

Lagebericht

Strategie und Umfeld	Ziele und Zielerreichung 2021	14
	Rahmenbedingungen und Marktumfeld	14
	Swisscom Konzernziele	20
	Strategie Schweiz	21
	Strategie Italien	23
	Nachhaltigkeit	23
Infrastruktur	Infrastruktur in der Schweiz	28
	Infrastruktur in Italien	32
Mitarbeitende	Mitarbeitende in der Schweiz	33
	Mitarbeitende in Italien	35
Marken, Produkte und Dienstleistungen	Marken von Swisscom	37
	Produkte und Dienstleistungen in der Schweiz	38
	Produkte und Dienstleistungen in Italien	40
	Kundenzufriedenheit	41
Innovation und Entwicklung	Innovation als wichtige Treiberin des Unternehmenserfolgs	42
	Innovation mit Themenausrichtung	43
Geschäftsentwicklung	Alternative Performancekennzahlen	46
	Zusammenfassung	48
	Entwicklung der Segmente	49
	Abschreibungen und nicht operative Ergebnisse	53
	Ertragssteuern	54
	Geldflüsse	55
	Investitionen	56
	Vermögenslage	57
	Finanzieller Ausblick	59
	Wertorientierte Unternehmenssteuerung	60
	Wertschöpfungsrechnung	61
Kapitalmarkt	Swisscom Aktie	62
	Ausschüttungspolitik	63
	Kreditratings und Finanzierung	63
Risiken	Risikosituation	64
	Risikofaktoren	64

Strategie und Umfeld

Swisscom ist die grösste Telekommunikationsanbieterin in der Schweiz. Sie besitzt dank ihrer Tochtergesellschaft Fastweb zudem eine alternative Anbieterin von Telekommunikationsdienstleistungen in Italien. Swisscom hat fünf Konzernziele festgelegt, um im dynamischen Umfeld langfristig erfolgreich zu bleiben. In der Schweiz verfolgt Swisscom das Ziel, die Marktführerschaft weiter zu festigen. Swisscom bildet das digitale Rückgrat der Schweiz und zeichnet sich durch das beste Kundenerlebnis aus. In Italien setzt die Tochtergesellschaft Fastweb auf einen weiteren Ausbau des Ultrabreitbandnetzes und auf konvergente Angebote. Weitere zentrale Konzernziele sind eine sehr hohe finanzielle Stabilität, innovative Angebote und resiliente Netze sowie Nachhaltigkeit.

Ziele und Zielerreichung 2021

Ziele 2021		Zielerreichung 2021
Finanzielle Ziele		
Nettoumsatz	Konzernumsatz für das Jahr 2021 von rund CHF 11,1 Mrd.	CHF 11'183 Mio.
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	EBITDA für das Jahr 2021 von rund CHF 4,3 Mrd.	CHF 4'478 Mio.
Investitionen	Investitionen für das Jahr 2021 von rund CHF 2,3 Mrd.	CHF 2'286 Mio.
Operational Excellence	Senkung Kostenbasis 2021 im Schweizer Geschäft um CHF 100 Mio.	CHF 119 Mio.

Swisscom hat sich unterschiedliche Ziele gesetzt, die ökonomische, ökologische und soziale Gesichtspunkte berücksichtigen. Der vorliegende Geschäftsbericht enthält die Ziele und die Zielerreichung für das Jahr 2021 aus finanzieller Sicht. Diejenigen für die Nachhaltigkeit sind im separaten Nachhaltigkeitsbericht beschrieben.

© Siehe unter www.swisscom.ch/cr-report2021

Rahmenbedingungen und Marktumfeld

Swisscom ist in einem sehr dynamischen Umfeld tätig. Megatrends wie der demografische Wandel, die intensivere Befassung mit Gesundheitsthemen oder die steigende Bedeutung von Nachhaltigkeit prägen und verändern die Schweizer Gesellschaft und Wirtschaft substantiell. Daher wirken sich diese Megatrends langfristig auf die Aktivitäten von Swisscom aus. Ebenso sind der Ausbau der Ultrabreitbandnetze, die zunehmende Verbreitung von Cloud Computing oder die Fortschritte im Bereich der künstlichen Intelligenz kurz- bis mittel-

fristig wirkende Trends, die das Geschäft von Swisscom beeinflussen. Die Digitalisierung wird durch die globale Covid-19-Pandemie nochmals beschleunigt und dringt immer stärker in alle Lebensbereiche ein. Ebenso hat sich das Kundenverhalten nachhaltig verändert. Darauf weisen u.a. die verstärkte Nutzung von Online-Kanälen für Shopping und Kontaktaufnahme oder der Vormarsch des kontaktlosen Bezahlers hin. Die Bedeutung von leistungsfähigen Netzen ist durch die Pandemie nochmals gestiegen. Die Erwartungen bezüglich Stabilität und Verfügbarkeit der Netzinfrastruktur wird weiter zunehmen.

Die Digitalisierung führt zu neuen Geschäftsmodellen, die sich rasch entwickeln. Das Kerngeschäft von Swisscom ist durch einen harten Verdrängungswettbewerb mit hohem Preisdruck geprägt. Der Gesamtmarkt für Dienstleistungen rund um Konnektivität schrumpft in der Schweiz und Italien weiter. Globale Internetunternehmen nutzen ihre Skalenvorteile und drängen in lokale ICT-Märkte für Privat- sowie Geschäftskunden vor.

Wirtschaftliches Umfeld

Die drei gesamtwirtschaftlichen Faktoren Konjunktur (in der Schweiz und in Italien), Zinssätze und Währungskurse (EUR und USD) können sich wesentlich auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage von Swisscom und damit auf die Finanzberichterstattung auswirken.

	Einheit	2017	2018	2019	2020	2021
Veränderung BIP Schweiz	in %	1,0	2,8	0,9	(2,5)	3,5 ¹
Veränderung BIP Italien	in %	1,5	0,1	0,2	(9,6)	6,3 ²
Rendite Bundesobligationen (10 Jahre)	in %	(0,07)	(0,24)	(0,46)	(0,53)	(0,13)
Stichtagkurs CHF/EUR	in CHF	1,17	1,13	1,09	1,08	1,03
Stichtagkurs CHF/USD	in CHF	0,98	0,99	0,97	0,88	0,91

1 Prognose SECO

2 Prognose Istat

Konjunktur

Die konjunkturelle Entwicklung war 2021 erneut durch die Massnahmen zur Eindämmung der Pandemie geprägt. Nachdem die Wirtschaft in der Anfangsphase der Pandemie im Jahr 2020 stark eingebrochen war, erholte sie sich im Berichtsjahr. So wuchs das BIP in der Schweiz 2021 im Vergleich zum Vorjahr um 3,5%. Die Kundensegmente von Swisscom sind von der konjunkturellen Entwicklung unterschiedlich betroffen. Im Bereich Privatkunden ist der Umsatzanteil von Produkten mit festen Monatsgebühren hoch, und somit bleibt die Auswirkung konjunktureller Schwankungen auf den Umsatz kurzfristig gering. Ein wirtschaftlicher Abschwung kann hingegen den Trend zum Wechsel auf günstigere Preispläne verstärken. Einen zyklischeren Verlauf verzeichnet das Projektgeschäft mit Geschäftskunden. Pandemiebedingte Einschränkungen der Reisetätigkeit haben zu tieferen Umsätzen und tieferen Kosten im Roaming-Geschäft geführt. Weiter resultierte als Folge der Pandemie ein negativer Geschäftsverlauf im Kinogeschäft.

Zinsen

Das Zinsniveau beeinflusst die Höhe der Finanzierungskosten sowie die Bewertung der langfristigen Rückstellungen und der Vorsorgeverpflichtungen in der Konzernrechnung. Zudem bilden die Zinsen eine Schlüsselannahme für die Werthaltigkeitsbeurteilung des Goodwills und anderer Bilanzpositionen. Die Renditen zehnjähriger Staatsanleihen liegen nach wie vor auf einem sehr tiefen Niveau. Swisscom hat 2021 eine Anleihe im Gesamtbetrag von CHF 100 Mio. aufgenommen. Die durchschnittlichen Zinskosten der Finanzschulden (ohne Leasingverbindlichkeiten) belaufen sich Ende 2021 auf 0,9%. Von diesen Finanzschulden sind 88% fest verzinst. Die durchschnittliche Laufzeit beträgt 6,2 Jahre. Diese Finanzierungsstruktur bietet einen beträchtlichen Schutz vor einer allfälligen Zinserhöhung.

Währungen

Die direkten Auswirkungen von Währungsschwankungen auf die Ertrags- und Finanzlage von Swisscom sind gering. Transaktionsrisiken für den operativen Cashflow bestehen vor allem beim Einkauf von Endgeräten und technischen Anlagen sowie bei Leistungen von Netzbetreibern im Ausland (z.B. für Roaming). Im Kerngeschäft in der Schweiz sind die Auszahlungen in Fremdwährungen höher als die Einnahmen in den entsprechenden Währungen. Das grösste Währungsexposure besteht beim USD. Die Nettogeldabflüsse in Fremdwährung werden teilweise durch Devisentermingeschäfte abgesichert, und in der Konzernrechnung wird Hedge Accounting angewandt. Swisscom finanziert sich mehrheitlich in Schweizer Franken und zu einem geringeren Anteil in Euro. In der Konzernrechnung besteht zudem ein Währungsumrechnungsrisiko auf den Nettoaktiven ausländischer Tochtergesellschaften, vor allem von Fastweb in Italien. Ende 2021 belaufen sich die Nettoaktiven von Fastweb auf EUR 3,4 Mrd. Die Bilanzpositionen der ausländischen Tochtergesellschaften werden zum Kurs am Abschlussstichtag in Schweizer Franken umgerechnet und Differenzen aus der Umrechnung ergebnisneutral im Konzerneigenkapital erfasst. Ein Teil der Finanzschulden in EUR ist als Währungsabsicherung (Hedging) der Fastweb Nettoaktiven klassifiziert.

Rechtliches Umfeld

Rechtliche Rahmenbedingungen für Swisscom

Swisscom ist eine spezialgesetzliche Aktiengesellschaft nach Schweizer Recht. Für die Corporate Governance ist nebst dem Aktienrecht in erster Linie das Telekommunikationsunternehmungsgesetz (TUG) massgebend. Als börsenkotiertes Unternehmen beachtet Swisscom zudem das Kapitalmarktrecht sowie die Verordnung gegen übermässige Vergütungen bei börsenkotierten Aktiengesellschaften (VegüV). Die rechtlichen Rahmenbedingungen für die Geschäftsaktivitäten von Swisscom

bilden vor allem das Fernmeldegesetz (FMG) und das Kartellgesetz (KG).

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

Gemäss TUG muss der Bund die kapital- und stimmenmässige Mehrheit an Swisscom halten. Eine Aufgabe der Bundesmehrheit müsste durch eine entsprechende Gesetzesänderung beschlossen werden. Diese würde dem fakultativen Referendum unterliegen. Der Bundesrat legt für jeweils vier Jahre fest, welche Ziele der Bund als Hauptaktionär erreichen will. Die aktuelle Zielperiode umfasst die Jahre 2018 bis 2021. Diese Ziele umfassen strategische, finanzielle und personalpolitische Ziele sowie Vorgaben hinsichtlich Kooperationen und Beteiligungen. Zudem erwartet der Bundesrat, dass Swisscom im Rahmen der betriebswirtschaftlichen Möglichkeiten eine nachhaltige, den ethischen Grundsätzen verpflichtete Unternehmensstrategie verfolgt. Der Bundesrat hat im November 2021 die Ziele für die Periode 2022 bis 2025 verabschiedet.

☉ Siehe unter www.swisscom.ch/ziele_2018-2021

☉ Siehe unter www.swisscom.ch/ziele_2022-2025

Fernmeldegesetz (FMG)

Das Fernmeldegesetz und die dazugehörigen Verordnungen regeln vor allem den Netzzugang sowie die Grundversorgung und die Nutzung von Funkfrequenzen. Die sich aus den Gesetzes- und den Ordnungsrevisionen ergebenden neuen Bestimmungen zu Netzneutralität und Roaming sind 2021 in Kraft getreten. Die behördlichen Bestimmungen zur sogenannten Härtung der Mobilfunknetze sind noch in Erarbeitung. Diese Bestimmungen sollen sicherstellen, dass die Bevölkerung und Wirtschaft in einer Strommangellage weiterhin wichtige Fernmeldedienste (Notrufe, Datendienste, Telefonie, Radio- und TV-Programme) nutzen können.

☉ Siehe unter www.admin.ch

Netzzugang

Der Gesetzgeber hat seinen Willen bestätigt, die Netzzugangsregulierung weiterhin auf kupferbasierte Anschlüsse zu beschränken (kein technologieneutraler Netzzugang). Damit muss Swisscom anderen Anbietern nur zu Kupferleitungen einen physischen Netzzugang zu kostenorientierten Preisen gewähren. Der Zugang zu den glasfaserbasierten Leitungen erfolgt wie bis anhin auf der Basis kommerzieller Vereinbarungen.

Grundversorgung

Die Eidgenössische Kommunikationskommission (ComCom) hat Swisscom die Grundversorgungskonzession für den Zeitraum 2018 bis 2022 erteilt. Die Grundversorgung bezweckt, dass alle Bevölkerungskreise in allen Landes-

teilen über eine zuverlässige, erschwingliche Versorgung mit Fernmeldediensten verfügen. Der Bundesrat legt den Leistungsumfang mit den entsprechenden Qualitäts- und Preisvorgaben periodisch fest. Swisscom erfüllt ihren Auftrag und bietet Festnetztelefonie (IP) sowie Breitband-Internet im Regelfall mit einer Übertragungsrate von mindestens 10 Mbit/s Down- und 1 Mbit/s Upload an. Der Bundesrat hat im Dezember 2021 eine Vernehmlassung zur Revision der Verordnung über die Fernmeldedienste (FDV) eröffnet und schlägt darin vor, ab 2024 einen zusätzlichen Internetdienst mit einer Download-Geschwindigkeit von mindestens 80 Mbit/s in die Grundversorgungskonzession aufzunehmen. Die Ordnungsanpassung sieht das Subsidiaritätsprinzip vor. Stellt der Markt bereits eine Alternative, bspw. mit Mobilfunk oder mit Satellitentechnologie zur Verfügung, ist kein Grundversorgungsangebot vorgesehen.

Nichtionisierende Strahlung

Die Verordnung über den Schutz vor nichtionisierender Strahlung (NISV) regelt die Immissionen und damit die Sendeleistung von Mobilfunkantennen. Die Schweizer Grenzwerte (Anlagegrenzwert) sind zehnmal strenger als die von der WHO empfohlenen bzw. die in Nachbarländern geltenden Grenzwerte. Um das steigende Datenvolumen im Netz zu bewältigen und die Zuverlässigkeit der Mobilfunkverbindungen zu garantieren, sind zusätzliche Antennen erforderlich. Diese stossen in der Bevölkerung auf Widerstand. Der Bundesrat hat es im April 2020 abgelehnt, die Grenzwerte anzupassen und damit mehr Kapazität auf den bestehenden Anlagen zuzulassen.

Kartellgesetz (KG)

Das Wettbewerbsrecht (Kartellgesetz) besitzt – vor allem aufgrund der bedeutenden Marktstellung von Swisscom – für unterschiedliche Produkte und Dienste von Swisscom eine hohe Relevanz. Es sieht direkte Sanktionsmöglichkeiten für unzulässige Verhaltensweisen marktbeherrschender Unternehmen vor. Ab 2022 fallen neu Unternehmen unter das Kartellgesetz, von denen andere Unternehmen abhängig sind (relative Marktmacht). Die schweizerische Wettbewerbsbehörde bzw. die Wettbewerbskommission (Weko) hat Swisscom in unterschiedlichen Teilmärkten als marktbeherrschend eingestuft. Derzeit laufen mehrere Verfahren, im Rahmen derer die Weko Swisscom als marktbeherrschend und das Verhalten als unzulässig eingestuft sowie direkte finanzielle Sanktionen verfügt hat bzw. solche verfügen könnte. Die Verfahren betreffen den Ausbau des Glasfasernetzes, die Übertragung von Live-Sport-Events im Pay-TV, die Breitbandanbindung von Poststandorten sowie die Breitbandanbindung von Geschäftskunden. Die Verfahrensstände und die möglichen finanziellen Auswirkungen sind im Anhang der Konzernrechnung (Erläuterung 3.5) beschrieben.

Urheberrechtsgesetz (URG)

Das schweizerische Urheberrecht schützt die Rechte der Urheber und ermöglicht gleichzeitig eine faire Nutzung urheberrechtlich geschützter Werke. Diese dürfen grundsätzlich nur mit Zustimmung der Rechteinhaber und gegen Entschädigung genutzt werden. Eine Ausnahme bilden der private Eigengebrauch und die Kopie für den privaten Eigengebrauch. Die kollektiv ausgehandelten Urheberrechtstarife legen dabei die Entschädigung für bestimmte urheberrechtlich geschützte Nutzungsformen fest (kollektive Verwertung). Anwendungsfälle sind die Weiterverbreitung von Fernsehprogrammen sowie das Angebot und die Nutzung von zeitversetztem Fernsehen (Replay TV).

Radio- und Fernsehgesetz (RTVG)

Das schweizerische Radio- und Fernsehgesetz regelt die Veranstaltung, die Aufbereitung, die Übertragung und den Empfang von Radio- und Fernsehprogrammen. Swisscom ist in erster Linie aufgrund von blue TV von der Regelung der Übertragung bzw. Verbreitung von Medienangeboten betroffen. Für Swisscom sind unterschiedliche Verbreitungsprivilegien bestimmter Sender (sogenannte Must Carry-Bestimmungen) relevant.

Datenschutzgesetz (DSG)

Das schweizerische Datenschutzgesetz regelt den Umgang mit personenbezogenen Daten. Nach mehreren Jahren Vorarbeit hat das Parlament 2020 die revidierte Fassung des Datenschutzgesetzes verabschiedet. Wann das revidierte Gesetz in Kraft tritt, ist noch nicht bekannt. Swisscom geht von einem Inkrafttreten in der zweiten Jahreshälfte 2022 aus.

Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) der Europäischen Union

Die Datenschutz-Grundverordnung regelt seit Mai 2018 die Verarbeitung personenbezogener Daten. Für Swisscom ist die DSGVO u.a. einerseits im Rahmen ihres Dienstleistungsangebots für Privatkunden in der EU sowie im EWR relevant; andererseits hinsichtlich der Erbringung von IT-Dienstleistungen und Services für Geschäftskunden, die der DSGVO direkt unterstehen. Soweit sich die DSGVO auf die Tätigkeit von Swisscom auswirkt, hat Swisscom die erforderlichen Massnahmen zur Einhaltung der Anforderungen termingerecht getroffen.

Gesetzliches und regulatorisches Umfeld in Italien

Die rechtlichen Rahmenbedingungen für die Geschäftsaktivitäten von Fastweb sind hauptsächlich durch die Telekommunikationsgesetzgebung in Italien und der EU bestimmt. Im Anschluss an eine Marktanalyse traf die nationale Regulierungsbehörde AGCOM im August 2019 eine Entscheidung zu den Wholesale-Zugangsserviceleistungen von Telecom Italia (TIM) für die Jahre 2018 bis

2021. Sie genehmigte u.a. für den Zeitraum von 2019 bis 2021 eine Preissenkung für den virtuellen entbündelten Zugang (VULA) auf der Basis von FTTS (Fiber to the Street). Im Juli 2021 trat die Delegierte Verordnung (EU) 2021/654 der Kommission in Kraft, die Obergrenzen für Festnetz- und Mobilterminierungsgebühren für Sprachdienste auf EU-Ebene festlegt.

Datenschutz

Die rechtskonforme und verantwortungsvolle Verarbeitung von personenbezogenen Daten geniesst bei Swisscom einen hohen Stellenwert. Die Steuerung und Überwachung des Datenschutzes innerhalb von Swisscom erfolgt durch eine zentrale Data Governance-Stelle, die eng mit allen relevanten Geschäftsbereichen und anderen Stabsstellen zusammenarbeitet.

Swisscom hat im Berichtsjahr die Umsetzung des neuen Datenschutzgesetzes (DSG) vorangetrieben. Sie hat die neuen gesetzlichen Anforderungen analysiert und die Auswirkungen auf ihre eigenen Tätigkeiten geprüft. Sie setzt die entsprechenden Massnahmen nunmehr im Rahmen eines organisationsübergreifenden Programms um, in das alle relevanten Funktionen einbezogen sind. Ausserdem hat Swisscom 2021 neue Weisungen und Merkblätter für spezifische Formen der Datenverarbeitung erlassen. Ein wichtiger Baustein des Datenschutzes bei Swisscom ist der Ausbau von technischen Systemen, welche die Data Governance unterstützen. Im Fall von Datenschutzverletzungen bestehen zudem innerhalb von Swisscom klar definierte Prozesse und Zuständigkeiten.

Swisscom hat sich im Berichtsjahr stark für die Entwicklung von Privacy Icons eingesetzt. Diese grafischen Darstellungen informieren eine betroffene Person schnell und einfach, welche ihrer Daten auf welche Weise bearbeitet werden. Sie werden der Öffentlichkeit über den Verein Privacy Icons zur Verfügung gestellt und stehen Datenverarbeitern zur kostenlosen Nutzung zur Verfügung. Swisscom ist Mitglied des Vereins und im Vorstand vertreten.

Bei Swisscom bildet ein Datenethik-Framework die Grundlage einer ethisch korrekten Datenverarbeitung, die das gesamte Unternehmen umfasst. Das Framework dient dem aus unterschiedlichen Bereichen von Swisscom zusammengesetzten Datenethik-Board dazu, heikle Fälle auf ihre Konformität mit den Prinzipien der Unternehmensethik zu prüfen. Das Datenethik-Board hat 2021 mehrere Anwendungsfälle auf ihre Übereinstimmung mit den datenethischen Prinzipien überprüft. Die im Framework zur Datenethik festgelegte Vorgehensweise hat sich bewährt und wird fortgesetzt.

© Siehe unter www.swisscom.ch/datenschutz

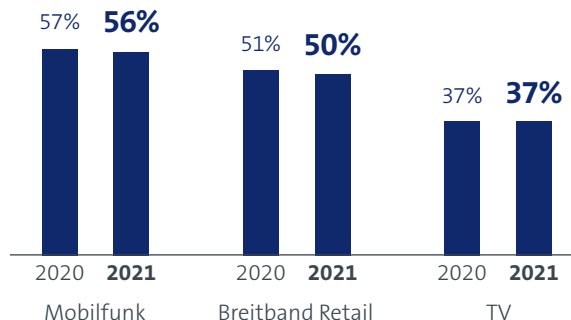
Entwicklung des Schweizer Marktes für Telekommunikations- und Informatikdienstleistungen

Den Schweizer Telekommunikationsmarkt prägt ein umfangreiches Angebot an Produkten und Dienstleistungen rund um die Daten- und Sprachkommunikation. Ihn kennzeichnen ferner die voranschreitende Digitalisierung und Vernetzung. Neben den etablierten regionalen und nationalen Telekommunikationsunternehmen nehmen international tätige Unternehmen am Schweizer Telekommunikationsmarkt teil. Diese Unternehmen stellen weltweit internetbasierte Gratis- sowie Bezahl-dienste einschliesslich Telefonie, Messaging oder Streaming zur Verfügung. Insgesamt wächst dadurch die Nachfrage nach hohen Bandbreiten stetig, die den Zugriff auf Daten und Anwendungen mit hoher Geschwindigkeit und Qualität erlauben. Die jederzeitige Verfügbarkeit von Daten und Diensten sowie deren Sicherheit werden immer zentraler, wofür moderne, leistungsfähige Netzinfrastrukturen die Grundlage bilden. Swisscom baut daher sowohl das Fest- als auch das Mobilfunknetz kontinuierlich mit den neusten Technologien aus. Die 2020 erfolgte Übernahme von Sunrise durch Liberty Global (Muttergesellschaft von UPC Schweiz) und die anschliessende Fusion von UPC Schweiz und Sunrise hat die Konsolidierung des Marktes im Berichtsjahr weiter vorangetrieben. Der Wettbewerbsdruck im Markt bleibt in der Folge weiterhin hoch.

Der Schweizer Telekommunikationsmarkt gliedert sich in die für Swisscom relevanten Teilmärkte Mobilfunk und Festnetz und erzielt ein gesamtes Umsatzvolumen von schätzungsweise CHF 11 Mrd. Der Preisdruck bleibt in allen Märkten weiterhin hoch, so dass Swisscom im Telekommunikationsmarkt mittelfristig mit leicht rückläufigen Marktumsätzen rechnet. Die Sättigung in allen Märkten intensiviert den bestehenden Verdrängungswettbewerb. Die einzelnen Teilmärkte sind von einer hohen Promotionstätigkeit der einzelnen Marktteilnehmer und einem entsprechenden Preisdruck geprägt. Im Zentrum der Angebotsportfolios stehen konvergente Angebote, die neben einem leitungsgebundenen Breitbandanschluss mit Internet, TV und Festnetztelefonie zusätzlich einen oder mehrere Mobilfunkanschlüsse enthalten können. Swisscom – sowie teilweise die Mitbewerber – bieten zudem Produkte und Dienste aus dem Kerngeschäft unter Zweit- und Drittmarken an.

Marktanteile Swisscom

am Schweizer Telekommunikationsmarkt



Mobilfunkmarkt

In der Schweiz sind drei eigenständige, grossflächige Mobilfunknetze in Betrieb, auf denen die jeweiligen Betreiber eigene Produkte und Dienstleistungen vermarkten. Zudem bieten andere Marktteilnehmer als sogenannte MVNO (Mobile Virtual Network Operator) ein eigenes Mobilfunkangebot auf diesen Netzen an. Swisscom stellt ihr Mobilfunknetz ausgewählten Drittanbietern zur Verfügung, die ihren Kunden über das Swisscom Netz eigene Produkte und Dienstleistungen anbieten. Aufgrund der hohen Marktdurchdringung ist der Schweizer Mobilfunkmarkt gesättigt, und die Anzahl der Mobilfunkanschlüsse (SIM-Karten) stagniert bei rund 11 Mio. Die Durchdringung mit Mobilfunkanschlüssen liegt in der Schweiz weiterhin bei rund 125%. Wie schon im Vorjahr hat die Anzahl der Postpaid-Abonnemente zugenommen, die Anzahl der Prepaid-Kunden hingegen abgenommen. Der Anteil der Postpaid-Abonnemente beträgt rund 81% (Vorjahr 77%). Swisscom hat im ersten Halbjahr 2021 die veraltete zweite Generation Mobilfunk (2G/GSM) ausser Betrieb genommen. Die freigewordenen Kapazitäten nutzt Swisscom für die neueren Generationen 4G und 5G. Der Postpaid-Marktanteil von Swisscom liegt bei 56%. Dies entspricht gegenüber dem Vorjahr einer Abnahme um einen Prozentpunkt, was durch den anhaltenden Wettbewerbsdruck bedingt ist.

