Zeitschrift: Comtec : Informations- und Telekommunikationstechnologie = information and telecommunication technology

Herausgeber: Swisscom

Band: 83 (2005)

Heft: 6

Artikel: Die besseren Karten im Konkurrenzkampf

Autor: Sellin. Rüdiger

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-877155

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 15.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Die besseren Karten im Konkurrenzkampf

Seit über sechs Jahren bekleidet Jens Alder einen der verantwortungsvollsten Posten der Schweizer Wirtschaft. Als CEO von Swisscom muss er sich tagtäglich der Herausforderung stellen, die auf dem liberalisierten Telekommunikationsmarkt herrscht.

Im Interview spricht der kompetente Ingenieur und engagierte CEO über die Chancen und Gefahren neuer Technologien und die Pläne von Swisscom im In- und Ausland. Das Gespräch führte Rüdiger Sellin.

Herr Alder, Sie sind zur Jahrtausendwende als CEO der Swisscom-Gruppe angetreten. Was würden Sie im Rückblick heute anders machen?
Ich würde natürlich das, was sich im Nachhinein als Fehler herausgestellt hat, nicht mehr tun, beispielsweise die Teilnahme an der UMTS-Auktion in Deutschland. Allerdings hatten wir hier das Glück, dass andere noch mehr boten. Ich hätte rückblickend auch den Börsengang von Bluewin nicht unterstützt, wobei wir auch hier Glück hatten – die Börsenblase platzte, bevor wir mit Bluewin an die Börse gingen. Wir haben viele Entscheide allerdings auch richtig gefällt, beispielsweise einige Akquisitionen nicht getätigt, was sich als vorteilhaft herausstellte. Und wir haben eine Unternehmensstruktur aufgesetzt, die ich heute noch für sinnvoll und erfolgreich halte.

Wo sehen Sie schwergewichtig die Profile der einzelnen Gruppengesellschaften und deren Profilierung auf dem Markt?
Das Spannende ist, dass wir vor einigen Jahren recht unterschiedlich gestartet sind – um nur zwei Pole zu nennen: Swisscom Mobile als der aufstrebende, innovative und dynamische Star und Swisscom Fixnet eher als der defensive, schwere Riese. Die Grenzen verwischen sich aber immer mehr. Beide Unternehmen sind sehr innovativ, stehen aber beide unter erheblichem, kompetitivem Druck, was auch einen hohen Kostendruck zur Folge hat. Ich glaube zudem, dass beide Unternehmen von den Kunden und der Öffentlichkeit ähnlich wahrgenommen werden, was erfreulich ist und was auch die Stärke von Swisscom ausmacht. Swisscom Solutions befindet sich zurzeit in einer eher schwierigen Situation, weil der Markt ein Preisniveau hat, das sich nach meiner Einschätzung langfristig nicht halten lässt. Der Kampf ist geprägt von Unternehmen, die existenziell um Aufträge kämpfen oder kurzfristig versuchen, mit einem Preisniveau, das nicht nachhaltig ist, zu konkurrenzieren. Das führt dazu, dass Solutions keine genügende Profitabilität erwirtschaften kann. Wir haben aber trotzdem entschieden, uns dem Konkurrenzkampf zu stellen und den Marktanteil zu verteidigen. Ich denke auch, dass Solutions vom Leistungsangebot her wettbewerbsfähig ist. Swisscom IT Services hat eine schwierige Geschichte mit Restrukturierungen hinter sich. Wir mussten die Kosten auf das Marktniveau senken und die Strategie anpassen. IT Services ist aber ein Unternehmen, auf das wir sehr stolz sind. Wir haben unsere Position gefunden, die Firma wächst, insbesondere im Drittmarkt, was erfreulich ist. Swisscom Broadcast mutiert von einem «Quasi-Anhängsel» zu einem Kerngeschäft, einerseits durch die Digitalisierung, andererseits durch neue Möglichkeiten im DVB-H-Bereich. Broadcast ist zudem ein Unternehmen, das eine Akquisition im Ausland getätigt hat, auch wenn dies heute erst eine kleine Speerspitze ist.

