

Anhang zum Geschäftsbericht Swisscom 2013

Teil der Berichterstattung nach
GRI Version 3.1

Anwendungsebene A+



swisscom

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|-----------|--|-----------|
| 1 | Einleitung | 3 |
| 2 | Verbindung zum Geschäftsbericht 2013 von Swisscom | 4 |
| 3 | Berichtsgrenze | 5 |
| 4 | Leitbild | 6 |
| 5 | Governance | 7 |
| | 5.1 Compliance | 7 |
| | 5.2 Vorsorgeprinzip | 7 |
| | 5.3 Verantwortungsbewusstes Marketing | 8 |
| | 5.4 Praktiken in Bezug auf Urheberrechte | 8 |
| 6 | Weitere umweltrelevante Gesichtspunkte im Betrieb | 9 |
| | 6.1 Papier | 9 |
| | 6.2 Kabel, Glasfaser und Holzstangen | 9 |
| | 6.3 Wasser | 9 |
| | 6.4 Kühlanlagen und Kältemittel | 9 |
| | 6.5 Batterie- und Notstromanlagen | 10 |
| | 6.6 Verpackung | 10 |
| | 6.7 Abfälle und Recycling | 10 |
| | 6.8 Boden und Biodiversität | 11 |
| 7 | Verantwortung in der Lieferkette | 12 |
| | 7.1 Das Lieferanten-Risikomanagement | 12 |
| | 7.2 Vorgehen des Risikomanagements in der Lieferkette | 12 |
| | 7.3 Audits | 13 |
| 8 | Verantwortungsvolle Arbeitgeberin | 15 |
| | 8.1 Änderung im Personalbestand | 15 |
| | 8.2 Vorsorgeeinrichtung | 15 |
| | 8.3 Zusatzleistungen | 15 |
| | 8.4 Weitergehende Kaderregelungen | 15 |
| | 8.5 Die Mitarbeitenden in Zahlen (Ergänzung) | 15 |
| 9 | Gesellschaftliches und kulturelles Engagement | 17 |
| | 9.1 Public Affairs | 17 |
| | 9.2 Festivals, Museum, Stiftung | 17 |
| | 9.3 Sport | 17 |
| | 9.4 Start-up-Förderung | 18 |
| | 9.5 Corporate Giving und Menschen in Not | 19 |
| | 9.6 Angebote für Menschen mit Beeinträchtigungen | 19 |
| | 9.7 Klimapioniere | 20 |
| | 9.8 Solar Impulse | 20 |
| 10 | Mitgliedschaften und Partnerschaften | 21 |
| | 10.1 Nachhaltiges Leben und Arbeiten | 21 |
| | 10.2 Nachhaltiger Ressourceneinsatz | 21 |
| | 10.3 Kommunikation für alle | 22 |
| | 10.4 Verantwortungsvolle Arbeitgeberin | 23 |

1 *Einleitung*

Dieser Anhang enthält Ergänzungen zum Kapitel Corporate Responsibility (CR) des Geschäftsberichts 2013 sowie weiterführende Informationen. Die hier aufgeführten Inhalte sind Teil der Berichterstattung nach der Global Reporting Initiative (GRI), Anwendungsebene A+. Sie wurden in den vergangenen Jahren entweder in separaten Berichten oder im eigentlichen Geschäftsbericht aufgeführt.

Swisscom veröffentlicht zusätzlich einen vollständigen Klimabericht nach ISO 14064.

Siehe unter

www.swisscom.ch/GRI-2013

2 *Verbindung zum Geschäftsbericht 2013 von Swisscom*

Die in diesem Anhang behandelten Themen beziehen sich auf folgende Kapitel im Geschäftsbericht 2013 von Swisscom:

- > Governance: «Corporate-Responsibility-Governance und Implementierung» (Geschäftsbericht 2013, Seite 79) sowie «Corporate Governance und Vergütungsbericht» (Geschäftsbericht 2013, Seite 117 beziehungsweise Seite 137)
- > Weitere umweltrelevante Gesichtspunkte im Betrieb: Kapitel «Nachhaltiger Ressourceneinsatz» (Geschäftsbericht 2013, Seite 87)
- > Verantwortung in der Lieferkette: Kapitel «Nachhaltiger Ressourceneinsatz»; «Verantwortung von Swisscom in der Lieferkette» (Geschäftsbericht 2013, Seite 94)
- > Verantwortungsvolle Arbeitgeberin: Kapitel «Verantwortungsvolle Arbeitgeberin» (Geschäftsbericht 2013, Seite 103)

3 Berichtsgrenze

Die Konzernstruktur von Swisscom ist im Geschäftsbericht 2013 im Kapitel «Konzernstruktur und Organisation» beschrieben. Dort sind in erster Linie die Änderungen des Konzerns infolge von Erwerbungen, Verkäufen und Fusionen erläutert. Eine Liste der Konzerngesellschaften, die die Tochtergesellschaften, assoziierte Gesellschaften und Gemeinschaftsunternehmen umfasst, ist im Anhang zur Konzernrechnung 2013 dargestellt (Erläuterung 41).

Für die Nachhaltigkeitsberichterstattung nach der Global Reporting Initiative (GRI) gilt 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. Übernommene Tochtergesellschaften werden für die GRI-Berichterstattung ab 1. Januar des folgenden Jahrs, Abgänge von Tochtergesellschaften bis zur Veräusserung, einbezogen. Nicht einbezogen werden alle Konzerngesellschaften mit Sitz im Ausland sowie assoziierte Gesellschaften oder Gemeinschaftsunternehmen. Die wesentlichen Auslandsbeteiligungen sind Fastweb und die Swisscom Hospitality-Gruppe. Ausserhalb der Berichtsgrenze liegen die der Swisscom nahe stehenden Stiftungen comPlan (Pensionskasse) und sovis.

Für die unterschiedlichen Nachhaltigkeitsbereiche gemäss GRI bestehen Konzernvorgaben (Weisungen) an die Tochtergesellschaften. Zusätzlich sind fachspezifische Vorgaben und Richtlinien wie zum Beispiel zur Kühlung von Telefonzentralen und Rechenzentren oder zum Abbau von Sendestationen eingeführt worden.

In der Schweiz sind im Jahr 2013 die Tochtergesellschaft Asept AG und die im Verlauf des Jahres akquirierten Entris Operations AG, Entris Integrator AG, CT Cinetrade AG und DL Groupe GMG AG nicht im Personalinformationssystem erfasst. Dies entspricht 813 Vollzeitstellen von insgesamt 17'362 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 das Managed Mobility von Swisscom in der Schweiz betreute Fahrzeug-Flotte. Hinsichtlich des Stromverbrauchs erfasst das Datenerfassungssystem zusätzlich die mobilen Basisstationen von Swisscom Schweiz AG, die eigene Produktion von Solarstrom, das externe Server-Hosting von Swisscom Hospitality Services und die wenigen Sendestationen von Swisscom Broadcast AG in grenznahen Gebieten des Auslands. Vom Gesamtstromverbrauch wird neu der Verbrauch von Drittmietern abgezogen.

4 Leitbild

Swisscom – wir eröffnen neue Möglichkeiten.

Unser Versprechen

Als vertrauenswürdiger Begleiter in der digitalen Welt machen wir es unseren Kunden möglich,

- > sich wohl und sicher zu fühlen.
- > sich schnell und einfach zurechtzufinden.
- > Ausserordentliches zu erleben und zu leisten.

Unsere strategischen Rollen

Vertrauenswürdigste und zuverlässigste ICT-Infrastruktur

Wir stellen für unsere Kunden die zuverlässigste ICT-Infrastruktur bereit, die sich rasch und flexibel auf wechselnde Bedürfnisse ausrichten lässt. Wir geben unseren Kunden Zugang, wo immer sie diesen brauchen und von uns erwarten.

Führend im Identity-, Daten- und Sicherheitsmanagement

Wir sind anerkannt für den sicheren Umgang mit digitalen Daten und virtuellen Identitäten. Die Kunden sind bei uns vor Risiken und Gefahren gut geschützt.

Personalisierte, proaktive, wertschaffende Kundeninteraktionen

Wir bieten unseren Kunden Produkte und Dienstleistungen, die auf sie zugeschnitten sind, ihr Leben vereinfachen und bereichern. Wir sind da, wo unsere Kunden uns brauchen.

Leader im Bereich Corporate Responsibility

Wir handeln immer und überall verantwortungsvoll und tragen besondere Sorge für unsere Umwelt, unsere Gesellschaft und die Schweiz.

Unsere Ziele

Herzen gewinnen

Wir bereiten unseren Kunden Freude mit unverwechselbaren Erlebnissen. Swisscom ist eine der beliebtesten Marken in der Schweiz.

