



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement für
Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation UVEK

Generalsekretariat GS-UVEK
Direktion

SBB - POST - SWISSCOM

Die strategischen Ziele des Bundesrates: Zielerreichung 2005

Bern, 26. April 2006



INHALT

1. Bericht über die Zielerreichung von:
 - SBB
 - Post
 - Swisscom
2. Steuerungsinstrumente des Bundes gegenüber SBB, Post, Swisscom
3. Strategische Ziele des Bundesrates für SBB, Post, Swisscom



Die Zielerreichung der SBB AG im Jahr 2005

Insgesamt haben die SBB im Geschäftsjahr 2005 die vom Bundesrat gesetzten strategischen Ziele teilweise erreicht. Die gute Zielerreichung im Personenverkehr, der Infrastruktur sowie bei den Immobilien wird durch die schwierige Situation von SBB Cargo kontrastiert.

Gestützt auf die „Leistungsvereinbarung“ für die Jahre 2003 – 2006 verabschiedete der Bundesrat die strategischen Ziele der SBB AG für denselben Zeitraum. Er beauftragte den Verwaltungsrat, die Unternehmensstrategie an diesen Zielen auszurichten und ihm jährlich über den Stand der Zielerreichung zu berichten. Für das Geschäftsjahr 2005 stellt der Bundesrat folgende Zielerreichung fest.

Sicherheit

Sehr gut ist die Zielerreichung bei den Sicherheitsindikatoren, bei denen erstmals das anspruchsvolle UIC-Sicherheitsziel, das weniger als 0.6 Ereignisse pro Mio. Zugskilometer verlangt, erreicht wurde.

Personenverkehr

Wie im Vorjahr sind alle vom Bundesrat gesetzten Ziele erreicht. Gegenüber dem Vorjahr steigerten die SBB die Verkehrsleistung um insgesamt 12.5% auf einen neuen Höchstwert von 13'830 Mio. Personenkilometern. Dieser Bahn 2000 - Erfolg findet auch gegenüber dem Vorjahr um 4% erhöhten Modalsplitanteil der Bahn. Die Pünktlichkeitsziele wurden im Personenverkehr erreicht. Der Durchschnittswert überdeckt allerdings Defizite auf einzelnen Strecken oder zu bestimmten Tageszeiten. Der gegenüber dem Bund beim Personenverkehr auszuweisende Indikator zur Kundenzufriedenheit stieg um 4 auf 83 %. Die Befragung förderte aber eine deutliche Unzufriedenheit mit der Information im Störfall zu Tage. Die Abgeltungen der öffentlichen Hand pro Zugskilometer im Regionalverkehr konnten erneut gesenkt werden (- 28 Rp. pro Zugskilometer). Die Produktivität verbesserte sich um 9.5%.

Güterverkehr

Die Ziele beim Güterverkehr sind zwar bei der Produktivitätszunahme und der Pünktlichkeit im Binnenverkehr erreicht. Gesamthaft ist dieser Geschäftsbereich jedoch breit im Umbruch. Im Binnengüterverkehr ist die Transportleistung in der Schweiz aus konjunkturellen Gründen, Umstrukturierungen bei der verladenden Wirtschaft, aber auch wegen der unterschätzten Wirkung der Einführung der 40t Limite bzw. der überschätzten Wirkung der LSVA-Erhöhung nach einer längeren Wachstumsphase eingebrochen. Umgehend haben deshalb die SBB Restrukturierungsmassnahmen zur Fortführung eines eigenwirtschaftlichen und flächendeckenden Güterverkehrs in der Schweiz eingeleitet, die auch von Bundesrat und Parlament mitgetragen werden. Die Zufriedenheit der Kunden im Binnenverkehr konnte nicht verbessert werden. Im grenzüberschreitenden Güterverkehr Nord-Süd konnten gegenüber dem Vorjahr die gefahrenen Tonnenkilometer zwar um über 20% gesteigert werden. Dieser Erfolg ist auch als generelle Bestätigung der gewählten Strategie der Produktion aus einer Hand zu werten. Allerdings wurden die vereinbarten Ziele bei der Menge und der Pünktlichkeit nicht erreicht. Die Umstellung der Produktion auf grenzüberschreitenden Betrieb, die grosse Wettbewerbsintensität im Nord-Südverkehr durch die Schweiz (Marktanteil SBB Cargo beträgt 2005 noch 57%) und die Akquisition von Kunden erwiesen sich als anspruchsvoll. Die gute Zufriedenheit der internationalen Kunden oder die Verbesserung der Pünktlichkeit in der zweiten Jahreshälfte auf bis zu knapp 80% können als Anzeichen für eine erste Verbesserung der Situation gewertet werden. Erstmals gemessen wurde die Zufriedenheit der Kunden im Geschäftsfeld Nord-Süd. Sie erreichte auf einer 10er Skala einen guten



Wert.

Infrastruktur

Die Ziele im Infrastrukturbereich wurden gut und beinahe vollständig erreicht. Der Netzzugang konnte durch die gemeinsame Trassenvergabestelle von SBB, BLS und RM erneut diskriminierungsfrei gewährt werden. Der Verkauf von Trassenkilometern wurde gesteigert. Die Menge blieb aber wegen der Schwierigkeiten beim Güterverkehr unter dem Ziel. Der Anteil der von allen Drittnutzern auf dem SBB Netz gefahrenen Trassenkilometern ist von 4.9 % auf 7.4 % gestiegen. Auf den Güterverkehrsbereich bezogen steigerte sich der Anteil Drittnutzer von 11 auf 16%. Ebenfalls erreicht sind das Produktivitätsziel und die Steigerung der Abgeltungseffizienz im Infrastrukturbereich. Das heisst, das Verhältnis der Infrastrukturaufwendungen des Bundes zu den verkauften Trassenkilometern konnte erneut verbessert werden. Im Jahr 2005 beeinträchtigten mehrere grosse Betriebsunterbrüche den Bahnverkehr: Am 7. Februar 2005 kam es wegen einer Fehlmanipulation an der Zugsfernsteuerung im Grossraum Zürich zu einer massiven Störung des Verkehrs. Ende August legte das mehrtägige Hochwasser wichtige Strecken wie die Gotthardlinie zeitweise vollständig lahm. Bei der Strompanne vom 22. Juni 2005 brachte ein selbst verursachter Blackout das gesamte Verkehrsnetz der SBB für mehrere Stunden zum Erliegen.

Finanzielle Ziele

Die SBB weisen erstmals seit der Verselbständigung ein negatives Betriebsergebnis aus. Mit einem Verlust von rund CHF 56 Mio. aus der operativen Geschäftstätigkeit sowie Rückstellung von CHF 110 Mio. CHF ist dafür insbesondere der Güterverkehrsbereich verantwortlich. Das Ziel eines ausgeglichenen Ergebnisses von SBB Cargo ab 2005 ist somit nicht erreicht und wird gemäss Aussagen der SBB mit den eingeleiteten Massnahmen frühestens ab 2007 realistisch. Zusammen mit den für die Pensionskasse gemäss den FER-16-Regeln notwendigen Rückstellungen (2005 CHF 94 Mio.) und den Unwetterschäden (CHF 50 Mio.) resultiert für den Konzern ein Jahresverlust von CHF 166.3 Mio. Positiv ist der Ergebnisbeitrag des Personenverkehrs (CHF 78.6 Mio.). Erwartungsgemäss konnten im Berichtsjahr die höheren Kosten des Bahn 2000-Betriebs jedoch noch nicht mit höheren Erträgen aus dem Fahrkartenverkauf kompensiert werden.