Festnetzmarkt

Die Schweiz ist nahezu vollständig mit leitungsgebundenen Breitbandnetzen erschlossen. Neben den Festnetzen der Telekommunikationsanbieter existieren Netze von Kabelnetzbetreibern. Zudem bauen und betreiben Marktteilnehmer auf regionaler Ebene – wie bspw. in Städten und Gemeinden tätige Versorgungsunternehmen – Glasfasernetze in eigener Regie. Ihre Netzinfrastrukturen stehen grösstenteils anderen Marktteilnehmern für das Produktangebot und zur Erbringung von Dienstleistungen zur Verfügung. Swisscom baut hochmoderne Glasfaser-

netze u.a. in Kooperationen mit anderen Unternehmen nach dem Grundsatz offener Netze. Im Jahr 2021 ist Swisscom eine Partnerschaft beim Glasfaserausbau mit dem Mitbewerber Salt eingegangen. Salt investiert im Rahmen dieser Zusammenarbeit in langfristige Nutzungsrechte an Glasfaseranschlüssen von Swisscom. Dies ermöglicht es Salt, eigene Produkte und Dienstleistungen künftig grossflächig anzubieten und damit die Angebotsvielfalt im Markt weiter zu erhöhen. Der leitungsgebundene Breitbandanschluss ist die Grundlage für ein vielfältiges Produktangebot nationaler wie global agierender Wettbewerber. Eine grosse Unsicherheit prägt aktuell den weiteren Ausbau des Glasfasernetzes bis zu den Wohnungen und Geschäften (FTTH), den Swisscom für die ganze Schweiz realisiert. Das Bundesverwaltungsgericht hat 2021 die vorsorglichen Massnahmen der Wettbewerbskommission vom Dezember 2020 bestätigt, welche die Netzarchitektur von Swisscom teilweise infrage stellen und somit auch Auswirkungen auf die Partnerschaft mit Salt haben kann. Bis zu einer Klärung der Situation baut Swisscom nur Netzelemente, die der P2P-Netzarchitektur (Punkt-zu-Punkt) entsprechen (z.B. Zuleitung ins Haus) oder in Kooperation gebaut werden.

Breitbandmarkt

Infrastrukturen, die auf den Netzen von Telekommunikationsanbietern und Kabelnetzbetreibern beruhen, sind in der Schweiz die meistverbreiteten Zugangstechnologien für leitungsgebundene Breitbandanschlüsse. Der Breitbandmarkt ist im Berichtsjahr 2021 um rund 2% gewachsen. Ende 2021 hat die Anzahl der Retail-Breitbandanschlüsse in der Schweiz 4 Mio. betragen. Der Marktanteil von Swisscom hat gegenüber dem Vorjahr als Folge des unverändert hohen Wettbewerbsdrucks um einen Prozentpunkt auf 50% abgenommen.

TV-Markt

Die Übertragungsarten für TV-Signale sind in der Schweiz der Kabelanschluss, der Breitbandanschluss, der Satellitenempfang sowie der Mobilfunk. Der weitaus grösste Teil der TV-Anschlüsse wird über das Kabel- oder das Breitbandnetz bereitgestellt. Der Schweizer TV-Markt ist geprägt von einer Angebotsvielfalt der etablierten nationalen Marktteilnehmer. Zudem sind weitere nationale wie internationale Unternehmen mit ihren Angeboten auf dem Markt präsent. Diese bieten TV- wie auch Streaming-Dienste an, die sich unabhängig vom Internetanbieter über einen bestehenden Breitbandanschluss nutzen lassen. Die Wettbewerbsdynamik im gesättigten TV-Markt bleibt, getrieben durch die Vielzahl der unterschiedlichen Angebote, weiterhin hoch. Swisscom hat Ende 2020 die Übertragungsrechte für sämtliche Spiele der Schweizer Fussball Top-Ligen von 2021 bis 2025 erworben. Damit will sie ihre starke Stellung im TV-Markt weiter stärken. Sie hat ihren Marktanteil 2021 gegenüber

der Konkurrenz behauptet und bleibt dank eines Marktanteils von 37% Marktführerin.

Markt der Festnetztelefonie

Die Festnetztelefonie basiert hauptsächlich auf den Festnetzanschlüssen der Telekommunikationsanbieter und der Kabelnetze. Da die Festnetztelefonie weiterhin durch den Mobilfunk ersetzt wird, nimmt die Nutzung kontinuierlich ab. Diese Entwicklung hat sich 2021 fortgesetzt, wobei die Anzahl der Anschlüsse von Swisscom um rund 7% auf 1,4 Mio. gesunken ist.

Markt für Informatikdienstleistungen Schweiz

Der Markt für Informatikdienstleistungen (IT Services und Software) hat 2021 ein Umsatzvolumen von rund CHF 19 Mrd. erreicht. Nach der durch die Covid-19-Pandemie bedingten leicht rückläufigen Marktentwicklung im Vorjahr erholte sich der Markt im Berichtsjahr 2021. Für die kommenden Jahre geht Swisscom davon aus, dass der Markt aufgrund der zunehmenden Digitalisierung pro Jahr um 4 bis 5% wächst. Sie erwartet das grösste Wachstum in den Bereichen Cloud, Workspace & Collaboration, Security, Internet der Dinge (IoT) und bei den Business-Applikationen. Dieses Wachstum ergibt sich aus der zunehmenden Anzahl businessgetriebener ICT-Projekte sowie dem zunehmenden Bedarf an digitalen Geschäfts- und neuen Arbeitsmodellen. Swisscom stellt bei Unternehmen eine wachsende Bereitschaft fest, vermehrt externe Leistungen zu beziehen und damit die erhöhte Komplexität und die zunehmende Transformation zu einer hybriden Cloud zu bewältigen. Weitere Wachstumstreiber sind ausserdem die steigende Bedrohungslage im Bereich der IT-Sicherheit sowie Systemlösungen im Bereich des IoT. In der Regel erwarten die Kunden dabei branchen- und prozessspezifisch ausgerichtete Dienstleistungen mit entsprechender Beratung.

In einem schwierigen Marktumfeld hat Swisscom den Umsatz gegenüber dem Vorjahr leicht erhöht und ihre Marktposition behauptet. Hierfür war hauptsächlich die positive Entwicklung in den Wachstumsbereichen Security, Cloud und Business Applikationen verantwortlich. Dort stiegen die Marktumsätze jeweils, obschon sich gewisse Umsätze zu den weltweit agierenden grossen Cloud-Anbietern (Hyperscalern) verlagerten und damit in der Schweiz entfielen. Zusätzlich stärkte Swisscom im Berichtsjahr ihre Position auf dem Markt für Informatikdienstleistungen durch die Akquisitionen der in der Deutschschweiz und im Fürstentum Liechtenstein tätigen Gesellschaften der MTF Gruppe (IT-Dienstleistungen für KMU), der Webtiser AG (SAP E-Commerce) sowie der JLS Digital AG (digitale Kommunikation, kundenspezifische Applikationen und Digital Signage).

Entwicklung des italienischen Marktes für Telekommunikationsdienstleistungen

Breitbandmarkt Italien

Italien ist dank Umsätzen von rund EUR 15 Mrd. einschliesslich Wholesale der viertgrösste Festnetzmarkt in Europa. Das Volumen des Breitbandmarktes für Wohnungen und Geschäfte ist in den vergangenen Jahren stetig gestiegen. Der Breitbandmarkt umfasst rund 17 Mio. Zugangsleitungen für vier grosse Wettbewerber und weitere kleinere Anbieter. Fastweb ist einer der grössten Festnetz-Breitbandanbieter mit einem Markt-

anteil von 16% im Privatkundensegment und 34,5% im Geschäftskundensegment.

Mobilfunkmarkt Italien

Der italienische Mobilfunkmarkt weist ein Volumen von rund 78 Mio. aktiven SIM-Karten und einen Gesamtumsatz von rund EUR 13 Mrd. auf. Der Wettbewerbs- und der Preisdruck sind erheblich. Trotz des schwierigen Umfelds ist die Kundenbasis von Fastweb im Mobilfunk gegenüber dem Vorjahr um 26% auf rund 2,5 Mio. Kunden gewachsen. Der Marktanteil von Fastweb bei den SIM-Karten beträgt 3%.

Swisscom Konzernziele

Swisscom hat fünf Konzernziele («Swisscom Group Goals 2025») festgelegt, um im dynamischen Umfeld langfristig erfolgreich zu bleiben. Sie hat als gemein-

samen Nenner dieser – für sämtliche Konzerngesellschaften geltenden – Konzernziele neu die Zweckbestimmung «Empowering the Digital Future» verankert.

Swisscom Group Goals 2025



Swisscom hat sich zum Ziel gesetzt, ihre Position als Marktführerin in der Schweiz und als Schlüsselanbieterin im Markt für IT-Dienstleistungen weiter zu festigen («No. 1 in Switzerland»). Sie bildet das digitale Rückgrat der Schweiz und zeichnet sich durch das beste Kundenerlebnis aus.

Die Swisscom Tochtergesellschaft Fastweb ist eine führende alternative Anbieterin für Privat- und Geschäftskunden in Italien («Leading Challenger in Italy»). Durch kontinuierliche Investitionen baut Fastweb das eigene konvergente Ultrabreitbandnetz weiter aus. Das beste Kundenerlebnis basiert auf einer überzeugenden Servicequalität und auf Angeboten, die sich durch Transparenz, Fairness und Einfachheit auszeichnen. Fastweb liefert einen wesentlichen Beitrag zum Wachstum von Swisscom und strebt weitere Marktanteilsgewinne an.

Finanziell zeichnet sich Swisscom durch eine sehr hohe Stabilität aus («Rock-solid Financials»). Die Sicherung der

Profitabilität und des Cashflows ist wichtig, um weiterhin eine attraktive Dividende ausschütten zu können.

Swisscom bekennt sich zur unternehmerischen Verantwortung gegenüber der Gesellschaft. Diese Verantwortung gewinnt aus Sicht von Aktionären, Kapitalmarkt oder Kunden zunehmend an Bedeutung («Committed to Corporate Responsibility»). Als vertrauenswürdige Unternehmen ist Swisscom auf Nachhaltigkeit ausgerichtet, die sich u.a. in Netto-Null-Emissionen und einer positiven CO₂-Bilanz im Schweizer Geschäft bis 2025 äussert. Swisscom fördert zudem Diversität und Inklusion im eigenen Unternehmen. Diversität steht für einen ausgewogenen Generationenmix, die Gleichberechtigung der Geschlechter und Vielfalt hinsichtlich von Sprache und Herkunft. Inklusion beinhaltet die gezielte Einbindung von Mitarbeitenden mit physischen oder psychischen Beeinträchtigungen sowie die Integration von Flüchtlingen.

© Siehe unter www.swisscom.ch/cr-report2021

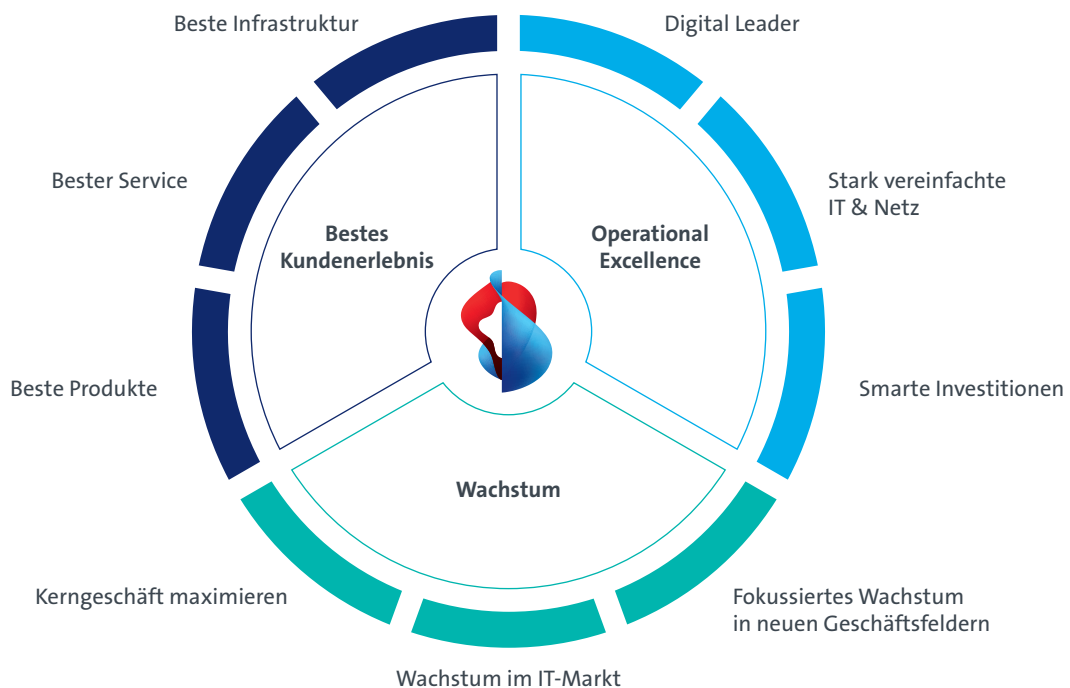
Als führendes digitales Unternehmen lanciert Swisscom innovative Produkte und Dienstleistungen, die auf resilienten und sicheren Netzen basieren («Outstanding in

Innovation & Reliability»). Sie entwickelt gezielt Wachstumsfelder im Bereich Digital Business wie FinTech oder Trust Services weiter.

Strategie Schweiz

Als Schweizer Markt-, Technologie- und Innovationsführerin mit hohem Qualitätsanspruch verbindet Swisscom sowohl Privat- als auch Geschäftskunden. Sie steht im Zentrum der Digitalisierung und ermöglicht ihren Kunden, die Chancen der vernetzten Welt einfach zu nutzen. Swisscom stellt die Bedürfnisse der Menschen in den Mittelpunkt ihrer Tätigkeiten. Gemeinsam sorgen ihre Mitarbeitenden für begeisterte Erlebnisse. Swisscom handelt vertrauenswürdig

und engagiert, entwickelt sich mit Neugier kontinuierlich weiter und verfolgt ihre Ziele konsequent. Massgeblich ist für Swisscom das Vertrauen der Kunden. Die Verlässlichkeit und Nachhaltigkeit der Swisscom Aktivitäten stärken dieses Vertrauen. Um ihre Vision zu verwirklichen, als Nummer 1 auf dem Markt die Zukunft zu gestalten und Menschen in der vernetzten Welt zu begeistern, hat Swisscom drei strategische Ansprüche bestimmt.



Strategische Ansprüche von Swisscom

Bestes Kundenerlebnis

Um ihre Kunden zu begeistern, will Swisscom überall und jederzeit das Beste bieten. Das Kundenerlebnis beruht auf einer leistungsfähigen Infrastruktur. Swisscom bietet ihren Kunden daher eine hochmoderne IT- und Kommunikationsinfrastruktur und entwickelt diese stetig weiter. Die Anforderungen der Kunden an die Netze steigen fortwährend. Deshalb baut und betreibt Swisscom performante Netze, die sich durch hohe Sicherheitsstandards, geringe Latenz und höchste Abdeckung auszeichnen. Im Berichtsjahr hat das Swisscom Netz wiederum Spitzenplätze in zahlreichen Tests führender

Fachzeitschriften erreicht. Swisscom setzt sich hochgesteckte Ziele zum Ausbau des Glasfasernetzes. Bis Ende 2025 soll die Glasfaserabdeckung in Wohnungen und Geschäften (FTTH) auf 50 bis 60% erhöht werden. Nachdem Swisscom im Frühjahr 2019 das erste 5G-Netz in Europa mit kommerziellen Angeboten und Endgeräten lanciert hat, treibt sie den Ausbau von 5G weiter voran. Nach wie vor existieren in der Bevölkerung Bedenken und Widerstände gegen den Ausbau von 5G. Zudem lässt sich die volle Leistungsfähigkeit der Netze aufgrund der strengen gesetzlichen Grenzwerte in der

Schweiz nicht ausschöpfen, was die Schaffung dringend notwendiger Kapazitäten im Mobilfunknetz erschwert.

Zentraler Eckpfeiler des Cloud-Angebots bilden in der Schweiz produzierte Cloud Services. Diese werden durch globale Public Cloud-Lösungen ergänzt (wie etwa Amazon Web Services oder Microsoft Azure). Dabei tritt Swisscom als unabhängiger Serviceprovider auf, der Kunden bei ihrer digitalen Transformation mit Hybrid- und Multicloud-Lösungen unterstützt.

Die Beziehung zu den Kunden ist Kern des Erfolgs von Swisscom. Bester Service und durchgängig begeisternde Erlebnisse haben für Swisscom oberste Priorität. Swisscom Kunden werden kompetent begleitet, erhalten einen flexiblen, individuellen Service vor Ort und geniessen bei allen Online-Angeboten eine einfache Nutzererfahrung. Swisscom reduziert zudem die Komplexität der Angebotsstruktur und bietet relevante, fortschrittliche Produkte. An der Spitze ihres konvergenten Angebots steht das flexible, modulare inOne-Abonnement, das laufend verbessert wird und bei Privatkunden weiterhin sehr beliebt ist. Neben der Hauptmarke bietet Swisscom Zweit- und Drittmarken an, um bspw. digital besonders affine oder preissensitivere Zielgruppen anzusprechen. Unter der Produktfamilie «Swisscom blue» entwickelt Swisscom die Unterhaltungsangebote blue TV, blue News, blue+ und blue Cinema weiter.

Kleinere und mittlere Unternehmen (KMU) begleitet Swisscom dank eines schweizweiten Netzwerks aus KMU-Spezialisten und zertifizierten Partnern fundiert, persönlich und lokal. Den KMU stellt Swisscom Smart ICT-Komplettlösungen für das IT-Outsourcing zur Verfügung. Zuletzt hat sie ihr Angebot für Schweizer KMU u.a. mit neuen Security-Lösungen ergänzt. Dabei unterstützt Swisscom als vertrauenswürdige Partnerin KMU-Kunden bei der Abwehr der wachsenden Bedrohung durch Cyberattacken. Im Geschäftskundenbereich sind sowohl standardisierte Produkte wie auch massgeschneiderte Kundenlösungen gefragt. Swisscom bietet den Geschäftskunden ein integriertes Kundenerlebnis aus einer Hand.

Operational Excellence

Als Folge des intensiven Verdrängungswettbewerbs stehen die Umsätze im Kerngeschäft weiter stark unter Druck. Den Rückgang dieser Umsätze will Swisscom – neben einem Wachstum in neuen Bereichen – durch konsequentes Kostenmanagement möglichst auffangen. Sie will ihre Kostenbasis im Kerngeschäft in den nächsten Jahren weiter optimieren, um eine nachhaltige Profitabilität zu sichern. Dieses Vorgehen soll es Swisscom ermöglichen, Mittel für die Entwicklung neuer Geschäftsmöglichkeiten freizusetzen und die für den künftigen Erfolg notwendigen Investitionen zu tätigen.

Für Swisscom als führendes digitales Unternehmen ist die konsequente digitale Transformation des eigenen Unternehmens und damit die Erhöhung des eigenen Digitalisierungsgrads zentral. Um diese Transformation voranzutreiben, erweitert Swisscom u.a. die Prozessautomatisierung, stärkt ihren Online-Kanal für Verkauf und Beratung und nutzt künstliche Intelligenz und Analysefähigkeiten. Wesentlich ist ferner die Vereinfachung der eigenen IT und des Netzes. Zu diesem Zweck modernisiert und konsolidiert Swisscom ihre IT-Plattformen, lässt alte Technologien auslaufen, reduziert Schnittstellen, nutzt agile Entwicklungsmethoden und standardisiert und bereinigt ihr Produktportfolio. Zusätzlich gestaltet Swisscom ihre Investitionstätigkeit noch effizienter: z.B. durch einen intelligenten Technologiemix oder einen wertorientierten Netzausbau.

Neues Wachstum

Der Markt für Telekommunikation in der Schweiz ist gesättigt. Swisscom rechnet mit einem leichten Mengenwachstum sowohl weiterhin im Postpaid-Segment des Mobilfunks als auch im Breitband-Segment, wo u.a. die steigende Anzahl Wohnungen und Geschäfte in der Schweiz wachsende Teilnehmerzahlen erwarten lässt. Der Preisdruck bleibt in allen Märkten hoch, so dass Swisscom im Telekommunikationsmarkt gesamthaft mit einem leicht rückgängigen Marktumsatz rechnet. Nach der durch die Covid-19-Pandemie bedingten leicht rückläufigen Marktentwicklung im Jahr 2020 hat sich der Markt für Informatikdienstleistungen im Berichtsjahr erholt. Er wird nach Auffassung von Marktexperten in den nächsten Jahren weiter moderat wachsen: Treiber ist die zunehmende Digitalisierung und damit verbunden der steigende Einsatz von ICT in zahlreichen Branchen.

Swisscom strebt ein Wachstum v.a. in den folgenden drei Teilbereichen an: im Kerngeschäft, im IT-Markt und in neuen Geschäftsfeldern. Durch die Weiterentwicklung ihres Kerngeschäfts will sie Wachstumsmöglichkeiten ausschöpfen – bspw. im Bereich des Internets der Dinge (sowohl im Privat- wie auch im Geschäftskundenbereich), mit fortschrittlichen Value Added Services oder bei den Zweit- und Drittmarken. Im IT-Bereich liegt der Schwerpunkt bei Security- und Cloud-Dienstleistungen, in vertikalen IT-Angeboten (z.B. Banking) oder im Bereich der Applikationen. Durch ihre Aktivitäten im FinTech-Bereich, die digitalen Dienste für KMU von localsearch (Swisscom Directories AG) sowie die Trust Services strebt Swisscom ein Wachstum in neuen Geschäftsfeldern an. Sie steuert die Wachstumfelder anhand klar definierter Erfolgskriterien. Dabei orientiert sie sich bei der Auswahl der Wachstumfelder an den künftigen Kundenbedürfnissen, setzt auf zukunftsorientierte, wachstumsstarke Geschäftsmodelle und nutzt vermehrt Partnerschaften.

Transformation «Level up»

Um die Konzernziele («Swisscom Group Goals 2025») in einem sich rasant wandelnden Umfeld zu erreichen und die Zukunft mitzugestalten, muss Swisscom neue Wege gehen. Dabei legt sie das Schwergewicht auf die folgenden drei Verhaltensgrundlagen des Managements und der Mitarbeitenden: «Performing together», «Thinking digital first» sowie «Acting lean-agile». Diese drei Grundlagen sind zur Erreichung der Konzernziele entscheidend. Mittels klarer Ziele hinsichtlich «Performing together», «Thinking digital first» und «Acting lean-agile» will Swisscom die Unternehmenskultur und Fähigkeiten der Mitarbeitenden weiterentwickeln und auf die nächste Stufe heben («Level up»). So setzt Swisscom einerseits auf bereichsübergreifend festgelegte Ziele; andererseits auf eine kontinuierliche Entwicklung von Mitarbeitenden und Teams, die Verantwortung übernehmen und dementsprechend überzeugende Leistungen erbringen. Entscheide werden bei Swisscom grundsätzlich auf Grundlage von Daten getroffen. In diesem Zusammenhang kommt der Digitalisierung eine zentrale Rolle zu, weshalb Swisscom interne Geschäftsprozesse konsequent digitalisiert. Ebenso benötigen sämtliche Mitarbeitende digitale Fähigkeiten, um Swisscom Kunden das beste Erlebnis zu ermöglichen und mittels schlanker, iterativ entwickelter Lösungen einen entscheidenden Mehrwert zu bieten. Hierzu fördert Swisscom die kontinuierliche Weiterentwicklung der Mitarbeitenden.

Strategie Italien

Fastweb ist eine infrastrukturbasierte, alternative Telekommunikationsanbieterin für Privat- und Geschäftskunden in Italien. Sie verfügt über eine eigene Ultrabreitbandinfrastruktur und bietet neben Festnetzdienstleistungen für Privatkunden und kleinere Geschäftskunden Mobilfunkdienstleistungen an. Dabei positioniert sie sich als Qualitätsanbieterin und verfolgt die Strategie, sich zu einer infrastrukturbasierten OTT-Anbieterin zu entwickeln. Ihre eigene Netzinfrastruktur (Mobilfunk und Festnetz) bietet den Kunden Gigabit-Konnektivität. Gleichzeitig entwickelt Fastweb neue Services, die sich – ähnlich wie bei klassischen OTT-Anbietern – durch Einfachheit, hohe Kundenorientierung und Effektivität auszeichnen. Durch kontinuierliche Investitionen baut Fastweb das eigene konvergente Ultrabreitbandnetz weiter aus. Im Breitbandmarkt beruht die gute Marktposition von Fastweb auf der eigenen Glasfaserinfrastruktur (FTTH und FTTS). Fastweb hält seit 2021 einen Anteil von 4,5% an der 2020 gegründeten Netzgesellschaft FiberCop S.p.A, die im Mehrheitsbesitz (58%) von TIM ist. Durch die Beteiligung an FiberCop profitiert Fastweb vom geplanten weiteren

FTTH-Ausbau in Italien. Daneben setzt Fastweb auf den Einsatz von Fixed Wireless Technologie (FWA). FWA erlaubt glasfaserähnliche Surfgeschwindigkeiten und damit ein verbessertes Kundenerlebnis bei geringeren Kosten und weniger Zeitbedarf für den Netzausbau. Der geplante Ausbau des landesweiten 5G-Mobilfunknetzes wird durch den Erwerb von Spektrum und die Partnerschaft mit WindTre ermöglicht.

Im Privatkundenbereich setzt Fastweb auf ein konvergentes Produktportfolio, das transparent, fair und einfach ist. Durch überzeugende Servicequalität will sie das beste Kundenerlebnis bieten. Im Geschäftskundenbereich erweitert Fastweb ihr Portfolio strategisch mit horizontalen Lösungen, und zwar vornehmlich in den Bereichen Cloud und digitale Sicherheit. Ein weiterer Schwerpunkt von Fastweb liegt im Ausbau der Wholesale-Angebote – sei es im Bereich Ultrabreitband oder bei der Anbindung von Mobilfunkstandorten ans Glasfasernetz.

Um die Markenpositionierung zu verbessern, hat Fastweb in den Statuten zusätzlich die Zweckbestimmung «Tu sei futuro» verankert. Dadurch will sie ihre Positionierung, die bisher stark auf Geschwindigkeit und Performance aufbaut, um Zukunftsthemen wie Digitalisierung und Nachhaltigkeit erweitern. Swisscom rechnet damit, dass Fastweb in Zukunft ihre Marktposition weiter ausbaut und einen steigenden Wertbeitrag erwirtschaftet.

Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeitsstrategie

Swisscom übernimmt Verantwortung gegenüber Gesellschaft und Umwelt. Als führendes ICT-Unternehmen der Schweiz will sie die Chancen der digitalen Transformation für den Wohlstand der Schweiz nutzen, sich engagieren und die Zukunft mitgestalten. Swisscom tut das, indem sie die digitalen Kompetenzen von Menschen fördert, das Klima schützt, sich für faire und klimaverträgliche Lieferketten einsetzt sowie eine verlässliche, leistungsfähige ICT-Infrastruktur errichtet und pflegt. Diese Massnahmen sind Bestandteil ihrer Nachhaltigkeitsstrategie, die sich an den 17 globalen Nachhaltigkeitszielen der UNO orientiert. Um diese Handlungsfelder zu bedienen, hat Swisscom drei strategische Stossrichtungen mit entsprechenden Zielen formuliert: «Bereit für die Menschen», «Bereit für die Umwelt» und «Bereit für die Schweiz». Weitere Informationen sind im separaten Nachhaltigkeitsbericht enthalten.

© Siehe unter www.swisscom.ch/cr-report2021

Bereit für die Menschen

Swisscom will die Menschen in der Schweiz befähigen, die Chancen der vernetzten Welt zu nutzen. Swisscom unterstützt bis spätestens 2025 2 Mio. Menschen jährlich dabei, ihre Kompetenzen in der digitalen Welt weiterzuentwickeln. Neue Bildungsangebote für Schulen, die Bevölkerung, KMU und ihre Mitarbeitenden bringen sie diesem Ziel näher. Ihre Teams in den Callcentern und Shops stehen ihren Kunden bei Fragen zur Seite. In der Lieferkette sorgt Swisscom für sichere und faire Arbeitsbedingungen. Ferner setzt sie sich für einen barrierefreien Zugang zu allen ihren Dienstleistungen ein.

Bereit für die Umwelt

Swisscom leistet als Vorreiterin für den Klimaschutz einen Beitrag zur Deckung der globalen Temperaturerhöhung auf 1,5 Grad. Im Schweizer Geschäft wird Swisscom bis 2025 über die gesamte Wertschöpfungskette klimaneutral sein. Zudem reduziert sie zusammen mit ihren Kunden den CO₂-Ausstoss bis ins Jahr 2025 um 1 Mio. Tonnen CO₂ pro Jahr. Dies entspricht rund 2% der Treibhausgasemissionen der Schweiz. Weiter will Swisscom ihren Energieverbrauch bis 2030 im Vergleich zu heute um 20% reduzieren.

Bereit für die Schweiz

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

Klimaschutz und Energieeffizienz

In einem sich rasch verändernden Umfeld setzt Swisscom ihren Weg zu mehr Energieeffizienz und Klimaschutz fort, verstärkt ihre Nachhaltigkeitsziele und reduziert ihre Treibhausgasemissionen. Der Übergang zu einem emissionsfreien Unternehmen hat Auswirkungen auf die Organisation und die Prozesse von Swisscom. Er bietet im Gegenzug neue Einnahmequellen durch das Swisscom Portfolio an nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen.

Das regulatorische Umfeld ist herausfordernder geworden. In der Schweiz wie in Europa macht sich die Tendenz zu verschärften Anforderungen bemerkbar. Die regulatorischen Bestrebungen verfolgen das Ziel, den Übergang zu einer emissionsfreien Wirtschaft (Netto-Null-Emissionen) bis 2050 zu beschleunigen: d.h. den Übergang zu einer Wirtschaft, die nicht mehr CO₂-Emissionen produziert, als sie zu kompensieren vermag. Dieses Ziel steht im Einklang mit den jüngsten Empfehlungen der International Plant Protection Convention (IPPC), den durch-

schnittlichen Temperaturanstieg unter 1,5 Grad zu halten. Im Berichtsjahr 2021 hat Swisscom ihre CO₂-Reduktionsziele überarbeitet und plant, im Schweizer Geschäft bis 2025 das Ziel der Netto-Null-Emissionen zu erfüllen.

Um ihre gesteckten Ziele zu erreichen, arbeitet Swisscom vor allem daran, die eigene Energieeffizienz zu erhöhen. Eine möglichst hohe Energieeffizienz ist für ein energieintensives Unternehmen wie Swisscom unerlässlich. Dabei ist Swisscom bestrebt, die Effizienz ihrer Netz-, Immobilien- und Mobilitätsinfrastruktur zu steigern und keine umweltschädlichen Energieträger zu nutzen. Dementsprechend handelt und investiert sie zielgerichtet. Die einzelnen Tätigkeiten und deren Auswirkungen sind im Nachhaltigkeitsbericht und Klimabericht ausführlich beschrieben.

Das Ziel der Netto-Null-Emissionen erfordert nicht nur eine massive Verringerung der Emissionen. Wichtig ist ebenso, CO₂ langfristig in Kohlenstoffsenken zu binden und so aus der Atmosphäre zu entfernen. Swisscom prüft hierzu unterschiedliche Möglichkeiten: so u.a. die Aufforstung oder die direkte Abscheidung von CO₂ aus der Luft und die Speicherung im Untergrund.

Swisscom bietet eine Reihe von Dienstleistungen an, dank denen Kunden ihren CO₂-Fussabdruck verringern. Hierzu gehören Teledienste wie Microsoft Teams oder Zoom, die den Reiseaufwand und damit die Treibhausgasemissionen erheblich reduzieren. Diese Dienstleistungen haben sich während der Covid-19-Pandemie als sehr nützlich erwiesen, da sie die Produktivität und Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft erhalten bzw. sogar erhöht haben. Voraussetzung für die Nutzung solcher Teledienste ist die flächendeckende Versorgung mit Breitbandanschlüssen. Bis 2025 will Swisscom 50 bis 60% der Schweizer Wohnungen und Geschäfte mit Netzgeschwindigkeiten von bis zu 10 Gbit/s versorgen. Eine Schätzung der Emissionen, die seitens der Swisscom Kunden durch die Nutzung nachhaltiger Dienstleistungen vermieden werden, findet sich im jährlichen Klimabericht von Swisscom.

© Siehe unter www.swisscom.ch/klimabericht2021

Eine Transformation dieser Grössenordnung und Geschwindigkeit ist mit unterschiedlichen Risiken und Chancen verbunden. Die schweizerischen und europäischen Vorschriften werden den Bereich der nachhaltigen Finanzen künftig stark prägen. Sie werden ein deutlich höheres Mass an Transparenz über Investitionen und ihre nachhaltigen Auswirkungen sowie eine genauere Wesentlichkeitsanalyse verlangen. Eine solche Analyse muss eine doppelte Perspektive einnehmen: die Auswirkungen des Unternehmens auf seine Umwelt einerseits

sowie die Auswirkungen der Umwelt auf das Unternehmen andererseits. Ab dem 1. Januar 2022 müssen Unternehmen, die Tochtergesellschaften in der EU besitzen oder deren Wertpapiere auf EU-Finanzmärkten gehandelt werden, ihre Tätigkeiten nach den Kategorien der europäischen Taxonomie ausweisen, um ihre Vergleichbarkeit zu erleichtern. Swisscom hat ihre Geschäftstätigkeiten nach dieser Klassifikation geordnet.

Neben den Übergangsrisiken, die mit regulatorischen und rechtlichen Unsicherheiten verbunden sind, muss Swisscom die physischen Risiken bewerten, die sich aus dem Klimawandel ergeben. Sie hat hierzu begonnen, die Empfehlungen der Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) umzusetzen.

Swisscom hat die Reputations-, Finanzierungs- und Portfolio Potenziale erhoben, die sich aus dem Klimawandel und dem Übergang zu einem Unternehmen mit Netto-Null-Emissionen ergeben. Sie hat 2020 als erstes börsenkotiertes Unternehmen in der Schweiz eine grüne Anleihe («Green Bond») in Euro aufgenommen, deren Mittel im Rahmen des Green Bond Frameworks verwendet werden. 2021 folgte eine grüne Anleihe in CHF und Swisscom verfügt zudem seit 2021 über Kreditfazilitäten, deren Kosten an die Ziele der Environmental Social Governance (ESG) gekoppelt sind. Das Portfolio an nachhaltigen Dienstleistungen leistet einen relevanten Beitrag zum Umsatz und soll weiterwachsen. Informationen darüber sind im Nachhaltigkeitsbericht enthalten.

© Siehe unter www.swisscom.ch/cr-report2021

A photograph of two men in an industrial setting. The man on the left is wearing an orange safety vest over a blue checkered shirt and glasses, smiling as he looks at a laptop. The man on the right is wearing a light blue button-down shirt with a 'RHOENBERG SERSA' logo and a red smartwatch, holding a white device. The background shows industrial machinery.

«Bereit für den Wettbewerb von morgen»

Konkurrenzfähiger dank unseren innovativen Lösungen aus künstlicher Intelligenz, Internet der Dinge, Cloud oder 5G.



«Bereit für die digitale Arbeitswelt»

Effizientere Zusammenarbeit dank unseren Webschulungen
für die Mitarbeitenden Ihres Unternehmens.

Infrastruktur

Die Telekommunikationsnetze bilden das Fundament der digitalen Schweiz. Dies hat sich während der Pandemie eindrücklich gezeigt, als die Netze das wirtschaftliche sowie soziale Leben nahtlos aufrechterhalten haben. Um dem steigenden Breitbandbedarf im Schweizer Fest- und Mobilfunknetz gerecht zu werden, investiert Swisscom weiterhin massiv in die Infrastruktur. Bis Ende 2025 will sie bis zu 60% der Wohnungen und Geschäfte direkt mit Glasfaser erschliessen. Ende 2021 versorgt Swisscom bereits 99% der Schweizer Bevölkerung mit einer Basisversion von 5G. Damit verfolgt sie die Strategie, für die Schweiz die besten Netze zu bauen und zu betreiben – und legt eine solide Grundlage für die digitale Transformation.

Infrastruktur in der Schweiz

Netzinfrasturktur

Das Rückgrat der Schweizer Informationsgesellschaft bilden die Telekommunikationsnetze. Swisscom ist im Fest- und im Mobilfunknetz die mit Abstand grösste Netzbetreiberin in der Schweiz. Sowohl im Festnetz wie auch im Mobilfunknetz will sie den Schweizer Kunden das beste Netz zur Verfügung stellen. Sie setzt auf eine intelligente Kombination unterschiedlicher Netztechnologien, damit die ganze Schweiz von den Möglichkeiten der digitalen Welt profitiert. Im Juli 2021 hat sich ein Netzausfall ereignet, von dem u.a. die Notrufnummern betroffen waren. Dabei bewährten sich grundsätzlich die 2020 ergriffenen Massnahmen zur dynamischen Leitweglenkung von Blaulichtorganisationen. Swisscom arbeitet weiter daran, Störungen zu reduzieren. Die Anzahl an Privatkunden, die von Unterbrüchen und Ausfallminuten betroffen worden sind, hat in den letzten Jahren abgenommen. Die Kundenzufriedenheit entwickelt sich entsprechend positiv.

Neues Kommunikationszeitalter hat begonnen

Swisscom hat die herkömmliche Festnetztelefonie durch das Internetprotokoll (IP) abgelöst und ihr Netz auf die Zukunft ausgerichtet. Alle Schweizer Gemeinden sind inzwischen auf die IP-Telefonie umgestellt. Die Privatkunden profitieren so von einer deutlich verbesserten Sprachqualität, automatischer Namensanzeige und der Möglichkeit, lästige Werbeanrufe zu blockieren.

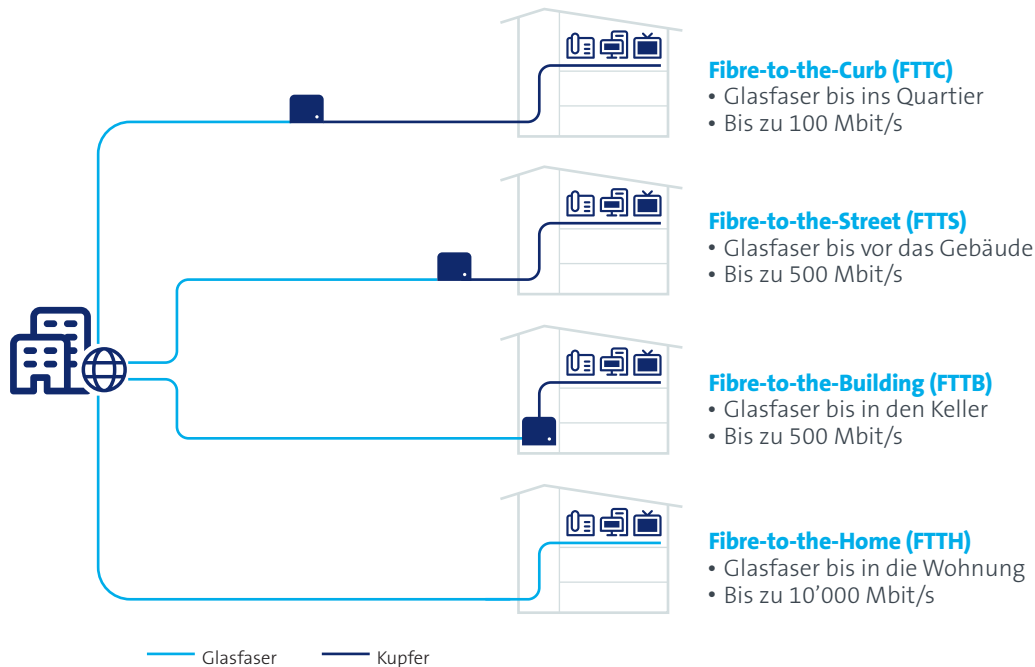
Internationale Spitzenposition dank kontinuierlichem Ausbau

Die Schweiz verfügt über eine der besten Informations- und Telekommunikationsinfrastrukturen der Welt. Internationale Studien der OECD oder des Daten- und Informationsdienstleisters IHS Markit belegen dies regelmässig. Gerade ländliche Regionen profitieren von den massiven Investitionen, die zu gut zwei Dritteln von Swisscom getragen werden: Laut der Studie Broadband Coverage in Europe 2020 von Omdia/IHS-Markit, die im Auftrag der EU-Kommission und unterstützt von Glasfasernetz Schweiz im Berichtsjahr veröffentlicht wurde, liegt die Verfügbarkeit von Breitband in ländlichen Regionen der Schweiz deutlich über dem EU-Durchschnitt. Ende 2021 nutzten bereits rund 4,8 Mio. oder 90% der Wohnungen und Geschäfte Bandbreiten von mehr als 80 Mbit/s. Damit hat Swisscom selbst abgelegenen Ortschaften einen Zugang zu Ultrabreitband ermöglicht. Über 3,9 Mio. oder 72% der Wohnungen und Geschäfte profitieren von Verbindungen mit mehr als 200 Mbit/s. Bei Geschwindigkeiten von 10 Gbit/s beträgt die Abdeckung rund 33%. Im Rahmen des Breitband-Festnetztest Schweiz 2021 des Fachmagazins connect erreicht das Swisscom Festnetz den 1. Platz in der Geschwindigkeitsklasse 10 Gbit/s. Gleichzeitig erhält das Festnetz von Swisscom die Wertung «sehr gut» Ebenso gehört das Mobilfunknetz von Swisscom im internationalen Vergleich zu den besten Netzen, wie unabhängige Netztests – wie der Fachmagazine connect oder CHIP oder des Netzanalysten Oakla – bestätigen. Swisscom versorgt heute über 99% der Bevölkerung mit 3G und 4G sowie 99% der Bevölkerung mit einer Basisversion von 5G sowie 888 Orte mit 5G+.

Netzausbau

Der Breitbandbedarf im Schweizer Fest- und Mobilfunknetz erhöht sich weiter. Um das hohe Niveau beizubehalten, sind weitere Investitionen in die Netze erforderlich. Swisscom investiert deshalb in der Schweiz jährlich rund

CHF 1,6 Mrd. in IT und Infrastruktur. Bis Ende 2025 soll sich die Glasfaserabdeckung bis in Wohnungen und Geschäfte (FTTH) gegenüber 2019 nahezu verdoppeln. Dadurch werden 50 bis 60% aller Wohnungen und Geschäfte über eine Bandbreite von bis zu 10 Gbit/s verfügen.



Gleichzeitig modernisiert Swisscom in den kommenden Jahren kontinuierlich ihr bestehendes Netz, wodurch 30 bis 40% der Wohnungen und Geschäfte eine Bandbreite von 300 bis 500 Mbit/s nutzen können. In ausgewählten Regionen verbessert sich die Breitbandversorgung dank der Bonding-Technologie laufend. Bonding kombiniert die Leistung des Fest- mit derjenigen des Mobilfunknetzes und ermöglicht dadurch ein deutlich besseres Kundenerlebnis.

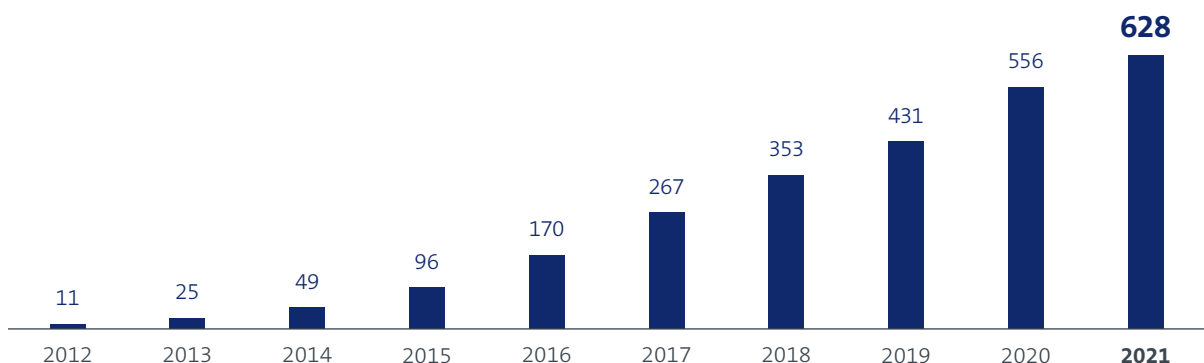
Der Datenbedarf der Kunden steigt im Mobilfunknetz weiter. Wie eine unabhängige Studie des Forschungsinstituts Sotomo auf Basis von Swisscom Netzdaten belegt, hat sich der mobile Datenverkehr seit 2010 um das 200fache vervielfacht. Zudem befinden sich heute im

Vergleich zu 2010 drei Mal mehr Geräte im Netz. In diesem Zusammenhang ermöglicht der Mobilfunkstandard 5G nicht nur neue Funktionen für aktuelle Anwendungen, sondern bringt vor allem die notwendige Entlastung des Netzes, erhöht die Kapazität und hält die gewohnte Qualität des 4G-Netzes aufrecht. Daher – sowie aufgrund der strengen gesetzlichen Rahmenbedingungen – muss das Mobilfunknetz durch neue Mobilfunkstandorte ausgebaut werden. Der Ausbau mit 4G+ bzw. 5G+ schreitet weiter voran. Im Berichtsjahr hat Swisscom die nach 28 Jahren inzwischen veraltete zweite Mobilfunkgeneration (2G) innert weniger Wochen ausser Betrieb genommen. Sie nutzt die freigewordenen Kapazitäten für die effizienteren Nachfolgenerationen.

© Siehe unter www.swisscom.ch/netzabdeckung

57 Mal höheres Datenvolumen in neun Jahren

in Mio. Terabytes



Entwicklung Datenvolumen in Swisscom Netzen in Mio. Terabytes

Bereits seit 2015 arbeitet Swisscom gemeinsam mit Ericsson an der Einführung von 5G in der Schweiz. Sie hat 2019 als erste Anbieterin in Europa ein 5G-Netz in Betrieb genommen und baut es stetig aus. Aktuell versorgt Swisscom 99% der Schweizer Bevölkerung mit einer Basisversion von 5G und stellt bereits in 888 Orten die Version 5G+ zur Verfügung, die alle Vorteile von 5G beinhaltet. Gemäss Branchenverband asut waren in der Schweiz Mitte 2021 bereits über 1 Mio. 5G-fähige Geräte in Betrieb. Der 5G-Ausbau bringt schrittweise die notwendigen Mehrkapazitäten für Privat- und Geschäftskunden. Er verläuft allerdings schleppend, da oft gesundheitliche Bedenken aus der Bevölkerung die Diskussion um den Netzausbau bestimmen.

Am 23. Februar 2021 ist ein wichtiger Nachtrag zu den Vollzugsempfehlungen zur NISV erschienen. Dieser regelt den Betrieb der neuartigen adaptiven Antennen. Am 19. August 2021 hat das BAKOM bestätigt, dass die Mobilfunkbetreiber alle technischen und betrieblichen Voraussetzungen erfüllen, um bei adaptiven Antennen Korrekturfaktoren anzuwenden. Dies ermöglicht den Betreibern, die adaptiven Antennen im Sinne ihrer technischen Konzeption einzusetzen – und damit alle Vorteile der neusten Antennengeneration zu nutzen. Diese Vorteile liegen in einer erhöhten Kapazität und Reichweite bei gleichzeitig verringerter Exposition von Personen, die sich im Umfeld der Antenne aufhalten, aber den Mobilfunk nicht nutzen.

Zu den erwähnten Vollzugsempfehlungen des Bundes hat die Konferenz der Bau-, Planungs- und Umweldirektoren (BPUK) rechtliche Bedenken angemeldet. Sie forderte einen teilweisen Verzicht auf die Anwendung des Korrekturfaktors – gestützt auf eine rechtliche Expertise. Ein Rechtsgutachten der Branche stützte seinerseits jedoch die Vollzugsempfehlung des BAFU in

allen wesentlichen Punkten. Unter Vorsitz des UVEK trafen sich in der Folge BPUK, BAFU, BAKOM und Delegationen der kantonalen NIS-Fachstellen sowie der Betreiber, um eine gemeinsame Lösung zu finden. Dies gelang noch vor Abschluss des Jahres, wobei die aufgeworfenen Fragen auf Verordnungsstufe verbindlich geregelt wurden. Offen bleibt die Frage, wie sich Anpassungsarbeiten an Antennen, die keine Auswirkungen auf die Immissionen haben, rechtlich verbindlich regeln lassen. Hierzu will oben genannte Arbeitsgruppe bis Ende des ersten Quartals 2022 Lösungen vorlegen, die unterschiedlichen Interessen Rechnung tragen. Eine entsprechende Regelung ist wichtig, da an einer Mobilfunkanlage rund alle 18 Monate betriebliche Anpassungen vorgenommen werden müssen.

Nach wie vor begegnen Teile der Bevölkerung dem Ausbau der Mobilfunkinfrastruktur mit Bedenken und Widerständen. Die Motive gegen den Ausbau sind sehr unterschiedlich, wobei die zugrundeliegenden Mutmassungen und Annahmen zu 5G in vielen Fällen einer faktischen Grundlage entbehren. Bereits heute hat die Kontroverse um den Mobilfunk zahlreiche Vorhaben des Netzausbaus erheblich verzögert, wovon ebenso der Ausbau des 4G-Netzes betroffen ist.

Ferner schöpft die neue Technologie 5G ihre volle Leistungsfähigkeit aufgrund der strengen Regulation nicht aus. Damit die Schweiz die Möglichkeiten von 5G voll nutzen kann, müssen daher die umweltrechtlichen Rahmenbedingungen angepasst werden. Um den Informationsstand zu verbessern, informiert Swisscom auf ihren Kanälen und unterstützt den Branchenverband asut bei seinen Informationskampagnen, u.a. mit der gemeinsamen Informationsplattform CHANCE 5G.

© Siehe unter www.chance5g.ch

Das Internet der Dinge (IoT) verbindet längst eine Vielzahl von Dingen und Geräten untereinander bzw. mit ihren Nutzern. Der Einstieg von internationalen Cloud-Anbietern in den IoT-Markt hat der Durchgängigkeit und Skalierung von IoT neuen Schub verliehen. Dank starker Partnerschaften mit Amazon und Microsoft ist Swisscom hierbei gut positioniert. Sie ist bereits heute die führende Anbieterin für IoT-Systemlösungen, die für Cloud- und Analytics-Implementationen sowie deren Betrieb erforderlich sind. «Data as a Service» rundet das Swisscom Portfolio ab und gestaltet dank Plug and Play den Einstieg in das IoT für Kunden noch einfacher. So hat Swisscom im Berichtsjahr anhand eines Projekts mit der Businesspartnerin Rhomberg Sersa Rail Group übergreifende Anwendungen verwirklicht, die 5G, IoT, Cloud, Data Driven Business sowie künstliche Intelligenz vereinen. Das gemeinsame Projekt hat weltweit Strahlkraft: Gemeinsam sind die Rhomberg Sersa Rail Group und Swisscom mit dem Microsoft Partner of the Year Award 2021 in der Kategorie Azure/IoT ausgezeichnet worden.

Swisscom baut ihre Antennenstandorte laufend aus. Sie koordiniert Standortausbauten, soweit möglich, mit anderen Mobilfunkbetreibern und teilt mit ihnen heute knapp ein Viertel ihrer rund 9'400 Antennenstandorte. Swisscom verfügt per Ende 2021 über rund 6'400 Ausenanlagen und 3'500 Mobilfunkantennen in Gebäuden. Dank rund 7'000 Hotspots in der Schweiz ist sie ferner die führende Betreiberin von öffentlichen drahtlosen lokalen Netzwerken (WLAN).

Mobilfunkfrequenzen

Um Mobilfunksignale zu übertragen, sind geeignete Frequenzen erforderlich. In der Schweiz werden solche Frequenzen technologieneutral zugeteilt: Jede Mobilfunktechnologie lässt sich folglich auf den zur Verfügung stehenden Frequenzen übertragen. Im Jahr 2012 hat die Eidgenössische Kommunikationskommission (ComCom) die Frequenzen 800 MHz, 900 MHz, 1'800 MHz, 2'100 MHz und 2'600 MHz vergeben. Diese Frequenzen nutzt Swisscom heute, um den Kunden Dienste über die Mobilfunktechnologien 4G und 3G anzubieten. Im Februar 2019 sind in der Schweiz weitere Mobilfunkfrequenzen vergeben worden, die vor allem zur Übertragung mittels 5G dienen. Es handelt sich um die Frequenzen 700 MHz, 1'400 MHz, 2'600 MHz und 3'500 MHz. Swisscom nutzt diese Frequenzen heute, um den Kunden Dienste über die Mobilfunktechnologien 5G, 4G und 3G anzubieten. Sie tut dies stets innerhalb der gesetzlichen Grenzwerte, die in der Schweiz an Orten mit empfindlicher Nutzung wie Wohnräumen, Schulen, Spitälern oder festen Arbeitsplätzen zehn Mal strenger sind als von der Weltgesundheitsorganisation empfohlen.