Dinge einfach machen

Wir bieten unseren Kunden grössten Nutzen bei immer besserer Leistung. Durch Fokussierung und Effektivität haben wir nachhaltig Erfolg.

Zukunft gestalten

Wir fördern Innovationen, die Mehrwerte für Kunden und Wertbeiträge für Swisscom versprechen. Wir vereinen die besten Ideen und treiben aussichtsreiche Vorhaben voran.

Unsere Prinzipien

Leidenschaft für Kunden

Wir überraschen Kunden, vermitteln Freude und begeistern durch besten Service.

Herzblut für das, was ich tue

Wir gestalten mit Energie und Engagement unser eigenes, inspirierendes Arbeitsumfeld.

Dialog und Zusammenarbeit

Wir wirken und gestalten gemeinsam, wir lernen voneinander.

Konzentration auf das Wesentliche

Wir machen das Richtige stets besser und behalten den Fokus auf das, was wir tun.

5 Governance

5.1 Compliance

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

- › Kultur: Die Compliancekultur ist die Grundlage für die Wirksamkeit des CMS. Der Verhaltenskodex hält die Mindesterwartungen des Verwaltungsrats und des CEO der Swisscom AG fest, die über die Führung und Zusammenarbeit im Unternehmen vermittelt werden.
- › Ziele: Der Verwaltungsrat hat die Complianceziele festgelegt. Die organisatorischen Massnahmen und die Compliance-tätigkeiten orientieren sich an diesen Zielen.
- › Risiken: Swisscom identifiziert die Risiken aus ihren geschäftlichen Tätigkeiten und aus Gesetzesänderungen, beurteilt diese Risiken und steuert sie mittels geeigneter Massnahmen.
- › Organisation: Der Verwaltungsrat hat die Mindestaufgaben der Compliancefunktion festgelegt. Die Konzernleitung und die Geschäftsleitungen der Tochtergesellschaften haben die weiteren Aufgaben und Verantwortlichkeiten festgelegt. Sie stellen diejenigen Ressourcen zur Verfügung, die für ein wirksames CMS erforderlich sind.
- › Kommunikation: Die Mitarbeitenden werden über ihre Aufgaben und Verantwortlichkeiten informiert. Periodisch wird an den Verwaltungsrat und die Konzernleitung der Swisscom AG, die Geschäftsleitungen und Verwaltungsräte der Tochtergesellschaften sowie an weitere interne Stellen berichtet.
- › Überwachung und Verbesserung: Die Angemessenheit und Wirksamkeit des CMS werden überwacht und Schwachstellen laufend behoben.

Im Geschäftsjahr hat die Wettbewerbskommission Untersuchungen betreffend die Ausschreibung der Anbindung der Poststandorte und die Ausübung von Sportübertragungsrechten eröffnet. Swisscom geht in beiden Verfahren davon aus, dass keine Verstösse gegen das Kartellrecht vorliegen.

Swisscom sind im Weiteren vier Backupdatenbänder aus einem Rechenzentrum entwendet worden. Die Datenbänder enthielten interne Backupdaten von Swisscom aus den Jahren 2008 bis 2010 und waren ohne Spezialhardware nicht auswertbar. Swisscom hat eine Strafanzeige gegen unbekannt eingereicht. Um die interne Sicherheit noch weiter zu steigern, hat Swisscom zudem zusätzliche Massnahmen eingeleitet.

5.2 Vorsorgeprinzip

Swisscom erfüllt ihre Verpflichtung, im Rahmen ihrer Tätigkeit und dank etablierter Managementsysteme Umwelt- und soziale Risiken zu vermindern und damit nachhaltig zu arbeiten. Spezifische Konzernvorgaben und -weisungen stellen sicher, dass CR-Aspekte im Betrieb oder in Projekten einbezogen werden. In erster Linie wird Swisscom mittels einer CR-Checkliste ökologischen und sozialen Anforderungen in Projekten gerecht, die Netzinfrastrukturen, Dienste und Produkte betreffen. Seit dem Berichtsjahr 2013 regelt einheitlich eine neue Vorgabe das Recycling oder die Entsorgung von Netzinfrastrukturen, die bisher situationsabhängig erfolgt ist.

Die im Berichtsjahr 2013 revidierte Investitionsrichtlinie verlangt von Swisscom neu, wesentliche Investitionen auf ihre ökologischen und gesellschaftlichen Einwirkungen zu prüfen. Für Sanierungen sowie den Neubau von Gebäuden existieren spezifische, nach ökologischen Kriterien ausgerichtete Vorgaben. Die schweizerischen Tochtergesellschaften von Swisscom verfügen über entsprechende Instrumente, die bei Bedarf an ihre Bedürfnisse angepasst sind. Im Rahmen des operativen Risiko- und Sicherheitsmanagements trifft Swisscom präventive Massnahmen. Bezüglich elektromagnetischer Felder lässt Swisscom ihr Qualitätssicherungssystem zur Einhaltung der in der Verordnung über den Schutz vor nichtionisierender Strahlung festgelegten Grenzwerte (NISV-Grenzwerte) zertifizieren.

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

5.3 Verantwortungsbewusstes Marketing

Swisscom orientiert sich in ihrem Marketing einerseits am eigenen Leitbild, andererseits an den Grundsätzen der Schweizerischen Lauterkeitskommission. Die Grundsätze der Lauterkeitskommission befassen sich mit sämtlichen relevanten Gesichtspunkten der Lauterkeit in der Kommunikation. Das bei Group Communications and Responsibility integrierte Brand Strategy and Managementteam ist für die Einhaltung dieser Grundsätze verantwortlich. Es begleitet die relevanten Kommunikations- und Marketingprojekte des gesamten Konzerns. Daher ist es in der Lage, mögliche Verstösse gegen die Grundsätze früh zu erkennen und präventiv einzuschreiten. Parallel informiert das Brand Strategy and Managementteam regelmässig die unterschiedlichen Marketingeinheiten von Swisscom über Weiterentwicklungen im Bereich seiner Grundsätze.

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

Siehe unter
www.faire-werbung.ch

5.4 Praktiken in Bezug auf Urheberrechte

Die Behandlung der Urheberrechte ist im Gesamtarbeitsvertrag geregelt. Der Mitarbeitende überträgt die Urheberrechte und verwandten Schutzrechte (besonders die Rechte an Software) einschliesslich aller Teilrechte, die während der Arbeit bei Swisscom und im Zusammenhang mit seinem Aufgabengebiet entstanden sind. Dies gilt für alle Arbeiten, die der Mitarbeitende während des Arbeitsverhältnisses allein oder in Zusammenarbeit mit anderen entwickelt hat. Hat Swisscom kein Interesse an den erworbenen Rechten, so soll dem Mitarbeitenden vertraglich die Verwendung oder Nutzung überlassen werden.

6 Weitere umweltrelevante Gesichtspunkte im Betrieb

6.1 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 Bürobereich benutzt Swisscom 100% Recyclingpapier mit dem Umweltgütesiegel Blauer Engel. Für andere Verwendungszwecke wie Rechnungen, Werbung oder Printmedien setzt sie ausschliesslich Papier mit dem FSC-Siegel (Forest Stewardship Council) ein. Eine wichtige Sparmassnahme ist die zweimonatliche Kundenrechnung, die Swisscom bei geringen Beträgen bietet, sowie die papierlose, elektronische Rechnung. Für die Telefonbücher setzt Swisscom Papier mit 34 g/m² der Qualität PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification) ein. Der Hauptgrund für den Rückgang vom Papierverbrauch bei den Telefonbüchern liegt daran, dass deutlich weniger Bänder gedruckt wurden.

| Bereich | 2011 (Tonnen) | 2012 (Tonnen) | 2013 (Tonnen) | Änderung 2013 zum Vorjahr (%) | Qualität |
|---------------------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------------------------|-------------------|
| Bürobereich (Kopierer, Drucker) | 183 | 170 | 143 | -15,8 | 100% Blauer Engel |
| Printmedien | 4'311 | 3'884 | 3'498 | -9,9 | FSC-Siegel |
| Rechnungen und Kuverts | 809 | 466 | 456 | -2,1 | FSC-Siegel |
| Telefonbücher | 4'284 | 4'244 | 662 | -84,4 | PEFC |
| Total | 9'587 | 8'764 | 4'579 | -45,7 | |

6.2 Kabel, Glasfaser und Holzstangen

Der Netzbau erfordert den Einsatz von langlebigen Materialien wie Kabel oder Glasfaser: 2013 hat Swisscom in ihrem Festnetz insgesamt 1'140'509 Kilometer Glasfaser, 110'458 Kilometer Kupferpaare (entsprechen 987 Tonnen Kupfer) und 745 Kilometer Kunststoffrohre aus umweltverträglichen Polyethylen (entsprechen 716 Tonnen Kunststoff) verlegt. Ferner hat Swisscom 6'659 Telefonstangen aus Holz installiert. Die Telefonstangen aus Holz sind mit kupfer- und chromhaltigen Konservierungsmitteln behandelt.