Personelle Ziele

Die personellen Ziele sind erreicht. Die Mitarbeiterzufriedenheit hat sich gegenüber dem Vorjahr um einen Punkt verbessert und bleibt zufrieden stellend. Per 1.1.2005 traten die neuen, bis Ende 2006 laufenden Gesamtarbeitsverträge von SBB und SBB Cargo in Kraft. Im Jahresmittel standen 2005 1'142 SBB-Lehrlinge beim Ausbildungsverbund „log-in“ in Ausbildung (4.3% vom Total der Beschäftigten). Wiederum bildeten die SBB neue Mitarbeitende für den Einsatz als Lokomotivführer oder S-Bahn Zugschefs aus. Die gezielten Personalentwicklungsmassnahmen (Führungsausbildung, Kader-nachwuchsprogramme auf drei Stufen, Coaching, Weiterbildungsangebote) wurden weitergeführt. 357 (Vorjahr 354) Mitarbeitende, welche bei der SBB ihre Stelle verloren hatten, befanden sich 2005 in der beruflichen Neuorientierung (NOA). Weitere leistungsbeeinträchtigte Mitarbeitende fanden im betriebsinternen Servicecenter „anyway-solutions“ eine neue Beschäftigung. Zur Bereinigung der schwierigen finanziellen Situation bei der Pensionskasse sind die Gespräche zur Lösungsfindung mit dem Bund am Laufen.

Kooperationen und Beteiligungen

Die Beteiligungs- und Kooperationsgeschäfte des Jahres 2005 trugen zur Sicherung und Weiterentwicklung des Unternehmens SBB AG bei. Insgesamt ergaben sich aber gegenüber dem Vorjahr mit Ausnahme der mehrheitlichen Übernahme der STC AG (Swiss Travel Center) für den Aufbau eines Internet-Reiseportals, keine wesentlichen Änderungen.



Fakten zu den SBB

Kennzahlen

	2005 in Mio. CHF	2004 in Mio. CHF
Betriebsertrag	7'078.8	7'008.6
Betriebsaufwand	7'107.0	6'757.5
Konzernverlust/-gewinn	- 166.3	+42.6
Umsatzrendite	-2.3 %	+0.6 %
Cashflow	964.6	1'124.2
Bilanzsumme	29'441.1	28'636.4
Personalbestand in PE¹ (ohne Lernpersonal)	25'943	26'548
Personenverkehr		
Pünktlichkeit ²	95.6 %	95.5%
Kundenzufriedenheit ³	83 %	79 %
Verkehrsleistungen im Personenfernverkehr	10'354 Mio. Personenkilometer	9'203 Mio. Personenkilometer
Verkehrsleistungen im regionalen Personenverkehr	3'464 Mio. Personenkilometer	3'338 Mio. Personenkilometer
Abgeltung pro Zugkilometer (regionaler Personenverkehr)	7.83 CHF / Zugs-Kilometer	8.11 CHF / Zugs-Kilometer
Modal Split (Personenkilometer ab Wegen von 3 km Länge)	Schiene: 33.4 % Strasse: 57.6 % Übrige: 9.2 %	Schiene: 29.4% Strasse: 61.6 % Übrige: 9.0 %

¹ Personalbestand SBB AG und SBB Cargo AG ohne weitere Tochtergesellschaften.

² Eintreffen am Zielort mit weniger als 5 Min. Verspätung

³ Die SBB verwenden ab 2005 einen neuen, methodisch anders berechneten Indikator. Gemäss diesem Indikator erreicht die Gesamtzufriedenheit einen Wert von 76%.



	2005	2004
Güterverkehr		
Pünktlichkeit ⁴ national	93.6 %	94.6 %
international	74.4 %	-
Kundenzufriedenheit ⁵ national	6.9	7.2
international	7.9	-
Verkehrsleistungen insgesamt	11'482 Mio. Tonnenkilometer	10'121 Mio. Tonnenkilometer
Allgemeines		
Abgeltungen des Bundes an die SBB AG (gemäss Rechnung Bund)	1'414.9 Mio. CHF (Infrastrukturbeiträge ohne FinöV) 336.8 Mio. CHF (regionaler Personenverkehr) 13 Mio. CHF (Abgeltung kombinierter Güterverkehr) 96.3 Mio. CHF Verbilligung Trassenpreis Kombi- und Wagenladungsverkehr	1'407.9 Mio. CHF (Infrastrukturbeiträge ohne FinöV) 332.1 Mio. CHF (regionaler Personenverkehr) 13 Mio. CHF (Abgeltungen kombinierter Güterverkehr) 99.8 Mio. CHF Verbilligung Trassenpreis Kombi- und Wagenladungsverkehr
Personalfriedenheit (max. 100)	62 Punkte	61 Punkte

⁴ Binnenverkehr: Eintreffen am Zielort mit weniger als 30 Min. Verspätung; Nord-Südverkehr 60'

⁵ Kundenzufriedenheit Güterverkehr: Maximum: 10 Punkte



Die Zielerreichung der Post im Jahr 2005

Die Qualität der Dienstleistungen der Post ist auch im achten Berichtsjahr seit der PTT-Reform sehr hoch. Die Post hat alle vom Gesetz verlangten Leistungen in guter Qualität sowie eigenwirtschaftlich erbracht. Die finanziellen Ziele des Bundesrates wurden erfüllt. Die Kundenzufriedenheit konnte gehalten und namentlich bei den Geschäftskunden verbessert werden. Die Personalzufriedenheit ist auf einem guten Niveau stabil.

Mit der PTT-Reform 1998 wurde die Post ein rechtlich selbständiges Unternehmen. Gestützt auf das Postorganisationsgesetz (POG) hat der Bundesrat im Februar 2002 die strategischen Ziele 2002 bis 2005 für die Post verabschiedet. Demnach erstattet der Verwaltungsrat dem Bundesrat jährlich Bericht über die Erreichung der Ziele und unterbreitet ihm den Geschäftsbericht (inkl. Rechnungen des Stammhauses und des Konzerns) zur Genehmigung. Im Geschäftsjahr 2005 präsentierte sich die Post folgendermassen:

Vorgaben zur Grundversorgung erfüllt

Die Post hat alle vom Gesetz verlangten Universaldienste⁶ (Service public) in der ganzen Schweiz zu angemessenen Preisen und in guter Qualität erbracht. Die unabhängigen Kundenbefragungen haben erneut gute bis sehr gute Resultate ergeben. Insbesondere bei den Geschäftskunden konnten die Werte gesteigert werden. Im internationalen Vergleich gehört die Post bei der nationalen Brief- und Paketpost zu den günstigen Anbietern. Bei den Briefen bis 20gr, welche in der Schweiz keine separate Kategorie darstellen, ist verglichen mit Europa eher ein hoher Preis zu bezahlen. Die Preise für die internationale Briefpost lagen im europäischen Mittel, bei der internationalen Paketpost zählte die Post zu den günstigeren Anbietern.

Qualität

Die Zustellung innerhalb der vorgegebenen Fristen ist eine wichtige Messgrösse für die Qualität der Postdienstleistungen. Bei der Briefpost wurden erneut internationale Spitzenwerte erzielt, die Laufzeiten bei der A- und B-Post konnten sogar gesteigert werden. Ebenfalls gesteigert werden konnten die Werte bei der Paketpost.

Marktentwicklung

Der vollständig dem reservierten Bereich zugehörige Markt der adressierten Briefe hat im Jahr 2005 erneut abgenommen. Insgesamt reduzierte sich das Volumen der adressierten Briefsendungen um 36 Mio. (- 1.2%).