IT-Infrastruktur und Plattformen

Swisscom betreibt sechs grosse Datenzentren in der Schweiz. Die IT-Infrastruktur umfasst über 75'000 virtuelle Maschinen auf rund 4'300 Servern. In vier der sechs Datenzentren laufen die zentralen Telekommunikationsfunktionen für den Betrieb des Festnetzes und des Mobilfunknetzes zusammen. Ebenfalls vier Datenzentren (zwei Datenzentren besitzen eine Doppelfunktion) werden für den Betrieb von IT-Anwendungen eingesetzt. Dazu zählen sämtliche Business-Applikationen im Zusammenhang mit den Swisscom Dienstleistungen. Die Infrastruktur ist für den redundanten Betrieb und eine hohe Verfügbarkeit ausgelegt. Swisscom misst der Stabilität und Resilienz höchste Priorität bei und überprüft und verbessert diese kontinuierlich. Die Qualitäts- und Sicherheitskultur ist ein zentraler Bestandteil von Swisscom. Deshalb trifft Swisscom sämtliche Massnahmen, um die Eintretenswahrscheinlichkeit grosser Störungen stetig zu minimieren.

Swisscom positioniert sich als zuverlässige IT-Partnerin über ein breites Serviceangebot. Auf Basis einer erweiterten Cloud-Strategie baut sie das Angebot im Bereich Cloud mit hybriden ICT-Services aus. Diese Services unterstützen Swisscom Kunden dabei, Hybrid- und Multicloud-Umgebungen aufzubauen und effizient zu betreiben. Mittels eines flexiblen Service-«Baukastens» geht Swisscom individuell und schnell auf die zahlreichen Bedürfnisse ihrer Kunden ein. Als Teil ihrer Strategie verstärkt sie die Partnerschaften mit den grossen Public Cloud-Anbietern (wie Amazon Web Services oder Microsoft Azure). Zusätzlich zum weitreichenden Public Cloud-Serviceangebot für Geschäftskunden nutzt Swisscom in den nächsten Jahren die Dienste von Amazon Web Services für den Betrieb ausgewählter interner IT-Anwendungen.

Um der voranschreitenden Digitalisierung und den wachsenden Anforderungen an Connectivity-Dienste gerecht zu werden, hat Swisscom die Virtualisierung und die Containerisierung der Netzwerkfunktionen auf vier Standorte verteilt. Dies ermöglicht einerseits den Transfer hoher Datenmengen mit kurzen Reaktionszeiten, andererseits einen möglichst resilienten und stabilen Betrieb.

Swisscom nutzt ihre Cloud-Plattformen konsequent, um interne sowie externe Kommunikationsdienste bereitzustellen. Dabei betreibt sie diese Cloud-Plattformen in ihren eigenen, geografisch redundant aufgebauten Datenzentren. Sie ermöglicht damit eine effiziente, automatisierte Nutzung und verbessert gezielt das Kundenerlebnis. Swisscom erweitert ihr Connectivity-Angebot um fortschrittliches Software Defined Networking (SDN), Managed Security und Managed LAN, wobei sie ein spezielles Augenmerk auf die Kombination moderner und etablierter Services legt. Während der

Covid-19-Pandemie und angesichts der veränderten Bedürfnisse hat die Nutzung von Remote Access Services und Cloud Connectivity Services stark zugenommen. Der stete Wandel im Markt bestätigt Swisscom in ihrem Bestreben, hochmoderne Technologie intern wie extern zum Nutzen der Kunden einzusetzen. Statt Infrastruktur in Eigenregie zu entwickeln, nutzt Swisscom vermehrt standardisierte Systeme von Partnern. Die Ausrichtung auf die Entwicklung marktspezifischer Mehrwertdienste, die auf solcher Infrastruktur aufbauen, hat sich bewährt.

Die Industrialisierung der IT schreitet weiter voran – und mit ihr die Entwicklung moderner Applikationen, die von den Möglichkeiten der Plattformen profitieren, Kosten sparen und ein Höchstmass an Stabilität gewährleisten. Gleichzeitig reduziert der konsequente Abbau veralteter Festnetztechnologie wie TDM (Time Division Multiplexing) oder klassischer Datencenter-Infrastruktur die Komplexität und schafft Raum für neue Infrastruktur. Dennoch werden die alte und die neue Technologiewelt noch über Jahre nebeneinander bestehen. Hier etabliert Swisscom ihre Rolle in der digitalen Transformation durch spezifische Dienstleistungen wie das Portfolio «Journey to the Cloud». Indem sie unterschiedliche Technologiegenerationen für die eigenen Bedürfnisse vereinigt, vertieft sie kontinuierlich ihre Erfahrung und ihr Wissen, um ihre Kunden optimal auf dem Weg in die digitale Welt zu begleiten.

Infrastruktur in Italien

Netzinfrasturktur

Der Markt für ultraschnelles Breitband (UBB) in Italien wächst kontinuierlich. Diese Entwicklung wird durch eine immer umfassendere Nutzung digitaler Dienste und die zugehörigen Leistungsanforderungen weiter beschleunigt. Fastweb spielt eine grundlegende Rolle bei der nachhaltigen Entwicklung von UBB. Hierzu investiert sie in ihre eigene Infrastruktur und jene von FiberCop, an der sie einen Anteil von 4,5% hält. Fastweb verfolgt das Ziel, bis ins Jahr 2025 eine UBB-Flächendeckung der Wohnungen und Geschäfte von 90% zu erreichen. Die Erweiterung des eigenen UBB-Festnetzes durch Nutzung von FTTH/FTTS (Fiber to the Home/Street) und 5G FWA (Fixed Wireless Access) sollen dazu beitragen, dieses Ziel zu verwirklichen.

Ende 2021 deckt Fastweb 9 Mio. Wohnungen und Geschäfte mit UBB ab, was rund 30% der Bevölkerung in Italien entspricht. Durch den Einsatz von 5G FWA, der in strategischer Partnerschaft mit Linkem erfolgt, kommen bis 2025 weitere 10,5 Mio. Wohnungen und Geschäfte hinzu. Schliesslich erreicht Fastweb weitere 7 Mio. Wohnungen und Geschäfte über FiberCop.

Informatikinfrastruktur

Derzeit nutzt Fastweb vier grosse Rechenzentren (Data Center): drei davon im Raum Mailand und eines in Rom. Eines der Rechenzentren befindet sich im Eigentum eines Technologiepartners, der das Rechenzentrum führt, weiterentwickelt und die operativen Aufgaben rund um die IT-Infrastruktur von Fastweb übernimmt. Zwei weitere Data Center werden hauptsächlich für das Grosskundengeschäft genutzt, einschliesslich Housing, Cloud und anderer ICT-verwalteter Dienste. Angesichts des Wachstums des Cloud ICT-Marktes und der Geschäftschancen bei Cloud Edge plant Fastweb, die zentralen und lokalen Kapazitäten im Bereich der Rechenzentren zu erweitern. Sie will hierzu hauptsächlich zusätzliche Whitespace-Lösungen einsetzen. Die IT-Infrastruktur umfasst rund 6'000 virtuelle Server und physische Server für den Eigenbedarf.

Mitarbeitende

In einem sich rasant verändernden Umfeld setzt sich Swisscom stetig mit den Arbeitsformen der Zukunft auseinander. Gezielte Investitionen in die berufliche Entwicklung der Mitarbeitenden erhalten und verbessern nachhaltig deren Arbeitsmarktfähigkeit und die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens. Ende 2021 hat Swisscom 18'905 Mitarbeitende in Vollzeitstellen beschäftigt, davon 15'882 oder 84% in der Schweiz. Zudem bildet Swisscom in der Schweiz rund 900 Lernende aus.

Mitarbeitende in der Schweiz

Die Digitalisierung hält für Mitarbeitende und Unternehmen viele Chancen wie auch grosse Herausforderungen bereit. Um diese Chancen zu nutzen bzw. die Herausforderungen zu meistern, braucht es motivierte Mitarbeitende, die ihre individuellen Fähigkeiten und Erfahrungen dafür einsetzen, die Menschen in der vernetzten Welt zu begeistern. Swisscom unterstützt ihre Mitarbeitenden in der Weiterentwicklung ihrer Fähigkeiten, indem sie ihnen hierzu fünf Aus- und Weiterbildungstage pro Jahr zur Verfügung stellt. Sie will so sicherstellen, dass ihre Mitarbeitenden in Zukunft weiterhin über die erforderlichen Kompetenzen und Ressourcen verfügen. Über die One Swisscom Academy bietet Swisscom eine breite Palette an Schulungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten an. Die One Swisscom Academy setzt mehrheitlich auf digitalisierte Lernmethoden, dank derer sich die Mitarbeitenden Wissen zeit- und ortsunabhängig aneignen. Die Angebote sind darauf ausgerichtet, aktuell und zukünftig notwendige Fähigkeiten zu entwickeln sowie die Arbeitsmarktfähigkeit der Mitarbeitenden zu stärken.

Swisscom positioniert sich auf dem ICT-Arbeitsmarkt als attraktive Arbeitgeberin. Sie bietet ihren Mitarbeitenden die Möglichkeit, Verantwortung zu übernehmen, ihr Potenzial einzubringen und sich beruflich weiterzuentwickeln. Die Mitarbeitenden von Swisscom sind privatrechtlich auf Basis des Obligationenrechts angestellt. Für Kadermitarbeitende von Swisscom in der Schweiz gelten allgemeine Anstellungsbedingungen; alle anderen Mitarbeitenden sind dem Gesamtarbeitsvertrag (GAV) Swisscom unterstellt. Die Anstellungsbedingungen liegen über dem Minimalstandard des Obligationenrechts. Von den Mitarbeitenden in der Schweiz hatten im Berichtsjahr 98,6% ein unbefristetes Anstellungsverhältnis (Vorjahr 98,1%). Der Anteil an Teilzeitbeschäftigten betrug 21,6% (Vorjahr 21,4%). Die Fluktuationsrate unter den Mitarbeitenden in der Schweiz belief sich auf 6,2% (Vorjahr 7,8%) des Personalbestands. Weiterführende Infor-

mationen zu Personalthemen enthält der Nachhaltigkeitsbericht.

© Siehe unter www.swisscom.ch/cr-report2021

Im Berichtsjahr hat die Covid-19-Pandemie Swisscom erneut vor mannigfache Herausforderungen gestellt. Jedoch trugen die 2020 erworbenen Erfahrungen dazu bei, rasch und zielführend zu reagieren. Die Covid-19-Taskforce von Swisscom analysierte laufend die Situation und informierte intern jeweils rasch und transparent über die getroffenen Entscheidungen. Dabei passte Swisscom ihre Massnahmen laufend den aktuellen Gegebenheiten und Regelungen des Bundesamtes für Gesundheit BAG bzw. des Bundesrats an.

Zu Zeiten der Homeoffice-Pflicht haben über 80% der Mitarbeitenden – und selbst Callcenter-Mitarbeitende – von zu Hause aus gearbeitet.

Swisscom nimmt bezüglich des flexiblen Arbeitens schweizweit eine Vorreiterrolle ein. Schon vor der Covid-19-Pandemie war das Arbeiten zu Hause, unterwegs oder an unterschiedlichen Standorten bei Swisscom Mitarbeitenden beliebt und verbreitet. Die Mitarbeitenden schätzen dabei die Flexibilität, den Wegfall des Arbeitswegs und eine bessere Work-Life-Balance. Swisscom wird flexible Arbeitsmodelle in Zukunft weiter fördern und ausbauen. Nach wie vor bleibt es für Swisscom Mitarbeitende allerdings wichtig, sich regelmässig im Büro zu treffen und so den informellen Austausch zu pflegen.

Gesamtarbeitsvertrag (GAV)

Swisscom pflegt einen konstruktiven Dialog mit den Sozialpartnern (der Gewerkschaft syndicom und dem Personalverband transfair) sowie mit den Personalvertretungen (den Arbeitnehmervertretungen der unterschiedlichen Bereiche). Gesamtarbeitsvertrag (GAV) und Sozialplan mit ihren fairen, gemeinsam ausgestalteten Bestimmungen werden von der Swisscom AG und ihren

Sozialpartnern verhandelt und gelten für die Mitarbeitenden der Swisscom AG. Tochtergesellschaften übernehmen den GAV mittels Anschlussvereinbarung entweder in der Originalfassung oder mit geschäfts- bzw. branchenspezifischen Anpassungen. Die Tochtergesellschaften cablex AG sowie Swisscom Directories AG (localsearch) handeln mit den Sozialpartnern einen eigenen GAV aus. Swisscom ist gemäss dem Telekommunikationsunternehmungsgesetz (TUG) verpflichtet, mit den Personalverbänden Verhandlungen zum Abschluss eines GAV zu führen. Bei strittigen Fragen ist eine Schiedskommission anzurufen, die den Sozialpartnern Lösungsvorschläge unterbreitet. Ende Dezember 2021 waren dem GAV Swisscom 80% (Vorjahr 81%) der Belegschaft in der Schweiz unterstellt. Der GAV beinhaltet fortschrittliche Anstellungsbedingungen und Leistungen wie bspw. fünf Weiterbildungstage pro Jahr, zehn Tage Ferienkauf, 18 Wochen Mutterschaftsurlaub sowie drei Wochen Vaterschaftsurlaub. Ferner räumt der GAV den Sozialpartnern und den Personalvertretungen für unterschiedliche Themen abgestufte Mitwirkungsrechte ein.

Sozialplan

Der Sozialplan bezweckt, Restrukturierungsmassnahmen sozialverträglich auszugestalten und Entlassungen zu vermeiden. Er regelt die Leistungen für die dem GAV unterstellten Mitarbeitenden, die von einem Stellenabbau betroffen sind. Zudem setzt der Sozialplan Instrumente ein, um die Arbeitsmarktfähigkeit der Mitarbeitenden zu stärken. Er sieht ferner bei einem sich langfristig abzeichnenden Stellenabbau Umschulungsmassnahmen vor. Für die Umsetzung des Sozialplans ist die Tochtergesellschaft Worklink AG verantwortlich. Sie berät und unterstützt die Mitarbeitenden bei der Stellensuche oder vermittelt ihnen extern wie intern zeitlich befristete Arbeitseinsätze. Ihr Angebot an die Mitarbeitenden umfasst Standortbestimmungen, Laufbahnberatungen und Coachings. Zudem unterstützt Swisscom fortschrittliche Arbeitsmodelle wie den schrittweisen Teilaltersrücktritt. 2021 haben 93% (Vorjahr 80%) der vom Stellenabbau betroffenen Mitarbeitenden vor Ablauf des Sozialplan-Programms eine Anschlusslösung gefunden. Für Mitarbeitende mit Kaderverträgen besteht ebenfalls eine Regelung, die sie im Fall von Restrukturierungen bei der beruflichen Neuorientierung unterstützt.

Entlöhnung der Mitarbeitenden

Eine wettbewerbsfähige Gesamtvergütung trägt dazu bei, hoch qualifizierte, motivierte Fach- und Führungskräfte zu gewinnen und langfristig an Swisscom zu binden. Das Lohnsystem von Swisscom besteht aus einem Basislohn, einem variablen Erfolgsanteil und Prämien. Der Basislohn bemisst sich nach der Funktion, der individuellen Leistung und dem Arbeitsmarkt. Der variable

Erfolgsanteil hängt vom Unternehmenserfolg ab. Er bemisst sich an der Erreichung übergeordneter Ziele wie finanzieller Kenngrössen sowie Business Transformation-Zielgrössen, die in die Bereiche Operative Performance, Kunden, Wachstum sowie Nachhaltigkeit fallen. Ausführungen zur Vergütung der Mitglieder der Konzernleitung sind im Kapitel Vergütungsbericht enthalten.

Swisscom und ihre Sozialpartner haben 2021 eine Vereinbarung über die Lohnrunde im Berichtsjahr getroffen. Mit Wirkung ab April 2021 erfolgten für GAV-Mitarbeitende Lohnerhöhungen im Umfang von 0,8% der Lohnsumme: dies in Form einer generellen Lohnerhöhung, die – je nach Position im Lohnband – unterschiedlich hoch ausfiel. Die Leistungen von Mitarbeitenden, deren Löhne im oberen Bereich des jeweiligen Lohnbands angesiedelt sind, wurden durch eine Einmalzahlung honoriert. Die Lohnsumme für Kader wuchs zum Zwecke individueller Lohnanpassungen um 0,6%.

Lohngleichheit

Swisscom zahlt faire und marktgerechte Löhne und sorgt für Lohngleichheit zwischen den Geschlechtern. Das Lohnsystem ist so aufgebaut, dass gleiche Löhne für gleichwertige Aufgaben und Leistungen entrichtet werden. Im Rahmen der jährlichen Lohnrunde werden die Löhne von Mitarbeitenden angepasst. Mitarbeitende, die eine bessere Leistung erbracht haben und deren Lohn innerhalb des jeweiligen Lohnbandes tief liegt, erhalten in der Regel eine überdurchschnittliche Lohnerhöhung. Zudem überprüft Swisscom mittels des Lohngleichheitsinstruments des Bundes (Logib) periodisch die Lohnstruktur auf Unterschiede zwischen Männern und Frauen. Die bisherigen Untersuchungen ergaben nur geringe Lohnunterschiede, die unter der vom Eidgenössischen Büro für die Gleichstellung von Frau und Mann festgelegten Toleranzschwelle liegen.

Gemäss den neuen Anforderungen aus dem Gleichstellungsgesetz hat Swisscom im Berichtsjahr Lohngleichheitsanalysen für alle schweizerischen Konzerngesellschaften mit mehr als 100 Beschäftigten durchgeführt. Die gesetzlich vorgeschriebene formelle Überprüfung der Lohngleichheitsanalysen erfolgte durch PwC. Gemäss ihrer Berichterstattung liegen keine Anhaltspunkte vor, wonach die Analysen nicht in allen Belangen den gesetzlichen Anforderungen entsprechen.

Interne Personalentwicklung und externer Arbeitsmarkt

Das Marktumfeld von Swisscom verändert sich permanent. Swisscom investiert entsprechend gezielt in die berufliche Entwicklung ihrer Mitarbeitenden und Führungskräfte, um deren Arbeitsmarktfähigkeit und die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens nachhaltig zu

erhalten und zu verbessern. Mitarbeitende haben die Möglichkeit, sich intern oder extern weiterzubilden. Als Wegbereiterin der Digitalisierung in der Schweiz setzt sich Swisscom zudem intensiv mit Arbeitsformen der Zukunft auseinander. Sie bietet dadurch Mitarbeitenden und Führungskräften ein Lernumfeld, um neue Kompetenzen zu entwickeln und die berufliche Entwicklung selbst zu gestalten. 2021 haben die Mitarbeitenden von Swisscom im Durchschnitt 3,5 Tage pro Person für Lernen, Trainieren und Entwickeln aufgewendet. Es ist zudem erklärtes Ziel von Swisscom, möglichst viele Stellenbesetzungen intern vorzunehmen. Wo dies nicht möglich ist, wird extern rekrutiert. Dabei steht Swisscom im Kampf um die besten Talente – besonders in den IT-Berufen – in Konkurrenz zu nationalen und internationalen Unternehmen. Der Mangel an Fachkräften macht sich auf dem Schweizer Arbeitsmarkt aktuell in erster Linie im Berufsfeld der sogenannten DevOps-Ingenieure bemerkbar. Diese Ingenieure verfügen über ein Fähigkeitsprofil, das für die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen im ICT-Markt zentral ist. Ihre Fähigkeiten unterstützen Swisscom dabei, noch agiler zu werden und rasch auf sich verändernde Märkte zu reagieren. Obwohl der schweizerische Arbeitsmarkt nach wie vor Vorrang hat, betreibt Swisscom DevOps-Center in Rotterdam und in Riga. Sie bezweckt dabei in erster Linie, bei Bedarf über den schweizerischen Arbeitsmarkt hinaus Zugang zu internationalen Talenten zu erhalten.

Mitarbeitendenzufriedenheit

Swisscom Mitarbeitende geben im Rahmen der Umfrage Pulse eine Rückmeldung zu unterschiedlichen Fragen rund um ihre persönliche Arbeitssituation ab. Die Ergebnisse und die Kommentare, in denen Mitarbeitende ihre Einschätzung präzisieren, stehen in Echtzeit allen Mitarbeitenden zur Verfügung. Sie gestatten es jeder und jedem einzelnen Mitarbeitenden, den einzelnen Teams sowie der Organisation in ihrer Gesamtheit, rasch auf die Rückmeldungen zu reagieren und Verbesserungen in die Wege zu leiten. Die Form der Befragung fördert eine Feedback- und Vertrauenskultur, welche die Grundlage für die gemeinsame Weiterentwicklung des Unternehmens bildet. Im Jahr 2021 hat die Rücklaufquote bei Pulse 68% (Vorjahr 74%) betragen. Mehr als 90% der an der Umfrage teilnehmenden Mitarbeitenden gaben an, Swisscom als Arbeitgeberin weiterzuempfehlen.

Diversity

Swisscom wächst durch Vielfalt – als Individuum, als Team, als Unternehmen. Die unterschiedlichen Sichtweisen, Erfahrungen, Ideen und Fähigkeiten der Mitarbeitenden, die im Arbeitsalltag bei der Zusammenarbeit zum Ausdruck kommen, machen Swisscom zu einem erfolgreichen, innovativen Unternehmen. Um die Vielfalt zu fördern, konzentriert sich Swisscom bei ihren Aktivitäten

auf die Dimensionen Gender, Inklusion, Generationen und Sprachregionen. In der Dimension Gender setzt Swisscom u.a. auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Flexible Arbeitsmodelle und die Möglichkeit, das Arbeitspensum probeweise zu senken, erhöhen die Akzeptanz von Teilzeitarbeit. Per Ende 2021 waren bei Swisscom rund 24% Frauen (Vorjahr 25%) tätig, wobei der Anteil an Frauen im Kader unverändert rund 14% betrug. Swisscom setzt sich zudem dafür ein, Personen mit physischen oder psychischen Einschränkungen Arbeitsplätze zur Verfügung zu stellen (Inclusion) und sie in den Arbeitsmarkt zu (re-)integrieren. Im Vergleich zum Vorjahr ist der Anteil der Arbeitsplätze in diesem Bereich von 1,06% auf 1,11% gestiegen. Swisscom verfolgt das Ziel, mindestens 1% der Arbeitsplätze für Inklusionsmassnahmen zu reservieren. Wenn es um das Generationenmanagement geht, verfolgt Swisscom einen integrativen Ansatz: Flexible Arbeitsmodelle und eine Vielzahl von Entwicklungsangeboten unterstützen ältere Mitarbeitende dabei, möglichst lange im Arbeitsprozess zu verbleiben. Swisscom bildet in der Schweiz rund 900 Lernende aus. Absolvierende von Fachhochschulen und Universitäten sammeln im Rahmen eines Step-in-Praktikums oder als Trainee erste berufliche Erfahrungen. Swisscom ist in allen Sprachregionen der Schweiz vertreten. Sie legt Wert darauf, dass die unterschiedlichen Sprachen in allen Bereichen angemessen vertreten sind, und bietet entsprechend sowohl Lehrstellen als auch Praktikumsstellen und Talentprogramme für alle Sprachregionen an.

Mitarbeitende in Italien

Die gesetzlichen Arbeitsbedingungen in Italien beruhen auf dem Gesamtarbeitsvertrag (Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro, CCNL), einem staatlichen Tarifvertrag. Der CCNL legt die Arbeitsbedingungen zwischen Fastweb und ihren Mitarbeitenden fest. Er enthält ebenso Bestimmungen zu den Beziehungen zwischen Fastweb und den Gewerkschaften. Fastweb steht im Dialog mit den Gewerkschaften sowie den Vertretern der Mitarbeitenden und bezieht diese bei umfassenden betrieblichen Änderungen zu einem frühen Zeitpunkt ein.

Für die dem CCNL unterstellten Mitarbeitenden gilt eine wöchentliche Arbeitszeit von 40 Stunden. Zu den Leistungen des staatlichen Tarifvertrags gehören ferner fünf Wochen Ferien, ein Mutterschaftsurlaub von 20 Wochen sowie ein Tag Vaterschaftsurlaub. Bei Arbeitsunfähigkeit aufgrund von Krankheit oder Unfall garantiert Fastweb eine vollständige Lohnfortzahlung für 180 Tage und anschliessend die Hälfte des Lohns für weitere 185 Tage. Die bei Fastweb geltenden Arbeitsbedingungen ermöglichen den Mitarbeitenden einen guten Ausgleich zwischen privaten Bedürfnissen und beruflichen Anforderungen.

Hierfür sind besonders die folgenden Massnahmen verantwortlich, die in einer mit den Gewerkschaften abgeschlossenen Vereinbarung festgehalten sind: flexible Bürozugangszeiten, Smart Working und Homeoffice sowie für Mütter Wunschschichten oder vorübergehende Teilzeittätigkeiten.

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

Die Covid-19-Pandemie hat auch Fastweb geprägt: Fastweb und die nationalen Gewerkschaften des Telekommunikationssektors haben gemeinsam mit den lokalen Vertretungen und der Rappresentanza Sindacale Unitaria (RSU) die am 29. September 2020 vorläufig geschlossene Vereinbarung über Smart Working bis zum 30. Juni 2022 verlängert. Ziel ist es, das Organisations- und Arbeitsmodell flexibel und nachhaltig zu erneuern – dies, um ein hohes Qualitätsniveau zu gewährleisten, die Unternehmensziele zu erreichen sowie die Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu erleichtern.

Am 16. Oktober 2020 ist die Vereinbarung über Smart Working versuchsweise eingeführt worden. Sie sieht für alle Mitarbeitenden des Unternehmens, einschliesslich der Kundenbetreuer, eine vollständige Flexibilität und Autonomie in der Wahl der Arbeitsform vor. Fastweb Mitarbeitende haben somit die Möglichkeit, Smart Working an allen Arbeitstagen zu nutzen bzw. jeden Tag in Absprache mit dem Vorgesetzten zu entscheiden, ob sie ihre Arbeit im Büro oder aus der Ferne verrichten. Dies garantiert ein leistungsorientiertes Management, das erfolgreiche Arbeit nicht von der Präsenz der Mitarbeitenden vor Ort abhängig macht.

Marken, Produkte und Dienstleistungen

Die Marke Swisscom schlägt die Brücke zwischen Bekanntem und Neuem. Sie vereint sämtliche Produkte und Dienste aus dem Kerngeschäft unter einem Dach. Swisscom passt ihr Angebotsportfolio laufend an die Kundenbedürfnisse an. Die Produktfamilie «Swisscom blue», die sämtliche Unterhaltungsangebote von Swisscom in einer Erlebniswelt verbindet, hat sich im Berichtsjahr bestens auf dem Markt etabliert.