6.3 Wasser

Der Wasserverbrauch wird auf Basis einer Durchschnittsmessung des Jahrs 1995 hochgerechnet und mit der Anzahl Vollzeitstellen multipliziert. Der Wasserverbrauch ist im Sanitärbereich proportional zur Anzahl der Beschäftigten leicht gesunken (siehe Tabelle der Umweltkennzahlen im Geschäftsbericht Swisscom 2013, Seite 93). Wasser wird daneben nur in einem Geschäftsprozess (Kühlung) eingesetzt und ist deshalb für Swisscom nicht ein umweltrelevanter Faktor von Gewicht. Für die Rückkühlung von Rechenzentren verwendet Swisscom grundsätzlich Trockenrückkühler. Werden ausnahmsweise hybride oder adiabatische (das heisst mittels Verdunstung von Wasser betriebene) Rückkühler eingesetzt, ist gemäss einer internen, im September 2011 in Kraft getretenen Weisung Regenwasser oder – falls bewilligt – Fluss-/ Seewasser anstelle von Trinkwasser als Kühlmittel zu bevorzugen. Bei neuen Rechenzentren muss der Anteil des Regenwassers am Kühlmittel zwingend über 80% betragen. Kühler dürfen zu maximal 15% der gesamten jährlichen Einsatzzeit mit Wasser betrieben werden. Der Verbrauch für die Kühlung bleibt damit deutlich unter dem gesamten Wasserverbrauch von Swisscom.

6.4 Kühlanlagen und Kältemittel

Alte Kompressionskühlanlagen von Telefonzentralen, die Kühlmittel einsetzen, werden fortwährend durch die fortschrittliche Kühlmethode Mistral ersetzt. Mistral kühlt Telekommunikationsausrüstungen während des ganzen Jahrs nur mittels Aussenluft und erfordert keinerlei Kühlmittel. Nahezu zwei Drittel der Telefonzentralen von Swisscom sind bereits auf Mistral umgerüstet. Ebenso werden Sende- und Mobilfunkbasisstationen vermehrt ohne Kompressionskühlanlagen gekühlt. Swisscom betreibt Kompressionskühlanlagen mit Kühlmittel noch in Rechenzentren und kontrolliert die Dichtigkeit ihrer Kühlmittelausläufe regelmässig.

Die im Berichtsjahr emittierten Kältemittel, sind mittels der Nachfüllungsmengen (84 kg) bestimmt worden. Sie verfügen über ein Treibhausgaspotenzial (GWP) von 226,2 Tonnen CO₂ equivalent und ein ozonabbauendes Potenzial (ODP) von 0 kg R-11 equivalent. Das Treibhausgaspotenzial von Kältemitteln ist in einem separaten, nach ISO 14064 abgefassten Klimabericht berücksichtigt.

6.5 Batterie- und Notstromanlagen

Um die Verfügbarkeit ihrer Dienste bei Stromnetzausfällen zu gewährleisten, rüstet Swisscom Telekomgebäude und Rechenzentren mit Batterien und Notstromanlagen aus. Um mögliche Umweltgefährdungen durch Batterien zu vermeiden, prüft Swisscom regelmässig die Umsetzung vorgeschriebener 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.

6.6 Verpackung

Swisscom verzichtet auf die zusätzliche Umverpackung bei Mobilfunkgeräten und reduziert die Beilagen wie zum Beispiel Bedienungsanleitungen massiv. Bei Postpaid-Mobilfunkgeräten – und damit beim grössten Teil der durch Swisscom verkauften Geräten – entfällt die Umverpackung gänzlich. Zudem hat Swisscom das Verpackungskonzept angepasst. Die Verpackung weist nunmehr einen erhöhten Anteil an Recyclingfasern auf und eignet sich zur Weiterverwendung und für die Rücksendung der Geräte im Falle der Entsorgung.

6.7 Abfälle und Recycling

Swisscom minimiert das Abfallaufkommen durch die sorgfältige Auswahl von Materialien und verlängert die Verwendungsdauer von Produkten so weit als möglich. Für die Beseitigung und das Recycling hat –Swisscom einen Vertrag mit der Schweizer Abfallbörse abgeschlossen. Sonderabfälle werden entsprechend den gesetzlichen Vorgaben durch hierfür autorisierte Spezialunternehmen beseitigt.

Die Abfälle sind nach 16 Sorten getrennt. Sie fallen unter die vier Hauptkategorien Recycling (50,4%), Entsorgung der Hauskehricht und der Betriebsabfälle in Kehrichtverbrennungsanlagen (KVA) (42,0% beziehungsweise 7,3%) sowie Sonderabfälle (0,3%). Bau- beziehungsweise Kabelreste werden an Ort sortiert und direkt entsorgt. Der Hauskehricht wird hochgerechnet. Dies erfolgt auf Basis des Schweizer Durchschnitts und im Verhältnis zu den Vollzeitstellen bei Swisscom in der Schweiz.

| Abfallkategorien | 2011 (Tonnen) | 2012 (Tonnen) | 2013 (Tonnen) | Änderung 2013 zum Vorjahr (%) |
|-----------------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------------------------|
| Recycling Betrieb | 834 | 1'660 | 1'625 | -2,1 |
| Hauskehricht Entsorgung KVA | 1'330 | 1'293 | 1'356 | 4,9 |
| Betrieb Entsorgung KVA | 170 | 155 | 235 | 52,1 |
| Sonderabfälle Betrieb | 11 | 20 | 10 | -50,0 |
| Abfallmenge insgesamt | 2'345 | 3'127 | 3'226 | 3,2 |

Zum Recycling beziehungsweise zur Entsorgung von Netzinfrastrukturen hat Swisscom 2013 eine neue Vorgabe eingeführt. Sie regelt unter anderem das Recycling und die Entsorgung in der Schweiz gesetzeskonform und umweltgerecht und soll die transportierte Abfallmenge verringern. Rezyklierte Materialien werden wie folgt eingesetzt: Die einzelnen Standorte verwenden zu 100% Recyclingpapier. Zusätzlich finden am Hauptsitz von Swisscom Regenwasser und Fernwärme der nahen Kläranlage Verwendung. Schliesslich werden nach Möglichkeit Router wieder eingesetzt.

6.8 Boden und Biodiversität

Die Basis- und Sendestationen, die für die volle Abdeckung der Schweiz mit Telekom-, Radio- und TV-Diensten erforderlich sind, befinden sich zuweilen ausserhalb bewohnter Gebiete, eventuell auch am Rand von Schutzgebieten. Ein Einfluss auf die Umgebung entsteht in erster Linie dadurch, dass Flächen für den Bau von Stationen versiegelt werden müssen. In Einzelfällen kann ferner das Landschaftsbild trotz aller Bemühungen, die Stationen optimal zu integrieren, leicht beeinträchtigt werden. Weitere Einflüsse sind nicht nachgewiesen. Die versiegelten Flächen pro Station betragen dabei wenige Quadratmeter. Beim Abriss ausgemusterter Sendestationen renaturiert Swisscom entsprechend einer internen Vorgabe der Swisscom Broadcast AG das frei werdende Gelände. 2013 hat Swisscom zehn Stationen abgebaut und deren Flächen renaturiert. Die Stationen haben zur Verbreitung von analogen TV-Signalen gedient und werden deshalb nicht mehr benötigt.

Swisscom unterstützt unterschiedliche Partner, die sich für den Schutz von Böden und Biodiversität einsetzen. Die Unterstützung erfolgt sowohl finanziell als auch durch den persönlichen Einsatz von Mitarbeitenden vor Ort anlässlich sogenannter Nature Days. Diese Nature Days sind Bestandteil des Corporate-Volunteering-Programms «Give & Grow» von Swisscom. So haben die Mitarbeitenden im Jahr 2013 insgesamt 864 Einsatztage für die Natur- und Landschaftspflege geleistet. Ferner unterstützt Swisscom den Schweizerischen Nationalpark mit technischen Dienstleistungen.

7 Verantwortung in der Lieferkette

7.1 Das Lieferanten-Risikomanagement

Durch das Risikomanagementsystem in der Lieferkette will Swisscom mögliche Risiken frühzeitig erkennen. Das System wird in diesem Anhang vorgestellt.

7.2 Vorgehen des Risikomanagements in der Lieferkette

Jeden einzelnen Swisscom Lieferpartner auf sein Risiko hin zu beurteilen, ist nicht zielführend. Vielmehr will Swisscom mit Hilfe eines «Filterverfahrens» das effektive Risikopotenzial erkennen und gleichzeitig die Zahl der zu beurteilenden Lieferpartner reduzieren.

