

Corporate Responsibility

Mit Leidenschaft für unsere kommenden Generationen.

Corporate-Responsibility-Strategie



Nachhaltiges Leben
und Arbeiten

| Seiten 81–86



Nachhaltiger
Ressourceneinsatz

| Seiten 87–97



Kommunikation
für alle

| Seiten 98–102



Verantwortungs-
volle Arbeitgeberin

| Seiten 103–110

Corporate-Responsibility-Strategie	73 Umfeld und Grundlagen 74 Strategische Schwerpunkte 79 Corporate-Responsibility-Governance und Implementierung
Nachhaltiges Leben und Arbeiten	81 Umfeld und Ziele 82 Klimafreundliche Produkte und Dienste für Privatkunden 83 Green ICT für Geschäftskunden 85 Strahlungsarme Kommunikationstechnologien 86 Kundenzufriedenheit
Nachhaltiger Ressourceneinsatz	87 Umfeld und Ziele 88 Energieeffiziente Infrastruktur 91 Klima 93 Umweltkennzahlen Schweiz 94 Verantwortung von Swisscom in der Lieferkette 94 Lieferanten-Risikomanagement
Kommunikation für alle	98 Umfeld und Ziele 98 Grundversorgung 99 Datenschutz 99 Jugendmedienschutz und Förderung der Medienkompetenz 102 Initiative «Schulen ans Internet»
Verantwortungsvolle Arbeitgeberin	103 Umfeld und Ziele 104 Personalentwicklung 105 Personalbeschaffung 105 Beschaffung von Personal im Ausland 106 Gesundheit und Arbeitssicherheit 107 Diversity 109 Mitarbeitendenzufriedenheit 110 Die Mitarbeitenden in Zahlen
Innovation und Entwicklung	111 Innovation als offener Prozess 112 Spezifische Themenfelder für Innovationen in Swisscom 113 Laufende Innovationsprojekte
SGS-Zertifizierung	114 GRI-Nachhaltigkeitsbericht 2013 der Swisscom AG

Corporate-Responsibility-Strategie

Swisscom übernimmt Verantwortung – heute und morgen. Dabei orientiert sie sich an ihrer Corporate-Responsibility-Strategie (CR-Strategie), die aus vier Schwerpunktthemen besteht. Im Jahr 2013 hat Swisscom die Verzahnung von CR- und Unternehmensstrategie vorangetrieben.

Umfeld und Grundlagen

Faktoren der nachhaltigen Verantwortung

- > Die Wahrnehmung der unternehmensrelevanten Bedürfnisse der Kunden und der Anspruchsgruppen
- > Die Integrität des Unternehmens und ein ganzheitliches Denken



Positionierung als führendes Unternehmen

- > Langfristiger wirtschaftlicher Erfolg des Unternehmens
- > Ökologische Vorreiterrolle sowie Unterstützung der Kunden bei klimafreundlichem Verhalten durch entsprechende Produkte und Dienstleistungen
- > Sozialverantwortliches Handeln und Themenführerschaft bei der Förderung der Medienkompetenz und beim Jugendschutz
- > Attraktive und sozialverantwortliche Arbeitgeberin



Strategische Schwerpunkte

- >  Nachhaltiges Leben und Arbeiten
- >  Nachhaltiger Ressourceneinsatz
- >  Kommunikation für alle
- >  Verantwortungsvolle Arbeitgeberin



Umsetzungsschwerpunkte

- 2014**
 - > Verzahnung der Corporate-Responsibility-Strategie mit der Unternehmensstrategie und Verknüpfung mit dem Kerngeschäft
 - > Differenzierung am Markt
- 2020**
 - > Erarbeitung der Zielsetzung 2020

Nachhaltigkeit hat bei Swisscom einen hohen Stellenwert. Es gilt Ressourcen, darunter besonders Energie, schonend zu nutzen und eine diesem Anspruch gerecht werdende Kommunikation zu gewährleisten. Die spezielle Stellung von Swisscom als nationale Infrastrukturanbieterin sowie die Erwartungen der massgeblichen Anspruchsgruppen – das heisst der Kunden, der Mitarbeitenden und des Bundes in seiner Rolle als Hauptaktionär und als Gesetzgeber – stellen hinsichtlich der Nachhaltigkeit hohe Anforderungen an Swisscom. Nachhaltiges Wirtschaften und langfristige Verantwortung sind deshalb zentrale Werte, zu denen sich Swisscom bekennt. Sie kommen in der Unternehmensstrategie zum Ausdruck und werden in der CR-Strategie vertieft dargestellt. Im Berichtsjahr hat Swisscom die Integration der Corporate Responsibility, vor allem bei ökologischen und sozialen Gesichtspunkten, weiter vorangetrieben. Darüber hinaus stand die Ausweitung der CR-Strategie auf die Swisscom Tochter Fastweb auf der Agenda.

Strategische Schwerpunkte

Siehe Bericht
Seite 26

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. Konkret baut Swisscom auf den folgenden vier strategischen Schwerpunkten auf:

Nachhaltiges Leben und Arbeiten



Swisscom unterstützt ihre Kunden in einem nachhaltigen Lebens- und Arbeitsstil.

Swisscom unterstützt ihre Kunden im Bestreben, Ressourcen zu schonen. Dank Green ICT reduzieren Unternehmen ihren Energiebedarf und den CO₂-Ausstoss massiv: Videokonferenzen und Home-Office-Lösungen sparen Reisezeit und Reisekosten. Gebäude und Netze lassen sich dank ICT-Lösungen energieeffizient steuern. Swisscom ermöglicht Unternehmen einen Green-ICT-Check und lässt sie damit einfach ihr Einsparpotenzial erfassen. Ebenso bietet Swisscom Privatkunden von der Online-Rechnung bis hin zum Recycling von Mobilfunkgeräten zahlreiche Möglichkeiten, auf ihren ökologischen Fussabdruck zu achten.

Beispiel aus dem Zielkatalog:

Swisscom will jährlich den Umsatz mit Green-ICT-Dienstleistungen um 10% erhöhen.

Nachhaltiger Ressourceneinsatz



Die natürlichen Ressourcen nachhaltig nutzen: Swisscom arbeitet gemeinsam mit ihren Lieferanten an der Umsetzung höchster Standards.

Swisscom zählt zu den zehn grössten Strombezügern der Schweiz. Sie steigert kontinuierlich ihre Stromeffizienz. Sie deckt 100% ihres Strombedarfs aus einheimischer erneuerbarer Energie und ist schweizweit einer der grössten Bezüger von Wind- und Sonnenstrom. Seit 1998 hat Swisscom den CO₂-Ausstoss ihrer Fahrzeuge und Gebäude mehr als halbiert. Swisscom fordert von den Lieferanten die Einhaltung hoher ökologischer und sozialer Standards.

Beispiel aus dem Zielkatalog:

Swisscom will die Energieeffizienz bis 2015 gegenüber dem Referenzjahr 2010 um 25% verbessern.

Kommunikation für alle



Swisscom setzt sich dafür ein, dass alle Menschen in der Schweiz die digitalen Medien sicher nutzen.

Swisscom verschafft allen Menschen in der Schweiz Zugang zu digitalen Medien und unterstützt sie dabei, diese Medien verantwortungsvoll zu nutzen. Bis heute hat Swisscom 6'600 Schulen kostenlos ans Internet angeschlossen und in Kursen über 100'000 Einsteiger in die digitale Welt eingeführt. Zudem unterstützt Swisscom den Jugendmedienschutz durch technische Produkte und Angebote, die die Medienkompetenz fördern.

Beispiel aus dem Zielkatalog:
Swisscom führt jährlich 800 Kurse (rund 15'000 Schüler) durch, um die Medienkompetenz von Jugendlichen zu erhöhen.

Verantwortungsvolle Arbeitgeberin



Swisscom ist einer der beliebtesten Arbeitgeber der Schweiz. Sie handelt sozial verantwortlich.

Swisscom bietet ihren Mitarbeitenden Möglichkeiten zur Entfaltung und fördert die Life 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:
Im Rahmen der Diversity will Swisscom mittelfristig den Frauenanteil im Management auf 20% erhöhen.

Die wichtigsten Kennwerte der CR-Ziele von Swisscom

Schwerpunkt der CR-Strategie	Ziele im Berichtsjahr Zukünftige Ziele	Status/Massnahmen Das Ziel gilt als erreicht innerhalb einer Toleranz von 5%, als nicht erreicht oder als übertroffen ausserhalb der Toleranz
Management/Governance		
Systemgrenzen/Datenerfassung Detaillierung der Systemgrenzen und Integration neuer Firmen in die Datenerfassungssysteme für die Nachhaltigkeitsberichterstattung KPI: Abdeckungsgrad der Managementsysteme und Kennzahlen innerhalb der Systemgrenze	2013: Integration in Prozesse 2014: Umgesetzt, kein weiteres Ziel	Ziel 2013 erreicht Detaillierte Liste der Konzernfirmen laufend aktualisiert Massnahme 2014: > Weitere Integration in Prozesse Akquisition und Mutation
Anti-Korruption (GRI-SO2) KPI: Durchführung von Schulungen zur Anti-Korruptions-Weisung	2013: Schulung integrieren in Compliance-Prozess 2014: Umgesetzt, kein weiteres Ziel	Ziel 2013 erreicht > Schulungen in Compliance-Prozess integriert > 2013 für Führungskräfte als E-Learnings durchgeführt > Weitere Schulungen werden im Rahmen des Compliance-Prozesses durchgeführt
Nachhaltiges Leben und Arbeiten		
Umsatzsteigerung auf Green ICT-Portfolio (GRI-EN26) Klimafreundliche Produkte und Dienste für Geschäftskunden (B2B) KPI: Umsatzsteigerung auf definierten Green ICT-Portfolio	2013: +10% gegenüber Vorjahr 2014: +10% gegenüber Vorjahr	Ziel 2013 nicht erreicht (-6%) > Rückgang durch Sondereffekt (einmaliger Umsatz mit Grosskunde aus dem Vorjahr) geprägt > Umsatz mit einzelnen Services ist jedoch mehrheitlich gestiegen gegenüber Vorjahr Massnahmen 2014: > Weitere Förderung der klimafreundlichen Angebote > Erteilung von weiteren Green ICT-Zertifikaten > Projektpartnerschaften mit NGO
Ausbau des Portfolios von klimafreundlichen Produkten und Diensten (GRI-EN26) KPI: Anzahl von myclimate (NGO) zertifizierten Angeboten	2013: Privatkunden: 3 Geschäftskunden: 19 2014: Privatkunden: 3 Geschäftskunden: 32	Ziel 2013 Privatkunden nicht erreicht (1) Ziel 2013 Geschäftskunden übertroffen (30) Massnahmen 2014: > Evaluation geeigneter Produkte oder Neukonzeption von geeigneten Produkten und Diensten > Bestimmung Umweltverbesserung gegenüber Standardprodukten > Bestehendes Portfolio: www.swisscom.ch/myclimate
Handy-Rücknahme (GRI-EN26) Wiederverwendung/Recycling von nicht mehr verwendeten Handies KPI: Rücklaufquote (Prozentsatz von zurückgegebenen Geräten im Vergleich zur Anzahl verkaufter Geräte)	2013: 14% 2014: 12%	Ziel 2013 nicht erreicht (9,8%) Nationale Sammelaktion «Swisscom Mobile Aid» blieb unter den Erwartungen Massnahmen 2014: > Steigerung Rücknahmequote gegenüber 2013 durch «buy-back»-Programme und weitere Massnahmen
Reduktion Papierverbrauch (GRI-EN26) KPI: Anteil von Privatkunden, die Online-Rechnung nutzen	2015: 30%	Erreichter Anteil 2013: 18,3% Massnahmen 2014: > Weitere Förderung der Online-Rechnung > Direct Mails für geeignete Kundensegmente > Gemeinsame Aktion mit WWF Schweiz
Schulung Touch Point- (Shop-/Call-Center-) Mitarbeitende (GRI-EN26) Schulung von Shop- und Call-Center-Mitarbeitenden zu Kundenanliegen/Botschaften aus dem Bereich Umwelt/Soziales KPI 2013: Lehrgang zu Corporate Responsibility (CR)	2013: Lehrgang aufgebaut und erstmalig durchgeführt 2014: Weiterführung Lehrgang	Ziel 2013 erreicht Lehrgang durchgeführt Massnahme 2014: > Weiterführung Lehrgang
Nachhaltiger Ressourceneinsatz		
Erneuerbare Energie (GRI-EN4) KPI: Abdeckungsgrad des Strombedarfs durch erneuerbare Energien	2013: 100% 2014: 100%	Ziel 2013 erreicht (100%) Massnahmen 2014: > Einkauf erneuerbarer Energien (Strom) > Kompensierung mit Zertifikaten > Verifizierung durch WWF Schweiz > Erhöhung eigener Stromproduktion (Photovoltaik)
Energieeffizienz (GRI-EN6) Laufende Steigerung der Energieeffizienz KPI: Steigerung der Energieeffizienz EF Basis 1.1.2010 > GEV = Gesamtenergieverbrauch > ESP = kumulierte Energieeinsparungen $EF = \frac{GEV + \sum ESP}{GEV}$ Quelle: adaptiert aus der Richtlinie des BAFU	2015: +25% gegenüber 1. Januar 2010	Erreichte Effizienzsteigerung 2010–2013: +21% Massnahmen 2014: Weitere Umsetzung der Spar- und Effizienzmassnahmen u.a.: > Einsatz Kühlmethode Mistral (Frischlufkühlung) > Rückbau und Technologieverbesserungen > Abschluss der Umstellung des Mobilnetzes > Effizienzsteigerung in Rechenzentren > Virtualisierung Server
Reduktion direkter CO₂-Ausstoss (GRI-EN18) Fokus auf direkte Emissionen aus fossilen Energieträgern (Scope 1) KPI: CO ₂ -Ausstoss aus Brennstoff- und Treibstoffverbrauch	2015: -12% gegenüber 1. Januar 2010	Erreichte Reduktion 2010–2013: -3,9% > Mehrbedarf an Flächen und Erhöhung der gefahrenen Kilometer haben Reduktionsmassnahmen mehrheitlich kompensiert > relative Energiekennzahlen jedoch deutlich verbessert Massnahmen 2014: > Umsetzung weiterer Effizienzmassnahmen > Weitere Umsetzung der Beschaffungsroadmap (Fahrzeuge)

Schwerpunkt der CR-Strategie	Ziele im Berichtsjahr Zukünftige Ziele	Status/Massnahmen Das Ziel gilt als erreicht innerhalb einer Toleranz von 5%, als nicht erreicht oder als übertroffen ausserhalb der Toleranz
Optimierung CO₂-Ausstoss Fahrzeugflotte (GRI-EN29) Fokus auf direkte Emissionen aus fossilen Energieträgern (Scope 1) KPI: Durchschnittswert des CO ₂ -Ausstosses pro Personenwagen in g CO ₂ /km	2013: 128 g CO ₂ /km 2014: 120 g CO ₂ /km 2015: 110 g CO ₂ /km	Ziel 2013 übertroffen (123 g CO₂/km) Massnahme 2014: > Weitere Umsetzung der Beschaffungsroadmap
Verantwortung in der Lieferkette		
Risikobeurteilung der Lieferpartner aus Warengruppen mit mittlerem Risikoprofil (800 Lieferpartner) (GRI-HR2) KPI: Anteil Lieferpartner, bei denen eine Risikobeurteilung erfolgte (in % der Gesamtzahl Lieferpartner aus Warengruppen mit mittlerem Risikoprofil)	2013: 35% (280) 2014: Neubeurteilung	Ziel 2013 erreicht (35%/280) Massnahmen 2014: > Neubeurteilung der Warengruppen (auf Basis der Warengruppen-Strategie) und der Lieferpartner mit mittlerem Risikoprofil > Quantifizierung erfolgt nach Neubeurteilung der Warengruppen
Überprüfung der Lieferpartner aus Warengruppen mit mittlerem Risikoprofil (GRI-HR2) KPI: a) Anzahl Lieferpartner mit einem hohen Risikoprofil, die auditiert worden sind (Audits) b) Anzahl Lieferpartner mit einem mittleren Risikoprofil, die eine Selbstdeklaration durchgeführt haben	2013: a) 4 b) 30 2014: a) 4+50 durch JAC b) 30	Ziele 2013 a) nicht erreicht (2) , 1 Audit verschoben, 1 Audit annulliert; weitere 38 Audits im Rahmen von JAC durchgeführt b) übertroffen (70) , davon 35 aus dem Segment mittleres Risikoprofil Massnahmen 2014: a) Durchführung von Audits; Intensivierung der Zusammenarbeit im Rahmen JAC b) Selbstdeklaration von 30 ausgewählten Lieferanten mit unterschiedlichen Risikoprofilen
Neu: Überprüfung der strategisch wichtigen Lieferpartner hinsichtlich der Transparenz von Treibhausgas-Emissionen KPI: Anzahl Key Suppliers, die ihre Umweltdaten via CDP offenlegen CDP = Carbon Disclosure Project	2014: 40 (kumuliert)	Ausgangswert 2013: 27 Massnahme 2014: > Förderung der Teilnahme an CDP durch Kampagnen
Implementierung der Swisscom CR-Vorgaben (GRI-HR2) KPI: Anteil am Bestellvolumen, welches mit Lieferpartnern generiert wird, die die CR-Vorgaben unterzeichnet haben	2013: 95% 2014: Erreicht, kein weiteres Ziel	Ziel 2013 erreicht (95%) Massnahme 2014: > Fokussierung auf Spezialfälle
Kommunikation für alle		
Förderung der Medienkompetenz: Medienkurse für Eltern und Lehrpersonen (GRI-PR6) KPI: Anzahl der externen Teilnehmer an den angebotenen Medienkursen	2013: 5'000 2014: 6'500	Ziel 2013 übertroffen (5'741) Massnahmen 2014: > Erweiterung des Angebotes mit Online-Plattformen > Weitere Vermarktung des Angebotes
Förderung der Medienkompetenz: Medienkurse für Schüler (Oberstufe) (GRI-PR6) KPI 2013: Anzahl Schüler	2013: 15'000 2014: 15'500	Ziel 2013 nicht erreicht (13'305 Schüler) Programm gegenüber Vorjahr dennoch gewachsen Massnahmen 2014: > Weiterentwicklung des Kursangebotes > Intensivierung der Kommunikation
Förderung der Medienkompetenz: Anwenderkurse für Senioren (GRI-PR6) KPI: Anzahl Teilnehmende	2013: 14'000 2014: 14'000	Ziel 2013 erreicht (14'500) Hinweis: Ursprüngliches Ziel im 2. Quartal aus Ressourcengründen reduziert Massnahmen 2014: > Weiterentwicklung des Kursangebotes > Intensivierung der Kommunikation
Zugang für alle (Accessibility) (GRI-SO1) Verbesserung der Barrierefreiheit des Online-Auftritts von Swisscom KPI: Erreichung AA-Einstufung gemäss Web Content Accessibility Guidelines WCAG	2013: AA-Einstufung für Online-Auftritt 2014: AA-Einstufung für Online-Auftritt	Ziel 2013 verzögert Verschiedene Massnahmen zur Barrierefreiheit (Stufe AA) umgesetzt Massnahmen 2014: > Umsetzung weiterer Massnahmen zur Barrierefreiheit (Konformität WCAG2.0 AA)
Verantwortungsvolle Arbeitgeberin		
Diversity (GRI-LA1) Erhöhung des Frauenanteils im Management KPI: Frauenanteil im Management (Konzernleitung und sämtliche Management-Level)	Mittelfristig: 20%	Ausgangswert 2010: 9,9% Wert 2013: 11,8% Massnahmen 2014: > Spezielle Mentoringprogramme/Coaching > Transparentes und gezieltes Recruiting > Frauennetzwerke > Talent-Management und Nachfolgeplanung
Betriebliches Gesundheitsmanagement (GRI-LA7) Konstante oder reduzierte Absenzenquote der Mitarbeitenden gegenüber dem Vorjahr KPI: Absenzen in Tagen/Solltage (gewichtet nach FTE) x 100 Die Solltage ergeben sich aus der Standardarbeitszeit	Jährlich: Konstante oder reduzierte Absenzenquote gegenüber dem Vorjahr	Wert 2012: 2,9% Ziel 2013 erreicht (2,9%) Hinweis: Ursprüngliches Ziel im 3. Quartal überarbeitet und neu formuliert Massnahmen 2014: > Weitere Professionalisierung Case-Management > Verankerung der individuellen Prävention – Vorgesetzte und Mitarbeitende
Corporate Volunteering (GRI-LA) KPI: Anzahl Einsatztage	2013: 1'000 Tage 2014: 1'400 Tage	Ziel 2013 übertroffen (1'330 Tage) Massnahmen 2014: > Ausbau des Einsatzes von Corporate Volunteering, u.a. als Personal-Entwicklungsinstrument → Skills based Volunteering (kompetenz- und wissensorientierte Einsätze)

