eingeführt: ein Jahresarbeitszeit- und ein Alters-Teilzeitmodell.
- Berufsbildung: Swisscom hat die Grundausbildung auf die Bedürfnisse der Informations- und Wissensgesellschaft ausgerichtet. An Stelle standardisierter Lernarten tritt eine Qualifizierung in Kompetenzprofilen mit zunehmender Selbstbestimmung der Lernenden.

Welche Risiken bestehen für Swisscom?

Swisscom verfügt seit 2001 über ein integrales Risikomanagement. Ein unabhängiges Kompetenzzentrum stellt sicher, dass die wesentlichen Risiken des Unternehmens erkannt, bewertet und gesteuert werden. Neben dem zunehmenden Konkurrenzdruck und dem damit verbundenen Preiskampf in der Festnetz- und Mobiltelefonie erachten wir die Regulierung als grösstes Risiko für Swisscom. Als Risiko entpuppen könnten sich ferner Beteiligungen, die Sozialpartnerschaft, die Pensionskasse comPlan und die Entwicklung im Geschäftskundenbereich.

Letzte Meile: Bleibt sie ein Dauerthema?

Im Herbst 2003 verabschiedete der Bundesrat die Botschaft zum revidierten Fernmeldegesetz (FMG). Sechs Jahre nach erfolgreicher Liberalisierung will er die heutige gesetzliche Verpflichtung zur Interkonnektion mit der Entbündelung der letzten Meile ergänzen – mehr noch: Swisscom und andere Anbieter mit Telekom-Infrastruktur sollen darüber hinaus verpflichtet werden, den Zugang zu sämtlichen Einrichtungen und Dienstleistungen zu gewähren, die zur Erbringung von Fernmeldediensten nötig sind.

2003 im Überblick
Swisscom Fixnet
Swisscom Mobile
Enterprise Solutions
debitel
Weitere Geschäfte
Kunden
Umwelt
Mitarbeitende
Aktionäre
Gesellschaft

Die vorgeschlagene Zugangsverpflichtung führt zu einer massiven Ausweitung der Marktregulierung und bremst die Dynamik des Marktes. Unter Umständen können Fernmeldediensteanbieter, die nicht in eigene Infrastrukturen investieren wollen, zu behördlich regulierten Preisen von den Investitionen der Netzanbieter profitieren. Jeder Investor läuft damit Gefahr, hinsichtlich Preis und weiterer Bedingungen reguliert zu werden. Solche Rahmenbedingungen behindern die Investitions- und Innovationstätigkeit der Infrastrukturanbieter und stehen damit der nachhaltigen Entwicklung zur Informationsgesellschaft im Weg. Wir lehnen deshalb die vorgeschlagene Ausdehnung der heutigen Interkonnektionsregelung auf eine allgemeine Zugangsverpflichtung entschieden ab.

Stellenzahl schrumpft

Der hohe Kostendruck, bedingt durch sinkende Nachfrage, fallende Preise und fehlende Wachstumschancen, zwang Swisscom auch 2003, rigoros zu sparen und Stellen abzubauen. Ende 2003 zählte das Unternehmen 19 207 Vollzeitstellen – 1263 weniger als ein Jahr zuvor. Am meisten traf es die im Geschäftskundenbereich tätigen Gesellschaften Swisscom Enterprise Solutions, Swisscom Systems und Swisscom IT Services. Alle vom Abbau betroffenen Mitarbeitenden haben Anrecht auf den sehr gut ausgebauten Sozialplan. Wer seine angestammte Stelle verliert, wird von der Swisscom-Tochter PersPec in der beruflichen Neuausrichtung begleitet und erhält während 12 bis 18 Monaten den vollen Lohn. Seit 1998 hat Swisscom über zwei Milliarden Franken in den Sozialplan investiert.

Wie nachhaltig verhält sich Swisscom?

Die Frage nach der Nachhaltigkeit spielt in den Geschäftsaktivitäten von Swisscom eine entscheidende Rolle. Eine nachhaltige Unternehmensführung liegt im Interesse aller Anspruchsgruppen. Nachhaltig heisst für uns Kapital erhaltend. Dabei verstehen wir unter Kapital nicht nur Geldmittel, sondern auch ökologische Ressourcen und soziale Werte. Die Beweisführung für die Nachhaltigkeit unseres Tuns im Umgang mit Kunden, Aktionären und Mitarbeitenden treten wir gerne an: Wir gehen sorgsam mit dem Unternehmenskapital um, streben nach hoher Ökoeffizienz, stehen ein für Transparenz und eine offene und widerspruchsfreie Kommunikation, engagieren uns für unsere Mitarbeitenden und erbringen ungezählte Leistungen für die Wirtschaft und die Gesellschaft. In der Corporate Governance, unseren Führungsprinzipien, haben wir uns zum Ziel gesetzt, Vorbild zu sein. Die Qualität unserer Nachhaltigkeit und unsere Corporate Governance finden in verschiedenen Aktien-Indizes wie dem Dow Jones Sustainability World Index oder dem englischen FTSE4Good Index ihren positiven Niederschlag.

Zur Corporate Governance finden Sie detaillierte Informationen im Finanzbericht S. 71 und folgende. Die ökologischen und gesellschaftlichen Aspekte der Nachhaltigkeit behandeln wir ausführlich in der Broschüre «Sozial- und Umweltkennzahlen 2003», die diesem Geschäftsbericht beigelegt ist.

Danke!

Danken möchten wir den Kunden und den Aktionären für ihre Loyalität und ihr Vertrauen, das sie Swisscom unvermindert entgegenbringen, und den Sozialpartnern für ihre Unterstützung und ihre Bereitschaft zum Dialog. Den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern von Swisscom gebührt unser ganz besonderer Dank. Sie haben in einer schwierigen, von Verunsicherung geprägten Zeit grosses Engagement und Loyalität gezeigt. Ihr Wille zur Leistung, ihre Professionalität und ihr kundenorientiertes Denken bildeten auch 2003 die Basis für den Geschäftserfolg von Swisscom. Ihr Verständnis für teilweise schmerzhaft Entscheidungen verdient unsere Anerkennung.

Ausblick

Für 2004 erwarten wir einen verhaltenen konjunkturellen Aufschwung bei weiterhin intensivem Wettbewerb. Im Kerngeschäft Schweiz wird unser Umsatz im Mobilfunk geringfügig zunehmen und im Festnetz leicht rückläufig sein. Ohne die debitel-Gruppe rechnen wir mit einem konsolidierten Umsatz von rund CHF 10 Mia. und einem Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) von ca. CHF 4,3 Mia. Die Investitionen, insbesondere in unsere Netzinfrastruktur, werden rund CHF 1,3 Mia betragen. Unsere Anstrengungen zur Kostendisziplin und zur Effizienz setzen wir konsequent fort. Ein Schwerpunkt unserer Geschäftstätigkeit 2004 ist die Steigerung der Kundenzufriedenheit. Unserem Markenwert «Respekt» schenken wir dabei besondere Aufmerksamkeit. In unserem täglichen Denken und Handeln muss der Kunde im Zentrum stehen. Es gilt, das Kundenmanagement mit Nachdruck weiterzuentwickeln, die Geschäftsprozesse zu optimieren und die Schulungsanstrengungen zu verstärken – auf dass Ende 2004 jeder Kunde von Swisscom nicht nur ein zufriedener, sondern ein begeisterter Kunde ist.

Mit freundlichen Grüssen



Markus Rauh
Präsident des Verwaltungsrates der Swisscom AG



Jens Alder
CEO der Swisscom AG

Wesentliche Beteiligungen

		Swisscom AG		
International	debitel AG	93%		
	Infonet Services Corporation	17,7%		
	Swisscom Eurospot SA	100%		
			Schweiz	
			Swisscom Broadcast AG	100%
			Swisscom Enterprise Solutions AG	100%
			Swisscom Fixnet AG	100%
			Swisscom Immobilien AG	100%
			Swisscom Systems AG	100%
			Swisscom Mobile AG	75%
			Swisscom IT Services AG	71,9%
			Swisscom Directories AG	51%
			Billag AG	100%
			Bluewin AG	100%
			cablex AG	100%
			Infonet Schweiz AG	90%
			SICAP AG	75%

In Lilliput, dem Land der Zwerge, ist Gulliver der Grösste. Auch Swisscom ist in der Schweiz ein imposantes Unternehmen: 14,6 Milliarden Franken Umsatz, ein operatives Ergebnis von 4,6 Milliarden Franken, 19 207 Mitarbeitende. Sie ist Marktführerin in der mobilen und netzgebundenen Sprach- und Datenkommunikation und mit Bluewin auch im Internet-Access.

«Ich versuchte aufzustehen,
konnte mich aber nicht bewegen.
Ich lag zufällig auf dem Rücken und merkte,
dass meine Arme und Beine beiderseits auf
dem Boden festgebunden waren.»

Swisscom Fixnet – das Festnetz wird zunehmend breitbandig

Im Geschäft mit der nationalen und internationalen Festnetzkommunikation erwirtschaftete Swisscom Fixnet im Berichtsjahr einen Umsatz von CHF 5,8 Mia. (–6,6 Prozent) und ein operatives Betriebsergebnis (EBITDA) von CHF 2,08 Mia. (+10,7 Prozent). Der Boom bei den Breitbandanschlüssen hielt auch 2003 an; die Zahl der analogen Anschlüsse ging weiter zurück. Mit rund 7600 Vollzeitstellen ist Swisscom Fixnet die weitaus grösste Gesellschaft innerhalb der Swisscom-Gruppe. Zu ihr gehören die Tochtergesellschaften Bluewin AG, Swisscom Directories AG und cablex AG.

Swisscom Fixnet	2002	2003
Nettoumsatz ¹⁾	6 262	5 846
EBITDA ²⁾	1 874	2 075
Anzahl Mitarbeitende	8 010	7 657

¹⁾ In Millionen Franken

²⁾ Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen, in Millionen Franken

Über 300 Anbieter von Telekom-Leistungen kämpfen im Schweizer Markt um die Kundengunst. Unter ihnen hat sich Swisscom Fixnet im Berichtsjahr als klare Marktleaderin gut behauptet. Das Unternehmen plant, baut und unterhält die Netzinfrastruktur und verkauft ihre Netz- und Dienstleistungen an Privatkunden, KMU und Wiederverkäufer. Swisscom Fixnet hat im Berichtsjahr die Zahl ihrer ADSL-Anschlüsse mehr als verdoppelt und Bluewin hat die Marktführerschaft unter den Internet Providern weiter ausgebaut. Mit Bluewin setzt Swisscom Fixnet auf den Ausbau der Breitbandkommunikation. Swisscom Fixnet Wholesale bedient 32 Internet-Serviceanbieter in der Schweiz.

Weiter abgenommen hat die Zahl der analogen Anschlüsse; sie betrug Ende 2003 rund 3,09 Mio. (–2,4 Prozent). Das Wachstum bei den ISDN-Anschlüssen flachte ab. Die massive Zunahme von ADSL- und Internetanschlüssen ist ein klares Zeichen für den rasanten Technologiewandel auch im Festnetz: Die längst angekündigte Konvergenz zwischen Informatik und Telekommunikation wird zur Realität.

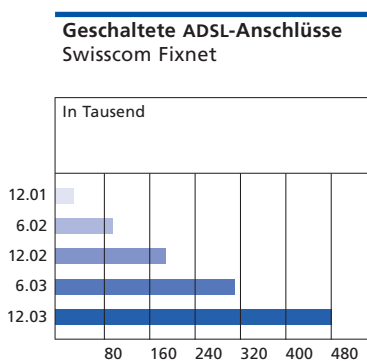
Einfach grenzenlos verbunden – Swisscom Fixnet Wholesale

Mit rund 3300 Mitarbeitenden garantiert Swisscom Fixnet Wholesale den sicheren Netzbetrieb in der Schweiz und unterhält eine zuverlässige internationale Infrastruktur. Das Unternehmen betreibt alle festnetzbasierenden Dienste und bietet ihre Netzleistungen Dritten an. Zurzeit nutzen rund 140 nationale und 200 ausländische Telekom-Unternehmen die Wholesale-Angebote. Als internationaler Netzanbieter kann sich Swisscom Fixnet Wholesale auf ein eigenes europäisches und transatlantisches Telekommunikationsnetz stützen.

Die Angebotspalette von Swisscom Fixnet Wholesale umfasst die regulierten Interkonnectionsdienste im Sprachbereich, zukunftsweisende Daten- und Mietleitungsdienste sowie Breitbanddienste. Dabei benutzt Swisscom Fixnet Wholesale modernste Netzplattformen und Produktionsinfrastrukturen, die fortlaufend den Marktgegebenheiten angepasst werden.

Breitband Mehrere Kanäle werden auf demselben Medium übertragen.

Bandbreite Unter Bandbreite versteht man die Informationseinheiten (Bits), die innerhalb einer Sekunde übertragen werden (bit/s, Kbit/s, Mbit/s).



ISDN (Integrated Services Digital Network) ist ein digitales Kommunikationsnetz für den Transfer von Daten, Text, Sprache und Bildern über den gleichen Telefonanschluss. Dank zweier oder mehrerer Übertragungskanälen ist es möglich, mehrere Sprachverbindungen gleichzeitig zu führen oder parallel zu einer Sprachverbindung auch Daten zu übertragen. Die Übertragungsrate beträgt 64 Kbit/s pro Kanal.

Der Vertrieb von Breitbandanschlüssen entwickelte sich im Geschäftsjahr markant positiv. Ende 2003 zählte Swisscom Fixnet Wholesale rund 487 000 geschaltete ADSL-Anschlüsse, was einer Zunahme von 150 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. Dank des Ausbaus des Breitbandangebots rechnet Swisscom Fixnet Wholesale auch für 2004 mit einer steigenden Zahl von Privat- und Geschäftskunden.

Das Breitbandgeschäft konnte die Umsatzrückgänge im Sprach- und im Databereich indessen nicht vollständig kompensieren. Swisscom Fixnet Wholesale wird ihre Effizienz weiter steigern und Kosten reduzieren.

Einfach zufriedene Kunden

Swisscom Fixnet ist die führende Anbieterin von Telekom-Produkten und -Diensten für Privatpersonen sowie kleine und mittlere Unternehmen (KMU) in der Schweiz. Das Unternehmen betreut 3,2 Millionen Kunden, davon rund 250 000 im KMU-Segment. Seit Anfang 2004 betreut Swisscom Fixnet zusätzlich 46 000 Geschäftskunden mit Standardlösungen, die bisher Kunden von Swisscom Enterprise Solutions waren. Unter dem Motto «Einfach verbunden» will Swisscom Fixnet für ihre Kunden aus Verbindungen Verbundenheit schaffen.