⁶ Gemäss Postgesetz erbringt die Post einen ausreichenden Universaldienst, bestehend aus Dienstleistungen des Post- und Zahlungsverkehrs. Die Dienstleistungen des Postverkehrs umfassen die Annahme, die Abholung, den Transport und die Zustellung von Sendungen in der Regel an allen Werktagen, mindestens aber an fünf Tagen pro Woche. Abonnierte Tageszeitungen werden an allen Werktagen zugestellt. Die Post gewährleistet den freien Zugang zu den Dienstleistungen des Universaldienstes. Dieser muss in allen Landesteilen nach gleichen Grundsätzen, in guter Qualität und zu angemessenen Preisen angeboten werden. Zudem wird die Post gesetzlich verpflichtet, ein flächendeckendes Poststellennetz zu betreiben.



Im weiterhin schrumpfenden Gesamtmarkt für Zeitungen und Zeitschriften konnte die Post ihren Marktanteil halten. Ebenfalls halten konnte sie ihren Marktanteil im Paketmarkt⁷, welcher seit dem 1. Januar 2004 vollständig liberalisiert ist.

PostFinance vermochte im letzten Jahr ihren Marktanteil im Passivgeschäft leicht zu steigern und konnte den Bestand an Hypotheken auf 1.4 Mia. verdoppeln.

Der Bereich Swiss Post International (SPI) musste im vollständig liberalisierten und starker Konkurrenz ausgesetzten Export von Postdienstleistungen im Brief- und Paketsektor eine weitere Abnahme der Marktanteile hinnehmen.

Finanzielle Ziele

Der Konzern erzielte im Jahr 2005 bei einem Betriebsertrag von CHF 7'499 Mio. (Vorjahr: CHF 7'348 Mio.) einen Gewinn von CHF 811 Mio. (Vorjahr: CHF 830 Mio.).

Wie bereits im Vorjahr vermochten alle Segmente schwarze Zahlen zu schreiben. Die Grundversorgung wurde somit eigenwirtschaftlich erbracht und die Kosten für das Poststellennetz konnten vollständig aus eigenen Mitteln gedeckt werden.

Die vom Verwaltungsrat der Post beantragte Gewinnverwendung wurde vom Bundesrat genehmigt. Damit werden vom Reingewinn des Stammhauses von CHF 784 Mio. CHF 434 Mio. den Reserven der Post zugewiesen und CHF 350 Mio. als Arbeitgeberbeitragsreserve in die Pensionskasse der Post eingelegt. Der Bundesrat erachtet es als sinnvoll, dass die ungenügende Eigenkapitalausstattung der Post verbessert und ein Beitrag an die Pensionskassenproblematik geleistet wird.

Personelle Ziele

Die Untersuchung der Personalzufriedenheit⁸ durch ein externes Institut ergab einen Wert von 67 Indexpunkten (Vorjahr: 65). Dieser Wert kann in einem Umfeld von zahlreichen Reformen und möglichen Verunsicherungen des Personals als gut bezeichnet werden.

Kooperationen und Beteiligungen

Die Post zielt mit ihrer internationalen Strategie auf die Sicherung des Heimmarktes ab. Gleichzeitig sollen Umsatzverluste, die aufgrund der Marköffnung im Inland zu erwarten sind, zumindest teilweise kompensiert werden. Die Akquisitionstätigkeit verfolgte neben Wachstum im Ausland das Ziel, die Marktführerschaft in der Schweiz durch die Geschäftsausweitung in postnahen Tätigkeiten abzusichern. Die Konzerngesellschaften trugen 2005 insgesamt CHF 860 Mio. oder 11.5% (2004 CHF 770 Mio.; 10.5%) zum Konzernertrag bei.

Im Jahr 2005 erfolgten keine wesentlichen Akquisitionen.

7 Die Angaben basieren auf posteigenen Erhebungen.

8 Gemessen auf einer Skala von 0 bis 100.



Fakten zur Post

Kennzahlen Konzern

	2004 in Mio. CHF ⁹	2005 in Mio. CHF
Nettoumsatz	7'348	7'499
Betriebsaufwand	6'519	6'694
Konzerngewinn	830	811
Umsatzrendite¹⁰	11.3%	10.7%
Investitionen	230	347
Free Cashflow	386	630
Bilanzsumme	46'879	50'130
Personalbestand Konzern in PE (ohne Lernpersonal)	42'284	41'073
Lernpersonal (PE)	1'556	1'465

	2004	2005
Briefpost		
Adressierte Briefe (Total)	2'858	2'822
- Prioritäre Briefsendungen (in Mio.)	754	754
- Nicht prioritäre Briefsendungen (in Mio.)	2'029	2'064
Laufzeiten A-Post (E+1) ¹¹	97,4%	97,7%
Laufzeiten B-Post (E+3)	97,4%	98,2%
Kundenzufriedenheit ¹²	72	74

9 Anpassungen aufgrund geänderter Bestimmungen von IAS 39

10 Auf Basis Betriebsergebnis

11 Empfang der Sendung ein Tag nach Aufgabe

12 0 - 50: unzufrieden; 51 - 80 zufrieden; 81 - 100: sehr zufrieden



Paketpost		
Millionen Paketsendungen	106	105
Laufzeiten E+1	95.8%	97.4 %
Laufzeiten E+2	97,7%	97,7%
Kundenzufriedenheit	78	79
Postfinance		
Neugeldzufluss (Mio. CHF)	3'149	2'065
Anzahl Kundenkonti (in Tausend)	2'879	3'008
Durchschnittsbestand Kundengelder (Mio. CHF)	35'652	38'169
Kundenzufriedenheit (Privatkunden)	82	84
Postauto		
Postauto - Reisende	102 Mio.	105 Mio.
Postauto - Wagenkilometer	91 Mio.	94 Mio.
Postauto - Netz (km)	10'363	10'450
Kundenzufriedenheit :		
- Touristen	83	81
- Pendler	75	73



Zielerreichung der Swisscom AG im Jahr 2005

Swisscom konnte ihre führende Stellung in der Festnetz- und Mobilkommunikation bestätigen. Sie ist wettbewerbsfähig, wertschöpfend und finanziell gesund. Bezüglich Leistungsfähigkeit ist Swisscom mit den besten Telecomunternehmen in Europa vergleichbar.

Die strategischen Ziele 2002-2005 hat der Bundesrat am 27. Februar 2002 gestützt auf das Telekommunikationsunternehmungsgesetz festgelegt. Gleichzeitig beauftragte er den Verwaltungsrat, die Unternehmensstrategie an diesen Zielen auszurichten und jährlich über die Zielerreichung Bericht zu erstatten. Für das Jahr 2005 hat Swisscom die Erwartungen des Bundesrates erfüllt.

Wettbewerbsfähigkeit

Swisscom ist ein wirtschaftlich solides Unternehmen. Der Umsatz sank zwar um 3.2% und unterschritt erstmals seit dem Börsengang die Zehn-Milliarden-Marke. Der Reingewinn stieg jedoch um über ein Viertel auf CHF 2'022 Mio. Die Gründe für den Umsatzrückgang liegen in erster Linie beim Verkauf der International Carrier Services an Belgacom sowie beim erhöhten Preiswettbewerb. So hat Swisscom die Preise für Anrufe gesenkt, die andere Anbieter für Anrufe auf Swisscom-Handys bezahlen müssen (Terminierungsgebühren); zudem gaben die Preise für Endkunden im Festnetz um 6.6% und im Mobilfunk um 10% nach. Den Geschäftskunden bietet Swisscom nach dem Zusammenschluss der Gruppengesellschaften Enterprise Solutions und Systems zur neuen Einheit Swisscom Solutions eine einheitliche Ansprache und alle Leistungen aus einer Hand an.

