



# 2014

Nachhaltigkeitsbericht

## Corporate Responsibility

Verantwortungsvoll  
die Erwartungen  
unserer Anspruchs-  
gruppen erfüllen.

# 295'000

Personen haben bisher insgesamt an den Medienkompetenz-Kursen teilgenommen.



<b>Einleitung</b>	<b>4</b> Stakeholders'-Brief <b>5</b> Nachhaltiges Umfeld <b>8</b> Wesentliche Themen <b>10</b> Über diesen Bericht <b>11</b> Leitbild
<b>Corporate-Responsibility-Strategie</b>	<b>12</b> Strategische Schwerpunkte und Ziele <b>17</b> Corporate-Responsibility-Governance und Implementierung <b>19</b> Managementansätze
<b>Energieeffizienz und Klimaschutz</b>	<b>22</b> Umfeld, Ziele und Managementansatz <b>23</b> CO <sub>2</sub> -Einsparungen bei Kunden dank Green-ICT-Diensten <b>26</b> CO <sub>2</sub> -Emissionen, Energieverbrauch und -effizienz <b>31</b> CO <sub>2</sub> -Bilanz nach Scope 1, 2 und 3 des Greenhouse Gas Protocol (GHG) <b>32</b> Weitere umweltrelevante Themen im Betrieb <b>35</b> Umweltkennzahlen Schweiz
<b>Arbeiten und Leben</b>	<b>36</b> Umfeld, Ziele und Managementansatz <b>37</b> Angebote für flexibles Arbeiten <b>38</b> Angebote im Bereich Gesundheit <b>39</b> Strahlungsarme Kommunikationstechnologien
<b>Medienkompetenz und Sicherheit</b>	<b>41</b> Umfeld, Ziele und Managementansatz <b>41</b> Datenschutz <b>42</b> Jugendmedienschutz und Förderung der Medienkompetenz <b>45</b> Initiative «Schulen ans Internet»
<b>Attraktive Arbeitgeberin</b>	<b>46</b> Umfeld, Ziele und Managementansatz <b>47</b> Personalentwicklung <b>48</b> Personalbeschaffung <b>49</b> Gesundheit und Arbeitssicherheit <b>52</b> Diversity <b>56</b> Mitarbeitende in Zahlen
<b>Faire Lieferkette</b>	<b>58</b> Umfeld, Ziele und Managementansatz <b>59</b> Lieferanten-Risikomanagement
<b>Eine vernetzte Schweiz</b>	<b>64</b> Umfeld, Ziele und Managementansatz <b>65</b> Grundversorgung <b>65</b> Netzneutralität
<b>Gesellschaftliches und kulturelles Engagement</b>	<b>66</b> Das Engagement von Swisscom
<b>Innovation und Entwicklung</b>	<b>70</b> Erfolgsfaktor «Open Innovation» <b>71</b> Spezifische Themenfelder für Innovationen <b>72</b> Laufende Innovationsprojekte
<b>Mitgliedschaften und Partnerschaften</b>	<b>73</b> Grundsätze für Mitgliedschaften und Partnerschaften <b>73</b> Mitgliedschaften und Partnerschaften
<b>SGS-Verifizierung und GRI</b>	<b>77</b> GRI Nachhaltigkeitsbericht 2014 der Swisscom AG <b>78</b> GRI-Index

# Einleitung

 Siehe unter  
[www.swisscom.ch/  
klimabericht](http://www.swisscom.ch/klimabericht)

Der Nachhaltigkeitsbericht verfolgt den Leitfaden der Global Reporting Initiative (GRI) und ist Bestandteil der Berichterstattung von Swisscom. Er behandelt die Nachhaltigkeit als unternehmerische Verantwortung von Swisscom und enthält Informationen über die Themen, die für Swisscom und ihre Anspruchsgruppen wesentlich sind. Swisscom veröffentlicht zusätzlich einen vollständigen Klimabericht nach ISO 14064.

## Stakeholders'-Brief

Liebe Leserin, lieber Leser

Swisscom will Verantwortung übernehmen: für unsere Umwelt, unsere Gesellschaft und unsere Wirtschaft – sowohl heute, wie auch morgen. Gestützt auf zahlreiche Gespräche mit Kundinnen und Kunden, mit Nichtregierungsorganisationen, Mitarbeitenden, Inverstoren, mit dem Bund, Politikerinnen und Politikern und Fachpersonen ist daraus ergänzend zu unserer Unternehmensstrategie eine Nachhaltigkeitsstrategie entstanden. Diese umfasst das Engagement von Swisscom für Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft und legt sechs Ziele fest, die wir bis 2020 in den Bereichen Klimaschutz, Arbeiten und Leben, Medienkompetenz, attraktiver Arbeitgeber, faire Lieferkette und vernetzte Schweiz erreichen wollen.

So wollen wir zum Beispiel durch die Nutzung von ICT-Diensten von Swisscom doppelt so viel CO<sub>2</sub>-Einsparungen ermöglichen, wie die Emissionen von Swisscom im Betrieb und in der gesamten Lieferkette betragen. Neben der Umwelt und dem wirtschaftlichen Ziel der Vernetzung der Schweiz geht es aber vor allem um die Menschen: Unter dem Ziel «Arbeiten und Leben» wollen wir je eine Million Kundinnen und Kunden beim mobilen Arbeiten und bei einem gesunden Lebensstil unterstützen. Im Bereich Medienkompetenz als letztes Beispiel wollen wir führende Anbieterin im Bereich Datensicherheit eine Million Menschen bei der sicheren und verantwortungsvollen Mediennutzung unterstützen. Mit unseren Engagements wollen wir langfristig zu einer prosperierenden Schweiz, zu einem achtsamen Umgang mit Mensch und Natur beitragen. «Nachhaltigkeit» ist einer der zentralen Werte unseres neuen Leitbildes. Darunter verstehen wir, ganzheitlich und vernetzt zu denken, den Unternehmenserfolg langfristig zu sichern, Verantwortung zu übernehmen und Ressourcen bewusst einzusetzen. Wir sind mit der Schweizer Gesellschaft verbunden; Menschen und ihre Beziehungen stehen bei uns im Zentrum.

Herzlich,



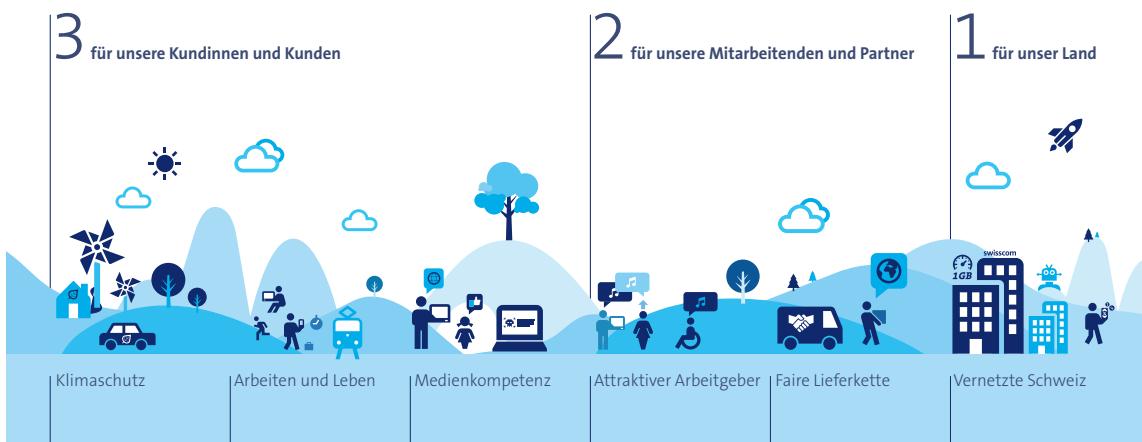
Stefan Nünlist  
Leiter Unternehmenskommunikation



Res Witschi  
Leiter Corporate Responsibility

## Nachhaltiges Umfeld

Nachhaltigkeit hat bei Swisscom einen hohen Stellenwert. Es gilt, Ressourcen schonend zu nutzen und eine diesem Anspruch gerecht werdende Kommunikation zu gewährleisten. Swisscom nimmt als nationale Infrastrukturanbieterin und dem Service Public verpflichtetes Unternehmen eine spezielle Stellung ein. Diese Stellung sowie die Erwartungen der unterschiedlichen Anspruchsgruppen – etwa der Kunden, der Mitarbeitenden sowie des Bundes in seiner Rolle als Hauptaktionär und als Gesetzgeber – stellen hinsichtlich der Nachhaltigkeit hohe Anforderungen an Swisscom. Nachhaltiges Wirtschaften und langfristige Verantwortung sind zentrale Werte, zu denen sich Swisscom bekennt. Sie kommen in der Unternehmensstrategie und dem Leitbild zum Ausdruck und werden in der Corporate-Responsibility Strategie (CR-Strategie) vertieft dargestellt. Im Berichtsjahr hat Swisscom die Integration der Corporate Responsibility, vor allem in ökologischer und sozialer Hinsicht, weiter vorangetrieben. Darüber hinaus hat Swisscom die CR-Strategie auf die italienische Tochtergesellschaft Fastweb ausgeweitet.



### Wertschöpfungskette und wesentliche Corporate-Responsibility-Aspekte

Swisscom erzielt den überwiegenden Anteil der Wertschöpfung in der Schweiz. Die Auslandsaktivitäten haben im Berichtsjahr 4% (Vorjahr 5%) zur operativen Wertschöpfung des Konzerns beigetragen. Der Lagebericht beschreibt das Geschäft von Swisscom ausführlich.

Entlang der Wertschöpfungs- und Lieferketten entstehen positive und negative Auswirkungen auf die Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft:

- > Die Bereitstellung von Konsum- und Investitionsgütern und deren Transport in die Schweiz hat ökologische Auswirkungen auf Energieverbrauch, Ressourcennutzung und CO<sub>2</sub>-Emissionen.
- > Die Bereitstellung von Infrastruktur und Telekommunikationsdiensten trägt zur Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz und Italien (Fastweb) bei.
- > Die Nutzung der Dienstleistungen von Swisscom bereichert ihre Kunden, bringt aber gewisse Herausforderungen mit sich.
- > Die Schaffung und die Aufrechterhaltung von Arbeitsstellen in der Schweiz, in Italien und innerhalb der Lieferketten beinhaltet eine soziale und volkswirtschaftliche Dimension.

Die oben identifizierten Auswirkungen auf Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft werden nach ihrer Wesentlichkeit eingestuft. Diese Einstufung erfolgt unter Einbezug der Stakeholder und macht es dadurch möglich, strategische Schwerpunkte besser zu setzen.

### Stakeholdereinbezug

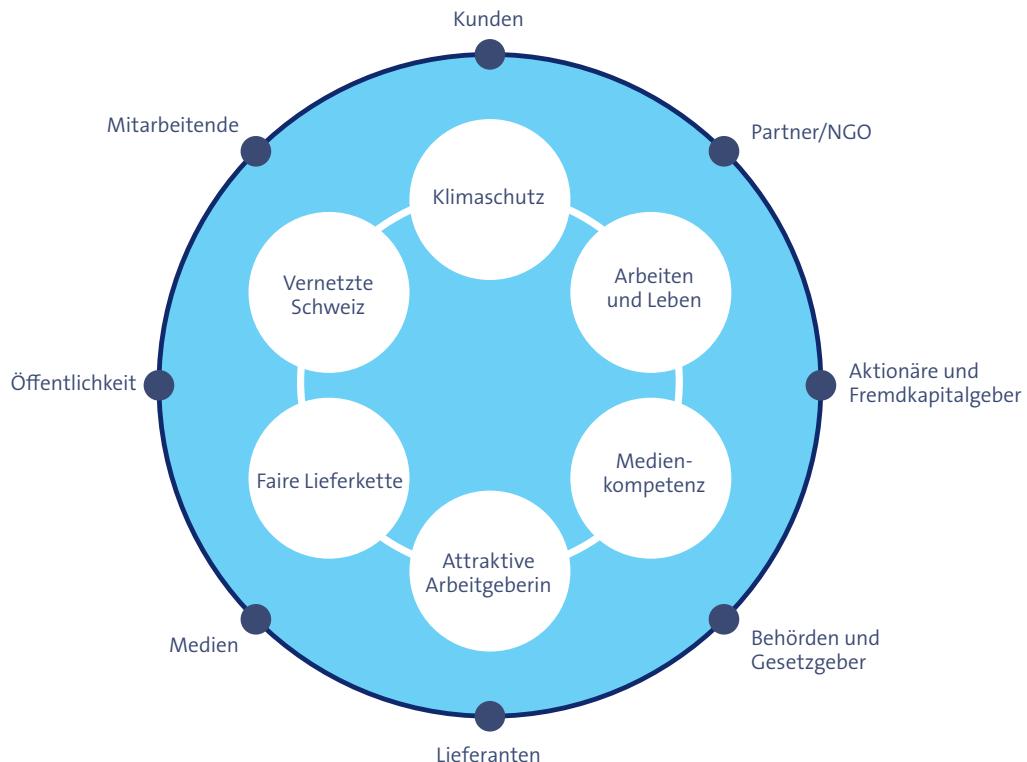
Swisscom pflegt den Dialog mit ihren wichtigsten Anspruchsgruppen. Der Austausch erfolgt auf unterschiedlichen Wegen: über elektronische Medien, telefonisch, mittels Umfragen, bei Informationsveranstaltungen oder Arbeitssitzungen, auf Roadshows und Konferenzen sowie beim Kunden zu Hause oder in den Swisscom Shops. Swisscom hat die Anliegen der Anspruchsgruppen 2014 wie

in den Jahren zuvor direkt aufgenommen, ihnen Vorrang eingeräumt und sie unter anderem in ihre CR-Strategie einbezogen. Über die Zeit verändern sich die Erwartungen der Stakeholder. Dies hat 2014 die Weiterentwicklung der neuen, bis 2020 geltenden CR-Strategie massgeblich beeinflusst. Swisscom organisiert das Management der Anspruchsgruppen dezentral, um eine grosse Nähe zu den einzelnen Anspruchsgruppen und den kontinuierlichen Kontakt zu gewährleisten. Im Rahmen der Weiterentwicklung der CR-Strategie und im Auftrag der Konzernleitung hat sie 2014 neu den CR-Executive-Dialog ins Leben gerufen. Im Rahmen dieses Dialogs tauschen sich Mitglieder der Konzernleitung zu allen sechs strategischen Zielen der Corporate Responsibility mit Führungspersonen der wichtigsten Stakeholdergruppen aus. 2014 fanden erste CR-Executive-Dialoge statt. Sie behandelten unter anderem die neue CR-Strategie, die Rolle von ICT für den Klimaschutz, flexible Arbeitsformen und Nachhaltigkeit im Bereich der Ratings und Finanzanlagen. Swisscom plant 2015 eine Befragung weiterer Stakeholder.

### Dialog mit den Anspruchsgruppen und strategische Schwerpunkte

 Siehe  
Nachhaltigkeitsbericht  
Seite 73

Der Dialog mit den Anspruchsgruppen erfolgt abhängig von der Tiefe der Beziehung sowie der Interessenlage der einzelnen Anspruchsgruppen. Nicht zuletzt entscheidet die Grösse der einzelnen Anspruchsgruppe über die Möglichkeiten des Dialogs. Eine Übersicht der Stakeholder ist im Kapitel Mitgliedschaften und Partnerschaften gegeben.



### Kunden

Swisscom befragt Privatkunden systematisch nach ihren Bedürfnissen und ihrer Zufriedenheit. So erfassen Customer- Relationship-Manager Kundenbedürfnisse direkt im Kontakt mit dem Kunden. Weiter finden regelmässig repräsentative Umfragen zur Kundenzufriedenheit statt. Diese umfassen unter anderem die Frage, in welchem Umfang die Kunden Swisscom als ein gegenüber Umwelt und Gesellschaft verantwortungsvoll handelndes Unternehmen wahrnehmen.

Unter den Geschäftskunden finden vierteljährlich Umfragen statt – darunter zu Fragen der Nachhaltigkeit. Swisscom pflegt zudem regelmässige Kontakte mit den Konsumentenverbänden aller Sprachregionen und unterhält Blogs sowie weitere Online-Diskussionsplattformen. Insgesamt ergeben die Befragungen das folgende Bild: Die Kunden erwarten eine attraktive Preisgestaltung,

 Siehe  
Lagebericht  
Seite 55

einen guten Service, Markttransparenz, ein verantwortungsvolles Marketing, eine flächendeckende Versorgung, ein stabiles Netz, strahlungsarme Kommunikationstechnologien sowie nachhaltige Produkte und Dienstleistungen.

#### Aktionäre und Fremdkapitalgeber

Zusätzlich zur jährlichen Generalversammlung pflegt Swisscom den Austausch mit ihren Aktionären an Analystenpräsentationen, Roadshows und in regelmässigen Telefonkonferenzen. Ferner unterhält Swisscom seit Jahren Kontakte zu zahlreichen Fremdkapitalgebern sowie Ratingagenturen. Die Aktionäre und Fremdkapitalgeber erwarten von Swisscom in erster Linie Stabilität, Rentabilität und Innovation.

#### Behörden/Anwohner

Swisscom pflegt mit unterschiedlichen Behörden regelmässig einen intensiven Austausch. Ein zentrales Thema ist dabei der Ausbau des Mobilfunknetzes. Mobile Datenanwendungen erfreuen sich bei den Kunden steigender Beliebtheit. Es ist dabei offenkundig, dass der Mobilfunk zwar genutzt und geschätzt, der Ausbau der dafür erforderlichen Infrastruktur jedoch nicht immer akzeptiert wird.

Beim Netzausbau führen divergierende Interessen zu Spannungen. Swisscom führt seit Jahren einen Dialog mit Anwohnern und Gemeindebehörden über die Netzplanung. Dieser Dialog bietet bei Bauvorhaben den Betroffenen die Gelegenheit, geeignete Alternativstandorte vorzuschlagen. Ebenso pflegt Swisscom zu weiteren Themen und bei anderen Gelegenheiten den regelmässigen Austausch mit Behörden; so etwa im Rahmen des jährlich durchgeführten Zweitägesseminars «Schulen ans Internet», zu dem die ICT-Verantwortlichen der kantonalen Erziehungsdirektionen eingeladen sind. Dabei erwartet die Anspruchsgruppe der Behörden, dass Swisscom ihre Verantwortung gegenüber der Öffentlichkeit und besonders gegenüber den Jugendlichen entschieden wahrnimmt.

#### Gesetzgeber

Swisscom setzt sich mit politisch und regulatorisch relevanten Themen auseinander. Sie vertritt dabei ihre Interessen gegenüber politischen Parteien, Behörden und Verbänden. Der Gesetzgeber fordert von Swisscom Regeltreue (Compliance), eine flächendeckende Net zabdeckung und die Technologieführerschaft ein.

#### Lieferanten

Die Beschaffungsorganisationen von Swisscom setzen sich regelmässig mit Lieferanten und Lieferantenbeziehungen auseinander. Sie analysieren Bewertungsresultate, formulieren Zielvereinbarungen und prüfen die Leistungserfüllung. Einmal jährlich treffen sich die Beschaffungsorganisationen am Key Supplier Day mit ihren wichtigsten Lieferanten. Im Zentrum stehen dabei die Risikoverminderung und die Verantwortung in der Lieferkette. Für den Dialog mit globalen Lieferanten setzt Swisscom zusätzlich auf internationale Branchenkooperationen.

#### Medien

Swisscom pflegt einen intensiven Austausch mit Medienschaffenden während sieben Tagen in der Woche. Die Medienarbeit von Swisscom orientiert sich an fachlich-journalistischen Grundsätzen. Neben der Medienstelle pflegen Vertreter des Managements einen regelmässigen Dialog mit Journalisten und stehen für Interviews und weiterführende Hintergrundgespräche zur Verfügung.

#### Mitarbeitende und Personalvertretung

Um ihren Auftrag zu erfüllen und ihr Kundenversprechen einzulösen, ist Swisscom auf mitdenkende, eigenverantwortliche und engagierte Mitarbeitende angewiesen. Nur dank ihrer Mitarbeitenden wird Swisscom bei den Kunden erlebbar. Aus dem Dialog mit den Kunden gewinnt Swisscom wertvolle Informationen. Diese fliessen über die Kundenschnittstellen ins Unternehmen zurück und gestatten es Swisscom, ihre Produkte und Dienstleistungen stetig zu verbessern. Dank einer Vielzahl von Kommunikationsplattformen und -massnahmen sowie einer entsprechenden Unternehmenskultur fördert Swisscom ferner den Dialog und Austausch innerhalb des Unternehmens. Alle zwei Jahre führt Swisscom eine Umfrage unter den Mitarbeitenden durch. Die Resultate der Umfrage geben Anstoss zu Projekten und konkreten Massnahmen. Die Zukunft von Swisscom mitzugestalten, ist eine der wichtigsten Aufgaben der Personalvertretung. Mit den Personalvertretern organisiert Swisscom zweimal jährlich einen runden Tisch. Die Anliegen der Mitarbeitenden fallen vor allem in die Bereiche Sozialpartnerschaft, Berufs- und Weiterbildung, Diversity, Gesundheit und Arbeitssicherheit. Mit Teams aller Organisationseinheiten führt Swisscom den auf Nach-

haltigkeitsthemen ausgerichteten Hallo-Zukunft-Dialog durch. Im Rahmen dieses Dialogs informiert Swisscom die Mitarbeitenden über ihr Nachhaltigkeitsengagement und motiviert diese zu Nachhaltigkeitsmassnahmen im Alltag.

### Partner und NGOs

Der Austausch mit Partnern im Rahmen von Projekten ist Swisscom wichtig; so beispielsweise mit den WWF Climate Savers, mit myclimate, mit Kinderschutz Schweiz und mit Organisationen, die sich um die spezifischen Bedürfnisse betroffener Gruppen kümmern. Gelebte Partnerschaften sowie ein soziales und ökologisches Engagement von Swisscom sind für die Anspruchsgruppe der Partner und NGOs besonders relevant.

## Wesentliche Themen

### Kriterien der Wesentlichkeit

In Bezug auf die Wesentlichkeit hat Swisscom die folgenden qualitativen Kriterien für die Berichterstattung festgelegt und im Berichtsjahr angewendet:

- > Bedeutung der Themen aus dem Leitbild Swisscom
- > Bedeutung und Relevanz der Nachhaltigkeitsthemen für die Bezugsgruppen
- > Auswirkungen auf die Vermögens- und Ertragslage sowie auf die Reputation

### Einstufung der Themen/Wesentlichkeitsmatrix

Die Themen lassen sich anhand der Relevanz für die Unternehmensstrategie von Swisscom sowie nach Massgabe der Anliegen der Anspruchsgruppen identifizieren. Sie werden intern je nach Bedeutung und Umfang von spezialisierten Abteilungen oder von denjenigen Stellen geprüft und bearbeitet, die als Ansprechpartner der jeweiligen Anspruchsgruppen dienen. Ferner besprechen unterschiedliche Gremien wie die Bereichsleitungen oder die Konzernleitung die betreffenden Themen. Bei Bedarf leiten diese Gremien entsprechende Massnahmen ein. Die Anordnung der Themen innerhalb der Quadranten der Wesentlichkeitsmatrix erfolgt nach alphabetischer Reihenfolge.

8

### Neue Einstufungen

Die Themen in der Matrix sowie ihre Einstufung sind von repräsentativen Anspruchsgruppen in einer im Oktober 2013 durchgeföhrten Umfrage bestätigt worden. Behörden, Partner und NGOs wie der WWF und myclimate nahmen in der Umfrage zu ökologischen Gesichtspunkten Stellung, die Schweizerische Stiftung für audiovisuelle Bildungsangebote (SSAB) und das Bundesamt für Sozialversicherungen BSV (verantwortlich für das Nationale Programm zur Förderung der Medienkompetenz) äusserten sich zu gesellschaftlichen Gesichtspunkten. Die Befragung ergab, dass Swisscom die zur Einsparung von CO<sub>2</sub>-geeigneten Produkten und Diensten bei ihren Kunden noch stärker fördern solle. Denn die Kunden könnten wesentlich zur Bekämpfung des Klimawandels beitragen. Diese Einschätzung wird von der aktuellen Studie der internationalen Global e-Sustainability Initiative (GeSI, Smarter 2020) sowie der neuesten Analyse von Swisscom bestätigt. Das Thema der CO<sub>2</sub>-Einsparung bei den Kunden ist deshalb in der Matrix als sehr relevant eingestuft.

Ferner hat Swisscom Anliegen wie etwa den Fachkräftemangel und das «Generation Management», die in der Umfrage vom BSV und von der SSAB angeregt worden sind, den Themen Diversity und Personalentwicklung zugeordnet. Übereinstimmung herrscht hinsichtlich der Einstufung der anderen Themen.

Im Berichtsjahr ist die neue, bis 2020 geltende CR-Strategie erarbeitet worden. In diesem Zusammenhang hat die Zusammenarbeit der unterschiedlichen Bereiche innerhalb von Swisscom dazu geführt, zwei neue Geschäftstätigkeiten als wesentlich einzustufen: einerseits das Gesundheitswesen und entsprechende Angebote im Bereich der Gesundheit, andererseits die Angebote für eine flexible Arbeit und die Förderung einer mobilen Arbeitskultur.

Sinnbildlich für einen vertieften Einbezug der Stakeholder hat Swisscom ihr strategisches «2:1-Ziel» zusammen mit ihren langjährigen Partnerorganisationen WWF und myclimate geprüft. Im Rahmen des 2:1-Ziels will Swisscom gemeinsam mit ihren Kunden bis 2020 doppelt so viel CO<sub>2</sub>

einsparen, wie sie in ihrem gesamten Betrieb und in ihrer Lieferkette verursacht. Im Einzelnen hat der Dialog mit den Partnerorganisationen dazu beigetragen, die Höhe des Klimaschutzzieles festzulegen und dafür eine plausible Berechnungsmethode zu finden. Dabei hat Swisscom viele Anregungen aufgenommen, die zur Verbesserung der Berechnungsmethode wie der Kommunikation des Ziels beitragen. Gezielt vergab Swisscom Expertiseaufträge an die beiden Partnerorganisationen, um Schwachstellen zu beheben. Dank einer transparenten Vorgehensweise – alle Annahmen und Berechnungen wurden offengelegt – gelang es, das 2:1-Ziel zu präzisieren. Der Dialog ist damit nicht abgeschlossen. Swisscom möchte vielmehr auch weiterhin bei den jährlichen Zwischenberichten auf die neutrale Sicht von myclimate und WWF zurückgreifen.

Die Anordnung der Themen innerhalb der Quadranten der Wesentlichkeitsmatrix erfolgt nach alphabetischer Reihenfolge.

### Wesentlichkeitsmatrix Swisscom 2014

Wesentlichkeit für Anspruchsgruppen		
		Wesentlichkeit für Swisscom
sehr relevant	relevant	sehr relevant
Angebote im Bereich der Gesundheit <sup>1</sup> Gesundheit und Arbeitssicherheit <sup>2</sup> Grundversorgung <sup>3</sup> Jugendmedienschutz <sup>4</sup> Mitgliedschaften/Partnerschaften <sup>5</sup>		Arbeitnehmervertretung und Gewerkschaftsbeziehungen <sup>6</sup> Ausschüttungspolitik und Aktienkursentwicklung <sup>7</sup> Angebote für flexibles Arbeiten <sup>8</sup> CO <sub>2</sub> -Emissionen und Energieverbrauch <sup>9</sup> CO <sub>2</sub> -Einsparungen bei den Kunden <sup>10</sup> Datenschutz <sup>11</sup> Finanz- und Vermögenslage <sup>12</sup> <b>Governance<sup>13</sup>/Compliance<sup>14</sup>/Gesetzliches, regulatorisches Umfeld<sup>15</sup></b> Investitionen und Netzinfrastruktur <sup>16</sup> Kundenzufriedenheit <sup>17</sup> Geschäftsentwicklung (Umsatz und EBITDA) <sup>18</sup> Strahlungsarme Kommunikationstechnologien <sup>19</sup>
Corporate Volunteering <sup>20</sup> Diversity <sup>21</sup> Gesellschaftliches und kulturelles Engagement <sup>22</sup> Umweltrelevante Themen im Betrieb <sup>23</sup>		Innovation und Entwicklung <sup>24</sup> Faire Lieferkette <sup>25</sup> Förderung der Medienkompetenz <sup>26</sup> Personalentwicklung <sup>27</sup>

### Resultierende Corporate-Responsibility-Strategie

Swisscom verfolgt alle in der Wesentlichkeitsmatrix aufgeführten Themen mit besonderer Sorgfalt und bearbeitet sie in unterschiedlicher Intensität. Die Themen der drei besonders wesentlichen Quadranten bilden die Basis für die Unternehmens- und für die CR-Strategie. Erste Priorität haben jene Themen, die im Feld oben rechts platziert sind und sowohl für die Anspruchsgruppen als auch für Swisscom von grosser Relevanz sind. Querschnittsthemen wie «Innovation und Entwicklung» und «gesellschaftliches und kulturelles Engagement» sind ebenfalls in der Matrix abgebildet und beziehen sich auf das Leitbild von Swisscom. Weitere Themen wie beispielsweise Lärm, Gewässerschutz, Artenschutz, Gewalt und Wachstum der Bevölkerung sind zwar ökologisch und gesellschaftlich wichtig, liegen aber nicht im Zentrum der Aktivitäten von Swisscom und sind deshalb nicht in die Matrix aufgeführt. Die CR-Strategie von Swisscom ist im nächsten Kapitel ausführlich vorgestellt.

## Über diesen Bericht

### Berichtsgrenze

Die Konzernstruktur von Swisscom ist im Geschäftsbericht 2014 im Kapitel «Konzernstruktur und Organisation» beschrieben. Eine Liste der Konzerngesellschaften, welche die Tochtergesellschaften, assoziierte Gesellschaften und Gemeinschaftsunternehmen umfasst, ist im Anhang zur Konzernrechnung 2014 dargestellt (Erläuterung 41).

Für die Nachhaltigkeitsberichterstattung nach der Global Reporting Initiative (GRI) gilt grundsätzlich die folgende Berichtsgrenze: Die Nachhaltigkeitsberichterstattung umfasst die Swisscom AG und alle Tochtergesellschaften mit Sitz in der Schweiz, die gemäss den International Financial Reporting Standards (IFRS) voll konsolidiert werden, ausser die Tochtergesellschaften Axept AG, CT Cinetrade AG und LTV AG. Übernommene Tochtergesellschaften (z.B. Swisscom Banking Provider AG) werden für die GRI-Berichterstattung ab 1. Januar des folgenden Jahres, Abgänge von Tochtergesellschaften bis zur Veräußerung einbezogen. Nicht einbezogen werden alle Konzerngesellschaften mit Sitz im Ausland sowie assoziierte Gesellschaften oder Gemeinschaftsunternehmen. Die wesentliche Auslandsbeteiligung ist Fastweb, die ihren eigenen Nachhaltigkeitsbericht nach GRI4 veröffentlicht und diesen extern durch die unabhängige Prüfstelle Bureau Veritas verifizieren lässt. Ausserhalb der Berichtsgrenze liegen die Swisscom nahestehenden Stiftungen comPlan (Pensionskasse) und sovis.

In der Schweiz sind für das Berichtsjahr die Tochtergesellschaften Axept Webcall AG, CT Cinetrade AG und LTV Gelbe Seiten AG nicht im Personalinformationssystem erfasst. Dies entspricht 912 Vollzeitstellen von insgesamt 18'172 Vollzeitstellen in der Schweiz. Die Abdeckung des Personalinformationssystems beträgt somit 95%.

Die Umweltkennzahlen (besonders hinsichtlich Energie, Wasser und Abwasser, Emissionen und Abfall) decken nahezu 100% der Vollzeitstellen von Swisscom in der Schweiz ab. Die Berichterstattung umfasst damit sämtliche durch das Immobilienmanagement von Swisscom betreuten Gebäude in der Schweiz sowie die durch die Managed Mobility von Swisscom in der Schweiz betreute Fahrzeugflotte. Hinsichtlich des Stromverbrauchs erfasst das Datenerfassungssystem zusätzlich die mobilen Basisstationen der Swisscom (Schweiz) AG, die eigene Produktion von Solarstrom, das externe Server-Hosting von Swisscom Hospitality Services und die wenigen Sendestationen der Swisscom Broadcast AG in grenznahen Gebieten des Auslands. Vom Gesamtstromverbrauch wird der Verbrauch von Drittmietern abgezogen. Die Informationen über die Lieferketten decken nahezu alle Lieferanten ab. Besonderer Wert wird auf Situation ausserhalb der OECD-Länder gelegt.

### Berichterstattung: Prozess und Aufbau

Dieser Nachhaltigkeitsbericht setzt die GRI-Grundsätze zur Berichterstattung um. Er ist nach der «umfassenden Option» der GRI konzipiert und enthält daher zusätzlich zu den allgemeinen Standardangaben auch spezifische Standardangaben.

- Swisscom hat in den vergangenen Jahren eine klare Vorstellung darüber entwickelt, welche Themen ihrem direkten Umfeld angehören. Darüber hinaus werden Themen von den Anspruchsgruppen direkt zu Swisscom getragen oder stammen aus Erkenntnissen aktueller Studien, Marktforschungen, Trendanalysen und Benchmarkingberichten. Die Themen sind in der Wesentlichkeitsmatrix zu finden.
- In den letzten Jahren hat Swisscom bei der Beurteilung und Bewertung der Wesentlichkeit ihrer Themen sowie bei der Festlegung strategischer Schwerpunkte vermehrt ihre Anspruchsgruppen einbezogen.
- Die Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalysen bilden eine Grundlage bei der Formulierung der CR-Strategie sowie bei der Festlegung thematischer Schwerpunkte. Sie legen die Basis für die Berichterstattung.
- Zur Validierung der Themen und der entsprechenden Berichterstattung bindet Swisscom häufig Anspruchsgruppen ein, mit denen bei Bedarf entsprechende Prozesse und Abläufe direkt vereinbart werden. Beispielsweise informiert Swisscom zusammen mit dem Bundesamt für Energie (BFE) über den Beitrag von Swisscom zur «Vorbildfunktion des Bundes im Energiebereich (VBE)». Ferner arbeitet Swisscom mit der Energie Agentur der Wirtschaft (EnAW) und dem WWF im Rahmen der Climate Savers Group zusammen und leistet gemeinsam mit anderen Unternehmen der ICT-Branche einen Beitrag zum Bericht über die Medienkompetenz in der Schweiz. Im

Berichtsjahr hat Swisscom den Nachhaltigkeitsbericht durch interne Stakeholder überprüfen lassen. Sie plant allerdings, im Verlauf der kommenden Jahre weitere Stakeholder in die Validierung des Nachhaltigkeitsberichts einzubeziehen.

### Bezug zum Geschäftsbericht 2014 von Swisscom

Siehe unter  
[www.swisscom.ch/  
gri-2014](http://www.swisscom.ch/gri-2014)

Lagebericht

Governance-Bericht

Die in diesem Nachhaltigkeitsbericht behandelten Themen beziehen sich auf folgende Kapitel im Geschäftsbericht 2014 von Swisscom:

- > **Strategie:** Die Unternehmensstrategie von Swisscom ist im Lagebericht des Geschäftsberichts im Kapitel Strategie, Organisation und Umfeld, Seite 28–29, angeführt. Die CR-Strategie ist in diesem Nachhaltigkeitsbericht ausführlich beschrieben.
- > **Infrastruktur:** Das Kapitel des Nachhaltigkeitsberichts über die «vernetzte Schweiz» bezieht sich auf das Kapitel Geschäftsmodell und Kundenbeziehungen, Seite 45–46, des Geschäftsberichts, das die Netzinfrastruktur beschreibt.
- > **Wertschöpfung:** Die Wertschöpfungsrechnung und die Verteilung der Wertschöpfung ist im Lagebericht des Geschäftsberichts in Kapitel Geschäftsentwicklung, Seite 79, angeführt.
- > **Attraktive Arbeitgeberin:** Das Kapitel Mitarbeitende ist im Geschäftsbericht 2014, Seite 51–55, nachzulesen.
- > **Governance:** «Corporate Governance und Vergütungsbericht» sind im Geschäftsbericht 2014, Seite 94–129, näher erläutert.

## Leitbild

### Unsere Vision

Das Beste in der vernetzten Welt – immer und überall.

### Unsere Werte

Menschen und ihre Beziehungen stehen bei uns im Zentrum.  
Gemeinsam sind wir erfolgreich.

Wir sind nah bei unseren Kunden  
Wir gestalten die Zukunft  
Wir leisten Grossartiges  
Wir sind offen für Neues  
Wir halten Versprechen ein

- > Kundenorientierung
- > Nachhaltigkeit
- > Leidenschaft
- > Neugier
- > Zuverlässigkeit

### Unser Kundenversprechen

Swisscom – der beste Begleiter in der vernetzten Welt.  
Vertrauenswürdig, einfach und inspirierend.



Siehe unter  
[www.swisscom.ch/  
leitbild](http://www.swisscom.ch/leitbild)

# Corporate-Responsibility-Strategie

Swisscom übernimmt Verantwortung – heute und morgen. Dabei orientiert sie sich an ihrer Corporate-Responsibility-Strategie (CR-Strategie), die aus sechs Schwerpunktthemen besteht. 2014 hat Swisscom die Verzahnung von CR- und Unternehmensstrategie vorangetrieben.

## Strategische Schwerpunkte und Ziele

Swisscom konzentriert ihre Tätigkeiten im Bereich Corporate Responsibility einerseits auf Themen, die für ihre Anspruchsgruppen eine hohe Relevanz besitzen; andererseits auf Themen, die gleichzeitig eng an das Kerngeschäft von Swisscom gekoppelt sind und deshalb Marktchancen eröffnen. Swisscom hat die Vision einer modernen und zukunftsgerichteten Schweiz; eines Landes, das – unter anderem im Bereich der Nachhaltigkeit – eine Vielzahl von Möglichkeiten bietet. Konkret setzt Swisscom auf sechs strategische Schwerpunkte, zu denen sie jeweils ein langfristiges Ziel für 2020 festgelegt hat. Die ersten drei Schwerpunkte behandeln Massnahmen, mit denen Swisscom ihre Kunden bei einem nachhaltigen Lebensstil unterstützt. Die folgenden zwei Schwerpunkte sind an die Mitarbeitenden und Partner gerichtet. Der letzte Schwerpunkt formuliert ein wirtschaftliches Ziel für die ganze Schweiz.



### Energieeffizienz und Klimaschutz

**Swisscom setzt sich gemeinsam mit ihren Kunden in der Schweiz für den Klimaschutz ein.**

Gemeinsam mit ihren Kunden will Swisscom bis 2020 doppelt so viel CO<sub>2</sub> sparen, wie sie in ihrem Betrieb und in ihrer Lieferkette verursacht. Dieses Ziel ist unter dem Stichwort 2:1-Ziel zusammengefasst. Es umfasst zunächst die CO<sub>2</sub>-Einsparungen der Swisscom Kunden. Dank Green ICT reduzieren Unternehmen ihren Energiebedarf und den CO<sub>2</sub>-Ausstoss massiv. Videokonferenzen und Home-Office-Lösungen sparen Reisezeit und Reisekosten. ICT-Angebote aus der Cloud erlauben Geschäftskunden einen bis zu 90% effizienteren Betrieb ihrer IT gegenüber dem Betrieb eigener Server. Gebäude, Fahrzeuge und Netze lassen sich dank ICT-Lösungen energieeffizient steuern. Ebenso bietet Swisscom Privatkunden von der Online-Rechnung bis hin zum Recycling von Mobilfunkgeräten zahlreiche Möglichkeiten, ihren ökologischen Fussabdruck zu reduzieren.

Zum 2:1-Ziel gehören darüber hinaus die Bestrebungen von Swisscom, die eigenen CO<sub>2</sub>-Emissionen aus dem Betrieb und der Lieferkette zu reduzieren. Seit 1998 hat Swisscom den CO<sub>2</sub>-Ausstoss ihrer Fahrzeuge und Gebäude mehr als halbiert und reduziert diesen kontinuierlich weiter. Swisscom zählt zu den zehn grössten Strombezügern der Schweiz und steigert kontinuierlich ihre Stromeffizienz. Sie deckt 100% ihres Strombedarfs aus einheimischer erneuerbarer Energie und ist schweizweit einer der grössten Bezüger von Wind- und Sonnenstrom.

Swisscom fordert zudem von ihren Lieferanten die Reduktion ihres ökologischen Fussabdrucks.

#### Beispiele aus dem Zielkatalog:

Gemeinsam mit ihren Kunden will Swisscom bis 2020 doppelt so viel CO<sub>2</sub> sparen, wie sie in ihrem Betrieb und in ihrer Lieferkette verursacht. Swisscom will jährlich den Umsatz mit Green-ICT-Dienstleistungen um 10% erhöhen.

Swisscom will ihre Energieeffizienz bis Ende 2015 gegenüber dem 1. Januar 2010 um 25% steigern und danach bis 2020 gegenüber dem 1. Januar 2016 um weitere 35%.



### Arbeiten und Leben

#### **Swisscom setzt sich für eine Schweiz ein, die für das Leben viel Platz bietet.**

Swisscom will bis 2020 eine Million Kunden durch ihr Engagement im Gesundheitsbereich unterstützen: zum Beispiel durch die Swisscom Gesundheitsplattform und entsprechende Fitnesssensoren, die elektronischen Patientendossiers und die Angebote der Tochtergesellschaft Datasport. Zusätzlich will Swisscom bis 2020 einer Million Kunden die Möglichkeit bieten, mobile Arbeitsformen zu nutzen. Zu diesem Zweck hat Swisscom Dienstleistungen für Work Smart im Sortiment und fördert einen mobilen Arbeitsstil durch Aktionen wie beispielsweise den Home Office Day.

#### **Beispiel aus dem Zielkatalog:**

Swisscom will bis 2020 eine Million Personen dabei unterstützen, über Anschlüsse mobil zu arbeiten.



### Medienkompetenz

#### **Swisscom setzt sich für eine Schweiz ein, in der Neugier im Netz ungefährlich ist.**

Das Ziel: Swisscom will bis 2020 Marktführerin im Bereich Datensicherheit sein und eine Million Menschen dabei unterstützen, Medien sicher und verantwortungsvoll zu nutzen. Bis heute hat Swisscom 6'581 Schulen kostenlos ans Internet angeschlossen und in Medienkursen über 100'000 Einsteiger in die digitale Welt eingeführt. Dabei setzt Swisscom auf einen Jugendmedienschutz, der auf technischen Lösungen und Angeboten zur Förderung der Medienkompetenz beruht.