Marken von Swisscom

Die Marke Swisscom wird als immaterieller Vermögenswert und als ein wichtiges Element des Reputationsmanagements strategisch gesteuert. Sie unterstützt die Geschäftsaktivitäten von Swisscom und bietet Kunden sowie Partnern Orientierung. Zudem ist sie Anziehungspunkt und Motivation für bestehende wie künftige Mitarbeitende.

Die Marke Swisscom wird konsistent und hochwertig in allen Bereichen eingesetzt. Gleichzeitig muss sie über eine grosse Flexibilität verfügen: Sie schlägt die Brücke zwischen dem Bekannten und dem Neuen – steht gleichermaßen für Netzinfrastruktur, beste Erlebnisse, Unterhaltung, ICT und Digitalisierung.

In der Schweiz bietet Swisscom Produkte und Dienste aus dem Kerngeschäft unter der Hauptmarke Swisscom an. Daneben setzt sie auf die Zweitmarke Wingo sowie die Drittmarken Coop Mobile und M-Budget. Sie besitzt zusätzliche Marken im Portfolio, die weiterführende Themen- und Geschäftsfelder kennzeichnen. Im Ausland ist Swisscom vor allem in Italien durch die Marke Fastweb präsent. Die strategische Entwicklung und Führung des gesamten Markenportfolios ist integraler Teil der Unternehmenskommunikation.

Hauptmarke



Produktfamilie



Zweitmarke



Drittmarken



Weitere Marken
(Auszug)



Markenportfolio Swisscom

Die Gesellschaft, die Technologie und das Umfeld verändern sich immer rascher. Eine Marke muss diese Veränderungen aufnehmen und gleichzeitig Orientierung und Stabilität bieten. Zu diesem Zweck hat Swisscom die Bildwelt und einzelne Designelemente ihrer Marke einer sanften Erneuerung unterzogen. Vision, Werte und das Swisscom Versprechen bestimmen die Positionierung der Marke Swisscom. Um ihre Marke intern wie extern zu beleben, arbeitet Swisscom mit der 2020 geschaffenen Markenplattform «bereit». Sie erwartet von ihren Mitarbeitenden, dass diese sich bei all ihren Tätigkeiten vertrauenswürdig, engagiert und neugierig

verhalten. Auf dieser Grundlage tritt sie als zuverlässige Anbieterin auf, entwickelt ihre Position als Marktführerin und erschliesst neue Geschäftsfelder. Ihren Kunden eröffnet Swisscom die Chance bzw. bereitet sie darauf vor, die vernetzte Zukunft noch einfacher zu nutzen. Die Markenplattform «bereit» trägt diese Positionierung nach aussen, was sich positiv auf die gemessene Markenwahrnehmung auswirkt.

Die Produktfamilie Swisscom blue, die alle Unterhaltungsangebote von Swisscom umfasst, hat sich gut auf dem Markt etabliert. Sie sorgt vor allem über Swisscom blue TV und blue News für eine hohe Sichtbarkeit und Wiedererkennbarkeit. Swisscom blue will die Verbindung zwischen den einzelnen Angeboten weiterhin verdeutlichen, ermöglicht neue Angebote und lädt die Marke Swisscom mit noch mehr Attraktivität und Dynamik auf. All dies erfolgt im Einklang mit der One-Brand-Strategie von Swisscom. Ebenso hat Swisscom im Employer Branding Akzente gesetzt. Die «My Internet App – MIA» bringt Themen aus dem Intranet auf die Mobilfunktelefone aller Mitarbeitenden, stärkt damit die Identifikation mit dem Unternehmen und unterstützt Mitarbeitende dabei, als Botschafter für die Marke aufzutreten.

Vertrauen und Service bleiben wichtige Elemente, um bestehende Kunden in ihrem Entscheid für Swisscom zu bestärken, neue Kunden zu gewinnen und die Bedeutung von Swisscom für die Schweiz zu unterstreichen: Swisscom ist Teil einer modernen Schweiz, bleibt stets als Schweizer Unternehmen erkennbar und positioniert sich glaubwürdig durch das Thema Verantwortung. All das rundet das positive Image der Marke Swisscom ab und bereichert die mannigfaltigen Kundenbeziehungen. Nicht zuletzt deshalb erreicht Swisscom Reputationswerte, die für ein Unternehmen in der Telekommunikationsbranche im weltweiten Vergleich aussergewöhnlich hoch liegen.

Externe Beurteilungen bestätigen dieses Bild. In der vom Beratungsunternehmen Brand Finance durchgeführten Studie «Schweiz 50» ist Swisscom auf der Liste der wertvollsten Schweizer Marken um einen Rang gestiegen und nunmehr auf dem achten Rang platziert. Ihr Markenwert beträgt gemäss Brand Finance knapp CHF 5 Mrd.

Produkte und Dienstleistungen in der Schweiz

Privatkunden

Um ein optimales Erlebnis zu bieten, passt Swisscom ihr Angebotsportfolio stetig an die Kundenbedürfnisse an. Sie hat die erfolgreichen inOne-Abonnemente weiterentwickelt und noch attraktiver gestaltet. inOne umfasst neben dem Breitbandanschluss wahlweise TV, Festnetztelefonie und einen Mobilfunkanschluss. Den Kunden stehen für alle Komponenten preislich abgestufte Profile mit unterschiedlicher Leistung zur Auswahl. Die Profile unterscheiden sich im Wesentlichen in der Internetgeschwindigkeit, der Anzahl TV-Sender und der Aufnahme- und Replay-Funktion. inOne lässt sich daher leicht den persönlichen Bedürfnissen anpassen; ebenso sind neue Mobilfunkgeräte wie smarte Uhren, Tracker oder Tablets einfach zu integrieren.

Zugleich baut Swisscom das Mobilfunkabonnement inOne mobile kontinuierlich aus. Dank inOne mobile go profitieren Kunden von einer unlimitierten Nutzung des Smartphones in der Schweiz. Zudem hat Swisscom als erste Anbieterin in der Schweiz die Nutzung innerhalb der EU/Westeuropas ins Abonnement eingeschlossen. Swisscom Kunden telefonieren damit unbeschwert in der Schweiz und auf den meisten Auslandsreisen, schreiben SMS und surfen im Internet. Zudem lassen sich zusätzliche Geräte wie Tablets, Laptops, smarte Uhren, GPS-Tracker oder ein weiteres Smartphone einfach und kostengünstig zum bestehenden Vertrag hinzufügen. Derartige mit dem Mobilfunk verbundene Geräte stossen bei den Kunden auf eine immer stärkere Nachfrage. Anfang 2021 hat Swisscom das Angebot für ihre jüngeren Kunden überarbeitet: Nach der Lancierung von inOne mobile go young surfen und telefonieren Swisscom Kunden bis zu ihrem 30. Geburtstag nicht nur europaweit unbegrenzt, sondern auch mit einer Geschwindigkeit von bis zu 2 Gbit/s.

Stark gewachsen ist 2021 die Heimvernetzung (Smart Home) zur Steuerung von Licht, Musik oder Alarmanlagen. Ende 2021 wurden gegen 400'000 Geräte (+17%) über die Swisscom Home App verbunden. Die Anzahl Haushalte, die eines oder mehrere Geräte in der App aktiviert haben, nahm um 80% zu. Im Bereich Unterhaltung bietet Swisscom blue ein übergreifendes Unterhaltungserlebnis aus TV, Streaming und Kino sowie die Freiheit, überall auf die Inhalte zuzugreifen. Die Basis des neuen Angebots bildet blue TV. Es ist einerseits über die Swisscom Box verfügbar, andererseits über eine Smartphone- und Tablet App, einen Webplayer für den Laptop auf blue.ch sowie über eine Smart TV App auf Geräten der Marken Samsung und LG. Ebenfalls ist die App mit dem vollständigen Angebot von blue+ auf den TV-Boxen von UPC TV,

Quickline, Wingo, Net+ und Apple TV erhältlich. blue TV ist damit nicht nur für Swisscom Kunden, sondern ebenso für Kunden anderer Anbieter zugänglich.

Das breiteste Angebot von blue TV ist weiterhin nur in Kombination mit der Swisscom Box erhältlich. Denn nur die Swisscom Box integriert neben dem klassischen Fernsehen und den Inhalten von blue+ (Live-Sport, Filme und Serien) die Streaming-Angebote von Netflix, Prime Video, Sky, OCS, DAZN, YouTube oder Play Suisse. Ausserdem bietet die Swisscom Box Zugang zu den Kanälen von MySports, die u.a. die Spiele der höchsten Schweizer Eishockeyligen übertragen.

Über ihre weiteren Marken Wingo, Coop Mobile und M-Budget zielt Swisscom auf Kunden, die nicht die Servicequalität und das umfassende Angebot der Swisscom Produkte wünschen. Bei M-Budget und Wingo profitieren Kunden von einfachen, attraktiven Mobilfunk- sowie Internet- und Festnetz-Angeboten. Coop Mobile ist ein reines Mobilfunkabonnement.

Swisscom erweitert laufend ihre Serviceangebote, um den sich stetig verändernden Kundenbedürfnissen gerecht zu werden. Neben den klassischen Kanälen wie Hotline, Chat und Kontaktformular können Kunden via WhatsApp, Facebook, Twitter und Google Business Messenger mit Swisscom in Kontakt treten. Im Sommer 2021 hat Swisscom zudem in ihrer Hotline die automatische Spracherkennung eingeführt. Die Eingabe per Tastendruck (nach Ansagen wie «Wählen Sie Taste 1») entfällt. So werden Kunden noch rascher mit den für ihr Anliegen zuständigen Mitarbeitenden verbunden. In den 115 Swisscom Shops können Kunden in elf Swisscom Repair Centern beschädigte Mobilfunkgeräte vor Ort reparieren lassen. In der Regel erfolgt die Reparatur innert 24 Stunden, per Express sogar innert nur drei Stunden. myCloud bietet Swisscom Kunden eine Schweizer Lösung, um ihre persönlichen Daten wie Fotos, Videos und Dokumente sicher zu verwalten und zu teilen. Dank der My Swisscom App haben die Kunden ihre Daten und Dienstleistungen stets im Überblick und haben die Gelegenheit, jederzeit ihre Rechnung einzusehen, einen Umzug zu melden, mit Swisscom in Kontakt zu treten oder andere Einstellungen vorzunehmen.

Geschäftskunden

Die digitale Transformation beschäftigt die Unternehmen weiterhin stark und verändert ihre Geschäftsprozesse, Geschäftsmodelle, Kundenerlebnisse und Arbeitswelten. Sie setzt solide Kommunikationsnetze voraus. Dank ihrer langjährigen Erfahrung als integriertes Telekommunikations- und IT-Unternehmen begleitet Swisscom ihre Kunden bei der Digitalisierung. Sie entwickelt zusammen mit Kunden zukunftsweisende

Lösungen, wobei sie sich auf eines der umfassendsten ICT-Portfolios der Schweiz stützt. Dieses Portfolio beinhaltet Cloud-, Outsourcing-, Workplace- und IoT-Lösungen; ferner Mobilfunklösungen für mobiles Arbeiten und Kommunizieren, Netzwerklösungen, Standortvernetzungen, Geschäftsprozessoptimierungen, SAP-Lösungen, Sicherheits- und Authentisierungslösungen sowie umfassende, auf Banken zugeschnittene Dienstleistungen. Spitälär unterstützt Swisscom bei der Digitalisierung von Prozessen und damit bei der Steigerung ihrer Effizienz. Für Krankenversicherer übernimmt sie den Betrieb der Kerninformatik. Im Gesundheitswesen treibt Swisscom die Digitalisierung durch ihre Vernetzungslösungen für Leistungserbringer sowie die Umsetzung des elektronischen Patientendossiers voran.

inOne KMU bietet KMU-Kunden ein standardisiertes, jedoch individualisierbares Kombipaket aus Internet und Telefonie. KMU mit komplexeren Bedürfnissen erhalten über Smart Business Connect eine skalierbare, mit Zusammenarbeitfunktionen und einer Netzwerklösung ergänzte Kommunikationslösung. Beide Kombiangebote enthalten integrierte Services wie etwa eine Ausfallsicherung für das Internet und lassen sich mit blue TV, blue TV Public oder mit blue TV Host für Hotels und Heime ergänzen. blue TV Host umfasst einen Infokanal und einen Inhouse-Kanal und bietet bestes Infotainment. Die IT-Infrastruktur wird je länger, desto mehr zur Lebensader eines jeden Unternehmens. KMU sind darauf angewiesen, dass ihre IT durchgehend einwandfrei funktioniert und sich jederzeit einfach und flexibel den Markt- und Unternehmensveränderungen anpassen lässt. In diesem Sinne bietet Swisscom das IT-Outsourcing-Komplettpaket Smart ICT als modulare Gesamtlösung. Dabei übernimmt Swisscom beim Kunden zusammen mit IT-Partnern in den Regionen den Betrieb der ICT-Infrastruktur und sichert professionell die Daten. Im Berichtsjahr hat Swisscom ausserdem das Security-Assessment lanciert und die digitale Kassenlösung Swisscom Business POS eingeführt. Mobilfunkabonnemente, die auf die Bedürfnisse von Geschäftskunden ausgerichtet sind, IoT-Lösungen oder cloudbasierte Software für mobiles Arbeiten und Webdienste vervollständigen das KMU-Portfolio von Swisscom.

Swisscom stellt KMU durch localsearch Informations- und Verzeichnisdienste zur Verfügung, die eine einfache Publikation von Adressen, Telefonnummern und ausführlichen Unternehmensinformationen ermöglichen – und zwar im Web, auf der Mobile App oder im gedruckten Telefonbuch (Local Guide). Darüber hinaus betreibt localsearch die Verzeichnisse local.ch und search.ch. Die Tochtergesellschaft Swisscom Broadcast AG bietet Rundfunk-, Sicherheits- und Betriebsfunknetze an und stellt rund 450 Sendeplätze zur Mitbenutzung zur Verfügung. Ihr Angebot

umfasst zudem zahlreiche Leistungen im Video-Bereich, die von der Bereitstellung von IPTV- und Web-TV-Plattformen bis zu anspruchsvollen Videoüberwachungslösungen reichen. Ergänzt wird es durch temporäre ICT-, Media- und Unterhaltungsdienstleistungen. Weiter bietet Swisscom über die cablex AG in der Schweiz Infrastrukturlösungen und Service für Telecom/ICT, Verkehr, Energie und Unternehmen bzw. Behörden an.

Wholesale

Swisscom stellt entsprechend den Bedürfnissen ihrer Kunden eine Vielzahl an kupfer- und glasfaserbasierten Anschlusstypen zur Verfügung. Die Dienste Carrier Ethernet Service, Carrier Line Service und Mietleitungen FMG von Swisscom Wholesale ermöglichen Fernmelde-diensteanbietern je nach Bedürfnis hochwertige, transparente Verbindungen mit einer Vielzahl an Bandbreiten und Schnittstellen und/oder mit einem flexiblen Ethernet-Dienst, der Bandbreiten und Dienstqualitäten nach Mass gestattet. Ferner bietet Swisscom Wholesale Basisangebote für die Verbindung von Fernmeldeanlagen und -diensten (Interkonnektion) und stellt ihren Kunden Infrastrukturprodukte wie die Mitbenutzung der Kabelkanalisationen oder des Mobilfunknetzes zur Verfügung. Darüber hinaus erschliesst Swisscom Wholesale fortschrittliche Geschäftsfelder im OTT-Bereich.

Produkte und Dienstleistungen in Italien

Im Privatkundensegment hat Fastweb sowohl im Festnetz- als auch Mobilfunkmarkt den Schwerpunkt auf Transparenz und Einfachheit gelegt. Sie führte 2021 zusätzliche Services ein, um ihr Fixed-Mobile-Konvergenzgeschäft sowie ihren Go-to-Market-Ansatz weiter zu stärken. Im Festnetzbereich implementierte Fastweb neu 5G FWA (Fixed Wireless Access), um ihren Kunden mit Glasfaserkabeln vergleichbare Bandbreiten an Orten anzubieten, wo noch keine FTTH-Abdeckung vorliegt. Zudem lancierte Fastweb die Internet-Box «NeXXt». Hierbei handelt es sich um den ersten WiFi-6-Router mit integriertem Sprachassistenten Alexa. Die innovative Internet-Box macht das WiFi zum «digitalen Herz» der Wohnung. Im Mobilfunkbereich führte Fastweb zuerst in Mailand,

Bologna, Rom und Neapel 5G-Services ein. In der Folge dehnte sie die Flächenversorgung mittels 5G auf die wichtigsten urbanen Zentren Italiens aus, um ihren Mobilfunkkunden die bestmögliche Datengeschwindigkeit zu ermöglichen. Damit belegte Fastweb bei der Kundenzufriedenheit im Mobilfunkbereich einen Spitzenplatz – und behauptete ihre führende Position bei der Zufriedenheit der Festnetzkunden.

Im Geschäftskundensegment – und hauptsächlich im Grosskundensegment, wo Fastweb im Breitband einen Marktanteil von 34,5% besitzt – hat Fastweb ihre führende Position behauptet. Der Marktanteil von Fastweb wuchs innerhalb des Segments der öffentlichen Verwaltung auf 46%, was u.a. auf den erfolgreichen Abschluss öffentlicher nationaler Rahmenverträge für Festnetz- und ICT-Dienste zurückzuführen ist. Um ihr Leistungsangebot im ICT- und Sicherheitsmarkt zu erweitern, übernahm Fastweb 2020 einen Anteil von 100% an Cutaway sowie von 70% an 7Layers. Durch diese beiden Akquisitionen hat Fastweb ihre Autonomie erhöht. Sie ist nunmehr nicht nur in der Lage, End-to-End-Cloudlösungen anzubieten, sondern erweitert ihre Kompetenzen rund um den Bereich der Cybersicherheit.

Um die Geschäftschancen in der Public Cloud zu nutzen, wo Telekommunikationsunternehmen nur eine beschränkte Reichweite besitzen, ist eine Partnerschaft mit einem Hyperscaler unverzichtbar. Aus diesem Grund hat Fastweb 2021 eine Partnerschaft mit dem weltweiten Marktführer Amazon Web Services (AWS) geschlossen, um ihren Kunden ein Multicloud-Angebot über das Restack-Programm von AWS zu ermöglichen. Fastweb baut somit ihre Kundenbasis und ihr Portfolio weiter aus.

Fastweb hat ferner ihren eigenen 5G-Mobilfunkdienst für Geschäftskunden auf dem Markt lanciert und damit einen weiteren Schritt in Richtung eines vollständig konvergenten digitalen Angebots getan.

Im Wholesale-Markt bietet Fastweb erfolgreich Ultra-breitband-Services für Privat- und Geschäftskunden von Sky, WindTre, BT, Linkem, Tiscali und andere Unternehmen an.

Kundenzufriedenheit

Um die Kundenzufriedenheit zu messen, führt Swisscom Schweiz segmentspezifische Erhebungen und Analysen durch. Sie misst die Kundenzufriedenheit zweimal jährlich jeweils im zweiten und vierten Quartal des Jahres. Das Segment Wholesale misst die Kundenzufriedenheit einmal pro Jahr. Die wichtigste erhobene Kenngrösse ist für alle Segmente die Weiterempfehlungsbereitschaft der Kunden und die daraus abgeleitete Weiterempfehlungsrate, der sogenannte Net Promoter Score (NPS). Der NPS bildet die emotionale Kundenbindung ab und gibt Auskunft über die Einstellung der Kunden gegenüber Swisscom. Er ergibt sich aus der Differenz zwischen den sogenannten Promotoren (Kunden, die Swisscom stark weiterempfehlen würden) und den Kritikern (Kunden, die Swisscom nur bedingt oder nicht weiterempfehlen würden). Weiter führt Swisscom segmentspezifisch die folgenden Erhebungen durch:

- Das **Segment Residential Customers** misst durch repräsentative Befragungen die Zufriedenheit und Weiterempfehlungsbereitschaft. Es befragt Anrufer

der Swisscom Hotline und Besucher der Swisscom Shops regelmässig zu Wartezeit und Freundlichkeit des Personals. Zudem befragen Produktstudien kontinuierlich Käufer und Anwender zu Zufriedenheit, Service und Qualität der Produkte.

- Das **Segment Business Customers** führt eine Kundenbefragung zur Zufriedenheit mit der Kundenerlebniskette durch. Zudem setzt es an relevanten Kundenkontaktpunkten Feedbackinstrumente ein, um die Kundenzufriedenheit zu messen. So können IT-Anwender nach jeder Interaktion mit dem Service Desk oder nach Bestellungen eine Rückmeldung abgeben. Nach Projektabschluss beurteilen Auftraggeber die Qualität sowie den Erfolg des Projekts.
- Das **Segment Wholesale** misst die Zufriedenheit der Kunden entlang der Kundenerlebniskette.

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

Innovation und Entwicklung

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

Innovation als wichtige Treiberin des Unternehmenserfolgs

Innovation ist für den Unternehmenserfolg wie für die strategischen Ambitionen von Swisscom zentral. Durch die Weiterentwicklung von Produkten und die Verbesserung der Customer Journey bietet Swisscom ihren Kunden das beste Kundenerlebnis. Mithilfe von Analysetools, künstlicher Intelligenz und Automatisierung gestaltet Swisscom Prozesse noch effizienter – und durch die Entwicklung neuer Produkte und Geschäftsfelder schafft sie neues Wachstum. Zudem hilft Innovation, die Marke Swisscom zu differenzieren, Top-Talente zu gewinnen und zu binden sowie möglichen Marktdisruptionen frühzeitig entgegenzuwirken. Dazu arbeitet Swisscom eng mit Partnern, Hochschulen, Startups sowie etablierten Technologieunternehmen zusammen.

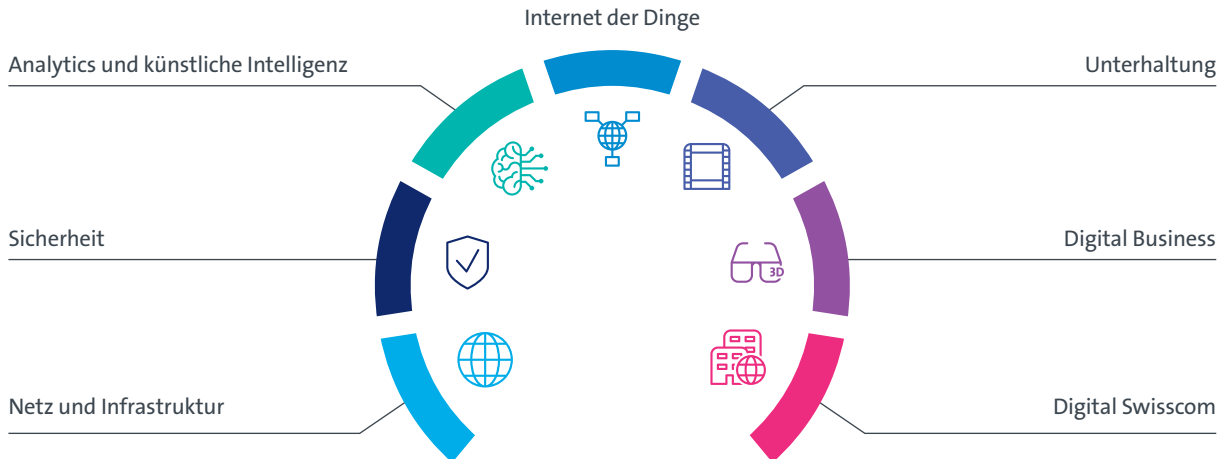
In ihrer Aussenstelle im Silicon Valley betreibt Swisscom seit über 20 Jahren Technologiescouting und -transfer. Der Bereich Swisscom Ventures vernetzt die Geschäftseinheiten von Swisscom mit Startups, um so Innovationsimpulse zu setzen. Seit 2007 hat Swisscom in über 70 Jungfirmen investiert – in jährlich sechs bis zehn neue Startups und mit einem Investitionsvolumen von CHF 10 bis 12 Mio. pro Jahr. Zudem berät Swisscom Fonds, die zusätzliche CHF 30 bis 40 Mio. investieren. Im Berichts-

jahr hat Swisscom in neun neue Unternehmen investiert und zwölf Folgeinvestitionen in bestehende Beteiligungen getätigt. 2021 ist SOPHiA GENETICS und somit erneut ein durch Swisscom finanziertes Startup an die Börse gegangen. Es handelt sich um das vierte IPO eines Swisscom Venture Startups. Über die Swisscom StartUp Plattform unterstützt Swisscom Startups und Unternehmer in der Schweiz durch Beratung, Vergünstigungen bei IT- und Cloud-Diensten, Know-how von Experten, Coaching-Programme, Finanzierung und Community Events. Bei der Swisscom StartUp Challenge 2021 hat das Thema Cyber Security im Mittelpunkt gestanden. Weltweit bewarben sich mehr als 80 Startups und Forschungsteams für das Förderprogramm, das den Gewinnern der StartUp Challenge zustand. So sicherten sich die fünf Gewinner die Teilnahme an einem einwöchigen Exploration-Programm. Dieses Programm beinhaltete den Erfahrungsaustausch mit der Cyber Security Community von Swisscom sowie wertvolle Kontakte zu Mentoren, möglichen Partnern und Kunden. Den unternehmensinternen Innovationsprozess unterstützt Swisscom durch das interne Intrapreneurship-Programm Kickbox, das Mitarbeitenden Instrumente, einen klaren Prozess und Ressourcen für Innovationsprojekte zur Verfügung stellt. Über das Spin-off rready AG steht das Programm anderen Unternehmen zur Verfügung.

© Siehe unter www.swisscom.ch/innovation

Innovation mit Themenausrichtung

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



Netz und Infrastruktur

Swisscom setzt auf einen Technologiemix, damit die ganze Schweiz von der besten Infrastruktur profitiert. Zudem erneuert sie dank innovativer Architektur alle Komponenten vom Kernnetz bis zum Anschluss. Damit legt sie die Grundlage, um in Zukunft neue Dienste rasch einzuführen und ihren Kunden neue Entwicklungen als erste Anbieterin zur Verfügung zu stellen.

Mobilfunk

Neue Self-Organizing Network (SON)-Algorithmen automatisieren und verbessern das Mobilfunknetz, indem sie bspw. Parameter, Antennenneigung und Leistungen automatisch im Rahmen der Vorgaben anpassen. Vor der Einführung von SON erfolgte die Bearbeitung der Netzdaten manuell. Auf diese Weise wurden pro Woche 40 bis 50 Netzanpassungen durchgeführt. SON hat die Verarbeitung der Netzdaten und die Erstellung der Verbesserungsvorschläge automatisiert. Ein Teil der Verbesserungsvorschläge wird automatisch ins Netz geladen, so dass heute pro Woche rund 10'000 Netzanpassungen erfolgen.