Mit einem Kursabschlag von -7.4% (Vorjahr +9.8%) hat die Aktie von Swisscom ein schlechtes Börsenjahr hinter sich. Sie liegt klar hinter dem europäischen Telekomindex (DJ EU Stoxx Telecom Index) mit einer Performance von -1.8% sowie dem Schweizer Börsenindex SMI mit der rekordverdächtigen Entwicklung von 33.2%. Dennoch stellt die Swisscom-Aktie für den Bund eine finanziell attraktiven Anlage dar: Berücksichtigt man neben der Kursentwicklung auch die Ausschüttungen seit dem Börsengang 1998, so beläuft sich die Rendite auf 6.6% pro Jahr.

Die Forderung nach Verbesserung der Kundenorientierung und der Innovationskraft konnte Swisscom erfüllen. Messungen der Kundenzufriedenheit ergaben hohe Werte: Bei den Privat- und Geschäftskunden rangierte Swisscom an erster Stelle und konnte den Vorsprung gegenüber der Konkurrenz ausbauen.

Marktanteile

Swisscom konnte ihre Stellung als Marktführerin in allen zentralen Geschäftsbereichen halten. In der Mobiltelefonie festigte Swisscom den Marktanteil bei 63%. Die erfolgreiche Akquisition von Neukunden (+9.5%), die positive Entwicklung im Datengeschäft und die Einführung des Liberty-Preisplans sind die Hauptgründe für den Markterfolg. Die Reduktion der Terminierungsgebühren und eine generelle Preissenkung im Mobilfunkmarkt führten im Vergleich zum Vorjahr zu tieferem Umsatz (-0.8%) bzw. Betriebsergebnis (-6.4%). Im Festnetzgeschäft nahmen Volumen und Marktanteil im nationalen Verkehr ab: Das Volumen um insgesamt 15%, und der Marktanteil um 2% auf 55%. Dies ist vor allem auf die Substitution durch die Mobiltelefonie, auf die zunehmende Breitband-Penetration sowie die Konkurrenz durch Kabelnetzbetreiber zurückzuführen.



Im Breitbandbereich hat Swisscom erhebliche Mittel in den Ausbau der Netzinfrastruktur investiert. Die Zahl der in Betrieb stehenden ADSL-Anschlüsse stieg innert eines Jahres von 802'000 auf 1'098'000. Damit hat Swisscom mit ADSL die Marktführerschaft ausgebaut. Heute beträgt die Abdeckung mehr als 98%, d.h. gegen 4 Mio. Anschlüsse sind ADSL-tauglich. Mit ADSL steht Swisscom in einem intensiven Wettbewerb mit den Kabelnetzbetreibern, die nach Angaben des Verbandes swisscable über rund 600'000 (Vorjahr 470'000) Breitbandanschlüsse verfügten.

Finanzielle Ziele

Die vom Bundesrat gesetzte Vorgabe, punkto Leistungsfähigkeit mit den besten jeweils vergleichbaren Telekommunikationsunternehmen in Europa Schritt zu halten, hat Swisscom erfüllt. Im Vergleich zu ihren europäischen Konkurrenten British Telecom, Deutsche Telekom, France Télécom, KPN und TDC Group (TeleDanmark) war Swisscom im vergangenen Geschäftsjahr sehr rentabel. Bei den Wachstumsindikatoren liegt sie hinter den Ergebnissen der Vergleichsgruppe.

Swisscom verfügt über eine solide Finanzierungsstruktur. Ende 2005 betragen die Nettofinanzmittel CHF 1'765 Mio. (Vorjahr CHF 2'518 Mio.) und das Eigenkapital CHF 6'624 Mio. (Vorjahr CHF 7'453 Mio.). Die Eigenkapitalquote ist mit 49.4% nach wie vor hoch.

Swisscom beabsichtigt, den im Geschäftsjahr 2005 erwirtschafteten freien Cash Flow von CHF 2'203 Mio. durch eine Dividende von CHF 907 Mio. und einen Aktienrückkauf von CHF 1'250 Mio. an ihre Aktionäre auszuschütten. Zusätzlich nimmt sie in diesem Jahr einen ersten Schritt zur Umsetzung der neuen Vorgaben des Mehrheitsaktionärs vor und erhöht den ordentlichen Aktienrückkauf um CHF 1'000 Mio. Denn die strategischen Ziele des Bundesrates 2006-2009 verlangen den Abbau der ausschüttbaren Reserven auf CHF 1'000 Mio. bis Ende 2009. Der Bund hat die Absicht, sich am Aktienrückkauf mindestens proportional zu seinem Aktienanteil zu beteiligen. Die Gesamtausschüttungen von Swisscom betragen seit dem Börsengang bis Ende 2005 CHF 15'877 Mio. Der Bundesanteil beläuft sich auf CHF 9'945 Mio. Hinzu kommen im laufenden Jahr der noch unbekannte Erlös aus dem bevorstehenden Aktienrückkauf sowie die Dividende 2006 von rund 614 Mio.

Personelle Ziele

Auch im vergangenen Jahr hat Swisscom eine sozialverantwortliche Personalpolitik verfolgt. Ende 2005 zählte sie 16'088 Vollzeit-Stellen. Dies bedeutet eine Zunahme von 611 Stellen oder 3.9% gegenüber dem Vorjahr. Ohne Akquisitionen (z.B. Antenna Hungária) wäre der Personalbestand im Konzern um 391 Stellen auf 15'086 gesunken. Der Stellenabbau, der sich insgesamt verlangsamt hat, erfolgte über die natürliche Fluktuation und über die im Sozialplan vorgesehenen Massnahmen. Der Sozialplan aus dem Jahr 2001 wurde im Berichtsjahr neu verhandelt und durch den Sozialplan 2006 ersetzt. Die Leistungen im neuen Sozialplan sind verstärkt auf die persönliche Situation der betroffenen Mitarbeitenden ausgerichtet. Neben den Leistungen der Swisscom Töchter PersPec AG (Programm zur beruflichen Neuorientierung) und WORK_LINK AG (Beschäftigungsgesellschaft für ältere und langjährige Mitarbeitende) tragen die interne Stellenvermittlung und ein Gründerprogramm zu einem sozialverträglichen Stellenabbau bei. So fanden 40% der Personen, die 2005 vom Stellenabbau betroffen waren, intern wieder eine Anstellung.

Die Umfragen zur Personalzufriedenheit ergaben unter Berücksichtigung der anhaltenden Restrukturierung insgesamt ein zufrieden stellendes Ergebnis. Sie zeigen aber auch, dass die Massnahmen des Managements zur Verbesserung der Personalzufriedenheit weiter zu verstärken sind.

Swisscom ist auf den Lehrbeginn 2005 mit gegen 200 jungen Leuten ein Lehrverhältnis eingegangen. Bezogen auf den gesamten Stellenbestand beträgt der Anteil der Lernenden 5.5%.



Kooperationen und Beteiligungen

Swisscom konzentriert sich weiterhin auf die Festnetz- und Mobilkommunikation in der Schweiz, wo sie in beiden Marktsegmenten führend ist. Als strategische Ergänzung des Kerngeschäfts und als Grundlage für die zunehmende Konvergenz von Telekommunikations- und Unterhaltungsdiensten hat sie im Jahr 2004 die Cinetrade erworben. Cinetrade soll ein wichtiges Element beim Aufbau des geplanten Triple Play-Angebotes werden. Im Mobilmarkt profitiert das Unternehmen von der Partnerschaft mit Vodafone.

