

HEUTE
4.12.2017

Liebe Leserin, lieber Leser



Patrik Müller

Gibt es etwas Schweizerischeres als «Einsprache»? Beim Bau der SBB-Strecke Mattstetten–Rothrist für die Bahn 2000 hagelte es nicht weniger als 6288 Einsprachen. «Pro Torpfosten eine, wenn man über die ganze Strecke ein Fussballgoal neben das andere stellen würde», sagte der damalige Verkehrsminister Adolf Ogi. Die Bahnstrecke wurde trotzdem fertig. Immer schwieriger haben es Tunnel-Projekte. **Der Gubrist-Baustart verzögerte sich um zehn Jahre.** Die Bau-Branche befürchtet, dass wegen Einsprachen Aufträge über 4 Milliarden Franken gefährdet sind (Wirtschaft).

Frage des Tages

Schnelles Handynet: Soll die Schweiz den Strahlenschutz lockern?

■ Ja ■ Nein

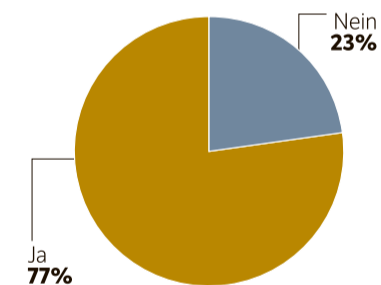
Stimmen Sie online ab unter www.aargauerzeitung.ch, www.bzbasel.ch, www.basellandschaftliche.ch, www.solothurnerzeitung.ch, www.grenchnertagblatt.ch, www.limmattalerzeitung.ch, www.oltnertagblatt.ch

«Die Umfrage finden Sie online über die Such-Funktion mit dem Stichwort «Tagesfrage»

Das Ergebnis erscheint in der nächsten Ausgabe.

Ergebnis letzte Tagesfrage

Wir haben gefragt: Sind die tiefen Löhne ein Grund für einen Amazon-Boycott?



Video des Tages

www.aargauerzeitung.ch/mediathek/videos



Der grösste Adventskranz der Welt ist ein Schweizer.

REZEPT DES TAGES

Präsentiert von Annemarie Wildeisen

Orangen-Tiramisù

Für 6 Personen

4 Orangen gross
1 Vanilleschote
1 dl Wasser
3 Esslöffel Zucker
2 Esslöffel Orangelikör
3 dl Rahm
250 g Mascarpone
1 Päckchen Bourbon-Vanillezucker
180 g saurer Halbrahm
200 g Löffelbiskuits
Kakaopulver zum Bestäuben

Bestellen Sie jetzt via SMS ein Schnupperabo mit 3 Ausgaben für nur 12 Franken. SMS mit SCHNUPPER + Name und Adresse an 919 (20 Rp./SMS) oder Online-Bestellung unter www.wildeisen.ch/schnupperabo

www.wildeisen.ch/suche/rezepte

Montagsinterview Urs Schaeppi

Der Swisscom-Chef sagt, wie er mit dem Smartphone umgeht, ob Google ein Vorbild für ihn ist und warum ein neues Gesetz den Steuerzahler teuer zu stehen kommen könnte

«Ich nutze das Festnetz-Telefon kaum mehr»

VON PATRIK MÜLLER, RAFFAEL SCHUPPISSER (TEXT) UND SEVERIN BIGLER (FOTO)

Tief entspannt und eine Viertelstunde früher als angekündigt trifft Swisscom-Chef Urs Schaeppi in unserem Newsroom in Aarau ein. «Es hatte für einmal keinen Stau», sagt er. Der Chef über 22000 Mitarbeiter nimmt Platz und legt sein Smartphone auf den Tisch. Es ist 9 Uhr und wir fragen, wie oft er das Gerät am Morgen schon benutzt habe. Schaeppi überlegt kurz und antwortet dann, «sicher schon 15- bis 20-mal».

Was haben Sie mit dem Gerät gemacht?

Urs Schaeppi: E-Mails und SMS gelesen. Und fünf oder sechs Gespräche geführt. Am Morgen brauche ich das Handy intensiver. In der Firma nutze ich dann vermehrt den Laptop im Büro oder bin an Sitzungen. Abends nehme ich das Smartphone wieder öfters in die Hand. Es ist das zentrale Steuergerät. Ich bediene damit etwa auch die Musikanlage.