Fig. 1: Filterverfahren: Vorgehen des Risikomanagements in der Lieferkette



In einem ersten Schritt beurteilt Swisscom zu diesem Zweck alle Warengruppen anhand von klar definierten Kriterien auf ihre ökologischen und sozialen Risiken. Daraus erfolgt eine Zuordnung der einzelnen Warengruppen zu den drei Risikoprofilen gering, mittel und hoch.

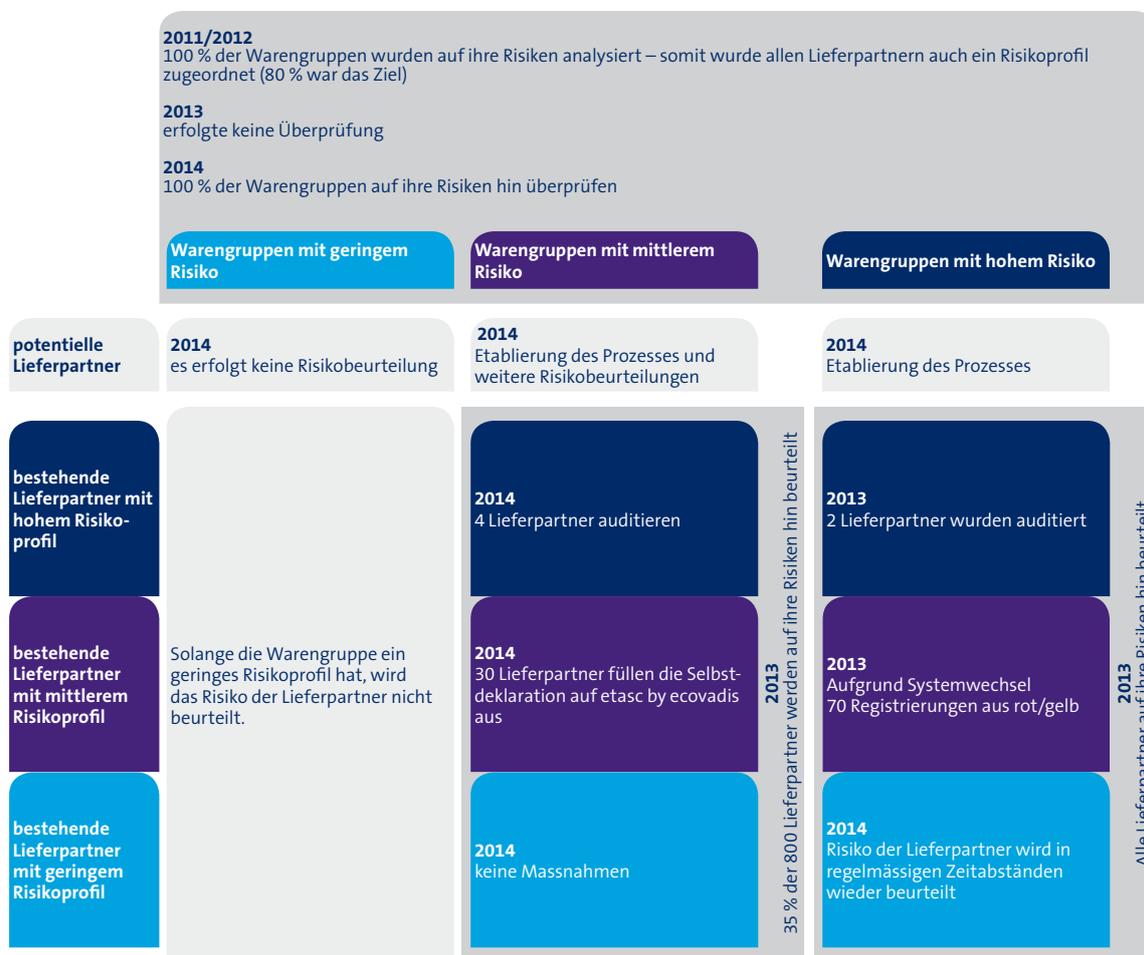
In einem zweiten Schritt ermittelt Swisscom diejenigen Lieferpartner, deren Waren den Warengruppen mit hohen und mittleren Risikoprofilen zugeordnet sind. Diese Lieferpartner werden im Anschluss individuell mit Hilfe von klar definierten Kriterien auf ihre individuellen Risiken geprüft.

Ebenso prüft Swisscom mögliche Lieferpartner, deren Waren einer Warengruppe mit hohen und mittleren Risikoprofilen angehören, auf ihr Risiko. Das Ergebnis der Prüfung fließt in die Entscheidung über eine Zusammenarbeit ein.

Siehe unter

www.swisscom.ch/de/ghq/media/fragenundantworten.html

Fig. 2: Ziele 2014 und Stand Ende 2013



7.3 Audits

Im Rahmen des Netzwerks Joint Audit Cooperation (JAC) sind seit 2010 insgesamt 102 Audits (davon 38 im Jahr 2013) in 15 Ländern auf 5 Kontinenten erfolgt. Sie haben 400'000 Arbeitnehmer erfasst. Bisher haben die Audits 638 Verfehlungen identifiziert, wovon noch 264 offen beziehungsweise noch nicht abgeschlossen sind. Im Einzelnen haben die Audits die folgende Anzahl an Schwachstellen an den Tag gelegt:

| | Anzahl Schwachstellen |
|----------------------------------|-----------------------|
| Gesundheit und Sicherheit | 68 |
| Arbeitszeit/Überzeit | 73 |
| Geschäftsethik | 64 |
| Kinder-, und Jugendarbeit | 10 |
| Arbeitsentgelt | 9 |
| Umwelt | 30 |
| Zwangsarbeit und Diskriminierung | 10 |

Von den insgesamt 264 Schwachstellen sind 215 im Berichtsjahr 2013 veröffentlicht worden. 73 von ihnen stehen im Zusammenhang mit Fragen der Arbeitszeit und betreffen 40 Lieferanten, die regelmässig überprüft werden. 36 dieser 73 Schwachstellen stammen aus den Jahren 2010, 2011 und 2012, 37 aus dem Jahr 2013. Es verbleiben 191 identifizierte Schwachstellen, die sich auf weitere Kategorien verteilen. Fünf von ihnen stammen aus den Jahren 2010 und 2011, 8 aus dem Jahr 2012 und 178 aus 2013.

Die Behandlung der Schwachstellen erfolgt fortlaufend durch die einzelnen JAC-Mitglieder, die erhobenen Daten werden regelmässig aktualisiert und im Steuerungsausschuss diskutiert.

8 Verantwortungsvolle Arbeitgeberin

8.1 Änderung im Personalbestand

Die Anzahl an Mitarbeitenden in der Schweiz ist 2013 auf 17'362 Vollzeitstellen gestiegen (+6,8% gegenüber Vorjahr). Der Personalbestand setzt sich aus 26,4% Frauen und 73,6% Männern zusammen. Prozentual ist der Anteil an Frauen um 0,4% gesunken.

Im mittleren Management ist der Anteil an Frauen 2013 leicht angestiegen (+17 Vollzeitstellen oder +0,3% Punkte). Im oberen Management ist die Anzahl der Frauen gesunken.

Die Alterspyramide nach Geschlecht präsentiert sich im Jahr 2013 etwa gleich wie im Vorjahr. Die Absenzenquote 2013 ist sowohl bei Männern als auch bei Frauen marginal gestiegen und beträgt 2,9% (+0,03% Punkte).

8.2 Vorsorgeeinrichtung

Ende 2013 sind rund 18'300 Swisscom Mitarbeitende und rund 6'300 Bezüger einer Rentenleistung bei comPlan versichert. comPlan erzielte 2013 auf dem Vorsorgevermögen eine positive Netorendite von 4,9% (Vorjahr 8,9%). Am 31. Dezember 2013 betrug der Marktwert des Vorsorgevermögens CHF 8,3 Milliarden (Vorjahr CHF 7,8 Milliarden). Der Deckungsgrad belief sich gemäss den Schweizerischen Rechnungslegungsvorschriften für Vorsorgeeinrichtungen auf rund 106% (Vorjahr 103%).

Die vom Stiftungsrat im Januar 2013 genehmigte Umsetzung auf der Grundlage BVG 2010 sieht vor, die Risiken bezüglich der Lebenserwartung sowie des Zinsniveaus mit einer neuen Ausrichtung abzufedern. Die Umsetzung erfolgt ab 31. Dezember 2013 mit der Inkraftsetzung eines neuen Vorsorgereglements und die Implementierung einer neuen Anlagestrategie.