Swisscom prüfte wie in den Jahren zuvor zahlreiche Übernahmekandidaten. Mit Ausnahme des ungarischen Rundfunknetzbetreibers Antenna Hungaria wurden keine grösseren Auslandsengagements eingegangen - in der grossen Mehrzahl der Fälle, weil die strengen Akquisitionskriterien nicht erfüllt waren. Den strategischen Plänen von Swisscom, ausländische Telekomunternehmen mit Grundversorgungsauftrag zu übernehmen, erteilte der Bundesrat im November 2005 eine Absage. Für den Hauptaktionär sind solche Grossübernahmen politisch und finanziell zu riskant. Seine diesbezüglichen Erwartungen hat der Bundesrat in den strategischen Zielen 2006-2009 konkretisiert: Swisscom darf sich an ausländischen Telekomunternehmen ohne Grundversorgungsauftrag beteiligen, wenn diese das Kerngeschäft im Inland unterstützen oder eine andere strategisch-industrielle Logik aufweisen. Die neuen strategischen Ziele des Bundesrates bedingen eine angepasste Unternehmensstrategie, deren Grundpfeiler Swisscom im März 2006 bekannt gegeben hat: Stärkung des Kerngeschäfts mit konvergenten Angeboten, verstärktes Wachstum mit Lösungen für Geschäftskunden und Expansionsprojekte in Wachstumsbereiche. Von der erfolgreichen Umsetzung dieser Drei-Säulen-Strategie hängt es ab, ob Swisscom auch in Zukunft Umsatz- und Gewinnwachstum erzielen wird.



Fakten zu Swisscom

Kennzahlen

In Millionen CHF bzw. wie angemerkt	2005	2004
Nettoumsatz	9'732	10'057
Betriebsaufwand	5'821	5'864
EBITDA	4'171	4'388
EBIT	2'777	2'695
Reingewinn	2'022	1'596
Umsatzrendite	21%	16%
Umsatz pro Mitarbeitenden in Tausend CHF	630	642
EBITDA pro Mitarbeitenden in Tausend CHF	270	280
Investitionen in Sachanlagen	1'087	1'136
Equity Free Cashflow	2'203	2'913
Eigenkapitalquote	49.4%	46.2%
Börsenkapitalisierung (31.12.)	23'523	27'543
Personalbestand in Vollzeitstellen	16'088	15'477

Anzahl Kunden / Anschlüsse

Mobile: 4.28 Mio. Kunden (+9.5%)

Fixnet: 2.92 Mio. analoge Anschlüsse (-2.8%); 0.90 Mio. digitale Anschlüsse (-2.6%); 1.1 Mio. Breitbandanschlüsse ADSL (+36.9%)

Marktanteile

Traffic National:
(Voice und Dial up) 55% (-2%)

Mobile: 63% (+1%)

Lehrlinge

Insgesamt: 850

Neueintritte: 200



Vergleich mit andern Telekommunikationsunternehmen

Für den Benchmark stützt sich Swisscom auf folgende Vergleichsgruppe ab: British Telecom (BT), Deutsche Telekom (DT), France Télécom (FT), Niederländische Telekom KPN und TDC Group (Tele-Danmark)

Rentabilitätsindikatoren¹³

	Swisscom	peer group
EBITDA-Marge:	42.9%	33.5%
EBIT-Marge:	28.5%	17.8%

Wachstumsindikatoren¹⁴

	Swisscom	peer group
EBITDA-Wachstum:	-4.9%	1.1%
EBIT-Wachstum:	-3.0% ²	3.8%

Tarifvergleich

Festnetz: 1998 bis 2005 (Preise in CHF pro Minute)

		1998	1999	2000	2001	seit 1. Mai 2002 ^{*/**}
Nahbereich	Normaltarif	0.067	0.067	0.067	0.067	0.08
Nahbereich	Niedertarif	0.033	0.033	0.033	0.033	0.04
Fernbereich	Normaltarif	0.250	0.250	0.120	0.120	0.08
Fernbereich	Niedertarif	0.130	0.130	0.100	0.100	0.04

* Seit 1.5.2002 gilt ein nationaler Einheitstarif für den Nah- und Fernbereich

** Seit November 2004 bietet Swisscom Halbpriestangebote an, die je nach Ausprägung das Telefonieren zum halben Preis (2 bzw. 4 Rappen) oder gratis ermöglichen

Festnetz auf Mobilnetz (Swisscom): 1998 bis 2005 (Preise in CHF pro Minute)

		1998	1999	ab 1.3.2000	2001	seit 1. Juli 2005
Fix to Mobile	Normaltarif	0.79	0.79	0.55	0.55	0.41

13 Zum Vergleich: EBITDA-Marge BT 28.3%, DT 35 %, FT 39 %, KPN 37.7 %, TDC 28.2 %; Durchschnitt 33.5 %; EBIT-Marge BT 13.3, DT 17.6 %, FT 24.2 %, KPN 19.6 %, TDC 13.9 %; Durchschnitt 17.8 %

14 Zum Vergleich: EBITDA-Wachstum BT -0.1%, DT 5.8 %, FT 3.4 %, KPN -9%, TDC -4.3 %; Durchschnitt 1.1 %; EBIT-Wachstum BT -3.6 %, DT 2.1 %, FT 9.9 %, KPN -19.1 %, TDC 11.9 %; Durchschnitt 3.8 %



Fix to Mobile	Niedertarif	0.59	0.59	0.45	0.45	0.31
---------------	-------------	------	------	------	------	------

Mobilnetz: 1998 bis 2005 (Preise in CHF pro Minute)

Abonnement		ab 1.10.98	ab 1.6.99	seit 1. November 1999
Natel swiss	Normaltarif	0.790	0.590	0.590
Natel international	Normaltarif	0.630	0.490	0.400
Natel easy	Normaltarif	1.290	1.100	0.990

Diese Preispläne sind weiterhin gültig, werden jedoch nicht mehr aktiv vermarktet. Im Vordergrund stehen die „liberty“-Preispläne, auf welche mittelfristig der grösste Anteil der Privatkunden migrieren dürfte:

Mobilnetz: Liberty-Preispläne (Preise in CHF pro Minute)

Abonnement		seit 1.06.05	am 1.11.2005	am 1.1.2006
Natel swiss liberty	Einheitstarif	0.250	0.250	0.250
Natel basic liberty	Einheitstarif	-	0.350	0.350
Natel easy liberty	Einheitstarif	-	0.400	0.400
M-Budget Mobile	Einheitstarif	-	0.440	0.370



Steuerungsinstrumente des Bundes für die Unternehmen Post, Swisscom, SBB AG

Der Bund als Eigner bzw. Mehrheitsaktionär führt die drei Unternehmen über die strategischen Ziele und die Wahl des Verwaltungsrates. Das Controlling der strategischen Ziele wird vom UVEK und dem EFD wahrgenommen. Im Verlauf eines Jahres finden etwa alle zwei Monate Aussprachen zwischen den Spitzen der Unternehmen und den zwei Departementen statt. Die Zielerreichung wird vom Bundesrat jeweils im Frühjahr nach folgendem Ablaufschema systematisch überprüft.



Berichte der Verwaltungsräte SBB AG, Post und Swisscom AG über die Erreichung der strategischen Ziele an GS UVEK und Eidgenössische Finanzverwaltung

Geschäftsbericht und Jahresrechnung des Verwaltungsrates an GS UVEK und Eidgenössische Finanzverwaltung

Analyse dieser Berichte durch GS UVEK und Eidgenössische Finanzverwaltung

Reporting-Gespräche zwischen UVEK/EFD und den Verwaltungsräten von SBB AG, Post und Swisscom AG

Anträge von UVEK/EFD an den Bundesrat über die Zielerreichung

Beschluss des Bundesrates (Stand der Zielerreichung, Genehmigung von Geschäftsbericht und Jahresrechnung, Entlastung des Verwaltungsrates) und Berichterstattung an die Geschäftsprüfungs- und Finanzkommissionen der eidgenössischen Räte.