Haben Sie noch ein Festnetztelefon?

Ja, aber das nutze ich kaum mehr. Ein paar wenige Menschen rufen mich da noch an.

Swisscom macht mit der Festnetz-Telefonie immer weniger Umsatz. Wird das Festnetztelefon das gleiche Schicksal erleiden wie die Telefonkabine und aussterben?

Die Telefonkabinen sind tatsächlich überflüssig geworden. Das Festnetz hingegen ist kein Auslaufmodell. Gerade für Geschäftskunden behält es seine Bedeutung. Bei den Privatkunden ist es zwar rückläufig. Ich bin aber überzeugt, dass sich die Zahlen irgendwann stabilisieren werden: Es gibt Menschen, die lange Gespräche lieber am Festnetz führen.

Wie kompensieren Sie die Umsatzeinbussen?

Wir investieren in andere Bereiche. Wachstum verzeichnen wir bei den Geschäftskunden im Lösungsgeschäft, beispielsweise bei unseren Cloud-Diensten. Aber auch das TV- und Entertainment-Geschäft ist wichtig. Das Internet der Dinge, also die Vernetzung von Alltagsgegenständen mit dem Internet, wird in Zukunft wichtiger.

Wachsen kann man auch durch Übernahmen anderer Firmen. Offenbar steht UPC Schweiz zum Verkauf. Ist es denkbar, dass Sie den Konkurrenten übernehmen?

Für die Swisscom ist das keine Option.

Wettbewerbsrechtlich ist eine solche Übernahme in unserem Kerngeschäft nicht möglich, und es ist auch nicht unser Wunsch. Aber kleinere Übernahmen in anderen Feldern sind denkbar. Bisher hat die Swisscom vor allem kleine Unternehmen und Start-ups übernommen, um neue Bereiche schneller aufbauen zu können. Das ist auch in Zukunft unsere Strategie.

Sie haben das grösste Telefonnetz, mischen in der Medienwelt mit, experimentieren mit selbst fahrenden Autos und wollen den eHealth-Bereich vorwärtsbringen. Kaum was, das mit der digitalen Transformation zu tun hat, lassen Sie sich entgegenn. Wollen Sie zum Google der Schweiz werden?

Wir sind in einem ganz anderen Bereich wie Google tätig; Wir sind ein Unternehmen, das Infrastrukturen baut und betreibt. Das werden wir auch in zehn Jahren noch sein. Damit

«Wir haben einen grossen Vorteil gegenüber Google.»

diese Infrastrukturen aber vermarktet und kommerzialisiert werden können, braucht es attraktive Produkte. Zum Beispiel Swisscom TV, das zeitversetztes Fernsehen ermöglicht - und zwar auf allen Geräten, auch auf dem Smartphone. Wir haben zudem einen grossen Vorteil gegenüber Google, die Nähe zu unseren Kunden und das Verständnis für den Schweizer Markt.

Die Infrastruktur alleine tut es also nicht mehr. Es geht Ihnen auch um die Inhalte. Beispiele dafür sind das Online-Portal Bluewin und der TV-Sender Teleclub.

Bluewin konsolidiert Inhalte und stellt diese zielgruppengerecht dar.

Naja, Sie haben auch Redaktoren angestellt. Und Teleclub zeigt Filme und Sportveranstaltungen.

Ja, wir kaufen Rechte ein und produzieren im Sportbereich Inhalte. Aber nur sehr selektiv.

An Google erinnert auch die hippe Ausstattung Ihrer Co-Working-

Spaces, die Teil der Swisscom-Büros sind. Bringt das dem Unternehmen tatsächlich etwas?

In unserer Welt ist alles schneller und unplanbarer geworden. Dies erfordert ganz andere Formen der Zusammenarbeit. Um bei der Entwicklung von neuen Produkten agil zu sein, braucht es kleine Teams, die multidisziplinär aufgestellt sind und sich je nach Situation neu formieren. Offene Arbeitsplätze fördern diese vernetzte Art der Zusammenarbeit.