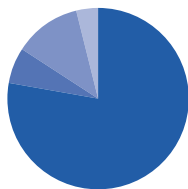
Oberstes Ziel von Swisscom Fixnet sind zufriedene Kunden. Die Anstrengungen in Sachen Kundenorientierung tragen Früchte: In mehreren Befragungen zur Kundenzufriedenheit erteilten die Kunden Swisscom Fixnet gute Noten.

Im April führte Swisscom Fixnet den Weekend call International ein. Er bietet eine Stunde telefonieren für drei Franken nach verschiedenen europäischen Staaten sowie den USA und Kanada. Für die Jungen entwickelte Swisscom Fixnet das Jugendangebot «Happy Weekend». Und für Vielsurfer gibt es neue attraktive ADSL-Angebote.

Die ISDN-Zuwachsraten flachen ab. Grund dafür ist die starke Promotion von ADSL. Marktstudien zeigen jedoch, dass ISDN weiterhin Wachstumspotenzial besitzt. Swisscom Fixnet hat den Absatz von ISDN im Berichtsjahr aktiv gefördert. Auch 2004 will Swisscom Fixnet den Umstieg von analogen auf ISDN-Anschlüsse mit verschiedenen Angeboten attraktiv gestalten.

Kundenkontakte des Customer Care

In Tausend	
5 618	Anrufe
465	Internet (Mail, online Aufträge)
858	Brief
264	Fax
7 207	Total



ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line) ist eine Datenübertragungstechnik in der Breitbandtechnologie, die das bestehende Telefonkabel ins Haus für den Zugang zum Datenetz nutzt. Da ein Filter die Sprache und die Daten trennt, kann gleichzeitig gesurft und telefoniert werden. Die Übertragungsgeschwindigkeit variiert je nach Leistungsklasse von 600/100 Kbit/s bis 2400/200 Kbit/s.

Im KMU-Markt hat Swisscom Fixnet ihre starke Stellung bei stabilen Kundenzahlen behauptet. Die KMU profitieren von einer umfassenden Kundenberatung zu allen Telekommunikationsthemen wie Telefonie, Internet, Datenübertragung, Mobilkommunikation oder Teilnehmervermittlungsanlagen (TVA). Zusammen mit ihren Partnern wie der Schweizerischen Elektro-Einkaufs-Vereinigung (eev) oder dem Verband Schweizerischer Elektro-Installationsfirmen (VSEI) mit insgesamt 3857 Fachhändlern bietet Swisscom Fixnet alles aus einer Hand.

Swisscom Shops: Rekorde

Swisscom betreibt 76 Swisscom Shops und fünf Franchise-Shops in der ganzen Schweiz. Mit Franchise-Partnerschaften wird die Shopkette in den nächsten Jahren auf rund 120 Shops erweitert. Gegen fünf Millionen Kunden haben 2003 die beliebtesten Kontaktstellen genutzt. Der unvermindert grosse Kundenwunsch, in den Shops nicht nur Produkte und Leistungen zu kaufen, sondern sich auch beraten zu lassen, hat längere Wartezeiten verursacht. Für 2004 hat Swisscom den Wartezeitenschlangen in den Shops den Kampf angesagt. Wachsender Beliebtheit erfreut sich der Online-Shop auf dem Internet. Auch Dienstleistungen wie die Rechnung via Internet (E-Payment) oder die Kontrolle der eigenen Kosten werden von den Kunden zunehmend geschätzt.

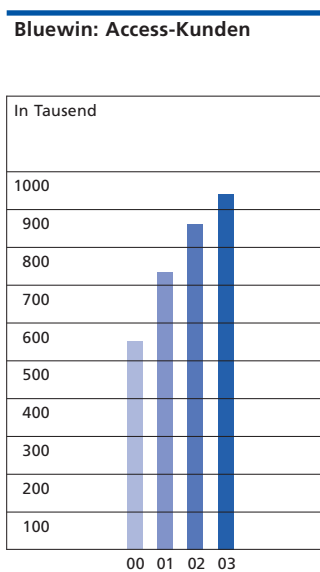
Kundenkontakt per Telefon, E-Mail und per Brief

Der Kundendienst von Swisscom Fixnet wandelt sich seit Anfang 2003 von einer reinen Service- zu einer Service- und Vertriebsorganisation. Zur Beratung und der Ausführung von Aufträgen, etwa von Adressänderungen, kommt neu der Verkauf: Die Mitarbeitenden in den Call Centers offerieren den Anrufenden aktiv interessante Lösungen wie zum Beispiel ADSL.

Hauptaufgabe blieb freilich die Beantwortung von jährlich rund 5,5 Millionen Anrufen. Davon erfolgten etwa drei Millionen auf die Gratisnummer 0800 800 800 (Privat- und kleinere Geschäftskunden) und je etwa eine Million Anrufe auf Nr. 175 (Störungsdienst) sowie auf den Kundendienst von Bluewin. Überdies beantworteten die Call-Center-Agenten etwa 1,5 Millionen schriftliche Anfragen (E-Mail, Fax, Brief).

Operator Services und Payphone Services

Der nationale Auskunftsdienst und die Vermittlungsdienste für Blinde und Gehörlose gehören zum Grundversorgungsauftrag. Zusätzlich bieten die Operator Services von Swisscom Fixnet auch Konferenzgespräche und Call-Center-Dienste für Dritte, etwa die Bundesverwaltung, an. Die



Gesamtnachfrage nach den Auskunftsdiensten ging wie im Vorjahr um rund zehn Prozent zurück, Swisscom Fixnet konnte aber ihren Marktanteil weiter behaupten. Nach Einführung des Lotsendienstes, einer einfachen Möglichkeit, sich an einen gewünschten Ort führen zu lassen, werden 2004 weitere operatorgestützte Informationsdienste lanciert.

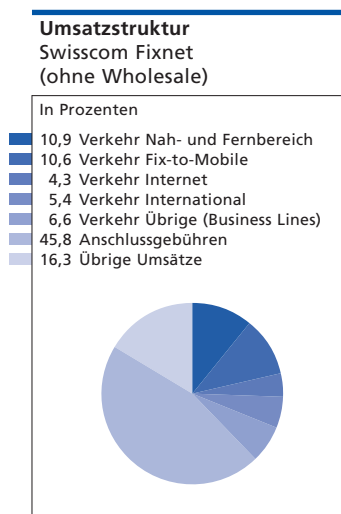
Swisscom Fixnet betreibt gegen 8600 öffentliche Telefonkabinen. Davon sind knapp 60 Prozent Bestandteil der Grundversorgung. Dem Kundenbedürfnis entsprechend werden wieder vermehrt Kombi-Geräte für Karten und Münzen eingesetzt. Sämtliche Kombi-Geräte akzeptieren auch Euro-Münzen. Zusätzlich stehen bei privaten Publifonbetreibern (zum Beispiel Hotels, Restaurants, Firmen) rund 26 000 Karten- und Münzgeräte im Einsatz. Diese Geräte sind vermietet oder verkauft.

Bluewin setzt sich als Marktführerin im Breitbandbereich durch

Mit rund 670 000 Dial-up-Kunden (mit Wähl-Modems) und über 270 000 Kunden mit Breitbandzugang ist Bluewin weiterhin der mit Abstand führende Internet-Service-Provider der Schweiz. Im Internetzugangsgeschäft verblieb der Marktanteil bei 49 Prozent, in der Breitbandkommunikation konnte er gesteigert werden. Dank einer intensiven und innovativen Marketing- und Akquisitionsstrategie, die unter anderem auch WLAN- Kombi-Angebote mit Swisscom Mobile enthielt, konnte die Zahl der Breitbandanschlüsse innerhalb eines Jahres um 151 Prozent gesteigert werden. 2003 verbrachten die Dial-up-Kunden 4,7 Milliarden Minuten im Netz, die Pageviews stiegen von 1,13 Milliarden auf 1,3 Milliarden.

Um der raschen Verbreitung beim Breitband-Internetzugang Rechnung zu tragen, konzentriert sich Bluewin künftig verstärkt auf kundenbezogene Servicepakete, so beispielsweise die Lancierung von Security Packages, E-Mail-Diensten sowie Breitbandinhalten und -diensten. 2003 wurde eine Plattform für PC-Spiele sowie eine Video- und Voicechat-Lösung eingeführt.

In Zusammenarbeit mit Microsoft übernimmt Bluewin im Sommer 2004 eine weitere Vorreiterrolle mit der Durchführung eines dreimonatigen TV-Versuchs, bei welchem Kunden über eine Settop-Box per ADSL Inhalte auf ihr Fernsehgerät übertragen können.



Swisscom Directories – die Quelle der Adressdaten

Swisscom Directories AG bereitet mit ihren 280 Mitarbeitenden die Daten der Telefonkunden auf und verlegt gedruckte und elektronische Verzeichnisse. Diese enthalten insgesamt über sechs Millionen Privat- und Geschäftseinträge. Im Berichtsjahr brachte die 51-Prozent-Tochter von Swisscom Fixnet mehrere neue Produkte auf den Markt: unter anderen die Directories CD, das Directories ETV Addressbook und ETV Access sowie ein Produktverzeichnis unter www.gelbeseiten.ch. Im Sommer lancierte Swisscom Directories ihr neues Internetportal www.directories.ch.

Die Telefonbücher sind weiterhin der grösste Umsatzträger des Unternehmens. Erfreulich entwickelten sich ebenfalls die Online-Produkte und die Online-Werbung. In den werbefinanzierten Internet-Verzeichnissen liegt viel Potenzial: www.gelbeseiten.ch und www.weisseseiten.ch gehören zu den meist besuchten Websites der Schweiz.

cablex AG – auf dem Weg zum Markt

Die cablex AG, die 2001 gegründete 100-Prozent-Tochtergesellschaft von Swisscom Fixnet, baut und unterhält die Leitungsnetze von Swisscom. Das zweite Geschäftsjahr von cablex AG war stark geprägt von Restrukturierungsmassnahmen. Sie tragen den spezifischen Gegebenheiten im Netzbau Rechnung und sind ein wichtiger Schritt für das Unternehmen auf seinem Weg zur Marktfähigkeit.

Telecom FL verkauft

Im Berichtsjahr hat Swisscom Fixnet ihre Tochtergesellschaft Telecom FL an die Liechtenstein TeleNet (LTN) AG veräussert. Das Mobilfunkgeschäft wurde aus der Telecom FL herausgelöst und inklusive Lizenz an den bisherigen Partner Swisscom Mobile AG übertragen. Auf Vertragsbasis erbringt Swisscom Fixnet auch künftig Dienstleistungen für die Liechtenstein TeleNet (LTN) AG.

Ausblick

Die Steigerung der Kundenzufriedenheit hat auch 2004 hohe Priorität. Bei den telefonischen Anlaufstellen und den Swisscom Shops sind weitere Verbesserungen vorgesehen, um ihre Effizienz zu erhöhen und die Ausrichtung auf den Kunden noch konsequenter zu gestalten. Weiteres Wachstum mit ADSL im Breitbandbereich sichert die Zukunft für das Festnetz. Das Pilotprojekt TV über ADSL wird Aufschluss über Akzeptanz und Anwenderfreundlichkeit der neuen Dienstleistung geben.

Swisscom Mobile – Umsatz und Kundenzahl erneut gesteigert

Swisscom Mobile legte 2003 in einem hart umkämpften Markt weiter zu: Die Zahl der Kunden stieg um 191 125 auf 3,8 Millionen. 2418 Mitarbeitende erwirtschafteten einen Umsatz von 4,1 Mia. CHF (+0,7 Prozent) – das operative Betriebsergebnis (EBITDA) belief sich auf CHF 2 Mia. (+0,5 Prozent). Zwei Drittel aller Schweizer Mobilfunkteilnehmer sind Kunden von Swisscom Mobile.

Swisscom Mobile	2002	2003
Nettoumsatz ¹⁾	4 112	4 140
EBITDA ²⁾	1 974	1 984
Anzahl Kunden	3 604 875	3 796 000
Anzahl Mitarbeitende	2 358	2 418

¹⁾ In Millionen Franken

²⁾ Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen, in Millionen Franken

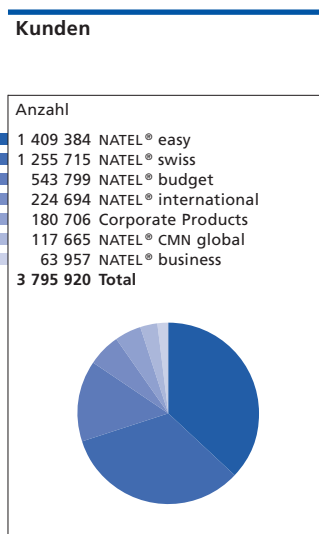
GSM (Global System for Mobile Communications) ist ein digitaler Mobilfunk-Standard. GSM ermöglicht neben der Sprach- und Datenübertragung auch Dienste wie SMS und Verbindungen vom und ins Ausland (internationales Roaming).

GPRS (General Packet Radio Services) vergrössert die Übertragungsraten in GSM-Mobilfunk-Netzen stark. Mit GPRS lassen sich derzeit Übertragungsgeschwindigkeiten von 30–40 Kbit/s erreichen. GPRS ist ideal für WAP-Services, Unterhaltungsangebote sowie für den E-Mailverkehr. GPRS-Verbindungen werden nicht nach Verbindungsdauer, sondern nach Datenvolumen verrechnet.

Der Mobilfunkmarkt wächst nach wie vor – trotz deutlichen Anzeichen einer Sättigung. Namentlich in der Datenübertragung und im Segment der Geschäftskunden eröffnen sich neue Wachstumschancen. Die Nachfrage nach Datendiensten nahm markant zu: Die Zahl der versandten SMS stieg 2003 um 11,9 Prozent auf 1,8 Milliarden. Allein zum Jahreswechsel 2003/2004 versandten die Kunden von Swisscom Mobile 32 Millionen SMS. Dass die attraktiven Datendienste geschätzt werden, zeigt auch der Erfolg des Multi-Media-Portals Vodafone live!, das Swisscom Mobile im November 2003 eingeführt hat. Mit ihrer Innovationskraft verfügt Swisscom Mobile über einen wichtigen Trumpf im Kampf um Marktanteile. So präsentierte die Marktleaderin im Herbst 2003 an der ITU Telecom World in Genf eine Weltpremiere: Seamless Handover – der unterbruchfreie Wechsel – zwischen WLAN, UMTS und GPRS.