Weitere Informationen zum Engagement (GRI-Anhang)

Über die aufgeführten Schwerpunktthemen hinaus setzt sich Swisscom in unterschiedlichen gesellschaftlichen und kulturellen Bereichen ein und fördert Innovation und Entwicklung. Weitere Einzelheiten zum Engagement von Swisscom sowie vertiefende Informationen zu diesem Geschäftsbericht sind dem entsprechenden GRI-Anhang zu entnehmen. Der GRI-Anhang enthält unter anderem vertiefte Angaben zu Berichtsgrenzen, Governance, Kundenorientierung, den vier Schwerpunktthemen von Swisscom, weiteren umweltrelevanten Gesichtspunkten im operationellen Betrieb sowie Mitgliedschaften und Partnerschaften. Er ist nur online abrufbar.

Siehe Anhang unter
www.swisscom.ch/gri-2013

Verantwortung von Swisscom gegenüber der Öffentlichkeit

Engagements und Mitwirkung

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

- > Nachhaltiges Handeln der ICT-Branche
- > ICT im Bildungswesen
- > Verbesserung des Kundendienstes (zum Beispiel hinsichtlich des Konsumentenschutzes)
- > Flächendeckende Versorgung der Schweiz mit Mobilfunk- und Breitbandinfrastruktur
- > Verbesserung von Kundeninformationssystemen (zum Beispiel Informationen zu Mobilfunkangeboten für Kunden im Ausland)
- > ICT und Energiewende

Swisscom hat im Berichtsjahr wie im Vorjahr auf Bundesebene im Rahmen von Vernehmlassungen Stellungnahmen zur vorgeschlagenen Kartellrechtsrevision sowie zur Revision des Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen (RTVG) eingereicht. Im abgelaufenen Geschäftsjahr sind die vorbereitenden Arbeiten zur geplanten Revision des Bundesgesetzes betreffend die Überwachung des Post- und Fernmeldeverkehrs fortgeschritten. In der laufenden Vernehmlassung hat Swisscom eine eigene Stellungnahme verfasst sowie in Zusammenarbeit mit dem Branchenverband asut eine Stellungnahme des Verbandes mitverfasst. Diese Stellungnahmen sind auf der Webseite der zuständigen Behörden abrufbar.

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

Die Stellungnahmen beruhen auf folgendem Grundsatz: Swisscom fördert die Selbstregulation und den Wettbewerb 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 und die eigenen Vorstellungen wiedergeben. Swisscom unterhält transparente und vertrauensvolle Beziehungen zu Politik, Behörden und Gesellschaft. Durch die Mitwirkung an öffentlichen Anhörungen und Veranstaltungen sowie durch schriftliche Stellungnahmen positioniert sich Swisscom im politischen Umfeld. Rechtswidrige oder ethisch fragwürdige Praktiken zur Beeinflussung von Meinungsträgern lehnt Swisscom ab. Zudem ist Swisscom politisch und konfessionell neutral und unterstützt finanziell keine Parteien.

Interessen bündeln in Verbänden

Swisscom engagiert sich in unterschiedlichen Branchenverbänden: economiesuisse, SwissHoldings, ICT Switzerland, Glasfasernetze Schweiz und asut. Im Vorstand ist Swisscom bei economiesuisse, Glasfasernetze Schweiz und asut vertreten. Dabei fordert Swisscom stabile regulatorische und rechtliche Rahmenbedingungen, auf die sich der in Zukunft weiterhin kostspielige Ausbau der Infrastruktur stützen kann. 2013 hat Swisscom rund CHF 1,7 Milliarden in die Schweizer Infrastruktur investiert.

Mitgliedschaften und Partnerschaften

Swisscom arbeitet als Vereinsmitglied oder projektspezifisch mit unterschiedlichen Partnern zusammen und widmet sich dabei spezifischen Themen aus ihren vier strategischen Schwerpunkten:

- > **Nachhaltiges Leben und Arbeiten:** Klimastiftung myclimate; Forschungstiftung Mobilkommunikation
- > **Nachhaltiger Ressourceneinsatz:** Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW); WWF Schweiz; Global e-Sustainability Initiative (GeSI); Joint Audit Cooperation (JAC) und Carbon Disclosure Project (CDP) – Supply Chain Modul

- > **Kommunikation für alle:** Kinderschutz Schweiz; Bundesamt für Sozialversicherungen (BSV) – Nationales Programm zur Förderung der Medienkompetenz und der Stiftung Zugang für alle
- > **Verantwortungsvolle Arbeitgeberin:** Swiss Women Network; Schweizerischer Arbeitgeberverband

Weitere Partnerschaften sind im GRI-Anhang zum Geschäftsbericht erläutert.

Corporate-Responsibility-Governance und Implementierung

Verankerung in der Strategie

Der Verwaltungsrat von Swisscom bekennt sich zu einer an Nachhaltigkeit orientierten Strategie. Er behandelt im Plenum beziehungsweise in seinen unterschiedlichen Ausschüssen die relevanten ökonomischen, ökologischen und gesellschaftlichen Themen. Dabei hat er die Umsetzung der Strategie an den CEO 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 ist für die Steuerung der CR-Strategie verantwortlich.

Verantwortung des Verwaltungsrats

Der Verwaltungsrat ist für die Genehmigung der langfristigen CR-Strategie zuständig. Er hat die vorliegende Governance sowie die Ziele 2014 zur Kenntnis genommen und die strategischen Schwerpunkte verabschiedet. Der Verwaltungsrat wird im Rahmen eines Quartalsreportings über den Fortschritt bei der Umsetzung der CR-Strategie und die Zielerreichung informiert. Der Verwaltungsrat entscheidet ferner über die Ausweitung des Anwendungsbereichs der CR-Strategie etwa 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 Entwicklungen
- > Ein Quartalsreporting mit den wichtigsten KPI aus den Schwerpunktthemen der CR-Strategie
- > Ein Quartalsreporting des Risk Managements

Für die Schwerpunktthemen der CR-Strategie sind im März 2011 Konzernleitungsmitglieder respektive Mitglieder der Geschäftsleitung von Swisscom Schweiz als interne Sponsoren nominiert worden. 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:** Leitung Group Communications & Responsibility
- > **Nachhaltiges Leben und Arbeiten:** Leiter Privatkunden, Leiter Kleine und Mittlere Unternehmen, Leiter Grossunternehmen sowie CEO Swisscom IT Services
- > **Nachhaltiger Ressourceneinsatz:** Leiter Netz & IT sowie CFO Swisscom AG
- > **Kommunikation für alle:** Leiter Privatkunden
- > **Verantwortungsvolle Arbeitgeberin:** Leiter Group Human Resources

Diese Festlegungen von Verantwortungsbereichen stellen sicher, dass die Schwerpunktthemen im Unternehmen stark und verbindlich verankert sind.

Rolle von Group Communications & Responsibility

Der Konzernbereich Group Communications & Responsibility beziehungsweise das diesem Bereich angegliederte zentrale CR-Team koordiniert die Umsetzung der CR-Strategie und nutzt Synergien über die Unternehmensbereiche hinweg. Die konkreten Aufgaben des CR-Teams sind:

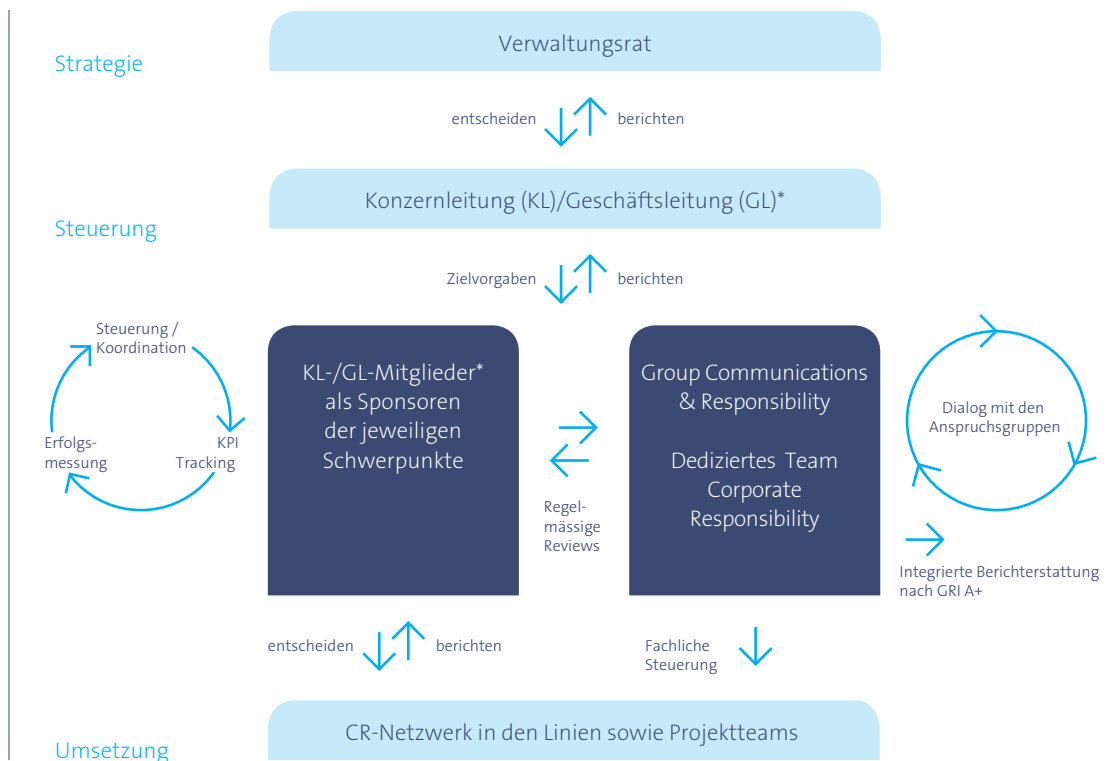
- > Erarbeitung der CR-Strategie (Zielsetzung/Schwerpunkte) in Zusammenarbeit mit Linien- und Supporteinheiten
- > Unterstützung der Sponsoren aus der Konzern- und Geschäftsleitung
- > Koordination der Umsetzung der Strategie und Initiierung von Massnahmen
- > Erarbeitung von Vorgaben zur Umsetzung der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

Linieneinheiten und Corporate-Responsibility-Netzwerk

Die Umsetzung von Massnahmen findet je nach Schwerpunktthema in Projektteams beziehungsweise Linieneinheiten statt. Pro Unternehmensbereich sind weitere Managementmitglieder bestimmt, die auf operativer Ebene in enger Zusammenarbeit mit dem CR-Team die Massnahmen umsetzen. Mindestens einmal jährlich findet eine Veranstaltung für alle Mitglieder des CR-Netzwerks statt. Diese Veranstaltung dient dem Informationsaustausch und der Erarbeitung neuer Themen.

Mitglieder in der Konzernleitung in der Verantwortung

Die Grafik veranschaulicht, dass die Konzern- und Geschäftsleitungsmitglieder eine beratende und begleitende Rolle für die Linieneinheiten einnehmen.



* Neue Struktur der Leitung ab 1.1.2014

Nachhaltiges Leben und Arbeiten



Swisscom unterstützt ihre Kunden in einem nachhaltigen Lebens- und Arbeitsstil. Zu ihrem Angebot gehören klimafreundliche, strahlungsarme Produkte und Dienstleistungen für Privatkunden sowie Green-ICT-Dienste für Geschäftskunden.

Umfeld und Ziele

Der ICT-Branche kommt bei der Reduktion der CO₂-Emissionen eine Schlüsselrolle zu. Wie eine Studie der Global e-Sustainability Initiative belegt, kann die Branche dazu beitragen, die CO₂-Emissionen weltweit um rund 16% zu reduzieren. Dieses Potenzial zur Reduktion entspricht rund dem Siebenfachen der CO₂-Emissionen, die von der ICT-Branche selbst verursacht werden.

Ganz unterschiedliche ICT-Lösungen tragen zur Verminderung der CO₂-Emissionen bei. Beispielsweise gestatten Videokonferenzen den Verzicht auf Reisen. Kommunikationsdienstleistungen ermöglichen die Arbeit im Home Office. Ebenso leisten optimierte Fahrzeugflotten, energieeffiziente Dienste von Rechenzentren oder die intelligente Steuerung von Häusern, Geräten oder Stromnetzen ihren Beitrag, mittels ICT-Technologie CO₂-Emissionen zu verringern und Energie zu sparen. Swisscom ist sich der Verantwortung der ICT-Branche bewusst, Ressourcen effizient einzusetzen und nachhaltige Lebens- und Arbeitsstile zu fördern. Sie unternimmt zahlreiche Initiativen, ihre Angebote immer ressourcenschonender und energieeffizienter zu gestalten. Zudem bietet Swisscom Produkte und Dienstleistungen an, die ihre Kunden dabei unterstützen, CO₂-Emissionen zu verringern und Energie zu sparen.

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

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

Produktinnovation ökologisch und sozial verträglich gestalten

Die CR-Strategie ist in den Prozess der Produktgestaltung fest integriert. Während der Produktgestaltung wird mittels einer CR-Checkliste erhoben, wie sich neue Produkte auf die vier Schwerpunktthemen der CR-Strategie auswirken. Sofern sich erhebliche Auswirkungen abzeichnen, leitet Swisscom geeignete Massnahmen ein.

Anzahl klimafreundliche Produkte mit Klimaempfehlungen
Im Portfolio sind

30 Produkte

Wiederverwertung von Mobilfunktelefonen Swisscom Mobile Aid
Im Jahr 2013 zurückgenommene Geräte

149 Tausend

Klimafreundliche Produkte und Dienste für Privatkunden

Angebot für Privatkunden

Das Privatkundensegment von Swisscom Schweiz hat im Berichtsjahr das kundenorientierte Programm für nachhaltiges Leben und Arbeiten vorangetrieben. Dieses Programm optimiert die Produkte und Dienste hinsichtlich ökologischer Gesichtspunkte (etwa Strahlung und Energieeffizienz) und stellt eine transparente Kommunikation für Privatkunden her.

Wie die in den vorangegangenen Jahren erstellten Ökobilanzen übereinstimmend belegen, sind die folgenden drei Faktoren für die Umwelteinwirkung von Netzen und Endgeräten relevant:

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

Messbare Erfolge des Programms im Berichtsjahr sind:

- > **BeSmart:** Der durch die Tochterfirma Swisscom Energy Solutions lancierte Dienst BeSmart erlaubt es Privatkunden, ihre Wärmepumpen, Elektroheizungen und – falls vorhanden – Boiler fernzusteuern und bei Störungen dieser Anlagen frühzeitig alarmiert zu werden. Zudem vergleicht BeSmart die Energieeffizienz von Heizungsanlagen entsprechender Gebäude. BeSmart ist für Privatkunden kostenlos. Der Dienst hat zum Ziel, Regelenergie für den Ausgleich von Schwankungen im Schweizer Strommarkt zu gewinnen. So kann eine grosse Anzahl an Wärmepumpen und Elektroheizungen einen Pool bilden und mitwirken, das Stromnetz zu stabilisieren. Damit leistet BeSmart einen wichtigen Beitrag, um einen deutlich erhöhten Anteil an veränderlichen Energiequellen wie Wind- und Sonnenenergie in die Stromversorgung einzubinden.
- > **1-Watt-Settop-Box:** Seit November 2012 liefert Swisscom alle neuen TV-Settop-Boxen und Boxen, die ausgetauscht werden müssen, mit voreingestelltem Stromsparmmodus. Diese Geräte haben im tiefsten Standby-Modus einen Stromverbrauch von nur noch 0,4 Watt, was einer durchschnittlichen Energieersparnis von 50% entspricht. Für die Kunden ergeben sich – abgesehen von einer etwas verlängerten Aufstartzeit – keinerlei Nachteile.
- > **Ecomode plus:** Durch Ecomode plus strahlen Schnurlostelefone nur noch minimal. Mittlerweile sind fast alle von Swisscom verkauften Schnurlostelefone Ecomode-plus-Modelle.