Dennoch wird man das Gefühl nicht los, dass die Swisscom oft einen Schritt zu spät kommt. So mussten Sie beispielsweise die Chat-App iO wieder einstellen, weil längst alle Whatsapp nutzten.

iO war nie als Chat-App gedacht, sondern als Internet-Telefonie-Service. Damit konnte man übers Netz gratis kommunizieren (Anm. d. Red.: analog zu Skype). Als wir dann die Flatrate einführen, wurde sie überflüssig. Wir haben die App selber kannibalisiert. Nicht jede Innovation, die man vorantreibt, wird ein Erfolg. In der digitalen Welt gilt: Try fast, fail fast, learn fast.

Droht der Cloud-Lösung MyCloud dasselbe Schicksal? Die meisten Nutzer haben ihre Daten ja längst bei Apple, Google oder Dropbox ausgelagert.

Wir wollen nicht Dropbox kopieren, wir wollen unseren Kunden einen integrierten Service bieten. So kann man etwa seine Handy-Fotos in seine MyCloud laden und dann auf dem Swisscom-TV ansehen. Für die Swisscom ist das ein Ergänzungsprodukt, das den Kunden das Leben erleichtert.

Viele Ihrer Kunden aber haben dafür schon lange eine andere Lösung wie etwa Google Fotos gewählt.

Längst nicht alle sind bereit, ihre Fotos bei Google oder Apple zu speichern. Es gibt Menschen, die wollen ihre Daten in der Schweiz behalten.

Von Datenschützern wird vermehrt die Kritik laut, dass die Swisscom zu viele Daten horte. So zeichnet Ihre Firma mittlerweile sogar die Sprachprofile der Kunden auf.

Die Swisscom besitzt seit eh und je sehr viele Daten und ist sich dieser Verantwortung bewusst. Wir halten das Fernmeldegesetz und das Datenschutzgesetz ein. Im Interesse der Kunden nutzen wir aber Daten, um die Produkte zu verbessern. Vieles in der vernetzten Welt ist nur möglich, weil die Nut-



Swisscom-Chef Urs Schaeppi im News

zer Daten zur Verfügung stellen. Wenn beispielsweise jemand nicht gewillt ist, seinen Standort preiszugeben, dann funktioniert keine Navigations-App.

Der optimale Swisscom-Kunde - der das Swisscom-Handynet nutzt, seine Daten bei MyCloud gespeichert hat, sich über Bluewin informiert und Teleclub schaut -, der ist für Sie vollkommen gläsern.

Aber das ist doch gar nicht unser Ziel. Wir respektieren die Privatsphäre unserer Kunden. Wir hören keine Telefonate ab, lesen keine Mails und sehen nicht, was über Whatsapp geschrieben wird. Aber wir nutzen Daten, um unsere Produkte zu verbessern. Dies ermöglicht uns - um nur ein Beispiel zu nennen -, unseren Kunden personalisierte Pushmeldungen zu senden, um auf Teleclubsendungen aufmerksam zu machen. Und ganz wichtig: Die Kunden entscheiden, welche Daten wir nutzen dürfen. In unserem Kundencenter kann man ganz einfach entsprechende Anpassungen vornehmen.

In der Politik wird die Macht der Swisscom zunehmend kritisiert. Das zeigt die Revision des Fernmeldegesetzes, das nicht wie bisher nur Ihre alten Kupferleitungen reguliert, sondern neu auch andere Kabelnetze wie beispielsweise



Room der AZ Medien: «In fünf oder zehn Jahren werden wir mit dem Smartphone Dinge machen können, die wir uns heute noch gar nicht vorstellen können.»