Hohe Kundenzufriedenheit, tiefe Wechselrate

2003 konnte Swisscom Mobile nochmals 191 125 Kunden hinzu gewinnen. Zudem gelang es, die Zahl jener Teilnehmer, die zu einem Mitbewerber wechseln, auf sehr tiefem Niveau zu halten. Dies ist auf das attraktive Produkteportfolio, den guten Kundenservice und die Leaderrolle von Swisscom Mobile bei der Einführung neuer Technologien zurückzuführen. In den regelmässig durchgeführten Umfragen zur Kundenzufriedenheit erzielte Swisscom Mobile deutlich höhere Werte als ihre Mitbewerber. Ende 2003 betrug die Kundenzahl von Swisscom Mobile 3,8 Millionen – davon 2,4 Millionen Postpaid- und 1,4 Millionen Prepaid-Kunden. Der durchschnittliche Umsatz pro Kunde ging um 4,7 Prozent auf CHF 81 pro Monat zurück – eine Folge des Preiskampfs im Segment der Geschäftskunden sowie der von Privatkunden gut genutzten Möglichkeit, auf preisgünstigere Abonnemente von Swisscom Mobile zu wechseln. Swisscom Mobile hat sich auf die veränderte Marktlage eingestellt und seit Ende 2003 die Werbeanstrengungen zur vermehrten Nutzung von Sprachtelefonie und SMS verstärkt.



PWLAN (Public Wireless Local Area Network) umfasst mehrere drahtlose Übertragungstechniken und Verfahren zum Datenzugriff. Voraussetzung für die Nutzer sind ein Laptop oder Pocket PC, eine WLAN-Karte sowie ein Zugang über Swisscom Mobile in der Schweiz oder Swisscom Eurospot in Westeuropa. Die Übertragungskapazität beträgt bis zu 2 Mbit/s. Da eine separate, handelsübliche WLAN-Karte verwendet wird, entfällt das Verbinden des Laptops mit dem Mobiltelefon.

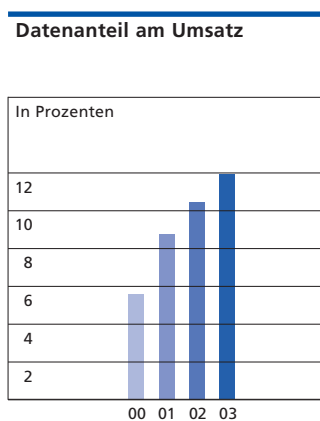
Ausgezeichnete Netzabdeckung

Die Netzqualität ist eine der Stärken von Swisscom Mobile. Basis des wirtschaftlichen Erfolgs ist das nahezu flächendeckende GSM-Netz. Eine im Frühjahr 2003 vom Bundesamt für Kommunikation veröffentlichte Studie zeigt grosse Unterschiede bei der Flächenversorgung. Swisscom Mobile nimmt dort klar den ersten Platz ein. Die digitalen Mobilfunkstandards GSM und GPRS bilden zusammen mit der neuen Breitbandtechnik den Technologie-Mix, auf dessen Grundlage die Schweizer Wirtschaft und Bevölkerung von immer hochwertigeren Schmal- und Breitbanddiensten profitieren können.

Public Wireless LAN (PWLAN), das Netz für den mobilen und schnellen Zugang zu Internet und E-Mail-Diensten, wurde im Berichtsjahr erheblich ausgebaut. Ende 2003 bestand das PWLAN aus über 350 Standorten, so genannten Hotspots; darunter strategisch wichtige wie die Messe Genf und die Flughäfen Zürich und Genf. Der Ausbau des UMTS-Netzes – ein weiterer Bestandteil des Technologie-Mixes – verläuft planmässig. Im Mai 2003 deckte das UMTS-Netz von Swisscom Mobile bereits über 50 Prozent der Schweizer Bevölkerung ab. Als erster Schweizer Anbieter zeigte Swisscom Mobile im Mai Live-Anwendungen via UMTS. Ausgewählte Kunden und Mitarbeitende nutzen UMTS seit Mitte 2003 versuchsweise. Der kommerzielle Betrieb startet im Verlauf von 2004. Der neue Mobilfunkstandard wird vor allem für Messaging, Mobile Intranet Access und Video-Dienste eine Rolle spielen. GSM und GPRS werden noch über Jahre parallel für die flächendeckende Versorgung und als ideale Technologien für den Sprachverkehr in Betrieb bleiben.

Seamless Handover – unterbruchfreier Wechsel zwischen den Netzen

Ob E-Mails, Kontakte, Termine, Firmenanwendungen oder Info- und Entertainment: Je länger je mehr wollen die Kunden mobil und breitbandig auf Anwendungen zugreifen, die heute nur am stationären Arbeitsplatz genutzt werden können. Der mobile Breitbandzugang wird von Swisscom Mobile bereits 2004 realisiert. Voraussetzungen dafür sind leistungsfähige Breitbandnetze wie UMTS und PWLAN, PC-Karten, die diese Technologien unterstützen, und der unterbruchfreie Wechsel zwischen den Netzen – ein so genanntes Seamless Handover. Mit einer eigens dafür entwickelten Software präsentierte Swisscom Mobile im Oktober an der ITU Telecom World 2003 in Genf weltweit erstmalig ein sicheres Handover zwischen PWLAN und UMTS. Eine Kombi-PC-Karte für GPRS, UMTS und WLAN wird 2004 ebenso zur Verfügung stehen wie die notwendige Software.



UMTS (Universal Mobile Telecommunications System) ist eine Weiterentwicklung von GSM. UMTS versorgt komplementär zu GSM und Public Wireless LAN die Ballungsgebiete in der Schweiz. Die Datenübertragungen erreichen Geschwindigkeiten von bis zu 384 Kbit/s, was zum Beispiel die Übermittlung von kurzen Videos ermöglicht.

MMS (Multimedia Messaging Service) ist ein SMS mit Bild und Ton. Während ein SMS auf 160 Textzeichen begrenzt ist, kann ein MMS aus einem beliebig langen Text sowie Tönen und Bildern bestehen.

Nebst den technischen Komponenten bedarf es für den Erfolg des mobilen Breitbandzugangs auch angemessener, einheitlicher Preise. Swisscom Mobile rechnet damit, dass die verbreitete Nutzung und Akzeptanz von Datenanwendungen im Massenmarkt zu einer Harmonisierung der Preismodelle für GPRS, UMTS und WLAN führen wird.

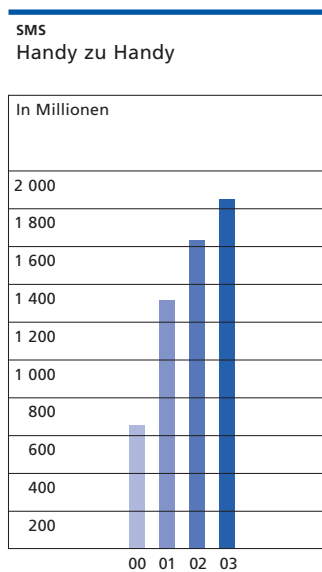
Vodafone live! – bunt und benutzerfreundlich

Aufbauend auf der Vodafone-Technologie hat Swisscom Mobile das Produkt Vodafone live! weiterentwickelt und im November auf den Schweizer Markt gebracht. Vodafone live! ist die farbige, interaktive Multimediawelt fürs Mobiltelefon: Spielkonsole, Fotoapparat und -album, Unterhaltungs- und Informationszentrale in einem Gerät. Ende Jahr zählte das Portal rund 50 000 Kunden. Dies entspricht 2,1 Prozent der Vertragskunden (Postpaid). Seit anfangs März 2004 können auch Prepaid-Kunden Vodafone live! nutzen. Ab Herbst 2004 stehen UMTS-Anwendungen, zum Beispiel Video-Übertragungen, zur Verfügung. Der Erfolg von Vodafone live! liegt in Endgeräten der Spitzenklasse, kombiniert mit einer einfachen Benutzerführung.

Vodafone Plc ist mit 25 Prozent am Aktienkapital von Swisscom Mobile beteiligt. Die Verwendung von Vodafone-Produkten ist einer der vielen Vorteile der strategischen Partnerschaft mit der Welt grösstem Mobilfunkanbieter. Ausserdem profitiert Swisscom Mobile von beträchtlichen Skaleneffekten in der Beschaffung von Infrastruktur-Leistungen und Endgeräten sowie bei der Terminierung von internationalen Gesprächen.

Die Nachfrage nach mobilen Datenlösungen steigt

Der Trend zur Nutzung mobiler Dienste setzt sich fort. Für die Arbeit unterwegs bietet Swisscom Mobile Produkte und Leistungen an, die auf die verschiedenen Nutzergruppen zugeschnitten sind. Insbesondere Unternehmen mit ausgeprägtem Aussendienst disponieren ihre Mitarbeitenden zunehmend mit Hilfe mobiler Datenkommunikation, basierend auf Anwendungen wie zum Beispiel Corporate Office



Access. Die Lösung ermöglicht eine sichere GPRS-Verbindung auf das eigene Netzwerk und somit die Nutzung firmeneigener Applikationen, zum Beispiel für Logistik, Service und Vertrieb. «Always on», also jederzeit via GPRS mit dem Mailserver verbunden, sind die Anwender von BlackBerry®. Seit Juni steht Geschäftskunden von Swisscom Mobile diese Lösung zur Verfügung.

2003 nutzten Geschäfts- und Privatkunden die GPRS-basierten Anwendungen deutlich mehr als im Vorjahr. Seit November ist GPRS auch für Prepaid-Produkte verfügbar. Damit können Prepaid-Kunden unter anderem MMS übertragen und auf verschiedene weitere mobile Datendienste erheblich schneller zugreifen. Diese neuen Dienste erfreuen sich sehr hoher Wachstumsraten.

Ausblick

Swisscom Mobile will auch 2004 ihre Marktführerschaft halten. Das Unternehmen setzt dabei auf hohe Qualität und ausserordentliche Innovationskraft. Es gilt, den Marktanteil zu verteidigen. Durch eine breite Offensive mit neuen Produkten und Massnahmen zur Verkaufsförderung für das bestehende Voice- und SMS-Geschäft soll der Umsatz weiter gesteigert werden. Wichtige Meilensteine sind die Einführung eines mobilen breitbandigen Remote-Access-Produkts für Laptop-Nutzer und eines Video Releases von Vodafone live! für Privatkunden. Ein besonderes Augenmerk wird Swisscom Mobile wiederum auf die Kundenzufriedenheit richten.

Swisscom Enterprise Solutions – Lösungen aus einer Hand

Bei Swisscom Enterprise Solutions war das Berichtsjahr geprägt von der schwachen Konjunktur der Schweizer Wirtschaft und vom anhaltenden Preisdruck. Der Umsatz ging um 9,9 Prozent auf CHF 1371 Mio. zurück. Dank erfolgreicher Sparanstrengungen und der Optimierung von Geschäftsprozessen konnte das operative Betriebsergebnis (EBITDA) dennoch auf CHF 134 Mio. (+38,1 Prozent) gesteigert werden. Seit Anfang 2004 konzentriert sich Swisscom Enterprise Solutions auf ihr Kerngeschäft, die Betreuung von rund 4000 Geschäftskunden mit anspruchsvollen Kommunikationsbedürfnissen. Dies wird es dem Unternehmen erlauben, seine Position als Lösungsanbieter im Markt weiter auszubauen.

Enterprise Solutions	2002	2003
Nettoumsatz ¹⁾	1 522	1 371
EBITDA ²⁾	97	134
Anzahl Mitarbeitende	1 410	1 117

¹⁾ In Millionen Franken

²⁾ Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen, in Millionen Franken

Kerngeschäft von Swisscom Enterprise Solutions ist das Management von Kommunikationsinfrastrukturen sowie die Planung, der Bau und der Betrieb von umfassenden Kommunikationslösungen für Geschäftskunden in der Schweiz. Die Neuausrichtung von Swisscom Enterprise Solutions und die Optimierung der Geschäftsprozesse war mit dem Abbau von über 250 Stellen verbunden. Das Unternehmen mit seinen 1117 Mitarbeitenden an 15 Standorten bietet Internet-, Sprach- und Datenkommunikationsleistungen an und führt diese zu integrierten Kundenlösungen zusammen. Mit dieser Ausrichtung trägt Swisscom Enterprise Solutions dem Bedürfnis nach nahtloser Prozessintegration (wie zum Beispiel bei Call Centers) und der Konvergenz im Bereich Internet Protokoll (IP) Rechnung.

Konzentration auf das Lösungsgeschäft

Geschäftskunden erwarten von ihrem Telekommunikationspartner individuelle Komplettlösungen aus einer Hand, die Verbindung ihrer Standorte, Mobilität, Prozess- bzw. Kostenoptimierung sowie Netz- und Übertragungssicherheit. Namentlich das Bedürfnis nach sicheren Kommunikationsinfrastrukturen ist weiter gestiegen. Dieser Trend dürfte auch in den nächsten Jahren anhalten.

Swisscom Enterprise Solutions hat die notwendigen Schritte eingeleitet, um sich auf das veränderte Marktumfeld optimal einzustellen. Die Konzentration auf kundenorientierte, auf der Konvergenz von Informatik und Telekommunikation basierende Lösungen sowie intensive Schulungsmassnahmen im Bereich der Kundenbetreuung haben die Position des Unternehmens gestärkt. So ist Swisscom Enterprise Solutions heute in der Lage, Kunden von der Bedürfnisanalyse bis zur Realisation einer neuen Kommunikationslösung zu unterstützen.

2003 im Überblick
Swisscom Fixnet
Swisscom Mobile
Enterprise Solutions
debitel
Weitere Geschäfte
Kunden
Umwelt
Mitarbeitende
Aktionäre
Gesellschaft

Auch im vergangenen Jahr hat Swisscom Enterprise Solutions zahlreiche Projekte erfolgreich realisiert. Stellvertretend sei hier die Netzlösung von Renault und Nissan Suisse SA nach ihrer Fusion erwähnt: Aufgabenstellung war die Integration des Händlernetzes der Nissan-Gruppe in das bestehende Netz von Renault. Die Kundenlösung vernetzt 480 Renault/Nissan-Vertragspartner, präzise abgestimmt auf die unterschiedlichen Bedürfnisse der grossen und kleinen Garagen. Dabei legte der Kunde besonderen Wert darauf, dass Swisscom Enterprise Solutions im Betrieb alle Sicherheitsaspekte berücksichtigt.