Generalversammlungen von Swisscom AG und SBB AG (Post als Anstalt führt keine Generalversammlung durch)

Das Parlament überprüft im Rahmen der Oberaufsicht, ob der Bundesrat seine Rolle als Eigentümer der drei Unternehmen richtig wahrnimmt.



Strategische Ziele des Bundesrates für die SBB AG 2003 – 2006

Der Bund ist Alleinaktionär der SBB AG. Die Interessen des Bundes werden durch den Bundesrat wahrgenommen.

Der Bundesrat legt mit der Eignerstrategie die strategischen Ziele für 4 Jahre fest. Er ergänzt und konkretisiert damit die Zielvorgaben der Leistungsvereinbarung. Die vorliegende Eignerstrategie für die Jahre 2003 - 2006 wurde vom Bundesrat gemeinsam mit dem Verwaltungsrat der SBB AG erarbeitet. Der Verwaltungsrat ist gegenüber dem Bundesrat für die Erreichung der strategischen Ziele verantwortlich.

Die strategischen Ziele gelten für die SBB AG sowie für alle aus Auslagerungen entstandenen und noch entstehenden Tochtergesellschaften der SBB AG.

1. Allgemeine Ziele

- 1.1 Die SBB AG nimmt ihre unternehmerische und gesellschaftliche Verantwortung ausgewogen wahr. Sie verfolgt eine nachhaltigen und ethischen Grundsätzen verpflichtete Unternehmensstrategie.
- 1.2 Die SBB AG stärkt die Position des öffentlichen Verkehrs und steigert ihren Marktanteil. Sie erbringt mit ihren qualitativ hochstehenden Dienstleistungen einen wesentlichen Beitrag zur Verlagerung des Verkehrs von der Strasse auf die Schiene und zur Sicherstellung der Grundversorgung (Service Public).
- 1.3 Die SBB AG sorgt mit einem bereichsübergreifenden Sicherheitsmanagement dafür, dass das hohe Sicherheitsniveau für Kunden und Personal erhalten bleibt. Die Weiterentwicklung des Sicherheitssystems erfolgt unter Berücksichtigung des technischen Fortschritts, der wirtschaftlichen Möglichkeiten und der Gefährdungspotentiale.
- 1.4 Die SBB AG steigert die Zufriedenheit ihrer Kunden kontinuierlich. Zur Bestimmung der Kundenzufriedenheit führt sie repräsentative Umfragen durch.
- 1.5 Die SBB AG berücksichtigt im Rahmen ihrer betriebswirtschaftlichen Möglichkeiten die Anliegen der Regionen nach einer angemessenen Verteilung von Arbeitsplätzen und die Auswirkungen ihrer Tätigkeit auf die Raumentwicklung.
- 1.6 Die SBB AG sorgt mit ihrer Umweltpolitik dafür, dass die Vorteile der Bahn gegenüber anderen Verkehrsträgern weiterentwickelt werden.
- 1.7 Die SBB AG arbeitet im Immobilienbereich mit den kantonalen und kommunalen Behörden zusammen und unterstützt diese im Rahmen der betriebswirtschaftlichen Möglichkeiten bei der Realisierung von Entwicklungsschwerpunkten im Bahnhofsgebiet.



2. Strategische Schwerpunkte der Geschäftsbereiche

2.1 Personenverkehr

- 2.11 Die SBB AG partizipiert im Personenfernverkehr überproportional am Verkehrswachstum, indem sie das integrierte Angebotssystem Bahn 2000 kostendeckend und mit hoher Qualität und einem angemessenen Gewinn betreibt.
- 2.12 Die SBB AG ist die marktführende Anbieterin von Regionalverkehrsleistungen. Sie baut ihre führende Stellung aus, indem sie das Verhältnis Leistungen / Abgeltungen kontinuierlich steigert und die Kundenleistung optimiert.
- 2.13 Die SBB AG erstellt im internationalen Verkehr ein optimales Angebot, das gute Verbindungen zwischen wichtigen Wirtschaftszentren und den entsprechenden internationalen Flughäfen bietet. Sie SBB AG stellt mit ihrem Angebot die Integration der Schweiz ins europäische Hochgeschwindigkeitsnetz sicher.
- 2.14 Die SBB AG erreicht beim Personenverkehr den vereinbarten Standard in der Pünktlichkeit und in der Sicherstellung der Anschlüsse.
- 2.15 Die SBB AG erhöht die Produktivität im Personenverkehrsbereich im Durchschnitt um jährlich mindestens x3 % pro Jahr.
- 2.16 Die SBB AG übernimmt bei der Erstellung eines integrierten nationalen Angebotes für den öffentlichen Verkehr die federführende Koordination.
- 2.17 Die SBB AG berücksichtigt bei ihren Angeboten die Bedürfnisse der Behinderten angemessen.
- 2.18 Die SBB AG partizipiert mit einem auf die besonderen Bedürfnisse des Freizeitverkehrs abgestimmten Angebot am starken Wachstum dieses Segments.

2.2 Güterverkehr

- 2.21 Die SBB AG steigert im alpenquerenden Güterverkehr ihren Marktanteil jährlich um durchschnittlich x1 %, insbesondere in dem sie insbesondere die grenzüberschreitenden Güterverkehrsflüsse optimiert..
- 2.22 Die SBB AG bietet einen nach betriebswirtschaftlichen Grundsätzen geführten und möglichst flächendeckenden Wagenladungsverkehr an.
- 2.23 Die SBB AG erreicht beim Güterverkehr den vereinbarten Standard in der Pünktlichkeit.
- 2.24 Die SBB AG erhöht im Güterverkehrsbereich die Produktivität im Durchschnitt um jährlich mindestens x5 %.

2.3 Infrastruktur

- 2.31 Die SBB AG bietet sich als Koordinatorin für das Trassenmanagement der normalspurigen Bahninfrastruktur an.
- 2.32 Die SBB AG gewährleistet die diskriminierungsfreie Kapazitätszuteilung und vermarktet die Trassen aktiv im In- und Ausland.
- 2.33 Die SBB AG erstellt einen Trassenplan, in dem die Trassenwünsche der Eisenbahnunternehmen koordiniert und die Anschlüsse unter allen Anbietern sichergestellt werden. Dabei achtet sie auf die Gewährleistung attraktiver Transportketten im Personenverkehr.



- 2.34 Die SBB AG erhöht im Infrastrukturbereich die Produktivität im Durchschnitt um jährlich mindestens x3 %.
- 2.35 Die SBB AG verbessert in der Division Infrastruktur das Verhältnis Leistung / Abgeltung kontinuierlich.
- 2.36 Die SBB AG fördert die Interoperabilität im Rahmen der finanziellen Möglichkeiten und leistet einen wesentlichen Beitrag bei der technischen Entwicklung und Innovation des Normalspurnetzes.