#### **Beispiel aus dem Zielkatalog:**

Swisscom will bis 2020 eine Million Menschen dabei unterstützen, Medien sicher und verantwortungsvoll zu nutzen.



### Attraktive Arbeitgeberin

#### **Swisscom setzt sich für eine Schweiz ein, in der jedermann über sich hinauswachsen kann.**

Swisscom will bis 2020 eine der attraktivsten Arbeitgeberinnen der Schweiz sein. Sie bietet ihren Mitarbeitenden Möglichkeiten zur Entfaltung und fördert die Life Domain Balance. Faire Anstellungsbedingungen sind für Swisscom ebenso selbstverständlich wie eine gelebte Sozialpartnerschaft und ein überdurchschnittliches Engagement in der Berufsbildung. Zudem erhalten Mitarbeitende die Möglichkeit, sich sozial zu engagieren – beispielsweise im Rahmen des Corporate-Volunteering-Programms.

#### **Beispiel aus dem Zielkatalog:**

Ranking im Branchenranking ICT

Absenzenquote der Mitarbeitenden gegenüber dem Vorjahr konstant halten oder reduzieren.



### Faire Lieferkette

#### **Swisscom setzt sich für eine Schweiz ein, die Fairness auf der ganzen Welt fördert.**

Swisscom setzt sich im Rahmen einer fairen Lieferkette bis 2020 für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen von über zwei Millionen Menschen ein. Dazu ist sie internationale Partnerschaften eingegangen, welche die Umsetzung der entsprechenden Massnahmen in enger Zusammenarbeit mit den Lieferanten gewährleisten. Zudem lässt Swisscom in Audits jährlich die Verbesserung der Arbeitsbedingungen bei ihren Lieferanten überprüfen.

#### **Beispiel aus dem Zielkatalog:**

Anzahl Audits bei Lieferanten und Anzahl der Mitarbeitenden, deren Arbeitsbedingungen verbessert worden sind.



### Vernetzte Schweiz

#### **Swisscom setzt sich für eine Schweiz ein, die wettbewerbsfähig ist.**

Swisscom will bis 2020 85% aller Wohnungen und Geschäfte mit Ultrabreitband abdecken. Außerdem sollen 99% der Bevölkerung von mobilem Ultrabreitband profitieren. Damit leistet Swisscom indirekt einen Beitrag zum Bruttoinlandprodukt von rund CHF 30 Milliarden und trägt zur Schaffung und zum Erhalt von rund 100'000 Arbeitsplätzen bei.

#### **Beispiel aus dem Zielkatalog:**

Abdeckung mit drahtgebundenem sowie mobilem Ultrabreitband in der Schweiz.

## Die wichtigsten Kennwerte der CR-Ziele von Swisscom

Schwerpunkt der CR-Strategie	Ziele im Berichtsjahr Zukünftige Ziele	Status/Massnahmen
<b>Imageziel / Portfolioübergreifende Aktivitäten</b>		
<b>Nachhaltigkeitsimage von Swisscom</b>  KPI: Position im GfK-Nachhaltigkeitsranking GfK = Gesellschaft für Konsumforschung Die GfK ist eines der grössten Marktforschungsunternehmen weltweit.	<b>2015: Top 15</b>	<b>Ausgangswert 2014: Position 19</b> <b>Massnahmen 2015:</b> › Einführung Nachhaltigkeitslabel 3,2,1 › Ideenwettbewerb Nachhaltigkeit mit SRF › Projekte wie energieeffiziente Router, Abwärmenutzung, evtl. Fairphone und Angebote Elektromobilität
<b>Umsatzsteigerung auf nachhaltigem ICT-Portfolio</b>  Portfolio: CO <sub>2</sub> -einsparenden Produkte und Dienste für Geschäftskunden (B2B) KPI: Umsatzsteigerung	<b>2014: +10% gegenüber Vorjahr</b> <b>2015: +10% gegenüber Vorjahr</b>	<b>Ziel 2014 übertroffen (+29%)</b> Umsatz ist gegenüber dem Vorjahr deutlich gestiegen <b>Massnahmen 2015:</b> › Weitere Förderung der nachhaltigen Angebote › Projektpartnerschaften mit NGOs
<b>Ausbau des Portfolios an nachhaltigen Diensten (G4-EN27)</b>  Dienste mit ökologischem oder sozialem Mehrwert KPI: Anzahl	<b>2014: 32</b> <b>2015: 35</b>	<b>Ziel 2014 erreicht (32)</b> Bestehendes Portfolio: <a href="http://www.swisscom.ch/myclimate">www.swisscom.ch/myclimate</a> <b>Massnahmen 2015:</b> › Evaluation oder Neukonzeption von geeigneten Diensten
<b>Handy-Rücknahme (G4-EN28)</b>  Wiederverwendung/Recycling von nicht mehr verwendeten Handys KPI: Rücklaufquote (Pozentsatz von zurückgegebenen Geräten im Vergleich zur Anzahl verkaufter Geräte)	<b>2014: 12%</b> <b>2015: 12%</b>	<b>Ziel 2014 nicht erreicht (6,2%)</b> <b>Massnahmen 2015:</b> › Steigerung Rücknahmequote gegenüber 2014 durch Buy-back-Programm «Mobile Bonus» für Privatkunden und Einführung Programm «Mobile Bonus» für Geschäftskunden sowie weitere Massnahmen
<b>Reduktion Papierverbrauch (G4-EN27)</b>  KPI: Anteil von Privatkunden, die Online-Rechnung nutzen	<b>2015: 30%</b>	<b>Erreichter Anteil 2014: 20,8%</b> <b>Massnahmen 2015:</b> › Weitere Förderung der Online-Rechnung › Direct Mails für geeignete Kundensegmente › Partnerschaft mit WWF Schweiz für papierlose Rechnungen
<b>Schulung Touchpoints (Shop-/ Call Center/Sales)</b> <b>Mitarbeitende</b>  Schulung zu Corporate Responsibility (CR) und Botschaften aus dem Bereich Umwelt und Soziales KPI: Durchführung von Schulungen	<b>2014: Weiterführung Lehrgang</b> <b>2015: Schulung der Touchpoints</b>	<b>Ziel 2014 teilweise erreicht</b> kein Lehrgang in 2014 Schulung der Touchpoints festgelegt  <b>Massnahmen 2015:</b> › Schulung Touchpoints der drei Kundensegmente (RES, SME und ENT) auf den Nachhaltigkeitsvorteilen von Swisscom Produkten
<b>Energieeffizienz und Klimaschutz</b>		
<b>Neues Hauptziel: (G4-EN18) Erhöhung der Ratio CO<sub>2</sub>-Einsparungen bei den Kunden gegenüber eigener CO<sub>2</sub>-Emissionen</b>  KPI: Verhältnis CO <sub>2</sub> -Einsparungen bei den Kunden mit dem Green-ICT-Portfolio zu den eigenen CO <sub>2</sub> -Emissionen (ohne Fastweb)	<b>Richtwert 2015: 1,07</b> <b>2020: 2</b>	<b>Ausgangswert 2013: 0,72</b> <b>Wert 2014: 0,77</b> Die Emissionen und Einsparungen sind gemäss Norm ISO 14064 verfasst, extern verifiziert und ausführlich in einem Klimabericht offengelegt <b>Massnahmen 2015:</b> › Eigene Emissionen aus dem Betrieb inkl. Lieferketten weiter reduzieren
<b>Energieeffizienz (G4-EN5)</b>  Laufende Steigerung der Energieeffizienz KPI: Steigerung der Energieeffizienz EF  EF = $\frac{GEV + \sum ESP}{GEV}$ › GEV = Gesamtenergieverbrauch › ESP = kumulierte Energieeinsparungen Quelle: BAFU Richtlinie	<b>2015: +25% gegenüber 1. Januar 2010</b> <b>Weiteres Ziel: +35% von 1. Januar 2016 bis 31. Dezember 2020</b>	<b>Erreichte Effizienzsteigerung 2010–2014: +26,4 %</b> <b>Massnahmen 2015:</b> Weitere Umsetzung der Spar- und Effizienzmassnahmen u.a.: › Einsatz Kühlmethode Mistral (Frischluftkühlung) › Rückbau und Technologieverbesserungen › Effizienzsteigerung in Rechenzentren

Schwerpunkt der CR-Strategie	Ziele im Berichtsjahr Zukünftige Ziele	Status/Massnahmen
<b>Energieeffizienz und Klimaschutz (Fortsetzung)</b>		
<b>Reduktion direkter CO<sub>2</sub>-Ausstoss (G4-EN19)</b> Fokus auf direkte Emissionen aus fossilen Energieträgern (Scope 1) <b>KPI:</b> CO <sub>2</sub> -Ausstoss aus Brennstoff- und Treibstoffverbrauch	2015: -12% gegenüber 1. Januar 2010	<b>Erreichte Reduktion 2010-2014: -18.7%</b> › Mehrbedarf an Flächen und Erhöhung der gefahrenen Kilometer haben Reduktionsmassnahmen zum Teil kompensiert, relative Energiekennzahlen jedoch deutlich verbessert <b>Massnahmen 2015:</b> › Umsetzung weiterer Effizienzmassnahmen
<b>Optimierung CO<sub>2</sub>-Ausstoss Fahrzeugflotte (G4-EN30)</b> Fokus auf direkte Emissionen aus fossilen Energieträgern (Scope 1) <b>KPI:</b> Durchschnittswert des CO <sub>2</sub> -Ausstosses pro Personewagen in g CO <sub>2</sub> /km gemäss Herstellerangaben	2014: 120 g CO <sub>2</sub> /km 2015: 110 g CO <sub>2</sub> /km	<b>Ziel 2014 erreicht (117 g CO<sub>2</sub>/km)</b> <b>Massnahmen 2015:</b> › Weitere Umsetzung der Beschaffungsroadmap
<b>CO<sub>2</sub>-Emissionen (G4-EN15-17)</b> CO <sub>2</sub> -Emissionen in Betrieb und in der Lieferkette (ohne Fastweb, Strom kompensiert). <b>KPI:</b> CO <sub>2</sub> -Ausstoss in Tonnen	Richtwert 2015: 380'000 2020: 326'000	<b>Ausgangswerte 2013: 396'000 Tonnen CO<sub>2</sub></b> <b>Wert 2014: 419'000 Tonnen CO<sub>2</sub></b> <b>Massnahmen 2015:</b> › Umsetzung weiterer Effizienzmassnahmen › gemeinsame Verbesserungsmassnahmen mit Lieferanten
<b>CO<sub>2</sub>-Einsparungen bei Kunden dank Green-ICT-Diensten (G4-EN19)</b> Summe der Einsparungen der Kunden durch die Nutzung nachhaltiger Swisscomprodukte <b>KPI:</b> CO <sub>2</sub> -Einsparungen in Tonnen	Richtwert 2015: 390'000 2020: 650'000	<b>Ausgangswerte 2013: 286'000 Tonnen CO<sub>2</sub></b> <b>Wert 2014: 323'000 Tonnen CO<sub>2</sub></b> <b>Massnahmen 2015:</b> › Förderung von bestehenden nachhaltigen Diensten › Ausbau des Portfolios an nachhaltigen Diensten
<b>Arbeiten und Leben</b>		
<b>Neues Hauptziel: Nutzung mobiler Arbeitsformen</b> Nutzung durch den Anteil mobiles Arbeiten (gemäss jährlicher Umfrage) mal Anteil von Breitbandmarkt (GB 14 S. 40) gemessen <b>KPI:</b> Anzahl Kunden	Richtwert 2015: 821'000 2020: 1 Mio.	<b>Ausgangswert 2014: 750'000 Kunden</b> <b>Massnahmen 2015:</b> › Intensivierung der Kommunikation
<b>Neues Hauptziel: Nutzung der Angebote im Bereich Gesundheit</b> Die Angebote sind die Dienste Evita, Fitbit, die Gesundheitsplattform und die Datasport-Events <b>KPI:</b> Anzahl Kunden	2020: 1 Mio.	<b>Ausgangswert 2014: 874'000 Kunden</b> <b>Massnahmen 2015:</b> › Schaffen neuer auf Evita basierender Partnerangebote › Anbindung weiterer Leistungserbringer an Evita › Persönliches und betriebliches Gesundheitsmanagement auf Basis von Apps und Sensoren
<b>Medienkompetenz und Sicherheit</b>		
<b>Neues Hauptziel: Förderung der Medienkompetenz</b> Messung durch Anzahl Kursteilnehmer, Nutzer von MyTime, Filter-Software-Kunden, Leser von enter (Bestellungen) und durch einen Anteil (10%) der «Medienstark»-Besucher <b>KPI:</b> Anzahl Personen (kumuliert)	Richtwert 2015: 367'000 Kunden 2020: 1 Mio.	<b>Ausgangswert 2013: 253'000 Kunden</b> <b>Wert 2014: 295'000 Kunden</b> <b>Massnahmen 2015:</b> › Weiterentwicklung des Kursangebotes › Intensivierung der Kommunikation
<b>Teilnahme an Kurse über Medienkompetenz (G4-SO1)</b> Medienkurse für Eltern, Lehrpersonen, Schüler (Mittel- und Oberstufe) und Anwender <b>KPI:</b> Anzahl Teilnehmende	2014: 6'500: Eltern/Lehrpersonen 14'000: Schüler 15'500: Anwender 2015: 7'000: Eltern/Lehrpersonen 15'000: Schüler 15'500: Anwender	<b>Ziel 2014 übertroffen (42'334)</b> 6'451 + 19'321 + 16'562 <b>Massnahmen 2015:</b> › Erweiterung des Angebotes mit Online-Plattform › Weitere Vermarktung des Angebots › Intensivierung der Kommunikation
<b>Förderung der Medienkompetenz: Besucher der Plattform «Medienstark» (G4-SO1)</b> <b>KPI:</b> Anzahl Besucher	2015: 10'000	<b>Ausgangswert 2014: 2'852</b> <b>Massnahmen 2015:</b> › Weiterentwicklung des Kursangebotes › Intensivierung der Kommunikation

Schwerpunkt der CR-Strategie	Ziele im Berichtsjahr Zukünftige Ziele	Status/Massnahmen
<b>Attraktive Arbeitgeberin</b>		
<b>Neues Hauptziel: Positionierung als eine der beliebtesten Arbeitgeberinnen der Schweiz</b> Die Position wird anhand des «Universum»-Rankings durch Studenten und durch Professionals gemessen  KPI: Rang	<b>2020: Rang</b> Studenten: 2 Professionals: 2	<b>Ausgangswert 2014:</b> <b>Studenten (5); Professionals (2)</b> <a href="http://universumglobal.com/rankings/company/swisscom/">http://universumglobal.com/rankings/company/swisscom/</a> <b>Massnahmen 2015:</b> › Intensivierung der Kommunikation
<b>Diversity (G4-LA12)</b> Erhöhung der Diversity, gemessen durch Gender, Age und Inclusion  KPI: Anteile von Frauen, Mitarbeitenden über 50 Jahre und Handicap an der gesamten Belegschaft  <b>NB Gender:</b> Frauenanteil im Management (Konzernleitung und sämtliche Managementlevel)	<b>2014:</b> Diversity Index: Top 3 Mittelfristig: Gender: 20% Age: jährliche Zielgrösse Inclusion: 1%	<b>Diversity Index 2014: Platz 3</b> <b>Ausgangswert 2010 Frauenanteil: 9,9%</b> <b>Wert 2014: 12,8% (Headcount)</b> <b>Ausgangswert 2014 Inclusion: 0,6 %</b> <b>Massnahmen 2015:</b> › Förderung/Sensibilisierung «Männer und Teilzeit» › Förderung/Sensibilisierung Job-Sharing in Führungsfunktionen › Pilot DisAbility Performance
<b>Betriebliches Gesundheitsmanagement BGM (G4-LA6)</b> Konstante oder reduzierte Absenzenquote der Mitarbeitenden gegenüber dem Vorjahr  KPI: Absenzen in Tagen / Solltage (gewichtet nach FTE) Mal 100 Die Solltage ergeben sich aus der Standardarbeitszeit.	<b>2014:</b> 2,9% <b>2015:</b> 2,8%	<b>Wert 2013: 2,9%</b> <b>Ziel 2014 erreicht (2,8%)</b> <b>Massnahmen 2015:</b> › Einführung eines Piloten zu «Achtsamkeit» › Kampagne gegen nicht betriebliche Unfälle (NBU) mit SUVA durchführen › Weiterentwicklung der Strategie für das Betriebliche Gesundheitsmanagement von Swisscom
<b>Corporate Volunteering (GRI-SO1)</b>  KPI: Anzahl Einsatztage	<b>2014:</b> 1'400 Tage <b>2015:</b> 1'400 Tage	<b>Ziel 2014 übertroffen (1'655 Tage)</b> <b>Massnahmen 2015:</b> › Weiterführen des Programms im Rahmen der Einsätze 2014
<b>Faire Lieferkette</b>		
<b>Neues Hauptziel: Überprüfung der Arbeitsbedingungen von Arbeitnehmern bei unseren Lieferanten (JAC Initiative)</b> Anzahl Audits/Anzahl Mitarbeitende in den auditierten Fabriken  KPI: Anzahl Mitarbeitende bei Lieferanten	<b>Richtwert 2015:</b> 860'000 <b>2020:</b> 2 Mio.	<b>Ausgangswert 2013: 400'000</b> <b>Wert 2014: 540'000</b> <b>Massnahmen 2015:</b> › Weiterführung von Audits durch JAC Community
<b>Überprüfung der Lieferpartner (G4-EN/HR/LA)</b>  KPI: a) Anzahl Lieferpartner, die auditiert worden sind b) Anzahl Lieferpartner mit Self Assessment (extern validiert)	<b>2014:</b> a) 4 + 50 durch JAC b) 30 <b>2015:</b> a) 6 + 64 b) 120	<b>Ziel 2014</b> <b>a) teilweise erreicht (3); weitere 35 Audits im Rahmen von JAC durchgeführt</b> <b>b) übertroffen (101)</b> <b>Massnahmen 2015:</b> › Intensivierung der Zusammenarbeit im Rahmen von JAC (Audits, qualitativ + quantitativ)
<b>Überprüfung der strategisch wichtigen Lieferpartner hinsichtlich der Transparenz von Treibhausgasemissionen (G4-EN32)</b>  KPI: Anzahl Key Suppliers, die ihre Umweltdaten via CDP offenlegen CDP = Carbon Disclosure Project	<b>2014:</b> 40 (kumuliert) <b>2015:</b> 45 (kumuliert)	<b>Ziel 2014 übertroffen: 47</b> <b>Massnahmen 2015:</b> › Förderung der Teilnahme an CDP durch Kampagnen
<b>Vernetzte Schweiz</b>		
<b>Abdeckung der Schweiz mit fixem Ultra-BB Voraussetzung ind. BIP CHF 30 Mrd. (G4-EC7)</b>  KPI: Abdeckungsgrad Ultrabreitband = Bandbreite (BB) > 50 Mbit/s	<b>2020:</b> 85%	<b>Ausgangswert 2013: 16%</b> <b>Wert 2014: 30%</b> <b>Massnahmen 2015:</b> › Roll-out FTTx (x = Home, Street oder Curb) › Erhöhung der Bandbreite
<b>Abdeckung der Schweiz mit mobilem Ultra-BB Voraussetzung ind. BIP CHF 30 Mrd. (G4-EC7)</b>  KPI: Abdeckungsgrad Ultrabreitband = Bandbreite bis 150 Mbit/s	<b>2016:</b> 99%	<b>Ausgangswert 2012: 3%</b> <b>Wert 2013: 85%</b> <b>Wert 2014: 94%</b> <b>Massnahmen 2015:</b> › Roll-out LTE

# Corporate-Responsibility-Governance und Implementierung

## Verankerung in der Strategie

Siehe unter  
[www.swisscom.ch/  
grundsaeze](http://www.swisscom.ch/grundsaeze)

Der Verwaltungsrat von Swisscom bekennt sich zu einer Strategie, die auf Nachhaltigkeit ausgerichtet ist. Er behandelt im Plenum die relevanten ökonomischen, ökologischen und gesellschaftlichen Themen. Die Umsetzung der Strategie hat er an den CEO der Swisscom AG delegiert. Der CEO kann Aufgaben und Kompetenzen nachgeordneten Stellen übertragen und wird bei der Geschäftsführung durch die Mitglieder der Konzernleitung unterstützt. Der Konzernbereich Group Communications & Responsibility (GCR) ist für die Steuerung der CR-Strategie verantwortlich.

## Verantwortung des Verwaltungsrats

Der Verwaltungsrat genehmigt die langfristige CR-Strategie. Er hat die vorliegende Governance, die Ziele 2015 sowie die langfristigen CR-Ziele für 2020 zur Kenntnis genommen und die strategischen Schwerpunkte verabschiedet. Der Verwaltungsrat wird im Rahmen eines Quartalsreportings über den Fortschritt der Umsetzung der CR-Strategie und über die Zielerreichung informiert. Er entscheidet ferner, ob der Anwendungsbereich der CR-Strategie ausgeweitet werden soll – beispielsweise auf Tochtergesellschaften im In- und Ausland.

## Verantwortung der Konzernleitung

Die Konzernleitung setzt sich als Gremium jährlich mit der Weiterentwicklung der CR-Strategie und quartalsweise mit der Umsetzung dieser Strategie auseinander. Im November blickt sie jeweils auf das vergangene Jahr zurück und verabschiedet die Ziele für das kommende Jahr.

Die Konzernleitung verfügt über die folgenden, 2010 eingeführten Kontrollinstrumente:

- > Ein wöchentliches Bereichsreporting von Group Communications & Responsibility mit Massnahmen und Projektstand
- > Ein Quartalsreporting mit den wichtigsten KPI aus den Schwerpunktthemen der CR-Strategie
- > Ein Quartalsreporting des Risk Managements

Für die Schwerpunktthemen der CR-Strategie sind Konzernleitungsmitglieder als interne Sponsoren benannt. Sie sind für die Fortschritte und die Zielerreichung innerhalb ihrer jeweiligen Schwerpunktthemen verantwortlich. Die Verantwortungsbereiche sind auf die Kernaufgaben der jeweiligen Konzernleitungsmitglieder abgestimmt und wie folgt festgelegt:

- > **Gesamtsteuerung:** Leiter Group Communications & Responsibility
- > **Energieeffizienz und Klimaschutz:** Leiter IT, Network & Innovation sowie CFO der Swisscom AG
- > **Arbeiten und Leben:** Leiter Privatkunden, Leiter Kleine und Mittlere Unternehmen und Leiter Grossunternehmen
- > **Medienkompetenz:** Leiter Privatkunden
- > **Attraktive Arbeitgeberin:** Leiter Group Human Resources
- > **Faire Lieferkette:** Leiter Group Business Steering (CFO)
- > **Vernetzte Schweiz:** Leiter IT, Network & Innovation

Die Festlegung von Verantwortungsbereichen stellt sicher, dass die Schwerpunktthemen im Unternehmen stark und verbindlich verankert sind.

## Rolle von Group Communications & Responsibility

Der Konzernbereich Group Communications & Responsibility und das angegliederte Team Corporate Responsibility (CR) koordinieren die Umsetzung der CR-Strategie und nutzen Synergien über die Unternehmensbereiche hinweg. Die konkreten Aufgaben des CR-Teams sind:

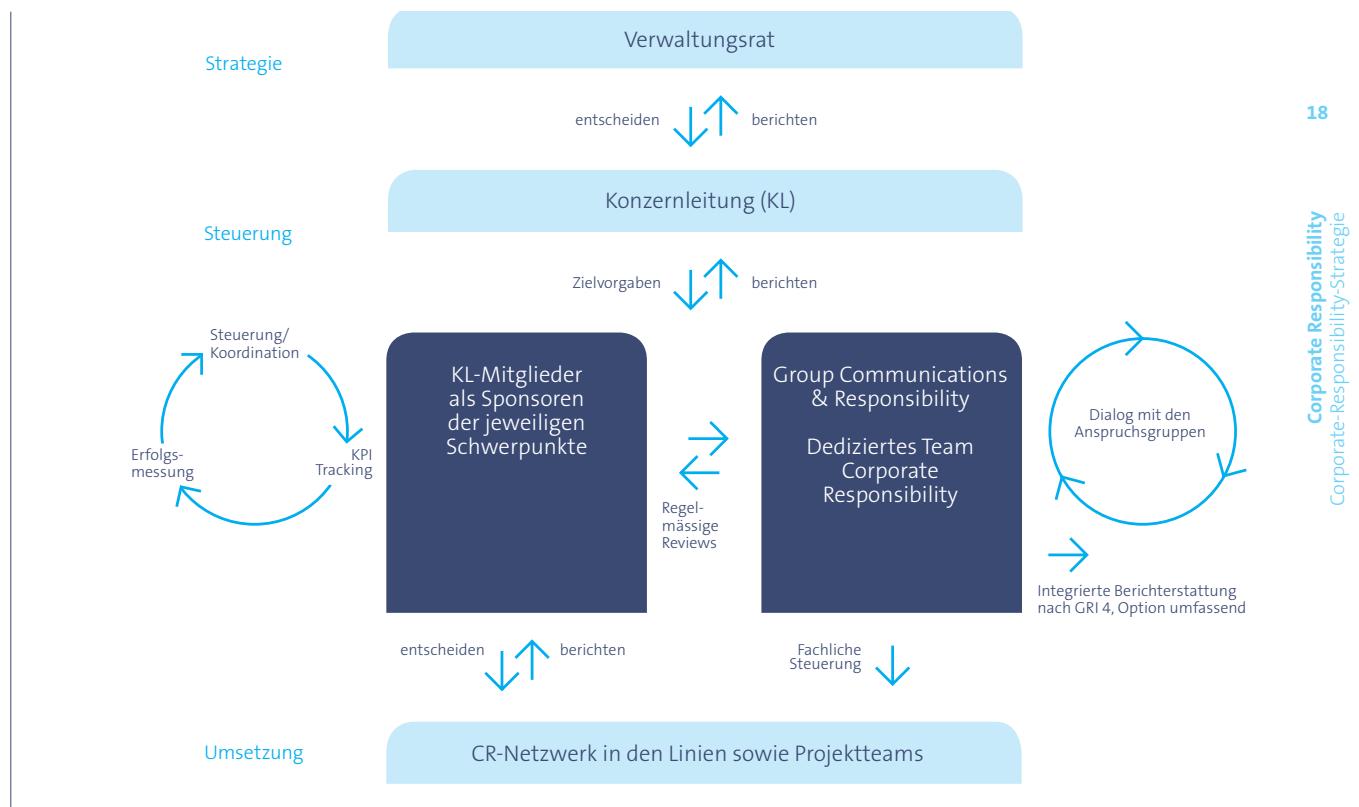
- > Erarbeitung der CR-Strategie (Ziele/Schwerpunkte) in Zusammenarbeit mit Linien- und Supporteinheiten
- > Unterstützung der Sponsoren aus der Konzernleitung
- > Koordination der Umsetzung der Strategie und Initiierung von Massnahmen
- > Erarbeitung von Vorgaben zur Umsetzung der CR-Strategie
- > Sicherung des Dialogs mit den Anspruchsgruppen
- > Dialog mit den strategischen Partnern (darunter die NGO)
- > Reporting gegenüber internen und externen Anspruchsgruppen
- > Zusammenarbeit mit dem Konzernbereich Group Business Steering zuhanden der Nachhaltigkeitsberichterstattung und Erstellung des Geschäftsberichts

## Linieneinheiten und Netzwerk Corporate Responsibility

Je nach Schwerpunktthema setzen Projektteams oder Linieneinheiten CR-Massnahmen um. Pro Unternehmensbereich sind weitere Managementmitglieder bestimmt, die sich auf operativer Ebene in enger Zusammenarbeit mit dem CR-Team den Massnahmen widmen. Mindestens einmal jährlich findet eine Veranstaltung für alle Mitglieder des CR-Netzwerks statt. Diese Veranstaltung dient dem Informationsaustausch und der Erarbeitung neuer Themen.

## Mitglieder der Konzernleitung und ihre Verantwortlichkeiten

Die Grafik veranschaulicht die beratende und begleitende Rolle der Konzernleitungsmitglieder gegenüber den Linieneinheiten.



## Managementansätze

Swisscom verfügt über Managementansätze für diejenigen Themen, die in der Wesentlichkeitsmatrix aufgeführt sind. Es gelten die folgenden Vorgaben:

- > Gesamtarbeitsvertrag (GAV), der unter anderem die Arbeitnehmervertretung und die Gewerkschaftsbeziehungen regelt
- > Konzernvorgabe zur finanziellen Führung des Konzerns
- > Konzernvorgabe zur Sicherheit inklusive Datenschutz
- > Umweltmanagementsystem nach ISO 14001 und dazugehörige Weisungen und Richtlinien zu den Themen Energie und CO<sub>2</sub> (Richtlinie zum Swisscom Treibhausgas-Inventar nach ISO 14064)
- > Compliance Policy mit zugehörigem Compliance-Management-System (das unten ausführlicher beschrieben ist) sowie Weisungen zu den Themen Recht und Anti-Korruption
- > Richtlinie für Investitionen
- > Qualitätssicherungssystem für die Einhaltung von Grenzwerten, die in der Verordnung über den Schutz vor nichtionisierender Strahlung (NISV) festgelegt sind – zertifiziert nach ISO 15504
- > Leitfaden «Mobiles Arbeiten», der den Umgang mit mobiler Arbeit regelt

## Compliance-Management

Die Vielfalt der geschäftlichen Tätigkeit und die Komplexität der Vorschriften fordern ein wirksames Compliance -Management-System (CMS). Das CMS von Swisscom beruht auf den folgenden grundlegenden Elementen:

- > **Kultur:** Die Compliance-Kultur ist die Grundlage für die Wirksamkeit des CMS. Im Verhaltenskodex sind die Mindesterwartungen des Verwaltungsrats und des CEO der Swisscom AG festgehalten. Sie werden im Unternehmen durch die Führungsarbeit und in der täglichen Zusammenarbeit verbreitet.
- > **Ziele:** Der Verwaltungsrat hat die Ziele der Compliance festgelegt: Alle organisatorischen Massnahmen und die Handlungen orientieren sich an diesen Zielen.
- > **Risiken:** Swisscom identifiziert die Risiken aus ihrer geschäftlichen Tätigkeit sowie aus regulatorischen und gesetzlichen Änderungen. Sie beurteilt die Risiken und steuert sie durch geeignete Massnahmen.
- > **Organisation:** Der Verwaltungsrat hat die Mindestaufgaben von Compliance bestimmt. Die Konzernleitung und die Geschäftsleitungen der Tochtergesellschaften haben die weiteren Aufgaben und Verantwortlichkeiten festgelegt. Sie stellen die Ressourcen zur Verfügung, die für ein wirksames CMS erforderlich sind.
- > **Kommunikation:** Die Mitarbeitenden sind über ihre Aufgaben, Kompetenzen und Verantwortung informiert. Periodisch folgt ein Bericht an den Verwaltungsrat und die Konzernleitung der Swisscom AG, die Geschäftsleitungen und Verwaltungsräte der Tochtergesellschaften sowie an weitere interne Stellen.
- > **Überwachung und Verbesserung:** Swisscom überwacht das CMS und behebt laufend Schwachstellen.

Im Geschäftsjahr hat Swisscom die Geschäftstätigkeiten ihrer Konzerngesellschaften in der Schweiz im Hinblick auf Korruptionsrisiken überprüft. In diesem Zusammenhang sind bei einzelnen Prozessen Massnahmen zur Behebung von Schwachstellen empfohlen worden. Korruptionsvorfälle sind keine festgestellt oder bestätigt worden.

Im Bereich des Datenschutzes haben das interne Data Leakage Prevention System beziehungsweise Kundenbeschwerden nur wenige Verstöße aufgedeckt. Entsprechend der Sachlage hat Swisscom in Einzelfällen arbeitsrechtliche Massnahmen ergriffen.

## Vorsorgeprinzip

Swisscom arbeitet nachhaltig. Sie verringert Umweltrisiken, Geschäftsrisiken und soziale Risiken mithilfe von etablierten Managementsystemen. Konzernvorgaben und -weisungen stellen sicher, dass die Anforderungen an die Corporate Responsibility im Betrieb oder in Projekten einbezogen werden. So nutzt Swisscom eine CR-Checkliste und berücksichtigt dadurch volkswirtschaftliche, ökologische und soziale Anforderungen in Projekten, die Netzinfrastruktur, Dienste und Produkte betreffen. Zudem regelt seit 2013 eine Vorgabe das Recycling oder die Entsorgung von Netzinfrastruktur, die bis dahin situationsabhängig erfolgt sind.

Die Investitionsrichtlinie verlangt von Swisscom, wesentliche Investitionen auf ihre ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen zu prüfen. Für Sanierungen sowie den Neubau von Geschäften existieren nach ökologischen Kriterien ausgerichtete Vorgaben. Die schweizerischen Tochtergesellschaften von Swisscom sowie die italienische Tochtergesellschaft Fastweb nutzen Instrumente, die an ihre Bedürfnisse angepasst sind. Im Rahmen des operativen Risiko- und Sicherheitsmanagements setzt Swisscom präventive Massnahmen um. Im Bereich der elektromagnetischen Felder bei Kommunikationstechnologien – so besonders beim Mobilfunk – verfügt Swisscom über ein zertifiziertes Qualitätssicherungssystem (QSS). Dieses System dient dazu, die in der Verordnung über den Schutz vor nichtionisierender Strahlung festgelegten Grenzwerte (NISV-Grenzwerte) einzuhalten.

Ein wichtiges Element des von Swisscom gepflegten Vorsorgeprinzips besteht darüber hinaus in der Schulung und Sensibilisierung der Mitarbeitenden.

## Verantwortungsbewusstes Marketing

Swisscom orientiert sich im Marketing sowohl am eigenen Leitbild wie auch an den Grundsätzen der Schweizerischen Lauterkeitskommission. Diese Grundsätze befassen sich mit sämtlichen relevanten Gesichtspunkten der Lauterkeit in der Kommunikation. Das bei Group Communications & Responsibility integrierte Team Brand Strategy & Management ist für ihre Einhaltung verantwortlich. Es begleitet die relevanten Kommunikations- und Marketingprojekte des gesamten Konzerns und ist in der Lage, Verstöße früh zu erkennen und präventiv einzuschreiten. Parallel informiert das Team Brand Strategy & Management regelmässig die unterschiedlichen Marketingeinheiten von Swisscom über die Entwicklung der Grundsätze.

  
Siehe unter  
[www.faire-werbung.ch](http://www.faire-werbung.ch)

Im Berichtsjahr sind keine Verstöße gegen die Lauterkeit in Marketing und Kommunikation festgestellt worden.

20

## Praktiken in Bezug auf Urheberrechte

Der Umgang mit Urheberrechten ist im Gesamtarbeitsvertrag geregelt. Die Mitarbeitenden übertragen Urheberrechte und verwandte Schutzrechte (besonders Rechte an Software) einschliesslich aller Teilrechte an Swisscom, sofern diese Rechte während der Tätigkeit für Swisscom entstanden sind. Dies gilt im Einzelnen für alle Errungenschaften, die der Mitarbeitende während des Arbeitsverhältnisses allein oder in Zusammenarbeit mit anderen entwickelt hat. Wenn Swisscom an den übertragenen Rechten kein Interesse hat, kann ihre Nutzung per Vertrag an den Mitarbeitenden zurückgehen.

## Weitere Managementansätze nach den sechs GRI-Themen (Wirtschaft, Umwelt, Arbeitspraxis, Menschenrechte, Gesellschaft und Produktverantwortung)

Für die unterschiedlichen Nachhaltigkeitsbereiche gemäss GRI bestehen Konzernvorgaben (Weisungen). Zusätzlich existieren fachspezifische Vorgaben und Richtlinien, zum Beispiel zur Kühlung von Telefonzentralen und Rechenzentren oder zum Abbau von Sendestationen. Diese Vorgaben werden in den folgenden Kapiteln erwähnt.

## **Verantwortung von Swisscom gegenüber der Öffentlichkeit**

Swisscom hat sich als verantwortungsbewusster «Corporate Citizen» im Berichtsjahr zu folgenden Themen in die öffentliche Diskussion eingebracht:

- > Nachhaltiges Handeln der ICT-Branche
- > ICT im Bildungswesen
- > Verbesserung des Kundendiensts (Beispiel: Konsumentenschutz)
- > Flächendeckende Versorgung der Schweiz mit Mobilfunk- und Breitbandinfrastruktur
- > Verbesserung von Kundeninformationssystemen (Beispiel: Informationen zu Mobilfunkangeboten für Kunden im Ausland)
- > Beitrag von ICT zur Energiewende

 Siehe unter  
[www.admin.ch/  
dokumentation](http://www.admin.ch/dokumentation)

Swisscom hat im Berichtsjahr wie im Vorjahr im Rahmen von Vernehmlassungen auf Bundesebene Stellungnahmen eingereicht, und zwar zur vorgeschlagenen Kartellrechtsrevision sowie zur Revision des Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen (RTVG). Ferner ist das Bundesgesetz zur Überwachung des Post- und Fernmeldeverkehrs in Revision. Swisscom hat in der laufenden Vernehmlassung eine eigene Stellungnahme verfasst und an der Stellungnahme des Branchenverbands asut mitgearbeitet. Beide Stellungnahmen sind auf der Website der zuständigen Behörden abrufbar.

In ihren Stellungnahmen verfolgt Swisscom die Grundsätze der Selbstregulation und des Wettbewerbs in einem offenen Markt. Die zahlreichen neuen, attraktiven Kundenangebote sowie die hohen Investitionen im Berichtsjahr unterstreichen diesen Grundsatz.

Swisscom steht für einen lösungsorientierten Ansatz, der sich sowohl am Gemeinwohl als auch an den Unternehmensinteressen orientiert. Sie nimmt Positionen ein, die auf klaren Fakten basieren. Swisscom unterhält transparente und vertrauensvolle Beziehungen zu Politik, Behörden und Gesellschaft. Sie wirkt an öffentlichen Anhörungen und Veranstaltungen mit und positioniert sich durch schriftliche Stellungnahmen im politischen Umfeld. Rechtswidrige oder ethisch fragwürdige Praktiken zur Beeinflussung von Meinungsträgern lehnt Swisscom ab. Zudem ist Swisscom politisch und konfessionell neutral und unterstützt Parteien nicht finanziell.

# Energieeffizienz und Klimaschutz

Swisscom will bis 2020 gemeinsam mit ihren Kunden doppelt so viel CO<sub>2</sub> einsparen, wie sie im gesamten Betrieb und in der Lieferkette verursacht. Im Einklang mit der Energiestrategie 2050 des Bundes will Swisscom ihre Energieeffizienz bis Ende 2015 gegenüber dem 1. Januar 2010 um 25% steigern und danach bis 2020 gegenüber dem 1. Januar 2016 um weitere 35%. Außerdem fördert Swisscom die Nutzung und Erzeugung von erneuerbaren Energien.



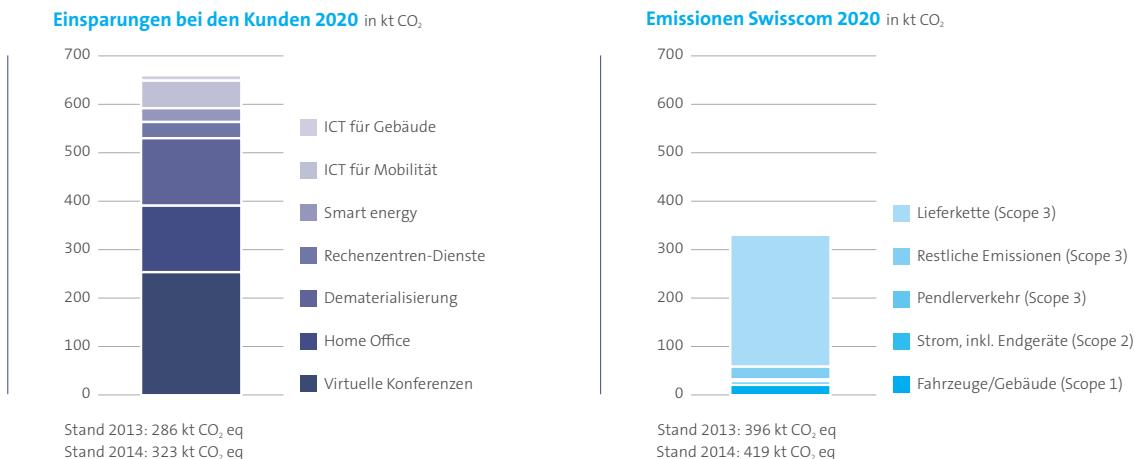
## Umfeld, Ziele und Managementansatz

Für Swisscom und ihre Anspruchsgruppen sind die Energiewende und der Klimawandel zentrale Themen. Die neue Energiestrategie 2050 des Bundes sieht den Ausstieg aus der Kernenergie vor. Sie fordert dazu auf, Möglichkeiten zur Steigerung der Energieeffizienz konsequent wahrzunehmen und zu erneuerbaren Energien überzugehen. Swisscom legt ein besonderes Augenmerk auf die Steigerung der eigenen Energieeffizienz und den Klimaschutz. Gemeinsam mit ihren Kunden will Swisscom bis 2020 doppelt so viel CO<sub>2</sub> einsparen, wie sie in ihrem gesamten Betrieb und in ihrer Lieferkette verursacht. Dieses Vorhaben ist unter dem Stichwort «2:1-Ziel» zusammengefasst. Ende 2014 betrug das Verhältnis der Einsparungen zu den Emissionen rund 0,77.