Innovation und Kundenzufriedenheit sind entscheidende Grundvoraussetzungen, um mit Telekom-Lösungen für Geschäftskunden erfolgreich zu sein. Dass sich Swisscom Enterprise Solutions hier auf dem richtigen Weg befindet, zeigen die Resultate der Kundenzufriedenheitsmessung: Mit einem Wert von 7,63 von 10,0 weist das Unternehmen sowohl absolut als auch im Branchenvergleich eine gute Kundenzufriedenheit auf.

[Optimierung wird auch 2004 fortgesetzt](#)

2003 haben Swisscom Enterprise Solutions und Swisscom Fixnet ihre Kundensegmente detailliert analysiert und anschliessend nach den Kundenbedürfnissen aufgeteilt. Seit Anfang 2004 richtet sich Swisscom Enterprise Solutions auf Kunden mit komplexen, lösungsorientierten Telekom-Bedürfnissen aus – das sind rund 4000 Schweizer Grossfirmen –, während Swisscom Fixnet alle standardisierten Telekom-Produkte für den Privat- und Geschäftskundenmarkt anbietet. Um die nahtlose Betreuung der rund 46 000 zu Swisscom Fixnet wechselnden Kunden sicherzustellen, traten auf den gleichen Zeitpunkt über 100 Mitarbeitende von Swisscom Enterprise Solutions zu Swisscom Fixnet über. Die neue Segmentierung erlaubt es beiden Unternehmen, sich noch stärker auf ihr Kerngeschäft und damit auf die Bedürfnisse ihrer Kunden auszurichten.

Gulliver im Land der Riesen – in Brobdingnag ist er plötzlich ein Zwerg. Auch Swisscom ist da und dort ein Winzling. Zum Beispiel im internationalen Vergleich. Oder gegenüber starken ausländischen Muttergesellschaften von Mitbewerbern im nationalen Telekom-Geschäft.

«Ich geriet auf eine **H**auptstrasse, jedenfalls hielt ich sie dafür, obgleich sie den Bewohnern nur als Fußpfad diente. Darauf ging ich eine Zeitlang weiter, konnte aber wenig auf beiden Seiten sehen, da es auf die Erntezeit zuging und das Getreide wenigstens dreizehn Meter hoch stand.»

debitel – an der Schnittstelle zwischen Netzbetreibern, Handel und Endkunden

debitel erzielte 2003 einen Umsatz von CHF 4,6 Mia. und ein operatives Ergebnis (EBIDTA) von CHF 137 Mio. Das Unternehmen investierte verstärkt ins Postpaid-Segment (Vertragskunden), was vorab im deutschen Mobilfunkmarkt zu Erfolgen bei der Gewinnung neuer und der Bindung bestehender Kunden führte.

debitel	2002	2003
Nettoumsatz ¹⁾	4 111	4 555
EBIDTA ²⁾	159	137
Anzahl Kunden	10 061 000	10 344 295
Anzahl Mitarbeitende	3 299	3 123

¹⁾ In Millionen Franken

²⁾ Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen, in Millionen Franken

Nach dem explosiven Wachstum der vergangenen Jahre trat 2003 im deutschen Mobilfunkmarkt eine gewisse Sättigung ein. Ende 2003 betrug die Marktdurchdringung rund 78 Prozent. Diese Entwicklung versetzt die Anbieter in eine neue Situation: Stand in der Vergangenheit das Gewinnen möglichst vieler Neukunden im Mittelpunkt, wird es künftig immer mehr darum gehen, bestehende Kunden mit hochwertigen Diensten und Leistungen und einer hervorragenden Betreuung ans Unternehmen zu binden.

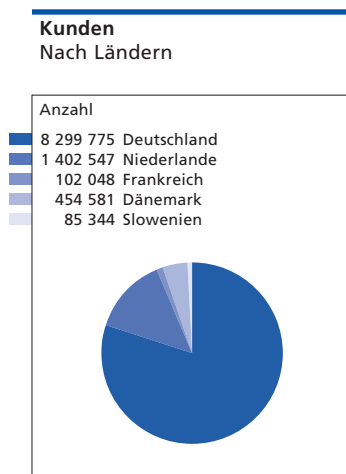
debitel als enhanced Service Provider

debitel verfolgt das Geschäftsmodell des enhanced Service Providers (ESP): Die Kunden erhalten bei debitel die breite Palette der Netzbetreiber-spezifischen Angebote aus Mobilfunk, Festnetz und Internet aus einer Hand. Darüber hinaus bietet debitel als netzunabhängige Anbieterin netzübergreifende Produkte und Dienste an.

Acht Millionen Kunden im deutschen Markt

Im Oktober 2003 erreichte debitel in Deutschland die Schwelle von acht Millionen Teilnehmern. Insgesamt konnten dort 2003 rund 571 000 Kunden hinzugewonnen werden, davon 522 000 im attraktiveren Postpaid-Segment (Vertragskunden). Die Qualität des Kundenstamms wurde so deutlich verbessert.

debitel verfolgt die Werthaltigkeit ihrer Aktivitäten. Aus diesem Grund unterbreitet das Unternehmen jenen Kunden, die über die Laufzeit ihres Vertrags für debitel rentabel sind, ein attraktives Angebot zur Vertragsverlängerung. Knapp 600 000 bestehende Kunden haben im Berichtsjahr von dieser Offerte Gebrauch gemacht.



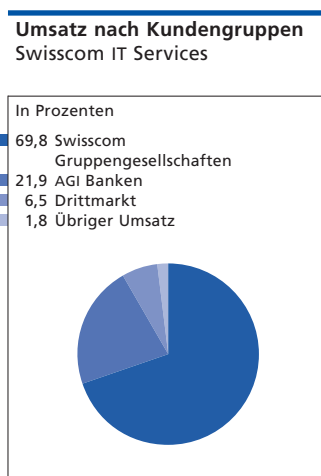
Weitere wichtige Geschäfte

Swisscom Systems – der Service-Spezialist für Telekom-Lösungen

Als Schweizer Marktführerin für traditionelle und IP-basierte Sprachkommunikationssysteme bietet Swisscom Systems mittleren und grossen Unternehmen kundenspezifische Gesamtlösungen an. Die Stärken von Swisscom Systems sind die schweizweite Service-Organisation, das umfassende Know-how in Beratung, Design und Realisierung von Telekom-Lösungen und das breite Produkteportfolio.

Das Jahr 2003 war für Swisscom Systems geprägt von einer tiefgreifenden Restrukturierung – eine Folge der schwierigen Marktbedingungen. Das Geschäftsmodell von Swisscom Systems gliedert sich nun in ein Massen- und ein Lösungsgeschäft. Dies erlaubt, gezielt auf die unterschiedlichen Bedürfnisse der über 100 000 Kunden einzugehen. Sämtliche Prozesse wurden effektiver gestaltet und streng auf den Kundennutzen ausgerichtet. Zudem erforderte die Umgestaltung des Unternehmens einen Abbau von über 450 Stellen, die Konzentration von 39 auf 14 Standorte und damit verbunden eine Reduktion der benutzten Bürofläche um 60 Prozent. Ende 2003 waren 1057 Mitarbeitende bei Swisscom Systems beschäftigt.

Im Berichtsjahr erwirtschaftete Swisscom Systems einen Umsatz von CHF 345 Mio. (–15 Prozent). Alle Bestrebungen, die Profitabilität des Unternehmens längerfristig sicherzustellen, werden mit Nachdruck weitergeführt. Nach erfolgter Restrukturierung ist das Unternehmen jetzt in der Lage, flexibel auf den Technologiewandel und sich ändernde Kundenbedürfnisse einzugehen. Die Kunden legen immer mehr Wert auf kompetenten Service aus einer Hand; die Produkte selbst rücken dabei zunehmend in den Hintergrund. Swisscom Systems weitet deshalb die Kernkompetenzen im Service in angrenzende Märkte wie LAN-Services aus. Damit verstärkt das Unternehmen seine Position als Service-Spezialist im schweizerischen Telekom-Markt nachhaltig.



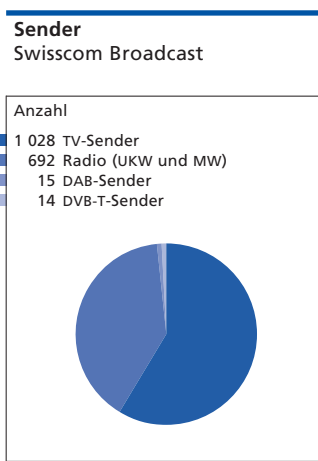
Swisscom IT Services – Neuausrichtung

Swisscom IT Services, Anfang 2002 aus dem Zusammenschluss der AGI IT Services mit der Swisscom IT entstanden, hat sich auch im zweiten Geschäftsjahr als verlässliche Informatik-Dienstleisterin bewiesen. Das Unternehmen mit seinen 2268 Mitarbeitenden ist spezialisiert auf die Erstellung, die Integration und den Betrieb komplexer, auf die Verarbeitung grosser Datenmengen ausgerichteter Informatiksysteme. Der Kundenstamm von Swisscom IT Services setzt sich aus drei Segmenten zusammen: den Gruppengesellschaften der Swisscom AG, acht Kantonalbanken, die über die AGI Holding AG an Swisscom IT Services eine Minderheitsbeteiligung halten, und weiteren Unternehmen in der Schweiz. 2003 erzielte Swisscom IT Services einen Umsatz von CHF 755 Mio. (-9,5 Prozent), wovon CHF 165 Mio. mit den AGI-Kunden. Der Umsatz mit Drittkunden konnte um 26 Prozent auf CHF 48,8 Mio. gesteigert werden. Insgesamt vermochte der Erfolg im Drittmarktgeschäft die sinkenden Umsätze mit den Aktionären jedoch nicht zu kompensieren.

Mit der Weiterentwicklung des Handelsplatzes Conextrade durch die erste mehrwertsteuerfähige elektronische Verrechnungslösung in der Schweiz hat Swisscom IT Services einen innovativen Schritt in Richtung papierlose Rechnungsstellung getan. Auch für Banken hat das Unternehmen erfolgreich Projekte durchgeführt, so die Erneuerung und den Betrieb der dezentralen IT-Infrastruktur bei der Luzerner Kantonalbank sowie die Migration und Auslagerung der dezentralen Informatik für die Freiburger Kantonalbank. Im November hat Swisscom IT Services bei der Appenzeller Kantonalbank die erste mandantenfähige Wertschriften-Software GEOS in Betrieb genommen. Sie erlaubt den Banken künftig eine automatisierte und kostengünstige Abwicklung ihrer Wertschriftengeschäfte. Swisscom IT Services hat auch im Gesundheitswesen Fuss gefasst: Für die CSS Versicherung übernimmt sie den Betrieb des Grossrechners (Hosting) sowie die Speicherleistungen (Storage). Für die Bundeskanzlei hat Swisscom IT Services die Basis für den Betrieb des elektronischen Behördenschalters www.ch.ch geschaffen.

Swisscom IT Services ist derzeit in einem schwierigen Markt tätig: Die IT-Preise sind in den letzten fünf Jahren infolge des starken Wettbewerbs um rund ein Drittel gefallen; die Konjunktur kränkelt. Dies zwang das Unternehmen, die Kosten massiv zu senken und die Stellenzahl anzupassen. Per 1. Januar 2004 positioniert sich Swisscom IT Services neu und konzentriert sich auf die Branchen Telekommunikation und

Die Krabbe ist
in ihrem Loch
ein grosser Herr.



DVB-T (Digital Video Broadcasting – Terrestrial): Übertragung von digitalen Mehrwertdiensten über Antenne (terrestrisch) – heute der Standard für die Übertragung von digitalem Fernsehen für Haushalte ohne Kabelanschluss oder für Personen unterwegs. Damit erhalten auch sie eine breitere Programmpalette.

DVB-C (Digital Video Broadcasting – Cable): Neben der digitalen Übertragung von Fernseh- bzw. Videosignalen stellt DVB-C weitere Dienste bereit. Zum einen können parallel zum Fernsehsignal auch Radiosender übertragen werden, sowie interaktive Dienste und Anwendungen.

Finanzdienste, ausserdem auf das Gesundheitswesen und die öffentliche Verwaltung. Bestehende Kunden ausserhalb dieser Branchen betreut Swisscom IT Services weiter. Im Zentrum der Neuausrichtung stehen Kundenorientierung, Effizienz, Branchenkompetenz und die Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit.

Swisscom Broadcast – zuverlässig, sicher und flächendeckend

Kerngeschäft von Swisscom Broadcast ist die Übertragung von Radio- und Fernsehsignalen. 240 Mitarbeitende sorgen dafür, dass die moderne Rundfunkinfrastruktur ohne Unterbruch zur Verfügung steht. Kunden sind insbesondere die SRG SSR idée suisse, lokale Radio- und TV-Stationen, Mobilfunkanbieter und «Blaulichtorganisationen». Das Netz von Swisscom Broadcast umfasst über 500 Sendestandorte in allen Regionen der Schweiz. 2003 erwirtschaftete Swisscom Broadcast einen Umsatz von CHF 149 Mio. Im Auftrag der SRG SSR idée suisse hat Swisscom Broadcast im Berichtsjahr das Tessin als erste grössere Region mit digitalem Fernsehen (DVB-T) erschlossen. Seit August werden zwischen Chiasso und Airolo von zwölf Standorten aus die vier Fernsehprogramme TSI 1, TSI 2, TSR 1 und SF 1 digital ausgestrahlt. Es ist geplant, 2004 weitere Landesteile mit DVB-T zu erschliessen. Die Digitalisierung der terrestrischen Versorgung garantiert dem TV-Nutzer eine bessere Ton- und Bildqualität, eine grössere Programmviefalt und zusätzliche Dienstleistungen durch Drittanbieter, so zum Beispiel Pay-TV-Programme oder elektronische Programmführer.

Ein weiterer Meilenstein auf dem Weg in die digitale Zukunft wird das digitale Fernsehen über Kabel (DVB-C) sein. Ab Frühjahr 2004 wird sich Swisscom Broadcast als Partnerin der Kabelnetzunternehmen positionieren, damit diese ihren Endkunden selbst Leistungen anbieten können. Das digitale Radio (Digital Audio Broadcast) dürfte ab 2005 schweizweit ausgebaut werden.

