

Ziele-Tabelle

Die wichtigsten Kennwerte der Nachhaltigkeitsziele von Swisscom

Schwerpunkt der Nachhaltigkeitsstrategie	Wert 2019	Ziel 2025	Richtwert 2020
Mehr für die Umwelt			
Hauptziel: Reduktion CO₂-Ausstoss um 450'000 Tonnen bis 2025 (GRI 305-5, SDG 7)		450'000	
Zusammen mit den Kunden soll der CO ₂ Ausstoss um 450'000 Tonnen reduziert werden. Dies entspricht 1% der Treibhausgasemissionen der Schweiz.			
CO₂-Asstoss aus dem Betrieb und in der Lieferkette bis 2025 auf 400'000 Tonnen begrenzen		400'000	
Reduktion eigener Emissionen und diejenigen der Lieferkette (Scope 1, 2 und 3).			
KPI: CO₂-Ausstoss Scope 1 (Gebäude und Fahrzeuge, ohne Kältemittel)	16'295		14'790
KPI: CO₂-Ausstoss Scope 2 (Elektrizität, Fernwärme, kompensiert)	0		0
KPI: CO₂-Ausstoss Scope 3 (Lieferkette, Mobilität Mitarbeiter etc.)	344'524		424'769
Massnahmen 2020:			
<ul style="list-style-type: none"> • Sanierung von Gebäuden und Heizungen. Elektrifizierung der Fahrzeugflotte. • Effizienzmassnahmen zur Kühlung der Netze (Projekte Levante und Scirocco). • Förderung der Teilnahme von Lieferanten am Carbon Disclosure Project (CDP), individueller Lieferantendialog. • Messung der Mobilität der Mitarbeiter (MIP Mobility Insight Platform). 			
CO₂ Einsparung durch Kunden und Portfolio		850'000	
Einsparungen durch Portfolio mit Hilfe der Kunden und Dienstleistungen. Förderung und Entwicklung von Dienstleistungen, die den Menschen in der Schweiz einen klimafreundlichen Lebensstil ermöglichen.			
KPI: CO₂ Einsparung in Tonnen	529'665		609'143
Massnahmen 2020:			
<ul style="list-style-type: none"> • Reduktion von Verkehr durch die Förderung von Home Office, virtuelle Konferenzen und neuen Lösungen. 			

Schwerpunkt der Nachhaltigkeitsstrategie	Wert 2019	Ziel 2025	Richtwert 2020
Mehr für die Menschen			
Hauptziel: Bis 2025 unterstützt Swisscom 2 Millionen Menschen dabei, ihre digitalen Kompetenzen zu erweitern		2'000'000	
Kurse zur Sensibilisierung (Schüler, Eltern, Lehrpersonen, Erwachsenen). Technische Hilfsmittel (Jungenschutz-PIN bei Swisscom TV, Filtersoftware kinderspezifische Abos). Medienarbeit (Publikationen, Social Media, Ratgeber).			
KPI: Förderung der Medienkompetenz	482'204		
KPI: Schulung Mediennutzung	608'369		
KPI: technische Massnahmen	95'965		
KPI: Digital shift	121'712		
Massnahmen 2020:			
<ul style="list-style-type: none"> • Wahlfach eSports für Schulen. • Zielgruppengerechter Informationen für Eltern unserer jugendlicher Kunden. 			
Diversity (GRI 405-1, SDG 5, 8)			
Erhöhung der Diversity unter den Mitarbeitenden, gemessen an Geschlechterverteilung, Altersdurchmischung, Nationalitäten und Inklusion.			
KPI: Anteile von Frauen im Management und obersten GAV Stufen (Zielanpassung per 2020) Entscheid: Steigerung jährlich um 1 Prozentpunkte	15,5%		16,5%
KPI: Mitarbeitende mit gesundheitlichen Leistungsbeeinträchtigungen in Prozent (Inklusion)	0,97%		1%
Massnahmen 2020:			
<ul style="list-style-type: none"> • Förderung flexibler Arbeitsmodelle für Frauen und Männer auf allen Stufen. 			
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	2,92%		2,8%
Massnahmen 2020:			
<ul style="list-style-type: none"> • Fokusthema: psychische Gesundheit mit den Ausbildungen als «Mental Health First Aid Trainer» und «Stress & Resilienz» Trainer sowie Leadership-Ausbildung in Präsenzmanagement und Controlling mit Seismograph. 			
Faire Lieferkette			
Anzahl Audits mal Anzahl Mitarbeitende in den auditierten Fabriken. JAC = Joint Audit Cooperation.			
KPI: Anzahl Mitarbeitende bei Lieferanten in den auditierten Fabriken	300'000		-
Massnahmen 2020:			
<ul style="list-style-type: none"> • Ausbau der Audits der JAC Community, Weiterentwicklung neuer Initiativen (JAC Academy, JAC Awards), Ausbau Supplier Dev. Programm und Partnerschaft. • Intensivierung der Zusammenarbeit im Rahmen von JAC (Audits, qualitativ + quantitativ), gezieltes Self Assessment «On-Boarding». 			
Mehr für die Schweiz			
Hauptziel: Abdeckung der Schweiz mit fixem Ultrabreitband als Voraussetzung für die Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz			
Höhere Bandbreiten durch Modernisierung des bestehenden Netzes und dem Ausbau der Glasfaserabdeckung bis in die Wohnungen und Geschäfte (FTTH).			
KPI: 30% – 40% Abdeckungsgrad Festnetz von Wohnungen und Geschäften mit Ultrabreitband zwischen 300 – 500 Mbit/s durch Modernisierung des bestehenden Netzes Basis 5,2 Mio. Wohnungen und Geschäfte Schweiz (Swisscom Inventar)	21,9%	40%	-
KPI: 50% – 60% Abdeckungsgrad von Wohnungen und Geschäften mit Ultrabreitband ≤ 10 Gbit/s durch Ausbau Glasfaser (FTTH) Basis 5,2 Mio. Wohnungen und Geschäfte Schweiz (Swisscom Inventar)	29,4%	60%	-
Massnahmen 2020:			
<ul style="list-style-type: none"> • Kontinuierlicher Ausbau und Modernisierung des bestehenden Netzes. 			