Die Umweltpolitik und die Einkaufspolicy bilden für Swisscom die Grundlage eines nachhaltigen Ressourceneinsatzes. Managementnormen, Standards und interne Weisungen ermöglichen es, die vorgesehenen Spar- und Effizienzmassnahmen systematisch umzusetzen. Tochtergesellschaften mit Geschäftstätigkeiten, die sich auf die Umwelt bedeutend auswirken, sind nach ISO 14001 zertifiziert. Swisscom (Schweiz) AG, Swisscom Broadcast AG, Swisscom IT Services AG (operativ seit dem 1. Januar 2014 in Swisscom Schweiz integriert, rechtlich Anfang 2015 fusioniert) und cablex AG. Diese Tochtergesellschaften sind zugleich nach ISO 9001 zertifiziert. Die italienische Tochter Fastweb S.p.A. ist ebenfalls nach ISO 14001 zertifiziert. Die nach ISO 14001 zertifizierten Managementsysteme und -prozesse erfassen – bezogen auf die Anzahl an Mitarbeitenden – mehr als 95% des Swisscom Konzerns (inklusive Fastweb).

Bis Ende 2015 sollen Massnahmen im Bereich der Netzinfrastruktur dazu beitragen, die Energieeffizienz gegenüber dem 1. Januar 2010 um 25% zu steigern. Im gleichen Zeitraum will Swisscom den direkten CO<sub>2</sub>-Ausstoss um 12% reduzieren. Diese Reduktion soll vor allem durch Massnahmen im Bereich der Mitarbeitendenmobilität sowie in der Infrastruktur erfolgen. Insgesamt will Swisscom bis Ende 2015 ihren direkten CO<sub>2</sub>-Ausstoss gegenüber dem Referenzjahr 1990 um 60% verringern. Swisscom hat ihren Energiebedarf bis 2020 ermittelt und ihre Zielvereinbarung mit der Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW) erneuert. Gemäss der neuen Vereinbarung will sie die Energieeffizienz ab 2016 bis Ende 2020 um weitere 35% erhöhen. Dazu arbeitet Swisscom in der Gruppe «Vorbildfunktion des Bundes im Energiebereich» (VBE) mit, gemeinsam mit den bundesnahen Unternehmen, welche die Energiestrategie 2050 des Bundes verfolgen.

## Das 2:1-Ziel 2020



## CO<sub>2</sub>-Einsparungen bei Kunden dank Green-ICT-Diensten

Der ICT-Branche kommt bei der Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen eine Schlüsselrolle zu. Wie eine Studie der Global e-Sustainability Initiative belegt, kann die Branche dazu beitragen, die CO<sub>2</sub>-Emissionen weltweit um rund 16% zu reduzieren. Dieses Potenzial entspricht etwa dem Siebenfachen der CO<sub>2</sub>-Emissionen, die von der Branche selbst verursacht werden.

Swisscom unternimmt grosse Anstrengungen, ihre Angebote immer ressourcenschonender und energieeffizienter zu gestalten. Zudem bietet Swisscom Produkte und Dienstleistungen an, die ihre Kunden dabei unterstützen, CO<sub>2</sub>-Emissionen zu verringern und Energie zu sparen.

ICT-Lösungen tragen im Geschäftsjahr zur Verminderung der CO<sub>2</sub>-Emissionen bei. So verringern virtuelle Konferenzen den Bedarf nach Geschäftsreisen und Kommunikationsdienstleistungen ermöglichen die Arbeit im Home Office. Wichtige Hebel bei der Verringerung der CO<sub>2</sub>-Emissionen sind ferner optimierte Fahrzeugflotten, energieeffiziente Dienste von Rechenzentren oder die intelligente Steuerung von Bürohäusern, Geräten oder Stromnetzen.

Privathaushalte reduzieren CO<sub>2</sub>, wenn sie physische Datenträger wie CDs, DVDs und Zeitschriften durch digitale Angebote ersetzen. E-Shopping vermeidet Fahrten in Kauflokale und verringert die für Verkaufsflächen erforderliche Energie.

Siehe unter  
[www.swisscom.ch/greenict](http://www.swisscom.ch/greenict)

## Green-ICT-Dienste für Geschäftskunden

Die Green-ICT-Dienste von Swisscom unterstützen Geschäftskunden bei ihren Bestrebungen, Energie und CO<sub>2</sub> zu sparen. Swisscom hat sich als Ziel gesetzt, den Umsatz mit diesen Diensten jährlich um 10% zu steigern, und zwar in folgenden Tätigkeitsfeldern:

- > **ICT-Lösungen für Gebäude:** Energieverbrauch optimieren
- > **ICT-Lösungen für die Mobilität:** Reisetätigkeit reduzieren
- > **Rechenzentren-Dienste:** Auslagerung und Virtualisierung von Servern in effiziente Rechenzentren, Energieverbrauch optimieren
- > **Dematerialisierung:** Papier sparen, Lösungen für papiersparendes Drucken und papierloses Arbeiten
- > **Home Office:** Lösungen für Home Office und mobiles Arbeiten, Reisetätigkeit reduzieren
- > **Virtuelle Konferenzen:** Reisetätigkeit reduzieren, Lösungen für effiziente Arbeitsplätze

Siehe unter  
[www.swisscom.ch/myclimate](http://www.swisscom.ch/myclimate)

Die von Swisscom angebotenen Dienste sind durch eine Klimaempfehlung der Stiftung myclimate gekennzeichnet. Diese Empfehlung dokumentiert die Energie- und CO<sub>2</sub>-Einsparungen, die sich durch den Einsatz der Dienste ergeben. Sie ist im Internet einsehbar.

Im Berichtsjahr 2014 hat Swisscom ihre Green-ICT-Dienste wieder stark gefördert und ihr Angebot an von myclimate gekennzeichneten Diensten ausgebaut. Der Umsatz mit Green-ICT-Diensten ist weiter gewachsen und belegt die Attraktivität der Dienste.

In Zusammenarbeit mit dem Home Office Day und der Fachhochschule Nordwestschweiz hat Swisscom die Verbreitung von mobilem Arbeiten und der Nutzung von Home Office untersucht.

Siehe unter  
[workanywhere.swisscom.ch](http://workanywhere.swisscom.ch)

- > Die repräsentative Erhebung bei berufstätigen Personen in der Deutsch- und der Westschweiz zeigt erstmals, wie viele Personen mobil arbeiten und wie viele Tage sie im Home Office verbringen. Gemäss Umfrage können von den 4,5 Millionen Beschäftigten in der Schweiz mehr als die Hälfte (54%) grundsätzlich aufgrund ihrer Arbeitsaufgabe schon heute mobil arbeiten. Ein Viertel der Beschäftigten, also etwas mehr als 1 Million Menschen, tut dies bereits mehrmals im Monat oder sogar mehrmals in der Woche. 11% arbeiten eher selten mobil (also einmal im Monat oder weniger). Weitere 13% könnten mobil arbeiten, tun es aber nicht, weil es ihnen entweder nicht erlaubt ist (9%) oder weil ihnen die nötige Technologie fehlt.
- > Die Umfrage, durchgeführt bei 1838 Berufstätigen in der Deutsch- und der Westschweiz, zeigt: 27% arbeiten tageweise im Home Office. Ein Home Office Tag wurde in der Befragung nur als solcher erfasst, wenn den ganzen Tag zu Hause gearbeitet wird und somit der Arbeitsweg ganz entfällt. Im Durchschnitt sind es 3 Tage pro Monat oder 0,7 Tage pro Woche. Insgesamt werden in der Schweiz somit rund 42 Millionen Tage pro Jahr im Home Office verbracht. Unterschiede zwischen der Deutsch- und der Westschweiz waren hier nicht zu finden. Basierend auf diesen Zahlen konnten die CO<sub>2</sub>-Einsparungen dank der Nutzung von Home Office genauer berechnet werden als in den Vorjahren.

Im Bereich Green ICT hat Swisscom zudem folgende Massnahmen umgesetzt:

- > **Nationaler Home Office Day:** Swisscom unterstützt den Home Office Day seit seiner Lancierung 2010 und hat 2014 zum fünften Mal als Partnerin fungiert. Das am Home Office Day eingeführte Label «home office friendly» weist Unternehmen – etwa bei Stellenausschreibungen – als attraktive Arbeitgeber aus.
- > **Label:** Einführung eines weiteren Labels «workfriendly-space» für Restaurants, in denen mobiles Arbeiten erlaubt und dank WLAN und Stromversorgung unterstützt wird.

### Green-ICT-Dienste für Privatkunden

Das Privatkundensegment von Swisscom Schweiz hat im Berichtsjahr ein Programm lanciert, um sein Angebot an Green-ICT-Diensten für Privatkunden weiterzuentwickeln. So optimiert Swisscom ihre Dienste hinsichtlich ökologischer Gesichtspunkte (etwa Strahlung und Energieeffizienz) und informiert ihre Privatkunden transparent.

Das Programm hat im Berichtsjahr zu folgenden Erfolgen geführt:

- > **Dematerialisierung dank der Online-Rechnung:** Die Online-Rechnung ist eine attraktive, umweltfreundliche Alternative zur Rechnung auf Papier. Der Anteil von Kunden, die sich für die Online-Rechnung entschieden haben, ist von 18,3% im Jahr 2013 auf 20,8% per Ende 2014 gewachsen. In der Kommunikation mit ihren Kunden weist Swisscom darauf hin, dass die Online-Rechnung nicht nur der Umwelt nützt, sondern auch Kosten und Zeit spart. Zudem führt sie gemeinsam mit dem WWF Aktionen durch, um die Kunden von den Vorteilen der papierlosen Rechnungen zu überzeugen.
- > **Rechenzentren-Dienst Docsafe:** Dank Docsafe verwahren Swisscom von Privatkunden alle Dokumente sicher im persönlichen Cloud-Speicher auf Schweizer Servern. Ferner lassen sich die Dokumente mit Computer, Tablet oder Mobilfunktelefon verschlüsselt ordnen, von überallher abrufen und teilen.
- > **Smart Energy tiko:** Die Tochterfirma Swisscom Energy Solutions AG hat den Dienst tiko lanciert. tiko erlaubt Privatkunden, ihre Wärmepumpen, Elektroheizungen und Boiler fernzusteuern, und sendet bei Störungen frühzeitig einen Alarm aus. Zudem vergleicht tiko die Energieeffizienz von Heizungsanlagen in Wohnungen und Geschäften. tiko ist für Privatkunden von Swisscom kostenlos. Der Dienst will im Schweizer Strommarkt Regelenergie für den Ausgleich von Schwankungen gewinnen, indem möglichst viele Wärmepumpen und Elektroheizungen einen Pool bilden. Dieser Pool gestattet es, deutlich mehr erneuerbare Energie aus Energiequellen wie Wind und Sonne in die Stromversorgung einzubinden und damit das Stromnetz zu stabilisieren.

 Siehe unter  
[www.swisscom.ch/rechnungonline](http://www.swisscom.ch/rechnungonline)

 Siehe unter  
[www.be-smart.ch](http://www.be-smart.ch)

## Produktinnovation ökologisch und sozial verträglich gestalten

Die CR-Strategie ist in den Prozess der Produktgestaltung fest integriert. So prüft Swisscom mit einer CR-Checkliste, wie sich neue Produkte auf die Schwerpunktthemen der CR-Strategie auswirken. Gibt es erhebliche Auswirkungen, leitet Swisscom geeignete Massnahmen ein.

> **Umweltpunkte neu auch auf Festnetzgeräten:** Festnetz- und Mobilfunkgeräte der einzelnen Hersteller unterscheiden sich nicht nur in Design und Leistung, sondern ebenso in ihrer Umweltverträglichkeit. Informationen zum Stromverbrauch eines Geräts oder zu den bei der Herstellung verwendeten Rohstoffen waren Kunden lange nur schwer zugänglich. 2011 führte Swisscom als erste Anbieterin in der Schweiz die Bewertung per Umweltpunkte ein und sorgte dadurch für mehr Transparenz. Alle Geräte aus dem Swisscom Angebot werden seitdem nach drei gleich gewichteten Kriterien mit Umweltpunkten bewertet. Die Kriterien sind geringer Stromverbrauch, geringe Herstellungsenergie sowie verantwortungsvolle Rohstoffwahl. Die Umweltpunkte beschränken sich auf ökologische Gesichtspunkte. Sie unterstützen Kunden dabei, die Umweltverträglichkeit eines Geräts beim Kauf zu berücksichtigen. 2014 hat Swisscom die Umweltpunkte weiterentwickelt. Neu profitieren Kunden beim Kauf von Festnetzgeräten von einer unabhängigen Bewertung durch myclimate.

> **Reparatur und Recycling von Endgeräten:** Swisscom gewährt per Gesetz auf alle Endgeräte wie Telefone, Modems, Mobilfunktelefone oder Mobile-Unlimited-USB-Modems eine Zweijahresgarantie und bietet Reparaturdienste an. Zudem nimmt Swisscom alle Elektronikgeräte zurück, die aus ihrem Sortiment stammen, und verwendet Router nach Möglichkeit wieder. Das Recycling erfolgt in Zusammenarbeit mit SWICO-Recycling, der für das Recycling zuständigen Kommission des schweizerischen Wirtschaftsverbands der Informations-, Kommunikations- und Organisationstechnik. Es wird durch eine vorgezogene Recyclinggebühr ermöglicht. Eine Statistik zum Recycling ist bei SWICO erhältlich.

> **Swisscom Mobile Aid:** 2014 hat Swisscom rund 82'000 Mobilfunkgeräte zurückgenommen und viele davon über ein Drittunternehmen in Länder wiederverkauft, die Bedarf an günstigen Gebrauchtgeräten haben. Der Erlös kommt der Sozialfirma réalise und dem Hilfswerk SOS-Kinderdorf Schweiz zugute. Geräte, die sich nicht mehr verkaufen lassen, werden fachgerecht über SWICO rezykliert. Die Rücklaufquote von gebrauchten Mobilfunkgeräten ist 2014 im Vergleich zum Vorjahr gesunken und hat 6,2% betragen (Vorjahr 9,8%).

Siehe unter  
[www.swisscom.ch/  
umweltpunkte](http://www.swisscom.ch/umweltpunkte)

Siehe unter  
[www.swico.ch](http://www.swico.ch)

Siehe unter  
[www.swisscom.ch/  
mobileaid](http://www.swisscom.ch/mobileaid)

Anzahl klimafreundlicher Produkte  
mit Klimaempfehlungen  
Im Swisscom Portfolio befinden sich

32  
Produkte

Wiederverwertung von Mobilfunktelefonen  
Swisscom Mobile Aid  
Im Jahr 2014 zurückgenommene Geräte

82  
Tausend

## CO<sub>2</sub>-Emissionen, Energieverbrauch und -effizienz

### Energieverbrauch als hauptsächliche Umwelteinwirkung

Die grösste Auswirkung auf die Umwelt hat der Energieverbrauch von Swisscom und die entsprechenden CO<sub>2</sub>-Emissionen. Swisscom ist bestrebt, ihre Energieeffizienz zu erhöhen, erneuerbare Energien einzusetzen und damit die Auswirkung ihrer Geschäftstätigkeit auf die Umwelt zu minimieren. Zusätzlich zur im Lagebericht beschriebenen Netzinfrastruktur betreibt Swisscom in eigenem Besitz oder in Eigenregie einen beträchtlichen Immobilienpark. Dieser umfasst Büros, Betriebsgebäude, Anschlusszentralen und Datenzentren. Swisscom betreibt keine Lager und Verteilzentren. Ferner unterhält Swisscom eine Fahrzeugflotte aus Dienst- und Nutzfahrzeugen.

### Energiemanagement bei Swisscom

Das Energiemanagement von Swisscom umfasst, vereinfacht dargestellt, die folgenden Prozessschritte:

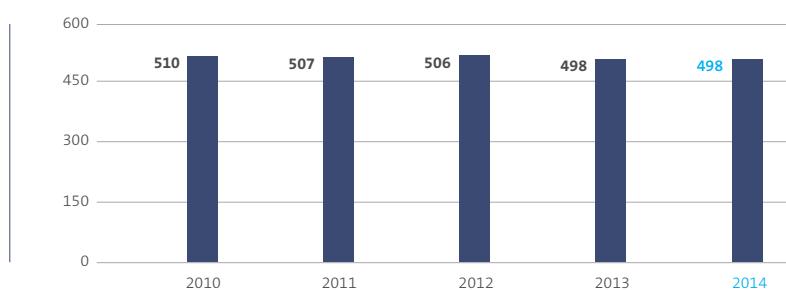
- > Ermittlung des Energiebedarfs über eine bestimmte Periode
- > Festlegung und Freigabe von Energieeffizienzzielen und -massnahmen
- > Bestimmung des Energiemix, besonders des Strommix
- > Umsetzung von Massnahmen, um Energieeffizienz zu erhöhen
- > Eigene Stromerzeugung
- > Verwendung der Abwärme
- > Monitoring und Reporting
- > Entwicklung und Vermarktung von Green-ICT-Produkten und -Diensten

### Verbrauch von Strom aus erneuerbaren Quellen und von Ökostrom

Der Stromverbrauch von Swisscom in der Schweiz beträgt 2014 408 GWh (Vorjahr 399 GWh). Er ist damit um 2,3% gestiegen. Die umgesetzten Effizienzmassnahmen konnten teilweise den Mehrstromverbrauch ausbalancieren, der durch weitere Netzausbauten verursacht wurde. Swisscom entrichtet seit 2010 eine Kompensation mit Herkunftsachweisen (HKN) für den im Strommix enthaltenen Anteil an Atomstrom, an Strom unbekannter Herkunft sowie an Strom aus fossilen Energieträgern, der für die Netzinfrastruktur sowie für die von ihr verwalteten Geschäfte verwendet wird. Swisscom erhöht damit die Nachhaltigkeit ihres Strommix. Sie hat 2014, wie bereits in den Jahren zuvor und geprüft durch den WWF, 100% erneuerbaren Strom eingesetzt. Dabei hat sie 7,5 GWh Ökostrom «naturemade star» aus Solarenergie (3,5 GWh) und Windkraft (4 GWh) bezogen. Swisscom ist damit in der Schweiz eine der grössten Bezügerinnen von Strom aus Wind- und Solarenergie in der Schweiz.

26

Swisscom Energieverbrauch in GWh



## **Effizienzmassnahmen beim Stromverbrauch von Netzen**

Swisscom hat 2014 das Energiesparprojekt Mistral zur Kühlung der Telefonzentralen weitergeführt. Mistral steht für eine Kühlmethode, die ausschliesslich und während des ganzen Jahres Aussenluft verwendet. So ersetzt Mistral herkömmliche Kühlsysteme, die energieintensiv mit Kompressoren betrieben werden, und erhöht die Energieeffizienz massiv. Zudem entfallen dank Mistral umweltschädliche Kältemittel. Ende 2014 hat Mistral 761 (Vorjahr 673) Telekommunikationsanlagen in Anschlusszentralen gekühlt. Dies entspricht einer Zunahme um 13%. Im Berichtsjahr haben Swisscom Schweiz und Swisscom Broadcast sechs Mobilfunkbasisstationen (Vorjahr zwölf) und zwei Sendestationen (Vorjahr vier) auf Mistral umgerüstet. Swisscom hat zudem in den Jahren 2013 und 2014 alle Anlagen ihres Mobilnetzes erneuert und dadurch ihre Energieeffizienz um rund 15 GWh gesteigert. Diese verbesserte Effizienz bestätigen Messresultate an Pilotstandorten sowie eine Hochrechnung. Aktuell baut Swisscom ihr Mobilnetz aus. Die Erneuerung der Hardware verringert dadurch den Mehrbedarf an Strom, der durch den Ausbau entsteht.

Green Touch, ein weltweites Konsortium, will die Energieeffizienz von Telekommunikationsnetzwerken massiv um den Faktor tausend erhöhen. Green Touch ist 2010 ins Leben gerufen worden und wird bereits von 50 Herstellern, wissenschaftlichen Institutionen und Netzwerkbetreibern unterstützt. Swisscom ist Gründungsmitglied, hat den Start der Initiative intensiv begleitet und beteiligt sich an zwei Forschungsgebieten. Mehrere Prototypen wurden durch Green Touch entwickelt und präsentiert. Einer dieser Prototypen ist in der Lage, dank einerseits optimierten Übertragungsprotokolls und andererseits neuer optischer Komponenten mit geringem Stromverbrauch das Fibre to the Home (FTTH) energieeffizienter zu gestalten. Weiter hat Green Touch gezeigt, wie neue Mobilnetze durch eine Entkopplung der Signalisierung von den Datenströmen energieeffizienter betrieben werden können.

## **Effizienzmassnahmen beim Stromverbrauch von Rechenzentren**

Das Rechenzentrum von Swisscom IT Services in Zollikofen (Bern) zeichnet sich durch hohe Energieeffizienz und effiziente Kühlung aus. Seine Anlagen verzeichnen im Jahresdurchschnitt einen Stromverbrauchseffizienzwert (Power Usage Effectiveness, kurz PUE) von 1,3. Der PUE-Wert steht für das Verhältnis des Gesamtstromverbrauchs eines Rechenzentrums zum Stromverbrauch für die dort eingesetzten IT-Anlagen. Der Stromverbrauch in Zollikofen liegt gemessen am PUE-Wert 33% tiefer als in Rechenzentren herkömmlicher Bauweise. Noch effizienter arbeitet das in Bern Wankdorf im September 2014 in Betrieb genommene Rechenzentrum. Es erreicht einen PUE-Wert von 1,2. Statt stromhungriger, konventioneller Kältemaschinen nutzt Swisscom ein neuartiges Freecooling-Verfahren, das an heissen Sommertagen mit Verdunstungskühlung arbeitet und hierfür Regenwasser benötigt. Es erhielt den Preis Watt d'Or des Bundesamtes für Energie, der die Bestleistungen im Bereich der Energie und die innovativsten Projekte in Bezug auf Effizienz auszeichnet.

Immer mehr Server werden in Rechenzentren geteilt genutzt. Durch diese Servervirtualisierung benötigt Swisscom weniger IT-Infrastruktur und steigert somit wesentlich ihre Energieeffizienz.

## **Effizienzmassnahmen beim Stromverbrauch in Gebäuden**

Energieanalysen in sieben Gebäuden haben 2014 Betriebsoptimierungen angestoßen, die zu einer jährlichen Energieersparnis von 3,3 GWh führen. Im Hauptsitz Worblaufen hat Swisscom so sämtliche Beleuchtungskörper durch LED-Leuchten ersetzt und spart allein durch diese Massnahmen jährlich 10,9 MWh Strom.

Das Facility Management führt zudem im ganzen Unternehmen «Pioneer @ Swisscom Energiechecks» durch. Diese Energiechecks tragen dazu bei, im Berichtsjahr die Betriebszustände von 83 Gebäuden zu optimieren. Dadurch sparte Swisscom 463 MWh (Vorjahr 411 MWh) an Energie und reduzierte ihre CO<sub>2</sub>-Emissionen um 78 Tonnen (Vorjahr 65).

## **Effizienzmassnahmen beim Brennstoffverbrauch zur Erzeugung von Wärme**

Swisscom misst monatlich den Verbrauch von Heizöl, Erdgas und Fernwärme in ihren 62 grössten Gebäuden, die zusammen mehr als die Hälfte der Gesamtgebäudefläche bilden. In der Folge wird der jährliche Verbrauch auf die Gesamtgebäudefläche hochgerechnet.

Im Berichtsjahr hat Swisscom zur Beheizung ihrer Gebäude Wärme im Umfang von 172 Terajoule (47,8 GWh) benötigt (Vorjahr 55,8 GWh). Ihr Wärmemix besteht aus 71,3% Heizöl, 15,3% Erdgas und 13,3% Fernwärme. In den letzten sechs Jahren hat Swisscom die Wärmekennzahl pro m<sup>2</sup> um 30% reduziert. Dies führt zu einer Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen, die sich aufgrund des jährlich wechselnden Energiemix aber nicht klar bemessen lässt.

Swisscom beabsichtigt, die zur Beheizung erforderliche Wärmemenge weiter zu verringern. Zu diesem Zweck hat sie im Berichtsjahr systematisch Massnahmen fortgesetzt, die den Energieverbrauch und den CO<sub>2</sub>-Austoss bei der Beheizung von Gebäuden verringern. Ein detailliertes Energie-monitoring vertiefte im Berichtsjahr die Datengrundlage für eine Energieanalyse und deckte Fälle von unverhältnismässig hohem Energieverbrauch auf.

Ergänzend hat Swisscom im Berichtsjahr schweizweit mehrere Heizungsanlagen saniert und modernisiert. Im Vorfeld prüfte Swisscom in Studien Alternativen zur Wärmeerzeugung mit fossilen Brennstoffen. An drei Standorten verzichtet Swisscom ab der Heizperiode 2014/2015 vollständig auf den Einsatz von Heizöl. Dies hat sich bereits in der Technikzentrale Twann (Kanton Bern) bewährt, die mittels Pellets beheizt wird; in St. Gallen wo eine umweltfreundliche Wärmeerzeugung mit Abwärmenutzung und Fernwärme in Betrieb genommen wurde und in Huttwil, umgestellt auf Fernwärme. Insgesamt in diesen drei Standorten spart Swisscom durch Sanierungen und Modernisierungen jährlich 33'000 Liter Heizöl und vermeidet den Ausstoss von 87 Tonnen CO<sub>2</sub>. Zudem hat Swisscom 2014 zehn ökorelevante Bauprojekte umgesetzt. Wie ein internes Ökoformular belegt, spart sie dadurch 161 MWh Energie und vermeidet den Ausstoss von 43,2 Tonnen CO<sub>2</sub>.

## **Effizienzmassnahmen bei Treibstoffverbrauch und Mobilität**

Ein erstklassiger Kundendienst sowie der Ausbau der Netzinfrastruktur setzen eine lückenlose Mobilität der Mitarbeitenden voraus. 2014 sind im Dienste der Kunden insgesamt 62.7 Millionen Kilometer gefahren worden (ohne Privatnutzung), was einem Treibstoffverbrauch von 149 Terajoule (41,4 GWh) entspricht. Der Treibstoffverbrauch verminderte sich dabei gegenüber dem Vorjahr um 0,7%.

Dank einer fortschrittlichen Einsatzstrategie soll sich der durchschnittliche CO<sub>2</sub>-Ausstoss pro Fahrzeug bis ins Jahr 2015 von 150 Gramm CO<sub>2</sub>/km (2010) auf 110 Gramm CO<sub>2</sub> pro zurückgelegten Kilometer verringern. Ende 2014 haben die Personewagen der Swisscom Flotte gemäss Herstellerangaben nach neuem europäischem Fahrzyklus (NEFZ) einen durchschnittlichen Ausstoss von 117 Gramm CO<sub>2</sub> pro Kilometer erreicht. 96,6% der Fahrzeugflotte sind den Energieeffizienzkategorien A und B zugeordnet. Dazu betreibt Swisscom eine Flotte von 392 (+50%) Hybridfahrzeugen, 69 (+8%) erdgasbetriebenen Fahrzeugen, 17 (+55%) Elektrofahrzeugen und 34 (-13%) E-Bikes. Sämtliche Elektrofahrzeuge werden in den Gebäuden und Garagen von Swisscom mit Strom aus erneuerbaren Energiequellen geladen. 2014 haben die Swisscom Mitarbeitenden 121'260 (+16.8%) Bahnbillette für Dienstreisen genutzt sowie 13'848 (13,3%) Halbtax- und 3'343 (+7,9%) Generalabonnemente bezogen.

### Green ICT-Dienste bei Swisscom

Swisscom tritt nicht nur bei ihren Kunden für den Einsatz von Green ICT ein, sondern nutzt die Lösungen auch im eigenen Unternehmen:

- › **Virtuelle Konferenzen:** Mittlerweile hat Swisscom an 18 Standorten die realitätsnahe Video-konferenzlösung Telepresence installiert, so auch bei Fastweb in Italien.
- › **Home Office:** Viele Swisscom Mitarbeitenden sind in der Lage, per Mausklick Video- und Desks-haring mit anderen Mitarbeitenden zu betreiben. Dadurch können sie einen Teil ihres Arbeits-pensums von zu Hause aus erledigen. Die Studie «WorkAnywhere» und die Beteiligung am Home Office Day haben die neuen Arbeitsformen im Unternehmen weiter verankert. Der Leit-faden «Mobiles Arbeiten» gibt den Mitarbeitenden und Vorgesetzten Richtlinien zum Umgang mit mobiler Arbeit.

### Eigene Stromerzeugung

Seit 2005 erzeugt Swisscom eigenen Strom. Sie sieht darin einen wichtigen Beitrag zu einer nach-haltigen Energiepolitik. Swisscom baut Solaranlagen, wo diese wirtschaftlich sinnvoll sind.

2014 hat Swisscom sieben Solaranlagen in Betrieb genommen: vier auf den Sendestationen Les Ordons (Kanton Jura), La Chaux-de-Fonds (Kanton Neuenburg), Feldis (Kanton Graubünden) und Haute-Nendaz (Kanton Wallis) mit Leistungen von 52, 67 beziehungsweise 29 und 64kWp sowie drei weitere Anlagen mit einer Gesamtleistung von 280 kWp (Luzern-Littau: 30 kWp, Neuchâtel-Le Landeron: 30 kWp und Bern-Ittigen: 220 kWp). In der Summe beträgt die Leistung aller eigenen Solarstromanlagen 891 kWp (+137% gegenüber dem Vorjahr). Swisscom will ihr Programm zur Stromerzeugung in den nächsten Jahren fortsetzen. Sie hat sich als Ziel gesetzt, per Ende 2015 eine installierte Leistung von 1 MWp Solarstrom zu erreichen.

### Gesamtwirkung der Effizienzmassnahmen

Der Energieverbrauch (Strom, Brenn- und Treibstoffe) von Swisscom in der Schweiz beträgt 2014 498 GWh (Vorjahr 498 GWh). Ohne die seit dem 1. Januar 2010 umgesetzten Effizienzmassnahmen würde Swisscom gegenwärtig 127 GWh mehr Energie pro Jahr verbrauchen.

### Verwendung von Abwärme

Swisscom liefert in Zürich im Rahmen zweier Vereinbarungen Abwärme aus eigenen Betriebsge-bäuden. Im Jahr 2014 sind dadurch 5,7 GWh an thermischer Energie als Fernwärme in die Nach-barsiedlungen eingespeist worden (Vorjahr 5,8 GWh). Diese Massnahme hat 570'000 Liter Heizöl (Vorjahr 580'000 Liter) gespart und entsprechende CO<sub>2</sub>-Emissionen vermieden. Ebenso wird die Abwärme des neuen Rechenzentrums in Bern Wankdorf ins Fernheiznetz der Stadt Bern geleitet und beheizt direkt Wohnungen und Bürogebäude in der Nachbarschaft. Dies reduziert die CO<sub>2</sub>-Emissionen der Wohnungen und Geschäfte.

#### Projekt Mistral

**Kühlung der Telefonzentralen mit Aussenluft**  
Mistral spart so viel Energie, wie 9'000 Wohnun-gen und Geschäften benötigen, oder

45  
GWh/a

#### Abdeckung des Strombedarfs mit erneuerbarem Strom

Swisscom kauft jährlich Zertifikate und kompen-siert den Anteil an nicht erneuerbarem Strom zu

100  
%

## Energieeinsparung bei den Kunden dank verbesserter Endgeräte

Die von Swisscom erstellten Ökobilanzen der vergangenen Jahre belegen, dass drei Einflussgrössen für die Umwelteinwirkung von Netzen und Endgeräten relevant sind:

- > **Energieverbrauch** der Endgeräte beim Kunden
- > **Verwendete Energie** für die Produktion der Endgeräte
- > **Stromverbrauch** der Netzelemente

Der Energieverbrauch der Endgeräte bei den Kunden wird auf Basis der verkauften Volumen, Stromverbrauch pro Gerät und typischen Nutzungsprofile auf 250'000 MWh hochgerechnet. Hinsichtlich des Energieverbrauchs macht Swisscom ihre Kunden einerseits auf die vielfältigen Möglichkeiten zur Energieersparnis aufmerksam und bietet andererseits konkrete Lösungsvorschläge:

- > **Energie sparen – so einfach gehts:** Auf Initiative des Bundesamts für Energie (BFE) haben sich Swisscom und zwei weitere Anbieter für eine gemeinsame Informationskampagne entschieden. Die Kampagne bezweckt, den Energieverbrauch von Endgeräten wie Modems, Router und TV-Settop-Boxen mithilfe von idealen Einstellungen zu optimieren. Swisscom unterstützt die Kampagne, indem sie ihre Kunden informiert und auf ihrer Website energieoptimierte Einstellungen erläutert.
- > **Effiziente Settop-Boxen für TV-Kunden:** Von November 2012 bis Frühjahr 2014 hat Swisscom alle TV-Settop-Boxen mit voreingestelltem Stromsparmodus ausgeliefert. Die Geräte haben im tiefsten Standby-Modus einen Stromverbrauch von nur noch 0,4 Watt, was gegenüber den Vorläufermodellen eine durchschnittliche Energieersparnis von 50% ergibt. Für die Kunden hat diese Massnahme zu keinen Nachteilen geführt, da sich im Stromsparmodus einzig die Aufstartzeit der Boxen etwas verlängert.
- > **Swisscom TV 2.0:** Swisscom hat 2014 Swisscom TV 2.0 lanciert, das Aufnahmen nicht mehr auf der Settop-Box sondern in der Cloud speichert. Daher kommt die neue Box ohne Festplatte aus und verbraucht dadurch jährlich rund 36 kWh beziehungsweise rund 40% weniger Strom als ihre Vorgängerin. Zudem hat Swisscom die Kunden von Swisscom TV 2.0 umfassend informiert, wie sich die neue Settop-Box im Alltag und in den Ferien energieoptimiert konfigurieren lässt.
- > **Internet-Box: Swisscom** hat Ende 2013 ihre Internet-Box lanciert und im Berichtsjahr den Kunden besondere Dienste für das neue Breitbandinternet angeboten. Auch die Internet-Box bietet Möglichkeiten, um Energie zu sparen. So lässt sich über einen Zeitschalter die Zeitspanne festlegen, während der das WLAN, die zentrale Speicherfunktion oder die Telefonie (DECT) ausgeschaltet sein sollen. Zudem sind dank der Internet-Box im Heimnetzwerk weniger Geräte im Einsatz, was den Stromverbrauch erheblich senkt. Denn die Box ersetzt die früher erforderlichen Verbindungsgeräte für den kabellosen Anschluss von Computer, Fernsehen und HD-Festnetztelefonie.
- > **Eemode plus:** Durch Eemode plus strahlen Schnurlostelefone nur noch minimal. Mittlerweile sind fast alle von Swisscom verkauften Schnurlostelefone Modelle mit Eemode plus.

 Siehe unter  
[www.swisscom.ch/  
energie-sparen](http://www.swisscom.ch/energie-sparen)

 Siehe unter  
[www.swisscom.ch/  
energie-sparen](http://www.swisscom.ch/energie-sparen)

30

### CO<sub>2</sub>-Einsparungen

#### dank Green-ICT-Diensten

Unsere Kunden haben dank Green ICT-Diensten CO<sub>2</sub> gespart in der Höhe von

### Strom-Einsparungen

#### dank Green-ICT-Diensten

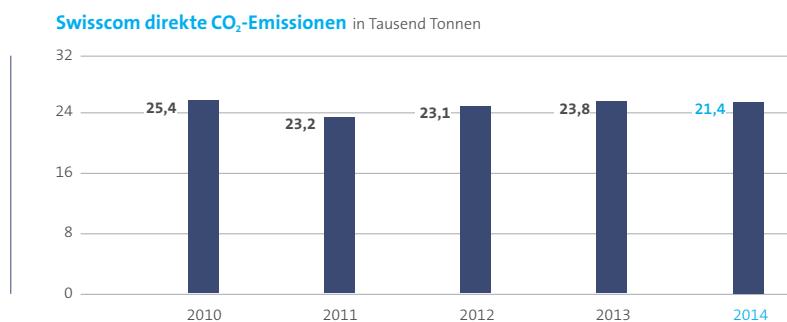
Zusätzlich sparen unsere Kunden 2014 gemeinsam Strom im Umfang von

323'000 t

70,4 GWh

## CO<sub>2</sub>-Bilanz nach Scope 1, 2 und 3 des Greenhouse Gas Protocol (GHC)

Swisscom verfolgt eine klare Linie, um die Folgen des Klimawandels zu bekämpfen, und folgt der international anerkannten Definition des Greenhouse Gas Protocol (GHC). Sie unterteilt ihre CO<sub>2</sub>-Emissionen in Scope 1 (direkte Emissionen aus der Verbrennung fossiler Energien für Heizung und Mobilität oder aus Kältemitteln), Scope 2 (indirekte, durch eingekaufte Energien verursachte Emissionen) und Scope 3 (alle anderen indirekten CO<sub>2</sub>-Emissionen, beispielsweise in der Lieferkette).



Swisscom führt ein Treibhausgas-Inventar nach der Norm ISO 14064:

- > **Emissionen nach Scope 1:** Der direkte Verbrauch von fossilen Energieträgern beträgt bei Swisscom 17,9% des gesamten direkten Energieverbrauchs (Vorjahr: 19,9%). Die CO<sub>2</sub>-Emissionen nach Scope 1 haben sich seit dem 1. Januar 2010 um 18,7% verringert und betragen 2014 ohne Klimakorrektur 21'380 Tonnen CO<sub>2</sub>. Davon entfallen 51% auf Treibstoffe und 49% auf Brennstoffe. Zusätzlich berücksichtigt Scope 1 die Emissionen aus Kältemitteln von 271 Tonnen (Vorjahr: 226 Tonnen). Swisscom erfasst keine Emissionen aus SF<sub>6</sub>-Verlusten elektrischer Transformatoren und -stationen, denn diese Anlagen werden nicht von Swisscom kontrolliert.
- > **Emissionen nach Scope 2:** Der in der Schweiz von Swisscom verwendete Elektrizitätsmix wird nicht durch fossile Energieträger erzeugt und ist daher frei von CO<sub>2</sub>-Emissionen. Nach Scope 2 fallen für Swisscom also keine CO<sub>2</sub>-Emissionen aus Stromverbrauch an, jedoch ein Anteil von 794 Tonnen CO<sub>2</sub> aus Fernwärme.
- > **Emissionen nach Scope 3:** Swisscom hat 2014 ihre Treibhausgasemissionen nach allen Kategorien von Scope 3 ermittelt. Ausgenommen sind die folgenden Kategorien: 10 Processing of sold products, 13 downstream leased assets und 14 Franchises. Sie sind nicht relevant, da Swisscom keine Produkte herstellt, kein Verteilzentrum (downstream leased assets) und keine Franchises betreibt. Die nach Scope 3 resultierenden CO<sub>2</sub>-Emissionen betragen 449'589 Tonnen.

31

Siehe unter  
[www.cdproject.net/  
en-us](http://www.cdproject.net/en-us)

Swisscom veröffentlicht ihr Treibhausgasinventar und lässt es in einem Klimabericht extern zertifizieren. Dieser Bericht ist nach der Norm ISO 14064 aufgebaut. Er weist nicht nur die CO<sub>2</sub>-Emissionen aus, sondern auch die Wirkung der Reduktionsmaßnahmen im Unternehmen. Zudem errechnet er die CO<sub>2</sub>-Emissionen, die sich von Unternehmen und Privatkunden vermeiden lassen – wenn diese von myclimate zertifizierte, klimafreundliche ICT-Dienstleistungen nutzen. Schliesslich führt der Klimabericht eine Bilanz von CO<sub>2</sub>-Emissionen und Reduktionen auf. Das Verhältnis von Reduktionen zu Emissionen ist leicht besser als im Vorjahr (0,72) und liegt Ende 2014 bei 0,77.

### Angestrebte Reduktion des direkten CO<sub>2</sub>-Ausstosses zwischen 1990 und 2015 durch folgende Massnahmen:

- > Gebäude Sanierungen
- > Verbrauchsarme Fahrzeuge
- > Mobilitätsmanagement

60 %

Weiter beteiligt sich Swisscom jährlich am Carbon Disclosure Project (CDP). Die durch das CDP erfassten Informationen über die Emissionen und das Engagement von Swisscom für den Klimaschutz sind auf der CDP-Plattform zugänglich. 2014 ist Swisscom in den Carbon Disclosure Leadership Index (CDLI) sowie den Carbon Supplier Climate Performance Leadership Index (SCPLI) aufgenommen worden.

## Weitere umweltrelevante Themen im Betrieb

### Papier

Swisscom unterscheidet zwischen dem Einsatz von kurzlebigen und langlebigen Materialien. Sie ist bestrebt, die Umwelteinwirkung von kurzlebigen Materialien, besonders von Papier, zu verringern. Im Büro benutzt Swisscom Recyclingpapier mit dem Umweltgütesiegel Blauer Engel. Für Rechnungen, Werbung oder Printmedien wird ausschliesslich Papier mit dem FSC-Siegel (Forest Stewardship Council) eingesetzt. Der Wechsel auf den zweimonatlichen Kundenrechnungsversand und die papierlose Online-Rechnung haben den Papierverbrauch spürbar verringert. Für Ausdrucke in ihren Gebäuden nutzt Swisscom «Follow-Me-Printing» und hat den Papierverbrauch so reduziert. Für die Telefonbücher wird Papier mit 34 g/m<sup>2</sup> und dem Umweltgütesiegel Blauer Engel verwendet. Der Papierverbrauch für Telefonbücher ist rückläufig, denn es werden deutlich weniger Bände gedruckt.

In Tonnen	Qualität	2012	2013	2014	2014 in %
<b>Bereich</b>					
Bürobereich (Kopierer, Drucker)	Blauer Engel <sup>1</sup>	170	143	130	1,7
Printmedien	FSC-Siegel	3'884	3'498	3'225	43,3
Rechnungen und Kuverts	FSC-Siegel	466	456	424	5,7
Telefonbücher	Blauer Engel	4'244	662 <sup>2</sup>	3'670	49,3
Total Papierverbrauch		8'764	4'759	7'449	100,0

<sup>1</sup> Ab 2014 75%, Vorjahr 100%

<sup>2</sup> Telefonbücher ausserhalb Perimeter Swisscom (Verschiebung zu LTV und Übernahme LTV durch Swisscom in 2014)

32

### Kabel, Glasfaser und Holzstangen

Der Netzbau erfordert den Einsatz von langlebigen Materialien wie Kabel oder Glasfaser. 2014 hat Swisscom in ihrem Festnetz die folgenden Materialien verlegt: Glasfaser, Kupferpaare sowie Kunststoffrohre aus umweltverträglichen Polyethylen. Ferner hat Swisscom Telefonstangen aus Holz installiert, die mit kupfer- und chromhaltigen Konservierungsmitteln behandelt sind. Drei Partnerfirmen gewährleisten die umweltgerechte Entsorgung dieser Telefonstangen am Ende deren Nutzungsdauer.

