

Risikomanagement bei Swisscom im Zeitalter der Digitalisierung

Netzwerk Risikomanagement

7. April 2016

C1 – Public



**NOTHING FAILS LIKE
SUCCESS.**

GERALD NACHMAN



Moto Q

BlackBerry

Palm Treo

Nokia E62



Launch of the iPhone in 2007

https://www.youtube.com/watch?feature=player_detailpage&v=vN4U5FqrOdQ

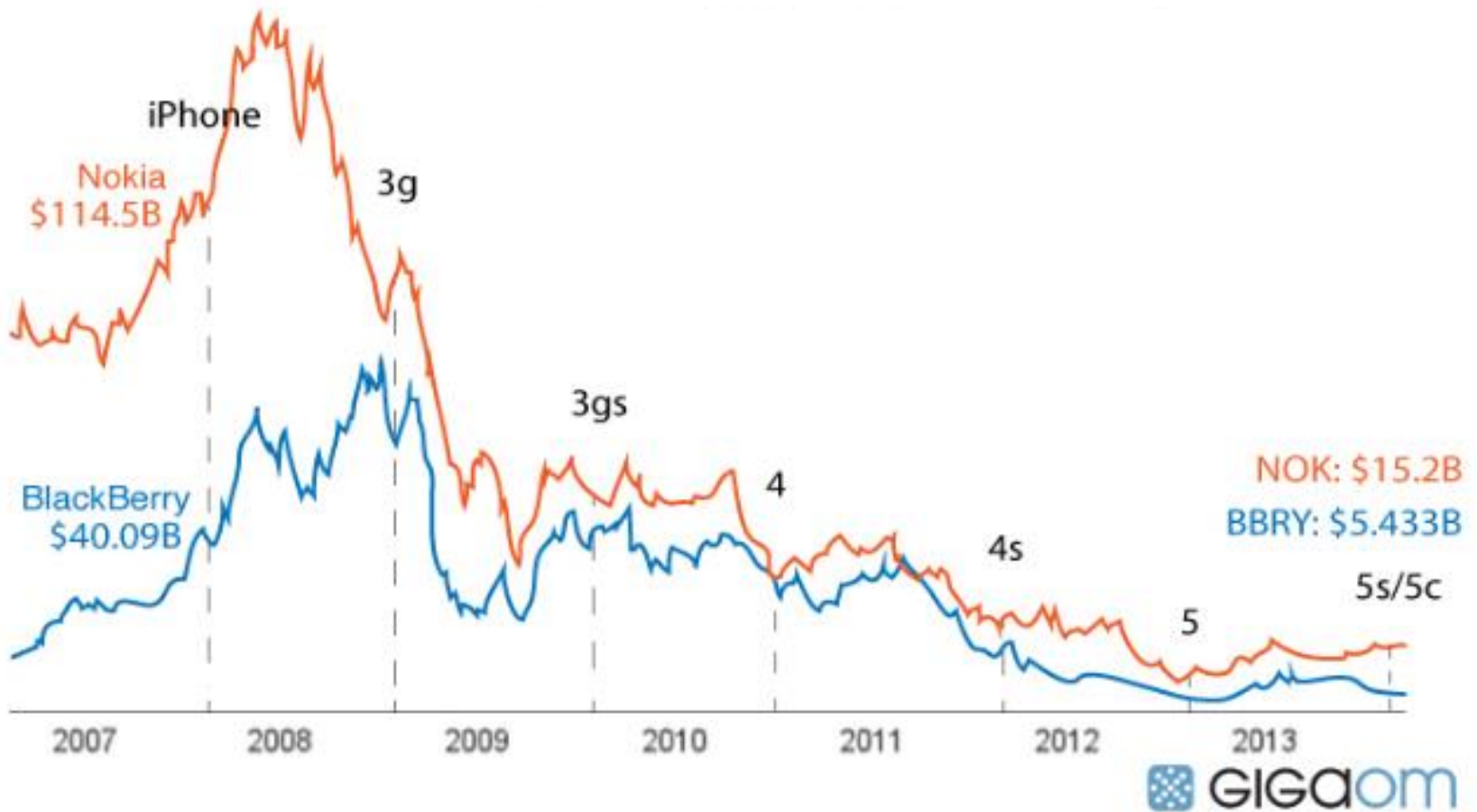
Reaktionen zum iPhone Launch

Reaction of Steve Ballmer (Microsoft)