Festnetz

In Zukunft wird der Breitbandbedarf weiter wachsen. Er hat sich innert zehn Jahren mehr als verzehnfacht – und besonders durch den Anstieg der Videoanrufe während der Covid-19-Pandemie und das zunehmende Streaming nochmals erhöht. So stieg die Datennutzung pro Haushalt in Europa innerhalb eines Jahres um 40%. Deshalb investiert Swisscom kontinuierlich in den Netzausbau und setzt dabei auf neueste Technologien und Digitali-

sierung (z.B. durch Software Defined Networking). Ebenso sind die Sicherheit der Netze und der Schutz vor Cyberkriminalität Themen von wachsender Bedeutung. In Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Nationalbank und der SIX-Gruppe haben Swisscom und weitere Telekommunikationsunternehmen 2021 das Secure Swiss Finance Network (SSFN) lanciert. Dieses basiert auf der neuartigen, an der ETH entstandenen Internetarchitektur SCION, deren Entwicklung Swisscom seit zehn Jahren finanziell unterstützt hat. Die SCION-Technologie bietet einen sehr hohen Schutz vor Cyberkriminalität, indem das Kommunikationsnetzwerk losgelöst vom herkömmlichen Internet betrieben wird und sich Nutzer des Netzwerks sowie die Pfade der Daten klar festlegen lassen. Nach dem Pilotprojekt im Rahmen des SSFN bietet Swisscom ihren Geschäftskunden auf der SCION-Technologie basierende Produkte an.

Konvergente Produkte

2021 hat Swisscom ein neues Gerät für Fixed Wireless Access (FWA) entwickelt. Dieses gestattet es Privatkunden, das Mobilfunknetz als Internetzugang zu Hause zu nutzen.

Internet der Dinge (IoT)

Das Internet der Dinge (IoT) ermöglicht lukrative Geschäftsmodelle, automatisierte Prozesse sowie neuartige Kundeninteraktionen durch intelligente Produkte. Im Rahmen unterschiedlicher Formate unterstützt Swisscom Unternehmen, den Einstieg ins IoT zu meistern und ihre Lösungen weiterzuentwickeln. Gemeinsam mit Microsoft hat Swisscom für die Rhomberg Sersa

Rail Group, eine international führende Komplettanbieterin für Bahntechnik, eine fortschrittliche IoT-Lösung entwickelt. Die Lösung sammelt die Positions- und Betriebsdaten der Gerätschaften, analysiert die Daten mithilfe künstlicher Intelligenz und wertet sie aus. Der auf diese Weise digitalisierte Bahnbaubereich ermöglicht bereits in mehreren Ländern raschere und entsprechend wirtschaftlichere Arbeitsabläufe.

Gleichzeitig gewinnt IoT für Privatkunden im smarten Zuhause oder unterwegs an Bedeutung. Die Swisscom Home App bündelt die smarten Helfer von zehn Herstellern – wie z.B. den Zwischenstecker Swisscom Smart Switch, die Produkte der Philips Hue-Familie oder die Geräte von Sonos – und steuert sie zentral. Seit 2021 bietet die Home App noch intelligentere Regeln, um das Zuhause zu automatisieren und den Fernseher als Smart-Home-Gerät zu nutzen. Im Gegenzug bedienen die Nutzer die Swisscom Home App bequem mit der TV-Fernbedienung und spielen Sender von blue Radio über Sonos-Lautsprecher ab.

Analytics und künstliche Intelligenz (KI)

Swisscom nutzt gezielt künstliche Intelligenz (KI), um ihren Kunden einen noch besseren Service zu bieten und Prozesse zu optimieren. So setzt sie KI im Kundendienst oder bei der Erkennung von Netzstörungen ein. Seit letztem Jahr steuern Kunden den automatisierten Sprachdialog auf der Swisscom Hotline über eine KI-basierte Spracherkennung statt über die klassischen Zifferneingabe auf der Taste. Damit lassen sich Kundenanliegen automatisiert erkennen, schneller klassifizieren und die Kunden direkt an den passend qualifizierten Agenten weiterleiten. Demnächst will Swisscom den Einsatz von KI auf den Kundendienst in weiteren Sprachen (Französisch, Italienisch und Englisch) ausweiten. Stetige Trainings der KI-Anwendung verbessern den Service kontinuierlich, so dass sich künftig bestimmte Kundenanliegen vollständig im automatisierten Sprachdialog lösen lassen. Dieselbe KI-Grundlage kommt im Swisscom Chatbot via Webchat, Apple Business Chat (ABC), SMS und WhatsApp zum Einsatz. Der Chatbot erkennt die Kundenanliegen und löst sie nach Möglichkeit automatisiert. Sofern der Chatbot einen Fall nicht lösen kann, übergibt er ihn an einen Agenten. Aktuell liefert der Swisscom Chatbot bereits zu rund 180 unterschiedlichen Fragen Antworten und Lösungshinweise. Ausserdem löst er die zehn häufigsten Kundenanliegen völlig selbständig.

Sicherheit

Sicherheit ist Bestandteil der Swisscom Werte und Kultur. Die Bedrohungen aus dem Internet nehmen laufend zu und werden immer intelligenter. Viele Prozesse und Geschäftsmodelle in heutigen Unternehmen sind vollstän-

dig IT-basiert und werden dadurch zu attraktiven Zielen für Angreifer. Hinzu kommen zunehmend komplexe und anfällige IT-Landschaften durch Multi- und Hybrid-Cloud. Durch die Verknüpfung professioneller Sicherheitsdienstleistungen, Fähigkeiten, Prozesse und Hilfsmittel bietet Swisscom eine höchst effektive Sicherheit und somit den bestmöglichen Schutz für ihre Kunden, Anspruchsgruppen und das eigene Unternehmen. Für Geschäftskunden bietet Swisscom im Rahmen von Managed Security Services dedizierte Dienstleistungen an, um die Infrastruktur zu überwachen und zu schützen. Hierbei ergänzt sie ihre Threat Detection- & Response- Lösungen mit neuen Erkennungsmustern und weitet diese auf Multi- und Hybrid-Cloud-Umgebungen aus.

Zusätzlich zum hohen Schutz, den das Swisscom Netz jedem Nutzer bietet, und neben dem kostenpflichtigen Virenschutzprogramm bietet Swisscom Privatkunden neu einen Online-Identitätsschutz an, der vor Datendiebstahl durch Viren, Hackern, oder Spyware schützt. Ebenso hat Swisscom eine Internet-Rechtsschutzversicherung (Cyber Insurance) lanciert: Die Versicherung hilft Kunden in Fällen von Online-Kriminalität wie Cybermobbing oder Cyberangriffen und bietet Schutz bei Online-Shopping.

Unterhaltung

2020 hat Swisscom alle Unterhaltungsangebote unter der neuen Produktfamilie «Swisscom blue» vereinigt. Im Berichtsjahr hat sie das Angebot von Swisscom blue weiter ausgebaut. Neu ist blue TV auf LG-Geräten, Apple TV und auf der TV-Box von Wingo verfügbar. Ein neues Sportcenter auf dem TV ermöglicht bei Sportinhalten noch mehr Genuss, indem die Nutzer bspw. direkt auf die Highlights des aktuellen Sportevents zurückgreifen können. Zudem stellt Swisscom ihren Kunden die kostenlose Mediathek blue Play zur Verfügung und hat 2021 die neue Swisscom Box 21 eingeführt, die einen noch geringeren Energieverbrauch aufweist.

Digital Swisscom

2021 hat Swisscom erneut weitere Schritte unternommen, um ihr Netz, ihre Arbeitsplätze sowie ihre Prozesse zu digitalisieren und dadurch ihre Rolle als führende Dienstleisterin unter den Schweizer Telekommunikationsanbietern zu festigen. Die neue My Swisscom App hat den Test des Fachmagazins connect als Siegerin mit der höchsten Punktzahl aller Service Apps europäischer Telekommunikationsunternehmen bestanden. Sie begeistert monatlich rund 500'000 Kunden durch den überarbeiteten Rechnungs- und Kostenbereich (einschliesslich der Anbindung an das Zahlungssystem TWINT), einen Shopping-Bereich mit personalisierten Inhalten, das wöchentliche Gewinnspiel «Spin & Win» sowie nutzerrelevante Benachrichtigungen.

Auf den bedienten Kundenkanälen (z.B. in Shops und Callcentern) nutzt Swisscom Innovationen aus dem Feld der Digitalisierung. So hat sie 2021 in einem Pilotversuch den Self-Checkout mittels My Swisscom App im eigenen Shop erfolgreich getestet. Die Self-Checkout-Funktion wird künftig als Element der digitalen Customer Journey fester Bestandteil der My Swisscom App.

Digital Business

Im Innovationsfeld Digital Business hat Swisscom 2021 Entwicklungen innerhalb und ausserhalb des eigenen Unternehmens unterstützt: dies über die Gründung und Weiterentwicklung von Joint Ventures gemeinsam mit strategischen Partnern sowie mittels Förderung von Intrapreneurship. Die Swisscom Digital Business Unit (DBU) befasst sich schwerpunktmässig mit digitalen Diensten für KMU über localsearch (Swisscom Directories AG), mit Aktivitäten im FinTech-Bereich sowie mit Trust Services. Sie prüft zudem kontinuierlich weitere Handlungsfelder, die Relevanz für ihre Tätigkeiten erlangen könnten.

Swisscom Directories AG (localsearch)

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

FinTech

Der Bereich FinTech der Digital Business Unit richtet sein Augenmerk auf die Segmente Digital Assets und Trust Services. Im Segment Digital Assets arbeitet Swisscom an der Zukunft der Schweizer Finanzinfrastruktur. Sie tut dies gemeinsam mit der daura AG und der Custodigit AG (an denen sie eine Minderheitsbeteiligung hält). Über die digitale Aktienplattform der daura AG lassen sich das bestehende Aktienbuch einfach digitalisieren, Kapitalerhöhungen quasi per Knopfdruck schnell und günstig abwickeln oder digitale Generalversammlungen abhalten. Die Custodigit AG bietet regulierten Finanzdienstleistungen eine einfach zu integrierende, sichere Plattform, um digitale Vermögenswerte aufzubewahren und zu verwalten.

Trust Services

Über den Bereich Trust Services will Swisscom als führende Anbieterin von Vertrauensdiensten hochwertige Dokumente wie Verträge, Zertifikate und Registerauszüge digital ausstellen, verifizieren, übertragen und aufbewahren. Bereits heute unterstützt das Swisscom Tochterunternehmen Ajila AG zahlreiche Schweizer Unternehmen und Verwaltungen wesentlich bei der vollständigen Digitalisierung ihrer dokumentenbasierten Geschäftsprozesse. Oft stellen Identifikation und Onboarding von Kunden sowie Vertragsunterzeichnungen ein Nadelöhr auf der Customer Journey dar. Vollständig digitale Prozesse verlangen jedoch nach Instrumenten, die Medienbrüche vermeiden und sich nahtlos in die Angebote von Unternehmen einfügen. Dafür sorgt Swisscom Trust Services als eine in der Schweiz und Europa führende Anbieterin rechtsgültiger elektronischer Signatur- und Identitätslösungen gemäss EU-Verordnung eIDAS und Schweizer Bundesgesetz ZertES. Ihren bereits bestehenden Geschäftsbereich Trust Services hat Swisscom im Frühling 2021 in die Tochtergesellschaft Swisscom Trust Services AG überführt.

Intelligente Auto-Vernetzung

Die autoSense AG, ein Joint Venture von Swisscom mit AMAG und der Zurich Versicherung, konzentriert sich auf die Entwicklung fortschrittlicher Automobildienstleistungen. autoSense bietet Dienstleistungen rund um die intelligente Vernetzung von Autos für Privatpersonen und Unternehmen sowie Partnerdienste. Das Portfolio an Dienstleistungen umfasst u.a. ein Fahrtenbuch, eine Ferndiagnose mit Warnungen bei Motorproblemen, eine App für bargeldloses Tanken, eine Pay-per-Kilometer-Versicherung sowie eine digitale Begleitung für Fahrlehrer und Fahrschüler. Das Angebot wird ständig erweitert.

Intrapreneurship

Aus der Intrapreneurship-Förderung ist bei Swisscom die Innovationssoftware Getkickbox hervorgegangen. Sie bietet allen Mitarbeitenden einen niederschweligen Zugang zum unternehmenseigenen Innovationsprozess, den die Software strukturiert und übersichtlich macht: Ob ein Gedankenblitz oder eine ausgeklügelte, durchdachte Innovation – alles kann direkt in die Kickbox eingespielt werden. Im Berichtsjahr ist aus der Softwarelösung Getkickbox das neue Startup rready AG entstanden. Ziel von rready ist es, die Innovationskraft von Mitarbeitenden zu fördern, Innovationsprozesse zu strukturieren und das Innovationsmanagement für Unternehmen damit global skalierbar zu gestalten.

Geschäftsentwicklung

Alternative Performancekennzahlen

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

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

Die bei Swisscom verwendeten wesentlichen alternativen Performancekennzahlen für die finanzielle Jahresberichterstattung 2021 werden wie folgt definiert:

Kennzahl	Definition Swisscom
Anpassungen	Bedeutende Positionen, die aufgrund ihres Ausnahmeharakters nicht als Bestandteil des laufenden Leistungsausweises des Swisscom Konzerns angesehen werden können, beispielsweise Aufwendungen für Stellenabbau und wesentliche Positionen im Zusammenhang mit Rechtsfällen oder andere Sondereffekte. Zudem kann die Anwendung von Änderungen in den Rechnungslegungsvorschriften nach IFRS die Vergleichbarkeit zum Vorjahr beeinträchtigen, wenn diese nicht retrospektiv angewendet werden.
Zu konstanten Währungen	Performancekennzahl unter Berücksichtigung der Währungseinflüsse (Zahlen 2021 werden mit dem Wechselkurs 2020 umgerechnet, um den Währungseinfluss zu berechnen).
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	Operatives Ergebnis vor Abschreibungen und Wertminderungen von Sachanlagen, immateriellen Vermögenswerten und Nutzungsrechten, Finanzaufwand und Finanzertrag, Ergebnis von Equity-bilanzierten Beteiligungen und Ertragssteueraufwand.
Operatives Ergebnis (EBIT)	Operatives Ergebnis vor Finanzaufwand und Finanzertrag, Ergebnis von Equity-bilanzierten Beteiligungen und Ertragssteueraufwand.
Investitionen	Investitionen in Sachanlagen, immaterielle Vermögenswerte und Zahlungen für Netzzugangsnutzungsrechte (Indefeasible Rights of Use, IRU), die nach IFRS 16 bilanziert werden. IRUs werden in der Regel vollständig bei Beginn der Nutzung bezahlt.
Operating Free Cash Flow Proxy	Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) abzüglich Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte sowie Zahlungen für Netzzugangsnutzungsrechte (IRU) sowie Leasingaufwand. Der Leasingaufwand enthält den Zinsaufwand auf Leasingverbindlichkeiten und die Abschreibungen von Nutzungsrechten exkl. Abschreibungen von Netzzugangsnutzungsrechten (IRU) sowie Wertminderungen von Nutzungsrechten.
Free Cash Flow	Geldflüsse aus Geschäftstätigkeit und Investitionstätigkeit exkl. Geldflüsse aus dem Erwerb und Verkauf von Tochtergesellschaften sowie Einnahmen und Ausgaben für Equity-bilanzierte Beteiligungen und übrige finanzielle Vermögenswerte.
Nettoverschuldung	Finanzielle Verbindlichkeiten abzüglich flüssiger Mittel, kotierter Schuldinstrumente, Depositenzertifikate, zum Hedging von finanziellen Verbindlichkeiten gehaltener derivativer Finanzinstrumente sowie den übrigen kurzfristigen Finanzanlagen.
Nettoverschuldung inkl. Leasingverbindlichkeiten	Nettoverschuldung zuzüglich Leasingverbindlichkeiten.

Überleitung der alternativen Performancekennzahlen

In Mio. CHF	2021	2020	Veränderung berichtet	Veränderung zu konstanten Währungen
Nettoumsatz				
Nettoumsatz	11'183	11'100	0,7%	0,6%
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)				
EBITDA	4'478	4'382	2,2%	2,0%
Aufwand für Stellenabbau	14	–		
Gewinn aus Änderung Personalvorsorgeplan	(60)	–		
Bildung Rückstellungen für Rechtsverfahren Schweiz	52	–		
EBITDA angepasst	4'484	4'382	2,3%	2,2%
Investitionen				
Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	2'270	2'188	3,7%	3,5%
Zahlungen für Netzzugangsnutzungsrechte (IRU)	16	41	–61,0%	–
Investitionen	2'286	2'229	2,6%	2,3%

In Mio. CHF	2021	2020	Veränderung
Operating Free Cash Flow Proxy			
Geldzufluss aus Geschäftstätigkeit	4'044	4'169	(125)
Investitionen	(2'286)	(2'229)	(57)
Abschreibungen von Nutzungsrechten	(281)	(286)	5
Abschreibungen von Netzzugangsnutzungsrechten (IRU)	23	24	(1)
Wertminderungen von Nutzungsrechten	1	7	(6)
Einnahmen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	(112)	(100)	(12)
Veränderung abgegrenzter Gewinn aus Verkauf und Rückmiete von Liegenschaften	11	16	(5)
Veränderung operative Vermögenswerte und Verbindlichkeiten	(65)	(178)	113
Veränderung Rückstellungen	73	22	51
Veränderung Personalvorsorgeverpflichtungen	9	(65)	74
Gewinn aus Abgang von Sachanlagen	10	10	–
Aufwand für aktienbasierte Vergütungen	(1)	(1)	–
Umsatz aus Finanzierungsleasingverhältnissen	120	101	19
Erhaltene Zinszahlungen	(14)	(24)	10
Geleistete Zinszahlungen auf finanziellen Verbindlichkeiten	81	93	(12)
Erhaltene Dividenden	(1)	(15)	14
Ertragssteuerzahlungen	279	309	(30)
Operating Free Cash Flow Proxy	1'891	1'853	38
Free Cash Flow			
Geldzufluss aus Geschäftstätigkeit	4'044	4'169	(125)
Geldabfluss aus Investitionstätigkeit	(2'120)	(2'331)	211
Rückzahlung von Leasingverbindlichkeiten	(259)	(287)	28
Erwerb von Tochtergesellschaften abzüglich erworbener flüssiger Mittel	42	39	3
Verkauf von Tochtergesellschaften abzüglich veräusserteter flüssiger Mittel	(1)	–	(1)
Ausgaben für Equity-bilanzierte Beteiligungen	3	15	(12)
Verkauf von Equity-bilanzierten Beteiligungen	(149)	–	(149)
Ausgaben für übrige finanzielle Vermögenswerte	73	121	(48)
Einnahmen aus übrigen finanziellen Vermögenswerten	(120)	(20)	(100)
Free Cash Flow	1'513	1'706	(193)

Zusammenfassung

In Mio. CHF bzw. wie angemerk	2021	2020	Veränderung
Nettoumsatz	11'183	11'100	0,7%
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	4'478	4'382	2,2%
EBITDA in % Nettoumsatz	40,0	39,5	
Operatives Ergebnis (EBIT)	2'066	1'947	6,1%
Reingewinn	1'833	1'528	20,0%
Gewinn pro Aktie (in CHF)	35,37	29,54	19,7%
Operating Free Cash Flow Proxy	1'891	1'853	2,1%
Investitionen	2'286	2'229	2,6%
Nettoverschuldung	5'689	6'218	-8,5%
Eigenkapitalquote	43,6	39,1	
Personalbestand (in Vollzeitstellen)	18'905	19'062	-0,8%

Der Nettoumsatz von Swisscom ist um 0,7% oder CHF 83 Mio. auf CHF 11'183 Mio. gestiegen, das operative Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) hat um 2,2% oder CHF 96 Mio. auf CHF 4'478 Mio. zugenommen. Anpassungen bei der Personalvorsorge und bei Rückstellungen beeinflussten den EBITDA vor allem im Schweizer Kerngeschäft, auf Stufe Konzern hielten sich diese die Waage. Der konsolidierte Reingewinn von CHF 1'833 Mio. liegt vor allem aufgrund von Sondereffekten im Finanzergebnis und dem höheren EBITDA deutlich über dem Vorjahr (+20,0% oder CHF 305 Mio.). Der Generalversammlung wird für das Geschäftsjahr 2021 eine unveränderte Dividende von CHF 22 pro Aktie vorgeschlagen.

Im Schweizer Kerngeschäft hat sich der Nettoumsatz um 0,2% oder CHF 17 Mio. auf CHF 8'233 Mio. verringert. Der anhaltende Wettbewerbs- und Preisdruck führte zu einem Umsatzrückgang von 3,3% auf CHF 5'478 Mio. bei den Telekomdiensten. Dagegen stieg der Umsatz im Lösungsgeschäft mit Geschäftskunden um 5,0% oder CHF 53 Mio. Der EBITDA im Schweizer Kerngeschäft sank um 0,4% oder CHF 13 Mio. auf CHF 3'453 Mio. Auf vergleichbarer Basis resultierte eine Zunahme um 1,4%. Der Umsatzrückgang bei den Telekomdiensten und die höheren Kosten für Dienstleistungen sowie für Kundengewinnung und -bindung wurden dank den laufenden Effizienzsteigerungen aufgefangen. Der Umsatz der italienischen Tochtergesellschaft Fastweb stieg um 3,8% oder EUR 88 Mio. auf EUR 2'392 Mio. Im Breitbandgeschäft intensivierte sich der Wettbewerb, doch blieb der Kundenbestand von Fastweb innert Jahresfrist nahezu stabil bei 2,75 Mio. Im Mobilfunk nahm die Anzahl Kunden um 26,1% auf 2,47 Mio. zu. Der EBITDA von Fastweb stieg in Lokalwährung als Folge des Umsatzwachstums um 5,4% oder EUR 42 Mio. auf EUR 826 Mio.

Die Investitionen von Swisscom haben um 2,6% oder CHF 57 Mio. auf CHF 2'286 Mio. zugenommen. Im Schweizer Kerngeschäft stiegen die Investitionen um 2,7% oder CHF 43 Mio. auf CHF 1'642 Mio. Die Investitionen in die Breitband- und Mobilfunknetze wuchsen, die Investitionen in die übrige Infrastruktur gingen zurück. Fastweb verzeichnete als Folge höherer kundengetriebener Investitionen sowie höherer Investitionen in die Mobilfunk-Netzinfrastuktur einen Anstieg der Investitionen um 2,4% oder EUR 14 Mio. auf EUR 601 Mio.

Der Operating Free Cash Flow Proxy ist um 2,1% oder CHF 38 Mio. auf CHF 1'891 Mio. gestiegen. Das bessere operative Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) wurde durch die gestiegenen Investitionen teilweise kompensiert. Die Nettoverschuldung verringerte sich um 8,5% auf CHF 5'689 Mio., das Verhältnis zum EBITDA nach Leasingaufwand reduzierte sich von 1,5 auf 1,4.

Die Zahl der Mitarbeitenden von Swisscom ist um 0,8% oder 157 Vollzeitstellen auf 18'905 Vollzeitstellen gesunken. In der Schweiz verringerte sich der Personalbestand um 1,0% oder 166 Vollzeitstellen auf 15'882 Vollzeitstellen.

Swisscom erwartet für 2022 einen Nettoumsatz von CHF 11,1 bis 11,2 Mrd., einen EBITDA von rund CHF 4,4 Mrd. und Investitionen von rund CHF 2,3 Mrd. Bei Erreichen der Ziele plant Swisscom, der Generalversammlung 2023 für das Geschäftsjahr 2022 eine unveränderte, attraktive Dividende von CHF 22 pro Aktie vorzuschlagen.

Entwicklung der Segmente

In Mio. CHF bzw. wie angemerkt	2021	2020	Veränderung
Nettoumsatz			
Residential Customers	4'592	4'560	0,7%
Business Customers	3'058	3'100	-1,4%
Wholesale ¹	971	976	-0,5%
Infrastructure & Support Functions	76	83	-8,4%
Intersegment-Elimination	(464)	(469)	-1,1%
Swisscom Schweiz	8'233	8'250	-0,2%
Fastweb	2'583	2'470	4,6%
Übrige operative Segmente	1'033	1'014	1,9%
Intersegment-Elimination	(666)	(634)	5,0%
Umsatz mit externen Kunden	11'183	11'100	0,7%
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)			
Residential Customers	2'771	2'698	2,7%
Business Customers	1'287	1'348	-4,5%
Wholesale	525	524	0,2%
Infrastructure & Support Functions	(1'131)	(1'104)	2,4%
Intersegment-Elimination	1	-	
Swisscom Schweiz	3'453	3'466	-0,4%
Fastweb	892	840	6,2%
Übrige operative Segmente	166	184	-9,8%
Überleitung Vorsorgeaufwand ²	14	(65)	
Intersegment-Elimination	(47)	(43)	9,3%
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	4'478	4'382	2,2%

1 Inkl. Intersegment-Verrechnungen von Leistungen anderer Netzbetreiber.

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

Die Berichterstattung erfolgt nach den operativen Geschäftsbereichen Swisscom Schweiz und Fastweb. Die weiteren Geschäftsbereiche werden im Sammelsegment Übrige operative Segmente zusammengefasst. Swisscom Schweiz besteht aus den Kundensegmenten Residential Customers, Business Customers und Wholesale sowie dem Bereich Infrastructure & Support Functions. Fastweb ist eine Telekommunikationsanbieterin für Privat- und Geschäftskunden in Italien. Die Übrigen operativen Segmente beinhalten vor allem den Bereich Digital Business sowie die Swisscom Broadcast AG (Rundfunksendeanlagen) und die cablex AG (Netzbau und Unterhalt).

Für ihre Leistungen verrechnet der Geschäftsbereich Infrastructure & Support Functions keine Netzkosten und keine Management Fees an andere Segmente. Die übrigen Leistungen zwischen den Segmenten werden zu Marktpreisen verrechnet. Die Netzkosten in der Schweiz werden über das Segment Infrastructure & Support Functions geplant, überwacht und gesteuert. Dieser Geschäftsbereich wird als Cost Center geführt. Deshalb werden dem Segment Infrastructure & Support Functions in der Segmentberichterstattung mit Ausnahme von Vermietung und Verwaltung von Gebäuden und Fahrzeugen keine Umsätze gutgeschrieben. Die Ergebnisse der Segmente Residential Customers, Business Customers sowie Wholesale entsprechen einem Deckungsbeitrag vor Netzkosten.