Nebst der digitalen steht dem Rundfunksektor aber eventuell auch eine regulierte Zukunft bevor. 2004 wird der Entwurf zur Revision des Radio- und Fernsehgesetzes (RTVG) im Parlament beraten. Der Entwurf sieht unter anderem vor, dass Anbieter von Fernmeldediensten – zum Beispiel Swisscom Broadcast - für die Verbreitung von Service-Public-Programmen keine marktgerechten, sondern nur noch kostenbasierte Preise verlangen dürfen. Swisscom Broadcast lehnt eine solche Quersubventionierung der konzessionierten Rundfunkveranstalter durch die Telekom-Anbieter ab. Sie ist nicht verursachergerecht.

DAB (Digital Audio Broadcasting)

Digitales Radio ist mittelfristig die digitale Ergänzung zum analogen FM-UKW-System. Das terrestrische Digitalradio behebt die Frequenzknappheit des bestehenden UKW-Systems und verbessert speziell auch die Qualität des mobilen Radioempfangs. Zudem ist es ein konvergentes System, das die Übertragung von Rundfunkprogrammen, Texten, Bildern und reinen Datendiensten aller Art erlaubt.

Billag AG – zwölf Millionen Rechnungen an drei Millionen Haushalte

Die Verrechnung von Leistungen Dritter, das sogenannte Third-Party-Billing, ist die Hauptaufgabe der Billag AG. Die Dienstleistung umfasst Rechnungsstellung, Inkasso, Mahnungen, Betreibungen, Cash Management und Kundenbetreuung. 2003 erzielte Billag mit ihren rund 139 Mitarbeitenden CHF 52 Mio. Umsatz. Das Inkassovolumen betrug CHF 1,2 Mia. Dabei verschickte Billag rund zwölf Millionen Rechnungen an rund drei Millionen Haushalte. Hauptkunde ist der Bund, in dessen Auftrag die Billag AG die Radio- und Fernsehgebühren einkassiert.

Das im Billing-Bereich erworbene Know-how bietet Billag auch weiteren Organisationen und privaten Unternehmen an. Im Geschäftsjahr hat das Unternehmen entschieden, in den Branchen Gesundheitswesen, öffentliche Verwaltung sowie bei Verbänden und Organisationen neue Geschäftsfelder aufzubauen.

Im Dezember erwarb Billag die T-Systems Card Services AG. Das Unternehmen ist im Bereich der Kundenbindung auf der Basis von Kundenkarten tätig. Es beschäftigt 137 Mitarbeitende und fakturiert einen Kartenumsatz von CHF 2 Mia. Die Kundensegmente von Billag und T-Systems Card Services ergänzen sich in idealer Weise. Dank ähnlicher Verarbeitungsprozesse können Synergien genutzt werden. Mit der Übernahme von T-Systems Card Services wird Billag zum führenden Schweizer Unternehmen in der Leistungsverrechnung für Dritte.

Swisscom Eurospot

Swisscom Eurospot errichtet und betreibt europaweit (ausserhalb der Schweiz) drahtlose lokale Netzwerke (WLAN) an publikumsintensiven Standorten wie Hotels, Kongresszentren, Flughäfen und Bahnhöfen. Hier können Geschäftsreisende mit ihrem Notebook, PDA usw. einfach, kabellos und breitbandig aufs Internet und ihr firmeninternes Netzwerk zugreifen. Swisscom Eurospot ermöglichte diesen Service Ende 2003 zusammen mit Roaming Partnern bereits an 1500 aktiven Standorten in über acht westeuropäischen Staaten. Damit ist die 100-Prozent-Tochter von Swisscom zur führenden paneuropäischen Anbieterin von PWLAN (Public Wireless LAN), auch Wi-Fi genannt, geworden. Für rund 1400 weitere Standorte, sogenannte Hotspots, sind Verträge unterzeichnet.

Auslandbeteiligungen

Im Berichtsjahr hat Swisscom ihr Engagement in Tschechien aufgegeben und ihre über TelSource N.V. gehaltene Minderheitsbeteiligung an Cesky Telecom veräussert. TelSource N.V., das 1995 entstandene Joint Venture der niederländischen KPN mit Swisscom, hielt 27 Prozent der Aktien an Cesky Telecom. Seit der Neuausrichtung der internationalen Strategie im Jahr 2000 wurde Cesky Telecom nur noch als Finanzbeteiligung gehalten. Zum Verkauf entschloss sich Swisscom wegen der fehlenden Synergien, der geringen Wachstumsmöglichkeiten und der bedeutenden Risiken bezüglich der zukünftigen Entwicklung von Cesky Telecom. Der Swisscom-Anteil am Verkaufserlös betrug rund CHF 500 Mio.

Infonet Services Corporation, an der Swisscom 17,7 Prozent hält, ist ein führender Anbieter von Kommunikationssystemen. In erster Linie stellt Infonet für multinationale Grossfirmen den schnellen und sicheren Datentransfer zwischen internen und externen Rechenzentren sicher. Weltweit betreut Infonet rund 3000 Kunden in 180 Ländern. 2003 erhielt Infonet Services Corporation den «World Communications Award» als bester Carrier sowie als Carrier mit dem besten Kundenservice. Zudem erreichte Infonet einige Aufmerksamkeit als Hauptsponsor des Segelteams Alinghi.

Gulliver auf der Insel der Wissenschaftler:
Vertieft widmen sich diese technischen
Studien. Swisscom betreibt zwar keine
Grundlagenforschung. Dafür aber einen
Forschungsbereich, der neue Trends und
Technologien systematisch untersucht,
erfolgsversprechende Produkte und dafür
Dienstleistungen entwickelt und dafür
sorgt, dass sich das Unternehmen in
Sachen Zuverlässigkeit, Servicequalität
und Produktinnovation technologisch
an der Weltspitze bewegt.

«Der Ort ist angefüllt mit einer großen Vielfalt
von Sextanten, Quadranten, Teleskopen, Astrolabien und weiteren astronomischen Instrumenten.
Magnet von gewaltiger Größe, der seiner Form nach einem Weberschiffchen ähnelt»
Aber die größte Kuriosität, von der das Schicksal der Insel abhängt, ist ein

Zufriedene Kunden sind die Basis unseres Erfolgs

Der langfristige Erfolg von Swisscom hängt in hohem Masse von der Kundenzufriedenheit ab. Der Grad der Zufriedenheit ergibt sich aus der Bewertung der vier Markenwerte von Swisscom – Zuverlässigkeit, Heimat, Weltgewandtheit und Respekt – durch die Kundinnen und Kunden. Diese Kernwerte definieren die Wertehaltung, die das Unternehmen seinen Kunden entgegenbringt. Seit zwei Jahren misst Swisscom in regelmässigen Abständen, wie die Kunden diese Markenwerte wahrnehmen: Die Resultate von Swisscom sind gut und liegen im Durchschnitt über den Werten der Konkurrenz. Die Kunden sind aber insgesamt kritischer geworden. Aus diesem Grund ist die Steigerung der Kundenzufriedenheit eines der wichtigsten Ziele für 2004.

Privatkunden von Swisscom Mobile, Swisscom Fixnet und den wichtigsten Mitbewerbern werden quartalsweise auf der Basis der vier Markenwerte befragt, wie zufrieden sie mit ihrem jeweiligen Telefonanbieter sind. Insgesamt blieb die Kundenzufriedenheit im Telekom-Sektor stabil. Swisscom startete mit guten Vorjahresergebnissen ins Berichtsjahr. Ende 2003 war Swisscom unverändert Spitzenreiterin bezüglich Kundenzufriedenheit; der Vorsprung auf die Konkurrenten verringerte sich aber leicht. Ähnlich verlief der Trend bei den Geschäftskunden von Swisscom Mobile und Swisscom Fixnet. Swisscom Enterprise Solutions und Swisscom Systems wiesen im Branchenvergleich eine recht hohe Kundenzufriedenheit auf; Swisscom IT Services konnte sich in einem hart umkämpften Markt im oberen Mittelfeld positionieren.

Group Client Management – der neue Ansprechpartner für Grosskunden

Als eine wichtige Massnahme zur Steigerung der Kundenzufriedenheit bei den Geschäftskunden führte Swisscom per 1. Januar 2004 das so genannte Group Client Management ein. Der neue Bereich betreut die grössten Kunden von Swisscom. Oberstes Ziel ist es, den Kunden Kommunikations- und Informatiklösungen aus einer Hand zu bieten – unabhängig davon, von welcher Gruppengesellschaft die Dienstleistung erbracht wird. Zu den Kernkompetenzen des Group Client Management gehören die vorzüglichen Kenntnisse des gesamten Produktangebotes von Swisscom und das hohe Verständnis für die Kundenanliegen.

2003 im Überblick
Swisscom Fixnet
Swisscom Mobile
Enterprise Solutions
debitel
Weitere Geschäfte
Kunden
Umwelt
Mitarbeitende
Aktionäre
Gesellschaft

Weitere Massnahmen zur verstärkten Kundenorientierung

Um die Zufriedenheit der Privatkunden zu verbessern, wurden 2003 zahlreiche Massnahmen eingeleitet oder bereits realisiert. So führte Swisscom Fixnet Anfang 2003 ein Customer Relationship Management ein, mit dem Ziel, die Kundenbeziehungen zu intensivieren, Beratung und Betreuung noch gezielter auf die Kundenbedürfnisse auszurichten und die Kundentreue dadurch zu erhöhen. In den Swisscom Shops, mit über fünf Millionen Kundenkontakten jährlich eine der wichtigsten Kontaktstellen zu den Kunden, will das Unternehmen im Jahr 2004 die Wartezeiten markant reduzieren und damit die Kundenzufriedenheit erhöhen. Dazu beitragen soll auch die Einführung der Kundencharta, welche bei der Hotline von Swisscom Mobile bereits zu messbaren Verbesserungen der Kundenzufriedenheit geführt hat.

Umweltmanagement Swisscom – Teil einer nachhaltigen Unternehmensführung

Das ökonomische, ökologische und soziale Kapital erhalten und erneuern – so lautet die Maxime von Swisscom in ihrem Nachhaltigkeitsdenken. An einer Umwelt im ökologischen Gleichgewicht hat die Gesellschaft ein vitales Interesse. Als wichtige Massnahme für ihren langfristigen Unternehmenserfolg strebt Swisscom deshalb danach, die Umweltressourcen optimal einzusetzen und dadurch ihre Ökoeffizienz stetig zu verbessern.

Die Umweltstrategie von Swisscom umfasst drei Schwerpunkte: Erstens soll Swisscom die Umweltgesetze einhalten und ihre Umweltrisiken minimieren, zweitens betriebliche Umwelt-Verbesserungspotenziale ausschöpfen und drittens umweltverträgliche Produkte, umweltschonende Telecom-Dienstleistungen, alternative Energien und das Öko-Sponsoring fördern.

Ausgehend von betriebs-ökologischen Umweltaktivitäten hat das Umweltmanagement Swisscom seine Tätigkeit mehr und mehr über die Unternehmensgrenzen hinaus ausgedehnt. Daraus ergibt sich einerseits ein grösserer ökologischer Nutzen; andererseits nimmt Swisscom dadurch auch ihre gesellschaftliche Verantwortung stärker wahr.

Dienstleistungen zur Entlastung der Umwelt

Swisscom verkauft Telecom-Dienstleistungen, die zum Teil grosses Umweltentlastungs-Potenzial haben. Dazu gehören Telefonkonferenzen, Combox, Remote Access Service (RAS) oder Host Centers. All diese Dienstleistungen benötigen aber Hardware-Komponenten, die als umweltbelastend gelten. Um diese Belastung zu vermindern, realisiert Swisscom in enger Zusammenarbeit mit den Herstellern ökologische Verbesserungen. Wichtige Lieferanten werden seit 2003 vom Environment Committee Swisscom ökologisch und sozial bewertet. Ausserdem beteiligt sich Swisscom am Projekt «Nachhaltigkeits-Marketing in der Telekommunikation», gemeinsam mit dem Institut für Wirtschaft und Ökologie der Universität St. Gallen (IWÖ-HSG) und der Schweizerischen Vereinigung für ökologisch bewusste Unternehmensführung (ÖBU). Das Projekt zielt darauf ab, den ökologischen und sozialen Lebenszyklus von Produkten und Dienstleistungen zu kennen, ihn durch Verbesserungsmaßnahmen mit Kundenwünschen in Einklang zu bringen und entsprechend zu vermarkten. Beim Nachhaltigkeits-Marketing ergänzen sich ökologische, soziale und ökonomische Zielsetzungen in idealer Weise.

2003 im Überblick
Swisscom Fixnet
Swisscom Mobile
Enterprise Solutions
debitel
Weitere Geschäfte
Kunden
Umwelt
Mitarbeitende
Aktionäre
Gesellschaft

Bezug von erneuerbaren Energieformen und Öko-Sponsoring

Swisscom Fixnet ist eine Grossbezügerin von naturemade star-zertifiziertem Ökostrom in der Schweiz. Auch Swisscom IT Services bezieht seit 2003 Öko-Strom. Damit fördert Swisscom alternative Energiequellen (Wind, Sonne) und unterstützt die naturnahe Gestaltung der Umgebung von Wasserkraftwerken. Mit dieser Form von Landschaftsschutz steigert Swisscom Fixnet den Wert von Naherholungsgebieten, was von ökologischem und von gesellschaftlichem Nutzen ist.

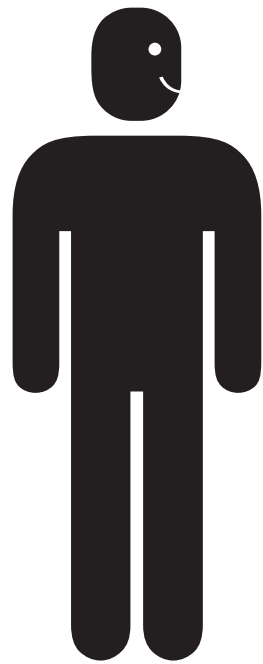
Mit Öko-Sponsoring unterstützt Swisscom externe, fachlich überzeugende Umweltprojekte, die einen Bezug zu den Umweltaspekten oder zu den geschäftlichen Aktivitäten des Unternehmens haben. Ein gutes Beispiel ist der Schweizer Nationalpark, von dessen Unterstützung nicht nur die Alpenflora und -fauna, sondern auch eine Schweizer Randregion profitiert.