Die Zusammenarbeit zwischen den Gruppengesellschaften im Bereich Konvergenz hat bis heute nur wenige gemeinsame Produkte hervorgebracht. Welche Angebote darf der Markt demnächst erwarten?
Das prominenteste ist wahrscheinlich die Fix-Mobile-Konvergenz. Vorher möchte ich aber auf die Telco-IT-Konvergenz eintreten. Ich denke dabei an unsere Angebote für IP-Telefonie für Geschäftskunden, in diesem Gebiet ist die Konvergenz total. Zudem haben wir gemeinsame Angebote von Solutions und IT Services im Bereich Desktop Communication. Die Konvergenz ist längstens eine Tatsache geworden und weitet sich noch aus. Die Fix-Mobile-Konvergenz ist tatsächlich schmaler. Hier verfolgen wir eine langfristige Vision, bei der sich der Kunde sein Endgerät unabhängig vom Netz wählt. Das reicht vom gewöhnlichen Natel über Palmtops bis hin zu Laptops. Swisscom stellt sicher, dass diese Geräte überall am günstigsten und am effizientesten funktionieren – unterwegs auf den Netzen von Swisscom Mobile, im Büro auf Netzen der Unternehmensinfrastruktur und daheim beispielsweise über die DSL-Infrastruktur. Das ist die langfristige Vision, und das bedeutet, dass wir erstens die Netzarchitektur von Fix- und Mobilnetzen gemeinsam entwickeln und dass wir zweitens zukünftige Serviceplattformen nur noch gemeinsam aufsetzen. Dadurch kann auf Dienste des Mobilfunknetzes vom Festnetz her zugegriffen werden und umgekehrt. Diese Vision wird dem Kunden vermutlich den meisten Nutzen bringen, ist aber eine langfristige Evolution. Unsere Kunden können heute die mobile Combox vom Festnetz aus anrufen und SMS zwischen Mobil- und Festnetz austauschen.

«Wir haben den Willen und die Kapazität, eine Investition im Ausland zu tätigen, aber nicht um jeden Preis.»

Es wird immer wieder davon gesprochen, dass Swisscom Mobile und Fixnet – analog zur Fusion von Enterprise Solutions und Systems – bald zusammengefasst werden. Sind diese beiden Firmen – Fixnet mit beinahe hundertjähriger Tradition, Mobile mit junger und ausgesprochen dynamischer Vergangenheit – für wirksame Synergien nicht zu verschieden?
Die Organisation folgt der Strategie und diese folgt den Kundenbedürfnissen am Markt. Wenn wir eine Strategie haben, bei der eine Zusammenlegung sinnvoll ist, dann legen wir Organisationen zusammen. Dann müssten wir aber mit unterschiedlichen Kulturen umgehen können. Ich bin heute der Meinung, dass eine Fusion von Mobile und Fixnet weder effizient noch sinnvoll ist. Es gibt zwar immer wieder Synergien zwischen Gesellschaften, aber die Märkte sind zu verschieden, sodass ich mir von dieser Massnahme keinen Nutzen verspreche. Kooperationen unter einem gemeinsamen Dach, wie die bereits erwähnten gemeinsamen Serviceplattformen, steht überhaupt nichts im Weg.

Bei der letzten Frage stellt sich auch die Frage nach der Minderheitsbeteiligung von Vodafone an Swisscom Mobile, die einer Fusion mit Fixnet wohl eher entgegensteht. Wie schätzen Sie den Nutzen dieser Zusammenarbeit ein?
Die Beteiligung von Vodafone ist klar eine Erfolgsgeschichte und ist auf den expliziten Wunsch von Swisscom zurückzuführen. Wir wollten den Zugang zu den globalen Skalen- und noch mehr zu den Scope-Effekten einer Vodafone erhalten, was durch einen mittlerweile unbefristeten Zusammenarbeitsvertrag geregelt und durch eine Kapitalbeteiligung untermauert ist. Die strategischen Überlegungen aus dem Jahr 2000 gelten auch heute noch, was in der heutigen schnelllebigen Wirtschaftswelt fast ein Wunder ist. Darüber hinaus konnten wir aber eine ganze Reihe operativer Synergien gewinnen, an die wir damals noch gar nicht gedacht haben – angefangen vom Einkauf, über Entwicklungen bis hin zu kommerziellen Vereinbarungen. Es handelt sich übrigens um eine Erfolgsgeschichte für beide Seiten, wie mir Vodafone immer wieder bestätigt.