Swisscom Schweiz

In Mio. CHF bzw. wie angemerk	2021	2020	Veränderung
Nettoumsatz und Ergebnis			
Telekomdienste	5'478	5'667	-3,3%
Lösungsgeschäft	1'111	1'058	5,0%
Handelswaren	776	759	2,2%
Wholesale	658	661	-0,5%
Übrige Umsätze	154	48	220,8%
Umsatz mit externen Kunden	8'177	8'193	-0,2%
Umsatz mit anderen Segmenten	56	57	-1,8%
Nettoumsatz	8'233	8'250	-0,2%
Direkte Kosten	(1'826)	(1'772)	3,0%
Indirekte Kosten	(2'954)	(3'012)	-1,9%
Segmentaufwand	(4'780)	(4'784)	-0,1%
Segmentergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	3'453	3'466	-0,4%
Marge in % Nettoumsatz	41,9	42,0	
Leasingaufwand	(232)	(232)	0,0%
Abschreibungen	(1'475)	(1'509)	-2,3%
Segmentergebnis	1'746	1'725	1,2%
Operating Free Cash Flow Proxy			
Segmentergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	3'453	3'466	-0,4%
Leasingaufwand	(232)	(232)	0,0%
EBITDA nach Leasingaufwand (EBITDA AL)	3'221	3'234	-0,4%
Investitionen	(1'642)	(1'599)	2,7%
Operating Free Cash Flow Proxy	1'579	1'635	-3,4%
Operationelle Daten in Tsd. und Personalbestand in Vollzeitstellen			
Festnetztelefonieanschlüsse	1'424	1'523	-6,5%
Breitbandanschlüsse Retail	2'037	2'043	-0,3%
TV-Anschlüsse	1'592	1'588	0,3%
Mobilfunkanschlüsse	6'177	6'224	-0,8%
Umsatz generierende Einheiten (RGU)	11'230	11'378	-1,3%
Breitbandanschlüsse Wholesale	596	555	7,4%
Personalbestand	12'889	12'845	0,3%

Der Nettoumsatz von Swisscom Schweiz hat um 0,2% oder CHF 17 Mio. auf CHF 8'233 Mio. abgenommen. Der anhaltende Wettbewerbs- und Preisdruck führte zu einem Umsatzrückgang bei den Telekomdiensten um 3,3% oder CHF 189 Mio. auf CHF 5'478 Mio. Vom Rückgang entfielen CHF 105 Mio. (-2,7%) auf das Segment Residential Customers sowie CHF 84 Mio. (-4,9%) auf das Segment Business Customers. Dagegen stieg der Umsatz aus dem Lösungsgeschäft um 5,0% oder CHF 53 Mio. auf CHF 1'111 Mio.

Beim Mobilfunk und den Festnetzdiensten sind die Marktsättigung und der Wettbewerbsdruck spürbar. Der Teilnehmerbestand im Mobilfunk sank gegenüber dem Vorjahr um 0,8% oder 47 Tsd. auf 6,18 Mio. Der Bestand der Postpaid-Anschlüsse wuchs gegenüber dem

Vorjahr um 128 Tsd., bei den Prepaid-Anschlüssen reduzierte er sich um 175 Tsd. Im Privatkundensegment stieg der Anteil der Zweitmarke Wingo und der Drittmarken wie M-Budget Mobile und Coop Mobile am Postpaid-Bestand von 19% auf 23%. Die Anzahl Breitbandanschlüsse und TV-Anschlüsse blieb im Vergleich zum Vorjahr nahezu stabil, mit 2,04 Mio. Breitbandanschlüssen bzw. 1,59 Mio. TV-Anschlüssen. Ende 2021 verzeichnete das Segment Residential Customers 2,52 Mio. inOne-Kunden. In diesem Segment entfielen auf inOne 66% der Postpaid-Mobilfunkanschlüsse und 81% der Breitbandanschlüsse. Die Anzahl Anschlüsse in der Festnetztelefonie sank innert Jahresfrist um 6,5% oder 99 Tsd. auf 1,42 Mio.

Der Segmentaufwand reduzierte sich um 0,1% oder CHF 4 Mio. auf CHF 4'780 Mio. Die direkten Kosten stiegen um 3,0% oder CHF 54 Mio. auf CHF 1'826 Mio. Sowohl die Kosten für den Einkauf von Handelswaren und Dienstleistungen als auch die Kosten für die Kundenakquisition und Kundenbindung nahmen zu. Die indirekten Kosten sanken um 1,9% oder CHF 58 Mio. auf CHF 2'954 Mio. Zudem wurden die indirekten Kosten 2021 durch eine Erhöhung der Rückstellungen für Rechtsverfahren in Höhe von CHF 52 Mio. und eine Erhöhung der Rückstellung für Stellenabbau belastet. Auf vergleichbarer Basis sanken die indirekten Kosten um 4,0% oder CHF 119 Mio., was hauptsächlich auf Effizienzsteigerungen zurückzuführen war. Der Personalbestand wuchs als Folge der Akquisitionen der Unternehmen Webtiser und JLS Digital um 0,3% oder 44 Vollzeitstellen auf 12'889 Vollzeitstellen. Das Segmentergebnis vor Abschreibungen sank um 0,4% oder CHF 13 Mio. auf CHF 3'453 Mio., auf vergleichbarer Basis resultierte ein Anstieg um 1,4%. Dabei wurden der Umsatzrückgang bei den Telekomdiensten und die höheren Kosten für Dienstleistungen sowie für die Kundengewinnung und -bindung dank den

laufenden Effizienzsteigerungen aufgefangen. Die Investitionen stiegen um 2,7% oder CHF 43 Mio. auf CHF 1'642 Mio. Die Investitionen für den Ausbau der Breitbandnetze und Mobilfunknetze nahmen zu, hingegen gingen die Investitionen in die übrige Infrastruktur zurück. Ende 2021 waren in der Schweiz rund 4,8 Mio. oder 90% aller Wohnungen und Geschäfte mit Ultrabreitband von mehr als 80 Mbit/s erschlossen. Über 3,9 Mio. oder 72% aller Wohnungen und Geschäfte profitieren von schnellen Verbindungen mit mehr als 200 Mbit/s.

Eine grosse Unsicherheit prägt aktuell den weiteren Ausbau des Glasfasernetzes bis zu den Wohnungen und Geschäften (FTTH), den Swisscom für die ganze Schweiz realisiert. Das Bundesverwaltungsgericht hat 2021 die vorsorglichen Massnahmen der Wettbewerbskommission vom Dezember 2020 bestätigt, welche die Netzarchitektur von Swisscom teilweise infrage stellen. Bis zu einer Klärung der Situation baut Swisscom nur Netzelemente, die der P2P-Netzarchitektur (Punkt-zu-Punkt) entsprechen (z.B. Zuleitung ins Haus) oder in Kooperation gebaut werden.

Fastweb

In Mio. EUR bzw. wie angemerk

	2021	2020	Veränderung
Nettoumsatz und Ergebnis			
Privatkunden	1'142	1'133	0,8%
Geschäftskunden	979	907	7,9%
Wholesale	263	257	2,3%
Umsatz mit externen Kunden	2'384	2'297	3,8%
Umsatz mit anderen Segmenten	8	7	14,3%
Nettoumsatz	2'392	2'304	3,8%
Segmentaufwand	(1'566)	(1'520)	3,0%
Segmentergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	826	784	5,4%
Marge in % Nettoumsatz	34,5	34,0	
Leasingaufwand	(54)	(52)	3,8%
Abschreibungen	(590)	(577)	2,3%
Segmentergebnis	182	155	17,4%
Operating Free Cash Flow Proxy			
Segmentergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	826	784	5,4%
Leasingaufwand	(54)	(52)	3,8%
EBITDA nach Leasingaufwand (EBITDA AL)	772	732	5,5%
Investitionen	(601)	(587)	2,4%
Operating Free Cash Flow Proxy	171	145	17,9%
Operationelle Daten in Tsd. und Personalbestand in Vollzeitstellen			
Breitbandanschlüsse	2'750	2'747	0,1%
Mobilfunkanschlüsse	2'472	1'961	26,1%
Personalbestand	2'753	2'703	1,8%

Der Nettoumsatz von Fastweb ist um 3,8% oder EUR 88 Mio. auf EUR 2'392 Mio. gestiegen. Im Breitbandgeschäft intensivierte sich der Wettbewerb. Das Kundenwachstum von Fastweb schwächte sich im Jahresverlauf ab. Die Kundenbasis blieb im Vergleich zum Vorjahr nahezu stabil bei 2,75 Mio. (+0,1%). Die Anzahl Mobilfunkanschlüsse nahm trotz starkem Wettbewerb um 26,1% oder 511 Tsd. auf 2,47 Mio. zu. Gebündelte Angebote spielen weiterhin eine wichtige Rolle. Von den Breitbandkunden nutzen 38% ein Bündelangebot aus Festnetz und Mobilfunk. Der Umsatz mit Privatkunden stieg als Folge des Kundenwachstums um 0,8% oder EUR 9 Mio. auf EUR 1'142 Mio. Ebenso wächst Fastweb im Bereich der Geschäftskunden. Der Umsatz mit Geschäftskunden

erhöhte sich um 7,9% oder EUR 72 Mio. auf EUR 979 Mio., getrieben durch höhere Umsätze mit öffentlichen Verwaltungen. Der Umsatz im Wholesale-Geschäft nahm um 2,3% oder EUR 6 Mio. auf EUR 263 Mio. zu.

Das Segmentergebnis vor Abschreibungen ist als Folge des Umsatzwachstums um 5,4% oder EUR 42 Mio. auf EUR 826 Mio. gestiegen. Die Investitionen erhöhten sich um 2,4% oder EUR 14 Mio. auf EUR 601 Mio. aufgrund höherer kundengetriebener Investitionen sowie höherer Investitionen in die Mobilfunk-Netzinfrastruktur. Der Personalbestand von Fastweb wuchs bedingt durch den erhöhten Ressourcenbedarfs aufgrund des Wachstums um 1,8% oder 50 Vollzeitstellen auf 2'753 Vollzeitstellen.

Übrige operative Segmente

In Mio. CHF bzw. wie angemerk

	2021	2020	Veränderung
Nettoumsatz und Ergebnis			
Umsatz mit externen Kunden	431	445	-3,1%
Umsatz mit anderen Segmenten	602	569	5,8%
Nettoumsatz	1'033	1'014	1,9%
Segmentaufwand	(867)	(830)	4,5%
Segmentergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	166	184	-9,8%
Marge in % Nettoumsatz	16,1	18,1	
Leasingaufwand	(11)	(12)	-8,3%
Abschreibungen	(56)	(62)	-9,7%
Segmentergebnis	99	110	-10,0%
Operating Free Cash Flow Proxy			
Segmentergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	166	184	-9,8%
Leasingaufwand	(11)	(12)	-8,3%
EBITDA nach Leasingaufwand (EBITDA AL)	155	172	-9,9%
Investitionen	(41)	(44)	-6,8%
Operating Free Cash Flow Proxy	114	128	-10,9%
Personalbestand in Vollzeitstellen			
Personalbestand	3'263	3'514	-7,1%

Der Nettoumsatz der Übrigen operativen Segmente hat um 1,9% oder CHF 19 Mio. auf CHF 1'033 Mio. zugenommen. Dies war die Folge höherer Umsätze aus Bauleistungen von cablex. Das Segmentergebnis vor Abschreibungen sank um 9,8% oder CHF 18 Mio. auf CHF 166 Mio.

Entsprechend reduzierte sich die Ergebnismarge auf 16,1% (Vorjahr 18,1%). Der Personalbestand nahm vor allem als Folge des Verkaufs der französischen Tochtergesellschaft local.fr um 7,1% oder 251 Vollzeitstellen auf 3'263 Vollzeitstellen ab.

Überleitung Vorsorgeaufwand und Intersegment-Eliminationen

Die nicht den operativen Segmenten zugeordneten Nettokosten, bestehend aus Überleitung Vorsorgeaufwand und Intersegment-Eliminationen, sind im Vergleich zum Vorjahr um CHF 75 Mio. auf CHF 33 Mio. gesunken. Die Überleitungsposition Vorsorgeaufwand entspricht dem Unterschiedsbetrag zwischen der Gesamtsumme der

Arbeitgeberbeiträge und dem Aufwand gemäss IFRS. Im ersten Halbjahr 2021 ist eine einmalige Aufwandminderung in Höhe von CHF 60 Mio. aufgrund einer Planänderung enthalten. Darüber hinaus haben Änderungen von Annahmen (besonders hinsichtlich des Diskontsatzes) zu tieferen Kosten geführt. Die Position Intersegment-Eliminationen betrifft die Zwischengewinne auf aktivierten Leistungen anderer Konzerngesellschaften.

Abschreibungen und nicht operative Ergebnisse

In Mio. CHF bzw. wie angemerkt

	2021	2020	Veränderung
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	4'478	4'382	2,2%
Abschreibungen von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	(2'131)	(2'149)	-0,8%
Abschreibungen von Nutzungsrechten	(281)	(286)	-1,7%
Operatives Ergebnis (EBIT)	2'066	1'947	6,1%
Nettozinsaufwand auf finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten	(60)	(69)	-13,0%
Zinsaufwand auf Leasingverbindlichkeiten	(44)	(45)	-2,2%
Übriges Finanzergebnis	200	(38)	
Ergebnis von Equity-bilanzierten Beteiligungen	(10)	4	
Gewinn vor Ertragssteuern	2'152	1'799	19,6%
Ertragssteueraufwand	(319)	(271)	17,7%
Reingewinn	1'833	1'528	20,0%
Anteil Aktionäre der Swisscom AG am Reingewinn	1'832	1'530	19,7%
Anteil nicht beherrschende Anteile am Reingewinn	1	(2)	
Gewinn pro Aktie (in CHF)	35,37	29,54	19,7%

Der Reingewinn von Swisscom ist vor allem als Folge von Sondereffekten im Finanzergebnis und dem höheren EBITDA um CHF 305 Mio. oder 20,0% auf CHF 1'833 Mio. gestiegen. Entsprechend nahm der Gewinn pro Aktie von CHF 29,54 auf CHF 35,37 zu. Der Gewinn vor Ertragssteuern stieg um 19,6%. Die Abschreibungen von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten reduzierten sich gegenüber dem Vorjahr um CHF 18 Mio. oder 0,8% auf CHF 2'131 Mio.; dabei nahmen diese bei Swisscom Schweiz ab, bei Fastweb zu. Die Sondereffekte im Finanzergebnis resultieren aus dem ersten Quartal

2021. Fastweb übertrug im Rahmen der strategischen Partnerschaft mit TIM ihre Beteiligung an FlashFiber als Kapitaleinlage in das neu gegründete Glasfaser-Unternehmen FiberCop. Dies führte zu einer ergebniswirksamen Aufwertung der Beteiligung von CHF 169 Mio. Zudem realisierte Swisscom aus dem Verkauf der Beteiligung an der Belgacom International Carrier Services einen Gewinn von CHF 38 Mio. Der Ertragssteueraufwand betrug CHF 319 Mio. (Vorjahr CHF 271 Mio.), was einem effektiven Ertragssteuersatz von 14,8% (Vorjahr 15,1%) entspricht.

Ertragssteuern

Der Ertragssteueraufwand ist gegenüber dem Vorjahr von CHF 271 Mio. um CHF 48 Mio. auf CHF 319 Mio. gestiegen. Dies entspricht einem effektiven Ertragssteuersatz von 14,8% (Vorjahr 15,1%). Der Steueraufwand 2021 wurde durch die tiefe Besteuerung der Beteiligungserträge sowie durch die Aktivierung latenter Steuerguthaben im Zusammenhang mit einer Änderung der

italienischen Steuergesetze positiv beeinflusst. Swisscom rechnet mit einem künftigen effektiven Konzernsteuersatz von 19,5%. Die Abnahme der Ertragssteuerzahlungen um CHF 30 Mio. auf CHF 279 Mio. ist vor allem auf den Unterschied zwischen Aufwanderfassung und Zahlung der geschuldeten Ertragssteuern zurückzuführen.

In Mio. CHF bzw. wie angemerkt	Schweiz	Italien	Übrige Länder	Total
Geschäftsjahr 2021				
Ergebnis vor Ertragssteuern	1'827	306	19	2'152
Ertragssteueraufwand	339	(22)	2	319
Effektiver Ertragssteuersatz	18,6%	-7,2%	10,5%	14,8%
Ertragssteuerzahlungen	264	15	-	279
Geschäftsjahr 2020				
Ergebnis vor Ertragssteuern	1'669	108	22	1'799
Ertragssteueraufwand	242	25	4	271
Effektiver Ertragssteuersatz	14,5%	23,1%	18,2%	15,1%
Ertragssteuerzahlungen	299	10	-	309

Swisscom ist vor allem in der Schweiz und Italien tätig. Aus diesem Grund werden die Angaben zu den Ertragssteuern in Schweiz, Italien und übrige Länder aufgeteilt.

Geldflüsse

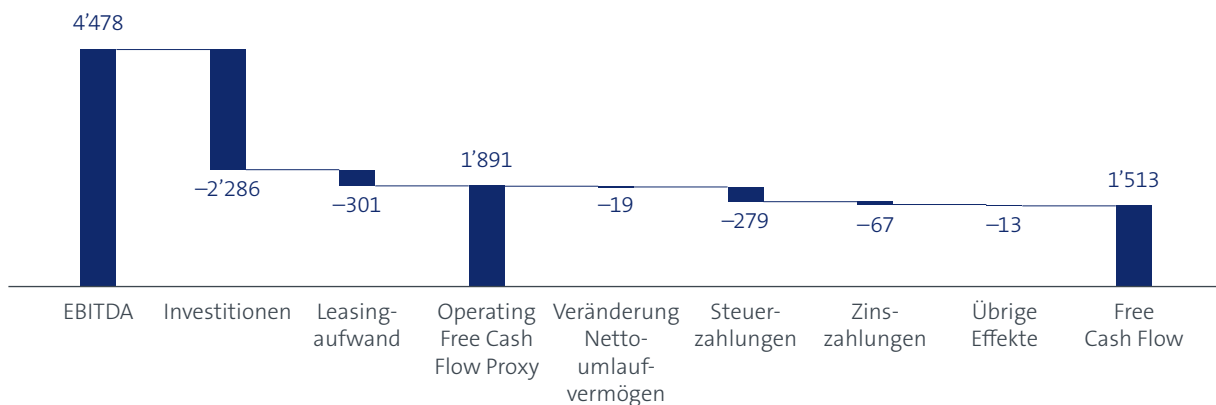
In Mio. CHF	2021	2020	Veränderung
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	4'478	4'382	96
Leasingaufwand	(301)	(300)	(1)
EBITDA nach Leasingaufwand (EBITDA AL)	4'177	4'082	95
Investitionen	(2'286)	(2'229)	(57)
Operating Free Cash Flow Proxy	1'891	1'853	38
Veränderung Nettoumlaufvermögen	(19)	140	(159)
Veränderung Vorsorgeverpflichtung	(9)	65	(74)
Nettozinszahlungen auf finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten	(67)	(69)	2
Ertragssteuerzahlungen	(279)	(309)	30
Übrige operative Geldflüsse	(4)	26	(30)
Free Cash Flow	1'513	1'706	(193)
Dividendenzahlungen an Aktionäre der Swisscom AG	(1'140)	(1'140)	-
Nettoausgaben für Unternehmenskäufe und -verkäufe	105	(54)	159
Übrige Veränderungen	51	28	23
Abnahme Nettoverschuldung	529	540	(11)

Der Operating Free Cash Flow Proxy ist im Vergleich zum Vorjahr um 2,1% oder CHF 38 Mio. auf CHF 1'891 Mio. gestiegen. Das höhere operative Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) wurde durch die gestiegenen Investitionen teilweise kompensiert. Der Free Cash Flow sank um 11,3% oder CHF 193 Mio. auf CHF 1'513 Mio. Insgesamt nahm die Nettoverschuldung um 8,5% oder CHF 529 Mio. auf CHF 5'689 Mio. ab.

Die Abnahme des Free Cash Flow ist vor allem auf die Entwicklung des Nettoumlaufvermögens zurückzuführen. Das Nettoumlaufvermögen erhöhte sich 2021 um CHF 19 Mio. (im Vorjahr Abnahme von CHF 140 Mio.). Die Veränderung der Vorsorgeverpflichtung enthält als Folge einer Planänderung im ersten Halbjahr 2021 eine einmalige Anpassung in Höhe von CHF 60 Mio., die erfolgswirksam im EBITDA erfasst ist. Die Nettoeinnahmen für Unternehmenskäufe und -verkäufe enthalten 2021 den Erlös von CHF 126 Mio., der aus dem Verkauf der Beteiligung an der Belgacom International Carrier Services resultiert. Swisscom hat 2021 eine unveränderte Dividende pro Aktie von CHF 22 ausbezahlt. Dies entspricht einer Dividendensumme von CHF 1'140 Mio.

Entwicklung Free Cash Flow

in Mio. CHF



Investitionen

In Mio. CHF bzw. wie angemerk	2021	2020	Veränderung
Festnetz und Infrastruktur	428	438	-2,3%
Glasfaserausbau	555	519	6,9%
Mobilfunknetz	323	306	5,6%
Kundengetrieben	64	76	-15,8%
Projekte und Übriges	272	260	4,6%
Swisscom Schweiz	1'642	1'599	2,7%
Fastweb	649	629	3,2%
Übrige operative Segmente	41	44	-6,8%
Elimination	(46)	(43)	7,0%
Total Investitionen	2'286	2'229	2,6%
Davon Schweiz	1'634	1'596	2,4%
Davon Ausland	652	633	3,0%
Investitionen in % Nettoumsatz	20,4	20,1	

Die Investitionen sind gegenüber dem Vorjahr um CHF 57 Mio. oder 2,6% auf CHF 2'286 Mio. gestiegen und entsprechen 20,4% des Nettoumsatzes (Vorjahr 20,1%). Von den Investitionen für das Jahr 2021 entfielen 72% auf Swisscom Schweiz und 28% auf Fastweb.

Die Investitionen von Swisscom Schweiz sind 2021 um CHF 43 Mio. oder 2,7% auf CHF 1'642 Mio. gestiegen und entsprechen 19,9% des Nettoumsatzes (Vorjahr 19,4%). Im Vergleich zum Vorjahr investierte Swisscom CHF 53 Mio. mehr in den Breitbandausbau des Festnetzes mit Glasfasern sowie in den Ausbau des Mobilfunknetzes.

Die Investitionen von Fastweb haben sich um CHF 20 Mio. oder 3,2% auf CHF 649 Mio. erhöht. In lokaler Währung nahmen die Investitionen um EUR 14 Mio. oder 2,4% auf EUR 601 Mio. zu, und zwar als Folge höherer kundengetriebener Investitionen sowie höherer Investitionen in die Mobilfunk-Netzinfrastruktur. Das Verhältnis Investitionen zu Nettoumsatz sank auf 25,1% (Vorjahr 25,5%).

Vermögenslage

In Mio. CHF	31.12.2021	31.12.2020	Veränderung
Sachanlagen	10'771	10'725	46
Immaterielle Vermögenswerte	1'714	1'745	(31)
Goodwill	5'157	5'162	(5)
Nutzungsrechte	2'134	2'138	(4)
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2'315	2'132	183
Forderungen aus Finanzierungsleasing-Verhältnissen	99	87	12
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	(1'600)	(1'525)	(75)
Rückstellungen	(1'149)	(1'216)	67
Abgegrenzter Gewinn aus Veräusserung und Rückmiete von Liegenschaften	(95)	(106)	11
Übrige operative Vermögenswerte und Verbindlichkeiten, netto	(438)	(240)	(198)
Operative Vermögenswerte, netto	18'908	18'902	6
Nettoverschuldung	(5'689)	(6'218)	529
Leasingverbindlichkeiten	(2'017)	(1'988)	(29)
Personalvorsorgeguthaben und -verpflichtungen, netto	(13)	(795)	782
Ertragssteuerguthaben und -schulden, netto	(835)	(643)	(192)
Equity-bilanzierte Beteiligungen und übrige langfristige Finanzanlagen	459	233	226
Eigenkapital	10'813	9'491	1'322
Eigenkapitalquote	43,6	39,1	

Operative Vermögenswerte

Die operativen Nettovermögenswerte betragen unverändert CHF 18,9 Mrd. Davon entfallen CHF 12,5 Mrd. oder 66% auf die Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerte. Der Nettobuchwert der Position Goodwill beträgt CHF 5,2 Mrd. Der grösste Anteil entfällt auf Swisscom Schweiz (CHF 4,3 Mrd.). Der Goodwill entstand hauptsächlich im Jahr 2007 im Zusammenhang mit dem Rückkauf des Beteiligungsanteils von 25% an der Swisscom Mobile AG, der 2001 an Vodafone veräussert worden war. Nach dem Rückkauf wurden die Bereiche Mobilfunk, Festnetz und Solutions organisatorisch zusammengefasst und in der neuen Gesellschaft Swisscom (Schweiz) AG zusammengeführt. Das Bewertungsrisiko dieser Goodwillposition ist sehr gering. Der Nettobuchwert des Fastweb Goodwills beträgt EUR 0,5 Mrd. (CHF 0,5 Mrd.). Der Buchwert der Nettoaktiven von Fastweb beträgt EUR 3,4 Mrd. (CHF 3,5 Mrd.).

Personalvorsorge

Die Vorsorgeverpflichtung wird in der Konzernrechnung nach den Bestimmungen von IFRS bewertet. Die bilanzierte Nettoverschuldung beträgt CHF 13 Mio. Sie hat im Vergleich zum Vorjahr um CHF 782 Mio. stark abgenommen. Die wesentlichen Gründe sind eine Erhöhung des für die Bewertung massgebenden Zinssatzes, eine Änderung der technischen Grundlagen (besonders der Annahme der

Lebenserwartung) sowie eine positive Rendite auf dem Vermögen des Vorsorgeplans. Nach den für die Pensionskasse relevanten schweizerischen Rechnungslegungsvorschriften (Swiss GAAP FER) besteht eine Überdeckung von CHF 2,0 Mrd., was bei einem Vermögen des Vorsorgeplans von CHF 13,1 Mrd. einem Deckungsgrad von 120% entspricht. Die wesentlichen Gründe für die Differenz von CHF 2,0 Mrd. zur Bewertung nach IFRS sind einerseits die Verwendung unterschiedlicher Annahmen: so resultiert vor allem aus unterschiedlichen Annahmen des Zinssatzes zur Diskontierung künftiger Vorsorgeleistungen ein Nettoeffekt von CHF 1,4 Mrd. Andererseits berücksichtigt die Bewertungsmethode künftige Lohn erhöhungen, nach Altersklassen gestaffelte Beitragsätze und vorzeitige Pensionierungen unterschiedlich, was zu einem Nettoeffekt von CHF 0,6 Mrd. führt. Der im Personalaufwand erfasste ordentliche Vorsorgeaufwand nach IFRS ist deutlich höher als die tatsächlich geleisteten Beiträge. Der Unterschied zwischen Beitragszahlungen und IFRS-Aufwand wird nicht in den Segmentergebnissen erfasst, sondern in der Überleitung auf den EBITDA gemäss Konzernrechnung dargestellt. Aus einer Änderung des Vorsorgeplans resultierte 2021 ein positiver Sondereffekt im EBITDA von CHF 60 Mio., der zu einer insgesamt positiven Überleitungsposition von CHF 14 Mio. beitrug (Vorjahr Minusposition von CHF 65 Mio.).