Swisscom macht bestehende Kunden auf die folgenden Möglichkeiten des Energiesparens aufmerksam:

- > **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 regt die Kunden dazu an, sich zu informieren und ihre zu Hause genutzten Modems und Router sowie TV-Settop-Boxen energieoptimiert einzustellen. Swisscom unterstützt die Kampagne mit gezielten Mitteilungen an ihre Kunden und illustriert über ihre Webseite die Möglichkeiten der energieoptimierten Einstellungen.
- > **Umweltpunkte neu auch auf Festnetzgeräten:** Festnetz- und Mobilfunkgeräte der einzelnen Hersteller unterscheiden sich nicht nur in Design und Leistung, sondern ebenso in ihrer Umweltverträglichkeit. Den Kunden sind Informationen zum Stromverbrauch oder zu den für die Herstellung eines Geräts verwendeten Rohstoffen bisher nur schwer zugänglich. Um mehr Transparenz zu schaffen, hat Swisscom im Jahr 2011 als erste Anbieterin in der Schweiz die Umweltpunktebewertung eingeführt. Hierbei werden alle Geräte aus dem Swisscom Angebot nach den folgenden drei gleich stark gewichteten Kriterien mit Punkten bewertet: geringer Stromverbrauch, geringe Herstellungsenergie sowie verantwortungsvolle Rohstoffwahl. Die Umweltpunkte beschränken sich auf ökologische Gesichtspunkte. Mittels der Umweltpunkte können Kunden die Umweltverträglichkeit eines Geräts künftig bei ihren Kaufentscheidungen berücksichtigen. 2013 hat Swisscom die Umweltpunktebewertung weiterentwickelt. Neu profitieren die Swisscom Kunden beim Kauf von Festnetzgeräten von einer unabhängigen Bewertung von myclimate.
- > **Recycling von Endgeräten:** Swisscom gewährt auf alle Endgeräte wie Telefone, Modems, Mobilfunktelefone oder Mobile-Unlimited-USB-Modems eine Zweijahresgarantie und bietet Reparaturdienste an. Swisscom nimmt zudem alle Elektronikgeräte zurück, die aus ihrem Sortiment stammen, und verwendet, wenn möglich, die Router wieder. Diese Recycling-Dienstleistung erfolgt in Zusammenarbeit mit SWICO-Recycling – der Kommission für das Recycling


Siehe unter
www.be-smart.ch


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


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

Siehe unter
www.swico.ch

des schweizerischen Wirtschaftsverbands der Informations-, Kommunikations- und Organisationstechnik. Sie wird durch eine vorgezogene Recyclinggebühr ermöglicht. Eine Statistik zum Recycling ist bei SWICO erhältlich.

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

- > **Swisscom Mobile Aid:** 2013 hat Swisscom rund 149'000 Mobilfunkgeräte zurückgenommen und viele davon über ein Drittunternehmen in Länder verkauft, 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 reduzierte sich im Vergleich zum Vorjahr. Die Sammelaktion, die Ende 2013 schweizweit in Zusammenarbeit mit Valora, SOS-Kinderdorf und dem Medienpartner Ringier lanciert worden ist, hat die Erwartungen nicht erfüllt. Die Schweizer Bevölkerung zeigt sich in erfreulich hohem Masse bereit, ihre alten Mobilfunkgeräte zu spenden. Die Rücklaufquote hat im Jahr 2013 9,8% (Vorjahr 11,4%) betragen.

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

- > **Online-Rechnung:** Die Online-Rechnung entwickelt sich immer mehr zur attraktiven, umweltfreundlichen Alternative zur Rechnung auf Papier. Der Anteil von Kunden, die sich für die Online-Rechnung entschieden haben, ist von 15% im Jahr 2012 auf 18,3% per Ende 2013 gewachsen. Um die Attraktivität der Online-Rechnung weiter zu erhöhen, hat Swisscom unterschiedliche Massnahmen ergriffen. Diese Massnahmen legen dem Kunden nahe, dass die Online-Rechnung nicht nur der Umwelt nützt, sondern dem Kunden dank der einfachen Abwicklung auch Kosten und Zeit spart. So hat Swisscom beispielsweise Anfang 2013 gemeinsam mit dem WWF eine grosse gemeinsame Aktion durchgeführt und dabei 47'000 neue Kunden bewegt, auf Papierrechnungen zu verzichten.

Siehe unter
www.wwf.ch

- > **Information und Sensibilisierung der Kunden und breiten Bevölkerung:** 2013 hat Swisscom ihre Partnerschaft mit dem WWF Schweiz ausgebaut. Sie ist neu Hauptsponsorin der WWF Ratgeber-App sowie des WWF Footprint-Rechners. Durch die App gehen der WWF und Swisscom als «Partner für die Umwelt» neue Wege. Die App illustriert in einem gesonderten Bereich das Engagement von Swisscom für Umwelt und Gesellschaft – und belegt damit die gemeinsame Absicht, einen nachhaltigen Lebensstil zu unterstützen. Der Footprint-Rechner ermöglicht auf einfache Weise die Berechnung des persönlichen ökologischen Fussabdrucks und gibt individuelle Tipps, das eigene Leben bewusst nachhaltiger zu gestalten.

Green ICT für Geschäftskunden

Green-ICT-Programm

Das Green-ICT-Programm von Swisscom enthält Produkte und Dienstleistungen, welche die Geschäftskunden dabei unterstützen, Energie und CO₂ zu sparen. Die Green-ICT-Dienste lassen sich folgenden Kategorien zuordnen:

- > **Reisetätigkeit reduzieren:** virtuelle Konferenzen, Lösungen für Home Office und mobiles Arbeiten, Lösungen zur Logistikoptimierung
- > **Energie sparen:** Auslagerung und Virtualisierung von Servern in effizienten Rechenzentren, Lösungen für effiziente Arbeitsplätze
- > **Papier sparen:** Lösungen für papiersparendes Drucken und papierloses Arbeiten

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

Die entsprechenden Produkte und Dienstleistungen sind durch eine Klimaempfehlung der Stiftung myclimate gekennzeichnet. Die Klimaempfehlung zeigt die Energie- und CO₂-Einsparungen, die sich im Vergleich zum bisherigen Verhalten ergeben. Sie ist im Internet einsehbar.

Im Berichtsjahr 2013 hat Swisscom wiederum zahlreiche Massnahmen umgesetzt, um die Nutzung von Green-ICT-Diensten und damit die Einsparung an CO₂ zu erhöhen.

So hat Swisscom das Angebot an von myclimate gekennzeichneten Green-ICT-Diensten ausgebaut. Neu hinzugekommen ist beispielsweise das Collaborative Whiteboard, mit dem sich über Distanzen Projektskizzen und Pläne gemeinsam erstellen und diskutieren lassen.

Der im Berichtsjahr weiter gewachsene Umsatz belegt die Attraktivität der Green-ICT-Dienste. Im Jahr 2013 hat Swisscom weitere Kunden in der West- und Deutschschweiz mit Green-ICT-Zertifikaten ausgezeichnet. Die Zertifikate belegen, wie viele Emissionen der jeweilige Swisscom Kunde durch den Einsatz von Green-ICT-Produkten vermieden hat. Inzwischen haben 53 Kunden solche Green-ICT-Zertifikate erhalten. Sie erzielen jährlich eine Einsparung von über 15'000 Tonnen CO₂ und rund 8'000 MWh.

In Zusammenarbeit mit der SBB und der Fachhochschule Nordwestschweiz hat Swisscom die Auswirkungen von mobiler Arbeit untersucht. Dabei haben 250 Versuchspersonen aus den Reihen von Swisscom und SBB versucht, im Februar und März 2013 die Nutzung der Verkehrsmittel während der Hauptverkehrszeiten zu vermeiden. Die wichtigsten Ergebnisse der Studien lauten:

- > Die Gesamtarbeitszeit der Versuchspersonen blieb während der Studie unverändert, jedoch stieg der Anteil an flexibler Arbeit.
- > Rund zwei Drittel der Pendlerfahrten erfolgten ausserhalb der Hauptverkehrszeiten.
- > Insgesamt stiegen die Arbeitszufriedenheit, das Wohlbefinden, die Motivation, die Qualität des Familien- und Soziallebens sowie die Arbeitgeberzufriedenheit markant.
- > Die Versuchspersonen schätzten das Teamklima und die Teamleistung während der Studie als unverändert gut ein.

Damit belegt die Studie das grosse Potenzial von mobiler Arbeit, die Verkehrsmittel zu entlasten sowie die Zufriedenheit und Produktivität bei den Mitarbeitenden zu erhöhen. Innerhalb von Swisscom macht der Leitfaden «Mobiles Arbeiten» die wesentlichen Argumente zugunsten mobiler Arbeit bekannt. Darüber hinaus informieren Verkäufer und spezifische Referate die Kunden von Swisscom über die Vorteile von mobiler Arbeit.

Im Bereich Green ICT hat Swisscom ferner die folgenden Tätigkeiten unternommen:

- > **Nationaler Home Office Day:** Swisscom unterstützt als Partnerin den Home Office Day seit seiner Lancierung im Jahr 2010. Sie hat sich zum vierten Mal am nationalen Home Office Day beteiligt. Im Jahr 2013 ist das Label «home office friendly» für Unternehmen ins Leben gerufen worden. Dieses Label weist Unternehmen – etwa bei Stellenausschreibungen – als attraktiver Arbeitgeber aus.
- > **Honorierung von Green-ICT-Kunden:** Swisscom würdigt Geschäftskunden, die durch die Nutzung der Green-ICT-Dienste Einsparungen an CO₂ und Strom erzielen und dabei ein Green-ICT-Zertifikat erhalten haben.

Green ICT bei Swisscom

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

- > Mittlerweile hat Swisscom an 18 Standorten die realitätsnahe Videokonferenzlösung Telepresence installiert.
- > Fast alle Swisscom Mitarbeitenden sind in der Lage, per Mausclick Video- und Desksharing mit anderen Mitarbeitenden zu betreiben und dadurch einen Teil ihres Arbeitspensums von zu Hause aus zu erledigen. Die Work-Anywhere-Studie und die Beteiligung am Home Office Day haben das Thema der neuen Arbeitsformen innerhalb von Swisscom weiter verankert. Der 2013 erarbeitete Leitfaden «Mobiles Arbeiten» gibt den Mitarbeitenden und Vorgesetzten Richtlinien zum Umgang mit mobiler Arbeit.

Einsparungen an CO₂ dank Green-ICT-Diensten

Die mit einem Green-ICT-Zertifikat ausgezeichneten Unternehmen sparten 2013 CO₂ in der Höhe von

15'000 Tonnen

Einsparungen an Strom dank Green-ICT-Diensten

Zusätzlich sparten diese Unternehmen 2013 zusammen Strom im Umfang von

8,0 GWh

Strahlungsarme Kommunikationstechnologien

Beratung und Auskünfte zum Thema Funktechnologien und Umwelt

Swisscom berät mit speziell geschulten Mitarbeitenden Personen, die am Bau und Betrieb von Mobilfunknetzen mitwirken; ferner Anspruchsgruppen, die allgemeine Auskünfte zum Thema Funktechnologien, Umwelt und Gesundheit wünschen. Swisscom hat im Berichtsjahr über 630 Gespräche mit den wichtigsten Anspruchsgruppen zu den Themen Mobilfunk und Umwelt geführt. Diese Gespräche werden jeweils durch lokale Projekte angeregt.

Forschung und Entwicklung im Bereich elektromagnetischer Felder

Swisscom ist sich der Verantwortung bewusst, die der Betrieb ihrer Funknetze mit sich bringt. Sie verfolgt daher durch interne und externe Spezialisten den wissenschaftlichen Fortschritt. Ferner analysiert Swisscom die entsprechenden Forschungsergebnisse und unterstützt relevante wissenschaftliche Arbeiten.

Swisscom arbeitet mit der an der ETH Zürich ansässigen Forschungsstiftung Mobilkommunikation (FSM) zusammen und unterstützt diese Stiftung finanziell. Swisscom beschäftigt vier qualifizierte Mitarbeitende, um die Forschungsergebnisse zu den elektromagnetischen Feldern, zu Auswirkungen von elektromagnetischen Feldern auf Organismen und zur Messung von Immissionen zu verfolgen und zu interpretieren.

Die Wissenschaft erachtet die gültigen Grenzwerte für elektromagnetische Felder nach aktuellem Kenntnisstand als sicher. In diesem Zusammenhang wird auf die Faktenblätter Nr. 193 und Nr. 304 der WHO verwiesen.

 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 Qualitätssicherungssystem nach der ISO-Norm 15504 zertifizieren zu lassen. Im Dezember 2013 erfolgte ein Assessment zur Wiedertertifizierung des Qualitätssicherungssystems durch einen von der SGS befugten externen Assessor. Swisscom bestand die Prüfung des Qualitätssicherungssystems mit Fähigkeitsstufe 4 bei einem Maximum von 5. Die Fähigkeitsstufe bedeutet, dass die für das QSS relevanten Prozesse «zielgerichtet und messbar» sind.

Die rechtliche Verpflichtung, die Emissionen von Mobilfunkanlagen zu begrenzen, ergibt sich in der Schweiz aus der Verordnung über den Schutz vor nichtionisierender Strahlung (NISV). 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. Swisscom hält die NISV-Grenzwerte ein. Diese Schweizer Grenzwerte liegen zehnmal tiefer als in den meisten anderen Staaten.

Informationspflicht zu den in den Verkaufsstellen angebotenen Geräten

Swisscom gibt die Abstrahlungsstärke der Mobilfunktelefone an. 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 Swisscom Webseite Angaben zu den Strahlungswerten (sogenannte SAR-Werte) der erhältlichen Mobilfunkgeräte. Hierzu besteht keine gesetzliche Verpflichtung. Swisscom kommt mit dieser Information einem Bedürfnis derjenigen Kunden entgegen, die bei der Auswahl ihres Geräts den Strahlungswerten von Mobilfunkgeräten besondere Bedeutung beimessen. Selbstredend halten alle angebotenen Mobilfunktelefone den Grenzwert von 2 W/kg ein; die Hälfte (51%, Vorjahr: 48,7%) liegt unter 0,8 W/kg, 31% (Vorjahr: 28,2%) unterschreiten sogar 0,6 W/kg (Stand Portfolio Dezember 2013).

Kundenzufriedenheit

Kundenzufriedenheit Swisscom Schweiz

Um die Kundenzufriedenheit zu messen, führt Swisscom Schweiz segmentspezifische Studien durch. Swisscom Schweiz hat ihren Ansatz 2013 leicht angepasst und vereinheitlicht. Sie misst die Kundenzufriedenheit zweimal jährlich jeweils im zweiten und vierten Quartal des Jahres. Das Segment Wholesale misst die Kundenzufriedenheit einmal pro Jahr. Die wichtigste erhobene Kenngrösse ist für alle Segmente die Weiterempfehlungsbereitschaft der Kunden und der daraus abgeleitete «Net Promoter Score» (NPS). Der NPS bildet die emotionale Kundenbindung ab und gibt Auskunft über die Einstellung, welche die Kunden Swisscom gegenüber an den Tag legen. Er ergibt sich aus der Differenz zwischen den so genannten Promotoren (Kunden, die Swisscom stark weiterempfehlen würden) und den Kritikern (Kunden, die Swisscom nur bedingt oder nicht weiterempfehlen würden).

- > Das Segment Privatkunden misst durch repräsentative Befragungen die Zufriedenheit und Weiterempfehlungsbereitschaft. Anrufer der Swisscom Hotline und Besucher der Swisscom Shops werden regelmässig zur Wartezeit und Freundlichkeit des Personals befragt. In Produktstudien werden regelmässig Käufer und Anwender nach Zufriedenheit, Service und Qualität der Produkte befragt.
- > Das Segment Kleine und Mittlere Unternehmen befragt stichprobenartig Kunden sowie Fachhändler zu ihrer Zufriedenheit mit den Produkten und der Unterstützung von Swisscom.
- > Das Segment Grossunternehmen befragt Kunden, mit denen es Projekte realisiert hat. Zudem führt es eine Kundenbefragung zur Zufriedenheit mit der Kundenerlebniskette durch.
- > Das Segment Wholesale misst die Zufriedenheit der Kunden entlang der Kundenerlebniskette.

Die Ergebnisse der Studien und Befragungen helfen Swisscom, die Dienstleistungen und Produkte zu verbessern. Sie haben Einfluss auf den variablen Erfolgsanteil der Mitarbeitenden.

Kundenzufriedenheit Swisscom IT Services

Um die Kundenzufriedenheit zu ermitteln, setzt Swisscom IT Services an relevanten Kundenkontaktpunkten entsprechende Feedbackinstrumente ein: IT-Anwender können nach jeder Interaktion mit dem Service Desk oder nach Bestellungen ihr Feedback abgeben. Auftraggeber beurteilen nach Projektabschluss deren Qualität sowie Erfolg und IT-Verantwortliche erhalten jeweils monatlich die Möglichkeit, den laufenden Betrieb zu bewerten. Einmal jährlich befragt Swisscom IT Services die IT-Entscheider auf Kundenseite.

Nachhaltiger Ressourceneinsatz



Swisscom strebt höchste Standards an, wenn es um den Verbrauch von Ressourcen geht. Energieeffiziente Infrastrukturen zu betreiben sowie erneuerbare Energien zu nutzen und zu erzeugen ist für Swisscom – gerade angesichts der neuen Energiestrategie 2050 des Bundes – zentral. Swisscom ist zudem weiteren internationalen Initiativen beigetreten, die sich mit der Verantwortung innerhalb der Lieferkette befassen.

Umfeld und Ziele

Für Swisscom und ihre Anspruchsgruppen sind die Energiewende, der Klimawandel und die Verantwortung in der Lieferkette 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. Dementsprechend legt Swisscom ein besonderes Augenmerk auf die Steigerung der eigenen Energieeffizienz.