In km, Tonnen oder Stückzahl	Einheit	2012	2013	2014
<b>Materialien</b>				
Glasfaser	km	1'090'000	1'140'509	1'377'471
Kupferpaare	km	145'797	110'458	104'032
Kunststoffrohre	km	831	745	810
Kupfer	Tonnen	1'302	987	992
Kunststoff PE	Tonnen	798	716	774
Telefonstangen Holz	Stückzahl	5'931	6'659	8'789

## **Wasser**

Swisscom rechnet ihren Wasserverbrauch auf Basis einer Durchschnittsmessung des Jahres 1995 in ihren grössten Gebäude hoch und multipliziert sie mit der Anzahl Vollzeitstellen. Die Durchschnittsmessung wurde 2014 aktualisiert und liegt deutlich tiefer als vorher (115 l pro Vollzeitstelle pro Tag in 1995 auf ca. 40 l pro Vollzeitstelle und Tag). Der Wasserverbrauch ist im Sanitärbereich entsprechend gesunken (siehe Tabelle der Umweltkennzahlen, Seite 36). Wasser wird nur in einem Geschäftsprozess eingesetzt – der Kühlung – und ist deshalb kein umweltrelevanter Faktor. Für die Rückkühlung von Rechenzentren verwendet Swisscom grundsätzlich Trockenrückkühler. Einzig in Ausnahmefällen werden hybride oder adiabatische (mittels Verdunstung von Wasser betriebene) Rückkühler eingesetzt. In diesen Fällen verwendet Swisscom gemäss einer internen Weisung von September 2011 bevorzugt Regenwasser oder, falls bewilligt, Fluss- und Seewasser. Bei neuen Rechenzentren beträgt der Anteil des Regenwassers für die Rückkühlung zwingend über 80%, wobei die Rückkühler bis maximal 15% der gesamten jährlichen Einsatzzeit mit Wasser betrieben werden dürfen.

Der Wasserverbrauch für die Kühlung liegt damit deutlich unter dem gesamten Wasserverbrauch von Swisscom.

## **Kühlanlagen und Kältemittel**

Swisscom ersetzt in Telefonzentralen kontinuierlich alle Kompressionskühllanlagen, die Kühlmittel einsetzen, durch die fortschrittliche Kühlmethode Mistral. Mistral kühlt Telekommunikationsausrüstungen während des ganzen Jahres nur per Aussenluft und benötigt keinerlei Kühlmittel. Rund 85% der Telefonzentralen von Swisscom sind bereits auf Mistral umgerüstet. Ebenso kühlt Swisscom ihre Sende- und Mobilfunkbasisstationen vermehrt ohne Kompressionskühllanlagen. Kompressionskühllanlagen mit Kühlmittel werden nur noch in Rechenzentren betrieben, wobei Swisscom ihre Dictheit regelmässig kontrolliert. Die im Berichtsjahr emittierten Kältemittel sind mittels der Nachfüllmenge von 128 kg bestimmt worden (Vorjahr 88 kg). Sie verfügen über ein Treibhausgaspotenzial (GWP) von 271 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalent (Vorjahr 221) und ein ozonabbauendes Potenzial (ODP) von 0 kg R-11-Äquivalent (Vorjahr 0 kg). Das Treibhausgaspotenzial von Kältemitteln wird in einem separaten Klimabericht berücksichtigt, der nach ISO 14064 verfasst ist. Beim Umbau beziehungsweise Ausbau der Kälteanlagen in Rechenzentren setzt Swisscom auf den Einsatz von natürlichen Kühlmitteln. Wenn anders nicht möglich, setzt Swisscom Kühlmittel mit sehr geringem Treibhausgaspotenzial ein.

 Siehe unter  
[www.swisscom.ch/  
klimabericht](http://www.swisscom.ch/klimabericht)

33

## **Batterie- und Notstromanlagen**

Bei Ausfällen im Stromnetz müssen die Dienste von Swisscom verfügbar sein. Darum rüstet Swisscom Telekomgebäude und Rechenzentren mit Batterien und Notstromanlagen aus. Um mögliche Umweltgefährdungen durch Batterien zu vermeiden, prüft Swisscom regelmässig die vorgeschriebenen Sicherheitsmassnahmen in den Batterieräumen. Am Ende der Lebensdauer lässt Swisscom die Batterien umweltgerecht entsorgen und recyklieren. Die Notstromanlagen werden nur bei Stromnetzausfällen sowie einige Stunden pro Jahr für Probeläufe eingesetzt. Der erforderliche Brennstoffverbrauch ist in der Gesamtkennzahl des Brennstoffverbrauchs von Swisscom enthalten.

## **Verpackung**

Swisscom versendet TV-Settop-Boxen neu als nicht eingeschriebene Paketpost. Diese Massnahme sowie die verringerte Grösse der neuen Boxen haben das Versandvolumen um 52% sowie das Ver sandgewicht um 16% reduziert. Die ausgeklügelte Verpackung verzichtet zudem ganz auf Schaumstoffeinlagen, wobei die Schutzfunktion der Verpackung nicht beeinträchtigt wird.

## Abfälle und Recycling

Swisscom verringert ihr Abfallaufkommen, indem sie Produkte sorgfältig auswählt und ihre Verwendungsdauer verlängert. Für Beseitigung und Recycling gilt ein Vertrag mit der Schweizer Abfallbörse. Sonderabfälle lässt Swisscom entsprechend der gesetzlichen Vorgaben durch autorisierte Unternehmen beseitigen. Abfälle werden nach 16 Sorten getrennt. Sie fallen unter die vier Hauptkategorien Recycling, Entsorgung der Hauskehricht- und Betriebsabfälle in Kehrichtverbrennungsanlagen sowie Sonderabfälle. Bau- und Kabelreste werden vor Ort sortiert und direkt entsorgt. Die Menge an Hauskehricht wird durch eine Hochrechnung bestimmt, welche die Vollzeitstellen von Swisscom in der Schweiz mit dem Schweizer Durchschnittsverbrauch ins Verhältnis setzt.

In Tonnen	2012	2013	2014	2014 in %
<b>Abfallkategorien</b>				
Recycling Betrieb	1'660	1'625	1'863	50,0
Hauskehricht Entsorgung KVA	1'293	1'356	1'443	38,7
Betrieb Entsorgung KVA	155	235	404	10,8
Sonderabfälle Betrieb	20	10	17	0,4
Total Abfallmenge	3'128	3'226	3'727	100,0

Eine interne Vorgabe regelt das Recycling und die Entsorgung von Netzinfrastrukturen gesetzeskonform und umweltgerecht. Swisscom setzt recycelte Materialien ein: So verwenden die einzelnen Standorte Recyclingpapier und der Hauptsitz nutzt Regenwasser und Fernwärme der nahen Kläranlage. Nach Möglichkeit setzt Swisscom Router wieder ein.

## Boden und Biodiversität

Die Basis- und Sendestationen stellen sicher, dass die ganze Schweiz Telekom-, Radio- und TV-Dienste nutzen kann. Sie finden sich zuweilen ausserhalb bewohnter Gebiete. Sechs Sendestationen stehen am Rand von Schutzgebieten, zwei (0,4%) in Schutzgebieten nationaler Bedeutung (Moorlandschaften, Wasser- und Zugvogelreservate, Ramsar- und Smaragdgebiete) sowie 62 Basisstationen (1%) in Schutzgebieten, zwei davon im Schweizerischen Nationalpark.

Für den Bau einer Basis- oder Sendestation müssen wenige Quadratmeter grosse Flächen versiegelt werden. In Einzelfällen können Stationen das Landschaftsbild leicht beeinträchtigen, obschon Swisscom sich jeweils um eine optimale Integration bemüht. Weitere Einflüsse durch die Stationen sind nicht nachgewiesen. Alle Basis- und Sendestationen sind von den zuständigen Behörden bewilligt. Beim Abriss ausgemusterter Sendestationen renaturiert Swisscom das frei werdende Gelände entsprechend einer internen Vorgabe der Swisscom Broadcast AG. 2014 hat Swisscom zehn Stationen abgebaut und ihre Flächen renaturiert. Die betreffenden Stationen haben ausschliesslich zur Verbreitung von analogen TV-Signalen gedient und werden nicht mehr benötigt. Swisscom unterstützt unterschiedliche Partner, die sich für den Schutz von Böden und Biodiversität einsetzen. Die Unterstützung erfolgt finanziell sowie direkt durch den persönlichen Einsatz von Mitarbeitenden vor Ort anlässlich sogenannter Nature Days. Diese Nature Days sind Bestandteil des Corporate-Volunteering-Programms «Give & Grow». Swisscom Mitarbeitende haben 2014 insgesamt 600 Einsatztage für die Natur- und Landschaftspflege geleistet. Ferner unterstützt Swisscom den Schweizerischen Nationalpark mit technischen Dienstleistungen.

## Andere Emissionen in die Luft

Die Verbrennung fossiler Energie für die Heizung und die Mobilität verursacht neben CO<sub>2</sub> zusätzlich NO<sub>x</sub>- und SO<sub>2</sub>-Emissionen. Diese werden mit den relevanten Umrechnungsfaktoren berechnet und sind abhängig vom Verbrauch von Brenn- oder Treibstoff. Um NO<sub>x</sub>- und SO<sub>2</sub>-Emissionen zu verringern, optimiert Swisscom laufend Heizkessel und Antriebsmotoren. Die Emissionen sind in der Tabelle «Umweltkennzahlen» angegeben.

## Umweltkennzahlen Schweiz

	Einheit	2012	2013	2014
<b>Boden/Gebäude</b>				
Nettogenossfläche (NGF)	Mio. m <sup>2</sup>	0,91	0,92	<b>0,92</b>
<b>Papierverbrauch</b>				
Papierverbrauch insgesamt	Tonnen	8'764	4'759	<b>7'449</b>
<b>Wasser/Abwasser</b>				
Wasserverbrauch <sup>1</sup>	m <sup>3</sup>	466'581	475'701	<b>183'537</b>
<b>Energie, Elektrizität</b>				
Elektrischer Energieverbrauch <sup>2,3</sup>	Terajoule	1'471	1'435	<b>1'470</b>
	GWh	409	399	<b>408</b>
<b>Energie, Wärme<sup>4</sup></b>				
Heizöl	Terajoule	149,3	155,2	<b>122,7</b>
Erdgas	Terajoule	22,4	25,2	<b>26,4</b>
Fernwärme	Terajoule	29,3	27,3	<b>22,9</b>
Wärme insgesamt	Terajoule	201,0	207,7	<b>172,0</b>
<b>Energie, Treibstoffe<sup>5</sup></b>				
Benzin	Terajoule	31,6	22,2	<b>16,4</b>
Diesel	Terajoule	114,0	126,4	<b>129,8</b>
Erdgas	Terajoule	2,3	1,0	<b>2,9</b>
Treibstoffe insgesamt	Terajoule	147,9	149,6	<b>149,1</b>
Fahrzeuge	Anzahl	3'372	3'628	<b>3'377</b>
Gefahrene Kilometer	Mio. km	60,5	62,3	<b>62,7</b>
Durchschnittlicher CO <sub>2</sub> -Ausstoss <sup>6</sup>	g pro km	131,0	123,0	<b>117,0</b>
<b>Energie, total</b>				
Energieverbrauch	Terajoule	1'820	1'792	<b>1'791</b>
	GWh	505	498	<b>498</b>
<b>Emissionen in die Luft</b>				
Kohlendioxid CO <sub>2</sub> -eq aus dem Verbrauch fossiler Energien <sup>7</sup>	Tonnen	23'077	23'835	<b>21'380</b>
Stickoxide NO <sub>x</sub> <sup>8</sup>	Tonnen	22,4	23,8	<b>23,7</b>
Schwefeldioxid SO <sub>2</sub> <sup>9</sup>	Tonnen	5,0	5,2	<b>5,2</b>
<b>Abfall</b>				
Abfallmenge insgesamt	Tonnen	3'128	3'226	<b>3'727</b>

<sup>1</sup> Der Wasserverbrauch ist auf Basis eines mittleren Werts von 115 bzw. 40 Liter/FTE pro Tag ab 2014 hochgerechnet.

<sup>2</sup> Energieumrechnung: 1 Terajoule (TJ) = 0,278 Gigawattstunden (GWh).

<sup>3</sup> Der Stromverbrauch 2012 wurde bereinigt.

<sup>4</sup> Der Wärmeverbrauch beruht auf einer Hochrechnung und auf Basis der monatlichen Ermittlung der Verbräuche in 62 Gebäuden (mit einem Gesamtflächenanteil von 48%).

<sup>5</sup> Der Treibstoffverbrauch wurde von Privatnutzung bereinigt. Die gefahrene Km, der Energieverbrauch und die Emissionen in die Luft wurden entsprechend angepasst.

<sup>6</sup> Durchschnittliche Emissionen pro km beziehen sich auf Herstellerangaben.

<sup>7</sup> CO<sub>2</sub>-Emissionen aus Verbrauch fossiler Energien, ohne Fernwärme und Kältemittel.  
Swisscom veröffentlicht einen vollständigen Klimabericht nach ISO 14064.

<sup>8</sup> Gemäss Mobitool ([www.mobitool.ch](http://www.mobitool.ch)), PW-Verkehr, national 5–200 km, direkter Betrieb, Auslastung 1,25, Verbrauch 6,23 Liter pro 100 km (2013), 6,01 (2014).

<sup>9</sup> Gemäss Publikationen Luftschatdstoffemissionen des Strassenverkehrs 1990–2035, BAFU, Aktualisierung 2010, Anhang 6, S. 91, 2010 und Arbeitsblatt Emissionsfaktoren Feuerung, BAFU, 2005.

# Arbeiten und Leben

Swisscom unterstützt ihre Kunden in einem nachhaltigen Lebens- und Arbeitsstil. Zu ihrem Engagement gehören Angebote für mobiles Arbeiten und eine Gesundheitsplattform. Swisscom setzt sich damit für eine Schweiz ein, die Platz zum Leben bietet.



## Umfeld, Ziele und Managementansatz

Siehe unter  
[www.swisscom.ch/  
verantwortung](http://www.swisscom.ch/verantwortung)

Swisscom hat das Ziel, bis 2020 einer Million Kunden die Möglichkeit zu bieten, mobile Arbeitsformen zu nutzen. Außerdem will das Unternehmen eine Million neue Kunden für seine Dienstleistungen im Gesundheitsbereich gewinnen. Swisscom verfügt im Rahmen ihres Managementansatzes über interne Abteilungen und Weisungen, die Kriterien für Dienstleistungen und Plattformen im Gesundheitsbereich sowie für mobile Arbeit prüfen und festlegen.

## Angebote für flexibles Arbeiten

### Flexibles Arbeiten

Flexibles Arbeiten steigert die Produktivität. Denn es bietet Mitarbeitenden die Möglichkeit, den bestgeeigneten Arbeitsort zu wählen: so beispielsweise das Home Office für Aufgaben, die eine hohe Konzentration erfordern. Zudem nutzen Mitarbeitende im Rahmen von flexiblem Arbeiten Reise- und Wartezeiten produktiv.

Flexibles Arbeiten erhöht ferner die Arbeitszufriedenheit und verbessert das persönliche Wohlbefinden durch eine ausgeglichene Life Domain Balance. Arzttermine oder Besuche von Handwerkern lassen sich mit der Arbeit einfacher vereinen als bei starren Arbeitsmodellen. Schliesslich erleichtert flexibles Arbeiten die Freiwilligenarbeit in Vereinen oder tageszeitabhängigen Freizeitaktivitäten wie Sport in der freien Natur, da Mitarbeitende ihr Arbeitspensum am Abend nachholen können. Ab 1. Januar 2015 ergänzt Swisscom ihr Modell der flexiblen Arbeitszeitgestaltung mit dem Angebot für Ferienkauf. Mitarbeitende können bis zu zehn zusätzliche Ferientage kaufen und damit ihre individuelle Flexibilität erhöhen.

### Grosses Potenzial durch mobiles Arbeiten und azyklisches Pendeln

In den Vorjahren hat sich Swisscom – etwa in der Studie «WorkAnywhere» – vertieft mit den Vorteilen mobilen Arbeitens befasst. Im Berichtsjahr hat sie sich darauf konzentriert, einen Überblick über den Status des mobilen Arbeitens und des azyklischen Pendelns in der Schweiz zu gewinnen. Auf Unternehmensebene hat Swisscom das Phasenmodell FlexWork erarbeitet. Es unterteilt das mobile Arbeiten in fünf Phasen und berücksichtigt dabei Infrastruktur und Kultur des jeweiligen Unternehmens. Eine auf das Modell abgestützte, repräsentative Umfrage bei dienstleistungs- und wissensorientierten Unternehmen sowie Verwaltungen zeigt: Bei 25% der befragten Unternehmen ist mobiles Arbeiten die Ausnahme, 35% befinden sich in einer Veränderungsphase und 16% haben mobiles Arbeiten bereits als festen Bestandteil des Arbeitsalltags eingeführt. Lediglich 2% der befragten Unternehmen sind sogenannte Netzwerkunternehmen, bei denen mobile Arbeit bereits die Norm darstellt. Grossunternehmen setzen mobiles Arbeiten durchschnittlich etwas häufiger um als kleine und mittlere Unternehmen (KMU). Bei den KMU ist hingegen eine grössere Bandbreite bei der Umsetzung zu beobachten, denn in ihren Reihen befinden sich die grössten Vorreiter mobilen Arbeitens.

Auf individueller Ebene haben rund 54% der Schweizer Berufstätigen die Möglichkeit, mobil zu arbeiten. Heute arbeiten davon rund 1,35 Millionen Menschen in der Schweiz sehr häufig (11% von rund 4 Millionen Arbeitstätigen), öfter (12%) oder zumindest eher selten (weitere 11%) mobil. Davon ca. 54% über unsere Breitbandverbindungen, d.h. rund 750'000 Menschen. Bereits rund eine Million Arbeitnehmer nutzt diese Möglichkeit regelmässig. Insgesamt werden in der Schweiz so jährlich rund 42 Millionen Tage Arbeit im Home Office geleistet.

Die folgenden Dienste unterstützen mobiles Arbeiten:

- > **Conferencing Services:** die klassische Telefonkonferenz. Sie lässt sich inzwischen mit Funktionen wie dem Teilen des Bildschirms für gemeinsame Präsentationen erweitern.
- > **Managed Communications & Collaboration:** die in den persönlichen Arbeitsplatz integrierte Kommunikationslösung. Sie ermöglicht Web- und Videokonferenzen, das Teilen von Bildschirmen und das gemeinsame Bearbeiten von Dokumenten. Ferner bietet sie Chatfunktionen und Informationen über den Präsenzstatus.
- > **Vidia:** eine Videokonferenzlösung mit hoher Auflösung. Sie ist über jeden verfügbaren Bildschirm nutzbar.
- > **Remote Access:** der Fernzugriff auf das Firmennetz. Er gestattet orts- und zeitunabhängiges Arbeiten mit Unterlagen und Daten des Unternehmens.
- > **Information und Sensibilisierung der Kunden und Bevölkerung:** 2014 hat Swisscom ihre Partnerschaft mit dem WWF Schweiz weitergeführt. Sie ist Sponsorin der WWF-Ratgeber-App sowie des WWF-Footprint-Rechners. In der Ratgeber-App gehen der WWF und Swisscom als «Partner für die Umwelt» neue Wege. Die App zeigt in einem eigenen Bereich den Einsatz von Swisscom für Umwelt und Gesellschaft und belegt die Absicht, einen nachhaltigen Lebensstil zu unterstützen. Der Footprint-Rechner berechnet den persönlichen ökologischen Fussabdruck und gibt individuelle Tipps, wie sich der Alltag nachhaltig gestalten lässt.

## Angebote im Bereich Gesundheit

### Digital Health für eine gesunde Schweiz

Swisscom vernetzt das Schweizer Gesundheitswesen durch sichere Lösungen für den digitalen Datenaustausch. Dabei verfolgt Swisscom drei hauptsächliche Stossrichtungen. Erstens verhilft sie Leistungserbringern wie Ärzten und Spitätern zu mehr Effizienz durch digitalisierte, medizinische und administrative Prozesse sowie durch einen sicheren Datenaustausch. Zweitens trägt Swisscom zu einem nachhaltigen Gesundheitssystem bei. Denn sie fördert die Standardisierung des Austauschs medizinischer Daten und die Verbreitung einer eHealth-Infrastruktur für eine gesunde und zukunftsfähige Schweiz. Drittens bietet Swisscom ihren Kunden neue technologische Möglichkeiten für ein gesundheitsbewusstes Leben.

### Tiefere Gesundheitskosten durch die Digitalisierung

Die Gesundheitskosten in der Schweiz steigen weiter scheinbar unaufhaltsam. Die Ausgaben sind 2014 im Vergleich zum Vorjahr um insgesamt 5,3% gewachsen. Laut dem Bundesamt für Statistik werden 11,5% des Schweizer Bruttoinlandprodukts für das Gesundheitswesen verwendet. Einer der Gründe für die hohen Gesundheitskosten ist das Fehlen einer weitreichenden Digitalisierung im Gesundheitswesen. Experten gehen davon aus, dass im Schweizer Gesundheitswesen jährlich rund 250 Millionen Papierdokumente verschickt werden, da Fax und Brief nach wie vor die üblichen Kommunikationsmittel sind. Hier liegt für das Schweizer Gesundheitswesen ein grosses Einsparpotenzial. Im Auftrag von Swisscom hat PricewaterhouseCoopers PwC anhand zweier Spitäler und niedergelassener Ärzte dieses Einsparpotenzial untersucht. Wie sich zeigt, sind Einsparungen unter anderem im Überweisungsprozess vom Haus- oder Facharzt an das Spital sowie im abschliessenden Versand der Austrittsberichte möglich. Gemäss PwC liessen sich durch eine komplette Digitalisierung der Prozesse rund 90% der Prozesskosten einsparen. Dies entspräche in der Schweiz einem Betrag von über CHF 100 Millionen, wobei die Qualität der Gesundheitsversorgung gleichzeitig steigen würde.

### Ein hoch gestecktes Ziel

Im Berichtsjahr hat Swisscom im CR-Bereich das folgende Konzernziel festgelegt: Bis 2020 will Swisscom eine Million Kunden durch Angebote und Dienstleistungen im Gesundheitsbereich unterstützen. Der Jahresbericht 2015 soll hierzu erstmals quantitative Angaben liefern. Zurzeit nutzen rund 1'600 Ärzte, 32 Spitäler sowie 16 Spitex-Betriebe als Kunden Dienstleistungen von Swisscom. Mehrere Tausend Privatpersonen verwenden zudem Evita, das digitale Gesundheitsdossier von Swisscom. Die Plattform von Swisscom für das Betriebliche Gesundheitsmanagement läuft bereits bei über 60 Unternehmen.

### Health Center

Das Swisscom Health Center ist Teil der Verantwortung, die Swisscom für die Gesellschaft wahrnimmt. Als Plattform rund um die Gesundheit der Swisscom Mitarbeitenden bietet es Anwendungen für das persönliche Gesundheitsmanagement und die Prävention. Swisscom bietet das Health Center auch anderen Unternehmen an, die Gesundheit und Wohlbefinden ihrer Mitarbeitenden aktiv fördern wollen.

### Online-Plattform für Betriebliches Gesundheitsmanagement

Die Online-Plattform von Swisscom für Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) steht Firmen jeder Grösse zur Verfügung. Die Firmen fördern dadurch Gesundheit und Wohlbefinden im Betrieb. Mitarbeitende nutzen einen umfassenden Gesundheitstest mit integriertem Coaching-Call und arbeiten so vollständig anonym an ihrer Gesundheit. Ihre persönlichen Daten sichern sie im Dossier Evita und profitieren außerdem von Spezialangeboten.

### Evita – das elektronische Gesundheitsdossier von Swisscom

Das elektronische Gesundheitsdossier von Swisscom bietet Zugriff auf Gesundheitsdaten von Arzt und Spital sowie auf eigene Aufzeichnungen. Alle persönlichen medizinischen Daten und Dokumente eines Patienten sind sicher an einem Ort erfasst und online jederzeit abrufbar. Für Leis-

tungserbringer entwickelt Swisscom Lösungen, die den digitalen Austausch administrativer und medizinischer Daten zwischen Patienten, Leistungserbringern und Kostenträgern ermöglichen. Grundlage hierfür sind das Evita Online-Gesundheitsdossier und die Vernetzungslösung curaX. Durch diese Lösungen sparen sich die Beteiligten Kosten, Zeit und Ressourcen. Zudem gestalten interne und externe Prozesse, den Informationsaustausch sowie die Datenspeicherung sicherer und effizienter.

#### Förderung der Gesundheit in der Bevölkerung

Wer gesund leben will, bewegt sich regelmässig und nimmt aktiv an Breiten- und Massensportveranstaltungen teil. Die Swisscom Tochter Datasport trägt wesentlich dazu bei, dass viele dieser Sportveranstaltungen in der Schweiz reibungslos ablaufen. Datasport betreut jedes Jahr über 300 Veranstaltungen im Laufsport, Walking, Radsport, Mountain Biking, Inline Skating, Triathlon/Duathlon, Langlauf und Ski alpin. Als Gesamtdienstleister ist Datasport zuständig für Datenmanagement, Meldewesen, Inkasso, Zeitmessung, Ergebnisdienst, Speaker- und Informationssysteme sowie Informationsverbreitung.

### Strahlungsarme Kommunikationstechnologien

#### Beratung und Auskunft zum Thema Funktechnologien und Umwelt

Sieben geschulte Swisscom Mitarbeitende beraten Personen, die am Bau und Betrieb von Mobilfunknetzen mitwirken. Sie beraten ferner Anspruchsgruppen, die allgemeine Auskünfte zum Thema Funktechnologien, Umwelt und Gesundheit wünschen. Swisscom hat im Berichtsjahr über 640 Gespräche mit den wichtigsten Anspruchsgruppen zu den Themen Mobilfunk und Umwelt geführt. Diese Gespräche werden in der Regel durch lokale Projekte angeregt.

#### Forschung und Entwicklung im Bereich elektromagnetischer Felder

Der Betrieb von Funknetzen bringt eine grosse Verantwortung mit sich. Swisscom verfolgt den wissenschaftlichen Fortschritt im Bereich elektromagnetischer Felder und arbeitet mit internen und externen Spezialisten zusammen. Sie analysiert Forschungsresultate und unterstützt relevante wissenschaftliche Arbeiten.

So arbeitet Swisscom mit der an der ETH Zürich ansässigen Forschungsstiftung Strom und Mobilkommunikation (FSM) zusammen und unterstützt sie finanziell. Die FSM beschäftigt vier qualifizierte Mitarbeitende. Sie verfolgt und interpretiert kontinuierlich die Forschungsergebnisse, die zu Auswirkungen von elektromagnetischen Feldern auf Organismen und zur Messung von Immissionen publiziert werden.

Die Wissenschaft erachtet die gültigen Grenzwerte für elektromagnetische Felder nach aktuellem Kenntnisstand als sicher. Weitere Informationen finden sich auf den Faktenblätter Nr. 193 und Nr. 304 der Weltgesundheitsorganisation WHO.

 Siehe unter  
[www.swisscom.ch/  
strahlung](http://www.swisscom.ch/strahlung)

## **Zertifizierung des Qualitätssicherungssystems für die Einhaltung der NISV-Grenzwerte**

Swisscom ist verpflichtet, bei ihren Mobilfunkbasisstationen ein Qualitätssicherungssystem (QSS) zu betreiben. Dieses gewährleistet, dass die in Betrieb stehenden Anlagen die gesetzlichen Grenzwerte dauerhaft einhalten. Swisscom hat 2005 entschieden, dieses QSS nach der ISO-Norm 15504 zertifizieren zu lassen. Im November 2014 ist ein Assessment und Überwachungsaudit des QSS durch einen von der SGS (Société Générale de Surveillance) befugten, externen Assessor erfolgt. Swisscom hat die Prüfung mit Fähigkeitsstufe 4 (gut) von maximal fünf Stufen bestanden. Die für das QSS relevanten Prozesse sind also «zielgerichtet und messbar».

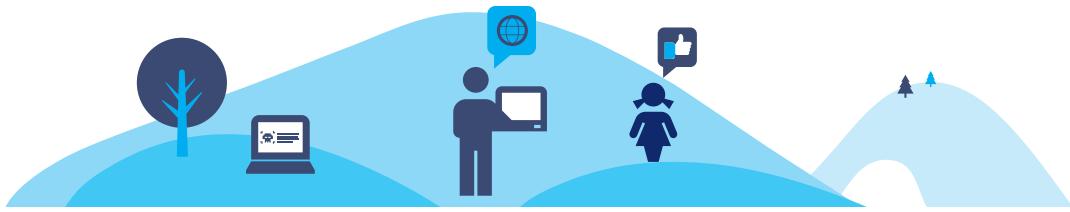
In der Schweiz ist die rechtliche Verpflichtung, die Emissionen von Mobilfunkanlagen zu begrenzen, in der Verordnung über den Schutz vor nichtionisierender Strahlung (NISV) festgelegt. Die NISV schützt Menschen vor schädlicher oder lästiger nichtionisierender Strahlung. Sie gilt für den Betrieb von ortsfesten Anlagen, die elektrische und magnetische Felder mit Frequenzen von 0 Hz bis 300 GHz emittieren. Die NISV-Grenzwerte liegen zehnmal tiefer als die Grenzwerte in den meisten anderen Staaten. Swisscom hat 2014 die NISV-Grenzwerte zu 100% eingehalten. Die zuständigen Kantonsstellen haben die Einhaltung der Grenzwerte stichprobenartig geprüft.

## **Informationspflicht zu den in den Verkaufsstellen angebotenen Geräten**

Bei allen angebotenen und ausgestellten Geräten weist Swisscom den Verkaufspreis klar aus, wie es die Preisbekanntgabeverordnung (PBV) vorschreibt. Relevante technische Daten zu den Produkten ergänzen die Deklaration. Zudem finden Kunden und Interessierte in den Swisscom Verkaufsstellen und auf der Website Angaben zu den Strahlungswerten der erhältlichen Mobilfunkgeräte (sogenannte SAR-Werte). Hierfür gibt es keine gesetzliche Verpflichtung. Swisscom entspricht mit dieser Information vielmehr dem Kundenbedürfnis, bei der Auswahl eines Geräts seinen Strahlungswert zu kennen. Alle von Swisscom angebotenen Mobilfunktelefone halten den Grenzwert von 2 W/kg ein, 75% liegen unter 0,8 W/kg (Vorjahr: 51%), 45% unterschreiten sogar 0,6 W/kg (Vorjahr: 31%, Stand Dezember 2014).

# Medienkompetenz und Sicherheit

Swisscom ermöglicht und prägt die Informationsgesellschaft, an der alle Menschen in der Schweiz teilhaben sollen. Ihre Infrastruktur und Dienstleistungen erlauben es Menschen, jederzeit im öffentlichen und privaten Raum zu kommunizieren und zu interagieren. Swisscom setzt sich für eine verantwortungsvolle Mediennutzung ein.



## Umfeld, Ziele und Managementansatz

Das Ziel von Swisscom lautet: Alle Menschen in der Schweiz sollen in der Lage sein, die Möglichkeiten der digitalen Medien zu nutzen. Swisscom ist bestrebt, an jedem Ort der Schweiz einen zuverlässigen Netzzugang zu gewährleisten. Ein besonderes Augenmerk richtet sie in diesem Zusammenhang auf die Förderung der Medienkompetenz – nicht nur im Rahmen der Anstrengungen für den Jugendmedienschutz, sondern auch mithilfe von Initiativen, die sogenannte digitale Gräben überbrücken.

Im Jahr 2015 wird Swisscom an ihrem Ziel festhalten. Sie steht damit im Einklang mit der Strategie des Bundes für eine gesunde und wertvermehrende Informationsgesellschaft. Swisscom ist überzeugt, dass der Wirtschaftsstandort Schweiz, die Bildungslandschaft Schweiz und die ganze Bevölkerung auch künftig von einer fortschrittlichen ICT-Landschaft profitieren.

41

## Datenschutz

Die Kundendaten, mit denen Swisscom umgeht, sind dem Datenschutzgesetz und dem Fernmeldegesetz unterstellt. Der Schutz der Privatsphäre, die Einhaltung des Datenschutzes und die Wahrung des Fernmeldegeheimnisses sind zentrale Aufgaben und Anliegen von Swisscom. Die Datenschutzerklärung stellt klar, wie Swisscom im Rahmen ihrer Website und E-Mail-Aktivitäten mit Personen-daten umgeht. Swisscom hält sich strikt an die Gesetzgebung. Sie erhebt, speichert und bearbeitet nur Daten, die für folgende Zwecke nötig sind: für die Erbringung von Dienstleistungen, für die Abwicklung und Pflege der Kundenbeziehung – namentlich die Gewährung einer hohen Dienstleistungsqualität –, für die Sicherheit von Betrieb und Infrastruktur sowie für die Rechnungsstellung. Die Kunden willigen zudem ein, dass Daten für Marketingzwecke von Swisscom und innerhalb der Swisscom Gruppe bearbeitet werden dürfen. Kunden haben dabei die Möglichkeit zu erklären, welche Werbeformen sie wünschen oder auf welche sie verzichten (sogenannte Opt-out-Möglichkeit). Swisscom verfolgt das Ziel, alle Mitarbeitenden, die durch ihre berufliche Tätigkeit Zugang zu Kundendaten haben, zu lückenloser Compliance anzuleiten. Zusätzlich sensibilisiert und befähigt sie ihre Mitarbeitenden im Rahmen von Datenschutztrainings, die Massnahmen des Datenschutzes konsequent umzusetzen.

Die Sicherheitsverantwortlichen von Swisscom haben ferner ein umfassendes Projekt abgeschlossen, das auf eine weitere Verbesserung des Datenschutzes abzielt. Sie haben sämtliche Zugriffsrechte auf kritische Kundendaten überprüft, neu festgelegt und ein System eingerichtet, das feststellt, ob Zugriffe auf kritische Kundendaten legitim sind. Swisscom setzt auch in Zukunft alles daran, die Daten ihrer Kunden durch Optimierung von Technik, Organisation, Prozessen und Mitarbeitentrainings zu schützen. Swisscom ist sich ihrer Verantwortung im Datenschutz bewusst. Sie wird weiterhin mit der nötigen Sensibilität neue Technologien einführen, aktuelle Bedürfnisse aufnehmen und ihre gesellschaftliche Verantwortung als Begleiterin in der vernetzten Welt wahrnehmen.

## Jugendmedienschutz und Förderung der Medienkompetenz

### Jugendmedienschutz und Richtlinien für Medieninhalte

Die Nutzung digitaler Medien bietet viele Chancen. Für Kinder und Jugendliche sind mit den digitalen Medien aber auch Risiken verbunden. Swisscom überlässt die Verantwortung beim Umgang mit diesen Risiken nicht allein den Erziehenden. Vielmehr unterstützt sie Eltern und Lehrpersonen mit vielfältigen Informationen, Hilfsmaterialien und Produkten.

Eine besondere Rolle im Jugendmedienschutz spielt die Privatsphäre. Denn wenn Kinder und Jugendliche in sozialen Netzwerken private oder gar intime Informationen für die Öffentlichkeit sichtbar machen, sind sie sich der Tragweite ihres Handelns meist nicht bewusst.

Swisscom unterstützt die High Principles on Child Protection. Sie hat in Zusammenarbeit mit der European Telecommunications Network Operators' Association (ETNO) ihre Nutzungsbedingungen auf den Jugendplattformen neu gestaltet und so formuliert, dass Kinder und Jugendliche sie verstehen.

Gemäss Schweizerischem Strafgesetzbuch ist es Anbietern untersagt, Personen unter 16 Jahren Inhalte pornografischer Natur anzubieten. Swisscom legt deshalb die Vorschriften der Fernmelddienstverordnung, welche die Sperrmöglichkeiten von Mehrwertdiensten beschreiben, sehr streng aus. So bietet sie seit 2009 auf ihrem Informationsportal keinerlei erotische Inhalte an.

Die Brancheninitiative für verbesserten Jugendmedienschutz und zur Förderung der Medienkompetenz, die vom Schweizerischen Verband der Telekommunikation (asut) getragen wird, empfiehlt seit 2008 neben den gesetzlichen Vorschriften eine Liste zusätzlicher Massnahmen im Jugendmedienschutz. Zu diesen Massnahmen hat sich Swisscom verpflichtet. So bietet Swisscom zum Beispiel eine Filtersoftware für den Internetzugang an, setzt die aktive Informationspflicht gegenüber Kunden um, zeigt Dialogbereitschaft gegenüber im Jugendmedienschutz engagierten Organisationen und hat einen Beauftragten für den Jugendmedienschutz benannt.

Eine Evaluation der Brancheninitiative durch das Programm «Jugend und Medien» des Bundesamtes für Sozialversicherungen BSV hat allerdings Mängel in der Umsetzung und Durchsetzung festgestellt. Swisscom ist dankbar für die Kritik und hat umgehend Massnahmen ergriffen, um die beanstandeten Bereiche zu verbessern. So hat sie eine gross angelegte Schulungsinitiative in die Wege geleitet, die das Verkaufspersonal noch besser auf die speziellen Bedürfnisse besorgter Eltern vorbereitet. 2015 wird Swisscom an einem Roundtable-Gespräch teilnehmen, das von der Branchenorganisation asut organisiert wird. An diesem Gespräch wollen die unterschiedlichen Interessenvertreter über weitere Massnahmen zur Verbesserung des Jugendmedienschutzes diskutieren.

Swisscom geht über die gesetzlichen Vorgaben an den Jugendmedienschutz hinaus:

- > Freiwillige Erhöhung der Altersgrenze für den Zugang zu bestimmten Dienstleistungen (Mehrwertdienste) auf 18 Jahre
- > Keinerlei erotische Inhalte im Video-on-Demand-Angebot von Swisscom TV und auf dem Info-portal
- > Zusätzliche Sendersperrung mittels PIN bei Swisscom TV
- > Gewährleistung des Jugendmedienschutzes bei der neuen TV-Zusatzfunktion «Replay»
- > Altersfreigabe-Empfehlung nach der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) bei allen Video-on-Demand-Angeboten
- > Sehr strenge Vorgaben an Drittanbieter von Mehrwertdiensten

 Siehe unter  
[www.asut.ch](http://www.asut.ch)  
[www.bluewin.ch](http://www.bluewin.ch)

 Siehe unter  
[www.bluewin.ch](http://www.bluewin.ch)

Die Fernmeldedienstverordnung (FDV) schreibt für Anbieter von Fernmeldediensten vor, mindestens einmal jährlich auf die Existenz eines Sperrsets hinzuweisen. Dieses Sperrset verhindert den Zugang zu kostenpflichtigen Mehrwertdiensten für bestimmte Anschlüsse. Swisscom informiert ihre Kunden jährlich per Rechnungsbeilage über diese kostenlose Dienstleistung. Bei allen jugendlichen Abonnenten unter 16 Jahren wird das Sperrset automatisch aktiviert. Es lässt sich nur mit der Zustimmung der Erziehungsberechtigten deaktivieren.

### Jugendmedienschutz und Fördermassnahmen

Die von Swisscom ergriffenen Massnahmen im Jugendmedienschutz verringern viele Risiken, die sich ergeben, wenn Kinder Medien nutzen. Das Unternehmen erachtet die Förderung der Mediенkompetenz von Kindern und Jugendlichen als besten Weg, um die Risiken weiter zu verringern. Darum engagiert sich Swisscom seit vielen Jahren mit unterschiedlichen Massnahmen dafür, dass Kinder und Jugendliche die digitalen Medien sinn- und massvoll nutzen:

- > **Medienkurse für Eltern, Lehrpersonen und Schüler:** Die Medienkurse finden jeweils an Elternabenden oder an Lehrerweiterbildungen statt. Ziel der Kurse ist es, die Teilnehmer für Risiken zu sensibilisieren und Empfehlungen zur Mediennutzung in Familie und Schule zu vermitteln. Insgesamt hat Swisscom im Jahr 2014 schweizweit über 1000 Veranstaltungen mit über 25000 Teilnehmern zum Thema Mediengkompetenz durchgeführt.
- > **JAMES – Jugend, Aktivitäten, (Multi-)Media – Ergebnisse Schweiz:** Die JAMES-Studie untersucht das Mediennutzungsverhalten Jugendlicher zwischen 12 und 19 Jahren. 2014 hat Swisscom die JAMES-Studie in Kooperation mit der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) in Zürich zum dritten Mal durchgeführt. Die aus JAMES gewonnenen Erkenntnisse ermöglichen es Politik und Wissenschaft, auf Basis einer verlässlichen wissenschaftlichen Grundlage Schlüsse zu ziehen und Massnahmen einzuleiten. Swisscom füllt damit eine langjährige Forschungslücke, da vor dem Jahr 2010 keine durchgängige Erhebung der Mediennutzung Jugendlicher erfolgt ist.

 Siehe unter  
[www.swisscom.ch/  
james](http://www.swisscom.ch/james)

### Nationales Programm zur Förderung der Mediengkompetenz

Der Bundesrat hat im Sommer 2010 das Programm «Jugend und Medien» ins Leben gerufen, um die Mediengkompetenz von Kindern und Jugendlichen zu verbessern. Das Bundesamt für Sozialversicherungen (BSV) ist für die Umsetzung des Programms verantwortlich, das bis 2015 dauert. Swisscom ist Hauptpartnerin des Programms. Sie ist überzeugt, dass im Bereich des Jugendmedienschutzes eine Zusammenarbeit von Privatwirtschaft und öffentlicher Hand besonders wichtig ist, und unterstützt das Programm daher finanziell und kommunikativ.

### Medienkurse für Eltern, Lehrpersonen und Schüler

Seit 2012 hat Swisscom ihr Kursangebot zur Förderung der Medienkompetenz erweitert. Ihr Angebot umfasst nunmehr zusätzlich zu den Informationsveranstaltungen für Eltern und Lehrpersonen einen modular aufgebauten Kurs für Schüler der Oberstufe (7.–9. Klasse) und ein flexibles Modul für die Schüler der Mittelstufe (4.–6. Klasse) an. Zur Wahl stehen Kursmodule für Lehrpersonen zum Mediennutzungsverhalten allgemein, zu rechtlichen Fragen im Internet, zu sozialen Netzwerken, zu sicherem Surfen und neu zum Thema Cybermobbing. Swisscom stellt für die teilnehmenden Klassen jeweils einen eigenen Kursleiter. Das Angebot ist 2014 wiederum auf ein sehr grosses Interesse gestossen. Die Erfahrungen und Rückmeldungen sind positiv, die Weiterempfehlungsrate beträgt über 97%.