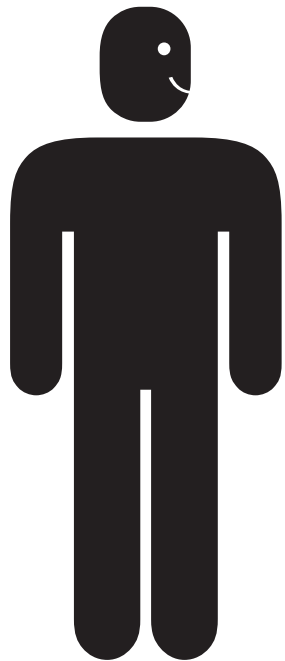
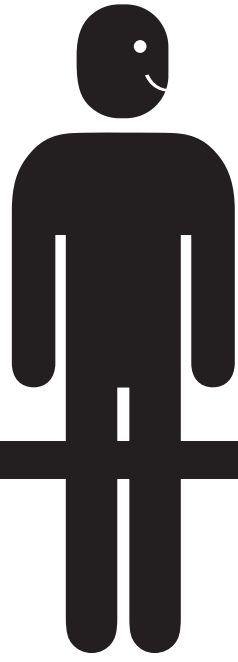
Papierverbrauch reduziert

Dank der Umstellung auf die zweimonatliche Telefonrechnung für Kunden mit kleinen Rechnungsbeträgen spart Swisscom Fixnet jährlich 200 Tonnen Papier. Angespornt durch diesen Erfolg hat Swisscom 25 000 Bäume für die Wiederaufforstung des Gebiets von Leuk gespendet und damit einer weiteren Randregion geholfen, die Folgen der verheerenden Waldbrände des Jahres 2003 zu mildern.

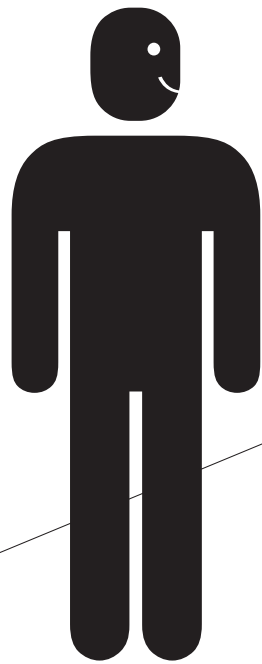


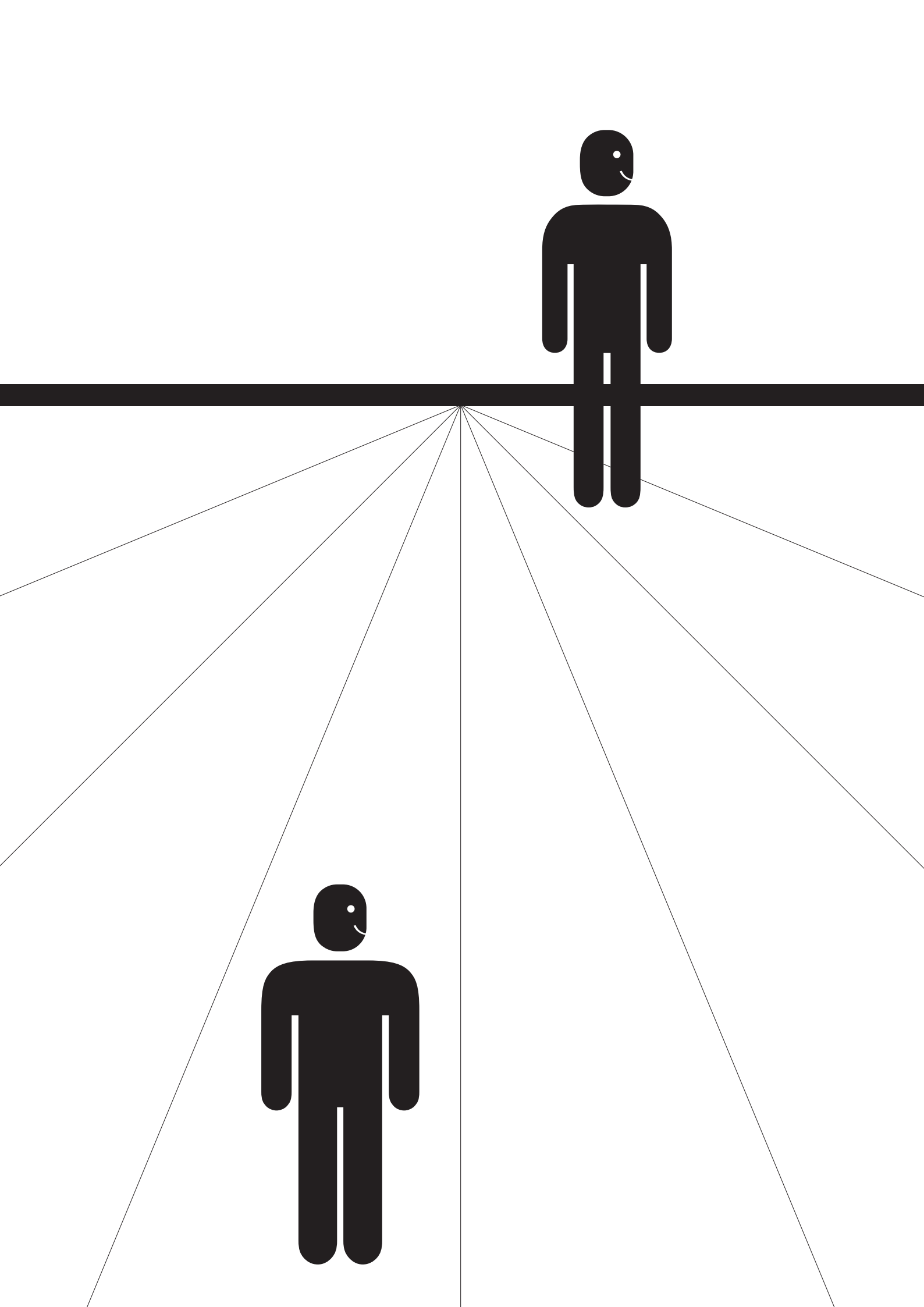
Sind Dinge wirklich so, wie sie sind?





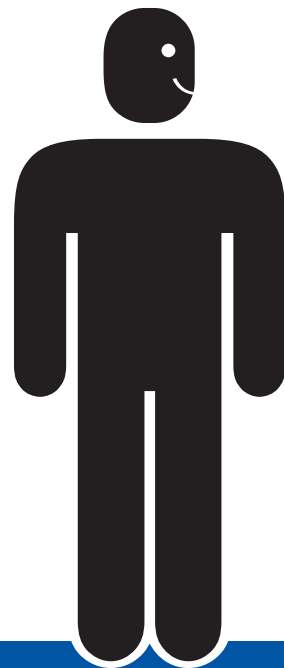
Die Perspektive verändert die Wirklichkeit.

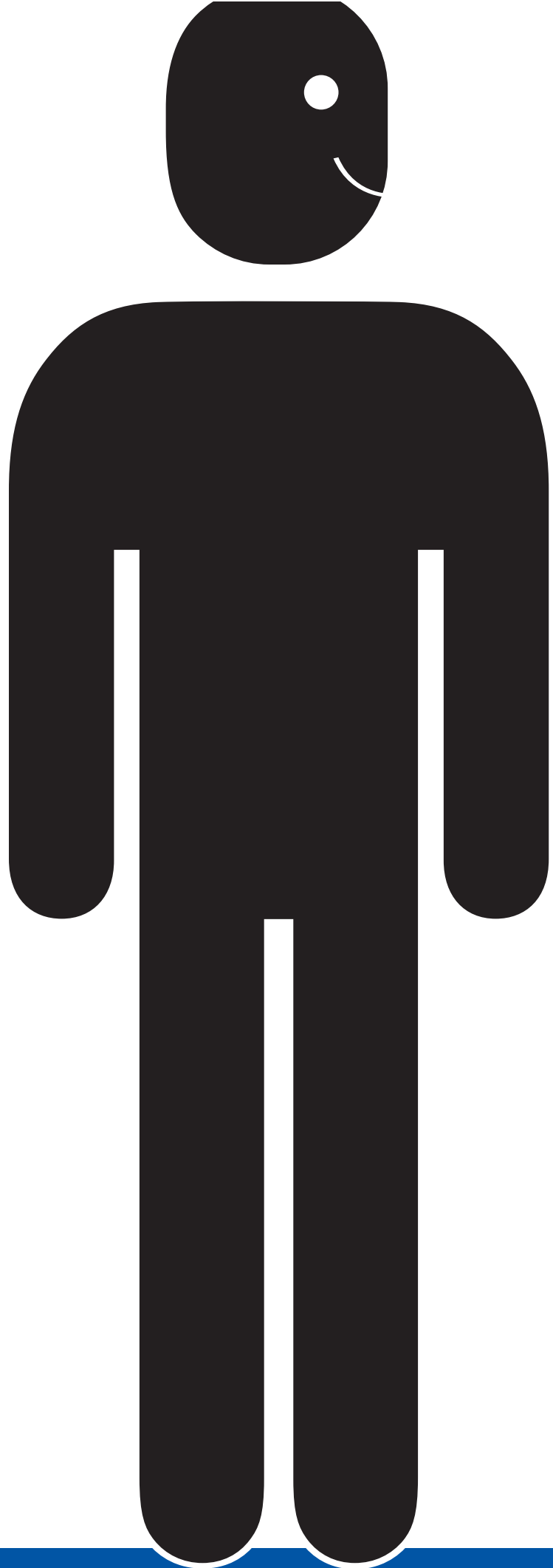






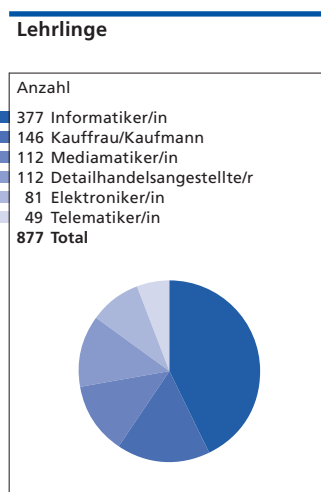
Grösse ist immer eine Frage der Perspektive.





Swisscom – eine faire Arbeitgeberin

Swisscom bringt den Mitarbeitenden in allen Phasen ihres Berufsweges – von der Ausbildung bis nach der Pensionierung – hohe Wertschätzung entgegen. Sie bietet gute Anstellungs- und Arbeitsbedingungen und fördert die Eigenverantwortung der Mitarbeitenden. Der starke Wettbewerb, die ungünstigen Wachstumsperspektiven und – damit verbunden – der hohe Kostendruck erforderten im Berichtsjahr eine weitere Stellenreduktion. Swisscom gestaltet den Abbau sozial verträglich. Für die betroffenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gelten umfassende und für die Schweiz einzigartige Sozialpläne.



Swisscom ist eine attraktive und professionelle Lehrstellenanbieterin. Sie bildet junge Erwachsene in sechs Berufsbildern aus: Detailhandel, Elektronik, Informatik, Telematik, Kauffrau/-mann und Mediamatik. Die Nachfrage nach Lehrstellen ist ungebrochen hoch: Trotz rückläufigen Stellenbestands hat Swisscom die Zahl der Lehrlinge leicht auf 877 erhöht. 2003 konnten 244 Lehrlinge ihre Grundausbildung erfolgreich abschliessen. Rund ein Drittel von ihnen fand bei Swisscom eine feste Anstellung. Aufgrund der prekären Situation auf dem Arbeitsmarkt bot Swisscom all jenen, die nach Lehrabschluss noch keine Arbeitsstelle oder anderweitige Lösung gefunden hatten, so genannte Überbrückungsstellen an. 38 ehemalige Lehrabgänger nahmen das auf sechs Monate beschränkte Angebot an.

Neue Wege in der Berufsbildung und in der Nachwuchsförderung

Unter Berücksichtigung der Möglichkeiten des neuen Berufsbildungsgesetzes (nBBG) hat Swisscom in der Berufsbildung wichtige Parameter für die Zukunft gesetzt und über die letzten Jahre ein neues, zukunftsorientiertes Ausbildungsmodell entwickelt. Es soll dem Wandel zur Informations- und Wissensgesellschaft Rechnung tragen. Im Frühling 2003 startete Swisscom einen Pilotversuch mit neuen Lernformen. Daran beteiligt sind 48 Lehrlinge aus dem kaufmännischen Bereich und der Informatik. Im Zentrum der neuen Ausbildungsform steht dabei die projektbezogene Arbeitsweise der Auszubildenden. Der Pilotversuch wird wissenschaftlich begleitet; die Resultate werden laufend ausgewertet und in Verbesserungen umgesetzt.

Ungeachtet der gegenwärtig schwierigen Situation auf dem Arbeitsmarkt und der rückläufigen Stellenzahl misst Swisscom der Nachwuchsförderung hohe Bedeutung bei. 2003 trat das Unternehmen an allen wichtigen Hochschulevents auf und pflegte den persönlichen Kontakt zu Studierenden und Hochschulabsolventen. Mit über 130

Praktikumsplätzen für Studierende, mit Teilzeitstellen, Stellenangeboten für talentierte Hochschulabsolventen und einem Trainee-Programm bietet Swisscom Studierenden und Hochschulabgängern verschiedene Einstiegsmöglichkeiten. Gemäss Umfragen gilt die Telekom-Marktführerin bei Nachwuchstalente als attraktive und moderne Arbeitgeberin. Um den Kontakt mit den Studierenden intensiv zu pflegen, tritt Swisscom an der Universität St. Gallen als Jahrgangssponsorin von rund 700 Studierenden auf.

Soziales Engagement im Dienste der Mitarbeitenden

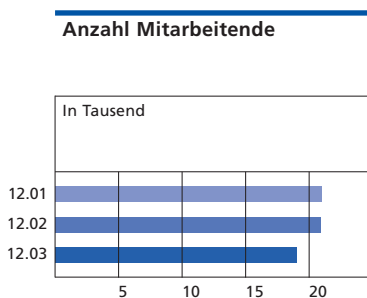
Swisscom bietet an 13 Standorten eine eigene Fach- und Anlaufstelle für soziale Fragen an. Diese berät Mitarbeitende in persönlichen Belangen, in Budgetfragen, unterstützt sie bei finanziellen Notsituationen und führt Präventionsseminare durch. Themen sind Sucht, Mobbing, Stress, sexuelle Belästigung am Arbeitsplatz und Vorbereitung auf die Pensionierung. Die Sozialberatung von Swisscom ist allen Mitarbeitenden der Swisscom-Gruppe in der Schweiz zugänglich.