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. Swisscom hat diejenigen Tochtergesellschaften, deren Tätigkeit bedeutende Auswirkungen auf die Umwelt aufweisen, nach ISO 14001 zertifiziert. Es sind dies die Swisscom (Schweiz) AG, die Swisscom Broadcast AG, die Swisscom IT Services AG und die cablex AG. Diese Tochtergesellschaften sind zugleich nach ISO 9001 zertifiziert. Die italienische Beteiligung Fastweb S.p.A. ist ebenfalls nach ISO 14001 zertifiziert. Bezogen auf den Personalbestand umfassen die nach ISO 14001 zertifizierten Managementsysteme und -prozesse mehr als 95% des 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 CO₂-Ausstoss um 12% reduzieren. Diese Reduktion soll primär über Massnahmen im Bereich der Mitarbeitendenmobilität und der Infrastruktur erfolgen. Insgesamt will Swisscom bis Ende 2015 ihren direkten CO₂-Ausstoss gegenüber dem Referenzjahr 1990 um 60% verringern. Swisscom hat 2013 den Energiebedarf bis 2020 ermittelt und ihre Zielvereinbarung mit der Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW) erneuert. Diese neue Zielvereinbarung bezweckt, die Energieeffizienz ab 2016 bis Ende 2020 um weitere 34% zu erhöhen. Dazu arbeitet Swisscom unter anderem mit den bundesnahen Unternehmen zusammen, die die Energiestrategie 2050 verfolgen.

Energieeffiziente Infrastruktur

Energieverbrauch als hauptsächliche Umwelteinwirkung

Die grössten Auswirkungen auf die Umwelt hat der Energieverbrauch von Swisscom. Swisscom ist bestrebt, ihre Energieeffizienz zu erhöhen, erneuerbare Energien einzusetzen und damit die Auswirkungen auf die Umwelt zu minimieren. Neben der im Lagebericht beschriebenen Netzinfrastruktur betreibt Swisscom in eigenem Besitz oder in Eigenregie einen beträchtlichen Immobilienpark. Dieser umfasst Büros, Betriebsgebäude, Anschlusszentralen und Datacenter. Swisscom betreibt keine Lager und Verteilzentren. Ferner unterhält Swisscom eine Fahrzeugflotte aus Dienst- und Nutzfahrzeugen.

Siehe Bericht
Seite 17

Energiemanagement bei Swisscom

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

- > Ermittlung des Energiebedarfs über eine bestimmte Periode
- > Bestimmung des Energiemixes, besonders des Strommixes
- > Eigene Stromerzeugung
- > Rationelle Nutzung und Steigerung der Energieeffizienz
- > Aufwertung der Abwärme
- > Monitoring und Reporting

Verbrauch von Strom aus erneuerbaren Quellen und von Ökostrom

Der Stromverbrauch von Swisscom hat 2013 bei 399 GWh (Vorjahr 409 GWh) gelegen. Er ist damit trotz weiterer Netzausbauten leicht zurückgegangen, was auf die Umsetzung von Effizienzmassnahmen zurückzuführen ist. Swisscom entrichtet seit 2010 eine Kompensation mit Herkunftsnachweisen (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 Gebäude verwendet wird. Swisscom erhöht damit die Nachhaltigkeit ihres Strommixes. Sie hat 2013 – wie bereits zuvor – 100% erneuerbaren Strom eingesetzt, was jeweils durch den WWF geprüft wird. 2013 hat Swisscom 7,5 GWh Ökostrom «naturemade star» aus Solarenergie (3,5 GWh) und Windkraft (4 GWh) bezogen. Sie ist damit einer der grössten Bezüger von Strom aus Wind- und Solarenergie in der Schweiz.

Effizienz- und Sparmassnahmen 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 darstellen. In der Folge wird der jährliche Verbrauch auf die Gesamtgebäudefläche hochgerechnet.

Im Berichtsjahr hat Swisscom zur Beheizung der Gebäude Wärme im Umfang von 207,9 Terajoule (57,8 GWh) benötigt (Vorjahr 55,8 GWh). Der Wärmemix besteht aus 75% Heizöl, 12% Erdgas und 13% Fernwärme. In den letzten fünf Jahren hat sich die Wärmekennzahl pro m² um 17,6% reduziert, damit sollte auch eine Reduzierung der CO₂-Emissionen einhergehen, was allerdings durch den jährlich wechselnden Energiemix nicht ersichtlich ist.

Swisscom beabsichtigt, die zur Beheizung erforderliche Wärmemenge weiter zu verringern. Zu diesem Zweck hat sie im Jahr 2013 systematisch Massnahmen fortgesetzt, die der Verringerung des Energieverbrauchs sowie des CO₂-Austosses bei der Beheizung von Gebäuden dienen. Ein detailliertes Energiemonitoring vertiefte im Berichtsjahr die Datengrundlage für eine Energieanalyse und deckte Fälle von unverhältnismässig hohem Energieverbrauch auf. In sieben Gebäuden führte Swisscom 2013 eine Energieanalyse durch. Diese Analyse ergab zahlreiche Möglichkeiten für Betriebsoptimierungen, die künftig zu einer Energieersparnis von 10–30% führen könnten. Für 2014 plant Swisscom acht weitere Energieanalysen. Der Service Provider von Swisscom hat zudem mit Hilfe seines Programms «Pioneer – Swisscom Energiechecks» durchgeführt, die sich über die

ganze Swisscom erstrecken. Insgesamt optimierten diese Energiechecks die Betriebszustände von 20 Gebäuden. Damit sparte Swisscom 411 MWh an Energie und reduzierte ihre CO₂-Emissionen um 65 Tonnen.

Als Beispiel für eine effiziente Sanierung gilt die Feuerungsanlage St. Gallen: Systematisch hat Swisscom im Rahmen einer Variantenstudie Alternativen zur Wärmeerzeugung mit fossilen Brennstoffen geprüft. Aus wirtschaftlichen und ökologischen Gründen entschied sie sich in der Folge dafür, Wärme aus Fernwärme zu beziehen. Eine solche Lösung reduziert den CO₂-Ausstoss um 58% auf 32 Tonnen CO₂. Daneben hat Swisscom im Jahr 2013 weitere Gebäudesanierungen durchgeführt, wobei ein internes Ökoformular die durch Bauvorhaben erzielten CO₂-Reduktionen ausweist. 2013 setzte Swisscom neun ökorelevante Bauprojekte um, in deren Rahmen 146 MWh und 38 Tonnen CO₂ eingespart wurden.

Effizienz- und Sparmassnahmen bei Treibstoffverbrauch und Mobilität

Ein erstklassiger Kundendienst sowie der Ausbau der Netzinfrastruktur setzen eine lückenlose Mobilität der Mitarbeitenden voraus. 2013 sind im Dienste der Swisscom Kunden insgesamt 71,3 (+2%) Millionen Kilometer gefahren worden, was einem Treibstoffverbrauch von 169 Terajoule (47.0 GWh) entspricht. Der Treibstoffverbrauch erhöhte sich dabei gegenüber dem Vorjahr um 0,4%.

Dank einer fortschrittlichen Einsatzstrategie soll sich der durchschnittliche CO₂-Ausstoss pro Fahrzeug bis ins Jahr 2015 von 150 Gramm CO₂/km (2010) auf 110 Gramm CO₂ pro zurückgelegten Kilometer verringern. Ende 2013 haben die Personenwagen der Swisscom Flotte gemäss Herstellerangaben nach neuem europäischem Fahrzyklus (NEFZ) einen durchschnittlichen Ausstoss von 123 Gramm CO₂ pro Kilometer erreicht. 96,5% der Fahrzeugflotte sind den Energieeffizienzkategorien A und B zugeordnet. Dazu betreibt Swisscom eine Flotte von 262 (+14%) Hybridfahrzeugen, 64 (+42%) erdgasbetriebenen Fahrzeugen, 11 (+10%) Elektrofahrzeugen und 39 (-13%) E-Bikes. Sämtliche Elektrofahrzeuge werden in den Gebäuden und Garagen von Swisscom mit Strom aus erneuerbaren Energiequellen geladen. 2013 haben die Swisscom Mitarbeitenden 103'818 (+2,4%) Bahnbillette für Dienstreisen genutzt sowie 12'222 (-5%) Halbtax- und 3'097 (+10,9%) Generalabonnemente bezogen.

Effizienz- und Sparmassnahmen beim Verbrauch von Strom

Swisscom hat 2013 das Energiesparprojekt Mistral weitergeführt, das zur Kühlung der Telefonzentralen dient. Mistral steht für eine Kühlungsmethode, die ausschliesslich und während des ganzen Jahres Aussenluft verwendet. Damit ersetzt Mistral herkömmliche Kühlsysteme, die energieintensiv mit Kompressoren betrieben werden, und erhöht die Energieeffizienz massiv. Zudem entfallen dank Mistral umweltschädliche Kältemittel. Mistral hat Ende 2013 673 Telekommunikationsanlagen in Anschlusszentralen gekühlt. Dies entspricht einer Zunahme um 11% gegenüber dem Vorjahr. Im Jahr 2013 haben Swisscom Schweiz und Swisscom Broadcast weitere zwölf Mobilfunkbasisstationen beziehungsweise vier Sendestationen auf Mistral umgerüstet. Swisscom erneuert aktuell alle Anlagen ihres Mobilnetzes. Gestützt auf Messresultate bei Pilotstandorten sowie eine Hochrechnung schätzt Swisscom, dass sich im Rahmen dieser Erneuerung ein Energieeffizienzgewinn von rund 15 GWh pro Jahr ergibt. Parallel baut Swisscom das Mobilnetz aus. Die Hardware-Erneuerung reduziert den durch diese Ausbauten entstehenden Mehrbedarf an Strom. Die Anlagen, die im Rechenzentrum von Swisscom IT Services in Zollikofen (Bern) errichtet worden sind, zeichnen sich durch eine besonders hohe Energieeffizienz und eine effiziente Kühlung aus. Ihr gemessener Stromverbrauchseffizienz-Wert (Power-Usage-Effectiveness «PUE»-Wert) beträgt im Jahresdurchschnitt 1,3. Dieser Wert steht für das Verhältnis des Gesamtstromverbrauchs eines Rechenzentrums zum Stromverbrauch für die IT-Anlagen. Der Stromverbrauch in Zollikofen liegt gemäss dem PUE-Wert um 33% tiefer als jener von Rechenzentren herkömmlicher Bauweise. Das in Bern Wankdorf neu errichtete Rechenzentrum wird einen PUE-Wert von 1,2 erreichen. Statt stromhungriger konventioneller Kältemaschinen wird ein neuartiges Freecooling-Verfahren genutzt, das an heissen Sommertagen mit Verdunstungskühlung arbeitet. Der hierfür benötigte Wasserverbrauch wird durch Regenwasser abgedeckt.

Green Touch ist eine weltweite Initiative. Sie zielt darauf ab, die Energieeffizienz von Telekommunikationsnetzwerken massiv, nämlich um den Faktor tausend, zu erhöhen. Green Touch ist 2010 ins Leben gerufen worden und wird bereits von 50 Herstellern, wissenschaftlichen Institutionen und Netzbetreibern unterstützt. Swisscom hat als Gründungsmitglied den Start von Green Touch intensiv begleitet und beteiligt sich an zwei Forschungsgebieten.

Im vierten Jahr seiner Existenz hat Green Touch der Öffentlichkeit von mehreren Konsortiumspartnern entwickelte Prototypen präsentiert. Einer dieser Prototypen ist in der Lage, das Übertragungs-Protokoll für Fiber to the Home (FTTH) energieeffizienter zu gestalten. Weiter hat Green Touch gezeigt, wie ein optischer Übertragungsknoten mit 70% weniger Energie auskommt.

Stromerzeugung

Seit 2005 setzt Swisscom auf die eigene Erzeugung von Strom. Sie sieht darin einen wichtigen Beitrag zu einer nachhaltigen Energiepolitik. Swisscom baut Solaranlagen, wo diese wirtschaftlich sinnvoll sind. 2013 hat Swisscom vier Solaranlagen in Betrieb genommen: zwei auf den Sendestationen Valzeina (Kanton Graubünden) und Niederhorn (Kanton Bern) mit einer Leistung von 52 beziehungsweise 56 kW sowie zwei weitere Anlagen mit einer Gesamtleistung von 59 kW (Lausanne und Bern-Ittigen). Kumuliert beträgt die Leistung aller Solarstromanlagen von Swisscom 376 kWp (+40% gegenüber dem Vorjahr). Swisscom will ihr Programm zur Stromerzeugung in den nächsten Jahren fortsetzen.

Verwendung der Abwärme

Swisscom ist in Zürich zwei Vereinbarungen eingegangen, die die Lieferung der Abwärme aus eigenen Betriebsgebäuden betreffen. Der Umfang dieser Vereinbarungen beträgt über 5,8 GWh an thermischer Energie, die in die Nachbarsiedlungen als Fernwärme eingespeist werden. Diese Massnahme spart 580'000 Liter Heizöl und verhindert entsprechende CO₂-Emissionen. Der Neubau des Rechenzentrums in Bern Wankdorf wird in den Wärmeverbund der Stadt Bern eingebunden und soll direkt Wohnungen in der Nachbarschaft beheizen, die entsprechend saniert werden. Dies reduziert die CO₂-Emissionen der betreffenden Haushalte.

Projekt Mistral
Kühlung der Telefonzentralen mit Aussenluft
Mistral spart die von 9'000 Haushalten benötigte Energie oder

45 GWh/a

Abdeckung des Strombedarfs mit erneuerbarem Strom

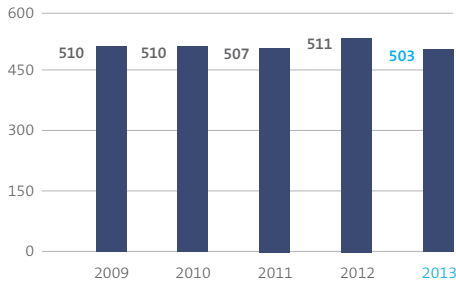
Swisscom kauft jährlich Zertifikate und kompensiert den Anteil an nicht erneuerbarem Strom zu

100 %

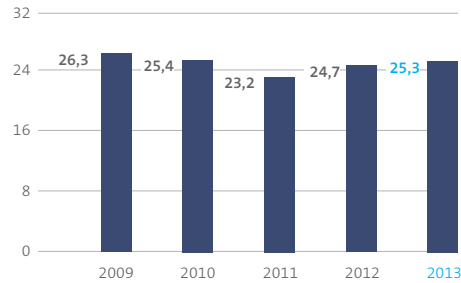
Klima

CO₂-Bilanz nach Scope 1, 2 und 3 des Greenhouse Gas Protocol (GHG)

Swisscom Energieverbrauch in GWh



Swisscom direkte CO₂-Emissionen in Tausend Tonnen



Swisscom verfolgt eine klare Linie, um die Folgen des Klimawandels zu bekämpfen. Durch ihr Energiemanagement will sie die Energieeffizienz steigern und ihre direkten Emissionen reduzieren. Ihre strategische Stossrichtung «Nachhaltiges Leben und Arbeiten» fördert zudem die Nutzung klimafreundlicher Dienstleistungen. Swisscom folgt den international anerkannten Definitionen des Greenhouse Gas Protocol (GHG). Sie unterteilt ihre CO₂-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 CO₂-Emissionen, beispielsweise aus dem Güterverkehr, aus Dienstreisen usw.).

- > **Emissionen nach Scope 1:** Der direkte Verbrauch von fossilen Energieträgern liegt bei 19,9% des gesamten direkten Energieverbrauchs von Swisscom. Die nach Scope 1 resultierenden CO₂-Emissionen von Swisscom haben seit dem 1. Januar 2010 um 3,9% abgenommen und belaufen sich 2013, ohne Klimakorrektur auf 25'260 Tonnen CO₂. Davon entfallen 49% auf Treibstoffe und 51% auf Brennstoffe. Neu berücksichtigt Scope 1 die Emissionen aus Kältemitteln. Diese belaufen sich bei Swisscom auf 226,2 Tonnen. Hingegen erfasst Scope 1 keine Emissionen aus SF₆-Verlusten elektrischer Transformatoren und -stationen, da diese Anlagen nicht der Kontrolle von Swisscom unterstehen.
- > **Emissionen nach Scope 2:** Der in der Schweiz verwendete Elektrizitätsmix wird nicht durch fossile Energieträger erzeugt; seine Produktion ist daher frei von CO₂-Emissionen. Es fallen somit nach Scope 2 keine CO₂-Emissionen an.
- > **Emissionen nach Scope 3:** Swisscom hat 2013 Treibhausgasemissionen nach Scope 3 ermittelt. Diese resultieren aus der Bestandsänderung der Flotte, der Bereitstellung von Energie, der Beseitigung von Betriebsabfällen, den Geschäftsreisen, dem Pendlerverkehr der Mitarbeitenden und der Verwendung der Produkte durch die Kunden. Die indirekten CO₂-Emissionen, die aus der Bereitstellung von Strom unter Scope 3 anfallen, werden mit einem Umrechnungsfaktor von 14,7 Gramm CO₂ pro kWh berechnet. Über diese Scope 3 Emissionen wird in einem separatem Klimabericht nach ISO 14064 berichtet.

Andere Emissionen in die Luft

Die Verbrennung fossiler Energie für die Heizung und die Mobilität verursacht neben CO₂ zusätzlich NO_x- und SO₂-Emissionen. Diese werden mit den relevanten Umrechnungsfaktoren berechnet und sind abhängig vom Verbrauch von Brenn- oder Treibstoff. Um diese Emissionen zu verringern, optimiert Swisscom laufend Heizkessel und Antriebsmotoren.

Weitere umweltrelevante Gesichtspunkte im Betrieb

Informationen zu umweltrelevanten Gesichtspunkten im Betrieb von Swisscom wie zum Beispiel Papierverbrauch, Abfallbeseitigung und Wasserverbrauch sind dem GRI-Anhang zum Geschäftsbericht zu entnehmen.

Swisscom veröffentlicht ihr Treibhausgas-Inventar und lässt es in einem nach der Norm ISO 14064 aufgebauten «Klimabericht» extern zertifizieren. Ein solcher Bericht weist nicht nur die Emissionen aus, sondern auch die Wirkung der Sparmassnahmen im Betrieb. Zudem errechnet er die Menge an CO₂-Emissionen, die sich vom jeweiligen Unternehmen sowie Privatkunden mittels von myclimate zertifizierter, klimafreundlicher ICT-Dienstleistungen vermeiden lässt. Die klimafreundlichen ICT-Dienstleistungen sind im Kapitel «Nachhaltiges Leben und Arbeiten» beschrieben.

