

Ziele-Tabelle

Die wichtigsten Kennwerte der Nachhaltigkeitsziele von Swisscom

Schwerpunkt der Nachhaltigkeitsstrategie	Wert 2021	Ziel 2025	Richtwert 2022
Bereit für die Menschen			
Hauptziel: Bis spätestens 2025 unterstützen wir jährlich zwei Millionen Menschen in der Nutzung digitaler Medien (GRI 416-1, SDG 4)		2'000'000	
Kurse zur Sensibilisierung (Schüler, Eltern, Lehrpersonen, Erwachsene). Technische Hilfsmittel (Jugendschutz-PIN bei Swisscom TV, Filtersoftware kinderspezifische Abos). Medienarbeit (Publikationen, Social Media, Ratgeber).			
KPI: Förderung der Medienkompetenz	256'829	350'000	275'000
KPI: Schulung Mediennutzung	1'094'451	1'273'000	1'000'000
KPI: Technische Massnahmen Jugendmedienschutz	108'716	158'000	125'000
KPI: Digital shift	180'285	230'000	185'000
Massnahmen 2022:			
<ul style="list-style-type: none"> • Web-Portal für Themen rund um kompetente Mediennutzung (Point of Entry). • Kursangebot für Berufstätige und Unternehmen (Digitale Fitness im Beruf). • Substanzieller Ausbau der Online-Schulungsinhalte (synchron/asynchron) für div. Zielgruppen. 			
Arbeitsbedingungen in den Lieferketten verbessern (GRI 204, GRI 414, GRI 408, GRI 409, SDG 8)			
Die Arbeitsbedingungen der Mitarbeitenden in unseren Lieferketten verbessern wir, indem wir uns konsequent für die Einhaltung sozialer und ökologischer Standards bei unseren Lieferpartnern einsetzen und die Einhaltung durch Audits überprüfen. Anzahl Audits mal Anzahl Mitarbeitende in den auditierten Fabriken im betreffenden Jahr im JAC-Verbund. JAC = Joint Audit Cooperation.			
KPI: Anzahl Mitarbeitende bei Lieferanten in den auditierten Fabriken im betreffenden Jahr im JAC-Verbund.	128'733	150'000	135'000
Massnahmen 2022:			
<ul style="list-style-type: none"> • Durchführung JAC Audit Campaign (onsite audits, mobile surveys); Fokus kritische Warengruppen und basierend auf SCRM (Supply Chain Risk Management)-Konzept. • Fokus Task Force JAC Human Rights (Child Labour, Forced Labour). 			
Diversity (GRI 405-1, SDG 5)			
Erhöhung der Diversity unter den Mitarbeitenden, gemessen an Geschlechterverteilung, Altersdurchmischung, Inclusion sowie Herkunft und Sprache.			
KPI: Anteile von Frauen im Management (Kaderstufen A – C) in Headcount (HC)¹	13,6%	15,4%	13,9%
KPI: Anteile von Frauen im Management (Kaderstufen A – C) und obersten GAV-Stufen (D und E) in Headcount (HC), Steigerung jährlich um 1,0 Prozentpunkte.	17,6%		18,6%
KPI: Mitarbeitende mit gesundheitlichen Leistungsbeeinträchtigungen in Prozent (Inclusion).	1,1%		1,0%
Massnahmen 2022:			
<ul style="list-style-type: none"> • Die Förderung flexibler Arbeitsmodelle für Frauen und Männer wird weitergeführt. • Die Förderung der Diversität mit zusätzlichen, geschäftsbereichsspezifischen Massnahmen wird ebenfalls weitergeführt. • Stellenausschreibungen werden mehrheitlich mit einem Beschäftigungsgrad für 60 – 100% ausgeschrieben. 			
Arbeitsstress und Resilienz (GRI 403-1, SDG 3)			
Absenzenquote halten oder senken gegenüber dem Vorjahr.			
KPI: Absenzen in Tagen/Solltage (gewichtet nach FTE) * 100 Die Solltage ergeben sich aus der Standardarbeitszeit.	2,80%		2,8%
Massnahmen 2022:			
<ul style="list-style-type: none"> • Fortsetzung der Massnahmen von 2021: Psychische Gesundheit mit den Ausbildungen als «Mental Health First Aid» Trainer und «Stress & Resilienz» Trainer sowie Leadership-Ausbildung in Präsenzmanagement. • Proaktive Beratung der Führungskräfte mittels Datenanalysen. • Angebote verstärkt via Online-Kanäle (zeit- und ortsunabhängig) zur Steigerung der Durchdringung. 			