> <https://www.youtube.com/watch?v=qycUOENFIBs>

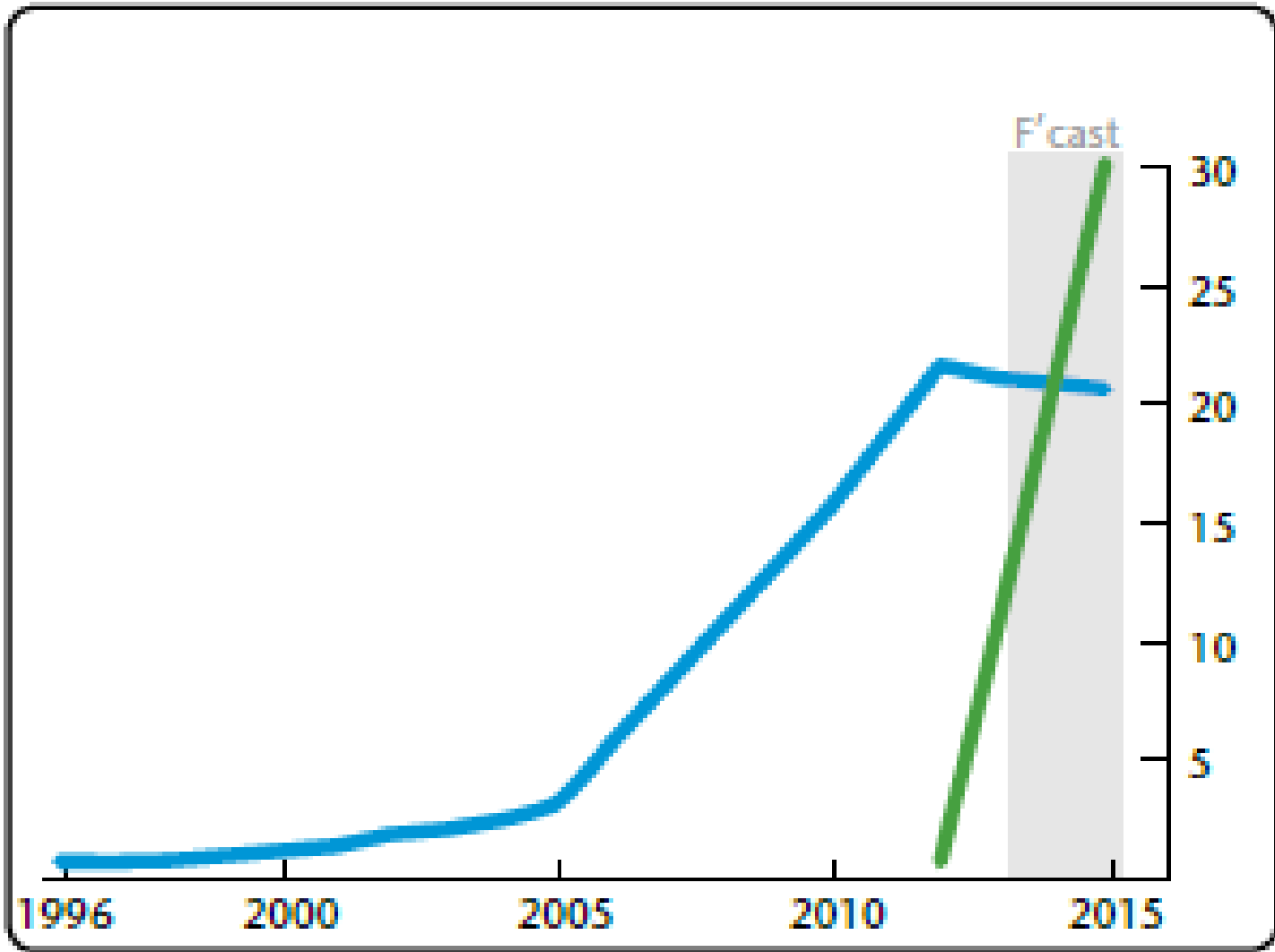
Reaction of CO-CEO Jim Balsillie (Research in Motion/Blackberry)

«It is kind of one more entrant into an already very busy space with lots of choice for consumers. But in terms of a sort of a sea change for blackberry, I would think that's overstating it»

