



Nachhaltigkeitsbericht

2018

swisscom



# Jahres- berichterstattung



Geschäftsbericht, Nachhaltigkeitsbericht und 2018 in Kürze sind Teil der Jahresberichterstattung 2018 von Swisscom. Die drei Publikationen sind online verfügbar: [swisscom.ch/bericht2018](https://www.swisscom.ch/bericht2018)

## Konzept «Menschen begeistern»

Die vernetzte Welt bietet unzählige Möglichkeiten, die wir heute gestalten können. Beste Qualität, wegweisende Innovationen, tiefe Verbundenheit – wir freuen uns, die Menschen in der Schweiz zu begeistern und ihnen die Chancen einer vernetzten Zukunft näherzubringen.

Die Bilder der Jahresberichterstattung 2018 zeigen, wie und wo wir Menschen begeistern; sei dies auf der Alp, im Wohnzimmer, in Unternehmen oder in unseren Swisscom Shops.

Ein herzliches Dankeschön allen, die sich die Zeit für die Bildaufnahmen genommen haben: Pius und Jeanette Jöhl mit ihren Kindern auf der Alp Oberchäseren, einer Wohngemeinschaft mit Freunden in Zürich (Seraina Cadonau, Anna Spiess, Linard Baer und Johannes Schutz), der Ypsomed AG in Burgdorf, Stefan Mauron, Kundin Jeannette Furter sowie der gesamten Shopcrew vom House of Swisscom in Basel.

## **Corporate Responsibility**

Verantwortungsvoll  
die Erwartungen  
unserer Anspruchs-  
gruppen erfüllen.

Einleitung	Brief an die Stakeholder .....4 Nachhaltiges Umfeld .....5 Wesentliche Themen .....11
Corporate Responsibility- Strategie	Schwerpunkte und Ziele bis 2020.....13 Schwerpunkte und Ziele bis 2025.....14 Der Beitrag von Swisscom zu den SDGs .....15 CR-Ziele-Tabelle .....16 Corporate Responsibility – Governance und Implementierung .21 Ethik in der digitalen Welt.....22 Managementansätze .....24
Verantwortung gegenüber der Öffentlichkeit	Engagement von Swisscom .....27 Akteur in der öffentlichen Debatte .....27 Barrierefreiheit .....28
Energieeffizienz und Klimaschutz	Managementansatz .....30 Energieeffizienz: Energieverbrauch und -einsparung bei Swisscom .....31 Das Klimaschutz-Ziel 2 zu 1 in Einzelheiten .....34 Portfolio: Angebote für CO <sub>2</sub> -Einsparungen .....35 CO <sub>2</sub> -Bilanz .....37 Weitere umweltrelevante Themen im Betrieb.....38 Umweltkennzahlen Schweiz .....42
Arbeiten und Leben	Managementansatz .....43 Portfolio: Angebote im Bereich Gesundheit .....44 Strahlungsarme Kommunikationstechnologien.....45
Medienkompetenz und Sicherheit	Managementansatz .....47 Datenschutz .....48 Jugendmedienschutz und Förderung der Medienkompetenz ..48 Initiative «Schulen ans Internet» .....50
Verantwortungsvolle Arbeitgeberin	Managementansatz .....52 Anstellungsbedingungen .....52 Aus- und Weiterbildung.....55 Diversity und Chancengleichheit .....56 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz .....58
Faire Lieferkette	Managementansatz .....63 Lieferantenrisikomanagement .....63 Kreislaufwirtschaft.....68
Vernetzte Schweiz	Managementansatz .....70 Grundversorgung.....71 Netzneutralität .....71 Internet der Dinge .....71
Innovation und Entwicklung	Managementansatz .....73 Innovation mit Themenausrichtung .....75
Über diesen Bericht	Berichtsgrenze.....78 Berichterstattung: Prozess und Aufbau .....78 SGS-Verifizierung .....80 GRI-Index.....81

# Einleitung

Der Nachhaltigkeitsbericht wurde in Übereinstimmung mit der Global Reporting Initiative (GRI)-Standards Option «umfassend» erstellt. Er ist Bestandteil der Berichterstattung von Swisscom. Dabei behandelt er die Nachhaltigkeit als unternehmerische Verantwortung von Swisscom und enthält Informationen über die Themen, die für Swisscom und ihre Anspruchsgruppen wesentlich sind. Der vorliegende Bericht orientiert sich zusätzlich am «SDG Compass», dem Leitfaden zur Berücksichtigung der Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen. Swisscom veröffentlicht ferner einen vollständigen Klimabericht nach ISO 14064. Beide Berichte sind unabhängig durch die Société Générale de Surveillance (SGS) verifiziert, wobei die Stellungnahme zur Verifizierung am Ende des Berichts angeführt ist. Swisscom hat zudem freiwillig die Option des Opting-In gewählt und ihren Nachhaltigkeitsbericht bei der SIX Exchange Regulation AG registriert. Die italienische Tochtergesellschaft Fastweb veröffentlicht einen eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht und folgt den GRI-Standards mit der Option «Kern».

