

Ziele-Tabelle

Die wichtigsten Kennwerte der Nachhaltigkeitsziele von Swisscom

Schwerpunkt der Nachhaltigkeitsstrategie	Wert 2022	Ziel 2025	Richtwert 2023
Verantwortung für die Umwelt			
Klimaneutral: CO₂-Ausstoss aus dem Betrieb und in den Lieferketten bis 2025 auf 229'000 Tonnen begrenzen		229'000	
Im Schweizer Geschäft werden wir bis 2025 über die gesamte Wertschöpfungskette vollständig klimaneutral sein. Die betrieblichen CO ₂ -Emissionen (Scope 1, 2 und 3) werden gegenüber 1990 um über 90% gesenkt. Die verbleibenden, nicht vermeidbaren Emissionen werden ab 2025 kompensiert.			
KPI: CO₂-Ausstoss Scope 1 (Fahrzeuge und Gebäude inkl. Kältemittel)	12'305	8'400	10'800
KPI: CO₂-Ausstoss Scope 2 (Elektrizität, Fernwärme, kompensiert)	0	–	0
KPI: CO₂-Ausstoss Scope 3 (Lieferkette, Mobilität Mitarbeitender etc.)	262'659	220'600	252'200
Massnahmen 2023:			
<ul style="list-style-type: none"> • Sanierung von Gebäuden und Heizungen, Ersatz fossil befeuerter Heizungen durch Wärmepumpen. • Elektrifizierung der Fahrzeugflotte und Einsatz von hybriden Antrieben. • Vereinbarungen mit A-Lieferanten. • Förderung der Teilnahme von Lieferanten am Carbon Disclosure Project (CDP), individueller Lieferantendialog. 			
Energieeffizienz steigern		–	
Wir steigern unsere Energieeffizienz bis 2025 um 20% z.B. mit der Modernisierung unserer Netze.			
KPI: + 20% bis 2025	+9.3%	+20%	+10.9%
Massnahmen 2023:			
<ul style="list-style-type: none"> • effiziente Kühlung der Netze (Frischluft-Kühlmethoden Mistral und Levante) • Virtualisierung von Servern in Datacentern • Aktivierung von Sparfunktionen im Mobilnetz 			
Positiver CO₂-Beitrag: Reduktion CO₂-Ausstoss um jährlich 1 Mio. Tonnen bis 2025		1'000'000	
Zusammen mit den Kunden soll der CO ₂ -Ausstoss jährlich um 1 Mio. Tonnen reduziert werden. Dies entspricht rund 2% der Treibhausgasemissionen der Schweiz. Diese Einsparungen erreichen wir, indem wir unsere Kunden befähigen, dank unseres nachhaltigen Portfolios ihren eigenen CO ₂ -Fussabdruck zu verkleinern.			
KPI: CO₂-Einsparung in Tonnen	1'590'772	1'000'000	1'800'000
Massnahmen 2023:			
<ul style="list-style-type: none"> • Reduktion von Verkehr durch die Förderung von Homeoffice und virtuelle Konferenzen. • Reduktion von Verkehr durch die Förderung von Fernwartungen und -bedienungen dank Sensoren (IoT-Lösungen). • Reduktion des CO₂-Ausstosses von Gebäuden durch die Optimierung von Heizungen und Stromversorgung dank Sensoren (IoT-Lösungen). • Reduktion von Treibhausgasen durch datenbasierte Tools für die Dekarbonisierung von Unternehmen (Treibhausgasinventar, Mobilitätsdaten, Swiss Climate Challenge). • Investitionen in und Förderung von Startups mit Lösungen für die Reduktion von Treibhausgasen. 			
Kreislaufwirtschaft fördern			
KPI: Anzahl gesammelter Geräte	207'000	250'000	230'000
Massnahmen 2023:			
<ul style="list-style-type: none"> • Swisscom Mobile Aid für Privatkunden und Geschäftskunden • Buyback für Privatkunden und Geschäftskunden und Erweiterung Buyback auf Tablets • Repairangebote 			