¹ Dieses Ziel wurde 2021 zusätzlich als KPI aufgenommen. Der Wert per 31.12.2020 war 12,9%.

Schwerpunkt der Nachhaltigkeitsstrategie	Wert 2021	Ziel 2025	Richtwert 2022
Bereit für die Umwelt			
Netto-Null-Ziel: CO₂-Ausstoss aus dem Betrieb und in der Lieferkette bis 2025 auf 235'000 Tonnen begrenzen (GRI 305-5, SDG 7)		235'000	
Im Schweizer Geschäft werden wir bis 2025 über die gesamte Wertschöpfungskette vollständig klimaneutral sein. Die betrieblichen CO ₂ -Emissionen (Scope 1, 2 und 3) werden gegenüber 1990 um über 90% gesenkt. Die verbleibenden, nicht vermeidbaren Emissionen werden ab 2025 kompensiert.			
KPI: CO ₂ -Ausstoss Scope 1 (Gebäude und Fahrzeuge, ohne Kältemittel)	14'429		12'300
KPI: CO ₂ -Ausstoss Scope 2 (Elektrizität, Fernwärme, kompensiert)	0		0
KPI: CO ₂ -Ausstoss Scope 3 (Lieferkette, Mobilität Mitarbeitender etc.)	275'962		274'100
Massnahmen 2022:			
<ul style="list-style-type: none"> • Sanierung von Gebäuden und Heizungen, Ersatz fossil befeuerter Heizungen durch Wärmepumpen. • Elektrifizierung der Fahrzeugflotte und Einsatz von hybriden Antrieben. • Vereinbarungen mit A-Lieferanten. • Förderung der Teilnahme von Lieferanten am Carbon Disclosure Project (CDP), individueller Lieferantendialog. 			
Positiver CO₂-Beitrag: Reduktion CO₂-Ausstoss um jährlich 1 Mio. Tonnen bis 2025 (GRI 305-5, SDG 7)		1'000'000	
Zusammen mit den Kunden soll der CO ₂ -Ausstoss jährlich um 1 Mio. Tonnen reduziert werden. Dies entspricht rund 2% der Treibhausgasemissionen der Schweiz. Diese Einsparungen erreichen wir, indem wir unsere Kunden befähigen, dank unseres nachhaltigen Portfolios ihren eigenen CO ₂ -Fussabdruck zu verkleinern.			
KPI: CO ₂ -Einsparung in Tonnen	892'812		734'000
Massnahmen 2022:			
<ul style="list-style-type: none"> • Reduktion von Verkehr durch die Förderung von Homeoffice und virtuelle Konferenzen. • Reduktion von Verkehr durch die Förderung von Fernwartungen und -bedienungen dank Sensoren (IoT-Lösungen). • Reduktion des CO₂-Ausstosses von Gebäuden durch die Optimierung von Heizungen und Stromversorgung dank Sensoren (IoT-Lösungen). • Reduktion von Treibhausgasen durch datenbasierte Tools für die Dekarbonisierung von Unternehmen (Treibhausgasinventar, Mobilitätsdaten, Swiss Climate Challenge). • Investitionen in und Förderung von Startups mit Lösungen für die Reduktion von Treibhausgasen. 			
Bereit für die Schweiz			
Hauptziel: Abdeckung der Schweiz mit fixem Ultrabreitband als Voraussetzung für die Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz (GRI 203, SDG 9)			
Höhere Bandbreiten durch Modernisierung des bestehenden Netzes und den Ausbau der Glasfaserabdeckung bis in die Wohnungen und Geschäfte (FTTH).			
KPI: 30–40% Abdeckungsgrad Festnetz von Wohnungen und Geschäften mit Ultrabreitband zwischen 300 und 500 Mbit/s durch Modernisierung des bestehenden Netzes. Basis 5,3 Mio. Wohnungen und Geschäfte Schweiz (Swisscom Inventar).	65,8%	30–40%	n/a
KPI: 50–60% Abdeckungsgrad von Wohnungen und Geschäften mit Ultrabreitband von 10 Gbit/s durch Ausbau Glasfaser (FTTH). Basis 5,3 Mio. Wohnungen und Geschäfte Schweiz (Swisscom Inventar).	32,9%	50–60%	44% ²
Massnahmen 2022:			
<ul style="list-style-type: none"> • Kontinuierlicher Netzausbau in Schweizer Gemeinden. 			
2. Unter der Voraussetzung, dass Swisscom das FTTH-Netz in der Punkt-zu-Multipunkt-Architektur (Point-to-Multipoint / P2MP) ausbauen kann.			