Seit Ihrem Eintritt hat sich der Wettbewerb deutlich verstärkt und die Preise stehen unter hohem Druck, auch in der Mobilkommunikation. Ist der fortgesetzte Stellenabbau die einzige Möglichkeit zur Sicherstellung der Profitabilität?
Profitabilität heisst in erster Linie, dass Swisscom ein kompetitives Angebot zur Verfügung stellt. Das hat erstens viel mit Innovation und erstklassigem Kundenservice zu tun. Wenn das Unternehmen Swisscom zweitens nicht wachsen kann, weil der Preiszerfall schneller als das Wachstum neuer Gebiete ist, besteht ein spezieller Zwang zur Effizienzsteigerung. Sie ist wiederum ein innovativer Prozess, weil wir lernen müssen, bei tieferen Kosten die gleiche Leistung bei gleicher Qualität zu erbringen. Das Ergebnis ist dann die Profitabilität. Ich stelle fest, dass es uns gelungen ist, diese zu halten. Ich bin aber der Meinung, dass die Herausforderungen der nächsten Jahre ungleich grösser sein werden.

Merkwürdig ist, dass die Börse die finanziell gesunde Situation von Swisscom sowie den wiederholt durchgeführten Aktienrückkauf offenbar nicht honoriert. Liegt dies am Image eines ehemaligen Bundesbetriebs oder an der generellen Zurückhaltung bei Technologiewerten?
Zunächst müssen wir die lang- und die kurzfristige Entwicklung der Börse unterscheiden. Wenn wir uns insbe-

«Ich bin der Ansicht, dass Swisscom aus langfristigen Überlegungen eine attraktive Investition ist.»

sondere die langfristige Bewertung von Swisscom anschauen, dann sind wir eines der höchstbewerteten Telekomunternehmen – immer relativ zum Wert und zur Grösse der Firma. Dann gibt es aber auch ein taktisches Element. Aktien anderer Firmen, die in den letzten Jahren gelitten haben, sind jetzt verhältnismässig günstig bewertet. Die Portfoliomanager überlegen sich nun, ob sie die Anteile an hoch bewerteten Unternehmen abziehen sollen, was konsequenterweise zu einer geringeren Nachfrage nach diesen Titeln führt. Ich bin aber der Ansicht, dass Swisscom aus langfristigen Überlegungen eine attraktive Investition ist – auch wegen der hohen Aktienrendite in Form von Dividenden und/oder Aktienrückkäufen, was zu jährlichen Ausschüttungen in Höhe von 5 bis 10% an unsere Aktionäre führt. Wir könnten es aber noch besser machen, wenn wir es fertig bringen, unser Asset in Form der schuldenfreien Bilanz optimaler einzusetzen, zum Beispiel mit Erhöhung des Cash Flow durch Zukauf eines ausländischen Unternehmens.

Die technologische Entwicklung verläuft in immer kürzeren Zyklen. Der Trend zur Gratistelefonie via Internet hat den Festnetzbereich bereits erfasst. Ein mobiles Voice-over-IP (VoIP) ist zumindest in Wireless LANs heute schon möglich. Welchen Einfluss haben diese Entwicklungen auf die Organisation, die Ertragsstruktur und die Geschäftsfelder von Swisscom?