Weiter beteiligt sich Swisscom jährlich am Carbon Disclosure Project (CDP). 2013 ist Swisscom als Carbon Disclosure und Performance Leader eingestuft worden. Sie wurde deshalb in die entsprechenden Indices Carbon Disclosure Leadership Index (CDLI), Carbon Performance Leadership Index (CPLI) sowie Carbon Supplier Climate Performance Leadership Index (SCPLI) aufgenommen.

Siehe unter 
www.cdproject.net/en-us

Siehe Anhang unter 
www.swisscom.ch/gri-2013

Angestrebte Reduktion des direkten CO₂-Ausstosses zwischen 1990 und 2015 durch folgende Massnahmen:

- › Gebäudesanierungen
- › Verbrauchsarme Fahrzeuge
- › Mobilitätsmanagement

60 %

Umweltkennzahlen Schweiz

	Einheit	2011	2012	2013
Boden/Gebäude				
Nettogeschossfläche (NGF)	Mio. m ²	0,91	0,91	0,92
Papierverbrauch				
Papierverbrauch insgesamt	Tonnen	9'587	8'764	4'759
Wasser/Abwasser				
Wasserverbrauch ¹	m ³	468'577	466'581	475'701
Energie, Elektrizität				
Elektrischer Energieverbrauch ^{2,3}	Terajoule	1'479	1'471	1'435
	GWh	411	409	399
Energie, Wärme⁴				
Heizöl	Terajoule	130,9	149,3	155,2
Erdgas	Terajoule	18,9	22,4	25,4
Fernwärme	Terajoule	27,2	29,3	27,3
Wärme insgesamt	Terajoule	177,6	201,0	207,9
Energie, Treibstoffe				
Benzin	Terajoule	53,7	38,5	27,5
Diesel	Terajoule	114,8	127,1	140,0
Erdgas	Terajoule	2,2	2,7	1,5
Treibstoffe insgesamt	Terajoule	170,7	168,3	169,0
Fahrzeuge	Anzahl	3'332	3'372	3'628
Gefahrene Kilometer	Mio. km	67,7	69,9	71,3
Durchschnittlicher CO ₂ -Ausstoss ⁵	g pro km	140,0	131,0	123,0
Energie, total				
Energieverbrauch	Terajoule	1'827	1'840	1'812
	GWh	507	511	503
Emissionen in die Luft				
Kohlendioxid CO ₂ -eq aus dem Verbrauch fossiler Energien ⁶	Tonnen	23'242	24'662	25'260
Stickoxide NO _x ⁷	Tonnen	23,2	24,9	26,2
Schwefeldioxid SO ₂ ⁸	Tonnen	4,4	5,0	5,2
Abfall				
Abfallmenge insgesamt	Tonnen	2'345	3'127	3'226

¹ Der Wasserverbrauch hochgerechnet auf Basis eines mittleren Wert von 115Lt/FTE pro Tag

² Energieumrechnung: 1 Terajoule (TJ) = 0,278 Gigawattstunden (GWh).

³ Der Stromverbrauch 2012 wurde bereinigt.

⁴ Der Wärmeverbrauch beruht auf einer Hochrechnung und auf Basis der monatlichen Ermittlung der Verbräuche in 62 Gebäuden (mit einem Gesamtflächenanteil über 50%).

⁵ Durchschnittliche Emissionen pro km beziehen sich auf Hersteller-Angaben

⁶ CO₂-Emissionen aus Verbrauch fossiler Energien, ohne Fernwärme und Kältemittel. Swisscom veröffentlicht einen vollständigen Klimabericht nach ISO 14064.

⁷ Gemäss Mobitool (www.mobitool.ch), PW-Verkehr, national 5–200 km, direkter Betrieb, Auslastung 1,25, Verbrauch 6,7 Liter pro 100 km (2013).

⁸ Gemäss Publikationen Luftschadstoff-Emissionen des Strassenverkehrs 1990–2035, BAFU, Aktualisierung 2010, Anhang 6, S. 91, 2010 und Arbeitsblatt Emissionsfaktoren Feuerung, BAFU, 2005.

Verantwortung von Swisscom in der Lieferkette

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

Swisscom setzt sich dafür ein, dass sich die Arbeitsbedingungen der Mitarbeitenden ihrer Lieferanten verbessern und die ökologischen Standards in der Lieferkette eingehalten werden. Swisscom erwartet somit von ihren direkten Lieferanten sowie deren Unterlieferanten, dass sich diese zu nachhaltigem Handeln verpflichten.

Diese Grundsätze sind in der Swisscom Einkaufspolicy festgeschrieben. Die Einkaufspolicy wird von einem übergeordneten Ausschuss, dem Purchasing Board Swisscom, festgelegt. Sie bildet die Handlungsgrundlage für die Beschaffungsorganisationen. Zusammen beträgt das von ihr abgedeckte Bestellvolumen mehr als 80% des Gesamteinkaufsvolumens. Die Einkaufspolicy legt die Anforderungen fest, die die Lieferanten durch Unterzeichnung der CR-Vertragsbeilage (CRV) akzeptieren. Swisscom überprüft die Erfüllung dieser Anforderungen bei ihren Lieferanten anhand eines strukturierten Risikomanagementsystems.

 Siehe Anhang unter
www.swisscom.ch/gri-2013

Lieferanten-Risikomanagement

Risikomanagementsystem

Im Jahr 2013 hat sich das Risikomanagementsystem bei Swisscom Lieferanten weiter etabliert. Damit hat Swisscom die Risiken in den Bereichen Umwelt und Soziales weiter reduziert. Die Darstellung erläutert die Umsetzung und die erzielten Resultate.

Swisscom hat im Berichtsjahr die im Jahr 2012 erfolgte Risikobeurteilung der Warengruppen – aufgrund vorhandener Erfahrungswerte – nicht durchgeführt. Im Frühjahr 2014 überprüft Swisscom die Warengruppen erneut auf ihre Korrektheit und Aktualität.

Im Jahr 2012 hat Swisscom begonnen, bestehende Lieferanten aus Warengruppen mit mittlerem Risiko zu beurteilen und 223 Lieferanten genau überprüft. 2013 hat sie die Liste der Lieferanten aus Warengruppen mit mittlerem Risiko erneut kritisch überarbeitet, neu bewertet und abschliessend 57 Lieferanten überprüft.

Bis zum ersten Quartal 2014 will Swisscom die Vorgaben, die für die Lieferpartner der Warengruppen mit mittlerem Risiko gelten, weiter überdenken und in der Folge konkrete Ziele festlegen. Bei potenziellen Lieferpartnern und bei Ausschreibungen hat sich der bereits implementierte Prozess im Berichtsjahr 2013 bewährt und bei Bedarf zu entsprechenden Massnahmen geführt. Eine Organisation zum Krisenmanagement in der Lieferkette befindet sich in der Aufbauphase. Sie wird im Jahr 2014 in die bestehenden Strukturen des Swisscom Konzerns eingebunden.

Übersicht und Vorgaben des Risikomanagements in der Lieferkette

Warengruppe mit geringem Risiko	... mittlerem Risiko	... hohem Risiko
Bestehende Lieferpartner mit ...	Solange die Warengruppe ein geringes Risikoprofil hat, wird das Risiko der Lieferpartner nicht beurteilt. Statt dessen werden die Warengruppen max. alle zwei Jahre auf ihre Risiken beurteilt	... hohem Risikoprofil > Lieferpartner müssen innerhalb von drei Monaten Selbstdeklaration ausfüllen und/oder innerhalb eines Jahres auditiert werden > Allenfalls weitere Massnahmen	... hohem Risikoprofil > Lieferpartner müssen innerhalb von sechs Monaten auditiert werden > Allenfalls weitere Massnahmen	... hohem Risikoprofil > Lieferpartner müssen innerhalb von drei Monaten Selbstdeklaration ausfüllen und/oder innerhalb eines Jahres auditiert werden > Allenfalls weitere Massnahmen
		... mittlerem Risikoprofil > Lieferpartner müssen innerhalb von drei Monaten Selbstdeklaration ausfüllen und/oder innerhalb eines Jahres auditiert werden > Allenfalls weitere Massnahmen	... mittlerem Risikoprofil > Lieferpartner müssen innerhalb von drei Monaten Selbstdeklaration ausfüllen und/oder innerhalb eines Jahres auditiert werden > Allenfalls weitere Massnahmen	... mittlerem Risikoprofil > Lieferpartner müssen innerhalb von drei Monaten Selbstdeklaration ausfüllen und/oder innerhalb eines Jahres auditiert werden > Allenfalls weitere Massnahmen
		... geringem Risikoprofil > Risiko der Lieferpartner wird in regelmässigen Zeitabständen wieder beurteilt	... geringem Risikoprofil > Risiko der Lieferpartner wird in regelmässigen Zeitabständen wieder beurteilt	... geringem Risikoprofil > Risiko der Lieferpartner wird in regelmässigen Zeitabständen wieder beurteilt
Potentielle Lieferpartner	> Es erfolgt keine Risikobeurteilung	> Es erfolgt eine Risikobeurteilung > Die Erkenntnisse mit allfälligen Massnahmenvorschlägen fliessen in die Entscheidungsfindung ein	> Es erfolgt eine Risikobeurteilung > Die Erkenntnisse mit allfälligen Massnahmenvorschlägen fliessen in die Entscheidungsfindung ein	> Es erfolgt eine Risikobeurteilung > Die Erkenntnisse mit allfälligen Massnahmenvorschlägen fliessen in die Entscheidungsfindung ein

Corporate-Responsibility-Vertragsbeilage

Im Jahr 2013 sind 95% des Gesamtbestellvolumens bei Lieferanten angefallen, die die CR-Vertragsbeilage (CRV) akzeptiert haben. Damit hat Swisscom das für 2013 gesetzte Ziel erreicht. Die Identifikation von Lieferanten, die die CRV noch nicht unterzeichnet haben, soll 2014 fortgeführt werden. Die CRV ist Bestandteil aller Verträge.

Audits

Im Jahr 2013 hat Swisscom im Rahmen der Zusammenarbeit mit der Joint Audit Cooperation (JAC) zwei 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 erfolgten im Netzwerk von JAC 38 Audits bei Lieferanten. Diese Audits betrafen Produktionsstätten, mehrheitlich solche in China, Taiwan, Indien, Japan, Südkorea und Südamerika. Die Audits vor Ort erfolgten anhand der folgenden Richtlinien:

- > **Vorbereitung:** Es sind Informationen über den zu prüfenden Betrieb einzuholen.
- > **Geschulte Prüfer:** Die Audits werden von internationalen Auditunternehmen durchgeführt, die auf die besonderen sozialen und umweltpolitischen Gesichtspunkte im jeweiligen Land spezialisiert sind.
- > **Geheimhaltung:** Mit den Lieferanten werden Geheimhaltungsvereinbarungen getroffen, so dass die Ergebnisse der Audits nur den JAC-Mitgliedern bekannt sind.
- > **Methodik:** Die JAC-Mitglieder erstellen eine Checkliste auf der Grundlage der Standards SA 8000 und ISO 14001 sowie der vor Ort erfolgten Audits mit entsprechenden Gesprächspartnern.
- > **Bericht:** Der Bericht enthält die auf objektiven Nachweisen beruhenden Ergebnisse.
- > **Zusammenarbeit mit den Lieferanten:** Die Zusammenarbeit beruht auf dem gemeinsamen Bewusstsein, wonach das CR-Risikomanagement eine entscheidende Rolle bei einer verantwortlichen, nachhaltigen Entwicklung spielt.

- **Zusammenarbeit beziehungsweise Weiterentwicklung der Lieferanten:** Auf Grundlage der Ergebnisse des Audits werden mit den Lieferanten Korrekturmassnahmen zur Beseitigung der im Auditbericht aufgeführten Schwächen festgelegt. Das jeweilige JAC-Mitglied verfolgt die Umsetzung dieser Massnahmen bis zum vollständigen Erfolg.

Bei den wöchentlichen Telefonkonferenzen legen die JAC-Mitglieder die Auditagenda fest, prüfen die Auditberichte und überwachen den Fortschritt der geplanten Korrekturmassnahmen. Diese regelmässigen Konferenzen helfen, die Corporate Social Responsibility-(CSR-)Beurteilungen durch Austausch über Best Practices zu optimieren und so die JAC-Initiative effizienter zu gestalten. Zweimal im Jahr findet ein Treffen des JAC-Lenkungsausschusses statt, der aus Vertretern der oberen Führungsebene der jeweiligen CSR- und Sourcing-Bereiche besteht. Bei diesen Treffen werden die Ergebnisse der Auditkampagne überprüft und Entscheidungen zum weiteren Vorgehen getroffen. Die durchgeführten Audits haben eine begrenzte Zahl von Non-Conformities und unterschiedliche Arten von Non-Compliances ergeben. Die Non-Compliances beziehen sich hauptsächlich auf Arbeitszeiten, Arbeitssicherheit und Gehälter. 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 für die Behebung von Unregelmässigkeiten, die bei Arbeitszeiten (Begrenzung der regulären Arbeitszeit und der Mehrarbeit) festgestellt worden sind, ist aufgrund der Auswirkungen auf das Personalwesen ein Zeitraum von mehreren Monaten erforderlich. Swisscom veröffentlicht weitere Informationen zu diesem Thema im GRI-Anhang zum Geschäftsbericht.

Swisscom hat ihre für das Jahr 2013 gesetzten Ziele bei den JAC-Audits erfüllt. Sie hat mit der JAC zwei Audits durchgeführt: ein Audit wurde aufgrund geschäftlicher Überlegungen in das erste Quartal 2014 verlegt und ein Audit annulliert. Sie will die Zusammenarbeit mit der JAC intensiv weiterführen und plant einen Beitrag von vier Audits im Jahr 2014.


Siehe Bericht
Seiten 76-77

Selbstdeklarationen/Self-Assessments

Im Rahmen der Umstellung auf das neue Selbstdeklarationstool e-tasc von EcoVadis hat Swisscom im Berichtsjahr 2013 13 Lieferanten erfolgreich ins neue Tool e-tasc übertragen. Im Rahmen von zwei weiteren Kampagnen registrierte und bewertete Swisscom zusätzlich 57 Lieferanten im neuen Tool. Total erfolgten 70 Registrierungen und Bewertungen – worunter sich kein Lieferant aus der «High Risk»-Kategorie befand. Im Jahr 2014 will Swisscom weitere Schlüssel- und strategische Lieferanten sowie Lieferanten mit hohen und mittleren Risiken auf e-tasc registrieren. Dank der bereits erfolgten Registrierungen hat Swisscom ihre für das Jahr 2013 gesetzten Ziele bei den Selbstdeklarationen erfüllt.

Carbon Disclosure Project – Supply Chain Program (CDP)

Im Berichtsjahr 2013 hat Swisscom eine weitere Kooperation mit dem Carbon Disclosure Project (CDP) geschlossen. Das Carbon Disclosure Project (CDP) ist eine im Jahr 2000 gegründete Nonprofitorganisation. Sie will bewirken, dass Unternehmen wie Kommunen ihre Umweltdaten, darunter die klimaschädlichen Treibhausgasemissionen und den Wasserverbrauch, veröffentlichen. Einmal jährlich erhebt CDP im Namen von Investoren anhand von standardisierten Fragebögen und auf freiwilliger Basis Daten und Informationen zu CO₂-Emissionen, Klimarisiken sowie Reduktionszielen und -strategien von Unternehmen. CDP verwaltet mittlerweile die weltweit grösste Datenbank ihrer Art. Im Rahmen ihrer Kooperation mit CDP hat Swisscom 37 ihrer wichtigsten Lieferanten, die sich durch ein hohes Bestellvolumen oder eine hohe Relevanz zum Thema Umwelt auszeichnen, angeschrieben und befragt. Die Rücklaufquote betrug 73% und ermöglichte einen erfolgreichen Abschluss der Befragung (im Jahr zuvor betrug die Rücklaufquote bei allen Lieferanten 51%). Im vierten Quartal 2013 analysierte CDP die Rückmeldungen aus der Befragung und bewertete die teilnehmenden Swisscom Lieferanten mittels eines Scorings. Dieses Scoring soll 2014 in die EcoVadis-Datenbank einfließen und als weitere Grundlage für die ganzheitliche Bewertung der wichtigsten Swisscom Lieferanten dienen.

Hauptrisikofaktoren in der Lieferkette

Menschenrechte

Swisscom beachtet in besonderem Masse die Einhaltung der Menschenrechte in den vom Standard Social Accountability SA 8000 aufgeführten Bereichen. Diese Bereiche sind Kinderarbeit, Zwangsarbeit, Gesundheit und Sicherheit, Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen, Diskriminierung, Disziplin, Arbeitszeit und Entlohnung.

Klimarisiken aus CO₂-Emissionen

Die Klimaveränderung birgt für Swisscom Risiken in Form von intensiveren Niederschlägen und erhöhter Durchschnittstemperaturen beziehungsweise extremer Wetterereignisse. Diese Risiken könnten die Herstellung von Telekommunikationsprodukten und Netzausrüstungen sowie deren Transport in die Schweiz gefährden und die Marktchancen sowie den Betrieb beeinträchtigen.

Rohstoffe

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

- > **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 World Resources Forum in Davos.
- > **Oktober 2013:** Dialog mit der NGO «Brot für alle» und Beitrag zum Symposium «High Tech No Rights» in Bern.
- > **Oktober 2013:** Vorabklärungen zu einem Engagement bei Fairphone.

Im Jahr 2014 will Swisscom ihre Einkaufspolicy und die CR-Vertragsbeilage überarbeiten und bei Bedarf mit einem entsprechenden Passus zu Rohstoffen ergänzen.

Swisscom Supplier Award

Der ständige Dialog mit den Lieferanten, die gemeinsame Gestaltung der Zukunft und die Verantwortung für die Gegenwart wie Zukunft haben für Swisscom eine zentrale Bedeutung. An ihnen orientiert sich die interne Beschaffung. Im Frühjahr 2012 hat Swisscom unter mehr als 6'500 Lieferanten diejenigen mit dem Supplier Award ausgezeichnet, welche die überzeugendsten Erfolgsgeschichten vorweisen. Der Supplier Award wird in den drei Kategorien Innovation, Kooperation und Nachhaltigkeit vergeben. Er findet im Rhythmus von zwei Jahren statt. Der nächste Supplier Award findet im Jahr 2014 statt.