☺ Siehe unter [www.swisscom.ch/klimabericht2018](http://www.swisscom.ch/klimabericht2018)

## Brief an die Stakeholder

Liebe Leserin, lieber Leser

Vom «Sonderfall» Schweiz ist gerne dann die Rede, wenn es um wirtschaftliche Spitzenleistungen und die politische Stabilität unseres Landes geht. Erfreulicherweise nimmt die Schweiz auch in anderer Hinsicht eine Sonderrolle ein, wie die aktuelle Erhebung des federführenden Digital Access Index belegt: Im Ranking der 157 Nationen, welche die Digitalisierung zur Steigerung der Nachhaltigkeit nutzen, belegt die Schweiz den guten achten Rang. Welchen Anteil hat wohl Swisscom als führendes Telekommunikations- und eines der führenden IT-Unternehmen der Schweiz zu diesem positiven Ergebnis geleistet? – Was meinen Sie? Dürfen wir uns ein kleines Stücklein dieses Kuchens abschneiden? Wenn heute noch nicht, dann aber morgen! Wir haben uns im Berichtsjahr nämlich intensiv mit dem Verhältnis von Digitalisierung und Nachhaltigkeit befasst und uns zum Ziel gesetzt, Gutes noch besser und weniger Gutes nun richtig gut zu machen. Kolleginnen und Kollegen aus dem Unternehmen sowie externe Partner haben uns dabei unterstützt, die entscheidenden Stellhebel im Nachhaltigkeitssystem von Swisscom zu finden und zielführend zu bedienen.

Erfreulich bei dieser Innenschau unter Beizug externer Partner: Unsere Ziele sind die richtigen. Auch Sie, liebe Leserin, lieber Leser, wollen eine Swisscom, die sich für Klimaschutz und Energieeffizienz einsetzt, für Medienkompetenz und Sicherheit, für Arbeiten und Leben, für eine faire Lieferkette und eine vernetzte Schweiz.

Ihre Erwartungen spornen uns deshalb noch mehr an. Gerne legen wir Ihnen offen, in welchen Bereichen wir uns weiter verbessern können und unser Potenzial erschliessen wollen:

- Im Klimaschutz durch die fortlaufende Optimierung unserer Gebäude und Fahrzeuge sowie durch unsere Angebote für flexibles Arbeiten, für Dienste aus den energieeffizienten Rechenzentren oder die Fernüberwachung und Optimierung von Fahrzeugen und Gebäuden über sogenannte Machine to Machine-Verbindungen.
- Als verantwortungsvolle Arbeitgeberin durch die Ausbildung von rund 1'000 Lernenden, die Förderung der Arbeitsmarktfähigkeit unserer Mitarbeitenden, die Inklusion von Personen mit Einschränkungen oder das Engagement der Mitarbeitenden in unserem Corporate Volunteering-Programm Give&Grow.
- In der fairen Lieferkette mittels Audits und Engagement bei unseren Lieferanten, um Arbeitsbedingungen zu verbessern.

Wir haben aber auch den Blick nach vorne gerichtet und wollen in den kommenden Jahren die Nachhaltigkeit von Swisscom weiter vorantreiben. Was wir tun und was wir lassen, soll stets zum Nutzen der Menschen, der Umwelt oder der Wirtschaft erfolgen. In unserer neuen Corporate Responsibility-Strategie stellen wir Menschen, Umwelt und Wirtschaft in den Mittelpunkt. Wir wollen dabei viele unserer bisherigen Engagements weiterführen, gewisse gezielt ergänzen und auf andere verzichten. Dies mit dem Ziel, die Menschen, die Umwelt und die Wirtschaft in der Schweiz zu unterstützen.

Die Silbe «Swiss-» in unserem Namen verpflichtet uns, durch unser Handeln im Sinne der Nachhaltigkeit zur Lebensqualität und Wohlfahrt unseres Landes beizutragen. Übrigens besticht die Schweiz laut dem Human Development Index der Vereinten Nationen durch die weltweit dritthöchste Lebensqualität. Wie gesagt: Die Schweiz ist in mancher Hinsicht ein erfreulicher Sonderfall!