3. Finanzielle Ziele

- 3.1 Die SBB AG erzielt einen angemessenen Jahresgewinn.
- 3.2 Die SBB AG erzielt im Personenfernverkehrsbereich eine jährliche eine positive Betriebsergebnismarge. (operating profit) von mindestens x %.
- 3.3 Die SBB AG erzielt im Güterverkehrsbereich spätestens ab dem Geschäftsjahr 2005 ein ausgeglichenes Ergebnis.
- 3.4 Die SBB AG erzielt in der mit dem abgeltungsberechtigten Bereich der Division Infrastruktur unter Berücksichtigung der im Rahmen der Leistungsvereinbarung 03/06 vereinbarten Ausgleichszahlungen aus dem Immobilienbereich mindestens ein ausgeglichenes Ergebnis.
- 3.5 Das Jahresergebnis und die Investitionstätigkeit in den Divisionen Personen- und Güterverkehr erlauben, die Eigenkapitalquote pro Division in angemessener Höhe zu halten.
- 3.6 Die SBB AG sorgt mit einer professionellen Geschäftstätigkeit für eine marktorientierte Bewirtschaftung ihrer kommerziell genutzten Immobilien. Die SBB AG informiert den Bund bei allfälligen Plänen zur Veräusserung von grösseren Immobilienbeständen frühzeitig.
- 3.7 Die im Immobilienbereich erwirtschafteten Gewinne stärken die Finanzkraft des Unternehmens und stellen die im Rahmen der Leistungsvereinbarung 2003 – 2006 vereinbarten Ausgleichszahlungen an die Division Infrastruktur sicher.

4. Personelle Ziele

- 4.1 Die SBB AG sorgt mit ihrer Personalpolitik, dem Führungsstil und der Kommunikation bei ihren Mitarbeitenden für Vertrauen in das Unternehmen und deren Führung. Zur Bestimmung der Mitarbeiterzufriedenheit führt die SBB AG periodisch repräsentative Umfragen durch.
- 4.2 Die SBB AG legt die Arbeitsbedingungen in einem Gesamtarbeitsvertrag fest, der mit den Personalverbänden ausgehandelt wird. Die SBB AG garantiert den Personalverbänden ein Mitspracherecht in allen die Personalpolitik betreffenden Sachfragen.
- 4.3 Die SBB AG verfolgt eine fortschrittliche und sozial verantwortliche Personalpolitik. Mit einer aktiven Lehrlings- und Ausbildungspolitik fördert sie die Mobilität ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.
- 4.4 Die SBB AG behält den leistungsfähigen, modernen und flexiblen Vorsorgeplan unter Wahrung der erworbenen Leistungen bei.



5. Kooperationen und Beteiligungen

- 5.1 Die SBB kann unter Berücksichtigung des Leistungsauftrages und im Rahmen ihrer finanziellen und personellen Möglichkeiten im In- und Ausland Kooperationen (Beteiligungen, Allianzen, Gründung von Gesellschaften sowie andere Formen der Zusammenarbeit) eingehen, wenn diese zur Erreichung der strategischen Ziele und zu einer Steigerung des Unternehmenswertes beitragen. Die Beteiligungen und Kooperationen müssen führungsmässig eng betreut werden sowie dem Risikoaspekt genügend Rechnung tragen.

6. Berichtswesen und Controlling

- 6.1 Die SBB AG berichtet schriftlich:

- Geschäftsbericht (jährlich)
- Erreichung der strategischen Ziele (halbjährlich)
- Budget und Mittelfristplanung (jährlich)

- 6.2 Basis der Berichterstattung ist ein zwischen dem Bund und der SBB AG vereinbartes Kennzahlensystem. Dieses ist abgestimmt mit dem Kennzahlensystem zur Leistungsvereinbarung.

- 6.3 Die strategischen Ziele können innerhalb der laufenden Periode 2003 - 2006 angepasst werden, wenn ein geändertes Umfeld dies als notwendig erscheinen lässt.



Strategische Ziele des Bundesrates für die Post 2002 - 2005

Einleitung

Der Bund ist Eigentümer der Post. Die Eignerinteressen werden durch den Bundesrat wahrgenommen. Dabei berücksichtigt er die unternehmerischen Freiheiten der Post und schafft optimale Voraussetzungen für ein erfolgreiches Auftreten am Markt. Gestützt auf Artikel 6 des Postorganisationsgesetzes (POG) legt der Bundesrat die strategischen Ziele der Post für eine Vierjahresperiode fest. Der Bundesrat verpflichtet sich damit auf längerfristige, konsistente Ziele. Der Verwaltungsrat der Post orientiert den Bundesrat jährlich mit dem Geschäftsbericht über die Erreichung der Ziele. Da sich das Umfeld der Unternehmung in einem ständigen Wandel befindet, werden die Ziele bei Bedarf angepasst.

1. Strategische Schwerpunkte

Mit der Post stellt der Bund die verfassungs- und gesetzmässige Verpflichtung zur landesweiten Grundversorgung mit Post- und Zahlungsverkehrsdienstleistungen sicher, wie sie in Artikel 92 der Bundesverfassung und in Artikel 2 des Postgesetzes verankert ist.

Der Bundesrat erwartet, dass die Post:

- 1.1 den Universaldienst in allen Landesteilen nach gleichen Grundsätzen, in guter Qualität und zu angemessenen Preisen anbietet.
- 1.2 wettbewerbsfähig, kundenorientiert und eigenwirtschaftlich ist und sich auf mögliche Liberalisierungsschritte im Postmarkt vorbereitet.
- 1.3 ihr Kerngeschäft in den Geschäftsfeldern Mail, Güter und Logistik, Finanzdienstleistungen und Personenverkehr (umfassend Brief-, Paket- und Express-Sendungen, Zeitungs- und Zeitschriftentransport, Philatelie, Zahlungsverkehr und strassengebundenen Personenverkehr) weiterentwickelt, Wachstum anstrebt und einen hohen Qualitätsstandard ihrer Dienstleistungen sicherstellt. Dabei soll die Post
 - im Heimmarkt ihre führende Stellung beibehalten,
 - im Postmarkt mit dem Eingehen von Allianzen den Import und Export absichern und gleichzeitig ihren Kunden den Zugang zu weltweiten Netzen ermöglichen,
 - Wachstumsopportunitäten zum Aufbau einer starken Position in attraktiven Märkten im Ausland wahrnehmen.
- 1.4 im postnahen Bereich mit innovativen Angeboten wie Direct Marketing, logistischen Lösungen, Finanzdienstleistungen - namentlich auch durch Vermittlung von Aktivgeschäften - und E-Business neue Wachstumsquellen erschliesst, damit dem Substitutionsrisiko bei ihren klassischen Produkten begegnet und die Kundenbindung festigt.
- 1.5 im Personenverkehr als Systemanbieterin und im Management von Verkehrsnetzen sowie im touristischen Verkehr neue Wachstumsquellen erschliesst.
- 1.6 im Rahmen ihrer betriebswirtschaftlichen Möglichkeiten eine nachhaltige und ethischen Grundsätzen verpflichtete Unternehmensstrategie verfolgt.



- 1.7 im Rahmen ihrer betriebswirtschaftlichen Möglichkeiten die Auswirkungen ihrer Tätigkeiten auf die Raumentwicklung und die Anliegen der Regionen nach einer angemessenen Verteilung der Arbeitsplätze berücksichtigt.
- 1.8 offen und transparent kommuniziert.

2. Finanzielle Ziele

Der Bundesrat erwartet, dass die Post:

- 2.1 im Universaldienst und im Wettbewerbsbereich ein angemessenes Ergebnis erzielt und eine Steigerung des Unternehmenswertes erreicht. Als Messgrösse („Benchmark,“) dienen vergleichbare in- und ausländische Unternehmen.
- 2.2 ihre Investitionen grundsätzlich mit dem erwirtschafteten Cash flow finanziert.
- 2.3 aus den erwirtschafteten Gewinnen prioritär den schrittweisen Aufbau der als notwendig erachteten Eigenkapitalbasis und eine angemessene Gewinnausschüttung für das vom Bund zur Verfügung gestellte Dotationskapital sicherstellt.