Über die Organisation kann ich nichts sagen, das wird sich dann ergeben. Bei der Ertragsstruktur gibt es einen hohen Druck auf Umsatz und Ertrag, weil wir immer noch zu einem guten Teil vom Verkauf von Telefonminuten leben, sei es im Fest- oder Mobilnetz. Ich bin überzeugt, dass dies eines Tages vollständig verschwinden wird, nicht nächstes Jahr, aber in zehn Jahren wird es Geschichte sein. Das bedeutet, dass wir lernen müssen, mit anderen Ertragsströmen zu leben, die nicht mehr auf Telefonminuten basieren. Das ist eine grosse unternehmerische Herausforderung. Auf der anderen Seite sind wir gut positioniert, weil es auch für VoIP Netzzugänge braucht. Hier verfügt Swisscom mit Abstand über die höchste Abdeckung. Wir sind eine Qualitätsmarke und haben auch die höchste Netzkapazität im Vergleich zur Konkurrenz. Und wir setzen auf die Konvergenzkarte zwischen Fix und Mobil. Faktisch findet mit VoIP eine Entbündlung statt, die unabhängig von der Regulierung ist. Nach oben hin gibt es eine IP-Schnittstelle und unten läuft ein Infrastrukturwettbewerb ab. Schade ist nur, dass weder der Regulator noch die Politik dies als solches anerkennen.

Die noch zu Zeiten der Telecom PTT vollzogenen Beteiligungen an diversen Telekomunternehmen in Asien und Osteuropa sowie an Unisource haben rein finanziell betrachtet nur hohe Verluste gebracht. Auch die Beteiligung an Debitel wurde wieder abgestossen. Wurden Konsequenzen aus diesen Engagements gezogen, und was hat man aus ihnen gelernt?

Man hat viel daraus gelernt. Salopp gesagt wird die nächste Akquisition alle Fehleinschätzungen der Vergangenheit berücksichtigen. Ich kann nicht ausschliessen, dass wir nicht andere Fehler machen, denn das Motto ist ganz einfach: Grossinvestitionen haben grosse Risiken. Die Vergangenheit hat gezeigt, dass Grossinvestitionen in einem dynamischen Markt schwierig sind. Sie basieren auf langfristigen Rechnungen, woraus sich ein hohes Fehlerpotenzial ergibt. Auf der anderen Seite haben wir gelernt, dass regionale, festnetzbasierte Voice-Geschäftsmodelle nicht funktionieren und dass Investitionen in mobile Netze fernab unserer Heimat hohe Risiken beinhalten. In Asien gibt es beispielsweise ein anderes Rechtsverständnis. Zudem mussten wir lernen, dass Minderheitsbeteilungen keine strategische Erfolgspositionen sind. Auch Investitionen in völlig fremde Geschäftsmodelle wie bei Debitel haben ein kleines Synergiepotenzial. Insgesamt fühle ich mich wohl mit seit Jahren unveränderten Akquisitionskriterien, was

dazu geführt hat, dass wir in der jüngeren Vergangenheit meist Nein gesagt haben – genau aus diesen Erfahrungen heraus.

Wie beurteilen Sie die künftige Entwicklung der Swisscom-Gruppe im Ausland?
Wir haben den Willen und die Kapazität, eine Investition im Ausland zu tätigen, aber nicht um jeden Preis. Es muss für Swisscom vor allem finanziell Sinn machen. Dies hat zwei Komponenten: Einerseits muss der Preis nach unserer Rechnung vernünftig sein, anderseits müssen wir industrielle Werte schaffen können. Ich nenne hier nur zwei Beispiele: Letztes Jahr waren wir der Meinung, gemeinsam mit Telekom Austria erfolgreich in Zentral- und Osteuropa expandieren zu können. Der grösste Minderheitsaktionär, die österreichische Regierung, hat dann aber aus politischen Überlegungen beschlossen, nicht zu verkaufen. Das ist ökonomisch gesehen schade für beide Unternehmen, politisch ist dies aber verständlich. Das wäre in der Schweiz nicht anders gewesen. Tschechien war ein anderer Fall, weil hier ein anderer Käufer einfach mehr Geld geboten hat. Wir haben den Kaufpreis anders berechnet und wollten ihn daher nicht weiter erhöhen. Wir werden auch in Zukunft alle Opportunitäten realisieren, die sich bieten, aber nur zu einem bestimmten Preis und immer mit der Massgabe, industrielle Werte schaffen zu können. In Tschechien hätten wir die Entwicklung aufgrund unseres jahrelangen Vorsprungs beschleunigen können – dies als Unterschied zu einem rein finanziellen Investor.