Herzlich,



Stefan Nünlist  
Leiter Group Communication & Responsibility



Res Witschi  
Leiter Corporate Responsibility

## Nachhaltiges Umfeld

Nachhaltigkeit geniesst bei Swisscom einen hohen Stellenwert. Wir wollen Ressourcen schonend nutzen, Veränderungen vorausschauend Rechnung tragen und eine auf Dialog und Glaubwürdigkeit beruhende Kommunikation gewährleisten. Swisscom nimmt als Markt-, Technologie- und Innovationsführerin, nationale Infrastrukturanbieterin und als ein der Schweiz verpflichtetes Unternehmen eine besondere Stellung ein. Diese Stellung sowie die Erwartungen der unterschiedlichen Anspruchsgruppen – vor allem der Kunden, der Mitarbeitenden sowie des Bundes in seiner Rolle als Hauptaktionär und als Gesetzgeber – stellen hinsichtlich der Nachhaltigkeit hohe Anforderungen an Swisscom. Nachhaltiges Wirtschaften und langfristige Verantwortung sind zentrale Werte, zu denen sich Swisscom bekennt. Sie kommen in Vision, Werten, Versprechen, Unternehmensstrategie und Verhaltenskodex zum Ausdruck und werden in der Corporate Responsibility-Strategie (CR-Strategie) vertieft.

### Rahmenbedingungen und die Umsetzung der Agenda 2030

Die Rahmenbedingungen für Nachhaltigkeit werden zum einen durch die Erwartungen der Zielgruppen, durch die Politik und durch die Schweizer Gesetzgebung bestimmt. Gemäss Sorgenbarometer, das die Befindlichkeiten im Land erhebt, sorgt sich die Schweizer Bevölkerung u.a. um die Themen Beschäftigung, Jugendarbeitslosigkeit, Bildung, Familie, Klimawandel und Wirtschaftswachstum.

Im Jahr 2015 hat die UNO die Agenda 2030 und ihre nachhaltigen Entwicklungsziele (Sustainable Development Goals, SDGs) verabschiedet. Die Agenda 2030 bildet den ersten ganzheitlichen Rahmen für nachhaltige Entwicklung. Auf sie beziehen sich entsprechend der öffentliche wie der private Sektor. 2016 hat Swisscom das Potenzial der Agenda analysiert und ihre Weiterentwicklung verfolgt. So wurden in einem ersten Schritt die Beiträge von Swisscom zu den SDGs evaluiert und 169 SDG-Ziele auf ihre Relevanz für Swisscom überprüft. In einem zweiten Schritt wirkte Swisscom bei zwei fortschrittlichen Projekten zur Umsetzung der SDGs mit. Sie beteiligte sich am Projekt «Gap Frame Tools» der Business School Lausanne und nahm an der Konsultation des Bundes teil. Die Konsultation hatte als partizipatives Verfahren für Anspruchsgruppen die Aufgabe, den Umsetzungsstand der SDGs in der Schweiz zu ermitteln. Im Jahr 2017 wurden die SDGs erstmals in den Nachhaltigkeitsbericht von Swisscom aufgenommen, womit sich Swisscom als Pionierin bei der Umsetzung der Agenda 2030 in der Schweiz profilierte.

2018 beteiligte sich Swisscom an der Studie «Enabling the Global Goals» der GeSI, der Dachorganisation der Unternehmen des Informations- und Kommunikationssektors. Urs Schaeppi, CEO von Swisscom, würdigt den Wert der SDGs und der Studie wie folgt:

«Swisscom wird ihren Beitrag zur Erreichung der nachhaltigen Entwicklungsziele der UNO leisten und stützt sich bei den zu ergreifenden Massnahmen auf die Studie der GeSI. Die Studie illustriert deutlich, dass digitale Lösungen die nachhaltige Entwicklung vorantreiben.»

### Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung für Swisscom

Die Digitalisierung der Gesellschaft ist eine wesentliche Entwicklung, die das Handeln und die Strategie von Swisscom beeinflusst aber auch selber vom Unternehmen beeinflusst wird. Sie ist mit Risiken und Chancen verbunden, die Interessengruppen in Gesprächen und Umfragen benannt haben.

Swisscom nutzt die Chancen, bleibt sich aber der Risiken bewusst und hat eine Fachstelle für ethische Fragen eingerichtet. Hier einige Beispiele von Chancen und Risiken:

- Die Digitalisierung schafft bspw. Arbeitsplätze, vernichtet aber wiederum andere.
- Die künstliche Intelligenz kann einen Mehrwert bieten, aber auch eine Bedrohung darstellen.
- Den Informations- und Kommunikationstechnologien kommt eine wichtige Rolle bei der Förderung einer nachhaltigen Lebensweise in städtischen Gebieten zu (SDG 11 «Sustainable Cities and Communities»). Andererseits bringen sie einen höheren Ressourcen- und Energieverbrauch mit sich.