PERSÖNLICH

Seit 20 Jahren bei Swisscom

Urs Schaeppi (57) besuchte das Gymnasium in Biel und studierte Maschinenbau an der ETH Zürich (Dipl.-Ing.) sowie Betriebswirtschaft an der HSG (lic. oec.). Bevor er vor fast 20 Jahren zur Swisscom wechselte, war er unter anderem Betriebsleiter der Papierfabrik Biberist im Kanton Solothurn. Schaeppi erlebte bei der Swisscom die Phase nach der Liberalisierung: 1997 wurden die PTT in Post und Swisscom aufgeteilt; Schaeppi übernahm kurz darauf Aufgaben in der noch jungen Mobilfunksparte. Er stieg in der Swisscom stetig auf und wurde 2006 Mitglied der Konzernleitung. Nach dem Freitod von CEO Carsten Schloter übernahm Schaeppi 2013 den obersten Chefposten in einer schwierigen Situation. Schnell brachte er Ruhe ins Unternehmen. Die Swisscom, zu 51 Prozent im Besitz des Bundes und an der Börse kotiert, ist hochprofitabel. Schaeppi lebt mit seiner Partnerin in Bolligen BE.

oft dauert der Prozess mehrere Jahre. Ausserdem ist vielen nicht bewusst, dass die Schweizer Grenzwerte zehnmal tiefer sind als jene der Weltgesundheitsorganisation WHO. Selbst wenn wir die Werte ein wenig anpassen, sind sie immer noch substantiell unter den Empfehlungen der WHO.

Ein weiterer Bereich, in dem Sie sich im Clinch mit der Politik befinden, ist der Werbevermarkter Admeira, den die Swisscom mit der SRG und Ringier gegründet hat. Ist Admeira strategisch wichtig für Sie?

Admeira ist in unserer Innovationsstrategie sicher nicht das wichtigste Geschäft. Aber weil unser Kernbereich rückläufig ist, muss die Swisscom in neue Geschäftsfelder vordringen. Der rote Faden dabei ist stets: Die neuen Geschäfte haben mit Telekom und IT zu tun. Das gilt auch für Admeira. Es ist gut, wenn die Wertschöpfung bei der Werbung in der Schweiz bleibt. Aktuell fließen leider 60 bis 70 Prozent zu Google und Facebook.

Admeira ist ein kleines Geschäft für Sie, aber es gibt grossen politischen Wirbel. Sagen Sie sich eines Tages: Wir steigen da wieder aus? Die Business-Idee finde ich nach wie vor gut. Störend ist die Verpolitisierung von Admeira. Wir leben in einer Welt, die sich permanent verändert, da muss man Dinge ausprobieren können.

Die Verleger fordern, dass Admeira die Daten, welche die Swisscom dem beteiligten Verlagshaus Ringier zugänglich macht, auch allen anderen Verlagen «offen und diskriminierungsfrei» zur Verfügung stellt. Werden Sie das tun?

Aufgrund der datenschutzrechtlichen Anforderungen und der hohen Ansprüche an die Datensicherheit und das Datenhandling kommt eine für alle vollständig offene, Datamanagement-Plattform nicht infrage. Aber: Swisscom hat immer gesagt, dass sie mit allen Verlagshäusern kooperationsbereit ist. Wie kann man den Werbemarkt gemeinsam besser entwickeln? Da sind wir offen - für alle. Die Verlage können mit Admeira zusammenarbeiten oder auch direkt mit Swisscom. Wir diskutieren innovative Ideen mit allen Verlagen sehr gern.

Wäre ein Ja zur «No Billag»-Initiative das Ende von Admeira?

Da müssen Sie Admeira fragen. Ich spreche für die Swisscom. Als Bürger bin ich der Meinung, dass wir in der Schweiz die SRG brauchen.

Glasfasern. Warum wehren Sie sich dagegen?

Das geplante Gesetz hat gute Seiten, etwa die Verbesserung des Konsumentenschutzes. Aber bei der Netzregulierung bringt es Fehlanreize. Nirgendwo auf der Welt wird pro Kopf so viel in die Infrastruktur investiert wie in der Schweiz.: Von einer Anpassung der Netzregulierung würden aber jene Firmen profitieren, die nicht investieren. Die Konsequenz wäre letztlich: Unternehmen wie Swisscom würden weniger investieren. Wohin dies führen kann, zeigen Beispiele aus andern Ländern. In Deutschland müsste der Staat 20 Milliarden Euro investieren, um das Niveau der Schweiz zu erreichen. Das neue Gesetz würde einen eigentlichen Paradigmenwechsel bedeuten!

Und den wollen Sie verhindern?