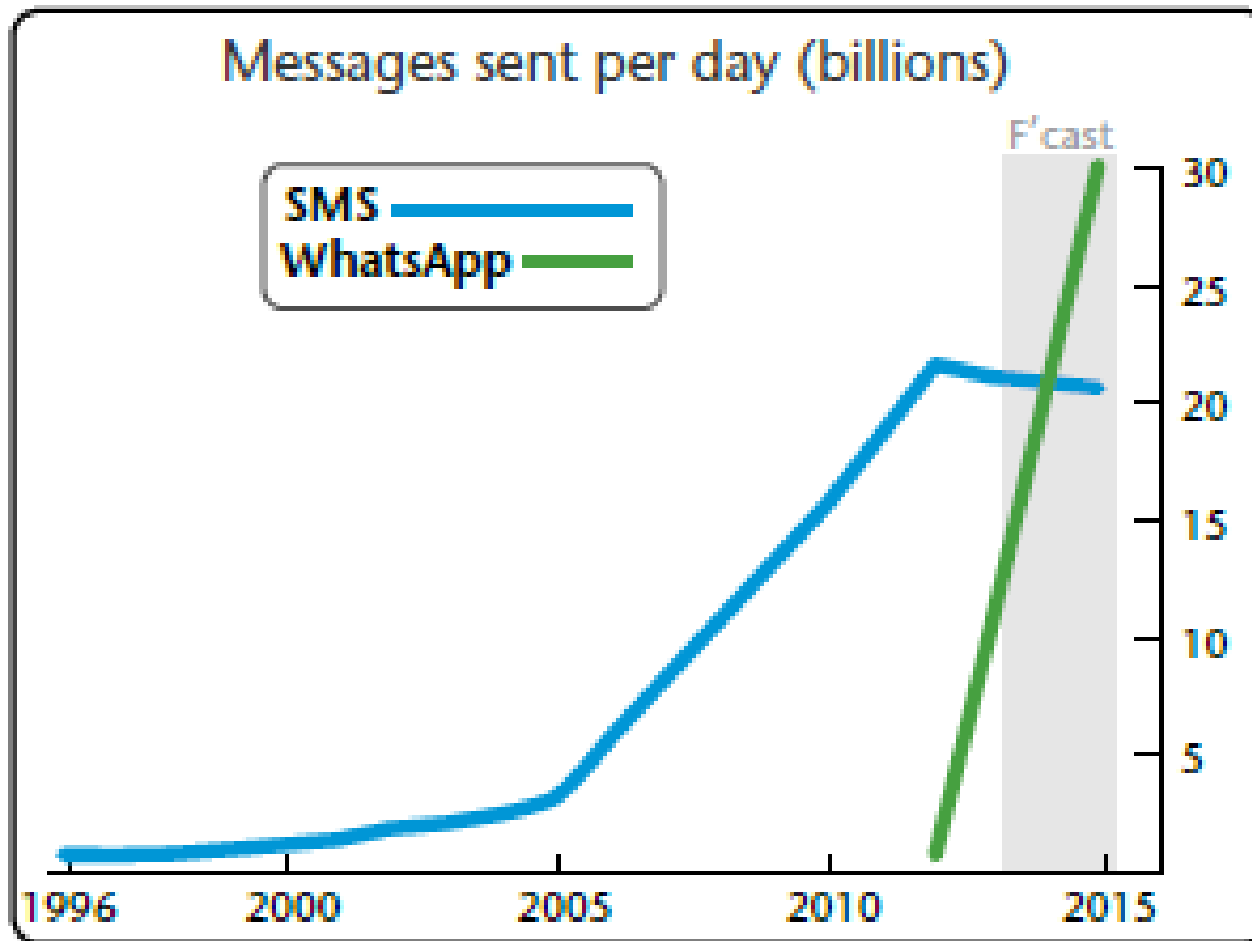


Graphic by Rani Molla

GIGaom

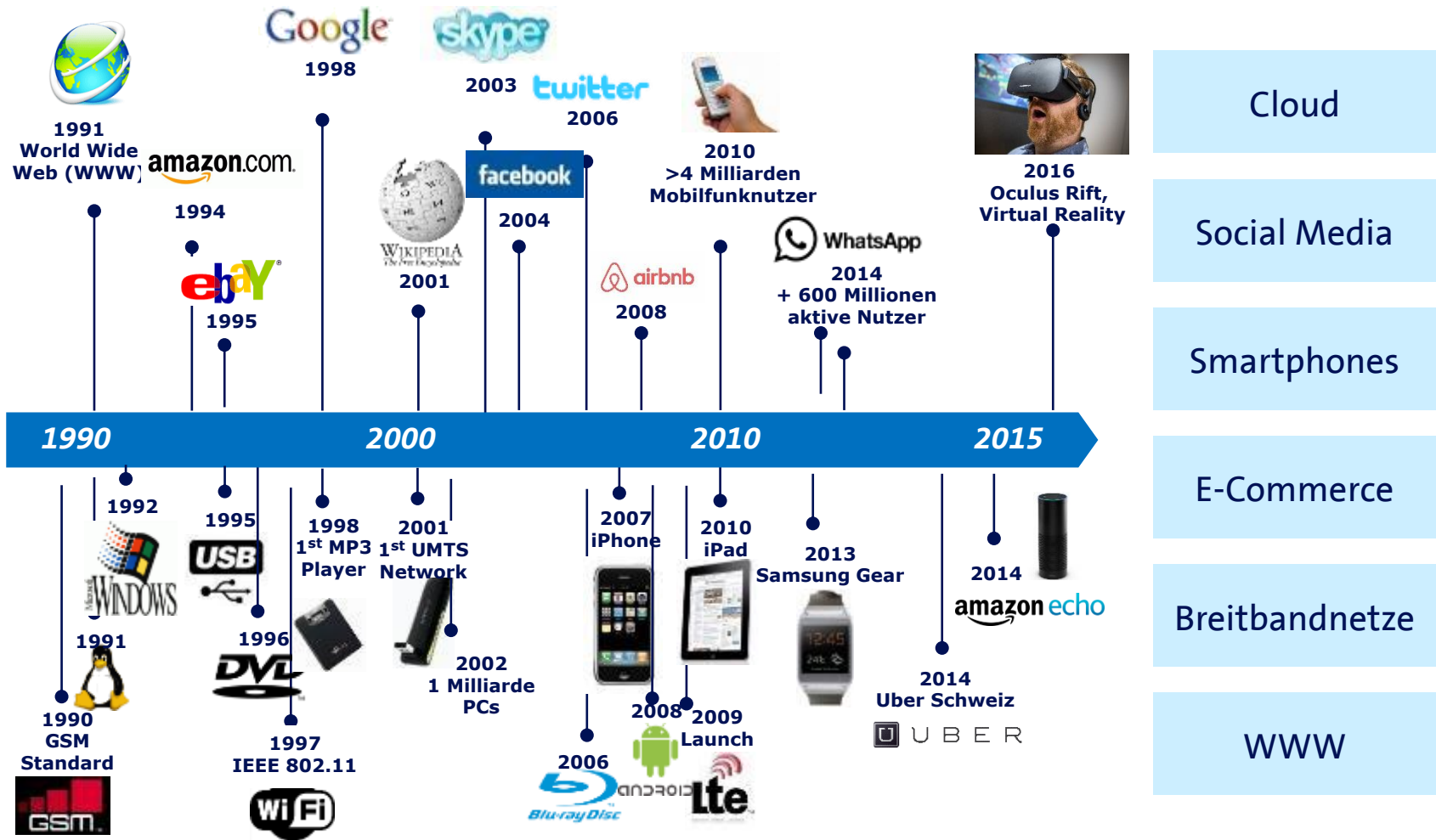


How one App disrupted an Industry

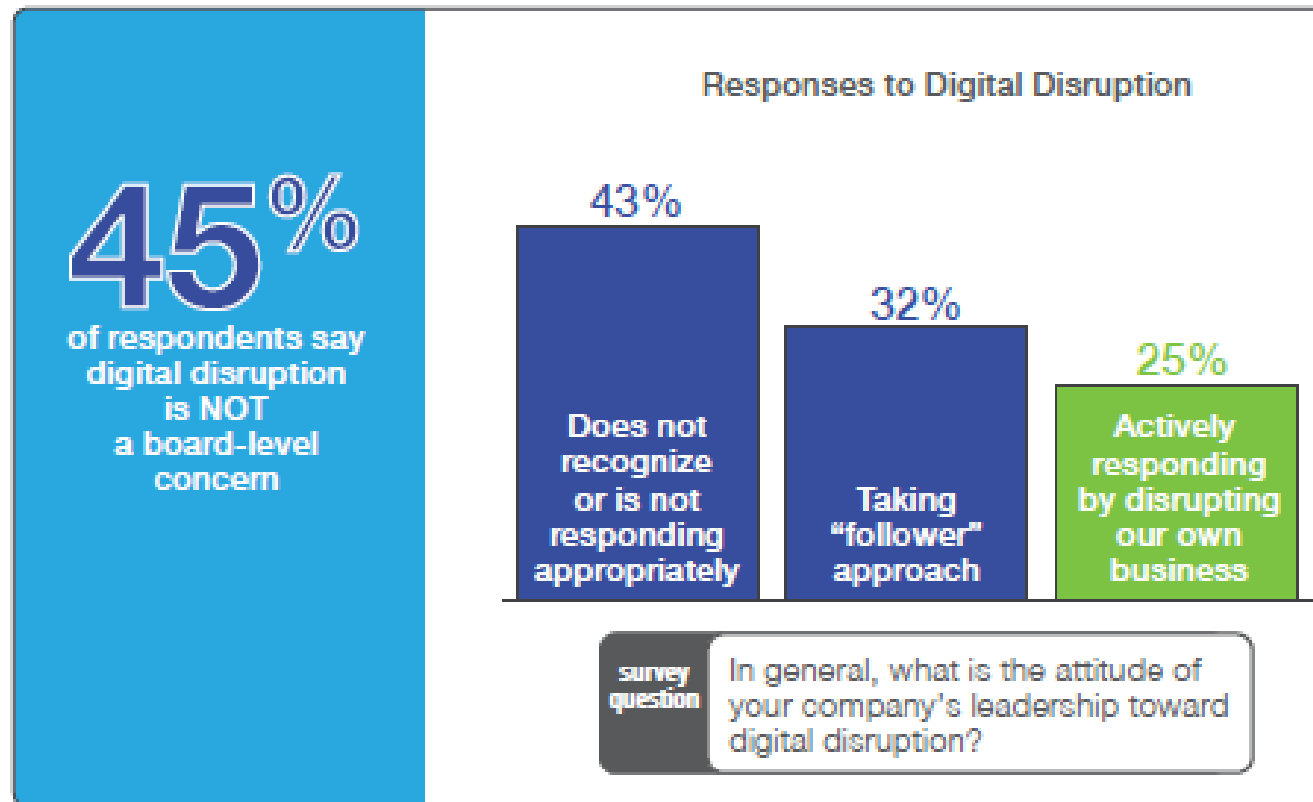


Sources: Portio Research, a16z,
The Economist, 2015

Die digitale Revolution ist gerade 25 Jahre alt und wirkt mit hoher Disruptionskraft und kurzen Innovationszyklen...