### Kann Nachhaltigkeit und Smartness einer Stadt gemessen werden?

Um genau dieser Frage nachzugehen, hat die internationale Telekommunikationsunion (ITU) im Zusammenschluss mit weiteren UN-Organisationen die Studiengruppe U4SSC (United for Smart and Sustainable Cities) gegründet mit der Absicht, den Städten ein Werkzeug zu bieten, um die eben erwähnte Nachhaltigkeit und Smartness zu messen und verfolgt das Ziel, die Idee nachhaltiger und intelligenter Städte zu fördern. Die Stadt Pully (VD) hat sich als dritte Stadt weltweit – nach Dubai und Singapur – entschlossen, zusammen mit Swisscom diesen Weg zu beschreiten. Dazu haben die städtischen Verwaltungseinheiten rund 100 Indikatoren aus den Bereichen Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft erhoben, die den Ist-Zustand der Stadt aufzeigen. Die Indikatoren decken die Bereiche Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft ab und messen bspw. das Angebot an öffentlichen Verkehrsmitteln, die Arbeitslosenquote, die Luftqualität oder die Anzahl der intelligenten Fernleser für Wasser und Strom. Nach der ersten Phase der Erhebung der Indikatoren und der Zertifizierung durch die U4SSC wurde deutlich, dass, um diese Arbeit wirklich anwendbar und kommunizierbar zu machen, Schwellen- oder Zielwerte definiert werden müssen. Mit anderen Worten: Gibt es Gesetze, Verordnungen oder Vorschriften, die für jeden der erhobenen

Indikatoren Zielwerte liefern können? Nach der Identifizierung dieser Zielwerte ist das Projektteam dabei, einen Bericht zu erstellen, der 2019 veröffentlicht wird. Ziel dieses Projekts ist es, ein Instrument im Dienste der Politik bereitzustellen, um zum intelligen-

ten und nachhaltigen Management der Stadt beizutragen und schlussendlich die Prioritäten bei der Umsetzung neuer Projekte besser definieren zu können.

## UN Sustainable Development Goals





## Wertschöpfungskette, Lieferkette und wesentliche Gesichtspunkte der Corporate Responsibility

Swisscom erzielt den überwiegenden Anteil der Wertschöpfung in der Schweiz. Die Auslandsaktivitäten haben im Berichtsjahr 8% (Vorjahr 9%) zur operativen Wertschöpfung des Konzerns beigetragen. Der Lagebericht beschreibt das Geschäft von Swisscom ausführlich.

Die Lieferketten von Swisscom erstrecken sich hauptsächlich auf Europa, die Vereinigten Staaten und Asien für Direktlieferanten (Tier 1 und 2). Sie sind Teil des Elektroniksektors, besonders der Unterhaltungselektronik, Hardware für die Datenverarbeitung und Netzwerkausrüstung. Die Rohstoffe, die in unterschiedlichen Swisscom Produkten enthalten sind, stammen aus einer Vielzahl von Ländern und Regionen. Immer öfter ergeben sich Fragen zur Herkunft der verwendeten Rohstoffe und ebenso zu den damit verbundenen ökologischen und sozialen Risiken. Durch die aktive Anbindung an die Global e-Sustainability Initiative (GeSi) ist Swisscom indirekt der Responsible Mining Initiative (RMI) der Responsible Business Alliance (RBA) angeschlossen. Diese Initiative setzt sich zum Ziel, die Herkunft von Konfliktmineralien (conflict minerals) stärker zu überwachen. Die entsprechenden Produkte werden im Ausland hergestellt und für den Endverbrauch in der Schweiz importiert. Sie unterstützen die Dienstleistungen und Marken der Swisscom Gruppe. Entlang

der Wertschöpfungs- und Lieferketten ergeben sich positive und negative Auswirkungen auf Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft:

- Die Bereitstellung von Konsum- und Investitionsgütern und deren Transport in die Schweiz haben ökologische Auswirkungen auf Energieverbrauch, Ressourcennutzung und CO<sub>2</sub>-Emissionen.
- Die Bereitstellung von Infrastruktur und Telekommunikationsdiensten trägt zur wirtschaftlichen Entwicklung und Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz bei.
- Die Nutzung der Dienstleistungen von Swisscom bringt ihren Kunden Gewinn, führt aber zu Herausforderungen technischer und sozialer Natur.
- Die Schaffung und Aufrechterhaltung von Arbeitsstellen in der Schweiz und innerhalb der Lieferkette besitzt eine soziale und gesamtwirtschaftliche Dimension.

Swisscom stuft die identifizierten Auswirkungen auf Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft nach ihrer Wesentlichkeit ein. Hierbei bezieht sie die Anspruchsgruppen ein und ist dadurch in der Lage, ihre strategischen Schwerpunkte zielgenau zu setzen.