Purchasing Circle – Verankerung von Corporate Responsibility in der Organisation

Im Rahmen einer Veranstaltungsreihe für die Gruppe der Swisscom Einkäufer (50 Teilnehmer) hat 2013 erstmals eine Tagung zum Thema «Herausforderungen für eine nachhaltige Supply Chain» stattgefunden. Unterschiedliche Schwerpunktreferate externer Gäste und interner CR-Verantwortlicher, eine Podiumsdiskussion und der Besuch der Umweltarena – eine Ausstellungsplattform in Spreitenbach (Kanton Aargau) für nachhaltige Lösungen – bestimmten das Programm.

 Siehe unter
www.worldresourcesforum.org

Kommunikation für alle



Swisscom ermöglicht und prägt die Informationsgesellschaft der Schweiz. Ihre Infrastruktur und ihre Dienstleistungen erlauben es Menschen, im öffentlichen und privaten Raum nachhaltig zu kommunizieren und zu interagieren. Dabei verfolgt Swisscom konsequent das Ziel, alle Menschen in der Schweiz an der Informationsgesellschaft teilhaben zu lassen. «Kommunikation für alle» lautet der Grundsatz von Swisscom.

Umfeld und Ziele

Swisscom will, dass alle Menschen in der Schweiz an den Möglichkeiten der neuen Medien teilhaben können. Sie ist bestrebt, von beinahe jedem Ort der Schweiz einen zuverlässigen Netzzugang zu gewährleisten. Ein besonderes Augenmerk richtet Swisscom auf die Förderung der Medienkompetenz – und zwar nicht nur im Rahmen ihrer Anstrengungen für den Jugendmedienschutz, sondern auch mittels Initiativen, welche die sogenannten «digitalen Gräben» verringern. Im Jahr 2014 wird Swisscom an ihren Vorhaben festhalten. Sie steht damit im Einklang mit der Strategie des Bundes für eine gesunde und wertvermehrnde Informationsgesellschaft. Swisscom ist überzeugt, dass der Wirtschaftsstandort Schweiz, die Bildungslandschaft Schweiz und die ganze Bevölkerung auch künftig von einer fortschrittlichen ICT-Landschaft profitieren.

Grundversorgung

	Einheit	2011	2012	2013
Anzahl Verkehrsminuten (nationaler Verkehr Festnetz)	Mio. Min.	6'200	5'328	4'437
Anzahl öffentliche Sprechstellen ¹	Anzahl	6'700	5'800	4'834
Anzahl Notrufe	in Tausend	3'050	3'053	2'284
Anzahl Anrufe auf Seh- und Hörbehindertendienst	in Tausend	553	540	515

¹ Davon 3'307 (2013), 3'514 (2012), 4'058 (2011) in der Grundversorgung.

Swisscom erbringt die Telekommunikationsgrundversorgung für die Schweiz und führt diese gemäss Grundversorgungskonzession bis Ende 2017 weiter. Sie sichert damit die flächendeckende Versorgung der Schweizer Bevölkerung mit einem analogen oder digitalen Netzzugang. Im Einzelnen umfasst die Versorgung Sprachtelefonie, Fax, Datenübertragung und einen Breitband-Internetzugang. Die garantierte Übertragungsgeschwindigkeit für den Breitband-Internetzugang hat im Berichtsjahr 2013 1'000 kbps im Download betragen. Die Preisobergrenze für diesen Dienst beträgt CHF 55 pro Monat (exklusive Mehrwertsteuer).

Einen Teil der Grundversorgungspflicht, die Swisscom seit jeher wahrnimmt, besteht weiter im Unterhalt und Betrieb der öffentlichen Sprechstellen (Publifone); darüber hinaus im Zugang zu den Notrufdiensten der Polizei, der Feuerwehr, des Sanitätsdienstes sowie zu besonderen Diensten für Behinderte. Swisscom verzichtet weiterhin auf eine finanzielle Abgeltung als Entschädigung für die ungedeckten Kosten der Grundversorgung.

Datenschutz

Durch ihre Tätigkeit bearbeitet Swisscom Kundendaten. Diese sind dem Datenschutzgesetz und dem Fernmeldegesetz unterstellt. Der Schutz der Privatsphäre, die Einhaltung des Datenschutzes und die Wahrung des Fernmeldegeheimnisses sind wichtige Anliegen von Swisscom. Die Datenschutzerklärung stellt klar, wie Swisscom im Rahmen ihrer Webseite und ihrer E-Mail-Aktivitäten mit Personendaten umgeht: Swisscom hält sich strikt an die geltende Gesetzgebung, besonders an das Fernmelde- und Datenschutzrecht. Swisscom erhebt, speichert und bearbeitet nur Daten, die für die Erbringung der 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 benötigt werden. Die Kunden willigen zudem ein, dass Swisscom ihre Daten für Marketingzwecke bearbeiten darf und dass ihre Daten zu den gleichen Zwecken innerhalb der Swisscom Gruppe bearbeitet werden können. Kunden haben die Möglichkeit zu erklären, welche Werbeformen sie erhalten möchten respektive auf welche sie verzichten möchten (sogenannte Opt-Out-Möglichkeit). Swisscom hat es sich als vertrauenswürdiger Begleiter zum Ziel gesetzt, alle Mitarbeitenden, die durch ihre berufliche Tätigkeit Zugang zu Kundendaten haben, im Rahmen dieser Tätigkeit zu lückenloser Compliance anzuleiten. Zusätzlich sensibilisiert und befähigt Swisscom ihre Mitarbeitenden, die Belange und Bedürfnisse des Datenschutzes zu erkennen und sachgerecht umzusetzen. Alle Mitarbeitenden von Swisscom müssen dazu regelmässig Datenschutztrainings absolvieren.

Die Sicherheitsverantwortlichen von Swisscom haben zudem 2012 ein umfassendes Projekt gestartet, das auf eine weitere Verbesserung des Datenschutzes abzielt. Dieses Projekt ist erfolgreich abgeschlossen worden. In dessen Zuge hat Swisscom sämtliche Zugriffsrechte auf kritische Kundendaten überprüft und neu definiert. Zudem hat sie ein System eingerichtet, das feststellt, ob Zugriffe auf kritische Kundendaten im Zusammenhang mit Anfragen der betreffenden Kunden stehen und somit legitimiert sind. Swisscom wird weiterhin alles daran setzen, um ihre Kundendaten durch Optimierungen in den Bereichen Technik, Organisation, Prozesse und Trainings bestmöglich zu schützen. Swisscom ist sich ihrer Verantwortung im Datenschutz bewusst. Die Einführung neuer Technologien und die Realisierung neuer Bedürfnisse wird Swisscom mit der notwendigen Sensibilität realisieren und ihre gesellschaftliche Verantwortung als Begleiterin in der digitalen Welt wahrnehmen.

Jugendmedienschutz und Förderung der Medienkompetenz

Jugendmedienschutz und Richtlinien für Medieninhalte

Die Nutzung digitaler Medien bietet Chancen, birgt aber auch neue Risiken. Die Chancen überwiegen deutlich, doch besonders für Kinder und Jugendliche sind mit den digitalen Medien Risiken verbunden. Swisscom überlässt die Verantwortung beim Umgang mit diesen Risiken nicht alleine den Erziehenden. Sie unterstützt Eltern und Lehrpersonen mit vielfältigen Informationen, Hilfsmaterialien und Produkten.

Wenn Kinder und Jugendliche auf sozialen Webplattformen private oder gar intime Informationen für die Öffentlichkeit sichtbar machen, sind sie sich der Tragweite ihres Handelns meist nicht bewusst. Die Privatsphäre spielt in den Dokumentationen und Informationen zum Jugendmedienschutz deshalb eine prominente Rolle.

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.


Siehe unter
www.asut.ch
www.bluewin.ch


Siehe unter
www.bluewin.ch

Swisscom hat ihre rechtlichen Verpflichtungen hinsichtlich des Jugendmedienschutzes im Jahr 2013 vorbehaltlos eingehalten. So ist es gemäss Schweizerischem Strafgesetzbuch Anbietern untersagt, Personen unter 16 Jahren Inhalte pornografischer Natur anzubieten. Swisscom legt die Vorschriften der Fernmeldedienstverordnung, welche die Sperrmöglichkeiten von Mehrwertdiensten beschreiben, sehr streng aus. So bietet Swisscom seit 2009 auf ihrem Informationsportal keinerlei erotische Inhalte mehr an.

Die Brancheninitiative für verbesserten Jugendmedienschutz und zur Förderung der Medienkompetenz, die vom Schweizerischen Verband der Telekommunikation (asut) initiiert worden ist, nennt seit 2008 neben den gesetzlichen Vorschriften eine Liste zusätzlicher Massnahmen des Jugendmedienschutzes. Zu diesen Massnahmen hat sich Swisscom verpflichtet. Hierzu gehören das Anbieten einer Filtersoftware für den Internetzugang, die aktive Informationspflicht gegenüber den Kunden, die Dialogbereitschaft mit engagierten Organisationen oder das Benennen eines Jugendmedienschutz-Beauftragten.

Swisscom geht durch folgende Massnahmen über die gesetzlichen Anforderungen des Jugendmedienschutzes 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 Infoportal
- > 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

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 mittels Rechnungsbeilage über diese kostenlose Dienstleistung. Bei allen jugendlichen Abonnenten unter 18 Jahren wird dieses Sperrset automatisch aktiviert. Es lässt sich nur mit der Zustimmung der Erziehungsberechtigten deaktivieren.

Förderung der Medienkompetenz

Die ergriffenen technischen und prozessualen Massnahmen zum Jugendmedienschutz vermindern deutlich eine Vielzahl von Risiken, die sich bei der Mediennutzung durch Kinder und Jugendliche ergeben. Gleichzeitig erachtet Swisscom die Förderung der Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen als besten Weg, um die Risiken weiter zu verringern. Daher engagiert sich Swisscom seit vielen Jahren mit unterschiedlichen Massnahmen dafür, dass Kinder und Jugendliche die digitalen Medien sinn- und massvoll nutzen:

- > **Medienkurse im Rahmen des Schulungsprogramms Academy:** 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 2013 schweizweit über 700 Veranstaltungen zum Thema Medienkompetenz durchgeführt.
- > **JAMES – Jugend, Aktivitäten, (Multi-)Media – Ergebnisse Schweiz:** Die JAMES-Studie untersucht das Mediennutzungsverhalten Jugendlicher zwischen 12 und 19 Jahren. Nach einer ersten Auflage im Jahr 2010 hat Swisscom in Kooperation mit der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Zürich die JAMES-Studie im Jahr 2012 erneut durchgeführt. 2013 folgten vier Detailstudien, die die folgenden Fragen beantworteten: Welchen Effekt hat die Mediennutzung auf die Beziehung zwischen Eltern und Kindern? Besteht ein Zusammenhang zwischen der Mediennutzung und den Schulnoten? An Schulen bieten unterschiedliche Anbieter Medienkurse an: Wie effektiv sind diese Kurse? Wie gehen Jugendliche mit dem Schutz ihrer privaten Daten in sozialen Netzwerken um? (Publikation: März 2014)

- > Die aus JAMES gewonnenen Erkenntnisse ermöglichen es Wissenschaft und Politik, auf Basis einer verlässlichen wissenschaftlichen Grundlage Schlüsse zu ziehen und Massnahmen einzuleiten. Die wiederkehrende Durchführung der JAMES-Studie ermöglicht es ab dem Jahr 2014, Trends und Veränderungen im Mediennutzungsverhalten Jugendlicher abzulesen. Swisscom füllt damit eine längjährige Forschungslücke, zumal vor dem Jahr 2010 keine durchgängige Erhebung der Mediennutzung Jugendlicher bestanden hat.

Nationales Programm zur Förderung der Medienkompetenz

Der Bundesrat hat im Sommer 2010 ein Programm ins Leben gerufen, um die Medienkompetenz 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 die Privatwirtschaft und die öffentliche Hand gemeinsam bedeutend mehr für die Förderung der Medienkompetenz bewirken können. Swisscom unterstützt das Programm kommunikativ und finanziell.

Medienkurse für Eltern, Lehrpersonen und Schüler

Seit 2012 hat Swisscom ihr Kursangebot zur Förderung der Medienkompetenz erweitert. Sie bietet seither 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 Auswahl stehen den Lehrpersonen unterschiedliche Kursmodule 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. Die Nachfrage war 2013 wiederum sehr gross. Dabei sind die Erfahrungen und Rückmeldungen zu den Veranstaltungen ausnehmend positiv ausgefallen. So beträgt die Weiterempfehlungsrate über 95%.

Die Wirksamkeit der Medienkurse ist im Rahmen einer Studie evaluiert worden. Die Resultatpräsentation erfolgte anlässlich der Fachtagung Medienkompetenz unter Führung des Bundesprogramms «Jugend und Medien» (siehe oben, Nationales Programm zur Förderung der Medienkompetenz). Gemäss der von der Fernfachhochschule Schweiz (FFHS) gestellten Studienleitung belegt die Studie die Wirksamkeit der Medienkurse von Swisscom. 2014 wird die Studie erweitert und soll sich auf die Untersuchung langfristiger Effekte konzentrieren.

Swisscom Academy

Die Swisscom Academy schult seit 2005 Nutzer im Gebrauch ihrer Mobilfunkgeräte und des Internets. In den Schulungszentren in Bern, Basel, Lausanne, Luzern, Genf und Zürich bietet Swisscom täglich Kurse an. Zudem fahren vier Schulungsbusse jedes Jahr in rund 70 Städte und Dörfer in der ganzen Schweiz. Im Jahr 2013 haben sich 14'500 Personen im Gebrauch moderner Kommunikationsmittel weitergebildet. Seit der Lancierung der Swisscom Academy haben sich knapp 254'000 Menschen in der Schweiz auf die Schulbank gesetzt. Die Kurse richten sich an die gesamte Bevölkerung der Schweiz und stehen Kunden wie Nichtkunden offen. Damit leistet Swisscom einen wichtigen Beitrag, die digitale Kluft zwischen den Generationen laufend zu verringern.

Förderung der Medienkompetenz

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

48'500
Teilnehmende

Initiative «Schulen ans Internet»

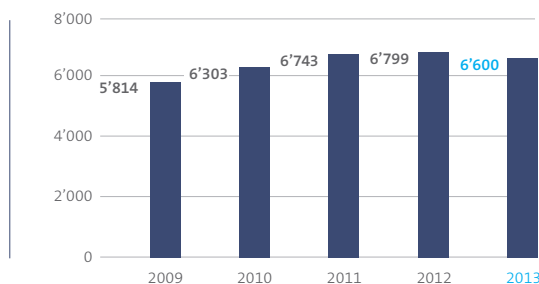
Die Mediennutzung erfolgt auf allen Schulstufen immer intensiver. Deshalb ist die Swisscom Initiative «Schulen ans Internet» gefordert, auf die gestiegenen Bedürfnisse von Schulen und Kantonen zu reagieren. Swisscom baut daher ihre Initiative sowie ihr kostenpflichtiges Angebot für Schulen laufend aus. Dank Swisscom profitieren mittlerweile beinahe alle Volks- und Kantonsschulen von einem breitbandigen Internetzugang. In den nächsten Jahren besteht eine wesentliche Aufgabe der Initiative darin, die Kindergärten, die im Rahmen des interkantonalen Konkordates HARMOS in die Primarschulen integriert werden, in die digitale Welt zu begleiten. Durch «Schulen ans Internet» leistet Swisscom somit seit 2002 einen substanzialen Beitrag für die Bildungslandschaft in der Schweiz: Dies zunächst im Rahmen der Bundesinitiative «Schule im Netz» (2002–2007) und seither autonom und in Abstimmung mit den zuständigen Stellen der öffentlichen Hand. Swisscom bezweckt zusammen mit Schulen, Kantonen und Bundesstellen, für das Bildungswesen eine konsolidierte und effiziente Architektur der künftigen ICT-Landschaft zu gestalten.

Die Anzahl der Schulen, die von «Schulen ans Internet» profitieren, ist leicht zurückgegangen (6'600 Schulen). 2013 nahm die Konsolidierung von Schuleinrichtungen – besonders bedingt durch Gemeindefusionen – an vielen Orten ihren Fortgang. Dennoch blieb die Anzahl der Schüler und Lehrpersonen bei «Schulen ans Internet» unverändert.

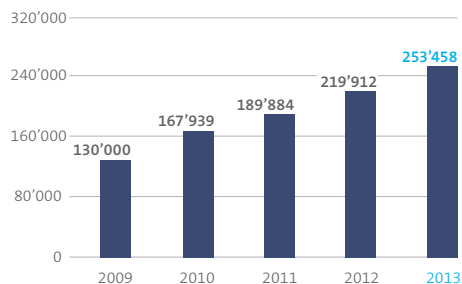
Der Aufwand für eine leistungsstarke Infrastruktur ist in den letzten Jahren stetig gewachsen. In Übereinkunft mit den Kantonen beteiligen sich die Schulen nach dem Verursacherprinzip an den Kosten für Sicherheitslösungen wie eine Firewall und einen Content-Filter. Die Kosten belaufen sich pro Schule je nach Bandbreitenbedarf zwischen CHF 1'560 und CHF 2'400 jährlich.

Siehe unter
www.swisscom.ch/sai

Schulen ans Internet Anzahl Schulen



Kurse Förderung Medienkompetenz Anzahl Teilnehmende



Swisscom hat in den vergangenen Jahren ihr Netzwerk mit unterschiedlichen Institutionen des Bildungswesens ausgebaut. Dieses Netzwerk stellt sicher, dass Swisscom die Bedürfnisse von Schulen hinsichtlich 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

Verantwortungsvolle Arbeitgeberin



Das Arbeitsumfeld bei Swisscom fördert die persönliche und fachliche Entwicklung der Mitarbeitenden, indem es ihnen anspruchsvolle Aufgaben und Verantwortung überträgt. Gleichzeitig positioniert sich Swisscom als Arbeitgeberin mit Sozialverantwortung.

Swisscom agiert in einem sich schnell wandelnden, anspruchsvollen Marktumfeld und ist stetig mit technologischen Neuerungen konfrontiert. Darüber hinaus beeinflussen die demografischen und gesellschaftlichen Entwicklungen vermehrt die personellen Ressourcen von Swisscom. Sie setzt auf ein fortschrittliches Personalmanagement, lebt eine Unternehmenskultur und schafft ein Arbeitsumfeld, das die Mitarbeitenden motiviert, ihr Potenzial im Sinne der Unternehmensstrategie voll zu entfalten.