Die Wirksamkeit der Medienkurse ist im Rahmen einer Studie evaluiert worden, die in Zusammenarbeit mit der Fachhochschule Schweiz FFHS unter der Leitung von Prof. Per Bergamin entstanden ist. Die Studie belegt: Vor allem diejenigen Schüler profitieren von den Medienkursen, die eher ein kleines Vorwissen besitzen. 47% der jungen Teilnehmer achten nach dem Kurs darauf, sichere Passwörter zu verwenden. 38% haben durch den Besuch ein vertieftes Verständnis der rechtlichen Grundlage im Web erlangt.

### Swisscom Academy

Die Swisscom Academy schult seit 2005 Nutzer im Umgang mit Mobilfunkgerät und Internet. In den Schulungszentren in Bern, Basel, Lausanne, Luzern, Genf und Zürich bietet Swisscom täglich Kurse an. Zudem ist die Academy mobil an weiteren Standorten jährlich präsent. Im Jahr 2014 haben sich über 16'000 Personen im Gebrauch moderner Kommunikationsmittel weitergebildet. Seit der Lancierung der Swisscom Academy haben sich damit schon 295'000 Menschen in der Schweiz auf die Schulbank gesetzt. Die Kurse richten sich an alle Menschen in der Schweiz und stehen Kunden wie Nichtkunden offen. Durch sie leistet Swisscom einen wichtigen Beitrag, die digitale Kluft zwischen den Generationen zu verkleinern.

### Förderung der Medienkompetenz

Swisscom fördert den selbstverantwortlichen Umgang mit neuen Medien.  
Interesse an den von Swisscom angebotenen Kursen: seit 2008

295'000

Teilnehmende an  
Academy- und Medienkursen

## Initiative «Schulen ans Internet»

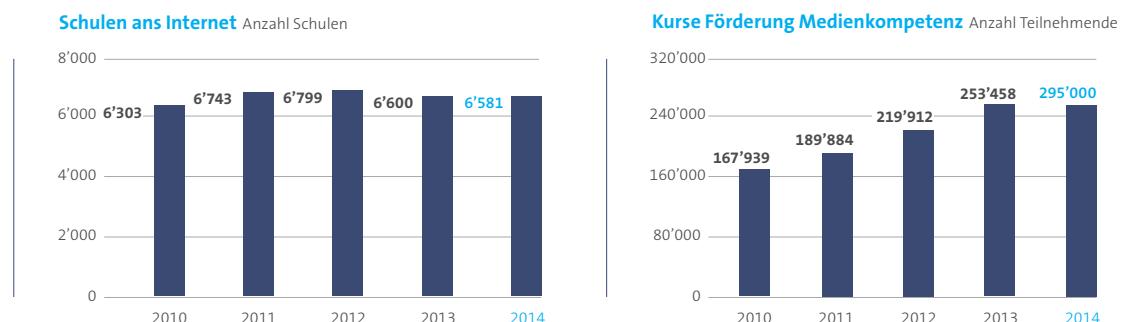
In Schweizer Schulen werden digitale Medien immer wichtiger. Die Swisscom Initiative «Schulen ans Internet» reagiert auf die erweiterten Bedürfnisse von Schulen und Kantonen und baut ihr Angebot laufend aus. Dank Swisscom profitieren bereits alle Volks- und Kantonsschulen von einem breitbandigen Internetzugang. Seit Jahren begleitet die Initiative auch die Kindergärten, die im Rahmen des interkantonalen Konkordats HARMOS in die Primarschulen integriert werden, in die digitale Welt. Swisscom leistet seit 2002 einen substanzuellen Beitrag zur Bildungslandschaft in der Schweiz: von 2002 bis 2007 zunächst im Rahmen der Bundesinitiative «Schule im Netz», seit 2008 mit ihrer eigenen Initiative «Schulen ans Internet» und in Abstimmung mit den zuständigen öffentlichen Stellen. Swisscom hat das Ziel, zusammen mit Schulen, Kantonen und Bundesstellen eine nachhaltige und leistungsfähige Architektur der künftigen ICT-Landschaft im Bildungswesen zu schaffen.

Die Anzahl der Institute, die von «Schulen ans Internet» profitieren, ist 2014 leicht zurückgegangen (6'581 Schulen). Denn die Konsolidierung von Schuleinrichtungen schritt an vielen Orten – oft durch Gemeindefusionen bedingt – im Berichtsjahr voran. Die Anzahl der von der Initiative erreichten Schüler und Lehrpersonen blieb unverändert.

Der Aufwand für eine leistungsstarke Infrastruktur ist in den letzten Jahren stetig gewachsen. In Übereinkunft mit den Kantonen beteiligen sich die Schulen nach dem Verursacherprinzip an den Kosten für Sicherheitslösungen wie Firewall und Inhaltfilter. Die Kosten belaufen sich pro Schule auf CHF 780 pro Jahr, wobei der Internetzugang kostenlos ist.

Schulen betreiben heute immer professionellere ICT-Infrastrukturen. Sie müssen sich der Frage stellen, was Schule oder Kanton selbst leisten sollen und was sich auslagern lässt. Aus diesem Grund hat Swisscom für Schulen ein spezifisches Portfolio erarbeitet, das über die schultypischen Bedürfnisse orientiert und an die Anforderungen der Kantone angepasst ist. Swisscom ist sich bewusst, dass Schulen finanziell an Grenzen stoßen. Da sie sich auch künftig für Bildung einsetzt, bietet sie für Schulen weiterhin stark rabattierte Preismodelle.

 Siehe unter  
[www.swisscom.ch/sai](http://www.swisscom.ch/sai)



Swisscom hat in den vergangenen Jahren ihr Netzwerk mit unterschiedlichen Institutionen des Bildungswesens ausgebaut. Dieses Netzwerk stellt sicher, dass Swisscom die Bedürfnisse von Schulen bei der ICT-Integration rechtzeitig erkennt. Swisscom pflegt das Netzwerk in Form von Dialogen und Veranstaltungen besonders mit folgenden Institutionen:

- Bildungsserver educa und schweizerischer Bildungsserver educanet
- Erziehungsdirektorenkonferenz (EDK)
- Tagung der Schweizerischen Fachstelle für Informationstechnologien im Bildungswesen (SFIB)
- Bundesamt für Kommunikation (BAKOM)
- Schweizerische Stiftung für audiovisuelle Bildungsinhalte (SSAB)
- Schweizerischer Lehrerverband LCH
- Conférence intercantonale de l'instruction publique (CIIP)
- Worlddidac Association
- Verschiedene pädagogische Hochschulen

# Attraktive Arbeitgeberin

Menschen und ihre Beziehungen stehen bei Swisscom im Zentrum. Gemeinsam mit ihren Mitarbeitenden ist Swisscom erfolgreich.



Swisscom bewegt sich in einem dynamischen, anspruchsvollen Marktumfeld, das von rascher technologischer Entwicklung und neuen Kundenbedürfnissen geprägt ist. Demografische und gesellschaftliche Entwicklungen beeinflussen außerdem die personellen Ressourcen. Swisscom setzt deshalb auf ein zukunftsorientiertes Personalmanagement, lebt eine Leistungs- und Entwicklungskultur und schafft ein Arbeitsumfeld, das die Mitarbeitenden motiviert, ihr Potenzial im Sinne des Leitbilds zu entfalten.

In einer multimedialen Gesellschaft sind Fachwissen, Beweglichkeit und Veränderungsbereitschaft der Mitarbeitenden entscheidend, um die Unternehmensstrategie zu verwirklichen. Kundenorientierung und damit das Vertrauen der Kunden in Swisscom und in ihre Mitarbeitenden ist der Schlüssel, um langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben. Swisscom orientiert sich deshalb konsequent an den Kundenbedürfnissen. Dies erfordert Mitarbeitende, die klare Ziele entwickeln und diese in gemischten, bereichsübergreifenden Teams umsetzen – immer mit Blick auf das Kundenversprechen, Kundenversprechen, wonach Swisscom die beste Begleiterin ihrer Kunden in der vernetzten Welt sein will.

46

## Umfeld, Ziele und Managementansatz

Innerhalb von Swisscom ist der Konzernbereich Group Human Resources für die Umsetzung einer einheitlichen Personal- und Sozialpolitik verantwortlich. Er bestimmt und gestaltet die übergreifenden Standards, Leitlinien und Grundsatzthemen. Zusammen mit der Linie und den Kompetenzzentren Compensation & Benefits, Development, Employment Relations und Recruiting & Employability setzen die Personalabteilungen der einzelnen Geschäftsbereiche die Vorgaben um und unterstützen die Linie bei sämtlichen personalrelevanten Fragen von der Anstellung bis zum Austritt. Der Konzernbereich Group Human Resources unterstützt die Konzernleitung und den Verwaltungsrat bei personalpolitischen Fragen wie Anstellungsbedingungen, Lohnsystem oder Diversity. Er erarbeitet zusammen mit den operativen Einheiten im Rahmen der strategischen Personalplanung Massnahmen zu Managemententwicklung, Nachfolgeplanung und Mitarbeitendeentwicklung.

Zudem ist er für die gesamte Berufsbildung verantwortlich und leistet damit einen wichtigen Beitrag zum Wirtschaftsstandort Schweiz. Im Austausch mit den Sozialpartnern und den Personalvertretungen nimmt Group Human Resources die Interessen des ganzen Konzerns wahr.

Um die künftigen Herausforderungen mitzugestalten, plant der Konzernbereich Group Human Resources den Ressourcenbedarf in quantitativer wie qualitativer Hinsicht. Er legt zudem den Rahmen und die Schwerpunkte für die berufliche Entwicklung der Mitarbeitenden fest und etabliert eine Führungskultur, die von Vertrauen, Wertschätzung und einer gesunden Leistungsorientierung geprägt ist. Damit trägt Group Human Resources wesentlich zur Umsetzung der Unternehmensstrategie bei.

## Personalentwicklung

Das Marktumfeld von Swisscom verändert sich permanent. Swisscom investiert in die berufliche Entwicklung der Mitarbeitenden und Führungskräfte, um ihre Arbeitsmarktfähigkeit und die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens nachhaltig zu erhalten und zu verbessern. Den Mitarbeitenden stehen für ihre Entwicklung vielfältige On-, Near- und Off-the-Job-Entwicklungsangebote sowie interne Programme und Trainings zur Verfügung. Swisscom hat interne Programme und Trainings 2014 auf dem konzernweit eingesetzten «Learningcenter» gebündelt und für alle Mitarbeitenden über ihren persönlichen Lernplatz zugänglich gemacht. Knapp die Hälfte aller internen Angebote lassen sich als elektronische Lernformen orts- und zeitunabhängig absolvieren.

Die Lerninhalte umfassen Fach-, Führungs- und Projektmanagementthemen. Im Rahmen des Talentmanagements haben etwa 10% der Leistungsträger aus den Zielgruppen ein entsprechendes internes Programm oder Training absolviert. Die Weiterbildung on-the-job mittels Job Moves und Stages wird immer wichtiger. Bereits heute besetzt Swisscom knapp 43% der ausgeschriebenen Stellen intern. Sie begrüßt zudem individuell weiterführende externe Ausbildungen und unterstützt diese finanziell sowie zeitlich.

Die Entwicklung von Mitarbeitenden betrachtet das Management von Swisscom als wichtigen Teil seiner Führungsaufgabe. Der regelmässige Dialog zwischen Mitarbeitendem und Führungskraft verhilft in einer komplexen, vernetzten Arbeitswelt zur Orientierung. Er stärkt zudem das gemeinsame Bekenntnis zu Lernen und Entwickeln und trägt dazu bei, mittelfristige personelle Entwicklungsmassnahmen zu vereinbaren und zu verwirklichen. Um die Leistungen und die Entwicklung der Mitarbeitenden zu beurteilen und zu fördern, entwickelt Swisscom ihr Performance-Management-System bedürfnisgerecht weiter. Leistungsbeurteilungen erfolgen auf Basis verbindlicher Zielvereinbarungen fair und breit abgestützt. Um die Leistungs- und Entwicklungseinschätzung breit abzustützen, halten Führungsteams zweimal jährlich Kalibrierungsrunden ab. Diese Runden gestatten es, Leistungen systematisch zu beurteilen und weitere Entwicklungsschritte festzulegen. Sie dienen ferner der Nachfolgeplanung für Schlüsselfunktionen und veranlassen die Platzierung von Talenten in eigens entwickelten Talentprogrammen, um den betreffenden Talenten über die Grenzen einzelner Abteilungen hinaus Herausforderungen zu bieten und so ihre Entwicklung zu unterstützen.

Im Jahr 2014 hat Swisscom die «Leadership Academy» lanciert. In ihrem Rahmen setzen sich Führungskräfte mit individuellen wie übergreifenden Führungsthemen auseinander und stärken durch den Austausch mit anderen Führungskräften ihre Kompetenzen.

47

## Schulungen der Mitarbeitenden allgemein und im Bereich Corporate Responsibility

2014 haben sich Swisscom Mitarbeitende im Durchschnitt 3,8 Tage aus- oder weitergebildet. Swisscom schult seine Mitarbeitenden ferner regelmässig zu relevanten Themen wie Sicherheit, Compliance oder Corporate Responsibility. So sensibilisieren beispielsweise Welcome Days neue Mitarbeitende für ökologische und gesellschaftliche Themen. Mit dem sogenannten Hallo-Zukunft-Dialog sensibilisierten die Lernenden von Swisscom im 2014 rund 150 Teams zu den Nachhaltigkeits-Zielen von Swisscom. Die Teams wurden dabei animiert, einen eigenen Beitrag zur Nachhaltigkeit zu definieren und umzusetzen.

## Corporate Volunteering

Der Begriff Corporate Volunteering steht für das Engagement von Mitarbeitenden, im Rahmen von Freiwilligeneinsätzen gemeinnützige Arbeit zu leisten. Swisscom fördert dieses Engagement, indem sie Arbeitszeit zur Verfügung stellt und ihren Mitarbeitenden unterschiedliche Volunteering-Projekte in den Bereichen Umwelt (Nature Days), Soziales (Social Days) und Bildung (Economy Days) bietet. Swisscom Mitarbeitende können jährlich bis zu zwei Tage ihrer Arbeitszeit für Freiwilligeneinsätze verwenden. Im Jahr 2014 haben die Mitarbeitenden 1655 Einsatztage geleistet.

## Personalbeschaffung

### Rekrutierung neuer Mitarbeitender

Swisscom will Menschen gewinnen, die mit Einsatz und Leidenschaft Kunden begleiten und die Zukunft der vernetzten Welt mitgestalten. An sämtlichen Geschäftsstandorten in der Schweiz achtet Swisscom zudem darauf, in erster Linie Personen aus den umliegenden Regionen einzustellen. Daher liegt der Anteil an Mitarbeitenden aus den jeweiligen Regionen in allen Bereichen und auf allen Hierarchieebenen beachtlich hoch.

### Hochschulpraktikanten und Trainees

Um talentierte und hoch motivierte Hochschulabsolventen zu gewinnen, steht Swisscom in intensivem Kontakt mit Fachhochschulen und Universitäten. Die Präsenz an Rekrutierungsmessen sowie vertiefte Formen der Zusammenarbeit – beispielsweise im Rahmen von Gastvorlesungen und Workshops – sind Swisscom sehr wichtig. Viele Studierende sammeln im Rahmen einer praxisorientierten Bachelor- oder Masterarbeit sowie in Praktika bereits während des Studiums erste Berufserfahrungen bei Swisscom. In den letzten zwölf Monaten haben knapp 177 Studierende ein Praktikum bei Swisscom begonnen; ebenso viele Bachelor- beziehungsweise Masterarbeiten sind durch Swisscom Mitarbeitende betreut worden. Der Berufseinstieg nach erfolgreich abgeschlossenem Studium führt bei Swisscom neben Praktika über das Traineeprogramm oder Juniorstellen. Erfreulich ist, dass der Frauenanteil bei Trainees und Praktikanten rund 60% beträgt.

### Berufsbildung

256 Jugendliche haben ihre Lehre im August 2014 bei Swisscom begonnen, davon 107 in den ICT-Berufen Mediamatik und Informatik. Swisscom nimmt damit ihre Verantwortung als schweizweit grösste Ausbildnerin von ICT-Fachkräften wahr. Ende 2014 waren bei Swisscom insgesamt 849 Lernende in technischen und kaufmännischen Lehrberufen tätig, bei der Tochtergesellschaft cablex zusätzlich 73 Lernende. Durch spezielle Angebote für Mädchen bringt Swisscom Oberstufenschülerinnen das Berufsfeld ICT nahe. So haben 89 interessierte Mädchen in Bern und Zürich die Digital Days for Girls besucht. Zum Lehrstart im August 2014 hat Swisscom erstmals für Maturanden die verkürzte Way-up-Lehre Mediamatik angeboten. Swisscom will ihren angehenden Detailhändlern eine zusätzliche Chance geben, bereits in der Lehre Verantwortung zu übernehmen. Daher hat sie im August 2014 in Düdingen einen Swisscom Shop eröffnet, der von Lernenden geführt und betrieben wird. Um die Sprachenvielfalt zu fördern, ermutigt Swisscom Lernende, Projekteinsätze in einer anderen Sprachregion anzunehmen. Das Ausbildungsmodell von Swisscom ist auf Selbstständigkeit und Eigenverantwortung ausgerichtet. Es will die Persönlichkeit jedes Lernenden fördern und entwickeln. So gestalten die Lernenden ihren Ausbildungsplan gemäss ihren Schwerpunkten aktiv mit, bewerben sich für unterschiedliche Praxiseinsätze innerhalb des Unternehmens und lernen dort von erfahrenen Mitarbeitenden.

### Inclusion und Integrationsstelle

Swisscom engagiert sich aktiv für Mitarbeitende, die aus gesundheitlichen Gründen in ihrer Arbeitsleistung beeinträchtigt sind. So sollen diese Mitarbeitenden im Arbeitsprozess belassen beziehungsweise für sie eine sinnvolle Weiterbeschäftigung gesichert werden. Aktuell sind 0,6% der Belegschaft von Swisscom in entsprechenden Arbeitsprozessen eingegliedert. Um die Inklusionsmassnahmen weiter zu verstärken und zu unterstützen, steht ab Herbst 2014 neu ein Kontingent für befreite Vollzeitstellen zur Verfügung. Ziel von Swisscom ist es, mindestens für 1% der Belegschaft Workability-Arbeitsplätze und Integrationsstellen zu schaffen respektive zu besetzen.

## Beschaffung von Personal im Ausland

Als Schweizer Unternehmen bekennt sich Swisscom zum Schweizer Arbeitsmarkt. Um Kundenbedürfnisse abzudecken und wettbewerbsfähig zu bleiben, ist Swisscom bereit, mit in- oder ausländischen Rekrutierungspartnern zusammenzuarbeiten. Bedingung für die Zusammenarbeit ist, dass die betreffenden Partner die Anforderungen von Swisscom hinsichtlich der lokalen Arbeitsgesetzgebung und der Nachhaltigkeit erfüllen. Swisscom unternimmt keine direkten Rekrutierungen ausserhalb der Schweiz.

## Gesundheit und Arbeitssicherheit

### Gesundheit der Mitarbeitenden

Dauerhaft motivierte und gesunde Mitarbeitende sind Swisscom wichtig. Swisscom investiert deshalb im Rahmen ihrer Strategie gezielt in Initiativen und Programme des betrieblichen Gesundheitsmanagements (BGM). Konzernleitung und Führungskräfte tragen durch ihre Unterstützung zum Erfolg des BGM bei. So ist die Absenzenquote seit 2012 leicht rückläufig und betrug im Berichtsjahr 2,8%. Im Jahr 2015 soll sie konstant bleiben oder weiter zurückgehen. Aufgrund eines leicht erkennbaren Aufwärtstrends bei den NBU-Fällen wurde für eine Dauer von drei Jahren in Zusammenarbeit mit der SUVA eine NBU-Kampagne lanciert. Zu dieser Kampagne gehören verschiedene Aktionen wie beispielsweise Protektoren und Helme für verschiedene Sportarten sowie ein Angebot zu «Stop Risk Wintertage». Weitere Einzelheiten und Kennzahlen sind in der Tabelle «Mitarbeitende in Zahlen» aufgeführt.

 Siehe Nachhaltigkeitsbericht  
Seite 56

Dank der positiven Entwicklung im Jahr 2013 sind die Prämiensätze für Berufsunfall-, Nichtberufs-unfall- und die Krankentaggeld-Versicherung per 1. Januar 2014 gesenkt worden.

Das von Swisscom zusammen mit dem Bundesamt für Sozialversicherungen (BSV) initiierte Projekt ConCerto hatte den Zweck, die Wiedereingliederung von Personen nach Krankheit oder Unfall zu fördern. Die drei Organisationen Compasso, Think Tank FER und ConCerto-pro setzen das Projekt fort. Sie wollen im Rahmen des Trägervereins Compasso gezielt Synergien nutzen, um die Arbeitsmarktfähigkeit von Menschen mit gesundheitlichen Beeinträchtigungen zu erhalten. Der Verein Compasso nimmt seine operative Tätigkeit per 1. Januar 2015 auf. Er ist darauf ausgerichtet, Arbeitgeber bei der Früherkennung gesundheitlicher Beeinträchtigungen zu unterstützen und Massnahmen der (Re-)Integration von erkrankten und verunfallten Mitarbeitenden zu koordinieren. Swisscom unterstützt Compasso aktiv als Mitglied und Sponsorin.

Die Anzahl der Invaliditätsfälle ist im Jahr 2014 im Vergleich zu den Vorjahren um 26% gesunken. In Zusammenarbeit mit den Integrationspartnern und dank des erhöhten Engagements von Group Human Resources liessen sich erneut mehrere Trainings- und Praktikumsarbeitsplätze besetzen. Diese Arbeitsplätze stehen gesundheitlich beeinträchtigten Mitarbeitenden zur Verfügung. Das betriebliche Gesundheitsmanagement – sowie allenfalls die Sozialversicherungen wie etwa die Invalidenversicherung (IV) – begleiten die Einsätze im Rahmen dieser Arbeitsplätze.

Im betrieblichen Gesundheitsmanagement will Swisscom ihre Aufmerksamkeit künftig vermehrt auf die Prävention ausdehnen, um die Gesundheit der Mitarbeitenden zu erhalten und zu fördern. Im Jahr 2014 hat sie schweizweit eine interne Roadshow durchgeführt, um ihre Gesundheits- und Präventionsangebote breiter bekannt zu machen. Ausserdem profitieren ihre Mitarbeitenden nach dem Motto «use what you sell» selbst vom Swisscom Health Center.

## Arbeitssicherheit

Wie im Gesamtarbeitsvertrag (GAV) festgehalten, will Swisscom die Persönlichkeit der Mitarbeitenden schützen und für einen angemessenen Gesundheitsschutz nach den Grundsätzen der Ergonomie sorgen. Der GAV gewährt den Personalvertretungen ein Informationsrecht im Bereich der Ergonomie (der Gestaltung der Arbeitsplätze und der Arbeitsumgebung), beim Gesundheitsschutz und bei der Gesundheitsvorsorge. Ferner besitzen die Personalvertretungen sowie die Sozialpartner ein Mitspracherecht bei der Verhütung von Unfällen und Berufskrankheiten sowie bei der Arbeitssicherheit. Unterschiedliche Swisscom Gremien koordinieren und steuern Ausbildungen, Initiativen und Massnahmen zur Sicherheit und zum Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz. In Arbeitsbereichen, in denen die Arbeitssicherheit für die Mitarbeitenden besonders zentral ist, unterhält Swisscom ein integriertes, prozessorientiertes Managementsystem und ist nach ISO 9001:2000 zertifiziert. Sie hat dieses Managementsystem bei der Schweizerischen Unfallversicherungsanstalt (SUVA) zur Genehmigung eingereicht.

Die Vorgaben, Prozesse und Hilfsmittel, welche die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz regeln und verwirklichen, sind in ein Qualitäts-, Umwelt- und Sicherheitsmanagementsystem eingebettet. Die Tochtergesellschaft cablex beispielsweise setzt die Richtlinie 6508 der Eidgenössischen Koordinationskommission für Arbeitssicherheit EKAS ein. Die Richtlinie umfasst die zehn Elemente des betrieblichen Sicherheitssystems und gewährleistet beim Bau der Infrastruktur die für Gesundheit und Sicherheit des Personals erforderlichen Massnahmen.

Swisscom setzt das Mitwirkungsgesetz besonders im Bereich «Safety» umfassend um: Sie beachtet interne Vorgaben, die im Swisscom Safety-System genannt sind, und hält externe Vorgaben mithilfe des Gesetzeskompasses konsequent ein. Die Personalvertretungen haben Einsatz im SafetyBoard, das quartalsweise tagt.

Anzahl bzw. wie angemerkt	2012			2013			2014		
	männlich	weiblich	Total	männlich	weiblich	Total	männlich	weiblich	Total
<b>GRI Krankheit und Unfall (K+U)</b>									
Mitarbeitende FTE im Durchschnitt des Jahres	11'840	4'412	<b>16'252</b>	12'095	4'356	<b>16'451</b>	12'595	4'570	<b>17'165</b>
Sollzeit Arbeitstage in FTE	2'999'153	1'125'614	<b>4'124'768</b>	3'054'809	1'107'753	<b>4'162'562</b>	3'183'404	1'162'790	<b>4'346'194</b>
Ausfalltag Krankheit ohne Berufskrankheit	57'796	42'146	<b>99'942</b>	59'829	41'291	<b>101'120</b>	59'918	42'568	<b>102'486</b>
Ausfalltag Berufskrankheit	2	—	<b>2</b>	8	—	<b>8</b>	28	—	<b>28</b>
Ausfalltag BU (Berufsunfall)	2'294	552	<b>2'846</b>	1'890	425	<b>2'314</b>	3'012	242	<b>3'254</b>
Ausfalltag NBU (Nichtbetriebsunfall)	11'031	4'055	<b>15'086</b>	11'573	5'009	<b>16'582</b>	11'347	4'142	<b>15'489</b>
<b>Total Ausfalltag (K+U)</b>	<b>71'123</b>	<b>46'753</b>	<b>117'876</b>	<b>73'299</b>	<b>46'724</b>	<b>120'024</b>	<b>74'305</b>	<b>46'951</b>	<b>121'256</b>
Krankheitsfälle	15'024	10'235	<b>25'259</b>	15'549	9'677	<b>25'226</b>	14'951	9'419	<b>24'370</b>
BU-Fälle	266	52	<b>318</b>	251	55	<b>306</b>	243	44	<b>287</b>
NBU-Fälle	1'742	599	<b>2'341</b>	1'822	618	<b>2'440</b>	1'879	623	<b>2'502</b>
<b>Total Fälle</b>	<b>17'032</b>	<b>10'886</b>	<b>27'918</b>	<b>17'622</b>	<b>10'350</b>	<b>27'972</b>	<b>17'073</b>	<b>10'086</b>	<b>27'159</b>
Absenzquote Krankheit ohne Berufskrankheit	1,93%	3,74%	<b>2,42%</b>	1,96%	3,73%	<b>2,44%</b>	1,88%	3,66%	<b>2,36%</b>
Absenzquote Berufskrankheit	0,0001%	—	<b>0,00004%</b>	0,0002%	—	<b>0,0002%</b>	0,0009%	—	<b>0,0007%</b>
Absenzquote BU	0,08%	0,05%	<b>0,07%</b>	0,06%	0,04%	<b>0,06%</b>	0,09%	0,02%	<b>0,08%</b>
Absenzquote NBU	0,37%	0,36%	<b>0,37%</b>	0,38%	0,45%	<b>0,40%</b>	0,36%	0,36%	<b>0,36%</b>
<b>Total Absenzquote (K+U)</b>	<b>2,37%</b>	<b>4,15%</b>	<b>2,86%</b>	<b>2,40%</b>	<b>4,22%</b>	<b>2,89%</b>	<b>2,33%</b>	<b>4,04%</b>	<b>2,80%</b>
Arbeitsbedingte Todesfälle	—	—	—	—	—	—	1	—	<b>1</b>
Leistungs-FTE (Nettopräsenz in FTE)	121'024	43'901	<b>164'925</b>	123'338	43'503	<b>166'841</b>	129'002	45'680	<b>174'682</b>
Total geleistete Produktivstunden	20'437'207	7'466'206	<b>27'904'715</b>	20'749'395	7'372'945	<b>28'123'072</b>	21'708'650	7'742'911	<b>29'452'423</b>
Produktivstunden pro FTE	1'726	1'692	<b>1'717</b>	1'716	1'693	<b>1'710</b>	1'724	1'695	<b>1'716</b>

Die Berufsunfallrisiken sind in den letzten zehn Jahren zurückgegangen. Im tertiären Sektor «Handel und Dienstleistungen» liegt die Unfallhäufigkeit bei 50 Unfällen auf 1'000 Vollbeschäftigte und ist relativ stabil geblieben. Swisscom verzeichnet 16 Unfälle pro 1'000 Vollbeschäftigte und belegt dadurch, Massnahmen zur Arbeitssicherheit seriös und konsequent zu handhaben. Rund 60% der bei Swisscom verzeichneten Berufsunfälle sind bei cablex zu verzeichnen, das die Geschäftsfelder Netzbau, Funknetze und Gebäudeinstallationen betreibt. Im Vergleich mit anderen Unternehmen der Branche Elektronetzbau/Elektroinstallationen liegt die Unfallhäufigkeit bei cablex im Durchschnitt.

### **Move! und Swisscom Games**

Move! ist ein Programm, das Aktivitäten aus den Bereichen Gesundheit, Sport und Kultur unterstützt: so etwa Fussball, Ski, Klettern, Aikido, Taiji und Yoga oder Rhetorik, Schreiben und Stressmanagement. Mitarbeitende bieten als Move!-Coaches Aktivitäten an oder nehmen selbst an Angeboten teil. Die Aktivitäten finden in der Freizeit statt. Move! erweitert den Horizont der Mitarbeitenden und bringt Kolleginnen und Kollegen aus unterschiedlichen Unternehmensbereichen zusammen. 2014 haben 140 Move!-Coaches 291 Aktivitäten angeboten und begleitet.

Die Swisscom Games sind ein Anlass, der alle zwei Jahre stattfindet. Mitarbeitende können sich für eine Team- oder Einzelaktivität in den Bereichen Sport, Kultur oder Soziales anmelden. Im Rahmen der letzten Swisscom Games 2013 haben zwei Anlässe stattgefunden: die Winter-Games in Davos und die Sommer-Games in Tenero. Insgesamt haben rund 4'000 Mitarbeitende an den beiden Anlässen teilgenommen. Die Swisscom Games tragen zur Vernetzung der Mitarbeitenden bei und sind ein wichtiges Element der Unternehmenskultur. Die nächsten Swisscom Games finden 2015 nebst dem Hauptanlass in Tenero auf neun regionale Events in der ganzen Schweiz statt.

# Diversity

## Vielfalt leben und fördern

Diversity Management lautet der Schlüsselbegriff in einer globalen Arbeitswelt. Swisscom misst der kulturellen Vielfalt im Rahmen von Diversity eine grosse Bedeutung zu. Die unterschiedlichen Sichtweisen, Ideen und Fähigkeiten der einzelnen Mitarbeitenden machen Swisscom zu einem innovativen und kreativen Unternehmen.

Diversity setzt sich für ein offenes Arbeitsumfeld ein, in dem sich Mitarbeitende mit Respekt begegnen, frei entfalten und ihr volles Potenzial ausschöpfen. Zudem steht Diversity für Teams, die vielfältiges Wissen und Erfahrungen vereinen. Swisscom versteht Diversity als Engagement nach innen und aussen. Im Rahmen des Diversity Managements fühlt sich Swisscom verpflichtet, das vielfältige Wissen und die Erfahrungen aller Mitarbeitenden gewinnbringend für das Unternehmen einzusetzen. Swisscom erachtet ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis für die Marke und den Unternehmenserfolg als grundlegend. Dabei schafft sie beispielsweise durch flexible Arbeitsmodelle ein Umfeld, in dem alle Mitarbeitenden ihren Arbeitsalltag individuell gestalten und unterschiedliche Lebensbereiche miteinander verbinden können. Im Rahmen der Diversity hat sich Swisscom mittelfristig das Ziel gesetzt, den Frauenanteil im Management auf 20% zu erhöhen. Zudem setzt sich Swisscom vermehrt für Lösungen ein, welche die Vereinbarkeit von Beruf und Familie unterstützen. Dadurch ermöglicht sie eine ausgewogene Life Domain Balance und berücksichtigt das zunehmende Bedürfnis der Mitarbeitenden nach Selbstbestimmung und Flexibilität. Zu den von Swisscom geförderten Lösungen gehören das flexible und mobile Arbeiten sowie die flexible Arbeitszeit, die von der Mehrheit der Mitarbeitenden genutzt wird; darüber hinaus die Jahresarbeitszeit, das Langzeitkonto, die Teilzeit bei Frauen und Männern sowie das Job Sharing. All diese Modelle werden von Swisscom gefördert. Zudem haben Mitarbeitende die Möglichkeit, in Absprache mit dem Vorgesetzten von zu Hause aus zu arbeiten. Swisscom trägt das Label «home office friendly». Sie entrichtet als familienfreundliche Arbeitgeberin Kinder- und Ausbildungszulagen, die höher als die bundesrechtlichen und meistens auch höher als die kantonalrechtlichen Zulagen liegen. Zusätzlich unterstützt sie die familienexterne Kinderbetreuung durch finanzielle Beiträge, unentgeltliche Beratungsdienstleistungen des Familienservices und durch Ferienbetreuungsangebote während der Schulferien. Ebenso bietet sie einen Vaterschafts- oder Adoptionsurlaub. Swisscom hat 2014 zwei neue Modelle zur besseren Vereinbarkeit unterschiedlicher Lebensbereiche entwickelt: work&care für Mitarbeitende, die zu Hause Angehörige über eine bestimmte Zeit pflegen, sowie den Nachkauf von Ferien.

82,3% der Mitarbeitenden von Swisscom besitzen die Schweizer Staatsbürgerschaft. Die restlichen 17,7% verteilen sich auf Mitarbeitende aus 96 Ländern, davon 5,5% aus Deutschland, 3,7% aus Italien, 2% aus Frankreich und 1% aus Spanien. Im Total sind es 97 Nationen.

Das Durchschnittsalter der Bevölkerung und damit auch der Swisscom Mitarbeitenden steigt. Diese Entwicklung bringt Chancen und Risiken mit sich, die Swisscom durch das sogenannte Generation Management berücksichtigt.

Offenheit und Toleranz prägen die Unternehmenskultur von Swisscom. Die sexuelle Orientierung ihrer Mitarbeitenden ist für Swisscom eine wichtige Ebene von Diversity. Im Jahr 2014 ist ein einiger Vorfall von Diskriminierung bekannt geworden.

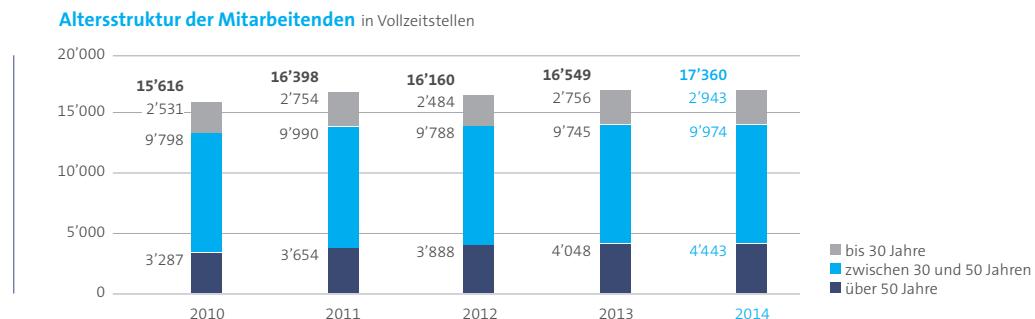
Was die Chancen und das Potenzial jedes einzelnen Mitarbeitenden betrifft, macht Swisscom keine Unterscheidung zwischen Mitarbeitenden mit psychischen oder physischen Beeinträchtigungen und solchen ohne Beeinträchtigungen. Swisscom baut vielmehr auf die individuellen Stärken und Fähigkeiten jedes Mitarbeitenden. Das Unternehmen nimmt seine soziale Verantwortung wahr und engagiert sich für die Integration von Menschen mit Einschränkungen. Damit erweitert Swisscom die Leistungen von Diversity. Sie bietet zudem Trainings- und Integrationsstellen, die nach langen gesundheits- und unfallbedingten Ausfällen einen Wiedereinstieg ermöglichen. Derzeit beschäftigt Swisscom rund 0,6% Mitarbeitende mit gesundheitlicher Leistungsbeeinträchtigung. Angestrebt wird eine Zielgröße von mindestens 1% des gesamten Personals.

## Generation Management

Durch Generation Management reagiert Swisscom frühzeitig auf den demografischen Wandel und sucht neue Wege, ältere Mitarbeitende im Unternehmen einzusetzen. Da das Durchschnittsalter unserer Gesellschaft stetig steigt, hat Swisscom sogenannte BestAge-Projekte ins Leben gerufen. Diese Projekte werden den Bedürfnissen von älteren Mitarbeitenden und Kunden gerecht und in den Call-Centern und Shops umgesetzt. So betreuen und beraten ältere Mitarbeitende zum Beispiel ältere Kunden. Außerdem hat Swisscom ein Inhouse-Consulting etabliert, bei dem ältere Topkader die Linienvorgesetzten beraten, coachen und ihre Erfahrungen in Projekte einbringen. Ebenso sind ältere Mitarbeitende im Netzbau als Qualitätssicherungsspezialisten im Einsatz.

Im Rahmen des Employability Managements fördert Swisscom das Bewusstsein und die Möglichkeiten aller Mitarbeitenden, ihr Wissen und ihre Fähigkeiten weiterzuentwickeln. Den generationenübergreifenden Dialog unterstützen in erster Linie die Zusammenarbeit in den Teams und Projekten sowie Führungsprogramme, die spezifisch den Generationendialog behandeln.

Seit 2011 ist Swisscom Mitglied des Demographie Forums Schweiz. Dieses Forum ist eine Plattform von aktuell sieben Finanz- und Dienstleistungsunternehmen. Es sammelt Informationen und erarbeitet Grundlagen, um ein nachhaltiges Demografiemanagement zu etablieren. Seine Mitglieder haben unterschiedliche Lösungsansätze entwickelt, die praxisnah sind und sich deshalb von den teilnehmenden Unternehmen gut anwenden lassen.



**Diversity@Swisscom**  
Swisscom beschäftigt Menschen aus

97  
Nationen

## Lohngleichheit

Swisscom schenkt der Lohngleichheit zwischen den Geschlechtern eine hohe Aufmerksamkeit. Ihr Lohnsystem ist darauf ausgerichtet, gleiche Löhne für gleichwertige Aufgaben und Leistungen zu zahlen. Einzelne Funktionen sind entsprechend ihrer Anforderungen in Funktionsstufen eingereiht. Für jede Funktionsstufe ist ein Lohnband festgelegt, das die Bandbreite für die Entlohnung gleichwertiger Aufgaben vorgibt. Innerhalb dieser Bandbreite erfolgt die Lohnbestimmung anhand der Leistung der einzelnen Mitarbeitenden. Im Rahmen der Lohnrunde passt Swisscom die Löhne von Mitarbeitenden mit einer besseren Leistung und einer tieferen Lage innerhalb des jeweiligen Lohnbands überdurchschnittlich an. Dies gleicht Lohndifferenzen kontinuierlich aus. Zudem prüft Swisscom bei der Umsetzung der Lohnrunde, ob innerhalb der einzelnen Organisationseinheiten Unterschiede zwischen Frauen- und Männerlöhnen bestehen, und nimmt bei Bedarf Korrekturen vor.

Ebenso untersucht Swisscom anhand des Lohngleichheitsinstruments des Bundes (Logib) periodisch die Lohnstruktur auf Unterschiede zwischen den Löhnen von Männern und Frauen. Die bisherigen Untersuchungen haben geringe Lohnunterschiede an den Tag gebracht, die deutlich unter der Toleranzschwelle von 5% liegen.

Swisscom ist 2011 dem Lohngleichheitsdialog beigetreten, einer Initiative der Dachverbände der Arbeitgeber und Arbeitnehmer sowie des Bundes, die bis Februar 2014 gelaufenen ist. Der Lohngleichheitsdialog hat die Lohngleichheit überprüft. Sein erfolgreicher Abschluss bestätigt, dass die Löhne bei Swisscom dem Grundsatz der Lohngleichheit entsprechen.

 Siehe unter  
[www.lohngleichheitsdialog.ch](http://www.lohngleichheitsdialog.ch)

 Siehe Nachhaltigkeitsbericht  
Seite 58

## Wahrung der Menschenrechte in der Gruppe Swisscom

Die Wahrung der Menschenrechte ist für Swisscom integraler Bestandteil der Unternehmenskultur. Innerhalb des Swisscom Konzerns sind keine oder nur sehr geringe Risiken für Menschenrechtsverletzungen bekannt. So verfügt Swisscom über 18'272 Vollzeitstellen in der Schweiz und 2'391 Vollzeitstellen in Italien, bei denen keine Menschenrechtsrisiken festgestellt worden sind; ferner 462 Vollzeitstellen ausserhalb der Schweiz und Italien, mehrheitlich in der Europäischen Union oder in OECD-Ländern, bei denen ebenfalls keine oder nur sehr geringe Risiken vorliegen. In den von Ratingagenturen aufgeführten «Risikoländern» (so etwa Rumänien, Malaysia und Südafrika) beschäftigt Swisscom nur wenig Personal. Zudem erbringen Swisscom Mitarbeitende ausserhalb der Schweiz und Italiens nur Dienstleistungen, sind also nicht in der Produktion beschäftigt. Daher erkennt Swisscom keinen Bedarf für ein konzernweites Managementsystem für Risiken, welche die Verletzung der Menschenrechte betreffen.