Warum wurde die frühere Beteiligung von 27% am tschechischen Provider Cesky Telecom zuerst abgestossen, um dann später wieder konkretes Interesse an einem Aktienpaket zu zeigen?
Dies ist rückblickend beurteilt ärgerlich, aber aus der Situation heraus entstanden. Wir hatten ja gemeinsam mit KPN Telecom eine Minderheitsbeteilung von 27%. KPN wollte verkaufen und wir hätten unsere gemeinsamen Minderheitsrechte verloren. Das wäre eine enorme Wertminderung gewesen. Ausserdem befanden wir uns zu dem Zeitpunkt bereits in Gesprächen rund um die Telekom Austria, die wir als attraktiver ansahen. Ob es mit Cesky Telecom überhaupt funktioniert hätte, steht auf einem anderen Blatt.

Sie sprechen gerne von einer Überregulierung des Schweizer Telekommarkts. Die ganze Schweiz profitiert einerseits vom hohen Niveau der Telekomversorgung, andererseits scheinen aber die Mitbewerber und die Politik nichts zu unterlassen, um die unternehmerische Tätigkeit von Swisscom einzuschränken. Was ärgert Sie hier zurzeit am meisten, und wie gedenken Sie zu reagieren?
Was mich am meisten ärgert ist, dass man von Liberalisierung redet und das Gegenteil macht. Wenn ich die Tendenz im Parlament betrachte, dann redet man zwar von mehr Liberalisierung, tatsächlich gibt man aber den Behörden mehr Kompetenzen für weitere Eingriffe. Das ist alles andere als Liberalisierung, das ist vielmehr staatliche Planwirtschaft. Was gedenken wir dagegen zu machen? Es ist unsere Verantwortung, sämtliche Entscheidungsträger auf die Konsequenzen ihres Tuns aufmerksam zu machen. Wir müssen beispielsweise aufzeigen, dass die Swisscom AG weniger investieren kann, weil sie börsenkotiert und ein betriebswirtschaftlich geführtes Unternehmen ist. Der Anreiz für Investitionen in Randregionen sinkt mit jeder weiteren Regulierung, und das hat insbesondere für diese Gebiete negative Konsequenzen. Wenn dann trotzdem mehr Regulierung kommt, dann haben die Entscheidungsträger wenigstens «en connaissance de cause» entschieden.

Existiert in der Schweiz überhaupt noch Wachstumspotenzial für die Telekommunikation? Eigentlich werden seit Jahren doch nur Marktanteile verschoben ...
Der Schweizer Telekommunikationsmarkt erzielte ein gewisses Wachstum, aber jetzt ist er nicht nur stagnierend, sondern leicht rückläufig. Es gibt zwar ein Volumenzuwachs, aber der Preiszerfall ist schneller. Das führt summa summarum eher zu einem schrumpfenden Geschäft. Ich sehe da kein Wachstumspotenzial.

Swisscom Fixnet musste die kommerzielle Einführung des Triple-Play-Angebots mit Voice/Internet/Fernsehen auf 2006 verschieben. Wie ist der Stand der Arbeiten heute, und wie hoch schätzen Sie das Interesse des Markts daran ein?
Es ist in der Tat ärgerlich, dass wir unser volles Triple-Play mit Bluewin-TV verschieben mussten. Das Produkt war einfach nicht marktreif oder konkurrenzfähig. Wir haben einen Ruf zu verlieren und können nur erstklassige Produkte auf den Markt bringen. Wir sind aber überzeugt, dass es nächstes Jahr klappen wird. Ende dieses Jahres folgt zunächst ein interner Launch, um Erfahrungen im Massen-Rollout zu gewinnen. Zum Interesse des Markts: Es wartet niemand auf uns. Wir wollen unseren Hauptkonkurrenten, den Kabelfernseh-Netzbetreibern, die bereits ein volles Triple-Play haben, Paroli bieten können. Und wir wollen in einem völlig neuen Umfeld, dem Kabelfernsehgeschäft, Erfolg haben. Da werden wir sicher noch viele Enttäuschungen erleben. Auf der anderen Seite glaube ich, dass wir mit der getroffenen Wahl – VDSL-2 als Zugangsnetztechnologie und MPEG-4 als Kodierung mit Ausbaufähigkeit auf HDTV – längerfristig die besseren Karten im Konkurrenzkampf haben. Zwischenzeitlich wird es für uns als Newcomer aber noch hart werden.