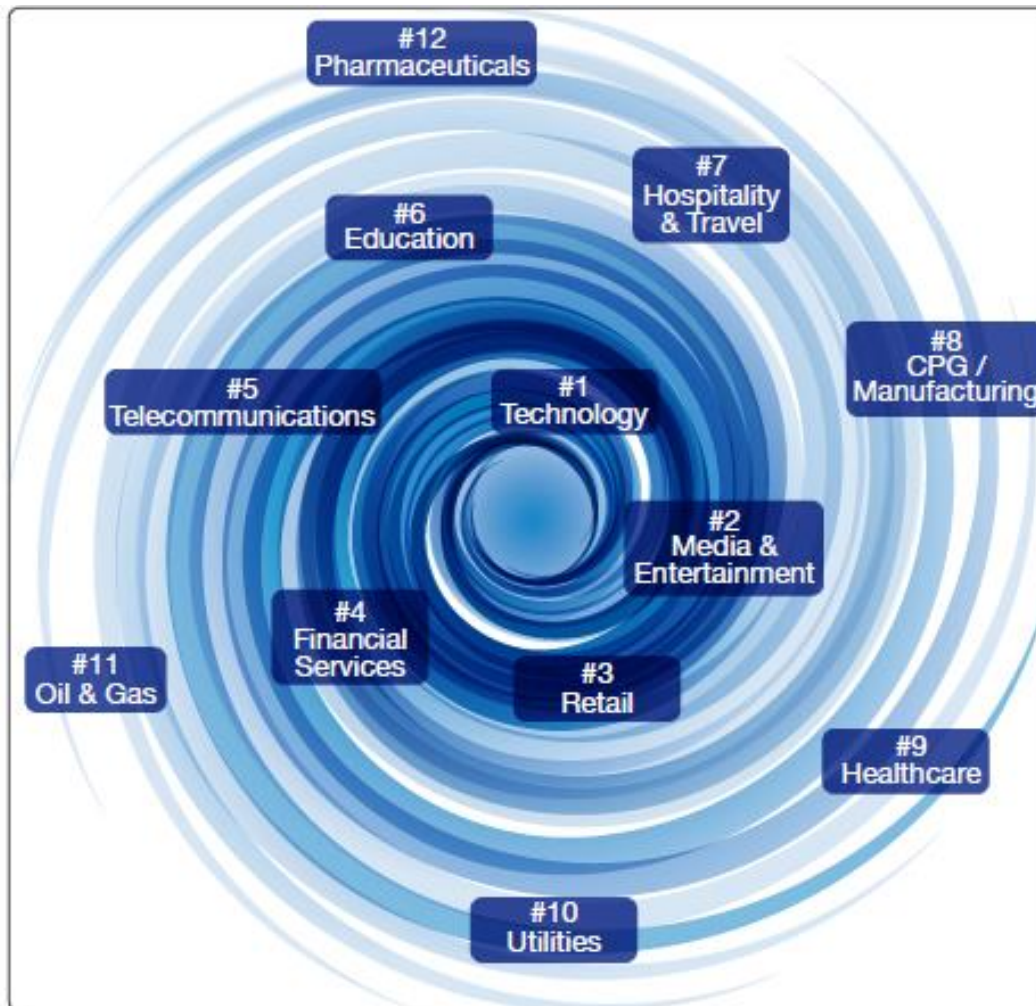
Four of the top 10 incumbents of each industry will be displaced by digital disruption in the next five years



Source: Global Center for Digital Business Transformation, 2015

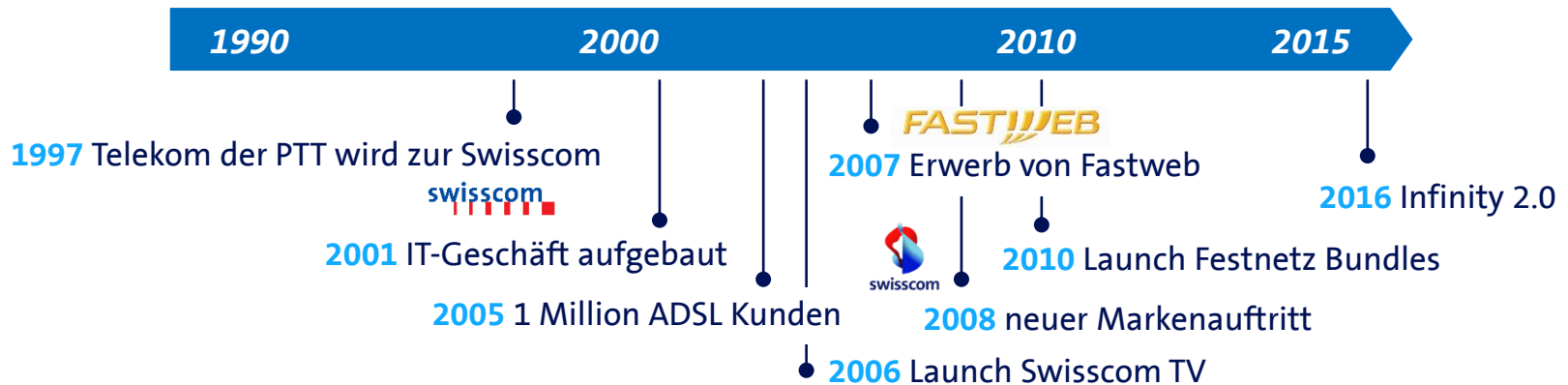
<http://global-center-digital-business-transformation.imd.org/vortex/>

Ranking the disruption threat by industry



Source: Global Center for Digital Business Transformation. 2015

Die Swisscom befindet sich in einem dauerhaften Zustand der Veränderung. Die Digitalisierung trifft auch Swisscom...



...Digitalisierung ändert die Spielregeln. Auch bei Swisscom.

-80%

SMS Umsatzverlust seit 2008 durch Substitution über OTTs (z.B. «WhatsApp»)



-57%

Rückgang Mobilfunk Umsatz seit 2008 (inkl. Roaming, vor Massnahmen)



-46%

Rückgang Festnetz Umsatz seit 2008 u.a. durch VoIP-Anbieter (z.B. «Skype»)



Swisscom steht heute solide da, aber die Herausforderungen der Zukunft nehmen zu.