Risiken sieht Swisscom bei Lieferanten. Darum hat das Unternehmen bei Lieferanten ein Risikomanagementsystem aufgebaut.

Swisscom wendet zudem eine Einkaufspolicy an, die auf Basis der Norm SA 8000 klare Anforderungen an ihre Lieferanten hinsichtlich der Wahrung der Menschenrechte stellt.

## Mitarbeitenzufriedenheit

Die Umfrage zur Messung der Mitarbeitenzufriedenheit findet alle zwei Jahre statt. An der Umfrage 2014 haben sich 83% der Mitarbeitenden in der Schweiz beteiligt. Die Ergebnisse belegen wiederum eine überdurchschnittlich hohe Arbeitszufriedenheit und eine hohe Verbundenheit mit Swisscom. Die Mitarbeitenden haben alle Themenbereiche im Durchschnitt deutlich positiver als in der Umfrage von 2012 beurteilt. Im Branchenvergleich fallen die Ergebnisse teilweise überdurchschnittlich positiv aus. Dieses Ergebnis ist umso bemerkenswerter, als Swisscom seit der letzten Umfrage einen grossen Veränderungsprozess durchlaufen hat.

## Änderung im Personalbestand

Die Anzahl an Mitarbeitenden in der Schweiz ist 2014 auf 18'272 Vollzeitstellen gestiegen (+5,0% gegenüber Vorjahr). Der Personalbestand setzt sich aus 26,7% Frauen und 73,3% Männern zusammen. Prozentual ist der Frauenanteil um 5,9% gestiegen.

Im mittleren Management ist der Frauenanteil 2014 leicht gestiegen (+21 Vollzeitstellen oder +7,3%), im Top Management ist der Frauenanteil unverändert. Der Frauenanteil im gesamten Management ist 12,8% (Headcount).

Die Alterspyramide nach Geschlecht präsentiert sich im Jahr 2014 etwa gleich wie im Vorjahr. Die Absenzenquote ist 2014 bei Männern und Frauen leicht gesunken und beträgt 2,8% (−0,09 Prozentpunkte).

## Vorsorgeeinrichtung

Ende 2014 sind rund 18'300 Swisscom Mitarbeitende und rund 6'300 Bezüger einer Rentenleistung bei comPlan versichert. comPlan hat 2014 auf dem Vorsorgevermögen eine positive Nettorendite von 4,9% erzielt (Vorjahr 8,9%). Per 31. Dezember 2014 beträgt der Marktwert des Vorsorgevermögens CHF 8,3 Milliarden (Vorjahr CHF 7,8 Milliarden). Der Deckungsgrad beläuft sich gemäss den Schweizerischen Rechnungslegungsvorschriften für Vorsorgeeinrichtungen auf rund 111% (Vorjahr 106%).

Im Januar 2014 hat der Stiftungsrat die Umsetzung der technischen Grundlage BVG 2010 genehmigt. Dadurch sollen die Risiken bezüglich Lebenserwartung und Zinsniveau durch eine neue Ausrichtung abgefedert werden. comPlan hat in diesem Zusammenhang ein neues Vorsorgereglement in Kraft gesetzt und eine neue Anlagestrategie implementiert.

## Zusatzleistungen

Alle Swisscom Mitarbeitenden erhalten Fringe Benefits in Form eines Freibetrags auf Swisscom Dienstleistungen (wie Telefon, Internet oder Swisscom TV) sowie das SBB-Halbtax-Abonnement. Die Fringe Benefits sind unabhängig vom Beschäftigungsgrad und der Funktion. Lernende profitieren auch von einem Freibetrag. Swisscom unterstützt zudem die familienexterne Kinderbetreuung mit finanziellen Beiträgen sowie unentgeltlichen Beratungsdienstleistungen durch den familien-service®. Um Eltern während der Schulferien zu entlasten, bietet sie an ausgewählten Standorten in der Schweiz Ferienbetreuungswochen. Swisscom übernimmt den Arbeitgeber-Pensionskassenbeitrag für unbezahlten Urlaub bis maximal drei Monate.

## Weitergehende Kaderregelungen

Kadermitarbeitende haben die Möglichkeit, abhängig von der Dauer ihrer Kaderanstellung, eine teils bezahlte Auszeit (ein Sabbatical) von bis zu drei Monaten zu beziehen. Dabei bezahlt Swisscom 30 Arbeitstage und bietet neu ein Coaching an. Das Arbeitsverhältnis bleibt in Kraft, und den Kadermitarbeitenden ist die Rückkehr in die bestehende Funktion garantiert.

Darüber hinaus profitieren Kadermitarbeitende von einer Prämienbefreiung bei den Kollektivversicherungen für Krankheit und Unfall sowie von einer Kaderrisikoversicherung im Todesfall.

## Mitarbeitende in Zahlen

Die folgende Tabelle zeigt die unterschiedlichen Personalkennzahlen der Jahre 2012 bis 2014 gemäss den GRI-Anforderungen Version 4 sowie nach Geschlecht unterteilt. Die Kennzahlen beziehen sich auf die in der Schweiz angestellten Mitarbeitenden (ohne Axept Webcall AG, CT Cinetrade AG und LTV Gelbe Seiten AG; siehe Berichtsgrenzen). Die Beteiligungen im Ausland sind nicht berücksichtigt.

Anzahl bzw. wie angemerkt	2012			2013			2014		
	männlich	weiblich	Total	männlich	weiblich	Total	männlich	weiblich	Total
<b>GRI-Bestände FTE Schweiz</b>									
Personalverleih (temporär Angestellte)	1'242	462	<b>1'704</b>	1'230	440	<b>1'670</b>	1'163	402	<b>1'565</b>
Personalverleih (Vollzeitstellen)	1'190	446	<b>1'636</b>	1'169	395	<b>1'564</b>	1'083	357	<b>1'440</b>
Befristete Arbeitsverträge	32	28	<b>60</b>	47	26	<b>73</b>	38	32	<b>70</b>
Unbefristete Arbeitsverträge	11'798	4'302	<b>16'100</b>	12'127	4'349	<b>16'476</b>	12'689	4'601	<b>17'290</b>
<b>Durchschnittlicher Bestand gemäss GRI-Berichtsgrenze</b>									
GRI-Berichtsgrenze	–	–	<b>16'449</b>	–	–	<b>16'816</b>	–	–	<b>18'035</b>
<b>Bestand gemäss GRI-Berichtsgrenze per Ende Dezember</b>									
per Ende Dezember	–	–	<b>16'269</b>	–	–	<b>17'362</b>	–	–	<b>18'272</b>
<b>Davon in den nachfolgenden Kennzahlen abgedeckte FTE (= Bestand)</b>									
abgedeckte FTE (= Bestand)	<b>11'830</b>	<b>4'330</b>	<b>16'160</b>	<b>12'173</b>	<b>4'376</b>	<b>16'549</b>	<b>12'727</b>	<b>4'633</b>	<b>17'360</b>
Anteil Geschlecht Bestand	73,2%	26,8%	<b>100,0%</b>	73,6%	26,4%	<b>100,0%</b>	73,3%	26,7%	<b>100,0%</b>
Vollzeitstellen	11'028	2'926	<b>13'954</b>	11'332	2'982	<b>14'314</b>	11'772	3'128	<b>14'900</b>
Teilzeitstellen	802	1'404	<b>2'206</b>	841	1'394	<b>2'235</b>	955	1'505	<b>2'460</b>
Anteil Vollzeitmitarbeitende vom Bestand	93,2%	67,6%	<b>86,3%</b>	93,1%	68,1%	<b>86,5%</b>	92,5%	67,5%	<b>85,8%</b>
Anteil Teilzeitmitarbeitende vom Bestand	6,8%	32,4%	<b>13,7%</b>	6,9%	31,9%	<b>13,5%</b>	7,5%	32,5%	<b>14,2%</b>
<b>Angestellte Gesamtarbeitsvertrag (GAV)</b>									
(GAV)	9'546	4'047	<b>13'593</b>	9'799	4'070	<b>13'869</b>	10'280	4'316	<b>14'596</b>
Anteil GAV am Bestand	80,7%	93,5%	<b>84,1%</b>	80,5%	93,0%	<b>83,8%</b>	80,8%	93,2%	<b>84,1%</b>
Durchschnittsalter	42,8	39,8	<b>41,9</b>	42,6	39,7	<b>41,8</b>	42,8	39,9	<b>42,0</b>
Mitarbeitende im Topmanagement	110	11	<b>121</b>	92	8	<b>100</b>	92	8	<b>100</b>
Mitarbeitende im mittleren Management	2'150	269	<b>2'419</b>	2'231	286	<b>2'517</b>	2'338	307	<b>2'645</b>
Anteil im Management gesamt (Headcount)	89,0%	11,0%	<b>100,0%</b>	88,2%	11,8%	<b>100,0%</b>	87,2%	12,8%	<b>100,0%</b>

Anzahl bzw. wie angemerkt	2012			2013			2014		
	männlich	weiblich	Total	männlich	weiblich	Total	männlich	weiblich	Total
<b>Fluktuation in der Schweiz</b>									
Austritte (ohne befristete Verträge)	1'126	510	<b>1'635</b>	1'221	558	<b>1'779</b>	1'008	485	<b>1'493</b>
Austritte Alter < 30 Jahre (ohne befristete Verträge)	221	167	<b>387</b>	225	184	<b>409</b>	227	180	<b>407</b>
Austritte Alter 30–50 Jahre (ohne befristete Verträge)	663	269	<b>932</b>	682	267	<b>949</b>	567	233	<b>800</b>
Austritte Alter > 50 Jahre (ohne befristete Verträge)	242	74	<b>316</b>	314	107	<b>421</b>	214	72	<b>286</b>
Anteil Austritte < 30 Jahre	19,6%	32,7%	<b>23,7%</b>	18,4%	33,0%	<b>23,0%</b>	22,5%	37,1%	<b>27,3%</b>
Anteil Austritte 30–50 Jahre	58,8%	52,8%	<b>57,0%</b>	55,9%	47,8%	<b>53,3%</b>	56,3%	48,1%	<b>53,5%</b>
Anteil Austritte > 50 Jahre	21,5%	14,5%	<b>19,3%</b>	25,7%	19,2%	<b>23,7%</b>	21,2%	14,8%	<b>19,2%</b>
Eintritte (ohne befristete Verträge)	1'109	339	<b>1'448</b>	1'553	597	<b>2'150</b>	1'507	723	<b>2'230</b>
Eintritte Alter < 30 Jahre (ohne befristete Verträge)	295	169	<b>464</b>	641	344	<b>985</b>	572	373	<b>945</b>
Eintritte Alter 30–50 Jahre (ohne befristete Verträge)	717	153	<b>870</b>	811	226	<b>1'037</b>	804	290	<b>1'094</b>
Eintritte Alter > 50 Jahre (ohne befristete Verträge)	97	17	<b>114</b>	101	27	<b>128</b>	101	27	<b>128</b>
Anteil Eintritte Alter < 30 Jahre	26,6%	49,9%	<b>32,0%</b>	41,3%	57,6%	<b>45,8%</b>	38,0%	51,6%	<b>42,4%</b>
Anteil Eintritte Alter 30–50 Jahre	64,7%	45,1%	<b>60,1%</b>	52,2%	37,9%	<b>48,2%</b>	53,4%	40,1%	<b>49,1%</b>
Anteil Eintritte Alter > 50 Jahre	8,7%	5,0%	<b>7,9%</b>	6,5%	4,5%	<b>6,0%</b>	8,7%	8,3%	<b>8,6%</b>
<b>Weitere KPI</b>									
Aus- und Weiterbildungstage	—	—	<b>54'441</b>	—	—	<b>72'136</b>	—	—	<b>68'831</b>
Anzahl Tage Aus- und Weiterbildung pro Mitarbeitenden (Headcount)	—	—	<b>3,2</b>	—	—	<b>4,2</b>	—	—	<b>3,8</b>
Mutter- und Vaterschaftsurlaub	405	215	<b>620</b>	373	175	<b>548</b>	439	217	<b>656</b>
GAV Mindestvollzeitlohn in CHF	45'500	45'500	<b>45'500</b>	52'000	52'000	<b>52'000</b>	52'000	52'000	<b>52'000</b>
Höchster Lohn (CEO Swisscom AG)	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Performance-Dialoge	98,9%	98,5%	<b>98,8%</b>	96,6%	97,7%	<b>97,0%</b>	97,1%	95,6%	<b>96,7%</b>

# Faire Lieferkette

Die Partner von Swisscom liefern jährlich Waren und Dienstleistungen im Wert von rund CHF 5 Milliarden. Swisscom legt Wert auf eine faire und effiziente Partnerschaft mit Lieferanten, die ihre sozialen und ökologischen Ziele und Werte teilen. Gemeinsam mit ihnen setzt sich Swisscom für die Umwelt ein und will bis 2020 die Arbeitsbedingungen von über zwei Millionen Menschen verbessern. Dazu ist Swisscom internationale Partnerschaften eingegangen, welche die Umsetzung der Massnahmen in enger Zusammenarbeit mit den Lieferanten sicherstellen.



## Umfeld, Ziele und Managementansatz

Siehe unter  
[www.swisscom.ch/  
lieferanten](http://www.swisscom.ch/lieferanten)

Swisscom setzt sich für bessere Arbeitsbedingungen bei ihren Lieferanten ein und stellt sicher, dass ökologische Standards in der Lieferkette eingehalten werden. Sie verlangt von direkten Lieferanten und Unterlieferanten die Verpflichtung zu nachhaltigem Handeln.

Siehe unter  
[www.swisscom.ch/  
gri-2014](http://www.swisscom.ch/gri-2014)

Die entsprechenden Grundsätze sind in der Swisscom Einkaufspolicy festgeschrieben. Die Einkaufspolicy wird von einem übergeordneten Ausschuss festgelegt, dem Purchasing Board Swisscom. Sie bildet die Handlungsgrundlage für die Beschaffungsorganisationen. Swisscom hat die Einkaufspolicy im Berichtsjahr inhaltlich überarbeitet. Insgesamt deckt die Einkaufspolicy ein Bestellvolumen von mehr als 80% des Gesamteinkaufsvolumens ab. Sie legt Anforderungen fest, welche die Lieferanten durch Unterzeichnung der CR-Vertragsbeilage (CRV) akzeptieren. Swisscom überprüft die Erfüllung dieser Anforderungen bei ihren Lieferanten mithilfe eines strukturierten Risikomanagementsystems. Dieses System ist 2014 konzeptionell weiter ausgebaut worden und deckt künftig alle Risikobereiche der Lieferkette ab.

## Lieferanten-Risikomanagement

### Risikomanagementsystem

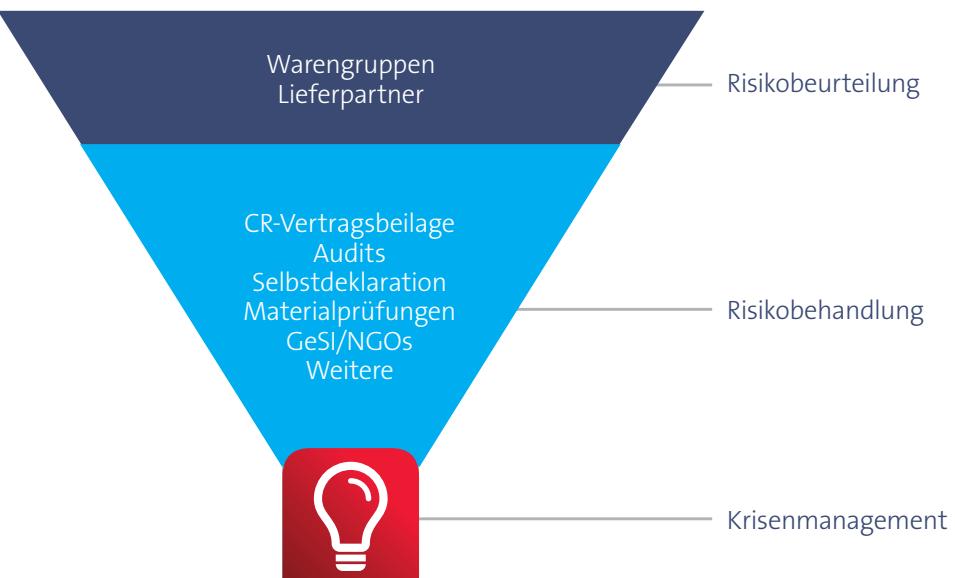
Im Rahmen des Projekts Supply Chain Risk Management 360 (SCRM 360) hat Swisscom im zweiten Halbjahr 2014 einen Pilotversuch mit der Cloud-basierten Plattform Supply Risk Network (SRN) durchgeführt. Die Implementierung dieser Lösung wird etappenweise 2015 erfolgen. Durch den ganzheitlichen Ansatz SCRM 360 reduziert Swisscom künftig die Risiken nicht nur in den Bereichen Umwelt und Soziales, sondern auch in Finanzen, Sicherheit, Logistik und Qualität. Auf Basis einer individualisierten und gewichteten Scorecard überprüft Swisscom laufend anhand von mehr als 50 Risikoindikatoren externe Datenquellen. Ist ein zuvor festgelegter Schwellenwert bei einem der Top 100-Lieferanten und zahlreichen Vorlieferanten überschritten, erhält die Einkaufsorganisation eine automatische Indikatorenachricht. Die Auswahl der Top 100-Lieferanten erfolgt nach den folgenden Kriterien: Höhe des Einkaufsvolumens, strategische Bedeutung sowie Risiko der Warengruppen.

Swisscom hat 2014 die Warengruppen aus Sicht der Corporate Responsibility überprüft. Sie hält am bisherigen Risikoraster fest und hat die Liste der Lieferanten aus Warengruppen mit hohem Risiko kritisch überarbeitet. Von diesen Lieferanten sind bereits alle grösseren Lieferanten auf der e-tasc-Plattform von EcoVadis registriert. Bei potenziellen Lieferpartnern und Ausschreibungen wendet Swisscom weiterhin den implementierten Prozess an. Ab 2015 ermöglicht die neue Cloud-basierte Plattform SRN zudem eine erste Einschätzung des Gesamtrisikos eines Lieferanten.

Im ersten Quartal 2015 will Swisscom etappenweise das Gesamtkonzept implementieren und eine Organisation zum Krisenmanagement in der Lieferkette einführen.

### Vorgehen Risikomanagement in der Lieferkette

Swisscom beurteilt nicht jeden Lieferpartner auf sein Risiko hin. Vielmehr nutzt sie ein Filterverfahren und erkennt so frühzeitig das effektive Risikopotenzial. Gleichzeitig will Swisscom die Anzahl der zu beurteilenden Lieferpartner reduzieren.



### Filterverfahren: Vorgehen des Risikomanagements in der Lieferkette

Im ersten Schritt des Filterverfahrens beurteilt Swisscom alle Warengruppen anhand von klar definierten Kriterien auf ihre ökologischen und sozialen Risiken. Dadurch lassen sich einzelne Warengruppen den drei Risikoprofilen Gering, Mittel und Hoch zuordnen.

Im zweiten Schritt des Verfahrens ermittelt Swisscom Lieferpartner mit Waren in den hohen und mittleren Risikoprofilen. Sie prüft diese Lieferpartner individuell mithilfe von klar definierten Kriterien auf Risiken. Ebenso bestimmt sie das Risiko möglicher Lieferpartner mit Waren, die einer Warengruppe mit hohen und mittleren Risikoprofilen angehören. Das Ergebnis der Prüfung fließt in die Entscheidung über eine Zusammenarbeit ein.

### Übersicht und Vorgaben des Risikomanagements in der Lieferkette



<sup>1</sup> Neue Lieferpartner, spezifische Abklärungen und punktuelle Neubeurteilungen erfolgen via Risikoprofil der Lieferpartner.

<sup>2</sup> Die Lieferpartner werden nach Warengruppen zugeschieden.

### Corporate-Responsibility-Vertragsbeilage

Im Jahr 2014 sind 96% des Gesamtbestellvolumens bei Lieferanten angefallen, welche die CR-Vertragsbeilage (CRV) akzeptiert haben. Swisscom will 2015 weiterhin Lieferpartner bestimmen, welche die CRV noch nicht unterzeichnet haben. Damit verbleibt der Anteil derjenigen Lieferanten, welche die CRV unterzeichnet haben, stabil auf hohem Niveau. Swisscom verzichtet daher im Folgejahr auf die Veröffentlichung des obgenannten Werts.

## Selbstdeklarationen/Self-Assessments

Im Rahmen von zwei Kampagnen hat Swisscom 2014 31 Lieferanten auf der e-tasc-Plattform von EcoVadis registriert und bewertet. Total sind per Ende 2014 101 Lieferanten auf dieser Plattform bewertet. Von den 101 bewerteten Lieferanten haben 34 die Erwartungen hinsichtlich der CR noch nicht erfüllt. Für sie wurde ein Corrective Action Plan (CAP) erstellt, der die Verbesserungsmöglichkeiten dokumentiert. Nach 12 bis 24 Monaten wird Swisscom entscheiden, bei welchen Lieferanten eine Neubewertung erforderlich ist. Bis Ende 2014 haben 19 Lieferanten ihre Arbeiten am CAP über die Plattform aufgenommen und zum Teil bereits abgeschlossen. Ein Lieferant weist ein hohes Risiko auf. Da dieser Lieferant jedoch keine Geschäftsbeziehungen mehr zu Swisscom unterhält, erfolgt eine Weiterbearbeitung erst im Falle eines neuen Vertrags. Swisscom hat das für 2014 gesetzte Ziel übertroffen, 101 Lieferanten auf der e-tasc-Plattform zu bewerten. 2015 will Swisscom weitere Schlüssellieferanten, strategische Lieferanten sowie Lieferanten mit hohen und mittleren Risiken auf der Plattform registrieren.

## Audits

Swisscom ist Mitglied der Joint Audit Cooperation (JAC). Im Jahr 2014 hat Swisscom im Rahmen der Zusammenarbeit mit JAC dreir Audits durchgeführt. Die JAC ist ein Zusammenschluss von Telekommunikationsunternehmen. Sie prüft, bewertet und fördert die Umsetzung der gesellschaftlichen Verantwortung in den Produktionszentren der wichtigsten multinationalen ICT-Lieferanten. Insgesamt sind im Netzwerk von JAC 35 Audits bei Lieferanten erfolgt (Vorjahr 38). Diese Audits betreffen Produktionsstätten, mehrheitlich in China, Taiwan, Indien, Japan, Südkorea und Südamerika. Die Audits vor Ort orientieren sich an folgenden Richtlinien:

- › **Vorbereitung:** Die Audits beruhen auf Informationen, die im Vorfeld über den zu prüfenden Betrieb einzuholen sind.
- › **Geschulte Prüfer:** Die Audits werden von internationalen Auditunternehmen durchgeführt. Diese Unternehmen sind auf die besonderen sozialen und umweltpolitischen Umstände im jeweiligen Land spezialisiert.
- › **Geheimhaltung:** Mit den Lieferanten werden Geheimhaltungsvereinbarungen getroffen. Damit sind die Ergebnisse der Audits nur den JAC-Mitgliedern bekannt.
- › **Methodik:** Die JAC-Mitglieder erstellen eine Checkliste auf Basis der Standards SA 8000 (unter anderem hinsichtlich Arbeitsbedingungen, Gesundheit und Sicherheit, Umwelt, Geschäftsethik und Managementsystem) sowie ISO 14001. Zudem werden vor Ort erfolgte Audits mit Gesprächspartnern berücksichtigt.
- › **Bericht:** Der Bericht enthält die auf objektiven Nachweisen beruhenden Ergebnisse.
- › **Zusammenarbeit mit den Lieferanten:** Die Zusammenarbeit stützt sich auf das gemeinsame Bewusstsein, dass das CR-Risikomanagement für eine verantwortliche, nachhaltige Entwicklung eine entscheidende Rolle spielt.
- › **Zusammenarbeit beziehungsweise Weiterentwicklung der Lieferanten:** Auf Grundlage der Ergebnisse des Audits werden mit den Lieferanten Korrekturmassnahmen festgelegt, um Schwachpunkte zu beseitigen. Das jeweilige JAC-Mitglied verfolgt die Umsetzung dieser Massnahmen bis zum vollständigen Erfolg.

In wöchentlichen Telefonkonferenzen legen die JAC-Mitglieder die Auditagenda fest, prüfen Auditberichte und überwachen den Fortschritt der geplanten Korrekturmassnahmen. Diese regelmäßigen Konferenzen und der Austausch über Best Practices helfen, die Beurteilung der Corporate Responsibility zu optimieren und die JAC-Initiative effizienter zu gestalten. Zweimal im Jahr findet ein Treffen des JAC-Lenkungsausschusses statt, der aus Vertretern der oberen Führungsebene der jeweiligen CR- und Sourcing-Bereiche besteht. Am Treffen überprüft der Ausschuss die Ergebnisse der Auditkampagne und trifft Entscheidungen zum weiteren Vorgehen.

## Auditergebnisse

Die 2014 durchgeföhrten Audits haben eine begrenzte Anzahl von Non-Conformities und unterschiedliche Arten von Non-Compliances ergeben. Die Non-Compliances beziehen sich hauptsächlich auf Arbeitszeit, Arbeitssicherheit, Gehalt und Gesundheit/Sicherheit. Darüber hinaus haben die Audits einige Fälle von Diskriminierung und Beschäftigung von Minderjährigen aufgedeckt. Der Zeitraum für die Behebung der Probleme ist abhängig von der Art der Non-Compliance.

Besonders die Behebung von Unregelmässigkeiten im Rahmen der Arbeitszeit (zum Beispiel die Begrenzung von Regelarbeitszeit und Mehrarbeit) benötigt mehrere Monate, da sie Auswirkungen auf das Personalwesen des betroffenen Unternehmens hat.

Swisscom hat ihre für 2014 gesetzten Ziele teilweise erfüllt und mit der JAC drei Audits durchgeführt. Ein Audit musste verschoben werden. Auch 2015 geht die Zusammenarbeit mit der JAC weiter; Swisscom plant, 6 Audits beizutragen.

Das Netzwerk Joint Audit Cooperation hat seit 2010 insgesamt 146 Audits in 15 Ländern auf fünf Kontinenten durchgeföhrte. Davon sind 35 im Berichtsjahr erfolgt. Insgesamt erfassten die Audits 540000 Arbeitnehmer und identifizierten 922 Verfehlungen. Davon sind noch 317 Fälle offen oder noch nicht abgeschlossen. Die Audits haben die folgende Anzahl an Schwachstellen identifiziert:

Anzahl Schwachstellen	2012	2013	2014
Gesundheit und Sicherheit	62	68	93
Arbeitszeit/Überzeit	52	73	83
Geschäftsethik	31	64	50
Kinder- und Jugendarbeit	10	10	13
Arbeitsentgelt	18	9	23
Umwelt	11	30	33
Zwangarbeit und Diskriminierung	7	10	22

Von den insgesamt 922 Schwachstellen sind im Berichtsjahr 2014 279 veröffentlicht worden. 83 der offenen Fälle stehen im Zusammenhang mit Fragen der Arbeitszeit. 55 dieser 83 Schwachstellen stammen aus den Jahren 2010 bis 2013, 28 aus dem Jahr 2014. 234 identifizierte Schwachstellen verteilen sich auf weitere Kategorien. 98 davon stammen aus den Jahren 2010 bis 2013 und 136 aus 2014. Schwachstellen hinsichtlich Jugendarbeit betreffen Fälle von lärmiger Umgebung, Überzeit oder Nachschichten, nicht aber Fälle von Kinderarbeit. Bei beanstandeten Diskriminierungen handelt es sich um die ungenügende Formalisierung von Verträgen, nicht um Zwangarbeit. Schwachstellen im Bereich der Umweltthemen betreffen das Fehlen von Umweltberichten und eine unsachgemässie Entsorgung.

Die einzelnen JAC-Mitglieder behandeln die Schwachstellen laufend. Die erhobenen Daten werden regelmässig aktualisiert und im Lenkungsausschuss diskutiert.

## Carbon Disclosure Project – Supply Chain Program

Im Berichtsjahr 2014 hat Swisscom die Kooperation mit dem Carbon Disclosure Project (CDP) weitergeföhrt. Das CDP ist eine im Jahr 2000 gegründete Nonprofitorganisation. Sie will Unternehmen dazu bringen, relevante Umweltdaten wie klimaschädliche Treibhausgasemissionen und Wasserverbrauch zu veröffentlichen. Einmal jährlich erhebt das CDP im Namen von Investoren bei Unternehmen mittels standardisierter Fragebögen und auf freiwilliger Basis Daten und Informationen zu CO<sub>2</sub>-Emissionen, Klimarisiken sowie Reduktionszielen und -strategien. Das CDP verwaltet mittlerweile die weltweit grösste Datenbank ihrer Art. Im Rahmen ihrer Kooperation mit dem CDP hat Swisscom 47 ihre wichtigsten Lieferanten angeschrieben und befragt. Die befragten Lieferanten weisen ein hohes Bestellvolumen oder eine hohe Umweltrelevanz auf. Dank einer Rücklaufquote von 85% ist die Befragung erfolgreich abgeschlossen worden (Rücklaufquote der Befragung im Vorjahr 52% bei allen Lieferanten). Im vierten Quartal 2014 hat das CDP die Rückmeldungen analysiert und die teilnehmenden Lieferanten mittels Scoring bewertet. Die Resultate fliessen teilweise in das e-tasc-Plattforum von EcoVadis ein und dienen als Grundlage für die ganzheitliche Bewertung der wichtigsten Swisscom Lieferanten.

## Hauptrisikofaktoren in der Lieferkette

### Menschenrechte

Swisscom beachtet in besonderem Masse die Einhaltung der Menschenrechte in den Bereichen, die im Standard SA 8000 der Social Accountability International (SAI) angeführt sind. Diese Bereiche sind Kinderarbeit, Zwangsarbeit, Gesundheit und Sicherheit, Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen, Diskriminierung, Disziplin, Arbeitszeit sowie Entlohnung.

### Klimarisiken aus CO<sub>2</sub>-Emissionen

Die Klimaveränderung birgt Risiken, zum Beispiel in Form von intensiveren Niederschlägen und erhöhten Durchschnittstemperaturen sowie extremen Wetterereignissen. Diese Risiken könnten die Herstellung von Telekommunikationsprodukten und Netzausrüstungen sowie deren Transport in die Schweiz gefährden und Marktchancen sowie Betrieb von Swisscom beeinträchtigen. Das Treibhausgas-Inventar von Swisscom zeigt, dass der grösste Anteil der CO<sub>2</sub>-Emissionen auf die Lieferkette fällt. Swisscom hat diesen Sachverhalt in ihrem strategischen Schwerpunkt Klimaschutz berücksichtigt.

### Rohstoffe

Die Rohstoffe, die in unterschiedlichen Swisscom Produkten stecken, stammen aus einer Vielzahl von Ländern und Regionen. Immer öfter treten Fragen zur Herkunft der verwendeten Rohstoffe auf und ebenso zu den damit verbundenen ökologischen und sozialen Risiken. Swisscom setzt sich seit 2011 mit dem Thema Rohstoffe auseinander und hat in den vergangenen zwei Jahren die folgenden Massnahmen ergriffen:

- > **Januar 2012:** Swisscom wird über die Mitgliedschaft in der Global e-Sustainability Initiative (GeSI) Mitglied bei der World Resources Forum (WRF) Association.
- > **März 2012:** Gründungsversammlung der WRF Association; Swisscom vertritt GeSI bei den Zusammenkünften der WRF Association.
- > **März/Oktober 2013:** Teilnahme an der Generalversammlung der WRF Association in St. Gallen und des WRF in Davos.
- > **Oktober 2013:** Dialog mit der NGO «Brot für alle» und Beitrag zum Symposium «High Tech – No Rights» in Bern.
- > **2014:** Vorabklärungen zu einem Engagement bei Fairphone. Ein Engagement ist mit dem Aufkommen der zweiten Generation von Endgeräten 2015 geplant.

Siehe unter  
[www.worldresourcesforum.org](http://www.worldresourcesforum.org)

Im Jahr 2014 hat Swisscom ihre Einkaufspolicy inhaltlich überarbeitet. Bei Bedarf wird das Unternehmen zudem die CR-Vertragsbeilage 2015 überprüfen.

63

## Purchasing Circle – Verankerung von Corporate Responsibility in der Organisation

Der Purchasing Circle ist eine Veranstaltungsreihe für die Gruppe der Swisscom Einkäufer. Im Rahmen des Circles hat 2013 erstmals eine Tagung zum Thema «Herausforderungen für eine nachhaltige Supply Chain» stattgefunden. Auf dem Programm standen Schwerpunktreferate externer Gäste und interner CR-Verantwortlicher sowie eine Podiumsdiskussion. Ferner besuchten Swisscom Einkäufer die Umwelt Arena, eine Ausstellungsplattform für nachhaltige Lösungen in Spreitenbach (Kanton Aargau). 2014 führte Swisscom das Konzept des Purchasing Circle in drei Veranstaltungen weiter.

# Eine vernetzte Schweiz

Swisscom will bis 2020 in Wohnungen und Geschäften eine Ultrabreitbandabdeckung von 85% erreichen. 99% der Bevölkerung sollen vom mobilen Ultrabreitband profitieren. Durch ihre Investitionen in der Schweiz leistet Swisscom neben ihrer direkten Wertschöpfung indirekt einen Beitrag zum Bruttoinlandprodukt von rund CHF 30 Milliarden. Sie trägt zur Schaffung und zum Erhalt von rund 100'000 Arbeitsplätzen bei.



## Umfeld, Ziele und Managementansatz

Zusätzlich zur eigenen Wertschöpfung von jährlich rund CHF 5 Milliarden leistet Swisscom durch ihre Investitionen, die anderen Unternehmen in der Schweiz zugutekommen, indirekt einen wichtigen Beitrag zu einer wettbewerbsfähigen und prosperierenden Schweiz.

Im Sommer 2013 hat Boston Consulting Group (BCG) im Auftrag der European Telecommunications Network Operators Association (ETNO) den Einfluss berechnet, den Investitionen von Telekomunternehmen auf das Bruttoinlandprodukt (BIP) und die Beschäftigung – zwei der wesentlichen makroökonomischen Zielgrössen – ausüben. Die Berechnung beruht auf insgesamt elf aktuellen wissenschaftlichen Studien. Fünf davon untersuchen den Einfluss von Telekomunternehmen auf das BIP, sechs den Einfluss auf die Beschäftigung. In Zusammenarbeit mit BCG hat Swisscom das Berechnungsmodell und die Erkenntnisse aller elf Studien auf ihre eigene Situation angewendet. Der von BCG errechnete Einfluss von Swisscom auf die Beschäftigung in der Schweiz verringert sich wegen des hohen Lohnniveaus (Basis ist der jährliche Durchschnittslohn) gegenüber anderen Staaten um den Faktor 1,8.

2014 hat Swisscom rund CHF 1,75 Milliarden in die Telekommunikationsinfrastruktur investiert. Von 2015 bis 2020 plant Swisscom, in der Schweiz mehrere Milliarden CHF zu investieren. Gemäss dem Modell von BCG trägt Swisscom in diesem Zeitraum indirekt über CHF 30 Milliarden zum BIP bei – dies zusätzlich zur eigenen Wertschöpfung von insgesamt rund CHF 35 Milliarden (beziehungsweise sieben Jahre lang CHF 5 Milliarden jährlich). Ausserdem unterstützt Swisscom die Schaffung und den Erhalt von 100'000 Arbeitsstellen.

Erhebung und Messung der Zielerreichung erfolgen durch den Geschäftsplanprozess sowie durch die jährlichen Segmentinformationen und Wertschöpfungsrechnungen, wie sie im Geschäftsbericht veröffentlicht sind. BCG kann das Berechnungsmodell bei Bedarf überprüfen und neuen wissenschaftlichen Erkenntnissen anpassen.

## Grundversorgung

Swisscom erbringt die Telekommunikationsgrundversorgung für die Schweiz und führt diese gemäss der Grundversorgungskonzession bis Ende 2017 weiter. Sie sichert damit die flächendeckende Versorgung der Schweizer Bevölkerung mit einem analogen oder digitalen Netzzugang. Die Versorgung umfasst Sprachtelefonie, Fax, Datenübertragung und einen Breitbandinternetzugang. Die garantierte Übertragungsgeschwindigkeit für den Breitbandinternetzugang hat im Berichtsjahr 1'000 kbps im Download betragen. Die Preisobergrenze für diesen Dienst beträgt CHF 55 pro Monat (exklusive Mehrwertsteuer).

Im Rahmen der Grundversorgungspflicht, die Swisscom seit jeher wahrnimmt, betreibt und unterhält Swisscom die öffentlichen Sprechstellen (Publifone); darüber hinaus den Zugang zu den Notrufdiensten der Polizei, der Feuerwehr, des Sanitätsdienstes sowie zu besonderen Diensten für Behinderte. Swisscom verzichtet auf eine finanzielle Abgeltung, die für die ungedeckten Kosten der Grundversorgung aufkommt.

	Einheit	2012	2013	2014
Anzahl öffentliche Sprechstellen <sup>1</sup>	Anzahl	5'800	4'834	4'453
Anzahl Notrufe	in Tausend	3'053	2'284	2'716
Anzahl Anrufe auf Seh- und Hörbehindertendienst	in Tausend	540	515	463

<sup>1</sup> Davon 3'105 (2014), 3'307 (2013), 3'514 (2012) in der Grundversorgung.

## Netzneutralität

Swisscom hat, zusammen mit weiteren Netzbetreibern und dem Verband Swisscable, einen Verhaltenskodex für ein offenes Internet ausgearbeitet. Die Unterzeichner des Verhaltenskodex bekennen sich zur Netzneutralität und zu einem offenen Internet. Alle Nutzer sollen in der Schweiz Inhalte, Dienste, Anwendungen, Hard- und Software nach ihrer Wahl nutzen. Keinerlei Dienste und Anwendungen werden gesperrt, die Informations- und Meinungsäußerungsfreiheit im Web bleibt uneingeschränkt erhalten.

Der Kodex hält zudem fest, dass die Betreiber zur Qualitätssicherung und zugunsten von kundennahen Angeboten ein Netzwerkmanagement betreiben können. Zudem sollen sie Diensten mit zeitkritischen Anforderungen auf Wunsch der Kunden den Vorrang einräumen. Hierzu gehören IP-Telefonie, Fernsehen, Notrufe, Videokonferenzen oder künftige Anwendungen der Telemedizin, wo Daten möglichst rasch beim Kunden ankommen müssen.

# Gesellschaftliches und kulturelles Engagement

Swisscom ist in ihrer Geschichte eng mit der Schweiz und den Menschen im Land verbunden. Das Engagement von Swisscom für die Schweiz hat darum Tradition. Der Einsatz für die Gesellschaft deckt drei Bereiche ab: Public Affairs, Events und Sponsoring sowie Corporate-Responsibility-Projekte.

## Das Engagement von Swisscom

Das Sponsoring von Swisscom ist langfristig ausgerichtet. In seinem Mittelpunkt stehen Sport und Kultur für ein breites Publikum. Daher verteilen sich die Sponsoringaktivitäten von Swisscom auf alle Regionen der Schweiz und sprechen unterschiedliche Anspruchsgruppen an.

### Public Affairs

Swisscom Public Affairs pflegt den Kontakt zu Gemeinden und Kantonen in allen Regionen der Schweiz. Seine Teammitglieder sind dezentral organisiert. Sie vermitteln in erster Linie Informationen zu Infrastrukturthemen sowie zum Engagement von Swisscom und nehmen Anliegen von Gemeinden und Kantonen entgegen. Neben persönlichen Kontakten richtet sich Swisscom in regelmässigen Publikationen (Gemeindebriefen) und E-Mail-Newslettern an Politik und Behörden. Zu unterschiedlichen Themen – wie beispielsweise zur Datensicherheit und zum Umgang mit elektronischen Medien – veranstaltet Swisscom in unterschiedlichen Kantonen Informationsanlässe. Der Auf- und Ausbau der Mobilfunkinfrastruktur führt aufgrund von Bedenken bei Anwohnern immer wieder zu lokalen Konflikten. Ein wesentlicher Schwerpunkt in der Arbeit von Swisscom Public Affairs liegt darin, Wissen und Informationen über Mobilfunk und verwandte Funkanwendungen zu vermitteln. Swisscom behandelt dabei nicht nur Anfragen von Behörden oder Politik, sondern kümmert sich generell um Anliegen der Bevölkerung, von betroffenen Nachbarn, von Unternehmen oder von Hauseigentümern. Um den kundengerechten Ausbau des Mobilfunks im Dialog mit den Gemeinden zu ermöglichen, hat Swisscom gemeinsam mit der Branche ein freiwilliges Partizipationsverfahren zur Bestimmung von neuen Mobilfunkstandorten entwickelt. Swisscom hat dieses sogenannte Dialogmodell bereits in unterschiedlichen Kantonen eingeführt. Zudem pflegt Swisscom Public Affairs den regelmässigen Austausch mit Umweltfachstellen, um den korrekten Vollzug der Umweltauflagen für den Mobilfunk sicherzustellen. Swisscom beteiligt sich an nationalen Arbeitsgruppen oder Gremien, die sich mit einer verbesserten Breitbandversorgung der Randregionen beschäftigen. Beispielsweise vertritt Public Affairs – zusammen mit Public Policy – Swisscom in der Arbeitsgruppe Breitband des Bundesamtes für Kommunikation (BAKOM) oder in der Kommission für Heimarbeit der Schweizerischen Arbeitsgemeinschaft für Berggebiete.