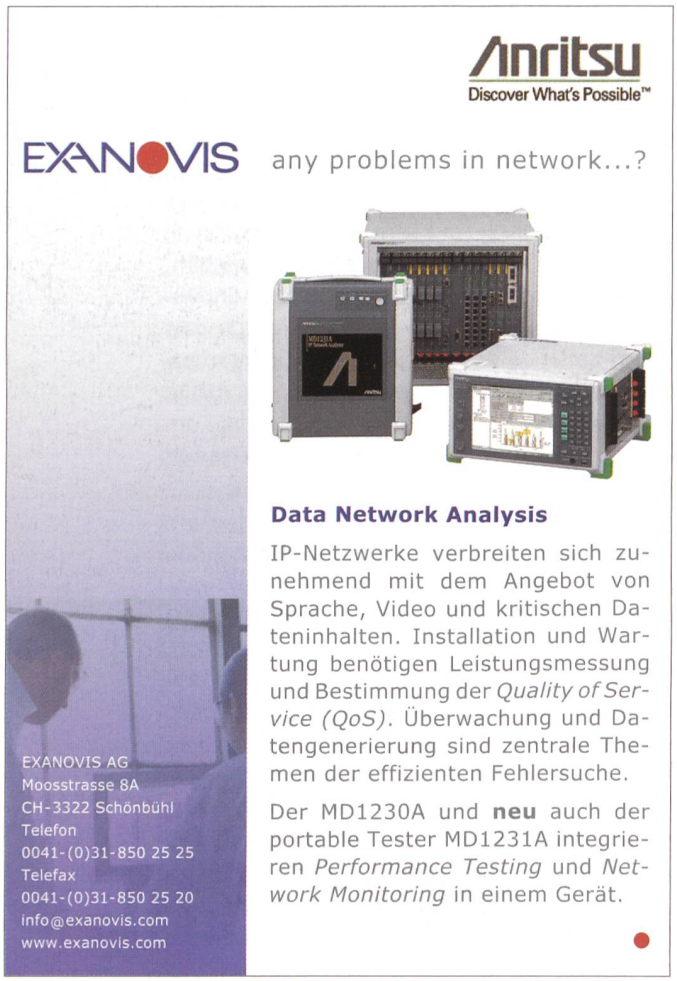
Swisscom unterhält eine eigene Einheit für Innovationsforschung – eine deutliche Abgrenzung von den Mitbewerbern; aber ist es auch ein Wettbewerbsvorteil?
Selbstverständlich ist das ein Wettbewerbsvorteil, weil von Swisscom Innovations Ideen, Konzepte und Prototypen kommen, die andere nicht haben. Und wir haben eine ganze Reihe von namhaften Innovationen. Wir sind Pioniere in der Wireless-LAN-Technologie, was letztlich zur Gründung von Swisscom Eurospot führte. Zudem konnte Swisscom Mobile früh einen kommerziellen Dienst anbieten. Oder ich denke an «Mobile Unlimited», eine Technologie, die zusammen mit Swisscom Mobile entwickelt wurde. «Mobile Unlimited» gibt unseren Kunden einen Seamless

Access. Das sind nur zwei Beispiele von vielen, die ich für entscheidend halte. Innovations ist für Swisscom von strategischer Bedeutung.

Welche Wechselwirkung besteht zwischen der Schweizer Gesellschaft und Swisscom? Wie wird Swisscom im Spannungsfeld zwischen kostenintensiver Innovation und notwendigen Entlassungen wegen Kostendruck wahrgenommen?