Nettoverschuldung

Die Nettoverschuldung und das Verhältnis Nettoverschuldung/EBITDA werden sowohl mit als auch ohne Klassifizierung der Leasingverhältnisse als finanzielle Verbindlichkeit dargestellt. Ratingagenturen beziehen für das Kreditrating die Leasingverbindlichkeiten in die

Berechnung der Nettoverschuldung ein. Für das finanzielle Ziel des Bundesrats zur Finanzierungsstruktur werden die Leasingverhältnisse hingegen nicht als finanzielle Verbindlichkeiten und Teil der Nettoverschuldung klassifiziert.

In Mio. CHF	31.12.2021	31.12.2020
Verhältnis Nettoverschuldung/EBITDA nach Leasingaufwand		
Anlehensobligationen	5'564	6'110
Bankdarlehen	488	484
Private Platzierungen	151	151
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	242	297
Total Finanzielle Verbindlichkeiten	6'445	7'042
Flüssige Mittel	(401)	(340)
Kotierte Schuldinstrumente	(278)	(271)
Derivative Finanzinstrumente für Finanzierungen	(19)	(79)
Übrige kurzfristige Finanzanlagen	(58)	(134)
Nettoverschuldung	5'689	6'218
EBITDA nach Leasingaufwand (EBITDA AL)	4'177	4'082
Verhältnis Nettoverschuldung/EBITDA nach Leasingaufwand	1,4	1,5
Verhältnis Nettoverschuldung inkl. Leasingverbindlichkeiten/EBITDA		
Nettoverschuldung	5'689	6'218
Leasingverbindlichkeiten	2'017	1'988
Nettoverschuldung inkl. Leasingverbindlichkeiten	7'706	8'206
EBITDA	4'478	4'382
Verhältnis Nettoverschuldung inkl. Leasingverbindlichkeiten/EBITDA	1,7	1,9

Ende 2021 beträgt das Verhältnis Nettoverschuldung inkl. Leasingverbindlichkeiten/EBITDA 1,7 (Vorjahr 1,9). Ohne Klassifizierung der Leasingverbindlichkeiten als finanzielle Verbindlichkeit beträgt das Verhältnis Nettoverschuldung/EBITDA nach Leasingaufwand 1,4 (Vorjahr 1,5). Beide Verhältniskennzahlen widerspiegeln eine im Verhältnis zum Vorjahr verbesserte Verschuldungssituation. Das angestrebte Ziel von Swisscom, das Single-A-Kreditrating zu halten, wurde erfüllt. Ebenfalls wurde die vom Bundesrat in den finanziellen Zielen festgelegte Begrenzung der Nettoverschuldung von 2,1 x EBITDA nach Leasingaufwand eingehalten.

Swisscom hat in den vergangenen Jahren die vorteilhaften Bedingungen am Kapitalmarkt genutzt, um die Zins- und Fälligkeitsstruktur der finanziellen Verbindlichkeiten zu optimieren. Der Anteil fest verzinslicher finanzieller Verbindlichkeiten beträgt 88%. Ende 2021 betragen die durchschnittlichen Zinskosten aller Finanzschulden 0,9% und die durchschnittliche Restlaufzeit 6,2 Jahre. Zudem verfügt Swisscom über zwei Kreditlinien in Höhe von insgesamt CHF 2,2 Mrd., die nicht beansprucht sind. Am 31. Dezember 2021 haben sich die finanziellen Verbindlichkeiten, die innerhalb eines Jahres fällig werden, auf CHF 0,6 Mrd. belaufen.

Eigenkapital

Das Eigenkapital von Swisscom beträgt CHF 10,8 Mrd. (Vorjahr CHF 9,5 Mrd.) und die Eigenkapitalquote 43,6% (Vorjahr 39,1%). Da der Reingewinn mit CHF 1,8 Mrd. sowie das sonstige Gesamtergebnis von CHF 0,6 Mrd. insgesamt höher als die Dividendenzahlung von CHF 1,1 Mrd. ausgefallen sind, resultiert eine Eigenkapitalzunahme von CHF 1,3 Mrd. Die sich aus der Umrechnung ausländischer Tochtergesellschaften ergebenden Währungsdifferenzen werden im Eigenkapital erfasst. Als Folge der Abschwächung des EUR haben die kumulierten Währungsumrechnungsverluste 2021 um CHF 0,1 Mrd. auf CHF 1,9 Mrd. (nach Steuern) zugenommen. Für die Bestimmung der ausschüttbaren Reserven ist nicht das in der Konzernrechnung ausgewiesene

Eigenkapital massgebend, sondern das Eigenkapital in der Jahresrechnung der Swisscom AG (Einzelabschluss). Das Eigenkapital der Swisscom AG in der Jahresrechnung 2021 beträgt CHF 4,8 Mrd. Der Unterschied zum Eigenkapital in der Konzernbilanz in Höhe von CHF 6,0 Mrd. ist im Wesentlichen auf einbehaltene Gewinne bei Tochtergesellschaften und auf abweichende Rechnungslegungsmethoden zurückzuführen. Nach den aktienrechtlichen Rechnungslegungs- und Bewertungsvorschriften dürfen das Aktienkapital sowie von den allgemeinen Reserven 20% des Aktienkapitals nicht ausgeschüttet werden. Am 31. Dezember 2021 belaufen sich die aktienrechtlich ausschüttbaren Reserven der Swisscom AG auf CHF 4,7 Mrd.

Finanzieller Ausblick

Kennzahl bzw. wie angemerkt	2021 berichtet	2022 Ausblick ³
Nettoumsatz		
Swisscom Konzern	CHF 11'183 Mio.	CHF 11,1–11,2 Mrd.
Schweiz ²	CHF 8'600 Mio.	CHF 8,5–8,6 Mrd.
Fastweb	EUR 2'392 Mio.	~ EUR 2,5 Mrd.
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)		
Swisscom Konzern	CHF 4'478 Mio.	~ CHF 4,4 Mrd.¹
Schweiz ²	CHF 3'586 Mio.	~ CHF 3,5 Mrd.
Fastweb	EUR 826 Mio.	EUR 0,8–0,9 Mrd.
Investitionen		
Swisscom Konzern	CHF 2'286 Mio.	~ CHF 2,3 Mrd.
Schweiz ²	CHF 1'637 Mio.	~ CHF 1,7 Mrd.
Fastweb	EUR 601 Mio.	~ EUR 0,6 Mrd.

¹ EBITDA nach Leasingaufwand (EBITDA AL) 2021: CHF 4'177 Mio.; EBITDA AL Ausblick 2022: ~ CHF 4,1 Mrd.

² Swisscom ohne Fastweb.

³ Umrechnungskurs CHF/EUR 1.04 (2021: CHF/EUR 1.08).

Swisscom erwartet für 2022 einen Nettoumsatz von CHF 11,1 bis 11,2 Mrd., einen EBITDA von rund CHF 4,4 Mrd. und Investitionen von rund CHF 2,3 Mrd. Bei Erreichen der Ziele plant Swisscom der Generalversammlung 2023 für das Geschäftsjahr 2022 eine unveränderte, attraktive Dividende von CHF 22 pro Aktie vorzuschlagen.

Wertorientierte Unternehmenssteuerung

Die finanziellen Schlüsselkennzahlen zur Planung und Steuerung des operativen Geschäfts sind der Umsatz, das operative Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) sowie die Investitionen. Die Verhältniskennzahl Gesamtunternehmenswert/EBITDA ermöglicht darüber hinaus den Vergleich des aus dem Aktienkurs am Abschlussstichtag abgeleiteten Unternehmenswerts – und zwar einerseits mit Wert von Vergleichsunternehmen (europäischen Telekommunikationsunternehmen), andererseits mit dem eigenen Unternehmenswert im Vorjahr.

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

In Mio. CHF bzw. wie angemerkt	31.12.2021	31.12.2020
Gesamtunternehmenswert		
Börsenkapitalisierung	26'657	24'715
Nettoverschuldung inkl. Leasingverbindlichkeiten	7'706	8'206
Personalvorsorgeguthaben und -verpflichtungen, netto	13	795
Ertragssteuerguthaben und -schulden, netto	835	643
Equity-bilanzierte Beteiligungen und übrige langfristige Finanzanlagen	(459)	(233)
Nicht beherrschende Anteile	2	1
Gesamtunternehmenswert (EV)	34'754	34'127
Operatives Ergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	4'478	4'382
Verhältnis Gesamtunternehmenswert/EBITDA	7,8	7,8

Der Gesamtunternehmenswert von Swisscom hat 2021 um 1,8% oder CHF 0,6 Mrd. auf CHF 34,8 Mrd. zugenommen. Hauptgrund hierfür ist die Zunahme der Börsenkapitalisierung um CHF 1,9 Mrd. auf CHF 26,7 Mrd. Bei einem höheren EBITDA beträgt die Verhältniskennzahl Gesamtunternehmenswert/EBITDA unverändert 7,8. Mit diesem Wert liegt die relative Börsenbewertung von Swisscom deutlich über dem Durchschnittswert euro-

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

Wertschöpfungsrechnung

Swisscom leistet dank einer modernen, leistungsstarken Netzinfrastruktur sowie eines umfassenden bedürfnisgerechten Leistungsangebots einen wichtigen Beitrag

für eine wettbewerbsfähige und wirtschaftlich erfolgreiche Schweiz – und erzielt dadurch eine direkte Wertschöpfung.

In Mio. CHF	2021			2020		
	Schweiz	Ausland	Total	Schweiz	Ausland	Total
Entstehung Wertschöpfung						
Nettoumsatz	8'579	2'604	11'183	8'614	2'486	11'100
Aktivierete Eigenleistungen und übrige Erträge	459	139	598	362	104	466
Direkte Kosten	(1'840)	(939)	(2'779)	(1'784)	(885)	(2'669)
Übriger Betriebsaufwand ¹	(1'184)	(661)	(1'845)	(1'147)	(641)	(1'788)
Leasingaufwand	(243)	(58)	(301)	(244)	(56)	(300)
Abschreibungen ²	(1'500)	(635)	(2'135)	(1'531)	(618)	(2'149)
Vorleistungen	(4'308)	(2'154)	(6'462)	(4'344)	(2'096)	(6'440)
Operative Wertschöpfung	4'271	450	4'721	4'270	390	4'660
Übriges nicht operatives Ergebnis ³			126			(110)
Total Wertschöpfung			4'847			4'550
Verteilung Wertschöpfung						
Mitarbeitende ⁴	2'412	269	2'681	2'428	224	2'652
Öffentliche Hand ⁵	320	17	337	317	14	331
Aktionäre (Dividenden)			1'141			1'141
Fremdkapitalgeber (Nettozinsaufwand)			60			69
Unternehmen (einbehaltene Gewinne) ⁶			628			357
Total Wertschöpfung			4'847			4'550

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

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

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

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

5 Öffentliche Hand: laufende Ertragssteuern, Kapitalsteuern und übrige nicht gewinnabhängige Steuern. Exkl. Zahlungen für Mehrwertsteuer und Mobilfunkfrequenzen.

6 Unternehmen: inkl. Veränderungen der latenten Ertragssteuern und Personalvorsorgeverpflichtungen.

Von der konsolidierten operativen Wertschöpfung von CHF 4,7 Mrd. werden 90% oder CHF 4,3 Mrd. in der Schweiz erzielt. Im Vergleich zum Vorjahr blieb die operative Wertschöpfung in der Schweiz unverändert. Die Wertschöpfung pro Vollzeitstelle betrug CHF 267 Tsd. (Vorjahr CHF 263 Tsd.). Zusätzlich zur direkt erzielten Wertschöpfung erzielen die Einkäufe bei Lieferanten

eine für die gesamtwirtschaftliche Entwicklung der Schweiz bedeutsame indirekte Wertschöpfung. Unter Berücksichtigung der Investitionen anstelle der Abschreibungen hat das Einkaufsvolumen im Schweizer Geschäft 2021 rund CHF 4,4 Mrd. betragen. Davon erzielen die Lieferanten eine Wertschöpfung in der Schweiz von rund 60% oder CHF 2,7 Mrd.

Kapitalmarkt

Durch die konsequente Umsetzung der Strategie hat Swisscom 2021 ihre finanziellen Ziele erfüllt. Somit ist es ihr gelungen, dieses Jahr erneut einen Mehrwert für die Aktionäre zu schaffen. Dank den Ratings A (stabil) von Standard & Poor's und A2 (stabil) von Moody's gehört Swisscom zu den am besten bewerteten Telekommunikationsunternehmen in Europa.

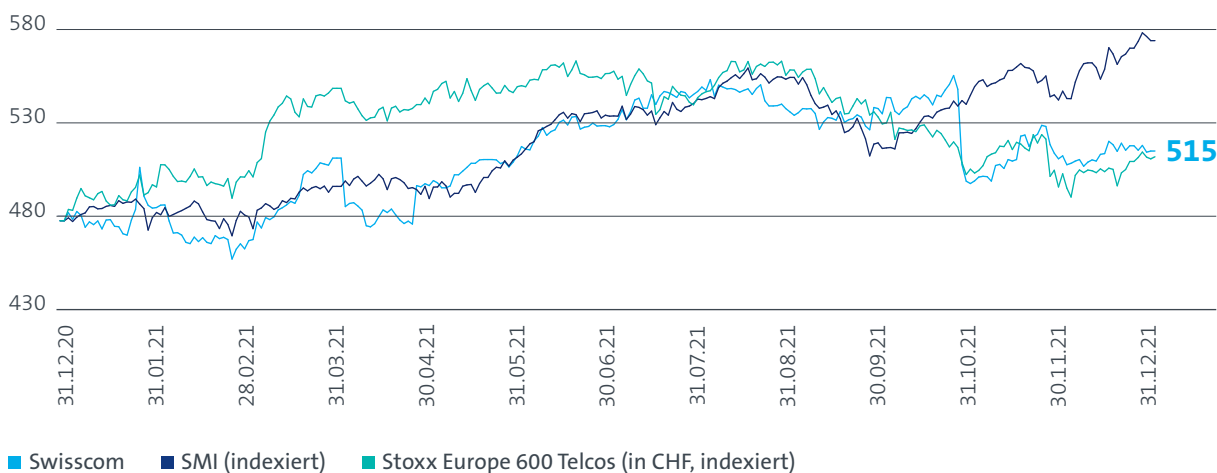
Swisscom Aktie

Am 31. Dezember 2021 hat die Marktkapitalisierung von Swisscom CHF 26,7 Mrd. (Vorjahr CHF 24,7 Mrd.) betragen. Die Anzahl ausgegebener Aktien hat unverändert bei 51,8 Mio. gelegen. Der Nennwert pro Namenaktie beträgt CHF 1. Jede Aktie berechtigt zu einer Stimme. Stimmrechte können nur dann ausgeübt werden, wenn

der Aktionär im Aktienregister der Swisscom AG mit Stimmrecht eingetragen ist. Der Verwaltungsrat kann die Eintragung eines Aktionärs mit Stimmrecht ablehnen, wenn die Stimmrechte des Aktionärs 5% des Aktienkapitals überschreiten.

Aktienkursentwicklung 2021

in CHF



Der Schweizer Aktienindex SMI ist gegenüber dem Vorjahr um 20,3% gestiegen. Der Kurs der Swisscom Aktie erhöhte sich um 7,9% auf CHF 514.60. Die Performance der Swisscom Aktie lag etwas tiefer als die Performance des europäischen Branchenindex Stoxx Europe 600 Telecommunications Index (+11,5% in EUR). Gegenüber dem

Vorjahr sank das durchschnittliche tägliche Handelsvolumen um 34% auf 118'509 Stück. Das gesamte Umsatzvolumen der gehandelten Swisscom Aktien erreichte 2021 einen Wert von CHF 30,1 Mrd.

© Siehe unter www.swisscom.ch/aktienkurs

Aktienrendite

Am 5. April 2021 hat Swisscom eine ordentliche Dividende von CHF 22 pro Aktie gezahlt. Auf Basis des Aktienkurses Ende 2020 entsprach dies einer Rendite von +4,6%. Unter Berücksichtigung des Kursanstiegs betrug die Gesamtrendite (Total Shareholder Return, TSR) der Swisscom Aktie für das Jahr 2021 +12,9%. Der TSR des SMI lag bei +23,7% und der des Stoxx Europe 600 Telecommunications Index bei +16,1% in EUR.

Aktionärsstruktur

	31.12.2021			31.12.2020		
	Anzahl Aktionäre	Anzahl Aktien	Anteil in %	Anzahl Aktionäre	Anzahl Aktien	Anteil in %
Bund	1	26'394'000	51,0%	1	26'394'000	51,0%
Natürliche Personen	69'275	4'853'898	9,4%	69'308	4'817'812	9,3%
Institutionen	2'772	10'484'218	20,2%	2'833	10'891'021	21,0%
Dispobestand	–	10'069'827	19,4%	–	9'699'110	18,7%
Total	72'048	51'801'943	100,0%	72'142	51'801'943	100,0%

Mehrheitsaktionärin an der Swisscom AG ist am 31. Dezember 2021 die Schweizerische Eidgenossenschaft (der Bund), die gemäss geltendem Gesetz die kapital- und stimmenmässige Mehrheit halten muss. Am 31. Dezember 2021 zählen wie im Vorjahr rund 19% der Aktien zum Dispo-Bestand.

Empfehlungen der Analysten

Anlagespezialisten analysieren Swisscom kontinuierlich hinsichtlich ihrer Geschäftsentwicklung, ihrer Ergebnisse und der Marktsituation. Daraus resultierende Aussagen und Empfehlungen liefern für Investoren wertvolle Hinweise. 24 Analysten veröffentlichen regelmässig Studien über Swisscom. Ende 2021 haben 17% der Analysten eine Kaufempfehlung für die Swisscom Aktie ausgesprochen. 50% der Analysten empfahlen, die Swisscom Aktie zu halten, 33% stuften sie zum Verkauf ein. Der durchschnittliche Zielkurs der Swisscom Aktie am 31. Dezember 2021 betrug nach Einschätzung der Analysten CHF 502.

Ausschüttungspolitik

Swisscom verfolgt eine Ausschüttungspolitik mit einer stabilen Dividende. Für das Geschäftsjahr 2021 schlägt der Verwaltungsrat von Swisscom der Generalversammlung vom 30. März 2022 eine unveränderte ordentliche

Handelsorte

Die Swisscom Aktien sind an der SIX Swiss Exchange unter dem Symbol SCMN (Valorenummer 874251) kotiert. In den USA (Over the Counter, Level-1-Programm) werden sie in der Form von American Depositary Receipts (ADR) im Verhältnis 1:10 und unter dem Symbol SCMWY (Pink Sheet Nummer 69769) gehandelt.

Dividende von CHF 22 pro Aktie vor. Dies entspricht einer Dividendensumme von CHF 1'140 Mio.

Seit dem Börsengang im Jahr 1998 hat Swisscom insgesamt CHF 35 Mrd. an ihre Aktionäre ausgezahlt. Dieser Betrag teilt sich auf in Dividendenzahlungen von CHF 23 Mrd. sowie Nennwertreduktionen und Aktienrückkaufprogramme von zusammen CHF 12 Mrd. Swisscom hat seit dem Börsengang insgesamt CHF 455 pro Aktie ausgeschüttet. Zusammen mit dem Kursanstieg von insgesamt CHF 176 pro Aktie beträgt die durchschnittliche jährliche Gesamtrendite 5,1%.

Kreditratings und Finanzierung

Swisscom verfügt bei den Ratingagenturen Standard & Poor's und Moody's mit A (stabil) bzw. A2 (stabil) über gute Ratings. Swisscom ist bestrebt, das Single-A-Kreditrating zu behalten. Zur Vermeidung struktureller Nachrangigkeit ist Swisscom bemüht, Finanzierungen auf Stufe der Swisscom AG aufzunehmen. Swisscom will ihr Schuldenportfolio breit diversifizieren. Dabei achtet sie auf eine Glättung der Fälligkeiten sowie auf eine Verteilung der Finanzierungsinstrumente, Finanzierungs-märkte und Währungen. Die solide finanzielle Ausstattung hat Swisscom 2021 erneut den uneingeschränkten Zugang zu den Geld- und Kapitalmärkten ermöglicht.

Risiken

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

Risikosituation

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

© Siehe unter www.swisscom.ch/cr-report2021

Risikofaktoren

Wettbewerbsdynamik im Telekommunikationsmarkt

Gegenwärtig treiben Infrastrukturanbieter sowie Dienstleister ohne eigene Netzinfrastruktur die Wettbewerbsdynamik voran. Swisscom begegnet dieser Dynamik und dem Umsatzrückgang aus dem klassischen Telekommunikationsgeschäft durch die Transformation des Unternehmens und durch fortlaufende Innovationen. Megatrends wie die zunehmende Vernetzung, die Individualisierung oder der demografische Wandel prägen und verändern unsere Gesellschaft und Wirtschaft nachhaltig. Sie haben langfristig einen Einfluss auf die Aktivitäten von Swisscom. Um die möglichen Disruptionen frühzeitig zu erkennen, die daraus entstehenden Chancen zu nutzen und den Risiken rechtzeitig entgegenzutreten, führt Swisscom mindestens einmal pro Jahr eine umfassende Umfeldanalyse durch. Sie nutzt die aus der Analyse hervorgehende Bestandsaufnahme kommender Trends und Entwicklungen, so bspw. um neue, potenziell disruptive Entwicklungen einzuordnen und zeitnah mögliche Szenarien abzuleiten. Weiter erstellt Swisscom regelmässige Analysen zum wirtschaft-

lichen und regulatorischen Umfeld. Ebenso prüft sie vertieft die Aktivitäten der globalen Internetkonzerne, um relevante Veränderungen zu erkennen und mit entsprechenden Massnahmen zu reagieren. Um dem Wandel auf dem Markt zu begegnen, richtet sich Swisscom bei der Transformation des eigenen Unternehmens konsequent auf die Kundenbedürfnisse aus und optimiert bzw. passt ihre Prozesse und Organisation an.

Politik, Regulierung und Compliance

Die Ausgestaltung der Regulierungen birgt für Swisscom Risiken, welche die Ertrags- und Vermögenslage des Unternehmens negativ beeinflussen können. Zudem könnten Sanktionen der Wettbewerbskommission das Geschäftsergebnis von Swisscom mindern und der guten Reputation des Unternehmens Schaden zufügen. Schliesslich könnten überhöhte politische Ansprüche das heutige Wettbewerbssystem grundsätzlich in Frage stellen. Die Vielfalt der geschäftlichen Tätigkeit und die Komplexität der Vorschriften erfordern ein wirksames Compliance Management-System (CMS). Das zentrale CMS von Swisscom umfasst den ganzen Konzern. Es überwacht konzernweit die Einhaltung der Gesetze in den Rechtsbereichen Antikorruption, Geldwäschereigesetz, Bankenrecht, Daten- und Geheimhaltungsschutz, Kartellrecht, Fernmelderecht, Börsenrecht und Produktsicherheitsgesetz.

Erhöhung der Bandbreite des Zugangsnetzes

Das Bedürfnis der Kunden nach Breitbandzugängen wächst rasant und parallel zur steigenden Attraktivität der Geräte und IP-basierter (Internet Protocol-basierter) Dienste (Smartphones, IPTV, OTTs usw.). Im Bestreben, die aktuellen und künftigen Bedürfnisse der Kunden zu erfüllen und die eigenen Marktanteile zu halten, steht Swisscom in einem intensiven Wettbewerb mit den Kabelgesellschaften und anderen Netzbetreibern. Der dadurch notwendige Netzausbau erfordert hohe Investitionen. Um finanzielle Risiken zu reduzieren und die Abdeckung zu optimieren, richtet sich der Netzausbau nach Siedlungsdichte und Kundenbedürfnis. Für den

Netzausbau geht Swisscom auch Kooperationen ein. Es bestehen erhebliche Risiken, falls Swisscom ihr Netz teurer als geplant errichten muss oder falls langfristig erwartete Erträge ausbleiben. Swisscom passt die Bandbreitenerhöhung des Zugangsnetzes laufend den veränderten Rahmenbedingungen und den technischen Möglichkeiten an und minimiert so die Risiken.

Wettbewerbsdynamik und Regulierung in Italien

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

Geschäftsunterbruch

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

Informations- und Sicherheitstechnologie

Die Komplexität der bestehenden Swisscom IT-Architektur kann sowohl in der Umsetzungs- als auch in der Betriebsphase zu Risiken führen. Sollten diese Risiken eintreten, könnten eine verzögerte Einführung neuer Dienste und Mehrkosten die Wettbewerbsfähigkeit beeinträchtigen. Die Transformation wird von der Konzernleitung eng begleitet. Der Bereich der Internetsicherheit ist geprägt durch eine rasante Entwicklung und Veränderung von Technologie, Wirtschaft und Gesellschaft sowie von deren gegenseitigen Abhängigkeiten. Die stetigen Innovationen und die damit einher-

gehenden Möglichkeiten bringen neben Chancen neue Bedrohungen mit sich. Selbst wenn sich die Prävention aufgrund der zunehmenden Sicherheitsbedrohungen mit Cyberangriffen immer schwieriger gestaltet, gilt es, potenzielle Risiken frühzeitig zu erkennen, systematisch zu erfassen und mit geeigneten Massnahmen nachhaltig zu reduzieren.

Gesundheit und Umwelt

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

Die Klimaveränderung birgt für Swisscom Risiken. Diese Risiken sind getrieben durch Änderungen der physischen Klimaparameter (erhöhte Durchschnittstemperaturen bzw. extreme Temperaturen, intensivere Niederschläge, schmelzender Permafrost), durch Änderungen der rechtlichen Rahmenbedingungen oder durch weitere ökonomische oder reputationsbezogene Faktoren. Die entsprechenden Entwicklungen könnten in erster Linie Basisstationen, Sendestationen und Anschlusszentralen gefährden und die Telekommunikationsinfrastruktur von Swisscom in ihrer Funktionsfähigkeit beeinträchtigen. Die Analyse der Risiken aus den Klimaveränderungen bezieht sich auf mögliche Emissionsszenarien und stützt sich wesentlich auf die offiziellen Berichte des Bundesamts für Umwelt (BAFU) über die Klimaveränderung (Klimaszenarien CH2018). Swisscom veröffentlicht ferner jährlich einen Klimabericht und berücksichtigt die Empfehlungen der Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) in den Bereichen Governance und Strategie. 2021 hat Swisscom bei der Umsetzung der Empfehlungen der TCFD Fortschritte erzielt.

© Siehe unter www.swisscom.ch/klimabericht2021