Swisscom ist sensibilisiert für die Anliegen behinderter Menschen. Es ist ein wichtiger personalpolitischer Grundsatz, die Bedürfnisse dauerhaft erwerbsbeeinträchtigter Personen ernst zu nehmen und diese langfristig in den Arbeitsalltag des Unternehmens zu integrieren. Zu diesem Zweck unterhält Swisscom so genannte Integrationsstellen.

Zufriedene Mitarbeitende = zufriedene Kunden

Swisscom hat ein leistungsorientiertes Lohnsystem entwickelt, das aus mehreren Komponenten besteht. Dazu gehören ein fixer Lohnanteil, der Funktion, Leistung und Erfahrung berücksichtigt, ein variabler Erfolgsanteil, der auf Zielvereinbarungen mit kollektiven und individuellen Zielen basiert, sowie Fringe Benefits und Zulagen. Das Lohnniveau wird jährlich anhand von breit angelegten Arbeitsmarktstudien überprüft. Die Vergleiche 2003 zeigen, dass Swisscom über alle Funktionen gesehen marktgerechte, leicht über dem Durchschnitt liegende Löhne bezahlt. Seit 2002 offeriert Swisscom allen Mitarbeitenden, «Aktien zu attraktiven Bedingungen zu kaufen. Das Aktienprogramm TopShare» bietet allen dem GAV unterstellten Mitarbeitenden die einfache und flexible Möglichkeit, als Miteigentümer am gemeinsam geschaffenen Unternehmenserfolg teilzuhaben.





Die Gleichstellung von Frau und Mann ist in den personalpolitischen Grundsätzen von Swisscom verbrieft. Der Frauenanteil vor allem im Kader (11 Prozent) ist noch zu tief; es gilt, das intern und auf dem Markt vorhandene Potenzial besser zu nutzen.

Im Jahr 2003 haben der Hauptsitz und die Gruppengesellschaften von Swisscom Mitarbeiterumfragen durchgeführt. Erhoben wurde insbesondere die Zufriedenheit der Mitarbeitenden mit ihrer momentanen Arbeitssituation. Die Umfragen ergaben insgesamt gute Resultate. Die besten Werte erzielten die Themen Arbeitsklima, Team und Arbeitsbedingungen. Die Arbeit wird als herausfordernd und interessant beurteilt. Bei den Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten, bei der Arbeitsbelastung und der internen Zusammenarbeit orten die Mitarbeitenden Verbesserungspotenzial. Die Resultate wurden Ende 2003 analysiert und die notwendigen Massnahmen eingeleitet.

Verlängerung des GAV und des Sozialplans

Im Herbst hat Swisscom den bestehenden Gesamtarbeitsvertrag (GAV) und den Sozialplan bis 2005 verlängert. Zusätzlich zu den modernen Anstellungsbedingungen wie 40-Stunden-Woche und fünf Wochen Ferien weist der verlängerte GAV Verbesserungen auf. So beträgt der Mindestlohn bei Swisscom neu CHF 45 500 (+CHF 6000). Und der Mutterschaftsurlaub wird ab Inkrafttreten der Gesetzesrevision der Erwerbsersatzordnung (EOG), spätestens jedoch ab 1. Januar 2005, für alle Mitarbeiterinnen auf 16 Wochen ausgedehnt. Zudem werden die Zulagen bei regelmässiger Nacht- und Sonntagsarbeit erhöht. Dem Gesamtarbeitsvertrag sind rund 16 500 Personen (entsprechend ca. 14 000 Vollzeitstellen) unterstellt.

1263 Stellen weniger

Ende 2003 zählte Swisscom 19 207 Vollzeitstellen. Dies sind 1263 weniger als im Vorjahr. Ohne den Einbezug von debitel betrug der Stellenbestand 16 084 Einheiten. In diesen Zahlen nicht inbegriffen sind die Stellen der 877 Lernenden. Der Abbau ist eine Folge der schwierigen Marktentwicklung sowie des anhaltenden Preis- und Kostendrucks, der sich insbesondere in der rückläufigen Entwicklung im Geschäftskundenbereich zeigt. Demgegenüber sind in der boomenden Breitbandkommunikation und bei Swisscom Mobile im Berichtsjahr insgesamt 200 neue Stellen geschaffen worden.

2003 im Überblick
Swisscom Fixnet
Swisscom Mobile
Enterprise Solutions
debitel
Weitere Geschäfte
Kunden
Umwelt
Mitarbeitende
Aktionäre
Gesellschaft

Damit im Fall von allfälligen Restrukturierungen Entlassungen möglichst vermieden werden können, hat Swisscom ein Programm zur nachhaltigen Weiter- und Wiederbeschäftigung entwickelt. Offene Stellen werden wenn immer möglich mit internen Kandidatinnen und Kandidaten besetzt. Oberstes Ziel ist es, die Mitarbeitenden bei ihren Anstrengungen zur Arbeitsmarktfähigkeit zu fördern. Verschiedene Gruppengesellschaften betreiben deshalb ein aktives Skills Management. Dazu kommt, dass beim Stellenabbau auch alternative beschäftigungswirksame Massnahmen wie die Reduktion der Arbeitszeit geprüft werden.

Seit 1999 unterstützt Swisscom die vom Abbau betroffenen Mitarbeitenden mit verschiedenen Programmen:

Arbeitsmarktzentrum (AMZ). Das AMZ-Programm der Swisscom AG bietet berufliche Neuorientierung und Stellen-Vermittlung für Personen, die von Restrukturierungen betroffen sind. Damit die bewährten Dienstleistungen auch anderen Unternehmen angeboten werden können, ist das AMZ auf Mitte 2003 in eine Aktiengesellschaft ausgegliedert worden. Die neu gegründete PersPec Personal Perspectives AG mit rund 20 Mitarbeitenden ist eine 100-Prozent-Tochter der Swisscom AG und tritt unter dem Namen PersPec am Markt auf.

Für 90 Prozent der über 2000 Mitarbeitenden, die seit Beginn der Liberalisierung das AMZ-Programm absolviert haben, wurden bereits gute Lösungen gefunden: Sie haben bei anderen Unternehmen eine vergleichbare Stelle angetreten, sind den Weg in die Selbstständigkeit gegangen oder haben nach entsprechender Umschulung in neuen Berufen und Branchen Fuss gefasst.

Co-Motion. Co-Motion ist eines der erfolgreichsten Gründerprogramme der Schweiz. Es begleitet Mitarbeitende auf dem Weg in die Selbstständigkeit, plant mit ihnen die wichtigsten Schritte und bietet auch finanziell Hilfe in Form eines Startkapitals oder eines zinslosen Darlehens. Seit dem Aufbau im Jahr 1999 haben 592 Mitarbeitende von Swisscom am Programm teilgenommen und wurden 237 Businesspläne genehmigt.

WORK_LINK. Eine Innovation auf dem Schweizer Arbeitsmarkt ist die WORK_LINK, eine Partnerschaft zwischen Swisscom, den Gewerkschaften und der Manpower AG. WORK_LINK vermittelt langjährigen älteren Mitarbeitenden, für die im AMZ keine Lösung gefunden werden konnte,

Temporärstellen und unterstützt sie bei ihrem Einstieg in den externen Arbeitsmarkt. 2003 betreute WORK_LINK im Monat durchschnittlich 421 Personen.

Swisscom Venture Fund – ein Weg in die Selbständigkeit

Seit 1999 verfügt Swisscom über einen Venture Fund, der allen Mitarbeitenden der Swisscom-Gruppe offen steht. Er fördert die Ver selbstständigung von Mitarbeitenden und leistet einen Beitrag zur Gründung von Unternehmen. Hauptaufgabe des Venture Fund ist es, Mitarbeitende, die Unternehmensteile als neue Firmen ausgründen wollen (Management-Buy-outs), professionell durch Beratung und Finanzierung zu unterstützen. Bisher konnten auf diese Weise 17 neue Firmen gegründet und dadurch die Arbeitsplätze von rund 300 Mitarbeitenden erhalten werden.

Betreuung von Pensionierten

Die pensionierten Mitarbeitenden sind für Swisscom eine wichtige Anspruchsgruppe. Ende 2003 zählte das Unternehmen über 9800 Pensionierte. Davon sind 7300 in regionalen Gruppen organisiert und führen regelmässig Ehemaligen-Anlässe durch. Swisscom unterstützt diese Gruppen sowohl finanziell wie organisatorisch. Die pensionierten Mitarbeitenden haben Anspruch auf Gesprächsgutschriften von monatlich CHF 50 auf ihrer Festnetz- oder Mobilrechnung.

Pensionskasse comPlan

Als Folge der negativen Entwicklung der Finanzmärkte in den Vorjahren wies comPlan, die Pensionskasse der Swisscom AG, per Ende 2002 einen Deckungsgrad von 93,8 Prozent aus. Um das finanzielle Gleichgewicht wieder herzustellen, beschloss der Stiftungsrat von comPlan, auf den versicherten Löhnen ab August 2003 einen Sanierungsbeitrag von drei Prozent zu erheben. Der Arbeitgeber leistet hierzu 1,8 Prozent und alle aktiven comPlan-Mitglieder 1,2 Prozent. Der Zinssatz für die Altersguthaben im Duoprimat wurde für 2003 von bisher 4 auf 3,25 Prozent gesenkt. Für die Mitglieder im Leistungsprimat wird entsprechend der Massnahme im Duoprimat die Altersrente reduziert. Während der Dauer der Sanierungsbeiträge werden die bestehenden Renten grundsätzlich nicht der Teuerung angepasst. Ende 2003 betrug der Deckungsgrad von comPlan gemäss provisorischem Abschluss 97 Prozent.

Auf seiner letzten Reise kommt Gulliver auf die Insel der vernünftigen, weisen Pferde. Swisscom hat sich ebenfalls der Vernunft verschrieben. Dank seiner umsichtigen Investitionspolitik hat das Unternehmen in den vergangenen Jahren ein vernünftiges Risikoprofil bewahrt und seinen Wert kontinuierlich gesteigert.

«Ich versicherte ihm, das Schiff sei von Geschöpfen wie mir gebaut worden, die in allen Ländern, die ich bereist hätte, sowie in meinem eigenen die einzigen regierenden, vernünftigen Lebewesen seien; und dass ich bei meiner Ankuft hier ebenso erstaunt gewesen sei zu sehen, dass sich die Houyhnhnms wie vernünftige Wesen verhielten.»

Die Swisscom Aktie – ein solider Anlagewert

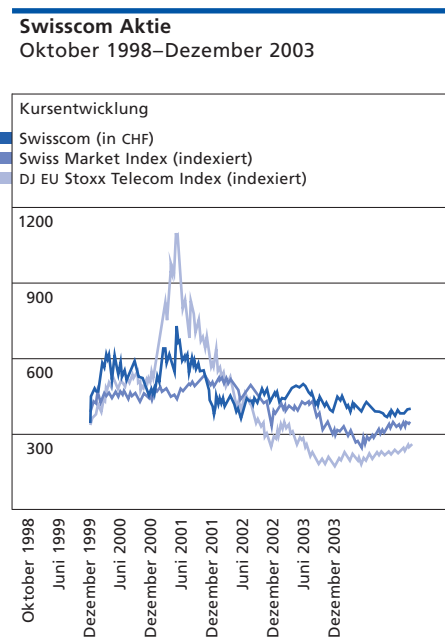
Swisscom beteiligte ihre Aktionäre am guten Ergebnis des Geschäftsjahres 2002 und zahlte im Berichtsjahr CHF 1,3 Mia. an die Eigentümer zurück – CHF 794 Mio. in Form von Dividenden, CHF 530 Mio. als Nennwertreduktion. Ausgehend von der nach wie vor soliden Bilanz und des guten Jahresabschlusses 2003 wird das Unternehmen 2004 eine Dividende von CHF 861 Mio. auszahlen und zusätzlich Aktien im Umfang von bis zu CHF 2 Mia. zurückkaufen.

In der ersten Jahreshälfte 2003 war die Entwicklung des Swisscom-Aktienkurses – wie bei anderen SMI-Titeln auch - von der anhaltenden Börsenbaisse geprägt. Dank der in der zweiten Jahreshälfte einsetzenden Erholung schloss die Aktie per Ende 2003 mit einem Plus von 1,9 Prozent auf CHF 408. Der SMI und der DJ EU Stoxx Telecom Index stiegen während derselben Periode um 18,5 respektive um 18,9 Prozent. Damit blieb die Swisscom Aktie 2003 unter den Marktentwicklungen; im Zweijahresvergleich mit den beiden Aktien-Indizes erzielte sie indessen eine um 3,2 resp. 15,9 Prozent bessere Performance. Berücksichtigt man zusätzlich zur Kurssteigerung von 1,9 Prozent die Ausschüttungen 2003 (Dividende von CHF 12 pro Aktie, Nennwertrückzahlung von CHF 8 pro Aktie), weist das Papier eine Rendite von insgesamt 6,9 Prozent aus.

Im Berichtsjahr hat Swisscom ihre bisherige Dividendenpolitik in eine Ausschüttungspolitik umgewandelt. Dabei kommen die Aktionäre in den Genuss der jährlich frei verfügbaren Mittel (Equity Free Cash Flow, EFCF). Der EFCF ergibt sich aus den Nettoeinnahmen aus der operativen Geschäftstätigkeit, Einnahmen und Ausgaben aus Käufen und Verkäufen von Beteiligungen, abzüglich Nettoinvestitionen in Sachanlagen und übrige immaterielle Anlagen, Rückzahlung von Finanzverbindlichkeiten (ohne Leasingverbindlichkeiten) und Gewinnausschüttungen an Minderheitsaktionäre. Die Ausschüttung erfolgt jeweils über eine Dividende, die rund die Hälfte des um einmalige Transaktionen bereinigten Reingewinns beträgt, und über einen allfälligen Aktienrückkauf. Die Ausschüttungssumme ist höher als der Reingewinn, weil einerseits die Abschreibungen aus historischen Gründen grösser sind als die nachhaltigen Investitionen in Sachanlagen und übrige immaterielle Anlagen; andererseits stehen per Ende 2003 Reserven im Umfang von CHF 5 Mia. zur Verfügung.