Die Wertschöpfungsrechnung und die Verteilung der Wertschöpfung sind im Lagebericht des Geschäftsberichts im Kapitel Geschäftsentwicklung, Seite 44 ff., aufgeführt.



## Einbezug der Anspruchsgruppen

Swisscom pflegt den Dialog mit ihren wichtigsten Anspruchsgruppen. Der Austausch erfolgt über elektronische Medien, telefonisch, mittels Umfragen, bei Informationsveranstaltungen oder Arbeitssitzungen, auf Konferenzen sowie beim Kunden zu Hause oder in den Swisscom Shops. Die Auswahl der betreffenden Stakeholder erfolgt jeweils thematisch unter Beachtung der Nachhaltigkeitsstrategie. Die befragten Stakeholder müssen im Kernmarkt Schweiz aktiv sein, wobei ihre Interessen noch nicht systema-

tisch erfasst worden sind. Swisscom hat die Anliegen der Anspruchsgruppen 2018 wie in den Jahren zuvor direkt aufgenommen, ihnen Vorrang eingeräumt und sie u.a. in die Umsetzung ihrer aktuellen Corporate Responsibility-Strategie (CR-Strategie) einbezogen. 2018 hat Swisscom die wichtigsten Stakeholdergruppen befragt. Diese Umfrage erfolgt alle zwei Jahre und findet somit erneut 2020 statt. Die Erwartungen der Anspruchsgruppen haben sich verändert und führten im Berichtsjahr zur Weiterentwicklung der bisherigen CR-Strategie. Um die Nähe zu den einzel-

nen Anspruchsgruppen und den kontinuierlichen Kontakt sicherzustellen, hat Swisscom das Management der Anspruchsgruppen dezentral aufgesetzt. Im Rahmen der Überarbeitung der CR-Strategie und im Auftrag der Konzernleitung wurde 2018 der CR-Executive-Dialog fortgesetzt. Während dieses Dialogs tauschen sich Mitglieder des Topmanagements inkl. Konzernleitung mit Führungspersonen von Anspruchsgruppen zu einzelnen, teilweise auch zu allen sechs strategischen Zielen der CR-Strategie aus. 2018 hat Swisscom dabei u.a. mit dem WWF Schweiz einen Dialog zum Beitrag der Digitalisierung für die Nachhaltigkeit geführt. In Bezug auf die soziale Nachhaltigkeit fand rund um die Abschaltung der Crowdfunding-Plattform letshelp.ch ein intensiver Austausch mit NGOs auf Managementstufe statt. Mit einer Crowdfunding-Plattform konnte eine alternative Lösung gefunden werden.

### Vertiefte Stakeholderanalyse für die neue CR-Strategie

Im Zuge der Überarbeitung der CR-Strategie fand eine umfangreiche interne und externe Analyse der Stakeholderinteressen statt. Beurteilt wurden dabei Stärken und Schwächen die bestehende CR-Strategie aus Sicht der Stakeholder sowie die Auswirkungen der Geschäftstätigkeit von Swisscom Stakeholdergruppen. Besonders beachtet wurden die Erwartungen der unterschiedlichen Anspruchsgruppen an Swisscom als Corporate Citizen.

#### Interne Analyse

- **Verwaltungsrats-/Konzernleitungsmitglieder:** Verwaltungsrats- und Konzernleitungsmitglieder äusserten sich in qualitativen Interviews zu den Herausforderungen in Fragen von Ökologie, Sozialem und Governance.
- **CR-Team/CR-SPOCS (interne Ansprechpartner) und Tochtergesellschaften:** Linienverantwortliche aller Stufen beantworteten mittels Fragebogen Fragen zur Verankerung der bestehenden Strategie und zu ihren neuen Erwartungen.
- **CR-Team:** Das CR-Team analysierte gemeinsam mit dem Strategieteam die relevanten Wachstumsfelder von Swisscom hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeit. Die Ergebnisse bestätigten die externe Analyse: Die grössten Herausforderungen liegen künftig in einer ethisch bewussten Geschäftsführung und im verantwortungsvollen, transparenten Umgang mit Daten.

#### Externe Analyse

- **Stakeholderumfrage:** Die alle zwei Jahre stattfindende Umfrage bei den wichtigsten Stakeholdergruppen wurde, angeregt durch die jüngste Stakeholderumfrage, um die Themen Strahlung, Umwelt, Gesellschaft sowie neu Technologie und Ethik auf insgesamt acht Themen erweitert.
- **Trendscouting:** Das Trendscouting wurde im Nachfeld der Stakeholderumfrage um die zwei Themen Datensicherheit und Mobilfunk-Umwelt-Gesellschaft ergänzt.