Schwerpunkt der Nachhaltigkeitsstrategie	Wert 2022	Ziel 2025	Richtwert 2023
Verantwortung für die Menschen			
Bis 2025 unterstützen wir jährlich zwei Millionen Menschen in der Nutzung digitaler Medien		2'000'000	
Dies tun wir mit Kursen zur Sensibilisierung (Schüler, Eltern, Lehrpersonen, Erwachsene), mit technischen Hilfsmitteln (Jugendschutz-PIN bei Swisscom TV, Filtersoftware kinderspezifische Abos) und Medienarbeit (Publikationen, Social Media, Ratgeber).			
KPI: Förderung der Medienkompetenz	614'227	350'000	300'415
KPI: Schulung Mediennutzung	308'915	1'273'000	1'093'271
KPI: technische Massnahmen Jugendmedienschutz	114'044	158'000	135'886
KPI: Digital Shift	165'462	230'000	199'477
Massnahmen 2023:			
<ul style="list-style-type: none"> • Web-Portal für Themen rund um kompetente Mediennutzung (Point of Entry). • Kursangebot für Berufstätige und Unternehmen (Digitale Fitness im Beruf). • substanzialer Ausbau der Online-Schulungsinhalte (synchron/asynchron) für div. Zielgruppen. 			
Diversity			
Wir erhöhen die Diversity unter den Mitarbeitenden, gemessen an Geschlechterverteilung, Altersdurchmischung, Inklusion sowie Herkunft und Sprache.			
KPI: Anteile von Frauen im Management (Kaderstufen A – C) in Headcount (HC)	14,2%	20,0%	16,4%
KPI: Anteile von Frauen im Management (Kaderstufen A – C) und obersten GAV-Stufen (D und E) in Headcount (HC), Steigerung jährlich um 1,0 Prozentpunkte.	18,5%	19,5%	19,5%
KPI: % Mitarbeitenden < 40	42,9%	45,0%	43,5%
KPI: % Mitarbeitende nichtdeutscher Muttersprache	32,8%	40,0%	34,5%
KPI: Mitarbeitende mit gesundheitlichen Leistungsbeeinträchtigungen in Prozent (Inclusion).	1,17%	1,0%	1,0%
Massnahmen 2023:			
<ul style="list-style-type: none"> • Die Förderung flexibler Arbeitsmodelle für Frauen und Männer wird weitergeführt. • Die Förderung der Diversität mit zusätzlichen, geschäftsbereichsspezifischen Massnahmen wird ebenfalls weitergeführt. • Stellenausschreibungen werden mehrheitlich mit einem Beschäftigungsgrad für 60 – 100% ausgeschrieben. 			
• Jede externe Anstellung, welche die fachlichen Anforderungen erfüllt, soll auf mindestens eines der definierten Diversity Kriterien einzahlen, dies gilt insbesondere für die Besetzung von Kaderstellen.			
Arbeitgeberattraktivität			
Swisscom setzt sich zum Ziel, 2025 zu den besten drei Arbeitgebern der Schweizer ICT-Branche zu gehören.			
KPI: Pulse NPS	65	67	65
KPI: Reprtrak-Dimension «Apealing Workplace» (employee section)	86,1%	90,0%	87,0%
Massnahmen 2023:			
<ul style="list-style-type: none"> • Future Workplace Projekt • Flexible Arbeitszeitmodelle • Agile Zusammenarbeitsformen werden weiterhin gefördert 			
Ausbildung Fachkräfte und Weiterbildung			
Wir wollen Talente überzeugen, bei Swisscom einzusteigen und aus ihnen die Fach- und Führungskräfte der Zukunft entwickeln.			
KPI: Anzahl Weiterbildungstage / HC	3,8	4,5	4,0
Massnahmen 2023:			
<ul style="list-style-type: none"> • Skills Entwicklung via strat. Workforce Management • Kontinuierliche Entwicklungsgespräche mit Führungskraft 			
Arbeitsstress und Resilienz			
Wir wollen die Absenzenquote halten oder senken gegenüber dem Vorjahr.			
KPI: Absenzen in Tagen / Solltage (gewichtet nach FTE) * 100 Die Solltage ergeben sich aus der Standardarbeitszeit.	3,4%	2,8%	3,0%
Massnahmen 2023:			
<ul style="list-style-type: none"> • Fortsetzung der Massnahmen von 2022: psychische Gesundheit mit den Ausbildungen als «Mental Health First Aid»-Trainer und «Stress & Resilienz»-Trainer sowie Leadership-Ausbildung in Präsenzmanagement. • Proaktive Beratung der Führungskräfte mittels Datenanalysen. • Angebote verstärkt via Online-Kanäle (zeit- und ortsunabhängig) zur Steigerung der Durchdringung. 			

Schwerpunkt der Nachhaltigkeitsstrategie	Wert 2022	Ziel 2025	Richtwert 2023
Abdeckung der Schweiz mit fixem Ultrabreitband als Voraussetzung für die Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz			
Höhere Bandbreiten durch Modernisierung des bestehenden Netzes und den Ausbau der Glasfaserabdeckung bis in die Wohnungen und Geschäfte (FTTH).			
KPI: 50–55% Abdeckungsgrad von Wohnungen und Geschäften mit Ultrabreitband von 10 Gbit/s durch Ausbau Glasfaser (FTTH). Basis 5,3 Mio. Wohnungen und Geschäfte Schweiz (Swisscom Inventar).	33.2%	50–55%	37.1%
Massnahmen 2023: • kontinuierlicher Netzausbau in Schweizer Gemeinden.			
Verantwortung im Handeln			
Arbeitsbedingungen in den Lieferketten verbessern			
Die Arbeitsbedingungen der Mitarbeitenden in unseren Lieferketten verbessern wir, indem wir uns konsequent für die Einhaltung sozialer und ökologischer Standards bei unseren Lieferpartnern einsetzen und die Einhaltung durch Audits überprüfen. Anzahl Audits mal Anzahl Mitarbeitende in den auditierten Fabriken im betreffenden Jahr im JAC-Verbund. JAC = Joint Alliance for CSR			
KPI: Anzahl Mitarbeitende bei Lieferanten in den auditierten Fabriken im betreffenden Jahr im JAC-Verbund.	133'118	150'000	140'000
Massnahmen 2023: • Durchführung JAC Audit Campaign (onsite audits, mobile surveys); Fokus kritische Warengruppen und basierend auf SCRM (Supply Chain Risk Management)-Konzept. • Fokus Task Force JAC Human Rights (Child Labour, Forced Labour).			
Schulungen von MA Ethik			
Swisscom steht als vertrauenswürdige Partnerin für hohe Erwartungen der Anspruchsgruppen an unsere Integrität ein. Wir arbeiten entlang von Werten und ethischen Grundsätzen und schulen unsere Mitarbeitenden in rechtmässigem und wertorientiertem Verhalten.			
KPI: Anteil Mitarbeitende für Ethik geschult	0%	100%	100%
Massnahmen 2023: • Sensibilisierung der Mitarbeitenden für Unternehmensethik • Interne Schulungskaskade ausgehend vom KL Ausschuss via Kader zu den Mitarbeitenden			