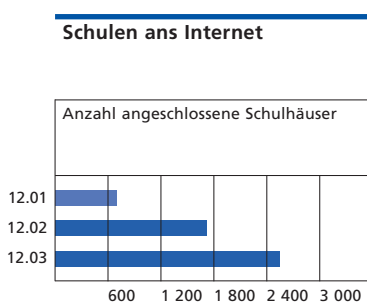
Trotz eines kompetitiven Marktumfelds vermochte Swisscom ihre frei verfügbaren Mittel in den vergangenen Jahren auf beachtlich hohem Niveau zu halten, obwohl das Unternehmen seit dem Börsengang im Jahr 1998 CHF 10,2 Mia. oder rund 38 Prozent der Börsenkapitalisierung per Ende 2003 an ihre Aktionäre ausgeschüttet hat. Der EFCF für das Geschäftsjahr 2003 beträgt CHF 2913 Mio. Auf Basis des Reingewinns von CHF 1569 Mio. sieht Swisscom am 30. April 2004 eine Dividendenzahlung von CHF 13 pro Aktie vor. Zusätzlich zur Dividendensumme von CHF 861 Mio. wird ein Aktienrückkauf im Umfang von bis zu CHF 2 Mia. lanciert. Insgesamt zahlt Swisscom einen Betrag von CHF 2,9 Mia. an ihre Aktionäre aus.

Ende 2003 zählte Swisscom 73 282 eingetragene Aktionäre. Mit dem Profil des pragmatischen, eher defensiv agierenden Unternehmens – aus Sicht des Kapitalmarktes – richtet sich Swisscom vor allem an wertorientierte Investoren.



Leistungen für Gesellschaft und Wirtschaft

In der Schweizer Gesellschaft ist Swisscom ein stark verankertes Unternehmen – der daraus resultierenden sozialen Verantwortung ist sich das Unternehmen wohl bewusst. Dies zeigt sich in diversen Engagements und Leistungen. Dazu gehören die Grundversorgung, die Initiative «Schulen ans Internet» sowie diverse Sponsoring- und Unterstützungsaktivitäten in den Bereichen Sport, Kultur, Umwelt und Wirtschaft. Nicht zu vernachlässigen ist auch die Rolle von Swisscom als Schweizer Arbeit- und Auftraggeberin.



Grundversorgung – gleiche Leistungen zu gleichen Bedingungen

Bis 2007 übernimmt Swisscom Fixnet die Grundversorgung in der Schweiz. Swisscom versorgt die gesamte Bevölkerung mit einem hochstehenden und preiswerten Basisangebot an Telekom-Diensten und leistet damit einen wichtigen Beitrag zum Service public. Zum Grundangebot gehören der analoge oder digitale Telefondienst, die Datenübertragung, der Zugang zu Notrufdiensten und Verzeichnissen, ein dichtes Netz an Telefonkabinen sowie Dienstleistungen für Hör- und Sehbehinderte. Auch über die gesetzlich vorgeschriebene Grundversorgung hinaus unternimmt Swisscom grosse Anstrengungen, um neue Dienste wie den Breitbandzugang flächendeckend zur Verfügung zu stellen.

Schulen ans Internet – Die Bildungsinitiative von Swisscom

Im Jahr 2001 hat Swisscom die Bildungsinitiative «Schulen ans Internet» lanciert. Deren Ziel ist es, alle 5000 Volks-, Mittel- und Berufsschulen der Schweiz kostenlos und breitbandig ans Internet anzuschliessen. Per Ende 2003 nutzten bereits 2600 Schulen mit über einer halben Million Schülerinnen und Schülern dieses Angebot. Das Halbzeitziel ist somit erreicht – bis Ende 2006 sollen die verbleibenden rund 2400 Schulen angeschlossen sein.

Kernstücke der Initiative sind der kostenlose Anschluss und die unbeschränkte Nutzung des Internets für Schulen. Swisscom engagiert sich aber nicht nur bei der Infrastruktur, sondern auch für Inhalte und Informationen rund ums Internet. Zweimal jährlich wird die Broschüre «SchoolNetGuide» mit nützlichen Tipps im Umgang mit dem Internet publiziert, wobei 2003 die Ausgabe «Familie und Internet» bei Eltern auf ein grosses Interesse stiess: 500 000 Exemplare wurden innert kurzer Zeit bestellt.

2003 im Überblick
Swisscom Fixnet
Swisscom Mobile
Enterprise Solutions
debitel
Weitere Geschäfte
Kunden
Umwelt
Mitarbeitende
Aktionäre
Gesellschaft

Sponsoring und Corporate Giving – Das gesellschaftliche Engagement von Swisscom

Mit gezieltem Sponsoring und Unterstützungsaktivitäten schafft Swisscom Mehrwert für ihre Mitarbeitenden, ihre Kunden, ihre Partner und die Gesellschaft im Allgemeinen.

Im Sponsoring setzt Swisscom den Fokus auf die Bereiche Sport, Kultur, Wirtschaft und Ökologie. Sport hat in der Gesellschaft einen hohen Stellenwert, weshalb Swisscom den Sponsoring-Schwerpunkt in diesem Bereich setzt. Wir engagieren uns vor allem im alpinen und nordischen Skisport, im Fussball sowie im Tennis. Besondere Beachtung schenken wir dabei der Nachwuchsförderung.

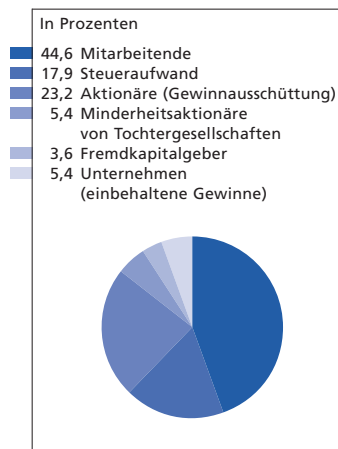
Eine zentrale Rolle im Kultursponsoring kommt dem Engagement bei Good News und den grössten Open Air-Festivals der Schweiz zu. Aber auch in der klassischen Musik und beim Medium Film ist Swisscom präsent.

Im Wirtschaftssponsoring steht das Engagement beim Swiss Economic Forum in Thun im Zentrum, dem KMU- und Jungunternehmer-Anlass der Schweiz.

Diverse Ökosponsorings unterstreichen die zentrale Rolle, welche das Umweltmanagement bei Swisscom einnimmt. Engagements finden sich beim WWF, dem schweizerischen Nationalpark und GLOBE, einem Projekt, welches Bildung und Forschung im Bereich Umwelt verknüpft.

Im Rahmen des Corporate Giving engagiert sich Swisscom in erster Linie bei Stiftungen und Projekten aus den Bereichen Soziales, Bildung und Umwelt.

Verteilung der Wertschöpfung 2003



So unterhält Swisscom seit einigen Jahren eine Partnerschaft mit der Glückskette, welcher sie an Sammeltagen nebst der Gratistelefonnummer die ganze Telekom- und Internetinfrastruktur zur Verfügung stellt. Ferner unterstützt das Unternehmen den telefonischen Seel-sorgedienst «Die Dargebotene Hand» (Telefon 143). Im Geschäftsjahr 2003 stand das Engagement für blinde und sehbehinderte Menschen im Vordergrund: Unterstützt wurde die Stiftung für behindertengerechte Technologienutzung «Zugang für alle» www.access-for-all.ch.

Unternehmerische Leistungen für die Wirtschaft

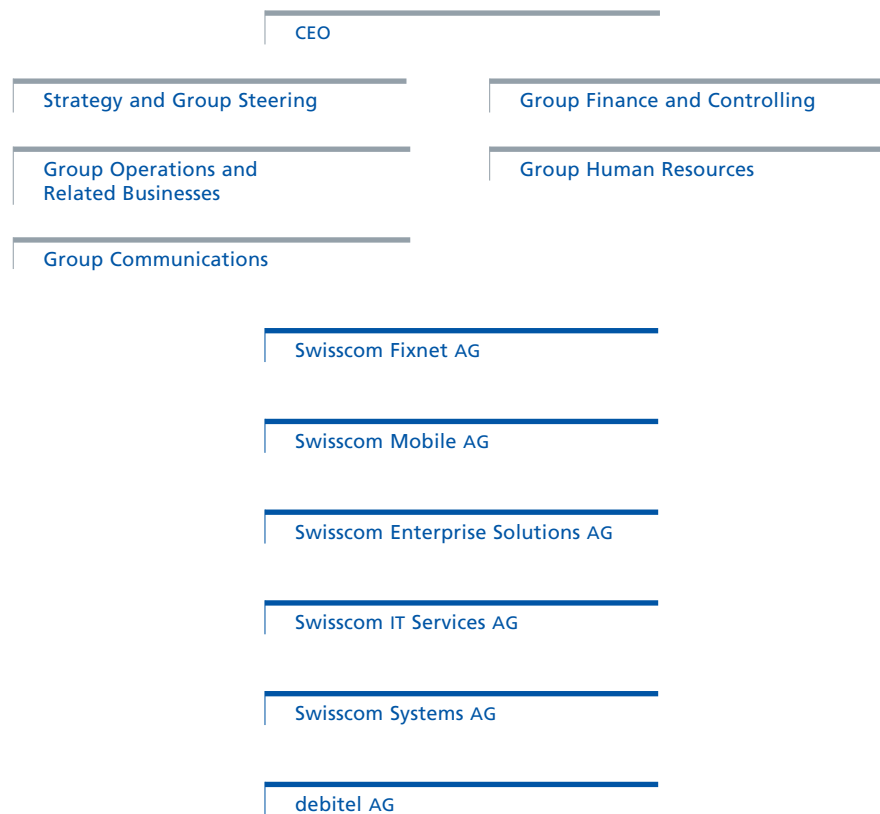
Nebst den zahlreichen Engagements sozialer und gesellschaftlicher Natur nimmt Swisscom auch eine zentrale Rolle in der Schweizer Wirtschaft ein; so als achtgrösste Arbeitgeberin mit über 16 000 Vollzeitstellen in der Schweiz und 877 Lehrlingen, durch das jährliche Auftragsvolumen für die Wirtschaft in Milliardenhöhe und als Steuerzahlerin.

Im Jahr 2003 erwirtschaftete Swisscom eine Netto-Wertschöpfung von CHF 5,1 Mia. 44,6 Prozent dieser Summe wurde direkt oder indirekt an die Mitarbeitenden verteilt (Löhne, Beiträge an Sozialversicherungen und Vorsorgeeinrichtung, übriger Personalaufwand).

An die öffentliche Hand (Bund, Kantone, Gemeinden und ausländische Staaten) bezahlte Swisscom insgesamt CHF 73 Mio. an direkten Steuern; zudem Mehrwertsteuern im Umfang von rund CHF 500 Mio.

Dem Bund als Hauptaktionär von Swisscom flossen 2003 als Gewinnausschüttung und Nennwertreduktion CHF 830,6 Mio. zu.

Organigramm Swisscom Gruppe



Verwaltungsrat Swisscom

Alfred Bissegger
Sekretär

Michel Gobet
Personalvertreter

Torsten G. Kreindl

**Jacqueline Françoise
Demierre**
Personalvertreterin

Felix Rosenberg
Staatsvertreter



Markus Rauh
Präsident

Helmut Woelki

André Richoz
Vizepräsident

Richard Roy

Peter Küpfer



2003 aus dem
Verwaltungsrat aus-
getreten sind:
Franco Ambrosetti
(per 6. Mai 2003),
Ernst Hofmann
(per 6. Mai 2003),
Rose Gerrit Huy
(per 6. Mai 2003)

Gruppenleitung Swisscom

Jürg Rötheli
Leiter
Group Operations &
Related Businesses

Hans-Peter Quadri
CEO
Swisscom Enterprise
Solutions AG

René Fischer
CEO
Swisscom Systems AG

Carsten Schloter
CEO
Swisscom Mobile AG

Jens Alder
CEO
Swisscom AG



Ueli Dietiker
CFO (Chief Financial Officer)
und stv. CEO Swisscom AG,
a.i. Leiter Group Human
Resources

Adrian Bult
CEO
Swisscom Fixnet AG

Michael Shipton
CSO (Chief Strategy Officer)
Swisscom AG

Stefan Nünlist
Leiter
Group Communications

Urs Stahlberger
CEO
Swisscom IT Services AG



Auf dem Bild fehlt:
Peter Wagner,
Vorstandsvorsitzender
debitel AG

**Seit 1. Januar 2003
aus der Gruppenleitung
ausgetreten sind:**
Mauro Santona
(per 31. Januar 2003),
Esther Häberling
(per 30. Juni 2003)

Termine 2004

24. März	Medienkonferenz zum Jahresergebnis 2003, Zürich
1. und 2. April	Capital Market Days, Interlaken
27. April	Generalversammlung, Luzern
30. April	Dividendenauszahlung
12. Mai	Zwischenbericht 1. Quartal 2004
13. August	Halbjahresbericht 2004
10. November	Zwischenbericht 3. Quartal 2004

Impressum

Herausgeberin:
Swisscom AG,
Group Communications, Bern

Realisation:
Swisscom AG,
Group Communications, Bern

Konzept und Gestaltung:
Gottschalk+Ash Int'l

Übersetzung:
CLS Corporate Language
Services AG, Basel

Fotos:
Markus Senn
Erhard Hofer (Seite 7)

Zitate aus:
Jonathan Swift,
Gullivers Reisen, Reclam Verlag,
Stuttgart, 1987

Prepress und Druck:
Neidhart+Schön AG, Zürich

Gedruckt auf chlorfrei
gebleichtem Papier

©Swisscom AG, Bern

Der Geschäftsbericht 2003
von Swisscom ist in deutscher,
englischer und französischer
Sprache erhältlich.

Der Finanzbericht (Beilage)
liegt in deutscher und englischer
Sprache vor.

Zusätzliche Geschäftsberichte
erhalten Sie bei:

Swisscom AG
Group Communications
CH-3050 Bern
T+41 31 342 36 78
F+41 31 342 27 79
E annual.report@swisscom.com

Für Finanzinformationen:
Swisscom AG
Investor Relations
CH-3050 Bern
T+41 31 342 25 38
F+41 31 342 64 11
E investor.relations@swisscom.com
www.swisscom.com/ir

Für allgemeine Informationen:
Swisscom AG
Hauptsitz
CH-3050 Bern
T+41 31 342 11 11
F+41 31 342 25 49
E swisscom@swisscom.com

Für Informationen zu
Umwelt- und Sozialkennzahlen:
Swisscom AG
Group Communications
Group Relations
CH-3050 Bern
E albert.kuhn@swisscom.com
E pascal.salina@swisscom.com
www.swisscom.com/corporate-responsibility

Immer aktuell orientiert sind
Sie auf unserer Website:
www.swisscom.com

Eine gekürzte Online Version
des Geschäftsberichts von
Swisscom finden Sie unter:

deutsch:
www.swisscom.com/bericht2003

französisch:
www.swisscom.com/rapport2003

englisch:
www.swisscom.com/report2003

italienisch:
www.swisscom.com/rapporto2003