### Festivals, Museum, Stiftung

Swisscom hat 2014 zusammen mit Radio Energy zehn Life Sessions präsentiert, an denen über 50'000 Besucher in den Genuss von exklusiven Konzerten gekommen sind. Als Hauptsponsorin des Internationalen Filmfestivals von Locarno unterstützt Swisscom das Medium Film. Über die Carte Bleue ermöglicht sie Filmliebhabern vergünstigte Kinoeintritte in den Kitag-Kinos. Weiter ist sie Stiftungsträgerin des Museums für Kommunikation in Bern, das Besuchern die Gegenwart, Vergangenheit und Zukunft der gesellschaftlichen Kommunikation vor Augen führt. Wie Umfra-

gen zeigen, wird das Museum als Familien- und Erlebnismuseum geschätzt. Innert acht Monaten haben 31'375 Besucher die im November 2013 eröffnete Wechselausstellung «Rituale» gesehen. Swisscom ist Trägerin der Stiftung Sasso San Gottardo und Hauptpartnerin der Themenwelt, die sich folgenden Inhalten widmet: Mobilität und Lebensraum, Sicherheit, Wasser, Energie, Wetter und Klima. Im Rahmen des ersten Forum Sasso San Gottardo ist 2013 der Young Leaders for Sustainability Club lanciert worden. Der Club verfolgt das Ziel, junge Führungskräfte aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik zu vernetzen und Fragen rund um das Thema Nachhaltigkeit zu vertiefen. Er hat 2014 zwei Veranstaltungen mit rund 80 zufriedenen Teilnehmenden und Referenten in Gebäuden von Swisscom und SBB veranstaltet. Für 2015 ist ein Anlass zum Thema Big Data for Good geplant.

## Sport

Der Schwerpunkt des Sportengagements von Swisscom liegt im Schneesport. Swisscom unterstützt als Hauptsponsorin von Swiss-Ski Schweizer Schneesportler in den folgenden Disziplinen auf dem Weg zu Spitzeneleistungen: Ski alpin, Ski nordisch, Snowboard, Freestyle und Telemark. Im Rahmen der Partnerschaft mit Swiss-Ski fliessen 20% des jährlichen Sponsoringbeitrags in die Nachwuchsförderung. Zusätzlich hat Swisscom ein Nachwuchskonzept für den alpinen Skisport erarbeitet. Das Konzept will den Nachwuchs gezielt auswählen und fördern. Ferner will es Trainingsmöglichkeiten schaffen, um dem Swisscom Junior Team Alpin eine ideale Vorbereitung auf die Junioren-WM zu ermöglichen. Als offizielle Telekompartnerin unterstützt Swisscom sämtliche Schweizer FIS-Weltcup-Veranstaltungen und stärkt die Schweiz als Standort von Sportveranstaltungen und als Wintersportland.

Fussball spielt im Rahmen des Sportengagements von Swisscom ebenso eine bedeutende Rolle. Dank Swisscom und Teleclub gibt es heute im Fernsehen so viel Schweizer Fussball live zu genießen wie nie zuvor. Pro Saison strahlt Swisscom TV so über 200 Schweizer Fussballspiele aus.

Swisscom ist Partnerin der Swiss Football League und unterstützt zehn Vereine der Super League sowie neun Vereine der Challenge League. In der Zusammenarbeit mit der Swiss Football League setzt Swisscom auf eine langfristige, zukunftsgerichtete Partnerschaft.

## Start-up-Förderung und Social Entrepreneurship

Swisscom unterstützt Start-ups umfassend und nachhaltig; und zwar nicht nur vor und während der Gründungsphase, sondern ebenso auf ihrem Weg zum etablierten Unternehmen. Damit leistet sie einen wichtigen Beitrag zur Wettbewerbsfähigkeit des Werkplatzes Schweiz.

Darüber hinaus fördert Swisscom vor allem die Entwicklung und Innovationskraft des Schweizer KMU-Segments. Sie unterstützt Nachwuchsunternehmen durch ihr Engagement bei startups.ch, dem Institut für Jungunternehmen, und in der regionalen Wirtschaftsförderung. Swisscom pflegt ferner Partnerschaften mit dem Swiss Venture Club, dem Swiss Economic Forum und dem Swiss Innovation Forum. Vermehrt engagiert sich Swisscom im Bereich des Social Entrepreneurship: so beispielweise im Rahmen der Partnerschaft mit dem Coworking Space HUB Zürich.

## Engagement von Swisscom für Start-ups

- > **Startups.ch:** Partnerin des grössten Onlinegründungsportals der Schweiz.
- > **Institut für Jungunternehmen (IFJ):** Seit elf Jahren Partnerin der grössten nationalen Plattform für Start-ups.
- > **BlueLion Stiftung Zürich:** Mitbegründerin der Stiftung, die über den grössten ICT-und-Cleantech-Inkubator der Schweiz verfügt.
- > **Genossenschaft BaseCamp4HighTech:** Mitbegründerin der vom Kanton Bern initiierten Genossenschaft, die Hightech-Start-ups fördert.
- > **Verein Startup Weekend:** Goldsponsorin des Vereins Startup Weekend: Unterstützung der Veranstaltungen in Zürich, Bern, St. Gallen, Basel und Luzern, finanziell und durch Coaches.
- > **Lift Conference Genf:** «Offizielle Sponsorin».
- > **Coworking Space Impact HUB Zürich:** Kommunikationspartnerin des Coworking Space Impact HUB Zürich, des Forums für nachhaltig orientierte Start-up-Gründer (Social Entrepreneurs).

## Corporate Giving und Menschen in Not

Swisscom dokumentiert durch ihre Corporate-Giving-Strategie die Verbundenheit mit der Schweiz. Im Berichtsjahr hat Swisscom ihre langjährigen Partnerschaften mit der Glückskette und mit 143 Die Dargebotene Hand weitergeführt.

Die verheerenden Schäden im Frühling 2014 in der Region des ehemaligen Jugoslawiens, die durch anhaltende Niederschläge verursacht worden sind, haben die Konzernleitung von Swisscom zu einer raschen Hilfeleistung bewogen. Swisscom hat so der Glückskette einen Spendenbetrag von CHF 500'000 anvertraut. Die Glückskette unterstützt damit Aktionen und Massnahmen, die in der betroffenen Region nicht nur kurzfristig Leid mindern, sondern auch zu einem nachhaltigen Wiederaufbau beitragen.

Im Herbst 2014 hat Swisscom eine Kundenbefragung im Privatkundensegment mit einer Spendenaktion verbunden. Sie hat in diesem Zusammenhang eine Spende in Höhe von CHF 300'000 an die Organisationen Glückskette, WWF Schweiz und SOS-Kinderdorf übermittelt.

  
Siehe unter  
[www.glaeckskette.ch](http://www.glaeckskette.ch)

## Glückskette

Die Stiftung Glückskette ist die humanitäre Solidaritäts- und Sammelplattform der Schweiz. Sie wird von Radio und Fernsehen der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft SRG SSR getragen und arbeitet eng mit Privat- und Printmedien zusammen. Seit dem Gründungsjahr der Glückskette 1946 ist Swisscom Partnerin und unterstützt die Arbeit der 30 Glückskette-Partnerhilfswerke.

## 143 Die Dargebotene Hand

143 Die Dargebotene Hand hilft verzweifelten und hilflosen Menschen sieben Tage in der Woche und 24 Stunden am Tag. Über 600 meist Freiwillige nehmen jährlich weit über 155'000 Anrufe entgegen und zeigen einen Weg aus ausweglosen Situationen. Längst können Hilfesuchende 143 Die Dargebotene Hand über andere Kanäle als das Telefon kontaktieren. So nehmen die Anfragen über E-Mail oder persönlichen Chat kontinuierlich zu. Finanziell sowie durch Sachleistungen leistet Swisscom einen substanzialen Beitrag zugunsten 143 Die Dargebotene Hand und unterstützt das Zentralsekretariat sowie die 14 Regionalstellen.

  
Siehe unter  
[www.143.ch](http://www.143.ch)

## Angebote von Swisscom für Menschen mit Beeinträchtigungen

Swisscom hat den Anspruch, dass alle Menschen in der Schweiz die neuen Kommunikationsmittel ohne Hindernisse nutzen können. Sie leistet deshalb einen substanzialen Beitrag, um benachteiligte Menschen an der Informationsgesellschaft Schweiz teilhaben zu lassen.

Die Swisscom Shops setzen bei der Rollstuhlgängigkeit strenge Anforderungen um. Die Mitarbeitenden in den Shops haben die Aufgabe zu erkennen, welche Anforderungen eine Behinderung mit sich bringt. Procap Schweiz unterstützt die Mitarbeitenden an sogenannten Accessibility-Schulungen. Zudem ergreift Swisscom laufend Massnahmen, um die Zugänglichkeit (Barrierefreiheit) ihrer Shops zu optimieren.

Swisscom bemüht sich um ein Angebot an Endgeräten, das hör- wie sehbehinderten Menschen eine echte Auswahl bietet. Sie aktualisiert ihr Portfolio an Diensten und Geräten darum laufend. Zum Angebot gehören beispielsweise das Mobilfunktelefon Emporia, ein Smartphone mit On-Screen-Sprachunterstützung für sehbehinderte Menschen, oder die multimodale Form der Kontaktaufnahme mit dem Kundendienst.

Alle Menschen, die aufgrund körperlicher Beeinträchtigungen die heutigen Abonnentenverzeichnisse nicht nutzen können, dürfen sich ohne Zusatzkosten über die Kurznummer 1145 verbinden lassen. Swisscom erbringt diese Leistung im Rahmen der Grundversorgung kostenlos.

Hörbehinderte Menschen profitieren von einem sogenannten Transkriptionsdienst. Dieser Dienst ermöglicht Telefongespräche zwischen hörenden und hörbehinderten Menschen. Er wird kostenlos in Zusammenarbeit mit der Stiftung procom angeboten und ist ebenfalls Teil der Grundversorgung. Swisscom setzt sich weiterhin dafür ein, ihren eigenen Webauftritt barrierefrei zu gestalten. Im Rahmen des technischen Redesigns ihrer Website hat sie bereits gemäss den Web Content Accessibility Guidelines WCAG 2.0 wichtige Richtlinien für barrierefreie Webinhalte umgesetzt. In den nächsten Etappen des Redesigns der Website wird Swisscom weitere Empfehlungen umsetzen. Sie strebt eine Zertifizierung auf Stufe AA der Stiftung «Zugang für alle» an.

## Angebote für Menschen mit beschränkten finanziellen Mitteln

Menschen mit beschränkten finanziellen Mitteln unterstützt Swisscom durch zwei Angebote. Jugendliche unter 26 Jahren profitieren von einem vergünstigten Tarifplan. Die entsprechenden Abonnements sind für Jugendliche bis 18 Jahre zusätzlich mit einer Kreditlimite versehen. Ebenso bietet Swisscom für Senioren spezielle Abonnements, bei denen die Grundgebühren besonders tief liegen. Da Senioren neue Kommunikationstechnologien weiterhin weniger oft als Jugendliche nutzen, entstehen im Rahmen dieser Abonnements nur dann Kosten, wenn der Kunde eine Kommunikationsdienstleistung nutzt.

## Energie- und Klimapioniere

Die Initiative Energie- und Klimapioniere ermöglicht es Schulklassen vom Kindergarten bis in die Oberstufe, eigene Klimaschutzprojekte umzusetzen. Swisscom hat die Initiative einst gemeinsam mit Solar Impulse und der Klimastiftung myclimate unter dem Namen «Initiative Klimapioniere» ins Leben gerufen. Die Initiative ermutigt Kinder und Jugendliche, selbst aktiv zu werden und einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. Im Berichtsjahr ist Energie Schweiz, das Netzwerkorgan des Bundesamts für Energie BFE, als Partnerin der Initiative beigetreten. Energie Schweiz ergänzt die Ausrichtung der Initiative und ihr Angebot für Schulen rund um das Thema Energie. Aufgrund der neuen Partnerschaft ist die Bezeichnung der Initiative zu «Initiative Energie- und Klimapioniere» erweitert worden.

Die Initiative Energie- und Klimapioniere hat zwei prominente Paten: Bertrand Piccard und André Borschberg. Die beiden beabsichtigen, im Jahr 2015 die Erde in ihrem Solarflugzeug Solar Impulse zu umrunden – und damit ein Zeichen für den Einsatz von erneuerbaren Energien zu setzen.

Bis Ende 2014 haben 5'000 Energie- und Klimapioniere über 250 Projekte in der ganzen Schweiz umgesetzt.

Siehe unter  
[www.energie-klimapioniere.ch](http://www.energie-klimapioniere.ch)  
[www.pionniers-energie-climat.ch](http://www.pionniers-energie-climat.ch)

## Solar Impulse

Das Projekt Solar Impulse von André Borschberg und Bertrand Piccard leistet einen Beitrag zur Forschung und Innovation im Dienste der erneuerbaren Energien. Es will belegen, wie saubere Technologien (Cleantech) den Verbrauch der natürlichen Ressourcen und unsere Abhängigkeit von fossilen Energien verringern. Swisscom ist seit 2009 nationale Telekommunikationspartnerin von Solar Impulse. Sie hat eine ultraleichte, energiesparende Kommunikationslösung entwickelt, welche die Kommunikation zwischen dem Piloten und seiner Crew am Boden jederzeit und rund um den Globus sichert. Swisscom leistet somit einen wichtigen Beitrag zur erfolgreichen Weltumrundung. Bereits im Sommer 2013 hat Solar Impulse während zwei Monaten die historische Überquerung der USA von Westen nach Osten bewältigt. Dabei ist die gesamte Kommunikation über die Lösung von Swisscom erfolgt.

Dank der Partnerschaft mit Swisscom erlebt die Öffentlichkeit die internationalen Flüge von Solar Impulse hautnah und aus dem Blickwinkel des Piloten mit. Über eine Satellitenverbindung werden Bilder aus dem Cockpit sowie die aktuellen Werte des Flugzeugs (Position, Geschwindigkeit, Kurs usw.) übertragen und in einem virtuellen Cockpit im Internet abgebildet. Darüber hinaus bietet Swisscom aktuelle Nachrichten zum Projekt auf Bluewin, Facebook und Twitter sowie eine spezielle Applikation für iPhone, iPad und Android-Smartphones.

# Innovation und Entwicklung

In einem dynamischen Umfeld mit ständig wechselnden Rahmenbedingungen ist Innovation eine grundlegende Voraussetzung, um langfristig erfolgreich zu sein. Swisscom beschäftigt sich deshalb kontinuierlich mit den sich wandelnden Kundenbedürfnissen. Sie erkennt Wachstumsfelder, auf denen sie ihre eigene Rolle nachhaltig behaupten und stärken kann.

Innovation ist ein wichtiger Treiber, um neue Märkte zu gewinnen und aufstrebende Technologien zu entwickeln. Das geschäftliche Umfeld von Swisscom verändert sich rasant, weshalb Forschung und Entwicklung immer grundlegender werden. Swisscom hat das Ziel, strategische Herausforderungen, neue Wachstumsfelder und künftige Kundenbedürfnisse früh zu erkennen. Sie gestaltet deshalb die Zukunft der Telekommunikation und des Internets aktiv mit. Innovation erfolgt in allen Bereichen von Swisscom und ebenso über die Unternehmensgrenzen hinaus.

## Erfolgsfaktor «Open Innovation»

Swisscom baut auf den Austausch mit Kunden, Mitarbeitenden, Lieferanten und weiteren Partnern. Dieser Austausch ermöglicht einen kontinuierlichen, offenen Innovationsprozess und stellt den Kunden und seine Bedürfnisse ins Zentrum. Bei der Entwicklung neuer Produkte und Services setzt Swisscom konsequent auf die Methoden des Human Centered Design beziehungsweise die auf den Menschen ausgerichtete Gestaltung. Swisscom schafft dadurch einfache, inspirierende Erlebnisse und dient ihren Kunden als Begleiterin in der digitalen Welt.

Innerhalb des Unternehmens pflegt und fördert Swisscom die dezentrale Produktentwicklung. Neue Ideen entstehen deshalb in allen Bereichen des Unternehmens. Dank Veranstaltungen und Plattformen erhalten Mitarbeitende die Gelegenheit, innovative Ideen auszutauschen und Best-Practice-Beispiele kennenzulernen. Ein Beispiel hierfür ist die sogenannte Innovationswoche, die zweimal jährlich durchgeführt wird: Teams mit Mitarbeitenden unterschiedlicher Bereiche setzen eine neue Idee um, die ein Kundenbedürfnis befriedigt, geschäftsrelevant ist und Marktpotenzial besitzt.

Um Kundenbedürfnisse rechtzeitig zu erkennen, ist es wichtig, künftige Nutzer möglichst früh in den Entwicklungsprozess einzubinden. Unter der Bezeichnung Swisscom Labs betreibt Swisscom eine eigene Open-Innovation-Plattform, auf der registrierte Nutzer Ideen einbringen, ihre Meinung abgeben und an Trials sowie Beta-Tests teilnehmen.

Ausserhalb des Unternehmens fördert Swisscom Innovation in der gesamten Branche. Ein spezielles Engagement gilt jungen Unternehmen, die zukunftsträchtige neue Lösungen im Feld der Informations-, Kommunikations- und Unterhaltungstechnologien anbieten. Swisscom beteiligt sich als Projektpartnerin und Investorin an Start-ups und unterstützt diese mit massgeschneiderten Produkten und Dienstleistungen. Seit 2013 schreibt Swisscom die StartUp Challenge aus, bei der als Gewinn ein einwöchiges Mentoringprogramm im Silicon Valley vergeben wird.

## Spezifische Themenfelder für Innovationen

### End-to-End Connectivity

Eine leistungsfähige und zuverlässige Netzinfrastruktur ist eine der wichtigsten Grundlagen für den Erfolg von Swisscom. Die qualitativen Ansprüche der Kunden an das Netz sind in den letzten Jahren massiv gestiegen. Swisscom arbeitet deshalb stetig an der nächsten Netzgeneration und entwickelt Lösungen, um den Nutzern in der Schweiz noch schnellere und stabilere Netze zu bieten. In diesem Zusammenhang stellt vor allem der wachsende Datenverkehr im Mobilfunkbereich eine grosse Herausforderung dar. Swisscom sucht und entwickelt innovative Netzlösungen, die hohe Datenvolumen effizient bewältigen und an hoch frequentierten Orten eine einwandfreie Mobilnetzversorgung sicherstellen. Vielversprechend scheint der Bau von Kleinzellen (Mikrozellen), die mit geringer Leistung eine lokal hohe Kapazität zur Verfügung stellen. Um solche Kleinzellen ideal in die bestehende Architektur zu integrieren und effizient zu betreiben, arbeitet Swisscom an der Entwicklung neuartiger Antennentypen.

### Mobile Services und Apps

Der Trend zu immer mehr Mobilität schreitet voran. Mobile Endgeräte wie Smartphone oder Tablet prägen die Gesellschaft und ein Alltag ohne mobiles Internet ist heute kaum noch vorstellbar. Swisscom hegt die Vision, das Smartphone zur Brücke zwischen realer und digitaler Welt zu machen. Als wichtigen Schritt in diese Richtung hat Swisscom Tapit lanciert, das Schweizer Portemonnaie der Zukunft. Tapit ist eine offene, nicht exklusive Plattform für Service Provider unterschiedlicher Industrien, die ihre Geschäftsprozesse mobil gestalten wollen. Für Endkunden ist Tapit ein sicherer Ort, an dem sie ihre Bank- und Kreditkarten verwalten. Tapit beruht auf der Technologie Near Field Communication (NFC) – eine Technologie, die bereits in den meisten Smartphones eingebaut ist. Außerdem betreibt Swisscom weiterhin die App iO und entwickelt sie stetig weiter: iO ermöglicht kostenlose SMS und Anrufe ins In- und Ausland. iO@home garantiert die weltweite Erreichbarkeit auf der eigenen Festnetznummer.

### Security und Intelligence

Wenn immer mehr Daten vorhanden sind, steigen die Anforderungen an Produkte, die diese Daten sicher und anonymisiert verarbeiten und nach modernen Methoden analysieren. Entsprechende «Big-Data-Technologien» haben bereits in vielen Bereichen Einzug gehalten, so zum Beispiel in der Messung und Steuerung von Verkehrsströmen. Gleichzeitig wächst die Anzahl Kunden, die über ihr Smartphone mobil im Internet surfen und hierbei Kundendaten hinterlassen. Hacker und andere Parteien haben daher ein immer grösseres Interesse an Kundendaten. In dieser Situation will Swisscom ihren Kunden durch unterschiedliche Applikationen mehr Transparenz und Kontrolle bieten. So prüft die App CheckAp die auf dem Smartphone installierten Programme auf Sicherheitslücken. 2014 hat Swisscom DocSafe lanciert: In der Cloud-Lösung lassen sich wichtige Dokumente einfach und sicher ablegen; für Nutzer ist der Zugriff immer und von überall garantiert.

## Laufende Innovationsprojekte

Swisscom investiert in fortschrittliche Lösungen in unterschiedlichen Bereichen, um stetig neue Wachstumsfelder zu erschliessen und ihren Kunden die besten Services und Produkte zu bieten:

- › **Identity Access Management:** In einer Welt voller virtueller Produkte und Dienstleistungen ist eine digitale Identität nützlich. Sie vereinfacht das Leben, indem sie beispielsweise eine Vielzahl von Passwörtern ersetzt und eine einfache Nutzeridentifikation ermöglicht. Swisscom erarbeitet aktuell die Grundlagen für eine solche digitale Identität und für konkrete Anwendungen.
- › **Voice over LTE (VoLTE)/WLAN interworking:** Das 4G/LTE-Netz ist aktuell ein reines Daten- netz. Für Anrufe werden Kunden auf das 3G-Netz umgeleitet. Durch VoLTE will Swisscom auch Sprachtelefonie über 4G ermöglichen. Eine technische Anpassung der Mobilfunkinfrastruktur macht Sprachtelefonie zudem über WLAN möglich. Kunden profitieren vom schnelleren Verbin- dungsauflauf und von besserer Sprachqualität.
- › **Clean Pipe:** Unter dem Arbeitstitel «Clean Pipe» testet Swisscom neue Möglichkeiten, um den Kunden sorgenfreie, digitale Erlebnisse zu ermöglichen und sie vor Gefahren und unerwünschten Erfahrungen wie etwa Phishing zu schützen. Als erstes Produkt im Rahmen von Clean Pipe hat Swisscom im Berichtsjahr Safe Connect lanciert. Die auf der VPN-Technologie basierende App blockiert den Zugriff auf bekannte gefährliche Websites oder auf Malware.
- › **Cloud:** Swisscom entwickelt eine 360-Grad-Cloud, die einen einheitlichen Architekturrahmen hat und für Unternehmen und Privatpersonen zahlreiche Dienstleistungen bereitstellt. Dank moderner Technologie, Open Source, aktueller Sicherheitskonzepte sowie der Datenhaltung auf Servern in der Schweiz ist Swisscom bei der Cloud-Entwicklung an der Spitze dabei.

# Mitgliedschaften und Partnerschaften

Swisscom arbeitet als Vereinsmitglied oder projektspezifisch mit unterschiedlichen Partnern zusammen. Sie widmet sich dabei Themen aus ihren strategischen Schwerpunkten.

## Grundsätze für Mitgliedschaften und Partnerschaften

Swisscom setzt sich ehrgeizige Ziele und pflegt daher die Zusammenarbeit mit geeigneten Partnern auf nationaler wie internationaler Ebene. Auf nationaler Ebene unterstützt sie beispielsweise die Energiestrategie 2050 des Bundes, die Informationsgesellschaft Schweiz und das Nationale Programm zur Förderung der Medienkompetenz. Auf internationaler Ebene engagiert sich Swisscom für den Klimaschutz und die Förderung von besseren Arbeitsbedingungen in der Lieferkette. Bei der Auswahl von Partnerschaften und Mitgliedschaften achtet Swisscom einerseits darauf, dass die strategischen Schwerpunkte ihrer Corporate Responsibility stets gewahrt bleiben; andererseits darauf, dass die jeweiligen Partner beziehungsweise Institutionen dank ihrer Fachkompetenz und Erfahrungen Swisscom ideal ergänzen.

## Mitgliedschaften und Partnerschaften

### Energieeffizienz und Klimaschutz

Swisscom arbeitet mit der Klimastiftung myclimate zusammen, um die Ökobilanz ihrer Produkte und Dienstleistungen zu erstellen. Die Stiftung myclimate ist ein Spin-off-Unternehmen der ETH Zürich. Sie nimmt international eine führende Position bei der CO<sub>2</sub>-Kompensation ein und verfügt über ein umfassendes Wissen bei Ökobilanzen und in der Bewertung von Produkten.

Zurzeit arbeitet Swisscom mit myclimate in den Bereichen der Umweltpunkte und der Klimaempfehlungen zusammen.

Swisscom untersucht mit weiteren Partnern die Bedingungen für ein nachhaltiges Leben und Arbeiten und teilt Erkenntnisse mit der Öffentlichkeit.

Im Bereich der nachhaltigen Nutzung von Ressourcen arbeitet Swisscom mit unterschiedlichen Vereinigungen und Organisationen zusammen:

- **European Telecommunications Network Operators (ETNO), Working Group Sustainability:** Als einer der ersten Telekommunikationsanbieter in Europa hat Swisscom 1996 die Umweltcharta der ETNO unterzeichnet und 2002 die Nachhaltigkeitscharta unterzeichnet.
- **ETNO Energy Task Team:** Swisscom nimmt am Energy Task Team teil, einer Arbeitsgruppe von europäischen Telekomanbietern. Die Arbeitsgruppe will Best-Practice-Lösungen erarbeiten, um die Effizienz im Netzbereich zu erhöhen.
- **Europäisches Institut für Telekommunikationsnormen (ETSI):** Swisscom ist seit sieben Jahren in der Arbeitsgruppe Environmental Engineering (EE) des ETSI vertreten. In dieser Arbeitsgruppe hat Swisscom den ETSI-Standard EN 300019-1-3 (Klasse 3,1) für den Betrieb von IT-Anlagen vorangetrieben. Der Standard ist inzwischen in Kraft getreten. Zurzeit erarbeitet die Arbeitsgruppe einheitliche Standards, um den Stromverbrauch zu prüfen und die Bilanz des Produktlebenszyklus von Netzausrüstungen und Endgeräten zu erstellen.
- **Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW):** Swisscom ist der Energie-Agentur 2003 beigetreten und hat eine neue Zielvereinbarung unterzeichnet, um ihre Energieeffizienz zu steigern. Die Zielvereinbarung deckt die Jahre 2013 bis 2020 ab.
- **Schweizerische Vereinigung für ökologisch bewusste Unternehmensführung (ÖBU):** Swisscom ist seit 1999 Mitglied.

- > **WWF Schweiz:** Swisscom ist Mitglied der WWF Climate Savers.
- > **Vorbildfunktion Bund im Energiebereich (VBE):** Der Bund soll mit geeigneten Massnahmen den Energieverbrauch senken und seine Vorbildfunktion im Rahmen der Energiestrategie 2050 wahrnehmen. Zur Gesamtsteuerung wurde die Koordinationsgruppe Vorbildfunktion Bund im Energiebereich begründet. Swisscom ist Mitglied dieser Koordinationsgruppe.
- > **Verein für umweltgerechte Elektrizität (VUE):** Der VUE zertifiziert die Energieanlagen mit den Qualitätszeichen naturemade basic und naturemade star.
- > **Verein Energo – Verein zur Förderung der Energieeffizienz in Wohnungen und Geschäften:** Swisscom ist seit 2008 im Vorstand von Energo vertreten.

Swisscom hat vier externe Vereinbarungen unterzeichnet: die ETNO Sustainability Charter, den Code of Conduct für Breitbandausrüstungen, den Code of Conduct of Digital TV Service Equipment für die TV-Settop-Boxen sowie die freiwilligen Zielvereinbarungen mit der EnAW, um die Energieeffizienz in der Schweiz zu steigern. Weiter beteiligt sich Swisscom am Carbon Disclosure Project (CDP) und an weiteren Ratings.

## Arbeiten und Leben

- > **Forschungsstiftung Strom und Mobilkommunikation (FSM):** Die FSM ist eine gemeinnützige Stiftung und an der ETH angesiedelt. Sie unterstützt wissenschaftliche Forschung über Chancen und Risiken von Funk- und Stromtechnologien, die elektromagnetische Felder nutzen und/oder erzeugen. Ferner fördert sie die Publikation und die interessensneutrale Vermittlung der Forschungsergebnisse, um Wissenslücken innerhalb der Gesellschaft zu beseitigen. Swisscom unterstützt die FSM in ihrer Tätigkeit.
- > **Stiftung Home Office Day:** Swisscom ist eine der Trägerinnen des nationalen Home Office Day.
- > **Umwelt Arena:** Swisscom ist Ausstellungspartnerin der Umwelt Arena, eines in Spreitenbach (Kanton Aargau) angesiedelten Kompetenzzentrums für Nachhaltigkeit. Sie begleitet die Besucher auf einer interaktiven Reise, die einen nachhaltigen Lebensstil in Mobilität, Ernährung, Bauen, Energieversorgung, Kommunikation und anderem mehr vor Augen führt. Die Besucher entdecken in der Umwelt Arena neue Swisscom Angebote in virtueller Mobilität, intelligenter Steuerung von Wohnungen («Smart Living») und im Recycling von Mobilfunktelefonen. Außerdem nutzt Swisscom die Umwelt Arena als Eventplattform für externe und interne Anlässe und fungiert als ICT-Partnerin.

## Medienkompetenzen und Sicherheit

Swisscom setzt im Sinne des Gesetzgebers Massnahmen um, die der Gesellschaft Mehrwert bieten. So arbeitet Swisscom mit spezialisierten Organisationen zusammen, um die Bedürfnisse spezieller Kundengruppen besser zu verstehen. Diese Organisationen stehen Swisscom beratend zur Seite und erhalten von Swisscom Unterstützung bei der Verwirklichung der Informationsgesellschaft Schweiz. Vom Austausch profitieren folglich beide Seiten.

Die Formen der Zusammenarbeit mit einzelnen Organisationen, Institutionen oder öffentlichen Ämtern sind vielfältig:

- > **Schweizerische Stiftung für audiovisuelle Bildungsinhalte (SSAB):** Swisscom ist seit 2008 Mitglied der SSAB. Sie beteiligt sich an einem umfassenden Netzwerk, um Strategien und Wege moderner Informationsvermittlung im schulischen und außerschulischen Bereich zu erarbeiten.
- > **Worlddidac Association:** Die weltweit grösste Bildungsmesse Worlddidac findet alle zwei Jahre in Basel statt. Sie lockt über 350 Aussteller an, die ihre Produkte und Lehrmittel über 20'000 Besuchern präsentieren. Seit 2004 ist Swisscom Partnerin der Worlddidac beziehungsweise der parallel stattfindenden Schweizer Bildungsmesse Didacta. In ihrer Swisscom Arena bietet sie eine zentrale Austauschplattform für Beiträge rund um die Bildungslandschaft und Entwicklungstendenzen.
- > **Kinderschutz Schweiz:** Swisscom und Kinderschutz Schweiz pflegen Kontakt zu den Themen, Medienkompetenz und Jugendmedienschutz.
- > **European Telecommunications Network Operators Association (ETNO):** Swisscom ist bereits 2011 als Sponsorin der Charta High Principles on Child Protection beigetreten. Ursprünglich durch ETNO in die Wege geleitet, wird diese Charta inzwischen von der Branche selbst getragen. Sie verpflichtet die Sponsoren zu einer Vielzahl freiwilliger Massnahmen, um Jugendliche vor den negativen Auswirkungen digitaler Medien zu schützen.

## **Dialogpartner und strategische Partnerschaften**

- > **Bundesamt für Sozialversicherungen (BSV) – Nationales Programm zur Förderung der Medienkompetenz:** Das Programm des BSV dient Swisscom als Austauschplattform mit einer Vielzahl von Partnern, die in der Förderung der Medienkompetenz tätig sind. Swisscom unterstützt das nationale Programm finanziell und durch Kommunikationsleistungen.

## **Projektbasierte Zusammenarbeit**

- > **Pro Senectute** (Telefonketten)
- > **Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB)**
- > **Stiftung Zugang für alle** (Wissensdatenbank, Experten für barrierefreies Internet)
- > **Procap Schweiz** (Dialog- und Schulungspartner im Bereich von Menschen mit Behinderungen und im Bereich des Corporate Volunteering)
- > **Stiftung Elternbildung CH**
- > **Pro Familia**
- > **Verein Jugendschutz im Film**

Mit den genannten Organisationen hat Swisscom 2014 unterschiedliche Projekte vorangetrieben, die stets einen direkten Mehrwert für die heutige Informationsgesellschaft aufweisen. Swisscom prüft Mitgliedschaften und Partnerschaften anhand transparenter Kriterien wie der thematischen Relevanz oder der nationalen Bedeutung der betreffenden Organisation.

## **Attraktive Arbeitgeberin**

Swisscom ist Mitglied in nationalen und internationalen Institutionen, die sich mit Human Resources beschäftigen:

- > **International Institute of Management in Technology in Freiburg (iimt):** Das Institut unterhält Programme für Führungspersonen und betreibt Forschung in den Feldern ICT und Utility Management.
- > **Schweizerischer Arbeitgeberverband:** Der Verband setzt sich für den sozialen Frieden sowie eine konstruktive Sozialpartnerschaft ein.
- > **Corporate Leadership Council (London):** Der Corporate Leadership Council erforscht die Best Practices der Unternehmensführung.
- > **Verband ICT-Berufsbildung Schweiz:** Swisscom ist im Vorstand vertreten.
- > **Stiftung IT-Berufsbildung Schweiz:** Swisscom ist im Stiftungsrat vertreten.
- > **Generation CEO:** Generation CEO ist eine Initiative zur Förderung weiblicher Managementtalente.

## Faire Lieferkette

 Siehe unter  
[www.gesi.org](http://www.gesi.org)

Um ihren Anforderungen an die Corporate Responsibility in der Lieferkette Nachdruck zu verleihen, arbeitet Swisscom in folgenden Initiativen mit:

- > **Global e-Sustainability Initiative (GeSI):** In der GeSI haben sich Unternehmen aus der ICT-Branche zusammengeschlossen, um das Thema Nachhaltigkeit voranzutreiben.
- > **EcoVadis (e-tasc powered by EcoVadis) – Self Assessment Tool for Accountable Supply Chains:** Im Rahmen des Risikomanagementsystems verwendet Swisscom den Onlinefragebogen von EcoVadis zur Selbstdeklaration ihrer Lieferanten.
- > **Joint Audit Cooperation (JAC):** Seit 2012 ist Swisscom Mitglied der JAC. Im Rahmen der JAC planen zehn Telekommunikationsunternehmen gemeinsam CR-Audits bei Lieferanten und führen die Audits durch.
- > **Supply Chain Program des Carbon Disclosure Project (CDP):** Swisscom ist 2013 dem Supply Chain Program des CDP beigetreten. Sie will damit mehr Transparenz über die Treibhausgas-emissionen ihrer Lieferanten herstellen.

 Siehe unter  
[www.cdproject.net/  
en-US](http://www.cdproject.net/en-US)

## Vernetzte Schweiz

Swisscom engagiert sich in den Branchenverbänden economiesuisse, SwissHoldings, ICT Switzerland, Glasfasernetze Schweiz und asut. Im Vorstand vertreten ist sie bei economiesuisse, Glasfasernetze Schweiz und asut. Hier fordert Swisscom stabile regulatorische und rechtliche Rahmenbedingungen – als Stütze für den weiterhin kostspieligen Ausbau der Infrastruktur.



# VERIFIZIERUNG

## SGS-VERIFIZIERUNG des GRI Nachhaltigkeitsberichts 2014 der Swisscom AG

### UMFANG

SGS wurde von Swisscom mit einer unabhängigen Prüfung der GRI-basierten Offenlegungen zur Nachhaltigkeit im Jahr 2014 beauftragt. Unser Prüfumfang umfasste die GRI-Offenlegungspflichten und -kennzahlen gemäss dem auf <http://www.swisscom.ch/GRI-2014> veröffentlichten GRI Index. Die Prüfung (Assurance) basiert auf der «SGS Sustainability Report Assurance»-Methodik und umfasste alle im gedruckten Geschäftsbericht 2014 und im Nachhaltigkeitsbericht 2014 enthaltenen Texte sowie diejenigen Angaben auf der Website von Swisscom, auf die der GRI Index Bezug nimmt. Der Prüfungsprozess berücksichtigte keine Daten aus früheren Jahren.

### INHALT

Der Verwaltungsrat oder die Geschäftsführung und das Management der Organisation sind für die im Geschäftsbericht sowie auf der Website und in Präsentationen enthaltenen Angaben verantwortlich. SGS war an der Aufbereitung der im GRI Index enthaltenen Materialien in keiner Weise beteiligt und führte lediglich eine unabhängige Prüfung der Daten und Texte anhand der «Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Guidelines», Version 4 (2013) durch. SGS ist alleinverantwortlich für die Inhalte dieser Erklärung und der hierin ausgedrückten Meinung(en).

### UNABHÄNGIGKEIT UND KOMPETENZEN DES ZERTIFIZIERERS

Die SGS-Gruppe ist als weltweit führendes Unternehmen in den Bereichen Prüfen, Testen, Verifizieren und Zertifizieren in über 140 Ländern tätig und bietet Dienstleistungen, einschliesslich der Zertifizierung von Managementsystemen und Services, an. SGS bestätigt ihre Unabhängigkeit von der Swisscom. Sie ist unvoreingenommen, und es bestehen keine Interessenkonflikte mit der Organisation, ihren Tochtergesellschaften und Anspruchsberechtigten. Das Assurance-Team wurde aufgrund von Wissen, Erfahrung und Qualifikation für diese Aufgabe zusammengestellt.

### METHODIK

Die SGS-Gruppe hat aufgrund der aktuellen Best-Practice-Richtlinien, die in den «Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Guidelines», Version 4 (2013) enthalten sind, einen Satz von Protokollen für die Prüfung (Assurance) von Nachhaltigkeitsberichten entwickelt. SGS hat zudem die Umweltmanagementsysteme der Swisscom (Schweiz) AG, Swisscom Broadcast AG und der Cablex AG; SQS das Umweltmanagementsystem der Swisscom IT Services AG nach ISO 14001:2004 zertifiziert. Ebenso wird das Treibhausgas-Inventar der Swisscom AG nach ISO 14064 durch SGS verifiziert.

Die Prüfung (Assurance) umfasste die Auswertung externer Quellen, Gespräche mit relevanten Mitarbeitern, eine Kontrolle der Dokumentationen und Aufzeichnungen sowie die Validierung derselben bei externen Einrichtungen und/oder Anspruchsberechtigten, falls erforderlich. Die Finanzdaten, die direkt dem unabhängig geprüften Finanzbericht entnommen wurden, sind im Rahmen dieses Prüfungsprozesses nicht erneut geprüft worden.

### BESTÄTIGUNGSVERMERK

Die Aussagen im Bericht beziehen sich auf die offen gelegte Systemgrenze (Konzerngesellschaften mit Sitz in der Schweiz). Auf der Grundlage der oben beschriebenen Methodik sind wir auf keine Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die von Swisscom AG entsprechend des GRI Index 2014 offengelegten Informationen und Daten falsch sein könnten. Die offengelegten Informationen und Daten vermitteln unseres Erachtens ein faires, ausgewogenes Bild der von Swisscom in 2014 unternommenen Nachhaltigkeitsbestrebungen. Die Umsetzung der GRI-relevanten Weisungen ist bei jenen Beteiligungen erfolgt, wo Swisscom diese als signifikant respektive als anwendbar erachtet hat. In einem internen Bericht geben wir Empfehlungen im Hinblick auf die weitere Entwicklung des Nachhaltigkeitsberichts sowie des Managementsystems.

Wir sind der Ansicht, dass die noch bestehenden Lücken nicht signifikant sind und der Nachhaltigkeitsbericht laut GRI Index die Anforderungen der Option „umfassend“ des GRI, Version 4 (2013) erfüllt.

### UNTERZEICHNET IM AUFTRAG VON SGS

Albert von Däniken, Lead Auditor

Elvira Bieri, Lead Auditor

Zürich, 4. Februar 2015

[www.SGS.COM](http://www.SGS.COM)

# GRI-Index

 Siehe unter  
[www.swisscom.com/GRI-2014](http://www.swisscom.com/GRI-2014)

Der GRI-Index bietet eine standardisierte, nach Themen gegliederte Übersicht über die Berichterstattung.