8.3 Zusatzleistungen

Sämtliche Swisscom Mitarbeitenden erhalten Fringe Benefits in Form eines Freibetrags auf Swisscom Dienstleistungen wie Telefon, Internet oder Swisscom TV sowie des SBB-Halbtax-Abonnements. Die Fringe Benefits werden unabhängig vom Beschäftigungsgrad und der Funktion ausgerichtet. Lernende profitieren von einem tieferen Freibetrag. Swisscom unterstützt zudem die familienexterne Kinderbetreuung mit finanziellen Beiträgen sowie unentgeltlichen Beratungsdienstleistungen durch den familienservice®. Um die Eltern während der Schulferien zu entlasten, führt Swisscom zusätzlich an ausgewählten Standorten in der Schweiz Ferienbetreuungswochen durch. Darüber hinaus übernimmt Swisscom den Arbeitgeber-Pensionskassenbeitrag für einen unbezahlten Urlaub bis maximal drei Monate.

8.4 Weitergehende Kaderregelungen

Kadermitarbeitende haben die Möglichkeit, abhängig von der Dauer ihrer Kaderanstellung eine teilweise bezahlte Auszeit (Sabbatical) von bis zu drei Monaten zu beziehen. Dabei bezahlt Swisscom 30 Arbeitstage. Während der Auszeit bleibt das bestehende Arbeitsverhältnis in Kraft, und den Kadermitarbeitenden ist die Rückkehr an den bestehenden Arbeitsplatz garantiert. Darüber hinaus profitieren Kadermitarbeitende von einer Prämienbefreiung bei den Kollektivversicherungen für Krankheit und Unfall sowie einer Kaderrisikoversicherung im Todesfall.

8.5 Die Mitarbeitenden in Zahlen (Ergänzung)

Die folgende Tabelle zeigt die unterschiedlichen Personalkennzahlen der Jahre 2011 bis 2013, gemäss den GRI-Anforderungen Version 3.1 und nach Geschlecht unterteilt. Die Kennzahlen beziehen sich auf die in der Schweiz angestellten Mitarbeitenden (ohne Asept AG, Entris Operations AG, Entris Integrator AG, CT Cinetrade AG und DL Groupe GMG AG, siehe Berichtsgrenzen). Die Beteiligungen im Ausland sind nicht berücksichtigt.

| GRI Bestände FTE Schweiz | | | 2011 | | | 2012 | | | 2013 | | |
|---|-----------------|-----------------|---------------|-----------------|-----------------|---------------|-----------------|-----------------|---------------|--|--|
| Indikator | männlich | weiblich | Total | männlich | weiblich | Total | männlich | weiblich | Total | | |
| Personalverleih (temporär Angestellte) Anzahl Mitarbeitende | 1'221 | 363 | 1'584 | 1'242 | 462 | 1'704 | 1'230 | 440 | 1'670 | | |
| Personalverleih FTE (Vollzeitstellen) | 1'171 | 349 | 1'520 | 1'190 | 446 | 1'636 | 1'169 | 395 | 1'564 | | |
| Befristete Arbeitsverträge FTE | 29 | 27 | 56 | 32 | 28 | 60 | 47 | 26 | 73 | | |
| Unbefristete Arbeitsverträge FTE | 11'823 | 4'519 | 16'342 | 11'798 | 4'302 | 16'100 | 12'127 | 4'349 | 16'476 | | |
| Vollzeitstellen gemäss GRI-Berichtsgrenze in der Schweiz | | | 16'628 | | | 16'269 | | | 17'362 | | |
| Davon in den nachfolgenden Kennzahlen abgedeckte FTE | 11'852 | 4'546 | 16'398 | 11'830 | 4'330 | 16'160 | 12'173 | 4'376 | 16'549 | | |
| Anteil Geschlecht Gesamtbelegschaft FTE | 72.3 | 27.7 | 100 | 73.2 | 26.8 | 100 | 73.6 | 26.4 | 100 | | |
| Anzahl Vollzeit FTE | 11'080 | 3'128 | 14'208 | 11'028 | 2'926 | 13'954 | 11'332 | 2'982 | 14'314 | | |
| Anzahl Teilzeit FTE | 772 | 1'418 | 2'190 | 802 | 1'404 | 2'206 | 841 | 1'394 | 2'235 | | |
| Anteil Vollzeit-Mitarbeitende vom Gesamtbestand in % | 67.6 | 19.1 | 86.6 | 68.2 | 18.1 | 86.3 | 68.5 | 18.0 | 86.5 | | |
| Anteil Teilzeit-Mitarbeitende vom Gesamtbestand in % | 4.7 | 8.6 | 13.4 | 6.8 | 32.4 | 13.7 | 6.9 | 31.9 | 13.5 | | |
| Anzahl Angestellt Gesamtarbeitsvertrag (GAV) FTE | 9'663 | 4'289 | 13'952 | 9'546 | 4'047 | 13'593 | 9799 | 4070 | 13'869 | | |
| Anteil GAV in % zum Bestand Gesamtbestand | 58.9 | 26.2 | 85.1 | 80.7 | 93.5 | 84.1 | 80.5 | 93.0 | 83.8 | | |
| Anzahl < 30 Jahre FTE | 1'620 | 1'135 | 2'754 | 1'489 | 996 | 2'484 | 1'682 | 1'074 | 2'756 | | |
| Anzahl Mitarbeitende 30 - 50 Jahre FTE | 7'361 | 2'629 | 9'990 | 7'260 | 2'528 | 9'788 | 7'258 | 2'487 | 9'745 | | |
| Anzahl Mitarbeitende älter 50 Jahre FTE | 2'871 | 782 | 3'654 | 3'081 | 806 | 3'888 | 3'234 | 814 | 4'048 | | |
| Anteil Mitarbeitende < 30 Jahre in % | 9.9 | 6.9 | 16.8 | 9.2 | 6.2 | 15.4 | 10.2 | 6.5 | 16.7 | | |
| Anteil Mitarbeitende 30 - 50 Jahre in % | 44.9 | 16.0 | 60.9 | 44.9 | 15.6 | 60.6 | 43.9 | 15.0 | 58.9 | | |
| Anteil Mitarbeitende älter 50 Jahre in % | 17.5 | 4.8 | 22.3 | 19.1 | 5.0 | 24.1 | 19.5 | 4.9 | 24.5 | | |
| Durchschnittsalter | 42.2 | 39.1 | 41.3 | 42.8 | 39.8 | 41.9 | 42.6 | 39.7 | 41.8 | | |
| Anzahl Mitarbeitende im Top Management FTE | 112 | 15 | 126 | 110 | 11 | 121 | 92 | 8 | 100 | | |
| Anteil Mitarbeitende im Top Management in % | 88.4 | 11.6 | 100.0 | 90.9 | 9.1 | 100.0 | 91.9 | 8.1 | 100 | | |
| Anteil Top Management in % zum Gesamtbestand | 0.7 | 0.1 | 0.8 | 0.7 | 0.1 | 0.7 | 0.6 | 0.05 | 0.6 | | |
| Anzahl Mitarbeitende im mittleren Management FTE | 2'078 | 242 | 2'320 | 2'150 | 269 | 2'419 | 2'231 | 286 | 2'517 | | |
| Anteil Mitarbeitende im mittleren Management in % | 89.6 | 10.4 | 100.0 | 88.9 | 11.1 | 100.0 | 88.6 | 11.4 | 100 | | |
| Anteil mittleres Management in % zum Gesamtbestand FTE | 12.7 | 1.5 | 14.1 | 13.3 | 1.7 | 15.0 | 13.5 | 1.7 | 15.2 | | |
| Austritte FTE (ohne befristete Verträge) | 1'421 | 534 | 1'955 | 1'125 | 510 | 1'635 | 1'221 | 558 | 1'779 | | |
| Austritte FTE Alter < 30 Jahre (ohne befristete Verträge) | 287 | 177 | 464 | 221 | 167 | 387 | 225 | 184 | 409 | | |
| Austritte FTE Alter 30 - 50 Jahre (ohne befristete Verträge) | 829 | 290 | 1'119 | 663 | 269 | 932 | 682 | 267 | 949 | | |
| Austritte FTE Alter > 50 Jahre (ohne befristete Verträge) | 304 | 67 | 371 | 242 | 74 | 316 | 314 | 107 | 421 | | |
| Anteil Austritte < 30 Jahre in % (FTE) | 20.2 | 33.1 | 23.7 | 19.6 | 32.7 | 23.7 | 18.4 | 33.0 | 23.0 | | |
| Anteil Austritte 30 - 50 Jahre in % (FTE) | 58.3 | 54.3 | 57.2 | 58.9 | 52.8 | 57.0 | 55.9 | 47.8 | 53.3 | | |
| Anteil Austritte > 50 Jahre in % (FTE) | 21.4 | 12.5 | 19.0 | 21.5 | 14.5 | 19.3 | 25.7 | 19.2 | 23.7 | | |
| Eintritte FTE Alter < 30 Jahre (ohne befristete Verträge) | 632 | 342 | 974 | 295 | 169 | 464 | 641 | 344 | 985 | | |
| Eintritte FTE Alter 30 - 50 Jahre (ohne befristete Verträge) | 1'021 | 267 | 1'288 | 717 | 153 | 870 | 811 | 226 | 1'037 | | |
| Eintritte FTE Alter > 50 Jahre (ohne befristete Verträge) | 179 | 23 | 202 | 97 | 17 | 115 | 101 | 27 | 128 | | |
| Anteil Eintritte FTE Alter < 30 Jahre in % | 34.5 | 54.1 | 39.5 | 26.6 | 49.8 | 32.0 | 41.3 | 57.6 | 45.8 | | |
| Anteil Eintritte FTE Alter 30 - 50 Jahre in % | 55.7 | 42.3 | 52.3 | 64.6 | 45.1 | 60.0 | 52.2 | 37.9 | 48.2 | | |
| Anteil Eintritte FTE Alter > 50 Jahre in % | 9.8 | 3.6 | 8.2 | 8.8 | 5.1 | 7.9 | 6.5 | 4.5 | 6.0 | | |
| Aus- und Weiterbildungstage | n.a. | n.a. | n.a. | - | - | 54'441 | - | - | 72'136 | | |
| Anzahl Tage Aus- und Weiterbildung pro Mitarbeitenden (Heads) | n.a. | n.a. | n.a. | - | - | 3.2 | - | - | 4.2 | | |
| Mutter- und Vaterschaftsurlaub | n.a. | n.a. | n.a. | 405 | 215 | 620 | 373 | 175 | 548 | | |
| GRI Krankheit & Unfall (K&U) | | | 2011 | | | 2012 | | | 2013 | | |
| Indikator | männlich | weiblich | Total | männlich | weiblich | Total | männlich | weiblich | Total | | |
| Mitarbeitende FTE im Durchschnitt des Jahres | 11'742 | 4'546 | 16'288 | 11'840 | 4'412 | 16'252 | 12'095 | 4'356 | 16'451 | | |
| Sollzeit Arbeitstage in FTE | 2'988'702 | 1'162'906 | 4'151'608 | 2'999'153 | 1'125'614 | 4'124'768 | 3'054'809 | 1'107'753 | 4'162'562 | | |
| Ausfalltage Krankheit ohne Berufskrankheit | 55'023 | 43'894 | 98'916 | 57'796 | 42'146 | 99'942 | 59'829 | 41'291 | 101'120 | | |
| Ausfalltage Berufskrankheit | 5 | 0 | 5 | 2 | 0 | 2 | 8 | 0 | 8 | | |
| Ausfalltage BU (Berufsunfall) | 2'059 | 193 | 2'252 | 2'294 | 552 | 2'846 | 1'890 | 425 | 2'314 | | |
| Ausfalltage NBU (Nichtbetriebsunfall) | 11'601 | 3'436 | 15'037 | 11'031 | 4'055 | 15'086 | 11'573 | 5'009 | 16'582 | | |
| Total Ausfalltage (K+U) | 68'687 | 47'523 | 116'210 | 71'123 | 46'753 | 117'876 | 73'299 | 46'724 | 120'024 | | |
| Anzahl Fälle Krankheit | 15'302 | 11'424 | 26'726 | 15'024 | 10'235 | 25'259 | 15'549 | 9'677 | 25'226 | | |
| Anzahl Fälle BU (Berufsunfall) | 240 | 57 | 297 | 266 | 52 | 318 | 251 | 55 | 306 | | |
| Anzahl Fälle NBU (Nichtbetriebsunfall) | 1'848 | 659 | 2'507 | 1'742 | 599 | 2'341 | 1'822 | 618 | 2'440 | | |
| Total Fälle | 17'390 | 12'140 | 29'530 | 17'032 | 10'886 | 27'918 | 17'622 | 10'350 | 27'972 | | |
| Absenzquote Krankheit ohne Berufskrankheit in % | 1.84 | 3.78 | 2.39 | 1.93 | 3.74 | 2.42 | 1.97 | 3.73 | 2.44 | | |
| Absenzquote Berufskrankheit in % | 0.0002 | 0 | 0.0001 | 0 | 0.0001 | 0.0000 | 0.0002 | 0 | 0.0002 | | |
| Absenzquote BU in % | 0.07 | 0.02 | 0.05 | 0.08 | 0.05 | 0.07 | 0.06 | 0.04 | 0.06 | | |
| Absenzquote NBU in % | 0.39 | 0.30 | 0.36 | 0.37 | 0.36 | 0.37 | 0.38 | 0.45 | 0.40 | | |
| Total Absenzquote (K+U) in % | 2.30 | 4.09 | 2.80 | 2.37 | 4.15 | 2.86 | 2.41 | 4.23 | 2.89 | | |
| Leistungs-FTE (Nettopräsenz in FTE) | 119'547 | 44'223 | 163'770 | 121'024 | 43'901 | 164'925 | 123'338 | 43'503 | 166'841 | | |
| Total geleistete Produktivstunden | 20'290'074 | 7'541'011 | 27'832'456 | 20'437'207 | 7'466'206 | 27'904'715 | 20'749'395 | 7'372'945 | 28'123'072 | | |
| Produktivstunden pro FTE | 1'728 | 1'659 | 1'709 | 1'726 | 1'692 | 1'717 | 1'716 | 1'693 | 1'710 | | |
| GAV Mindestvollzeitlohn in CHF | 45'500 | 45'500 | 45'500 | 45'500 | 45'500 | 45'500 | 52'000 | 52'000 | 52'000 | | |
| Anzahl arbeitsbedingter Todesfälle | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | |
| Performance Dialoge in % | 98.9 | 98.5 | 98.8 | 98.9 | 98.5 | 98.8 | 96.6 | 97.7 | 97.0 | | |
| Anteil Frauen im Management (in Headcount berechnet) | - | - | 11.7 | - | - | 11.0 | - | - | 11.8 | | |