Am Ende entscheidet das Parlament. Was wir tun können, ist informieren und erklären. Die Politik muss wissen, dass es sich um einen sehr weitreichenden Entscheid handelt. Das bisherige Gesetz reguliert nur die alte Infrastruktur, die aus der Monopolzeit der PTT stammt. Und nun soll auch alles, was im freien Wettbewerb entstanden ist, reguliert werden. Das gibt völlig falsche Anreize. Zudem haben unsere Mitbewerber schon heute Zugang auf die Netze von Swisscom. Heute beziehen

bereits über 40 Anbieter Produkte von Swisscom Wholesale, darunter Sunrise oder UPC.

Heute zahlen die Konsumenten Ihre Netz-Kosten durch relativ hohe Tarife.

Das ist nicht richtig. Unsere Preise liegen - kaufkraftbereinigt - im europäischen Mittelfeld, das zeigen Ländervergleiche der OECD. Die Preise sind zudem in den letzten Jahren laufend

«Als Bürger bin ich der Meinung, dass wir in der Schweiz die SRG brauchen.»

gesunken. Dass es in der Schweiz teurer ist, ein Netz aufzubauen, als beispielsweise in Portugal, liegt auf der Hand. Die Qualität ist auch viel besser, das werden Sie merken, wenn Sie im Ausland einmal ausserhalb der Städte telefonieren wollen. Heute ist die Schweiz ein Erfolgsmodell: Wir haben Top-Netze und attraktive Preise für

den Kunden. Dieses Erfolgsmodell wäre durch das neue Gesetz gefährdet.

Fühlen Sie sich öfter am Gängelband der Politik? Oder anders gefragt: Sind die 51 Prozent Bundesbeteiligung an der Swisscom noch zeitgemäss?

Die Frage, ob der Bundesanteil unter 50 Prozent gesenkt werden soll, ist eine politische Frage. Entscheidend ist, ob wir genügend unternehmerische Freiheit haben. Wir stehen heute nicht nur in einem nationalen, sondern in einem globalen Wettbewerb. Ein Beispiel. Wer sind im TV-Bereich unsere grössten Wettbewerber? Die US-Konzerne Netflix und Youtube - und nicht UPC. Zurzeit haben wir die unternehmerische Freiheit, die wir brauchen.

Politischen Widerstand gibt es gegen die Einführung des schnellen mobilen Internets der fünften Generation, 5G. Dazu müsste der Strahlenschutz gelockert werden.

Es gab bereits Widerstand gegen die Einführung von 3G. Damals hiess es: Das brauchen wir doch nicht! Heute ärgern wir uns, wenn wir mit dem Smartphone irgendwo schlechten Empfang haben, nur «E» und nicht 3G oder 4G auf der Anzeige haben. Es gäbe gar keine Smartphones, wenn nicht rechtzeitig in die 3G-Technologie

investiert worden wäre! Genau gleich verhält es sich mit 5G: Dieser Standard wird Anwendungen möglich machen, für die es Breitband braucht, beispielsweise Virtual-Reality-Videos. In fünf oder zehn Jahren werden wir mit dem Smartphone Dinge machen können, die wir uns heute noch gar nicht vorstellen können.

Und wenn der Strahlenschutz nicht gelockert wird?

Dann gerät die Schweiz ins Hintertreffen. Die aktuellen Rahmenbedingungen für den Ausbau des Netzes machen es sehr schwer, ein 5G-Netz aufzubauen. Da brauchen wir Unterstützung von der Politik. Unser Geschäft ändert sich rasend schnell. Durch falsche Gesetze - sei es das Fernmeldegesetz, sei es beim Strahlenschutz - kann man Entwicklungen blockieren. Später wird sich das rächen, die Schweiz verliert den Anschluss und gegenüber dem Ausland an Attraktivität.

Eine andere Möglichkeit wäre, mehr Antennen aufzustellen, dann müsste die Strahlenbelastung nicht erhöht werden.

Es ist ein Utopie, zu glauben, dass die Schweiz dadurch in nützlicher Frist ein 5G-Netz aufbauen kann. Denn: Antennen zu bauen, ist bei uns eine langwierige Sache, es gibt viele Einsprachen,