- **Benchmarking:** Im Hinblick auf die Erarbeitung einer neuen CR-Strategie entwickelte Swisscom aus dem Vergleich 15 internationaler Branchenunternehmen sowie mit externer Unterstützung Richtgrössen.
- **SDGs:** Swisscom analysierte im Detail ihren Beitrag zu den SDGs. Als besonders relevantes Ziel mit erheblichem Geschäftspotenzial erwies sich SDG 11 «Sustainable Cities and Communities». Swisscom baute dementsprechend 2018 im Geschäftskundenbereich das neue Geschäftsfeld Smart City auf.

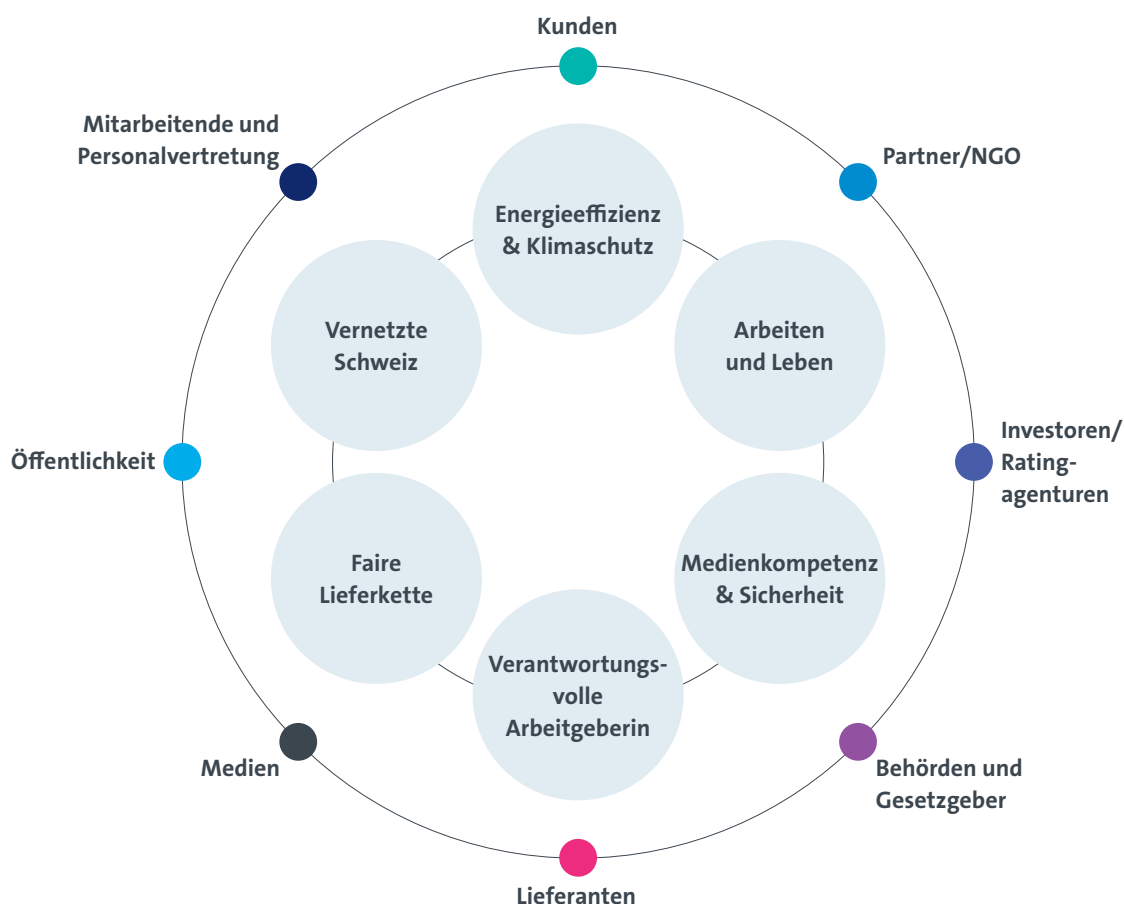
Swisscom zieht aus interner sowie externer Analyse die folgenden Schlüsse:

- Die überarbeitete CR-Strategie umfasst neu drei Säulen und nimmt die neuen, in der Analyse erscheinenden Themen auf. Schwerpunkte werden gesetzt bei den Beiträgen, die Swisscom für Umwelt und Gesellschaft leiste bei der Verantwortung des Unternehmens rund um Digitalisierung. Insbesondere Energieeffizienz und Klimaschutz, der verantwortungsvolle Umgang mit neuen Technologien (Technologiefolgeabschätzung), die Herausforderungen der Kreislaufwirtschaft (kunden- und lieferantenseitig), der sichere Zugang zu neuen Technologien und die Rolle der IT-Infrastruktur für Wettbewerbsfähigkeit und Lebensqualität in der Schweiz stehen dabei im Fokus.
- Die Governance wurde mit der neuen Strategie angepasst und durch die Konzernleitung an ihrer Sitzung vom 14. Oktober 2018 verabschiedet. Die neue Funktion des Ethikverantwortlichen wurden geschaffen. Diese wird dem Leiter Group Communication & Responsibility übertragen. Weiter wurden die Instrumente für die Stärkung der Mitarbeiter-Community ausgebaut und der Dialog mit den Anspruchsgruppen gestärkt.