3. Personelle Ziele

- 3.1 Die Post verfolgt eine fortschrittliche und sozialverantwortliche Personalpolitik.
- 3.2 Die Post setzt bei wirtschaftlichen und strukturellen Problemen durch rechtzeitig eingeleitete beschäftigungssichernde organisatorische Massnahmen alles daran, Kündigungen zu vermeiden.
- 3.3 Sie legt in diesem Rahmen ihre Personalpolitik selbständig fest und vereinbart die Gestaltung der Arbeitsverhältnisse mit den Sozialpartnern gemäss Bundespersonalgesetz¹⁵ in Gesamtarbeitsverträgen.
- 3.4 Die Post regelt die Mitwirkungsrechte der Gewerkschaften in Gesamtarbeitsverträgen, die mit diesen weiterentwickelt werden.
- 3.5 Die Post ist bestrebt, in neuen Geschäftsfeldern unter marktwirtschaftlichen Bedingungen attraktive Arbeitsplätze zu schaffen.
- 3.6 Die Leitung der Post schafft durch ihren Führungsstil, ihre Personalentwicklung und ihre interne Kommunikation Vertrauen beim Personal.

4. Kooperationen und Beteiligungen

Die Post kann unter Berücksichtigung ihres Leistungsauftrages und im Rahmen ihrer finanziellen und personellen Möglichkeiten im In- und Ausland Kooperationen (Beteiligungen, Allianzen, Gründung von Gesellschaften sowie andere Formen der Zusammenarbeit) eingehen, wenn diese zur Erreichung der strategischen Ziele und zu einer Steigerung des Unternehmenswertes beitragen. Die Beteiligungen und Kooperationen müssen führungsmässig eng betreut werden.

¹⁵ SR 172.220.1



Strategische Ziele des Bundesrates für die Swisscom AG 2002 – 2005

Einleitung

Der Bund ist Hauptaktionär der Swisscom AG. Er verfügt über die stimmen- und kapitalmässige Mehrheit an der Unternehmung. Die Aktionärsinteressen des Bundes werden durch den Bundesrat wahrgenommen. Dabei berücksichtigt er die unternehmerische Autonomie der Swisscom AG und anerkennt in seiner Eigenschaft als Aktionär die Entscheidungsfreiheit des Verwaltungsrates in bezug auf Geschäftsstrategie und –politik.

Gestützt auf Artikel 6 des Telekommunikationsunternehmungsgesetzes (TUG) legt der Bundesrat für jeweils vier Jahre fest, welche Ziele der Bund als Hauptaktionär der Unternehmung erreichen will. Er verpflichtet sich damit auf längerfristige, konsistente Ziele und schafft durch deren Veröffentlichung Transparenz für Drittinvestoren. Da sich das Umfeld der Unternehmung in einem ständigen Wandel befindet, werden die Ziele bei Bedarf angepasst. Die Eignerrolle des Bundes ist von seiner Funktion als Regulator und Aufsichtsbehörde über den Telekommunikationsmarkt institutionell getrennt.

Strategische Stossrichtung

Der Bundesrat erwartet, dass die Swisscom AG

- 1.1 als wettbewerbsfähige und wertschöpfende Unternehmung im Konkurrenzkampf bestehen kann und den Unternehmenswert nachhaltig sichert und steigert.
- 1.2 die Kundenorientierung, Schnelligkeit und Flexibilität bei der Entwicklung, Produktion und Vermarktung neuer Produkte und Dienstleistungen konsequent weiter verbessert.
- 1.3 durch ihre Gruppengesellschaften fixe und mobile Sprach- und Datendienste, sowie Netzdienstleistungen für andere Telekommunikationsgesellschaften anbietet und dabei auch den Sicherheitsinteressen des Landes Rechnung trägt. Mit ihrem Angebot strebt Swisscom folgende Hauptziele an und trägt damit zur volkswirtschaftlichen Entwicklung der Schweiz bei:
 - Fixnet: Gestaltung eines kundengerechten Angebots, Halten der Marktführerschaft im Inland und Ausübung einer führenden Rolle bei der Markteinführung von Breitband-Verbindungen und -Dienstleistungen (xDSL).
 - Enterprise Com: Gestaltung eines kundengerechten Angebots in allen Einheiten und Ausbau der Marktanteile.
 - Mobile: Gestaltung eines kundengerechten Angebots, Halten der Marktführerschaft im Inland und Ausübung einer führenden Rolle bei der Markteinführung von Breitband-Verbindungen und -Dienstleistungen (UMTS).
 - Grundversorgung: Sicherstellung der flächendeckenden Grundversorgung bis 2002 und Bewerbung für eine zukünftige Konzession, um die Fortführung dieser Aufgabe zu ermöglichen.
 - Interkonnektion: Umsetzung der Interkonnektionsregelung im Interesse eines fairen Wettbewerbs und zur Sicherstellung der End-zu-End-Kommunikation für die Dienste der Grundversorgung.



- 1.4 im Rahmen ihrer betriebswirtschaftlichen Möglichkeiten eine nachhaltige und ethischen Grundsätzen verpflichtete Unternehmensstrategie verfolgt.

2. Finanzielle Ziele

Der Bundesrat erwartet, dass die Swisscom AG

- 2.1 auf Ebene ihrer Gruppengesellschaften eine Leistungsfähigkeit aufweist, die mit den besten jeweils vergleichbaren Telekommunikationsunternehmen in Europa Schritt hält. Der Verwaltungsrat setzt die konkreten Zielvorgaben und berichtet über deren Einhaltung.
- 2.2 eine dem Portfolio bzw. den Aktivitäten der Gruppengesellschaften entsprechende angemessene Finanzierungsstruktur aufweist.

3. Personelle Ziele

Der Bundesrat erwartet, dass die Swisscom AG

- 3.1 eine fortschrittliche und sozialverantwortliche Personalpolitik verfolgt.
- 3.2 mit ihrer Leitung durch Führungsstil, Personalentwicklung und interner Kommunikation Vertrauen beim Personal schafft und damit auch ihre Attraktivität am Arbeitsmarkt erhöht.
- 3.3 die Mitspracherechte der Personalverbände in Gesamtarbeitsverträgen regelt und diese mit den Gewerkschaften und Personalverbänden weiterentwickelt.
- 3.4 ihre Kader nach marktüblichen Sätzen entlohnt, wobei Boni auf Anfang des Geschäftsjahres festgelegten Kriterien basieren.
- 3.5 bestrebt ist, die Arbeitsmarktfähigkeit ihrer fest angestellten Mitarbeitenden durch Aus- und Weiterbildungsmassnahmen zu verbessern.
- 3.6 allfällige weitere Restrukturierungsmassnahmen im Rahmen bestehender oder neuer Sozialpläne umsetzt.

Kooperationen und Beteiligungen

Der Bundesrat erwartet, dass die Swisscom AG

- 4.1 alles daran setzt, durch das gezielte Eingehen von strategischen Beteiligungen und Partnerschaften zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit in der Schweiz, den Unternehmenswert zu sichern und nachhaltig zu steigern.
- 4.2 systematisch internationale Marktentwicklungen beobachtet, Opportunitäten identifiziert, bewertet und Beteiligungen auf Holding- und Gruppengesellschaftsebene nur tätigt, wenn sie langfristig zur Steigerung des Unternehmenswertes beitragen, Führungsmässig gut betreut werden können und dem Risikoaspekt genügend Rechnung tragen.