Solide Ausgangsbasis...



**Breitband
Marktanteil**
66%



**Mobile
Marktanteil**
59%



**TV
Marktanteil**
29%



**EBITDA
Marge**
35,1%



**Invest.
Volumen**
1,8 Mia.



NPS
>25 in allen
Bereichen

...aber die Herausforderungen nehmen zu.



**Der Wettbewerb wird noch
intensiver und disruptiver**

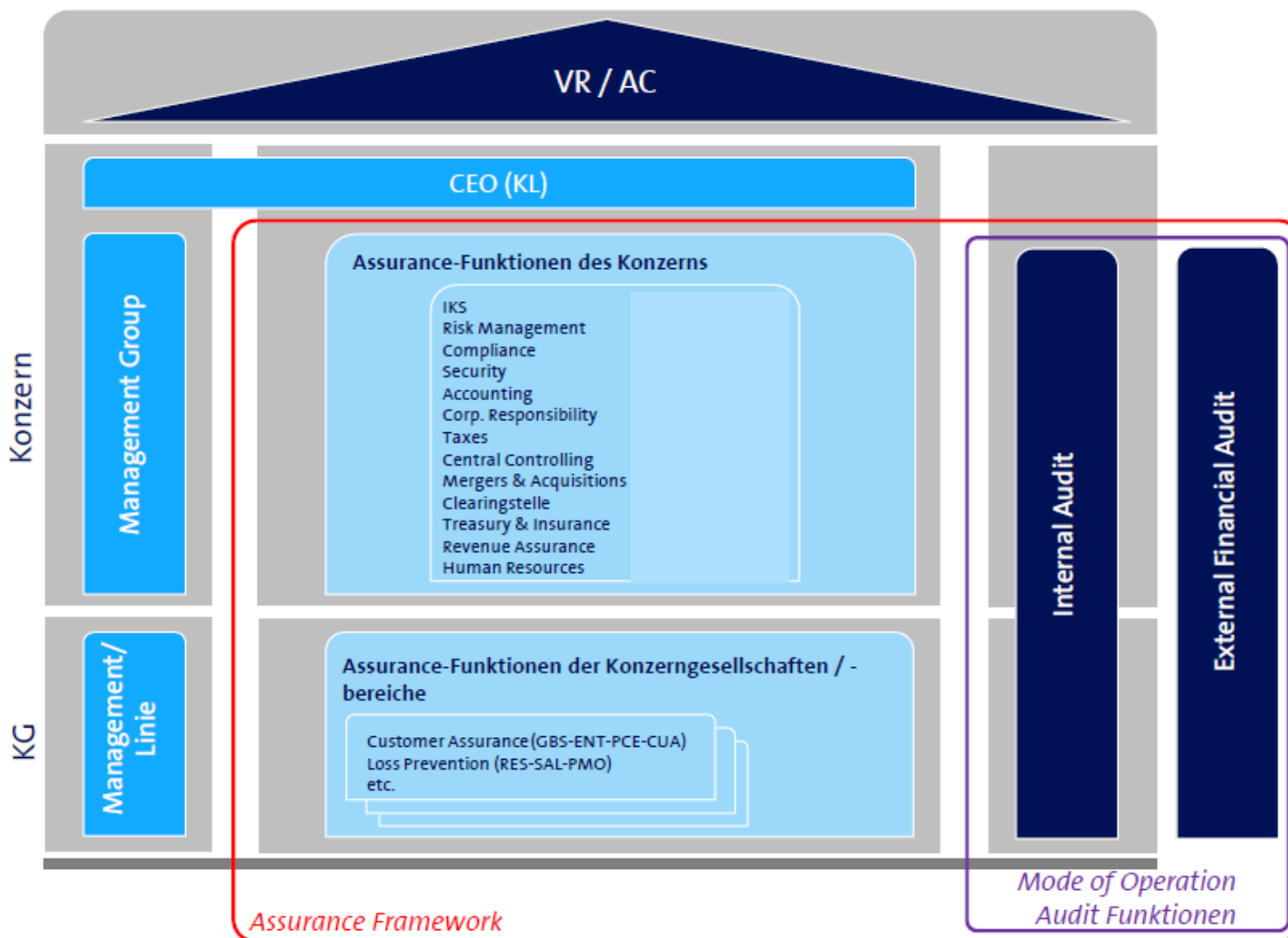