## Dialog mit den Anspruchsgruppen und strategische Schwerpunkte

Der Dialog mit den Anspruchsgruppen erfolgt abhängig von der Tiefe der Beziehung sowie der

Interessenlage der einzelnen Anspruchsgruppen. Nicht zuletzt entscheidet die Grösse der einzelnen Anspruchsgruppe über die Arten und Möglichkeiten des Dialogs.



### Kunden

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

Unter den Geschäftskunden finden vierteljährlich Umfragen statt – u.a. zu Fragen der Nachhaltigkeit. Swisscom pflegt zudem regelmässige Kontakte mit den Konsumentenverbänden aller Sprachregionen und unterhält Blogs sowie weitere Online-Diskussionsplattformen. Insgesamt ergeben die Befragungen das folgende Bild: Die Kunden erwarten einen guten Service, eine attraktive Preisgestaltung, Markttransparenz, ein verantwortungsvolles Marketing, einen umsichtigen Umgang mit den Daten, eine flächendeckende Versorgung, ein stabiles Netz, strahlungsarme Kommunikationstechnologien sowie nachhaltige Produkte und Dienstleistungen.

### Partner und NGOs

Der Austausch mit Partnern im Rahmen von Projekten ist Swisscom wichtig: so bspw. mit dem WWF, myclimate, Kinderschutz Schweiz, Brot für alle, Fastenopfer und mit Organisationen, die sich um die speziellen Bedürfnisse betroffener Gruppen kümmern. Gelebte Partnerschaften sowie ein soziales und ökologisches Engagement von Swisscom besitzen für die Anspruchsgruppe der Partner und NGOs eine besonders hohe Relevanz. Die Website von Swisscom vermittelt eine Übersicht der einzelnen Anspruchsgruppen.

© Siehe [www.swisscom.ch/cr-partnerschaften](http://www.swisscom.ch/cr-partnerschaften)

### Investoren und Ratingagenturen

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

## Behörden

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

Beim Netzausbau stehen sich unterschiedliche Interessen gegenüber. Swisscom führt seit Jahren einen Dialog mit Gemeindebehörden und Anwohnern über die Netzplanung. Dieser Dialog bietet den Betroffenen bei Bauvorhaben die Gelegenheit bieten, geeignete Alternativstandorte vorzuschlagen. Ebenso pflegt Swisscom zu weiteren Themen und bei anderen Gelegenheiten den regelmässigen Austausch mit Behörden. Ein Schwerpunkt liegt dabei etwa im Rahmen des jährlich durchgeführten Zwei-Tage-Seminars «Schulen ans Internet» auf dem Gespräch mit den ICT-Verantwortlichen der kantonalen Erziehungsdirektionen. Die Behörden erwarten, dass Swisscom ihre Verantwortung gegenüber der Öffentlichkeit und besonders gegenüber den Jugendlichen wahrnimmt.

## Gesetzgeber

Swisscom setzt sich mit politisch und regulatorisch relevanten Themen auseinander. Sie pflegt dabei das regelmässige Gespräch mit Behörden, Parteien und Verbänden. Bringt sich Swisscom konstruktiv im Rahmen des Gesetzgebungsverfahrens ein, so strebt sie in der Rechtsanwendung die volle Regeltreue (full compliance) an.

## Lieferanten

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

## Medien

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

## Öffentlichkeit

Kontakte mit der Öffentlichkeit erfolgen direkt über die Website von Swisscom, über soziale Medien, durch Umfragen in der Bevölkerung, an Messen oder im Rahmen von Events und Veranstaltungen.

## Mitarbeitende und Personalvertretung

Swisscom fördert mit einer Vielzahl von Kommunikationsplattformen und -massnahmen sowie einer entsprechenden Unternehmenskultur den Dialog und Austausch mit den Mitarbeitenden. CEO und Top-Management reisen mehrmals im Jahr durch die Schweiz, um die Mitarbeitenden vor Ort zu treffen. Die Mitarbeitenden werden zweimal im Jahr um ihre Meinung zu ihrer persönlichen Befindlichkeit und zu unternehmensorganisatorischen Fragen angegangen. Die Befragungen ermöglichen es jedem einzelnen Mitarbeitenden, den jeweiligen Teams sowie der gesamten Organisation, auf Feedback zu reagieren und Verbesserungen umzusetzen.