9 Gesellschaftliches und kulturelles Engagement

Swisscom und ihre Geschichte sind eng mit der Schweiz und ihrer Bevölkerung verbunden. Swisscom engagiert sich daher traditionell für die Schweiz. Ihr Engagement für die Gesellschaft deckt drei Bereiche ab: Public Affairs, den Bereich Events und Sponsoring sowie die Corporate-Responsibility-Projekte.

Im Mittelpunkt des langfristig ausgerichteten Sponsorings von Swisscom stehen Sport und Kultur für ein vielfältiges Publikum. Die Sponsoringaktivitäten verteilen sich auf alle Regionen der Schweiz und sprechen ganz unterschiedliche Anspruchsgruppen an.

9.1 Public Affairs

Swisscom Public Affairs pflegt den Kontakt zu Gemeinden und Kantonen in allen Regionen der Schweiz. Die hierfür zuständigen Teammitglieder sind dezentral organisiert. Sie vermitteln in erster Linie Informationen zu Infrastrukturthemen sowie zum Engagement von Swisscom und nehmen Anliegen von Gemeinden entgegen. Neben persönlichen Kontakten richtet sich Swisscom in regelmässigen Publikationen (Gemeindebriefen) und E-Mail-Newslettern an Politik und Behörden. Zu unterschiedlichen Themen (zum Beispiel Social Media oder eHealth) veranstaltet Swisscom in verschiedenen Kantonen Weiterbildungsanlässe.

Der Aufbau der Mobilfunkinfrastruktur führt wegen 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 und in unterschiedlichen Kantonen eingeführt (sogenanntes Dialogmodell). Zudem pflegt Swisscom Public Affairs den regelmässigen Austausch mit Umweltfachstellen, um einen korrekten Vollzug der Umweltauflagen für Mobilfunk sicherzustellen.

Swisscom beteiligt sich an nationalen Arbeitsgruppen oder Gremien, die sich mit einer verbesserten Breitbandversorgung der Randregionen beschäftigen. Beispielsweise vertritt Public Affairs Swisscom zusammen mit Public Policy in der BAKOM Arbeitsgruppe Breitband oder in der Kommission für Heimarbeit.