**Die Differenzierung über das
Netz wird schwieriger**

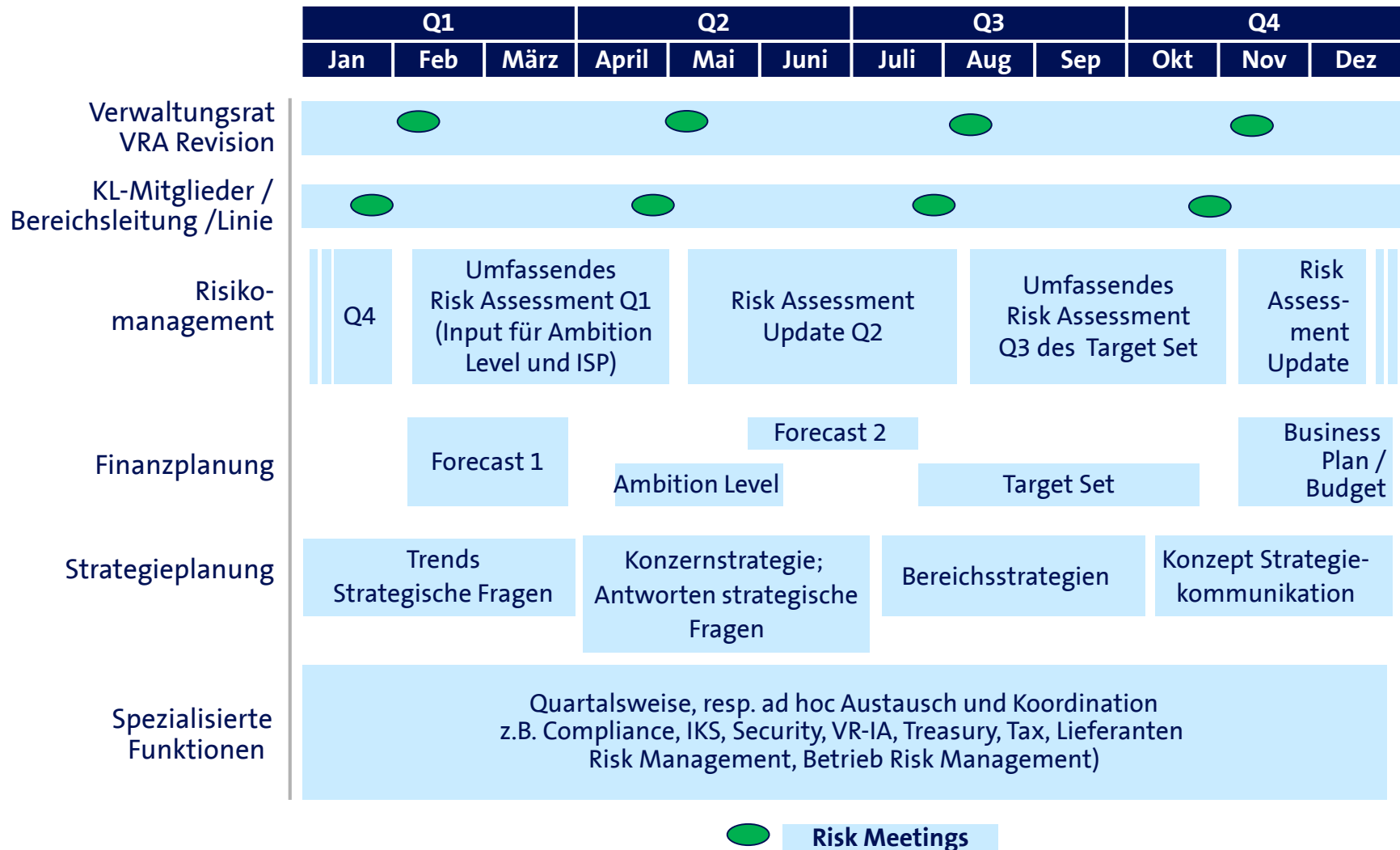


**Margenrückgang muss über
neue Geschäftsfelder und
Kostenmanagement
kompensiert werden**

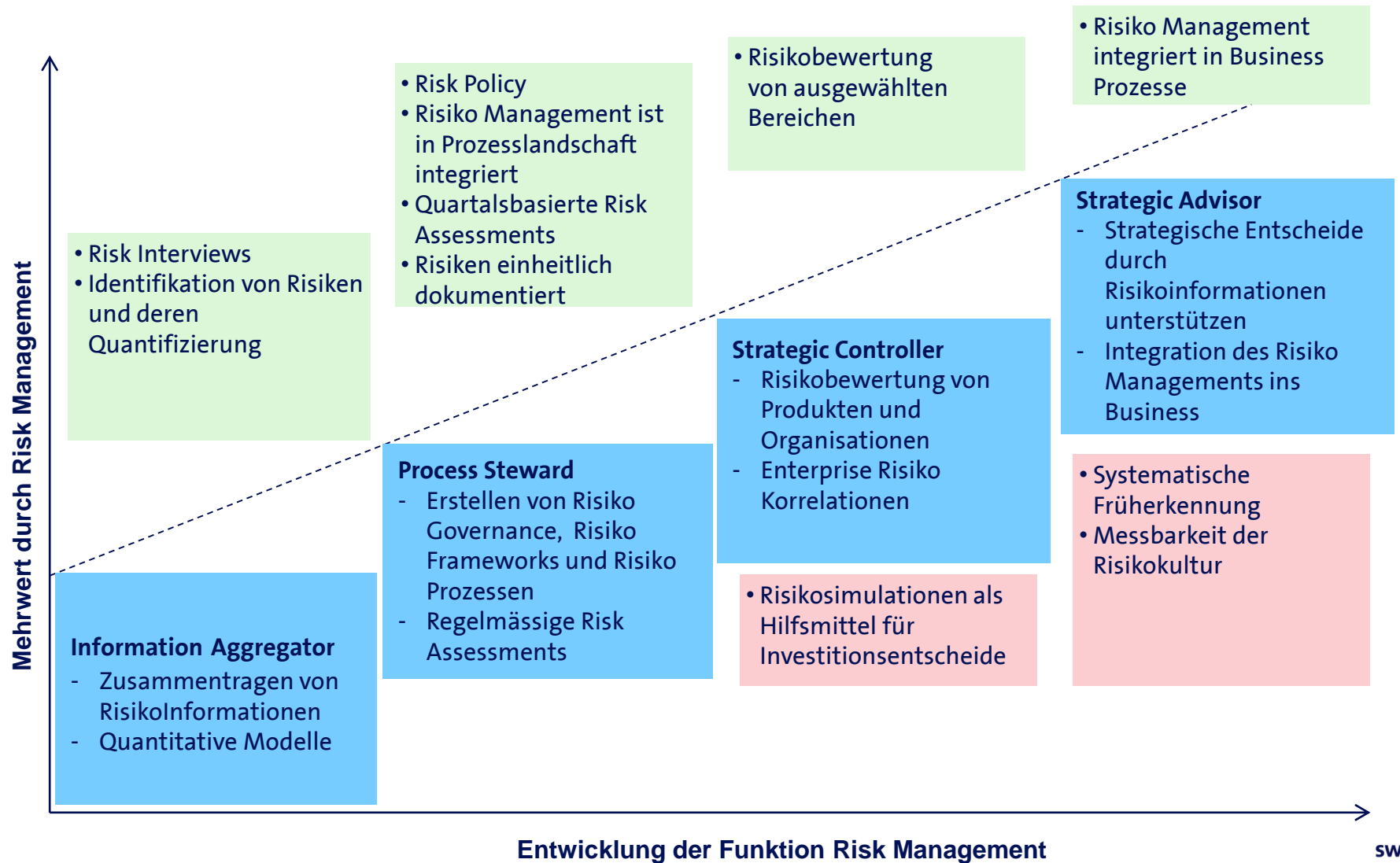
Überblick Assurance-Funktionen und Assurance-Framework im Governance-Haus