Ich denke schon, dass das Management von Swisscom eine spezielle Verantwortung hat, auch weil eine Mehrheit unserer Firma dem Bund gehört. Wenn wir etwas schlecht oder gut machen, hat das auch schlechte oder gute Auswirkungen auf den Bund. Ausserdem sind wir der achtgrösste Arbeitgeber in der Schweiz, das hat Breitenwirkung. Nicht zuletzt haben wir durch unsere über hundertjährige Geschichte und über die Bundesbeteiligung eine besondere Perzeption in der Bevölkerung, wir sind «ihr» Unternehmen. Swisscom hat auch aufgrund der Infrastruktur eine Schlüsselstellung in der Schweizer Volkswirtschaft. Wir versuchen, die Verantwortung wahrzunehmen, in dem wir uns zum einen als Qualitätsunternehmen positionieren. Für die Volkswirtschaft müssen wir das sein. Zum anderen müssen wir auch über Kostensenkungen die Effizienz steigern, was leider einen Stellenabbau zur Folge hat. Wir setzen aber alles daran, den Betroffenen eine neue Perspektive zu geben und betreuen sie dazu sehr intensiv. Gegen 90% der vom Stellenabbau Betroffenen müssen darum gar keine Arbeitslosenhilfe beziehen, was eine ausserordenliche hohe Erfolgsquote ist. Die Massnahmen kosten uns zwar viel Geld, aber wir sind der Meinung, dass es so richtig ist. Zudem unternehmen wir Aktionen, die Signalwirkung haben. Ich denke an die Initiative «Schulen ans Internet» bis hin zu zwei Wochen Vaterschaftsurlaub, der symbolisch ist, weil er uns nur 0,1% von der Lohnsumme kostet. Gleichwohl hat es einen Riesenwirbel ausgelöst. Das sind kleine Sachen, die aber Signale setzen. Gerade weil wir als Firma sichtbar sind, müssen wir sorgfältig mit unserem Unternehmen umgehen. Ich betrachte das als eine Verpflichtung. ■

Jens Alder, dipl. Elektroingenieur ETH, setzte seine Studien am renommierten Institut INSEAD, Fontainebleau, in Frankreich fort und schloss sie mit einem Master of Business Administration ab. Von 1982 bis 1998 war er mit Ausnahme von zwei Jahren zuerst als Entwicklungsingenieur für Glasfasersysteme und danach in verschiedenen Positionen im Produktmanagement und internationalen Verkauf bei Alcatel tätig. 1996 wurde er zum General Manager für den Telecom-Bereich in der Schweiz ernannt. In den zwei Jahren (1991 bis 1993), in denen er nicht für Alcatel tätig war, leitete er das Kabelfernsehgeschäft der Motor-Columbus AG in der Schweiz und in Frankreich. Jens Alder trat am 1. April 1998 bei Swisscom ein. Bis Ende 1999 leitete er als Mitglied der Konzernleitung den Bereich drahtgebundene Netze. Seit dem 16. Dezember 1999 ist Jens Alder Chief Executive Officer (CEO) von Swisscom.



Jetzt können Sie auch Zuhause und unterwegs arbeiten wie im Büro – mit unseren **speziell für KMUs entwickelten standardisierten Datenlösungen.** Diese reichen vom sicheren und zuverlässigen Internetzugang und der Kombination von mehreren lokalen Netzwerken zu einem einheitlichen Firmennetz bis hin zur Einbindung von Arbeitsplätzen mobiler Mitarbeiter. So haben Sie über das Internet **überall und jederzeit sicheren Fernzugriff auf all Ihre Firmendaten.** Mehr Informationen über die Möglichkeiten von **DSL Professionell** und **VPN Professionell** erhalten Sie unter der **Gratisnummer 0800 800 800,** bei Ihrem **Swisscom Partner** in der Nähe und im Internet unter **www.swisscom-fixnet.ch/kmu**
Entscheiden Sie sich jetzt! Denn **bis zum 31.12.2005** offerieren wir Ihnen attraktive Sonderangebote.

Jetzt hat Daniel Beck via Internet überall sicheren Zugriff auf seine Firmendaten.

Jetzt auch mit symmetrischen Bandbreiten (SDSL): DSL Professionell und VPN Professionell

swisscom fixnet
Einfach verbunden.