9.2 Festivals, Museum, Stiftung

Swisscom fördert renommierte und gut besuchte Open-Air-Musikfestivals sowie die Energy Live Session in Basel, Bern und Zürich. Als Hauptsponsor des Internationalen Filmfestivals von Locarno unterstützt Swisscom das Medium Film. Über die Carte Bleue ermöglicht sie Filmliebhabern vergünstigte Kinoeintritte in den Kitag-Kinos. Im Weiteren ist sie Stiftungsträgerin des Museums für Kommunikation in Bern, das Besucher die Gegenwart, Vergangenheit und Zukunft der gesellschaftlichen Kommunikation vor Augen führt. Wie Besucherumfragen zeigen, wird das Museum als Familien- und Erlebnismuseum geschätzt. So haben innert acht Monaten 61'463 Besucher die im Oktober 2012 eröffnete Wechselausstellung «Bin ich schön?» besucht.

Swisscom ist Trägerin der Stiftung Sasso San Gottardo und Hauptpartnerin der Themenwelt, die sich folgenden Themen widmet: Mobilität und Lebensraum, Sicherheit, Wasser, Energie, Wetter und Klima. Im Rahmen dieses Engagements hat Swisscom gemeinsam mit anderen Partnern der Stiftung im Herbst 2013 das 1. Forum Sasso San Gottardo durchgeführt. Dieses Forum verfolgt das Ziel, junge Führungs-Kräfte aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik zu vernetzen und Fragestellungen rund um das Thema Nachhaltigkeit zu vertiefen. Die Rückmeldungen der rund 100 Teilnehmenden und Referenten waren positiv, eine Weiterführung des Forums für 2014 wird geprüft.

9.3 Sport

Der Schwerpunkt des Sportengagements von Swisscom liegt beim Schneesport. Swisscom unterstützt als Hauptsponsorin von Swiss-Ski Schweizer Schneesportler in den folgenden Disziplinen auf dem Weg zu Spitzenleistungen: Ski alpin, Ski nordisch, Snowboard, Freestyle und Telemark. Im Rahmen der Partnerschaft mit Swiss-Ski fliessen 20% des jährlichen Sponsoringbeitrags der Swisscom in die Nachwuchsförderung. Zusätzlich hat Swisscom ein Nachwuchskonzept für den alpinen Skisport erarbeitet. In dessen Zentrum stehen die Auswahl und Förderung des Nachwuchses sowie die Schaffung von Trainingsmöglichkeiten, die dem Swisscom Junior Team Alpin die gezielte Vorbereitung für die Junioren-WM ermöglichen. Swisscom stärkt als offizielle Telekompartnerin sämtliche Schweizer FIS-Weltcup-Veranstaltungen sowie die Schweiz als Standort von Sportveranstaltungen und als Wintersportland.

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

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

9.4 Start-up-Förderung

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.

Swisscom fördert darüber hinaus vor allem die Entwicklung und Innovationskraft des Schweizer KMU-Marktes. Sie unterstützt den Nachwuchs durch Engagements bei startups.ch, dem Institut für Jungunternehmen, und bei regionalen Wirtschaftsförderungen. Swisscom pflegt ferner Partnerschaften mit dem Swiss Venture Club, dem Swiss Economic Forum und dem Swiss Innovation Forum. Im Bereich des Social Entrepreneurship engagiert sich Swisscom vermehrt, so beispielsweise in einer Partnerschaft mit dem HUB Zürich.

Engagements

- > Startups.ch: Partnerschaft seit 2013 mit dem grössten Onlinegründungsportal der Schweiz.
- > Institut für Jungunternehmen (IFJ): Partnerschaft seit elf Jahren mit der grössten nationalen Plattform für Start-ups.
- > BlueLion Stiftung Zürich: Swisscom ist Mitbegründerin der Stiftung, die über den grössten ICT- und Cleantech- Inkubator der Schweiz verfügt.
- > Genossenschaft BaseCamp4HighTech: Swisscom ist Mitbegründerin der vom Kanton Bern initiierten Genossenschaft zur Förderung von Hightech-Start-ups.
- > Verein Startup Weekend: Swisscom ist Goldsponsorin des Vereins Startup Weekend und unterstützt die Veranstaltungen in Zürich, Bern, St. Gallen, Basel und Luzern sowohl finanziell als auch durch Coaches.
- > Lift Conference Genf: Swisscom ist «offizielle Sponsorin».
- > HUB Zürich: Forum für nachhaltig orientierte Start-up-Gründer (Social Entrepreneurs). Swisscom ist Kommunikationspartnerin und hat die Partnerschaft 2013 weiter ausgebaut.

9.5 Corporate Giving und Menschen in Not

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

Glückskette

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

Siehe unter

www.glueckskette.ch

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 lässt sich 143 Die Dargebotene Hand über andere Kanäle als das Telefon kontaktieren. So nehmen die Anfragen via E-Mail oder persönlichen Chat kontinuierlich zu. Finanziell sowie durch Sachleistungen leistet Swisscom einen substanziellen Beitrag zugunsten 143 Die Dargebotene Hand und unterstützt das Zentralsekretariat sowie die 14 Regionalstellen.

Siehe unter

www.143.ch

9.6 Angebote für Menschen mit Beeinträchtigungen

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

Angebote von Swisscom für mobilitäts-, seh- und hörbehinderte Menschen

Die Swisscom Shops entsprechen hinsichtlich der Rollstuhlgängigkeit strengen Anforderungen. Ebenso haben die Mitarbeitenden in den Shops die Aufgabe zu erkennen, welche Erfordernisse eine spezifische Behinderung mit sich bringt. Um dies zu gewährleisten, werden sogenannte Accessibilityschulungen für Shopmitarbeitende in Zusammenarbeit mit Procap Schweiz durchgeführt. Schliesslich hat Swisscom zusammen mit der Terz-Stiftung, die sich für eine generationengerechte Vision des Alterns einsetzt, Möglichkeiten erarbeitet, die Shops für seh- und hörbehinderte Menschen zu optimieren. Entsprechende Massnahmen werden laufend umgesetzt und verbessert. Swisscom bemüht sich um ein Portfolio an Endgeräten, das hör- wie sehbehinderten Mitmenschen eine echte Auswahl bietet. Zu diesem Zweck erneuert und aktualisiert sie ihr Dienste- und Geräteportfolio laufend. Swisscom will damit unter anderem ein Angebot bieten, das gerade Menschen mit speziellen Anforderungen und Bedürfnissen zufriedenstellt. Zu diesem 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 Abonnenntenverzeichnisse 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 Organisation procom angeboten und ist ebenfalls Teil der Grundversorgung.

Swisscom setzt sich weiterhin dafür ein, ihren eigenen Webauftritt barrierefrei zu gestalten. Im Rahmen des technischen Redesign ihrer Webseite hat Swisscom bereits wichtige Richtlinien für barrierefreie Webinhalte (Web Content Accessibility Guidelines WCAG 2.0) umgesetzt. In den folgenden Etappen des Redesigns der Website wird Swisscom weitere Richtlinien berücksichtigen und strebt die Zertifizierung auf Stufe AA der Stiftung Access for all an.

Angebote für Menschen mit knappen finanziellen Mitteln

Menschen mit knappen finanziellen Mitteln unterstützt Swisscom spezifisch mit zwei Angebotarten. Jugendliche unter 26 Jahren profitieren von einem vergünstigten Tarifplan. Die entsprechenden Abonnemente sind für Jugendliche bis 18 Jahre zusätzlich mit einer Kreditlimite versehen. Senioren nutzen die neuen Kommunikationstechnologien nach wie vor weniger als Jugendliche. Die Angebotspalette von Swisscom bietet deshalb Abonnemente, bei denen die Grundgebühren besonders tief liegen und dem Kunden nur dann Kosten entstehen, wenn dieser die Kommunikationsdienstleistung nutzt. Solche Abonnemente eignen sich besonders für Senioren, die die Dienstleistungen eher sporadisch nutzen.

9.7 Klimapioniere

Das Projekt Klimapioniere bietet Schulklassen vom Kindergarten bis in die Oberstufe die Möglichkeit, eigene Klimaschutzprojekte zu realisieren. Swisscom hat das Projekt Klimapioniere gemeinsam mit Solar Impulse und der Klimaschutzorganisation myclimate ins Leben gerufen. Es ist Swisscom ein wichtiges Anliegen, Kinder und Jugendliche zu ermutigen, selbst aktiv zu werden und dadurch einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten.

Die Initiative Klimapioniere hat zwei prominente Paten: Bertrand Piccard und André Borschberg. Die beiden planen für das Jahr 2015 die Erdumrundung in ihrem Solarflugzeug Solar Impulse. Sie wollen damit ein Zeichen für den Einsatz von erneuerbaren Energien setzen. Bis Ende 2013 haben 4'100 Klimapioniere über 190 Projekte in der ganzen Schweiz umgesetzt.