In einer multimedialen Gesellschaft tragen die Beweglichkeit, die Veränderungsbereitschaft und das Fachwissen der Mitarbeitenden entscheidend dazu bei, das Leitbild von Swisscom umzusetzen und die Ziele der Unternehmensstrategie zu verwirklichen. Hierbei ist das Vertrauen der Kunden der Schlüssel, um langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben. Swisscom orientiert sich deshalb konsequent an den Bedürfnissen der Kunden. Dies erfordert Mitarbeitende, die Visionen entwickeln und diese in gemischten Teams ergebnisorientiert umsetzen.

Umfeld und Ziele

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. Die Personalabteilungen der einzelnen operativen Segmente setzen diese um und übernehmen sämtliche Personalfunktionen 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 rekrutiert die obersten Führungskräfte und betreibt in Zusammenarbeit mit den operativen Einheiten Managemententwicklung sowie Nachfolgeplanung. Zudem ist Group Human Resources für die gesamte Berufsbildung verantwortlich und leistet damit einen wichtigen Beitrag zum Wirtschaftsstandort Schweiz. Im Austausch mit den Sozialpartnern und den Personalvertretungen nimmt er die Interessen des ganzen Konzerns wahr.

Um den künftigen Herausforderungen gerecht zu werden, 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 Leistungsorientierung geprägt ist. Damit leistet Group Human Resources einen Beitrag zur Umsetzung der Unternehmensstrategie.

Personalentwicklung

Das Marktumfeld von Swisscom verändert sich permanent. Swisscom investiert entsprechend gezielt in die berufliche Entwicklung der Mitarbeitenden und Führungskräfte, um deren Arbeitsmarktfähigkeit und die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens nachhaltig zu verbessern. Den Mitarbeitenden stehen für ihre Entwicklung vielfältige On-the-Job- und Off-the-Job-Lernangebote sowie interne Programme und Trainings zur Verfügung. Das Angebot umfasst Fach-, Führungs- und Projektmanagementthemen. Im Rahmen des Talentmanagements haben etwa 10% der Leistungsträger aus den Zielgruppen ein entsprechendes internes Programm absolviert. In einer schweizweiten Initiative entwickelte Swisscom im Jahr 2013 ferner die Sprachkompetenz ihrer Mitarbeitenden in den Landessprachen weiter. Swisscom begrüsst zudem individuell weiterführende externe Ausbildungen und unterstützt diese finanziell sowie zeitlich. In der Schweiz haben die Mitarbeitenden von Swisscom im Berichtsjahr 72'136 Tage für Lernen und Entwickeln aufgewendet.

Der «Führungskompass» von Swisscom dient als Orientierungsrahmen für die Führung und legt unter anderem die Entwicklung der Mitarbeitenden als Führungsaufgabe fest. Darüber hinaus hat Swisscom auf Konzernebene einen weiteren Orientierungsrahmen für Lernen und Entwickeln im Unternehmen geschaffen. Dieser Rahmen stärkt das gemeinsame Bekenntnis zum Lernen und Entwickeln in der digitalen Welt. Er stellt den regelmässigen Dialog zwischen Mitarbeitenden und Führungskräften in den Vordergrund, der die Vereinbarung und Realisierung mittelfristiger Entwicklungsmassnahmen erleichtert. In diesem Zusammenhang hat Swisscom die Weiterbildungsangebote von Swisscom IT Services AG zuhanden der unterschiedlichen Zielgruppen auf Konzernebene vereinheitlicht.

Um die Leistungen und die Entwicklung der Mitarbeitenden zu beurteilen und zu fördern, entwickelt Swisscom ihr Performance-Management-System bedürfnisgerecht weiter. Anfang 2013 hat Swisscom konzernweit «My Performance» eingeführt. «My Performance» führt Leistungsbeurteilungen auf Basis verbindlicher Zielvereinbarungen fair sowie breit abgestützt durch und hilft dabei, berufliche Entwicklungsvorhaben umzusetzen. So haben alle Führungskräfte in sogenannten Kalibrierungsrunden, gestützt auf eine abgestimmte Zielvereinbarung, systematisch die Leistungen und möglichen Entwicklungsschritte der ihnen anvertrauten Mitarbeitenden diskutiert. Diese Runden unterstützen sowohl die Nachfolgeplanung für Schlüsselfunktionen als auch die Platzierung von Talenten über die Grenzen einzelner Abteilungen hinaus. Sie entsprechen der strategischen Positionierung von Swisscom als vertrauenswürdiger Begleiter in der digitalen Welt und damit den konkret formulierten Ansprüchen an alle Mitarbeitenden.

Ein Mentoringprogramm unterstützt den fachlichen und persönlichen Austausch zwischen Talenten und den Konzernleitungsmitgliedern. Zusätzlich bietet das Leadership Forum eine wichtige Plattform für Managementthemen.

Schulungen der Mitarbeitenden im Allgemeinen und im Bereich der Corporate Responsibility

Swisscom schult laufend ihre Mitarbeitenden. 2013 haben sich Mitarbeitende im Durchschnitt 4,2 Tage (33 Stunden) aus- oder weitergebildet. Swisscom schult ihre Mitarbeitenden ferner regelmässig zu unterschiedlichen Themen der Corporate Responsibility. So werden beispielsweise neue Mitarbeitende anlässlich der Welcome Days für ökologische und gesellschaftliche Themen sensibilisiert. Erstmals hat Swisscom im Jahr 2013 einen CR-Lehrgang durchgeführt. Diese Ausbildung für Mitarbeitende des Privatkundenbereichs wurde neu für Swisscom entwickelt und mit 14 Mitarbeitenden als Pilotlehrgang durchgeführt.

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 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 2013 haben die Mitarbeitenden 1'330 Einsatztage geleistet.

Personalbeschaffung

Rekrutierung von neuen Mitarbeitenden

Swisscom will Menschen gewinnen, die mit Engagement und Leidenschaft Kunden begleiten und die Zukunft der digitalen Welt mitgestalten. An sämtlichen Geschäftsstandorten in der Schweiz achtet Swisscom 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 für das Unternehmen zu gewinnen, steht Swisscom in intensivem Kontakt mit Fachhochschulen und Universitäten. Die Präsenz an den relevanten 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 100 Studenten ein Praktikum bei Swisscom begonnen; ebenso viele Bachelorbeziehungsweise Masterarbeiten sind durch Swisscom Mitarbeitende betreut worden. Der Berufseinstieg nach erfolgreich abgeschlossenem Studium führt bei Swisscom neben Praktika über das Traineeprogramm oder Juniorstellen.

Berufsbildung

247 Jugendliche haben ihre Lehre im August 2013 bei Swisscom begonnen, davon 95 in den ICT-Berufen Mediamatik und Informatik. Swisscom nimmt damit ihre Verantwortung als schweizweit grösster Ausbilder von ICT-Fachkräften wahr. Insgesamt bildet Swisscom 2013 847 Lernende in technischen und kaufmännischen Lehrberufen aus. Zusätzlich absolvieren 73 Lernende ihre Ausbildung bei der Tochtergesellschaft cablex. Die Ausbildung zum 2011 eingeführten Lehrberuf «Fachfrau/-mann Kundendialog» erfolgt in den Kundenkontaktzentren. Sie wird seit Lehrbeginn 2012 auch in der Westschweiz sowie seit Lehrbeginn 2013 im Tessin angeboten.

Seit 2012 bringt Swisscom in speziellen Schnupperwochen Mädchen das Berufsfeld ICT näher. Sie hat ihr Angebot 2013 ausgebaut. Zusätzlich bietet Swisscom neu ICT-Schnupperwochen für Maturandinnen an.

Das Ausbildungsmodell von Swisscom ist auf Selbständigkeit und Eigenverantwortung ausgerichtet. Es bezweckt die Förderung der Persönlichkeit des Lernenden. So gestalten die Lernenden ihren Ausbildungsplan gemäss ihren Schwerpunkten aktiv mit, bewerben sich für unterschiedliche Praxiseinsatzplätze innerhalb des Unternehmens und lernen dort von erfahrenen Mitarbeitenden.

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 Partnern zusammenzuarbeiten. Bedingung für die Zusammenarbeit ist, dass die betreffenden Partner die Anforderungen von Swisscom hinsichtlich der Arbeitsgesetzgebung und der Nachhaltigkeit erfüllen.

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). Verwaltungsrat, Konzernleitung und Führungskräfte tragen durch ihre Unterstützung zum Erfolg des BGM bei. So ist die Absenzenquote seit 2009 von 3,4% auf heute 2,9% gefallen. Bis 2015 soll sie konstant bleiben oder weiter zurückgehen. Weitere Einzelheiten und Kennzahlen sind in der Tabelle «Mitarbeitende in Zahlen» aufgeführt.

Dank dieser positiven Entwicklung sind die Prämienätze für Berufsunfall-, Nichtberufsunfall- und die Krankentaggeld-Versicherung per 1. Januar 2013 gesenkt worden.

In Zusammenarbeit mit dem Bundesamt für Sozialversicherungen (BSV) hat Swisscom das Projekt ConCerto angestossen. Sie leistet damit einen wesentlichen Beitrag, die Zusammenarbeit mit den Sozialversicherungen optimal zu koordinieren. ConCerto soll die berufliche Eingliederung von Menschen nach dem Auftreten gesundheitlicher Beeinträchtigungen vereinfachen und beschleunigen. Im Jahr 2012 wurde der Verein ConCerto-pro ins Leben gerufen. Er will sämtliche national tätige Arbeitgeber, Invalidenversicherungsstellen, Krankentaggeld- und UVG-Versicherer sowie KMU zum Beitritt einladen und sie dazu bewegen, die von ihm festgelegten Prozesse einzuhalten. Dabei unterstützt und koordiniert der Verein gemeinsam mit Partnern auf nationaler Ebene (BSV, SECO, Verbände und Institutionen) die Weiterentwicklung von Themen, die für die berufliche Eingliederung relevant sind.

Die Anzahl der Invaliditätsfälle ist im Jahr 2013 im Vergleich zu den Vorjahren um 25% gesunken. In Zusammenarbeit mit den Integrationspartnern und dank des höheren 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 künftig ihre Aufmerksamkeit vermehrt auf die Prävention ausdehnen, um die Gesundheit der Mitarbeitenden zu erhalten und zu fördern.

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 der Betriebskommission im Bereich der Ergonomie (Gestaltung der Arbeitsplätze und der Arbeitsumgebung, Gesundheitsschutz/-vorsorge, Verhütung von Unfällen und Berufskrankheiten, Arbeitssicherheit) ein Mitspracherecht und den Sozialpartnern ein Informationsrecht. Unterschiedliche Gremien koordinieren und steuern Ausbildungen, Initiativen und Massnahmen zur Sicherheit und zum Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz. In Bereichen, in denen die Arbeitssicherheit für die Mitarbeitenden besonders wichtig 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. Bei der Tochtergesellschaft cablex beispielsweise wird die Richtlinie 6508 der Eidgenössischen Koordinationskommission für Arbeitssicherheit EKAS umgesetzt. Die Richtlinie umfasst die zehn Elemente des betrieblichen Sicherheitssystems und gewährleistet beim Bau der Infrastruktur die für Gesundheit und Sicherheit des Personals erforderlichen Massnahmen.

Das Mitwirkungsgesetz wird insbesondere im Bereich «Safety» umfassend umgesetzt, indem interne (Safety-System) und externe (Gesetzeskompass) Vorgaben konsequent eingehalten werden. Die Personalvertretungen nehmen im Safety-Board Einsitz, das quartalsweise stattfindet.

Move! und Swisscom Games

Move! ist ein Programm, das Aktivitäten aus den Bereichen Gesundheit, Sport und Kultur unterstützt. Mitarbeitende bieten als Move!-Coaches Aktivitäten an oder nehmen selbst an einer Aktivität teil. Die Aktivitäten finden in der Freizeit statt. Move! bezweckt, den sportlichen wie geistigen Horizont der Mitarbeitenden zu erweitern und Mitarbeitende mit Kollegen anderer Unternehmensbereiche zusammenzubringen.

Bei den Swisscom Games handelt es sich um einen Anlass, der alle zwei Jahre stattfindet. Mitarbeitende haben die Möglichkeit, sich für eine Team- oder Einzelaktivität aus den Bereichen Sport, Kultur oder Soziales anzumelden. Im Rahmen der Swisscom Games 2013 haben zwei Anlässe stattgefunden: die Winter-Games in Davos und die Sommer-Games in Tenero. Insgesamt nahmen rund 4'000 Mitarbeitende daran teil. Die Swisscom Games tragen zur Vernetzung unter den Mitarbeitenden bei und sind mittlerweile ein wichtiges Element der Unternehmenskultur. Die nächsten Swisscom Games finden im Jahr 2015 statt.

Diversity

Vielfalt leben

Diversity Management lautet der Schlüsselbegriff einer globalen Arbeitswelt. Es will das besondere Wissen und die besonderen Fähigkeiten eines jeden einzelnen würdigen und nutzbringend für das gesamte Unternehmen einsetzen.

Diversity engagiert sich für ein offenes Arbeitsumfeld, in dem sich Mitarbeitende mit Respekt begegnen, sich frei entfalten und ihr volles Potenzial ausschöpfen. Swisscom versteht Diversity als Engagement nach innen wie auch nach aussen. Im Rahmen von Diversity fühlt sich Swisscom verpflichtet, das Wohlbefinden aller Mitarbeitenden zu sichern, damit diese mit hoher Motivation Ausserordentliches leisten.

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 ihr Potenzial ausschöpfen. Im Rahmen der Diversity hat sich Swisscom mittelfristig zum 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, dabei eine ausgewogene Life-Domain-Balance ermöglichen und dem zunehmenden Bedürfnis der Mitarbeitenden nach Selbstbestimmung und Flexibilität entgegenkommen. Zu diesen Lösungen gehört beispielsweise das Angebot flexibler Arbeitsformen und -modelle. Swisscom entrichtet als familienfreundliche Arbeitgeberin Kinder- und Ausbildungszulagen, die höher als die bundesrechtlichen sowie meistens auch höher als die kantonrechtlichen Zulagen liegen. Zusätzlich unterstützt Swisscom die familienexterne Kinderbetreuung mit finanziellen Beiträgen, unentgeltlichen Beratungsdienstleistungen durch den Familienservice und mit Ferienbetreuungsangeboten während der Schulferien.

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. 82,8% der Mitarbeitenden von Swisscom besitzen die Schweizer Nationalität. Die restlichen 17,2% verteilen sich auf Mitarbeitende aus 90 Ländern, davon 5,3% aus Deutschland, 3,8% aus Italien, 2% aus Frankreich und 1% aus Spanien.

Das Durchschnittsalter der Bevölkerung und somit auch der Swisscom Mitarbeitenden wird immer höher. Diese Entwicklung bringt sowohl Chancen als auch Risiken mit sich. Dem begegnet Swisscom mit dem sogenannten «Generation Management».

Swisscom erkennt in der sexuellen Orientierung eine wichtige Dimension von Diversity. Offenheit und Toleranz prägen ihre Unternehmenskultur.

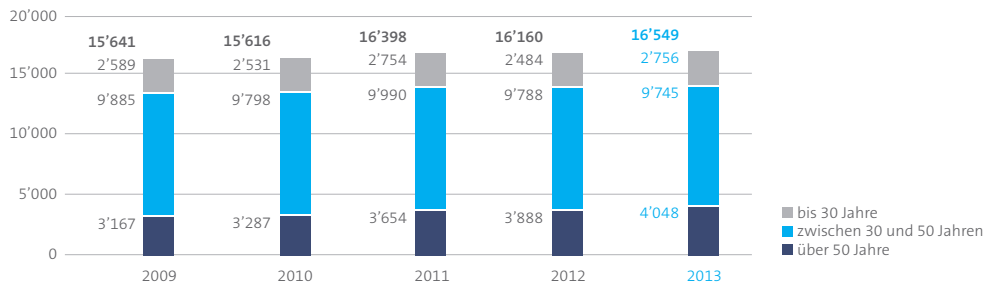
Was die Chancen und das Potenzial eines jeden einzelnen Mitarbeitenden betrifft, unterscheidet Swisscom nicht zwischen Mitarbeitenden mit psychischen oder physischen Beeinträchtigungen und solchen ohne Beeinträchtigungen. Swisscom baut vielmehr auf die individuellen Stärken und Fähigkeiten eines jeden Mitarbeitenden. Im Jahr 2013 sind keine Vorfälle von Diskriminierung bekannt geworden.

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 – und somit der Mitarbeitenden wie der Kunden – stetig steigt, hat Swisscom sogenannte «BestAge-Projekte» ins Leben gerufen. Diese wollen sowohl den Bedürfnissen der älteren Mitarbeitenden als auch der älteren Kunden gerecht werden. Die in den Callcentern und Shops umgesetzten Massnahmen sowie Instrumente tragen dem Rechnung: Ältere Mitarbeitende betreuen und beraten ältere Kunden. Weitere Initiativen bestehen einerseits im Inhouse-Consulting, bei dem ältere Topkader die Linienvorgesetzten beraten, coachen und ihre Erfahrungen in Projekte einbringen; andererseits im Einsatz von älteren Mitarbeitenden als Qualitätssicherungsspezialisten im Netzbau.

Seit 2011 ist Swisscom Mitglied des Demographie Forums Schweiz. Das Demographie Forum Schweiz ist eine Plattform von aktuell sieben Finanz- und Dienstleistungsunternehmen. Das Forum bezweckt, Informationen zu sammeln und Grundlagen zu erarbeiten, um ein nachhaltiges Demographiemanagement zu etablieren. Die Mitglieder des Forums haben im Jahr 2013 unterschiedliche Lösungsansätze entwickelt, die praxisnah sind und sich deshalb gut von den teilnehmenden Unternehmen anwenden lassen.

Altersstruktur der Mitarbeitenden in Vollzeitstellen



Diversity@Swisscom

Swisscom beschäftigt Menschen aus

90 Nationen

Lohnleichheit

Swisscom schenkt der Lohnleichheit zwischen den Geschlechtern eine hohe Aufmerksamkeit. Ihr Lohnsystem ist darauf ausgerichtet, gleiche Löhne für gleichwertige Aufgaben und Leistungen zu entrichten. Zu diesem Zweck sind die einzelnen Funktionen entsprechend ihren Anforderungen in Funktionsstufen eingereiht. Für jede Funktionsstufe ist ein Lohnband festgelegt. Dieses gibt die Bandbreite für die Entlohnung gleichwertiger Aufgaben vor. 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 führt zu einem kontinuierlichen Ausgleich allenfalls bestehender Lohndifferenzen. Zudem prüft Swisscom bei der Umsetzung der Lohnrunde, ob innerhalb der einzelnen Organisationseinheiten Unterschiede zwischen Frauen- und Männerlöhnen bestehen, und nimmt bei Bedarf gezielt Korrekturen vor.