Risk Management in enger Abstimmung mit dem Strategie- und Planungsprozess und den Assurance Funktionen



Self Assessment der Funktion Risk Management



Erfolgsfaktoren für die Zukunft

Produkte



- > Customer Experience
- > Konvergenz (z.B. Vivo Bundles)
- > Partnerschaften
- > Einfachheit

Dienstleistungen



- > Einbindung von Kunden
- > Reparaturcenter

Digitale Geschäftsmodelle



- > Personalisierung/ eCommerce («siroop»)
- > Künstliche Intelligenz
- > Daten Markt Plattform («Admeira»)

Enabler (z.B. Data Insights, Billing, Health, Identitätsmanagement, Security, M2M)

Infrastruktur (Netze, IT, Cloud)

Kontakt

Stefan Michlig

Head of Group Risk Management

Mobile 079 597 64 25
Office 058 223 33 34
stefan.michlig@swisscom.com

Swisscom
Group Business Steering
Risk Management
Alte Tiefenastrasse 6
3048 Worblaufen
www.swisscom.ch

Backup Megatrends und Digitalisierung

Megatrends beeinflussen alle Branchen substantiell. Wirtschaft und Gesellschaft werden langfristig verändert.



Vernetzung und Digitalisierung

Digitale Technologien ermöglichen neue Interaktionsformen, verändern Geschäftsmodelle und Prozesse.



Neue Arbeitswelten

Produktivität und Arbeit wird von Ort und Zeit unabhängig. Mitarbeiter werden durch Flexibilität motiviert.



Globalisierung

Geschäftsmodelle lassen sich weltweit skalieren, was zu neuem Wettbewerb und Chancen führt.



Wissenskultur

Bildung und Wissen sind einfach, permanent und kostenfrei verfügbar. Kunden wollen lebenslanges Lernen.



Urbanisierung

Suche nach Bildung, Arbeit und soz. Anschluss lässt Städte wachsen und erhöht Bedarf für smarte Lösungen.



Demographischer Wandel

Alterung der Gesellschaft und neue Familienstrukturen schaffen neue Koordinationsbedürfnisse.



Mobilität

Fortbewegung von Menschen und Gütern wird schneller und flexibler. Erreichbarkeit nimmt zu.



Individualisierung

Selbstverwirklichung und Kultur der freien Wahl führt zu Wunsch nach Individualität und Personalisierung.



Sicherheit

Zunehmende Vernetzung birgt neue Gefahren und Risiken.



Nachhaltigkeit

Bewusstsein der Kunden bezüglich Ökonomie, Ökologie, Gesellschaft und Gesundheit nimmt zu.

Digitalisierung ist Haupttreiber der Veränderung. Die vierte industrielle Revolution schafft neues Umfeld für Wirtschaft und Gesellschaft.

Always on Gesellschaft



- > Kunden sind mobil und wollen jederzeit Zugriff auf Daten und Dienste haben
- > Verschmelzung von Privat und Geschäft

Digitalisierung



- > Menschen und Dinge werden miteinander vernetzt
- > Datenzentrische Geschäftsmodelle entstehen
- > Neue Sicherheitsanforderungen

Individualisierung



- > Kunden wollen Personalisierung von Produkten & Diensten
- > Künstliche Intelligenz optimiert Prozesse und Kundeninteraktion

Transformation



- > Netzwerk und IT werden virtualisiert
- > Branchen verändern sich fundamental
- > Neue Arbeitswelten entstehen