Siehe unter
www.klimapioniere.ch

9.8 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 zeigen, wie Cleantech (saubere Technologien) den Verbrauch der natürlichen Ressourcen und unsere Abhängigkeit von fossilen Energien verringert. Deshalb ist Swisscom seit 2009 nationale Telekommunikationspartnerin. Sie hat eine ultraleichte, energiesparende Kommunikationslösung entwickelt, die 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, die im Jahr 2015 geplant ist. Im Sommer 2013 hat die Solar Impulse während zwei Monaten die historische Überquerung der USA von Westen nach Osten bewerkstelligt. Dabei ist die gesamte Kommunikation über die Kommunikationslösung von Swisscom erfolgt.

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

10 Mitgliedschaften und Partnerschaften

10.1 Nachhaltiges Leben und Arbeiten

Swisscom arbeitet mit der Klimastiftung myclimate zusammen, um die Ökobilanz ihrer Produkte beziehungsweise Dienstleistungen zu erstellen. Die Stiftung myclimate ist ein Spin-off-Unternehmen der ETH Zürich. Sie nimmt international mittlerweile eine führende Position bei der CO₂-Kompensation ein. Sie verfügt zudem über ein umfassendes Wissen in der Erstellung von Ökobilanzen und in der Bewertung von Produkten.

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

Swisscom untersucht mit weiteren Partnern die Bedingungen für ein nachhaltiges Leben und Arbeiten und vermittelt der Öffentlichkeit die Erkenntnisse in ansprechender Form.

- Forschungsstiftung Mobilkommunikation (FSM): Die FSM ist eine gemeinnützige Stiftung und an der ETH angesiedelt. Sie unterstützt wissenschaftliche Forschung über Chancen und Risiken der Mobilkommunikation sowie die Publikation der Forschungsergebnisse in wissenschaftlichen Organen. Darüber hinaus fördert sie die interessensneutrale Vermittlung von Forschungsergebnissen und Beseitigung von Wissenslücken innerhalb der Gesellschaft. Swisscom unterstützt die FSM in ihrer Tätigkeit.
- Umwelt Arena: Swisscom ist Ausstellungspartnerin der Umwelt Arena, eines neu geschaffenen Kompetenzzentrums für Nachhaltigkeit in Spreitenbach (Kanton Aargau). Dabei begleitet sie die Besucher auf einer interaktiven Reise, die durch die Möglichkeiten eines nachhaltigen Lebensstils in Mobilität, Ernährung, Bauen, Energieversorgung, Kommunikation und anderem mehr führt. Die Besucher stossen unter anderem auf neue Swisscom Angebote in virtueller Mobilität, intelligenter Steuerung von Wohnungen «Smart Living» und dem Recycling von Mobiltelefonen. Ausserdem nutzt Swisscom die Umwelt Arena als Eventplattform für externe und interne Anlässe und ist die ICT-Partnerin der Umwelt Arena.

10.2 Nachhaltiger Ressourceneinsatz

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

- European Telecommunications Network Operators (ETNO), Working Group Sustainability: Als einer der ersten Telekommunikationsanbieter in Europa hat Swisscom bereits 1996 die Umweltcharta der ETNO und 2002 die Nachhaltigkeitscharta unterzeichnet.
- ETNO Energy Task Team: Swisscom nimmt am Energy Task Team teil, einer Arbeitsgruppe, in der sich europäische Telekomanbieter zusammengeschlossen haben. Die Arbeitsgruppe will Best-Practice-Lösungen zur Effizienzsteigerung im Netzbereich erarbeiten.
- 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.
- Schweizerische Vereinigung für ökologisch bewusste Unternehmensführung (ÖBU): Swisscom ist seit 1999 Mitglied.
- Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW): Swisscom ist der Energie-Agentur 2003 beigetreten und hat 2013 eine zweite Zielvereinbarung für die Steigerung der Energieeffizienz unterzeichnet. Die Zielvereinbarung reicht bis 2020.
- WWF Schweiz: Swisscom ist Mitglied der WWF Climate Savers.

- › Verein für umweltgerechte Elektrizität (VUE): Der VUE zertifiziert die Energieanlagen mit den Qualitätszeichen naturemade basic und naturemade star. Swisscom ist seit 2006 im Vorstand des VUE vertreten und gemäss internen Erhebungen der Swisscom einer der grössten Bezüger von naturemade star-Produkten der Schweiz.
- › Verein Energo – Verein zur Förderung der Energieeffizienz in Gebäuden: 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 (Settop-Boxen) in Europa sowie die freiwilligen Zielvereinbarungen für die Steigerung der Energieeffizienz der EnAW in der Schweiz. Weiter beteiligt sich Swisscom am Carbon Disclosure Project (CDP) und weiteren Ratings.

Um die Durchschlagskraft der Anforderungen, die Swisscom an die Corporate Responsibility in der Lieferkette stellt, kontinuierlich zu erhöhen, arbeitet Swisscom aktiv in den folgenden Initiativen mit:

- › Global e-Sustainability Initiative (GeSI): In der GeSI haben sich Unternehmen aus der ICT-Branche zusammengeschlossen, um das Thema Nachhaltigkeit voranzutreiben.
Siehe unter
www.gesi.org
- › EcoVadis (e-tasc powered by EcoVadis) – Self Assessment Tool for Accountable Supply Chains: Im Rahmen des Risikomanagementsystems verwendet Swisscom neu seit 2013 den Onlinefragebogen von EcoVadis zur Selbstdeklaration der Lieferanten.
- › Joint Audit Cooperation (JAC): In der JAC haben sich neun Telekommunikationsunternehmen zusammengefunden, um gemeinsam CR-Audits bei Lieferanten zu planen und durchzuführen.
- › 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 Treibhausgasemissionen ihrer Lieferanten herstellen.
Siehe unter
www.cdproject.net/en-US

10.3 Kommunikation für alle

Swisscom ergreift im Sinne des Gesetzgebers unterschiedliche Massnahmen, um der Gesellschaft zusätzlichen Mehrwert zu bieten. So arbeitet Swisscom mit spezialisierten Organisationen zusammen, um die individuellen Bedürfnisse spezieller Kundengruppen kontinuierlich besser zu verstehen. Diese Organisationen stehen Swisscom einerseits beratend zur Seite. Andererseits geniessen sie die Unterstützung von Swisscom, wenn es darum geht, die Informationsgesellschaft Schweiz zu verwirklichen. Vom gegenseitigen Austausch profitieren beide Seiten.

Die Formen der Zusammenarbeit mit einzelnen Organisationen, Institutionen oder öffentlichen Ämtern sind vielfältig und folgen den jeweiligen Zielen und Bedürfnissen:

- › Schweizerische Stiftung für audiovisuelle Bildungsinhalte (SSAB): Swisscom ist seit 2008 Mitglied der SSAB. Sie beteiligt sich an einem umfassenden Netzwerk, um Strategien und Lösungswege 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. Sie stellt in Form der Swisscom Arena jeweils eine zentrale Austauschplattform für Beiträge rund um die Bildungslandschaft und ihre Entwicklungstendenzen bereit.

- › Kinderschutz Schweiz: Swisscom und Kinderschutz Schweiz tauschen sich regelmässig zu relevanten Themen aus, die die Förderung der Medienkompetenz und die Ausgestaltung des Jugendmedienschutzes betreffen.
- › European Telecommunications Network Operators Association (ETNO): Schon im Jahr 2011 ist Swisscom 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 gezielt vor den negativen Auswirkungen neuer 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 rund um die Förderung der Medienkompetenz tätig sind. Swisscom unterstützt das Programm finanziell und durch Kommunikationsleistungen.

Projektbasierte Zusammenarbeit

- › Pro Senectute (Telefonketten, Tag des Alters)
- › Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB)
- › Zugang für alle (Wissensdatenbank, Experten für barrierefreies Internet)
- › Procap Schweiz (Dialogpartner im Bereich von Menschen mit Behinderungen und im Bereich des Corporate Volunteering)
- › Fondation Suisse pour les téléthèses (FST)

Mit den genannten Organisationen hat Swisscom im Jahr 2013 unterschiedliche Projekte vorangetrieben, die stets einen direkten Mehrwert im Umfeld der heutigen Informationsgesellschaft bieten.

Swisscom prüft Mitgliedschaften und Partnerschaften anhand transparenter Kriterien wie der thematischen Relevanz oder der nationalen Bedeutung der betreffenden Organisation.

10.4 Verantwortungsvolle Arbeitgeberin

Swisscom ist Mitglied in unterschiedlichen nationalen und internationalen Institutionen, die sich mit Themen aus dem Bereich Human Resources beschäftigen. Zu diesen Institutionen gehören beispielsweise:

- › 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 forscht im Feld der Best Practices in der Unternehmensführung.
- › Generation CEO: Generation CEO ist eine Initiative zur Förderung weiblicher Managementtalente.
- › Swiss Women Network (SWONET): Das Webportal SWONET vernetzt Schweizer Frauenorganisationen (bis Ende 2013).