Ebenso untersucht Swisscom anhand des Lohnleichheitsinstruments des Bundes (Logib) periodisch die Lohnstrukturen 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 Lohnleichheitsdialog beigetreten, einer Initiative der Dachverbände der Arbeitgeber und Arbeitnehmer sowie des Bundes zur Überprüfung der Lohnleichheit. Der erfolgreiche Abschluss des Lohnleichheitsdialogs bestätigt, dass die Löhne bei Swisscom dem Grundsatz der Lohnleichheit entsprechen.

 Siehe unter
www.lohnleichheitsdialog.ch

Menschenrechte

Swisscom betrachtet die Wahrung der Menschenrechte als integralen Bestandteil ihrer Unternehmenskultur. Innerhalb des Swisscom Konzerns sind keine oder nur sehr geringe Risiken hinsichtlich einer Verletzung von Menschenrechten bekannt. So verfügt Swisscom über 17'362 Vollzeitstellen in der Schweiz und 2'375 Vollzeitstellen in Italien, bei denen keine Menschenrechtsrisiken festgestellt worden sind; ferner 371 Vollzeitstellen ausserhalb der Schweiz und Italien, mehrheitlich in der Europäischen Union oder in OECD-Ländern, bei denen ebenfalls keine oder nur sehr geringe Risiken hinsichtlich einer Verletzung der Menschenrechte vorliegen. Aus der Reihe der von Ratingagenturen aufgeführten «Risikoländern» (Russland, 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 konzerneigenes Managementsystem für Risiken, die die Verletzung der Menschenrechte betreffen.

Risiken hinsichtlich einer Verletzung der Menschenrechte sieht Swisscom bei Lieferanten. Aus diesem Grund hat Swisscom ein Risikomanagementsystem bei ihren Lieferanten 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.

 Siehe Bericht
Seite 94

Mitarbeitendenzufriedenheit

Die Umfrage zur Messung der Mitarbeitendenzufriedenheit findet alle zwei Jahre statt. Die nächste Umfrage ist für das Jahr 2014 geplant. Bei der letzten Befragung im Mai 2012 beteiligten sich knapp 80% aller Mitarbeitenden. Die Ergebnisse belegten eine hohe Arbeitszufriedenheit und eine sehr hohe Verbundenheit mit Swisscom. Die Mitarbeitenden beurteilten alle Themenbereiche deutlich positiver als bei der Umfrage im Jahr 2010. Im Branchenvergleich fielen die Ergebnisse teilweise überdurchschnittlich positiv aus.

Die Mitarbeitenden in Zahlen

	Einheit	2011	2011 in %	2012	2012 in %	2013	2013 in %
Personalstruktur in der Schweiz							
Mitarbeitende in Vollzeitstellen (FTE) gemäss GRI-Berichtsgrenze	FTE/%	16'628	100,0%	16'269	100,0%	17'362	100,0%
Davon Mitarbeitende in den nachfolgenden Kennzahlen abgedeckt	FTE/%	16'398	98,6%	16'160	99,3%	16'549	95,3%
Mitarbeitende mit Vollzeitbeschäftigung	FTE/%	14'208	86,6%	13'954	86,3%	14'314	86,5%
Mitarbeitende mit Teilzeitbeschäftigung	FTE/%	2'190	13,4%	2'206	13,7%	2'235	13,5%
Mitarbeitende mit unbefristeter Anstellung	FTE/%	16'342	99,7%	16'100	99,6%	16'476	99,6%
Mitarbeitende mit befristeter Anstellung	FTE/%	56	0,3%	60	0,4%	73	0,4%
Frauenanteil	FTE/%	4'546	27,7%	4'330	26,8%	4'376	26,4%
Männeranteil	FTE/%	11'852	72,3%	11'830	73,2%	12'173	73,6%
Mitarbeitende im Alter bis 30 Jahre	FTE/%	2'754	16,8%	2'484	15,4%	2'756	16,6%
Mitarbeitende im Alter zwischen 30 und 50 Jahren	FTE/%	9'990	60,9%	9'788	60,6%	9'745	58,9%
Mitarbeitende im Alter über 50 Jahre	FTE/%	3'654	22,3%	3'888	24,0%	4'048	24,5%
Durchschnittsalter	Jahre	41,3	n.a.	41,9	n.a.	41,8	n.a.
Frauenanteil im oberen Management	FTE/%	15	11,8%	11	9,1%	8	8,0%
Männeranteil im oberen Management	FTE/%	112	88,2%	110	90,9%	92	92,0%
Frauenanteil im mittleren Management	FTE/%	242	10,4%	269	11,1%	286	11,4%
Männeranteil im mittleren Management	FTE/%	2'078	89,6%	2'150	88,9%	2'231	88,6%
Temporäre Mitarbeitende	FTE	1'520	9,3%	1'636	10,1%	1'564	9,5%
Lehrstellen	Anzahl Stellen	800	4,9%	907	5,6%	920	5,6%
Mitarbeiterentwicklung in der Schweiz							
Anteil geführter Performance-Dialoge	Anzahl	18'779	98,8%	18'779	98,8%	16'082	97,0%
Fluktuation in der Schweiz							
Austritte/Fluktuationsrate Frauen	FTE/%	534	11,7%	510	11,8%	558	12,8%
Austritte/Fluktuationsrate Männer	FTE/%	1'421	12,0%	1'125	9,5%	1'221	10,0%
Fluktuationsrate gesamt	FTE/%	1'955	11,9%	1'635	10,1%	1'779	10,7%
Austritte im Alter bis 30 Jahre	FTE/%	464	23,7%	387	23,7%	409	23,0%
Austritte im Alter zwischen 30 und 50 Jahren	FTE/%	1'120	57,3%	932	57,0%	949	53,3%
Austritte im Alter über 50 Jahre	FTE/%	371	19,0%	316	19,3%	421	23,7%
Absenzen durch Unfälle und Krankheiten in der Schweiz							
Ausfalltage durch Berufskrankheit	Anzahl Tage	5	–	2	–	8	–
Ausfalltage durch Krankheiten	Anzahl Tage	98'916	2,39%	99'942	2,42%	101'120	2,44%
Ausfalltage durch Berufsunfälle/ Berufsunfallquote	Anzahl Tage	2'252	0,05%	2'846	0,07%	2'314	0,06%
Ausfalltage durch Nichtbetriebsunfälle/ Nichtbetriebsunfallquote	Anzahl Tage	15'037	0,36%	15'086	0,37%	16'582	0,40%
Ausfalltage total	Anzahl Tage	116'210	2,80%	117'876	2,86%	120'024	2,89%
Ausfalltage pro FTE	Anzahl Tage/FTE	7,1	n.a.	7,3	n.a.	7,3	n.a.

Innovation und Entwicklung

Ein dynamisches Umfeld, in dem sich Marktsituation und Rahmenbedingungen ständig verändern, erfordert von einem Unternehmen Innovation, damit sie langfristig erfolgreich ist. Swisscom arbeitet daher an Zukunftsthemen, die die Rolle des Unternehmens nachhaltig stärken.

Forschung und Innovation sind für Swisscom grundlegend. Swisscom will die strategischen Herausforderungen der kommenden Jahre früh erkennen und die Chancen für eine neue Generation von Diensten und Produkten ergreifen. Innovation findet bei Swisscom in allen Bereichen des Unternehmens statt. Sie reicht von kontinuierlichen Verbesserungsprozessen über operative Neuerungen in diversen Geschäftsfeldern bis hin zu langfristig orientierten und forschungsintensiven Neuerungen, die auf die nächste Generation der Telekommunikationsinfrastruktur oder der zukünftigen Nutzung digitaler Endgeräte zielen.

Innovation als offener Prozess

Swisscom baut auf das Know-how von Kunden, Mitarbeitenden und Partnern, um in einem offenen Prozess fortwährend neue Produkte, Services und einmalige Erlebnisse zu realisieren. Im Zentrum steht dabei stets der Kunde mit seinen Bedürfnissen. Deshalb setzt Swisscom bei der Entwicklung neuer Produkte und Services konsequent auf die Methoden des Human Centered Design, das heisst auf die nutzerorientierte Gestaltung von einfachen, inspirierenden Erlebnissen, die sich auf dem Markt differenzieren.

Swisscom ist offen, Ideen aus der Forschung aufzugreifen, um neue Geschäftsfelder zu erschliessen und die Kosten zu optimieren. Daher prüft sie jede vielversprechende Idee hinsichtlich ihrer Wirtschaftlichkeit, ihres Kundenversprechens und ihrer Machbarkeit. Erfüllt eine Idee die Anforderungen, wird sie rasch am Markt erprobt und umgesetzt. Heute verfolgt Swisscom beispielsweise neue Ansätze zum digitalen Zuhause, zu neuen Fernseherlebnissen oder zur Maschine zu Maschine (M2M)-Kommunikation.

In Form der Swisscom Labs betreibt Swisscom eine eigene Open-Innovation-Plattform, die mehrere tausend registrierte Benutzer aufweist. Die Plattform bezieht künftige Nutzer möglichst früh in die Entwicklung neuer Produkte und Services ein. Die Nutzer können Ideen einbringen, ihre Meinung in so genannten Challenges abgeben und in offenen oder geschlossenen Fokusgruppen an Trials und Beta-Tests teilnehmen.

Innovation braucht Zeit und Raum, damit aus Ideen marktreife Produkte und Services entstehen. Deshalb hat Swisscom im Jahr 2013 zum ersten Mal eine Innovationswoche durchgeführt. Unterschiedlich zusammengesetzte Teams haben in dieser Woche in intensiver Arbeit eine Idee umgesetzt, die ein bestimmtes Kundenbedürfnis befriedigt, geschäftsrelevant ist und Potenzial am Markt hat. Einige dieser Prototypen werden nun in der Roadmap 2014 verankert und weiterverfolgt.

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

Spezifische Themenfelder für Innovationen in Swisscom

End-to-End Connectivity

Ein qualitativ hochstehender Breitband-Internetzugang hat in den letzten Jahren massiv an Bedeutung gewonnen. Swisscom arbeitet deshalb an der nächsten Netzgeneration und entwickelt Lösungen, mit denen die Schweizer Bevölkerung noch schneller Ultrabreitband erhält. Gleichzeitig wächst der mobile Datenverkehr und stellt das Mobilfunknetz vor eine grosse Herausforderung. Swisscom sucht und entwickelt innovative Lösungen, die es erlauben, effizient hohe Datenvolumen zu bewältigen.

Als Alternative zu FTTH (Fibre to the Home), wo Glasfaser bis in die Wohnung verlegt wird, erfolgt bei FTTS (Fibre to the Street) der Glasfaserausbau bis rund 200 Meter vor das Haus. Von dort werden die Wohnungen mit dem bestehenden Kupfernetz erschlossen. Durch diesen Ansatz ermöglicht Swisscom eine wesentlich schnellere Versorgung der Schweizer Haushalte mit einer wesentlich erhöhten Breitbandkapazität. Bereits arbeitet Swisscom an der nächsten Generation von FTTS. Dies wird die Leistungsfähigkeit noch einmal wesentlich erhöhen.

Mobile Services und Apps

Der Alltag ohne Internet ist heute kaum noch vorstellbar, egal ob zu Hause oder unterwegs. Vor allem mobile Endgeräte wie das Smartphone bilden aufgrund ihrer hohen Nutzung in der Schweiz die ideale Grundlage, um neue Dienste umzusetzen. Die Vision von Swisscom lautet, mit dem Smartphone eine einfache Brücke zwischen realer und digitaler Welt zu erschliessen. Dazu will sie eine Tappingkultur etablieren. Tapping oder Tapit bedeutet, das Smartphone an ein Objekt zu halten oder über ein Objekt zu legen und damit eine digitale Reaktion auf dem Smartphone auszulösen. Tapping beruht auf Technologien wie Near Field Communication (NFC), die bereits in den meisten Smartphones eingebaut ist. Dank Tapping können Kunden künftig ihr Smartphone zum Bezahlen nutzen, Treuekarten verwalten oder Zutritt zu Gebäuden erhalten. Das Smartphone ersetzt damit herkömmliche Kreditkarten, Treuekarten oder Firmenbadges.

Swisscom testet Anwendungen mit der NFC-Technologie bereits seit geraumer Zeit und verfolgt die Entwicklungen in diesem Bereich sehr genau. Zu diesem Zweck arbeitet sie mit Finanzdienstleistern, dem Einzelhandel und allen relevanten Unternehmen zusammen, um ihren Kunden auf dem Smartphone ein möglichst einfaches, sicheres und nahtloses Kundenerlebnis zu ermöglichen. Ebenso bietet Swisscom den teilnehmenden Unternehmen die Gelegenheit, ihre Produkte sicher und einfach über eine NFC-fähige Mobilfunk-SIM-Karte anzubieten.

Security und Intelligence

Im Rahmen der laufenden Migration der Telekommunikationsdienste auf das Internet-Protokoll ist es grundlegend, das richtige Niveau von Sicherheit und Privatsphäre zu garantieren. Gleichzeitig stellt die exponentiell steigende Datenmenge grosse Herausforderungen an die Telekommunikationsanbieter und ihre Kunden. Die Anforderungen an Produkte steigen, mit denen sich diese grossen Datenmengen sicher und anonymisiert verarbeiten und nach modernsten Methoden analysieren lassen. So haben Big-Data-Technologien bereits in vielen Bereichen Einzug gehalten. Während diese einerseits neue Fragen rund um die Sicherheit und Privatsphäre aufwerfen, eröffnen sie andererseits neue Perspektiven für Sicherheitsprodukte. Swisscom nutzt die Verbindung zwischen Datenanalyse und Sicherheit, um ihren Kunden mehr Transparenz und Kontrolle zu bieten.

Swisscom nimmt ferner ihre Verantwortung für die Gesellschaft wahr. Beispielsweise hat sie gemeinsam mit externen Partnern für das Bundesamt für Strassen (ASTRA) Modelle entwickelt, um auf Basis anonymisierter Mobilfunk-Nutzungsdaten Verkehrsflüsse auf Autobahnen vorherzusagen. 2013 lancierte Swisscom zudem die erste von mehreren geplanten mobilen Applikationen, welche die Kunden im Alltag begleiten und sie bei Sicherheitsfragen unterstützen. Für Geschäftskunden arbeitet Swisscom am Einsatz neuer Technologien wie zum Beispiel Trusted Computing. Diese sollen helfen, die Swisscom Cloud zur sichersten Cloud für alle Anwendungen zu machen. In Zusammenarbeit mit der ETH Zürich arbeitet Swisscom an neuen Internet-Routing-Mechanismen. Diese sollen helfen, die Gefahr von Lauschangriffen auf den Datenverkehr zu reduzieren.

Neue Wachstumsfelder erschliessen

Das veränderte Konsumentenverhalten und die technologischen Entwicklungen bieten die Möglichkeit, neue Geschäftsfelder zu erschliessen. Swisscom investiert in fortschrittliche Lösungen im Finanzsektor, im Gesundheitswesen, in die dynamische Steuerung des Energieverbrauchs sowie in die intelligente Vernetzung und Steuerung von Geräten für zu Hause, für Transport und Logistik oder für die Sicherheitstechnik.

Siehe unter 
www.swisscom.ch/m2m

Laufende Innovationsprojekte

Beispiele von Produkten, die Swisscom bis zur Marktreife entwickelt:

- > **iO:** telefonieren, chatten, Bilder tauschen – alles in einer App und kostenlos auf mobilen Daten-netzen oder WiFi weltweit. Mit iO hat Swisscom eine App lanciert, bei der einzig zählt, wen der Nutzer kontaktieren will. Die App verbindet sicher und einfach iO-Nutzer untereinander. Mit einer attraktiven Flatrate ist darüber hinaus das unbegrenzte Telefonieren auf der ganzen Welt mit Personen möglich, die iO nicht nutzen.
- > **Smart Networks:** besseres Kundenerlebnis trotz hoher Netzlast. Die Erstellung von neuen Mobilfunkantennen ist ein aufwändiger Prozess. Swisscom untersucht daher, ob der Einsatz von Echtzeittechnologien, die Datenverkehrsflüsse innerhalb der bestehenden Infrastruktur so regeln, dass 20% der Bandbreite frei werden und somit das Kundenerlebnis optimiert wird.
- > **Docsafe:** einfacher Umgang mit Dokumenten. Das Management der administrativen Dokumente wie Rechnungen, Kontoauszüge oder Krankenkassenabrechnungen wird selbst für Privat-kunden immer komplizierter und unübersichtlicher. Zumal die Korrespondenzen heute nicht nur auf dem Papier, sondern auch online stattfinden. Docsafe ordnet alle digitalen Dokumente an einem Ort sicher und zentral, archiviert sie und macht sie jederzeit abrufbar.

SGS-ZERTIFIZIERUNG

GRI-Nachhaltigkeitsbericht 2013 der Swisscom AG

UMFANG

SGS wurde von Swisscom mit einer unabhängigen Prüfung der GRI-basierten Offenlegungen zur Nachhaltigkeit im Jahr 2013 beauftragt. Unser Prüfumfang umfasste die GRI-Offenlegungspflichten und -kennzahlen gemäss dem auf <http://www.swisscom.ch/gri-2013> veröffentlichten GRI Index. Die Prüfung (Assurance) basiert auf der «SGS Sustainability Report Assurance»-Methodik und umfasste alle im gedruckten Geschäftsbericht 2013 enthaltenen Texte und den Anhang zum Geschäftsbericht Swisscom 2013, GRI-Anhang 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 3.1 (2011) 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 3.1 (2011) 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 wurde 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 2013 offengelegten Informationen und Daten falsch sein könnten. Die offengelegten Informationen und Daten vermitteln unseres Erachtens ein faires, ausgewogenes Bild der von Swisscom in 2013 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 gaben 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 Stufe «A+» des GRI, Version 3.1 (2011) erfüllt.

UNTERZEICHNET IM AUFTRAG VON SGS



Albert von Däniken, Lead Auditor



Elvira Bieri, Lead Auditor