Indikatoren	Status	Verweis LB = Lagebericht, NHB = Nachhaltigkeitsbericht, CG = Corporate Governance, VB = Vergütungsbericht, JR = Jahresrechnung oder Website Swisscom
Legende: Indikator nach GRI 4 (gemäß Berichtsgrenze) Ø = nicht relevant <input checked="" type="checkbox"/> = nicht abgedeckt <input type="checkbox"/> = teilweise abgedeckt <input checked="" type="checkbox"/> = vollständig abgedeckt		
<b>1 Strategie und Analyse</b>		
G4-1 Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers <input checked="" type="checkbox"/> Aktionärsbrief; LB S. 43 Unternehmensprofil; LB S. 26 Unternehmensstrategie und Ziele; NHB S. 4 Stakeholders'-Brief; NHB S. 12 Strategische Schwerpunkte und Ziele; NHB S. 17 Corporate-Responsibility-Governance und Implementierung		
G4-2 Wichtigste Auswirkungen, Risiken und Chancen <input checked="" type="checkbox"/> LB S. 31 Rahmenbedingungen; LB S. 26 Unternehmensstrategie und Ziele; LB S. 86 Risiken (Konzern); NHB S. 5 Wertschöpfungskette und wesentliche Corporate-Responsibility-Aspekte; NHB S. 12 Corporate-Responsibility-Strategie; NHB S. 63 Hauptrisikofaktoren in der Lieferkette		
<b>2 Organisationsprofil</b>		
G4-3 Name der Organisation <input checked="" type="checkbox"/> JR S. 139 Anhang der Konzernrechnung 1 Allgemeine Angaben		
G4-4 Marken, Produkte bzw. Dienstleistungen <input checked="" type="checkbox"/> LB S. 44 Marke Swisscom; NHB S. 36 Arbeiten und Leben		
G4-5 Hauptsitz der Organisation <input checked="" type="checkbox"/> Siehe G4-3		
G4-6 Länder der Geschäftstätigkeit <input checked="" type="checkbox"/> LB S. 24 Konzernstruktur und Organisation; JR S. 203 41 Liste der Konzerngesellschaften		
G4-7 Eigentümerstruktur <input checked="" type="checkbox"/> CG S. 95 1 Konzernstruktur und Aktionariat; JR S. 139 Anhang der Konzernrechnung 1 Allgemeine Angaben		
G4-8 Märkte <input checked="" type="checkbox"/> LB S. 38 Entwicklung des Marktes für Telekommunikations- und Informatikdienstleistungen		
G4-9 Grösse der Organisation <input checked="" type="checkbox"/> LB S. 14 Schlüsselkennzahlen Konzern; LB S. 18 Geschäftsübersicht; LB S. 60 Geschäftsentwicklung; CG S. 95 1 Konzernstruktur und Aktionariat		
G4-10 Personalbestand in Zahlen <input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 56 Mitarbeitende in Zahlen		
G4-11 Prozentsatz der Arbeitnehmer mit GAV <input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 56 Mitarbeitende in Zahlen		
G4-12 Beschreibung der Lieferkette <input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 5 Wertschöpfungskette und wesentliche Corporate-Responsibility-Aspekte; NHB S. 58 Faire Lieferkette		
G4-13 Veränderungen der Grösse, Struktur oder Eigentumsverhältnisse <input checked="" type="checkbox"/> LB S. 24 Konzernstruktur und Organisation		
G4-14 Vorsorgeprinzip <input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 20 Vorsorgeprinzip; NHB S. 40 Zertifizierung des Qualitätssicherungssystems für die Einhaltung der NISV-Grenzwerte; NHB S. 48 Schulungen der Mitarbeitenden allgemein und im Bereich Corporate Responsibility		
G4-15 Unterstützte Chartas, Prinzipien <input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 11 Leitbild; NHB S. 73 Mitgliedschaften und Partnerschaften		
G4-16 Mitgliedschaften in Verbänden <input checked="" type="checkbox"/> Siehe G4-15		
<b>3 Ermittelte wesentliche Aspekte und Grenzen</b>		
G4-17 Organisationsstruktur <input checked="" type="checkbox"/> LB S. 24 Konzernstruktur und Organisation; JR S. 203 41 Liste der Konzerngesellschaften		
G4-18 Vorgehensweise bei der Bestimmung des Berichtsinhalts <input checked="" type="checkbox"/> Siehe G4-24		
G4-19 Aspekte zu Berichtsinhalten <input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 8 Wesentliche Themen		
G4-20 Berichtsgrenze intern <input checked="" type="checkbox"/> LB S. 24 Konzernstruktur und Organisation (Berichtsgrenze für die Nachhaltigkeitsberichterstattung); NHB S. 10 Berichtsgrenze		
G4-21 Berichtsgrenze extern <input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 10 Berichtsgrenze		
G4-22 Neue Darstellung von Informationen <input checked="" type="checkbox"/> Keine neue Darstellung aus alten Berichten.		
G4-23 Veränderungen des Umfangs, der Berichtsgrenzen oder der Messmethoden <input checked="" type="checkbox"/> Siehe G4-20, G4-21		
<b>4 Einbindung von Stakeholdern</b>		
G4-24 Stakeholdergruppen <input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 6 Dialog mit den Anspruchsgruppen und strategische Schwerpunkte		
G4-25 Auswahl der Stakeholder <input checked="" type="checkbox"/> Siehe G4-24		
G4-26 Einbindung von Stakeholdern <input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 5 Stakeholdereinbezug; Siehe G4-18, G4-24		
G4-27 Themen und Anliegen von Stakeholdern <input checked="" type="checkbox"/> Siehe G4-18, G4-24		

Indikatoren	Status	Verweis LB = Lagebericht, NHB = Nachhaltigkeitsbericht, CG = Corporate Governance, VB = Vergütungsbericht, JR = Jahresrechnung oder Website Swisscom
		Legende: Indikator nach GRI 4 (gemäß Berichtsgrenze) Ø = nicht relevant <input checked="" type="checkbox"/> = nicht abgedeckt <input type="checkbox"/> = teilweise abgedeckt <input checked="" type="checkbox"/> = vollständig abgedeckt
<b>5 Berichtsprofil</b>		
G4-28 Berichtszeitraum	<input checked="" type="checkbox"/>	01.01.2014–31.12.2014
G4-29 Veröffentlichung des letzten Berichts	<input checked="" type="checkbox"/>	<a href="http://www.swisscom.ch/bericht2013">www.swisscom.ch/bericht2013</a>
G4-30 Berichtszyklus	<input checked="" type="checkbox"/>	Jährlich
G4-31 Kontaktstelle	<input checked="" type="checkbox"/>	Impressum
G4-32 GRI Content Index und gewählte Option	<input checked="" type="checkbox"/>	Die gewählte GRI-Option ist die «umfassende» Option. Der Index ist online unter dem Link <a href="http://www.swisscom.ch/GRI-2014">www.swisscom.ch/GRI-2014</a> abrufbar.
G4-33 Externe Prüfung des Berichts	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 77 SGS-Zertifizierung
<b>6 Unternehmensführung</b>		
G4-34 Führungsstruktur der Organisation	<input checked="" type="checkbox"/>	LB S. 24 Konzernstruktur und Organisation; NHB S. 17 Corporate-Responsibility-Governance und Implementierung; CG S. 99 3 Verwaltungsrat; CG S. 104 3.4 Interne Organisation; CG S. 106 3.6 Kompetenzregelung; CG S. 109 4 Konzernleitung
G4-35 Delegierte Vollmachten	<input checked="" type="checkbox"/>	Siehe G4-34
G4-36 Zuständigkeit für Nachhaltigkeitsthemen	<input checked="" type="checkbox"/>	Siehe G4-34
G4-37 Konsultationsverfahren zwischen Stakeholdern und dem höchsten Kontrollorgan	<input checked="" type="checkbox"/>	CG S. 114 6.3 Einberufung der Generalversammlung; CG S. 112 6.4 Traktandierung; Internet Kontaktseite <a href="http://www.swisscom.ch/de/about/investoren/kontakt.html">www.swisscom.ch/de/about/investoren/kontakt.html</a> ; Siehe auch Website <a href="http://www.sherpany.ch">www.sherpany.ch</a> für registrierte Aktionäre von Swisscom.
G4-38 Zusammensetzung des höchsten Kontrollorgans	<input checked="" type="checkbox"/>	CG S. 99 3 Verwaltungsrat CG S. 109 4 Konzernleitung
G4-39 Vorsitz des Kontrollorgans	<input checked="" type="checkbox"/>	CG S. 99 3 Verwaltungsrat CG S. 109 4 Konzernleitung
G4-40 Nominierungs- und Auswahlverfahren für das höchste Kontrollorgan	<input checked="" type="checkbox"/>	CG S. 103 3.3 Zusammensetzung, Wahl und Amtszeit; CG S. 105 3.5 Ausschüsse des Verwaltungsrats: Ausschuss Nomination
G4-41 Mechanismen zur Vermeidung von Interessenkonflikten	<input checked="" type="checkbox"/>	Link: <a href="http://www.swisscom.ch/Grundsaeze-Organisationsreglement">www.swisscom.ch/Grundsaeze – Organisationsreglement</a> ; CG S. 107 3.7 Informationsinstrumente des Verwaltungsrats gegenüber der Konzernleitung
G4-42 Rolle des höchsten Kontrollorgans	<input checked="" type="checkbox"/>	Link: <a href="http://www.swisscom.ch/Grundsaeze-Organisationsreglement">www.swisscom.ch/Grundsaeze – Organisationsreglement</a> Siehe G4-34
G4-43 Weiterentwicklung kollektiver Kenntnisse des höchsten Kontrollorgans im Bereich Nachhaltigkeit	<input checked="" type="checkbox"/>	CG S. 104 3.4 Interne Organisation
G4-44 Verfahren zur Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung des höchsten Leitungsorgans	<input checked="" type="checkbox"/>	Siehe G4-45, G4-47; Mitglieder der Konzernleitung sind interne «Sponsoren» für die Schwerpunkte der CR-Strategie; NHB S. 17 Corporate-Responsibility-Governance und Implementierung
G4-45 Verfahren des höchsten Leitungsorgans zur Überwachung der Nachhaltigkeitsleistung	<input checked="" type="checkbox"/>	Siehe G4-34, G4-38; NHB S. 17 Corporate-Responsibility-Governance und Implementierung; CG S. 107 3.8 Kontrollinstrumente des Verwaltungsrats gegenüber der Konzernleitung
G4-46 Überprüfung der Risikomanagementverfahren	<input checked="" type="checkbox"/>	CG S. 107 3.8 Kontrollinstrumente des Verwaltungsrats gegenüber der Konzernleitung; CG S. 107 3.8.1 Risikomanagement; CG S. 108 3.8.4 Interne Revision
G4-47 Häufigkeit der Überprüfung	<input checked="" type="checkbox"/>	CG S. 107 3.7 Informationsinstrumente des Verwaltungsrats gegenüber der Konzernleitung: jährlich; CG S. 107 3.8.1 Risikomanagement: quartalsweise an Ausschuss Revision; CG S. 107 3.8.2 Internes Kontrollsysteem der Finanzberichterstattung (IKS): quartalsweise an Ausschuss Revision; CG S. 108 3.8.3 Compliance Management: quartalsweise an Ausschuss Revision; CG S. 108 3.8.4 Interne Revision: quartalsweise an Ausschuss Revision In dringenden Fällen: zeitnah
G4-48 Prüfung des Berichts vom höchsten Komitee	<input checked="" type="checkbox"/>	Das Audit Committee des Verwaltungsrats prüft den Bericht in zwei Schritten vor der Veröffentlichung. Der Vergütungsausschuss prüft den Vergütungsbericht. Der Bericht wird vom Verwaltungsrat freigegeben; Siehe G4-34
G4-49 Mitteilung kritischer Anliegen	<input checked="" type="checkbox"/>	CG S. 107 3.7 Informationsinstrumente des Verwaltungsrats gegenüber der Konzernleitung: Der Vorsitzende des Ausschusses Revision wird in dringenden Fällen zeitnah über neue, wesentliche Risiken in Kenntnis gesetzt.
G4-50 Gesamtzahl gemeldeter kritischer Anliegen	<input checked="" type="checkbox"/>	Als Grundsatz des Whistleblowing ist die Anonymität garantiert, aus diesem Grund kommuniziert Swisscom weder die Anzahl noch andere Details zu Meldungen.

Indikatoren	Status	Verweis LB = Lagebericht, NHB = Nachhaltigkeitsbericht, CG = Corporate Governance, VB = Vergütungsbericht, JR = Jahresrechnung oder Website Swisscom
		Legende: Indikator nach GRI 4 (gemäß Berichtsgrenze) Ø = nicht relevant <input checked="" type="checkbox"/> = nicht abgedeckt <input type="checkbox"/> = teilweise abgedeckt <input checked="" type="checkbox"/> = vollständig abgedeckt
G4-51 Zusammenhang zwischen Vergütung des höchsten Leitungsorgans und der Nachhaltigkeitsleistung	<input checked="" type="checkbox"/>	VB S. 123 4 Vergütung an die Konzernleitung
G4-52 Festlegung der Vergütung	<input checked="" type="checkbox"/>	VB S. 123 4 Vergütung an die Konzernleitung
G4-53 Meinungsäußerungen der Stakeholder	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 6 Dialog mit den Anspruchsgruppen und strategische Schwerpunkte; CG S. 114 6.3 Einberufung der Generalversammlung; CG S. 114 6.4 Traktandierung; Protokoll
G4-54 Verhältnis höchstbezahlter Lohn zu Medianlohn	<input checked="" type="checkbox"/>	Swisscom führt im 2015 eine neue Job Architektur und Lohnsystematik ein. Aus Gründen der Vergleichbarkeit erfolgt eine Offenlegung ab 2015.
G4-55 Verhältnis der Veränderung zwischen höchstbezahltem Lohn zu Medianlohn	<input checked="" type="checkbox"/>	Swisscom führt im 2015 eine neue Job Architektur und Lohnsystematik ein. Aus Gründen der Vergleichbarkeit erfolgt eine Offenlegung ab 2015.
<b>7 Ethik und Integrität</b>		
G4-56 Verhaltensstandards, -normen und Grundsätze	<input checked="" type="checkbox"/>	Link: <a href="http://www.swisscom.ch/Grundsaetze">www.swisscom.ch/Grundsaetze</a> – Verhaltenskodex; NHB S. 11 Leitbild; CG S. 108 3.8.3 Compliance Management
G4-57 Verfahren zu ethischem und gesetzeskonformem Verhalten	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 19 Compliance Management; CG S. 108 3.8.3 Compliance Management; CG S. 108 3.8.4 Interne Revision
G4-58 Meldung von ethischen Bedenken	<input checked="" type="checkbox"/>	Siehe G4-57
<b>Angaben zum Managementansatz</b>		
G4-DMA Allg. Offenlegung der Managementansätze	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 19 Managementansätze
<b>Ökonomische Leistungsindikatoren</b>		
Managementansatz und Ziele	<input checked="" type="checkbox"/>	LB S. 26 Unternehmensstrategie und Ziele; LB S. 81 Finanzieller Ausblick
G4-EC1 Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert	<input checked="" type="checkbox"/>	LB S. 79 Wertschöpfungsrechnung
G4-EC2 Finanzielle Folgen des Klimawandels	<input checked="" type="checkbox"/>	LB S. 89 Risiken: Risikofaktoren: Umwelt und Gesundheit; Siehe G4-EN5, G4-EN6, G4-EN7, G4-EN18 und G4-EN26; Link: <a href="http://www.cdproject.net/en-US">www.cdproject.net/en-US</a>
G4-EC3 Umfang der betrieblichen sozialen Zuwendungen	<input checked="" type="checkbox"/>	JR S. 159 10 Personalvorsorge; NHB S. 55 Vorsorgeeinrichtung; siehe LA3
G4-EC4 Finanzielle Unterstützung seitens der Regierung	Ø	Es bestehen aus Konzernsicht im Jahre 2014 keine offenlegungspflichtigen Sachverhalte nach IAS 20 und überhaupt keine Zuwendungen der öffentlichen Hand.
G4-EC5 Eintrittsgehälter im Verhältnis zum lokalen Mindestlohn	<input checked="" type="checkbox"/>	LB S. 53 Entlohnung der Mitarbeitenden; NHB S. 56 Mitarbeitende in Zahlen
G4-EC6 Standortbezogene Personalauswahl	Ø	Es gibt keine standortbezogene Auswahl von Personal.
G4-EC7 Infrastrukturinvestitionen und Dienstleistungen für das Gemeinwohl	<input checked="" type="checkbox"/>	LB S. 33 Fernmeldegesetz (FMG); NHB S. 65 Grundversorgung; NHB S. 45 Initiative «Schulen ans Internet»
G4-EC8 Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen	<input checked="" type="checkbox"/>	LB S. 33 Telekommunikationsunternehmungsgesetz (TUG) und Beziehung zur Schweizerischen Eidgenossenschaft (Bund); NHB S. 64 Eine vernetzte Schweiz
G4-EC9 Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten	<input checked="" type="checkbox"/>	Es gibt eine standortbezogene Auswahl von Zulieferern als Beitrag zum Standort Schweiz.
<b>Ökologische Leistungsindikatoren</b>		
Managementansatz und Ziele	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 23 Umfeld, Ziele und Managementansatz
G4-EN1 Eingesetzte Materialien	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 35 Umweltkennzahlen Schweiz; NHB S. 32 Weitere umweltrelevante Themen im Betrieb; Kabel, Glasfaser und Holzstangen
G4-EN2 Recyclingmaterial	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 35 Umweltkennzahlen Schweiz; NHB S. 32 Weitere umweltrelevante Themen im Betrieb; Kabel, Glasfaser und Holzstangen
G4-EN3 Interner Energieverbrauch	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 26 Stromverbrauch (Ökostrom, Netze, Rechenzentren und Gebäude); NHB S. 28 Effizienzmassnahmen beim Brennstoffverbrauch zur Erzeugung von Wärme; NHB S. 28 Effizienzmassnahmen bei Treibstoffverbrauch und Mobilität; NHB S. 35 Umweltkennzahlen Schweiz; Siehe auch separater Klimabericht Swisscom 2014 online unter dem Link <a href="http://www.swisscom.ch/GRI-2014">www.swisscom.ch/GRI-2014</a> abrufbar
G4-EN4 Externer Energieverbrauch	<input checked="" type="checkbox"/>	Separater Klimabericht Swisscom 2014, § 2.2 Energieverbrauch bei den Kunden, verfügbar für Scope 3, Kat. 11 (Nutzung «Verwendung von verkauften Produkten») online unter dem Link <a href="http://www.swisscom.ch/Klimabericht2014">www.swisscom.ch/Klimabericht2014</a> abrufbar
G4-EN5 Energieintensität	<input checked="" type="checkbox"/>	LB S. 14 Energieeffizienz; NHB S. 22 Energieeffizienz und Klimaschutz (Ziel 2:1); NHB S. 14 Die wichtigsten Kennwerte der CR-Ziele von Swisscom

Indikatoren	Status	Verweis LB = Lagebericht, NHB = Nachhaltigkeitsbericht, CG = Corporate Governance, VB = Vergütungsbericht, JR = Jahresrechnung oder Website Swisscom
		Legende: Indikator nach GRI 4 (gemäß Berichtsgrenze) Ø = nicht relevant <input checked="" type="checkbox"/> = nicht abgedeckt <input type="checkbox"/> = teilweise abgedeckt <input checked="" type="checkbox"/> = vollständig abgedeckt
G4-EN6 Energieeinsparung	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 26 CO <sub>2</sub> -Emissionen, Energieverbrauch und -effizienz; NHB S. 35 Umweltkennzahlen Schweiz
G4-EN7 Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 23 CO <sub>2</sub> -Einsparungen bei Kunden dank Green-ICT-Diensten; NHB S. 30 Energieeinsparung bei den Kunden dank verbesserter Endgeräte; NHB S. 35 Umweltkennzahlen Schweiz
G4-EN8 Gesamtwasserentnahme nach Quelle	<input type="checkbox"/>	NHB S. 35 Umweltkennzahlen Schweiz; NHB S. 33 Weitere umweltrelevante Themen im Betrieb: Wasser
G4-EN9 Durch Wasserentnahme beeinträchtigte Wasserquellen	<input type="checkbox"/>	Nicht relevant, da lediglich Wasserverbrauch für Sanitärzwecke
G4-EN10 Prozentsatz des wiederverwendeten Wassers	<input checked="" type="checkbox"/>	Nur Haushaltswasser
G4-EN11 Grundstücke in oder an der Grenze zu Schutzgebieten	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 34 Weitere umweltrelevante Themen im Betrieb: Boden und Biodiversität
G4-EN12 Auswirkungen auf die Biodiversität	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 34 Weitere umweltrelevante Themen im Betrieb: Boden und Biodiversität
G4-EN13 Geschützte oder renaturierte Lebensräume	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 34 Weitere umweltrelevante Themen im Betrieb: Boden und Biodiversität
G4-EN14 Gefährdete Arten	<input type="checkbox"/>	Nicht erhoben, da nicht relevant
G4-EN15 Direkte Treibhausgasemissionen (THG) (Scope 1)	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 26 CO <sub>2</sub> -Emissionen, Energieverbrauch und -effizienz; NHB S. 35 Umweltkennzahlen Schweiz; siehe separater Klimabericht Swisscom 2014, online unter dem Link <a href="http://www.swisscom.ch/GRI-2014">www.swisscom.ch/GRI-2014</a> abrufbar
G4-EN16 Indirekte energiebezogene THG (Scope 2)	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 26 CO <sub>2</sub> -Emissionen, Energieverbrauch und -effizienz; NHB S. 35 Umweltkennzahlen Schweiz; Siehe separater Klimabericht Swisscom 2014, online unter dem Link <a href="http://www.swisscom.ch/GRI-2014">www.swisscom.ch/GRI-2014</a> abrufbar
G4-EN17 Weitere indirekte THG (Scope 3)	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 26 CO <sub>2</sub> -Emissionen, Energieverbrauch und -effizienz; NHB S. 35 Umweltkennzahlen Schweiz; Siehe separater Klimabericht Swisscom 2014, online unter dem Link <a href="http://www.swisscom.ch/GRI-2014">www.swisscom.ch/GRI-2014</a> abrufbar
G4-EN18 Intensität der THG	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 14 Die wichtigsten Kennwerte der CR-Ziele von Swisscom; Siehe separater Klimabericht Swisscom 2014, online unter dem Link <a href="http://www.swisscom.ch/GRI-2014">www.swisscom.ch/GRI-2014</a> abrufbar
G4-EN19 Reduzierung der THG	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 23 CO <sub>2</sub> -Einsparungen bei Kunden dank Green-ICT-Diensten; NHB S. 30 Energieeinsparung bei den Kunden dank verbesserter Endgeräte; NHB S. 35 Umweltkennzahlen Schweiz; siehe separater Klimabericht Swisscom 2014, online unter dem Link <a href="http://www.swisscom.ch/GRI-2014">www.swisscom.ch/GRI-2014</a> abrufbar
G4-EN20 Emissionen ozonabbauender Stoffe	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 33 Kühlanlagen und Kältemittel
G4-EN21 NO <sub>x</sub> , SO <sub>2</sub> und andere Luftemissionen	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 35 Umweltkennzahlen Schweiz
G4-EN22 Abwassereinleitungen	<input checked="" type="checkbox"/>	Lediglich Wasserverbrauch für Sanitärzwecke
G4-EN23 Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 35 Umweltkennzahlen Schweiz; NHB S. 34 Weitere umweltrelevante Themen im Betrieb: Abfälle und Recycling
G4-EN24 Gesamtzahl Verschmutzungen	<input checked="" type="checkbox"/>	Keine wesentlichen Freisetzungen bekannt
G4-EN25 Gefährliche Abfälle nach der Basler Konvention	<input type="checkbox"/>	Nicht relevant. Swisscom transportierte im Jahr 2014 keine Abfälle nach der Basler Konvention.
G4-EN26 Auswirkung von Abwasser auf die Biodiversität	<input type="checkbox"/>	Nicht relevant. Das Abwasser fliesst in kommunale ARA
G4-EN27 Initiativen zur Minimierung von Umweltauwirkungen	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 23 CO <sub>2</sub> -Einsparungen bei Kunden dank Green-ICT-Diensten; NHB S. 30 Energieeinsparung bei den Kunden dank verbesserter Endgeräte; NHB S. 35 Umweltkennzahlen Schweiz; siehe separater Klimabericht Swisscom 2014, online unter dem Link <a href="http://www.swisscom.ch/GRI-2014">www.swisscom.ch/GRI-2014</a> abrufbar
G4-EN28 Zurückgenommene Produkte und deren Verpackungsmaterial	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 33 Weitere umweltrelevante Themen im Betrieb; Verpackung
G4-EN29 Strafen wegen Umweltverstößen	<input checked="" type="checkbox"/>	Es wurden im Jahr 2014 keine Bussgelder oder Strafen wegen Nichteinhaltung von Rechtsvorschriften verhängt. NHB S. 20 Compliance
G4-EN30 Auswirkungen des Transports	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 28 Effizienzmassnahmen bei Treibstoffverbrauch und Mobilität
G4-EN31 Ausgaben für den Umweltschutz	<input type="checkbox"/>	Nicht separat erhoben
G4-EN32 Neue überprüfte Lieferanten nach ökologischen Kriterien	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 61 Audits
G4-EN33 Ökologische Auswirkungen in der Lieferkette	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 61 Audits; NHB S. 63 Hauptrisikofaktoren in der Lieferkette
G4-EN34 Beschwerden wegen ökologischer Auswirkungen	<input checked="" type="checkbox"/>	Keine Beschwerden wegen ökologischer Auswirkungen im Jahr 2014 Siehe NHB S. 39 Beratung und Auskunft zum Thema Funktechnologien und Umwelt

Indikatoren	Status	Verweis LB = Lagebericht, NHB = Nachhaltigkeitsbericht, CG = Corporate Governance, VB = Vergütungsbericht, JR = Jahresrechnung oder Website Swisscom
		Legende: Indikator nach GRI 4 (gemäß Berichtsgrenze) Ø = nicht relevant <input checked="" type="checkbox"/> = nicht abgedeckt <input type="checkbox"/> = teilweise abgedeckt <input checked="" type="checkbox"/> = vollständig abgedeckt

#### Gesellschaftliche Leistungsindikatoren:

##### Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung

Managementansatz und Ziele	<input checked="" type="checkbox"/>	LB S. 53 Entlohnung der Mitarbeitenden; NHB S. 46 Umfeld, Ziele und Managementansatz; NHB S. 47 Personalentwicklung
G4-LA1 Neueinstellungen und Personalfliktuation	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 56 Mitarbeitende in Zahlen
G4-LA2 Leistungen für Vollzeitangestellte	<input checked="" type="checkbox"/>	LB S. 52 Arbeitnehmervertretungen und Gewerkschaftsbeziehungen; NHB S. 55 Zusatzeleistungen
G4-LA3 Rückkehrrate und Verbleibrate nach Elternzeit	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 56 Mitarbeitende in Zahlen
G4-LA4 Mitteilungsfristen von betrieblichen Veränderungen	<input checked="" type="checkbox"/>	GAV § 3.3 Es sind mit den vertragsschliessenden Gewerkschaften frühzeitig Verhandlungen aufzunehmen.
G4-LA5 In Arbeitsschutzausschüssen vertretene Mitarbeitende	<input checked="" type="checkbox"/>	LB S. 51 Arbeitnehmervertretungen und Gewerkschaftsbeziehungen (100% der Mitarbeitenden); NHB S. 50 Arbeitssicherheit
G4-LA6 Berufskrankheiten, Ausfalltage und arbeitsbedingte Todesfälle	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 56 Mitarbeitende in Zahlen
G4-LA7 Arbeiter mit hoher Erkrankungsrate oder Gefährdung	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 49 Gesundheit der Mitarbeitenden; NHB S. 50 Arbeitssicherheit; nicht relevant bei Swisscom
G4-LA8 Arbeits- und Sicherheitsvereinbarungen mit Gewerkschaften	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 49 Gesundheit der Mitarbeitenden; NHB S. 50 Arbeitssicherheit
G4-LA9 Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 47 Personalentwicklung
G4-LA10 Programme zu lebenslangem Lernen	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 47 Personalentwicklung; Sprachkurse/Sprachkompetenzen und Weiterbildungsangebote zu neuen Medien Partnerschaft mit dem Schweizer Bildungsportal <a href="http://www.ausbildung-weiterbildung.ch">www.ausbildung-weiterbildung.ch</a>
G4-LA11 Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung von Mitarbeitenden	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 56 Mitarbeitende in Zahlen; LB S. 52 Gesamtarbeitsvertrag (GAV)
G4-LA12 Zusammensetzung der leitenden Organe und Aufteilung der Mitarbeitenden nach Kategorie	<input checked="" type="checkbox"/>	CG S. 99 3 Verwaltungsrat; CG S. 109 4 Konzernleitung; NHB S. 56 Mitarbeitende in Zahlen
G4-LA13 Lohnunterschiede nach Geschlecht	<input checked="" type="checkbox"/>	LB S. 53 Entlohnung der Mitarbeitenden; NHB S. 55 Lohngleichheit; NHB S. 56 Mitarbeitende in Zahlen
G4-LA14 Neue, nach Kriterien der Arbeitspraktiken überprüfte Lieferanten	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 61 Audits
G4-LA15 Auswirkungen auf Arbeitspraktiken in der Lieferkette	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 61 Audits; NHB S. 63 Hauptrisikofaktoren in der Lieferkette
G4-LA16 Beschwerden hinsichtlich Arbeitspraktiken	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 52 Diversity. Ein Vorfall von Diskriminierung im Jahr 2014 bekannt.

#### Gesellschaftliche Leistungsindikatoren:

##### Menschenrechte

Managementansatz und Ziele	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 58 Faire Lieferkette; NHB S. 58 Umfeld, Ziele und Managementansatz; Link: <a href="http://www.swisscom.ch/Lieferanten">www.swisscom.ch/Lieferanten</a>
G4-HR1 Investitionsvereinbarungen	<input checked="" type="checkbox"/>	Die Corporate-Responsibility-Vertragsbeilage (CRV) ist Bestandteil aller Verträge.
G4-HR2 Schulungen zu Menschenrechten	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 47 Schulungen der Mitarbeitenden allgemein und im Bereich Corporate Responsibility
G4-HR3 Vorfälle von Diskriminierung	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 62 Auditergebnisse; Tabelle der Schwachstellen
G4-HR4 Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen	<input checked="" type="checkbox"/>	Dank gegenseitig vereinbarter Friedenspflicht gemäss GAV abgedeckt.
G4-HR5 Risiko von Kinderarbeit	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 63 Faire Lieferkette: Hauptrisikofaktoren in der Lieferkette
G4-HR6 Risiko von Zwangsarbeit	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 63 Faire Lieferkette: Hauptrisikofaktoren in der Lieferkette
G4-HR7 Schulung des Sicherheitspersonals zu Menschenrechten	<input type="checkbox"/>	Nicht relevant: Sub-contracted an Securitas
G4-HR8 Verletzung der Rechte der indigenen Bevölkerung	<input type="checkbox"/>	Für die Geschäftsstandorte gemäss Liste der Konzerngesellschaften (LB S. 203 Notiz 41) nicht relevant
G4-HR9 Geprüfte Geschäftsstandorte bezüglich Menschenrechten	<input type="checkbox"/>	Keine neuen Geschäftsstandorte im Jahr 2014.
G4-HR10 Neue, nach Menschenrechtskriterien überprüfte Lieferanten	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 61 Audits
G4-HR11 Menschenrechtliche Auswirkungen in der Lieferkette	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 61 Audits; NHB S. 63 Hauptrisikofaktoren in der Lieferkette
G4-HR12 Beschwerden in Bezug auf menschenrechtliche Auswirkungen	<input checked="" type="checkbox"/>	Keine Beschwerden wegen negativer menschenrechtlicher Auswirkungen im Jahr 2014.

Indikatoren	Status	Verweis LB = Lagebericht, NHB = Nachhaltigkeitsbericht, CG = Corporate Governance, VB = Vergütungsbericht, JR = Jahresrechnung oder Website Swisscom
		Legende: Indikator nach GRI 4 (gemäß Berichtsgrenze) Ø = nicht relevant <input checked="" type="checkbox"/> = nicht abgedeckt <input type="checkbox"/> = teilweise abgedeckt <input checked="" type="checkbox"/> = vollständig abgedeckt
<b>Gesellschaftliche Leistungsindikatoren:</b>		
<b>Gesellschaft</b>		
G4-SO1 Managementansatz und Ziele	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 19 Managementansätze
G4-SO1 Einbindung lokaler Gemeinschaften	<input checked="" type="checkbox"/>	LB S. 45 Netz- und Informatikinfrastruktur von Swisscom; NHB S. 65 Grundversorgung; NHB S. 42 Jugendmedienschutz und Förderung der Medienkompetenz; NHB S. 45 Initiative «Schulen ans Internet»; NHB S. 66 Gesellschaftliches und kulturelles Engagement
G4-SO2 Tätigkeiten mit negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinschaften	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 42 Jugendmedienschutz und Förderung der Medienkompetenz: Jugendmedienschutz und Richtlinien für Medieninhalte
G4-SO3 Korruptionsrisiken	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 14 Die wichtigsten Kennwerte der CR-Ziele von Swisscom; NHB S. 21 Compliance Management
G4-SO4 Schulungen zur Korruptionsbekämpfung	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 14 Die wichtigsten Kennwerte der CR-Ziele von Swisscom; NHB S. 21 Compliance Management
G4-SO5 Korruptionsvorfälle und ergriffene Massnahmen	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 21 Compliance Management; Keine Korruptionsvorfälle im Jahr 2014
G4-SO6 Politische Spenden	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 21 Verantwortung von Swisscom gegenüber der Öffentlichkeit: Swisscom ist politisch und konfessionell neutral und unterstützt finanziell keine Parteien.
G4-SO7 Klagen aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten	<input checked="" type="checkbox"/>	LB S. 32 Rahmenbedingungen: Gesetzliches und regulatorisches Umfeld; JR S. 151 4 Wesentliche Ermessensentscheide und Schätzungsunsicherheiten bei der Anwendung von Rechnungslegungsgrundsätzen; JR S. 151 4 und S. 184 28 Rückstellungen für regulatorische Verfahren; JR S. 184 29 Eventualverbindlichkeiten
G4-SO8 Strafen wegen Verstößen gegen Rechtsvorschriften	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 21 Compliance Management; Siehe G4-SO7
G4-SO9 Neue, nach gesellschaftlicher Auswirkungen überprüfte Lieferanten	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 61 Audits
G4-SO10 Auswirkungen auf die Gesellschaft in der Lieferkette	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 61 Audits; NHB S. 63 Hauptrisikofaktoren in der Lieferkette
G4-SO11 Beschwerdeverfahren hinsichtlich gesellschaftlicher Auswirkungen	<input checked="" type="checkbox"/>	Keine Beschwerden hinsichtlich gesellschaftlicher Auswirkungen im Jahr 2014, Keine relevante Thematik für Swisscom.
<b>Gesellschaftliche Leistungsindikatoren:</b>		
<b>Produktverantwortung</b>		
G4-PR1 Managementansatz und Ziele	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 19 Managementansätze
G4-PR1 Prozentsatz der geprüften Produkte in Bezug auf Gesundheit und Sicherheit	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 25 Umweltpunkte; NHB S. 25 Produktinnovation ökologisch und sozial verträglich gestalten; NHB S. 39 Strahlungsarme Kommunikationstechnologien; NHB S. 42 Jugendmedienschutz und Richtlinien für Medieninhalte
G4-PR2 Vorfälle gegen Gesundheitsstandards	<input checked="" type="checkbox"/>	Relevante Gesundheitsstandards für das Mobilfunknetz sind die ICNIRP-Guidelines und speziell die NISV; Siehe I05 Standard für die Strahlung von Basisstationen; NHB S. 21 Compliance Management. Keine Verstöße gegen relevante Gesundheitsstandards und gegen Standards zur Kennzeichnung von Produktinformationen im Jahr 2014.
G4-PR3 Produktinformationen	Ø	NHB S. 40 Informationspflicht zu den in den Verkaufsstellen angebotenen Geräten; Nicht relevant für die Schweiz, ausser Preisbekanntgabe-Verordnung.
G4-PR4 Verstöße gegen Standards zur Kennzeichnung von Produktinformationen	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 21 Compliance Management; Keine Verstöße gegen Standards zur Kennzeichnung von Produktinformationen im Jahr 2014.
G4-PR5 Kundenzufriedenheit	<input checked="" type="checkbox"/>	LB S. 50 Kundenzufriedenheit
G4-PR6 Verkauf verbotener, umstrittener Produkte	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 25 Produktinnovation ökologisch und sozial verträglich gestalten; NHB S. 20 Verantwortungsbewusstes Marketing
G4-PR7 Verstöße gegen Marketingstandards	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 20 Verantwortungsbewusstes Marketing; Keine Verstöße gegen Marketingstandards in 2014
G4-PR8 Beschwerden zur Verletzung des Schutzes der Kundendaten	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 21 Compliance Management. Es sind keine Meldungen, Beschwerden oder Klagen wegen einer Verletzung des Schutzes der Kundendaten im Jahr 2014 bekannt.
G4-PR9 Bussgelder wegen Produkt- und Dienstleistungsauflagen	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 21 Compliance Management. Es sind keine Verstöße gegen Produkt- und Dienstleistungsauflagen im Jahr 2014 bekannt. Es wurden keine Bussgelder verhängt.

Indikatoren	Status	Verweis LB = Lagebericht, NHB = Nachhaltigkeitsbericht, CG = Corporate Governance, VB = Vergütungsbericht, JR = Jahresrechnung oder Website Swisscom
		Legende: Indikator nach GRI 4 (gemäß Berichtsgrenze) Ø = nicht relevant <input checked="" type="checkbox"/> = nicht abgedeckt <input type="checkbox"/> = teilweise abgedeckt <input checked="" type="checkbox"/> = vollständig abgedeckt
<b>GRI Sector Supplement der Telekommunikationsbranche:</b>		
<b>Investitionen</b>		
IO1	<input checked="" type="checkbox"/>	LB S. 78 Investitionen
IO2	<input checked="" type="checkbox"/>	LB S. 45 Netz- und Informatikinfrastruktur von Swisscom; LB S. 33 Fernmeldegesetz (FMG); NHB S. 65 Grundversorgung; Detaillierte Kostenberechnungen für die Grundversorgung liegen nicht vor, weil Swisscom diese Kosten nicht geltend gemacht hat bzw. den Entschädigungs-Fonds des Bundes nicht beanspruchen wollte.
<b>Gesundheit und Sicherheit</b>		
IO3	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 49 Gesundheit der Mitarbeitenden; NHB S. 50 Arbeitssicherheit
IO4	<input type="checkbox"/>	Nicht relevant, in der Verantwortung des Herstellers von Endgeräten.
IO5	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 40 Zertifizierung des Qualitätssicherungssystems für die Einhaltung der NISV-Grenzwerte: Swisscom hielt die Grenzwerte im Jahr 2014 ein.
IO6	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 39 Forschung und Entwicklung im Bereich elektromagnetischer Felder; NHB S. 40 Informationspflicht zu den in den Verkaufsstellen angebotenen Geräten (letzter Satz)
<b>Infrastruktur</b>		
IO7	<input checked="" type="checkbox"/>	Siehe unter Netzplanung/Abdeckung: <a href="http://www.swisscom.ch/netzabdeckung">www.swisscom.ch/netzabdeckung</a> LB S. 45 Netzinfrastruktur Schweiz;
IO8	<input checked="" type="checkbox"/>	LB S. 45 Netzinfrastruktur Schweiz
<b>Bereitstellung von Zugang zu Telekommunikationsprodukten und -dienstleistungen:</b>		
<b>Überwindung des Digital Divide</b>		
PA1	<input checked="" type="checkbox"/>	LB S. 33 Fernmeldegesetz (FMG); NHB S. 65 Grundversorgung
PA2	<input checked="" type="checkbox"/>	LB S. 33 Fernmeldegesetz (FMG); NHB S. 65 Grundversorgung; NHB S. 42 Jugendmedienschutz und Förderung der Medienkompetenz; NHB S. 68 Angebote von Swisscom für Menschen mit Beeinträchtigungen; NHB S. 45 Initiative «Schulen ans Internet»
PA3	<input checked="" type="checkbox"/>	LB S. 86 Geschäftsunterbruch; NHB S. 65 Grundversorgung
PA4	<input checked="" type="checkbox"/>	LB S. 38 Entwicklung des Marktes für Telekommunikations- und Informatikdienstleistungen
PA5	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 69 Angebote für Menschen mit beschränkten finanziellen Mitteln
PA6	<input checked="" type="checkbox"/>	LB S. 86 Geschäftsunterbruch; Gratisnummer: Notrufnummer 112; Feuerwehrnotruf 118; Sanitätsnotruf 144 Kostenpflichtige Nummer: REGA 1414, Air Glacier 1415; Strassenhilfe 140
<b>Zugang zu Inhalten</b>		
PA7	<input type="checkbox"/>	Für die Systemgrenze in der Schweiz nicht relevant.

Indikatoren	Status	Verweis LB = Lagebericht, NHB = Nachhaltigkeitsbericht, CG = Corporate Governance, VB = Vergütungsbericht, JR = Jahresrechnung oder Website Swisscom
		Legende: Indikator nach GRI 4 (gemäß Berichtsgrenze) Ø = nicht relevant <input checked="" type="checkbox"/> = nicht abgedeckt <input type="checkbox"/> = teilweise abgedeckt <input checked="" type="checkbox"/> = vollständig abgedeckt

#### Kundenbeziehungen

PA8	Strategien und Massnahmen zur Kommunikation von EMF-bezogenen Themen in der Öffentlichkeit	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 39 Strahlungsarme Kommunikationstechnologien; Siehe unter: Website <a href="http://www.swisscom.ch/Strahlung">www.swisscom.ch/Strahlung</a>
PA9	Investitionen in Aktivitäten zur Erforschung elektromagnetischer Felder	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 39 Forschung und Entwicklung im Bereich elektromagnetischer Felder; Siehe unter: <a href="http://www.swisscom.ch/innovation">www.swisscom.ch/innovation</a> ; Siehe unter: <a href="http://www.swisscom.ch/strahlungsarm">www.swisscom.ch/strahlungsarm</a> ; JR S. 143 3.9 Forschungs- und Entwicklungskosten (aggregiert)
PA10	Initiativen zur Gewährleistung transparenter Gebühren und Tarife	<input checked="" type="checkbox"/>	Swisscom legt ihre Tarifstruktur offen und hat darüber hinaus Beratungsangebote zur Optimierung der persönlichen Tarife. Link: <a href="http://www.swisscom.ch/mobiletarife">www.swisscom.ch/mobiletarife</a>
PA11	Initiativen zur Kundenberatung zur verantwortungsvollen, effizienten und umweltfreundlichen Produktnutzung	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 23 CO <sub>2</sub> -Einsparungen bei Kunden dank Green-ICT-Diensten; NHB S. 30 Energieeinsparung bei den Kunden dank besserer Endgeräte; Siehe G4-EN27

#### Technische Anwendungen: Ressourceneffizienz

TA1	Beispiele für Ressourceneffizienz von Telekommunikationsprodukten und -dienstleistungen	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 23 CO <sub>2</sub> -Einsparungen bei Kunden dank Green-ICT-Diensten; NHB S. 30 Energieeinsparung bei den Kunden dank besserer Endgeräte; Siehe G4-EN27
TA2	Beispiele für den Ersatz physischer Objekte durch Telekommunikation	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 23 CO <sub>2</sub> -Einsparungen bei Kunden dank Green-ICT-Diensten; NHB S. 30 Energieeinsparung bei den Kunden dank besserer Endgeräte; Siehe G4-EN27
TA3	Änderung des Kundenverhaltens durch die Nutzung der oben genannten Produkte und Dienstleistungen	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 23 CO <sub>2</sub> -Einsparungen bei Kunden dank Green-ICT-Diensten; NHB S. 30 Energieeinsparung bei den Kunden dank besserer Endgeräte; Siehe G4-EN27; Siehe Green-ICT Studie auf <a href="http://www.swisscom.ch/greenict">www.swisscom.ch/greenict</a>
TA4	Auswirkungen durch die Nutzung der oben genannten Produkte und Dienstleistungen und «lessons learned» für die zukünftige Entwicklung	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 23 CO <sub>2</sub> -Einsparungen bei Kunden dank Green-ICT-Diensten; NHB S. 30 Energieeinsparung bei den Kunden dank besserer Endgeräte; Siehe G4-EN27; Siehe Green-ICT Studie auf <a href="http://www.swisscom.ch/greenict">www.swisscom.ch/greenict</a>
TA5	Praktiken in Bezug auf Urheberrechte	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 20 Praktiken in Bezug auf Urheberrechte