Die Zukunft von Swisscom mitzugestalten, ist eine der wichtigsten Aufgaben der Personalvertretung. Diese setzt sich aus 43 Mitgliedern (d.h. aus einem Vertreter pro 400 Mitarbeitende) zusammen, verteilt auf sieben Vertretungen. Mit den Personalvertretern organisiert Swisscom zweimal jährlich einen runden Tisch. Die Anliegen der Mitarbeitenden fallen vor allem in die Bereiche Sozialpartnerschaft, Berufs- und Weiterbildung, Diversity, Gesundheit und Arbeitssicherheit.



## Wesentliche Themen

### Kriterien der Wesentlichkeit

Um die Wesentlichkeit der einzelnen Nachhaltigkeitsthemen für ihre Aktivitäten und die Berichterstattung festzulegen, hat Swisscom die folgenden Qualitätskriterien im Berichtsjahr angewendet:

- Bedeutung der Themen entsprechend dem normativen Rahmen von Swisscom (Vision, Werte, Versprechen, Code of Conduct).
- Bedeutung und Relevanz der Themen für die Anspruchsgruppen von Swisscom.
- Bezug der Themen zu den Auswirkungen, die Swisscom verursacht.
- Auswirkungen der Themen auf die Vermögens- und Ertragslage sowie auf die Reputation von Swisscom.

### Einstufung der Nachhaltigkeitsthemen in der Wesentlichkeitsmatrix

Die Nachhaltigkeitsthemen lassen sich anhand der Auswirkungen, welche die Aktivitäten von Swisscom besitzen, anhand ihrer Relevanz für die Unternehmensstrategie von Swisscom sowie nach Massgabe der Anliegen der Anspruchsgruppen in einer Wesentlichkeitsmatrix einstufen. Sie werden intern je nach Bedeutung und Umfang von denjenigen Stellen geprüft und bearbeitet, die als Ansprechpartner der

jeweiligen Anspruchsgruppen dienen. Ferner besprechen unterschiedliche Gremien wie die Bereichsleitungen oder die Konzernleitung die betreffenden Themen. Bei Bedarf leiten diese Gremien entsprechende Massnahmen ein. Die Resultate der Stakeholderumfrage sind zudem an die Bereichs- und Konzernleitung gelangt. Die Rückmeldungen der Anspruchsgruppen bestätigen die in der vorherigen Umfrage genannten Erkenntnisse, besonders in Bezug auf die Digitalisierung. Die Chancen und Risiken der Digitalisierung sind den Stakeholdern klar. Die Stakeholder erwarten dabei, dass sich Swisscom im Bereich der Digitalisierung engagiert. Die Interessengruppen bringen ihrerseits ethische Fragen und die Forderung nach einwandfreiem Verhalten unmissverständlich zum Ausdruck. Im Jahr 2018 hat Swisscom die Wesentlichkeitsmatrix entsprechend dem veränderten GRI-Standard angepasst und vereinfacht. Wirtschaftliche Themen, die für ein Unternehmen naturgemäss unerlässlich sind, werden in der Matrix nicht mehr berücksichtigt. Einige Themen sind neu gruppiert, andere sind nicht mehr in der Matrix aufgeführt, weil die Auswirkungen von Swisscom zu gering sind.

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

### Wesentlichkeitsmatrix Swisscom 2018

Wesentlichkeit für Anspruchsgruppen	sehr relevant	<b>Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz<sup>1</sup></b> <b>Barrierefreiheit<sup>2</sup></b> <b>Medienkompetenz<sup>3</sup></b> <b>Strahlungsarme Kommunikationstechnologien<sup>4</sup></b>	<b>Aus- und Weiterbildung<sup>5</sup></b> <b>Datenschutz<sup>6</sup></b> <b>Ethik in der digitalen Welt<sup>7</sup></b> <b>Faire Lieferkette<sup>8</sup></b> <b>Jugendmedienschutz<sup>9</sup></b> <b>Nachhaltiges Portfolio<sup>10</sup></b> <b>Vernetzte Schweiz<sup>11</sup></b>
	relevant	<b>Agenda 2030 / SDGs<sup>12</sup></b> <b>Diversity und Chancengleichheit<sup>13</sup></b>	<b>Energieeffizienz und Klimaschutz<sup>14</sup></b> <b>Governance und Implementierung<sup>15</sup></b> <b>Kreislaufwirtschaft<sup>16</sup></b>
		relevant	sehr relevant

Auswirkungen für Swisscom

■ Nachhaltigkeitsbericht: <sup>1</sup>Seite 58, <sup>2</sup>Seite 28, <sup>3</sup>Seite 47, <sup>4</sup>Seite 45, <sup>5</sup>Seite 55, <sup>6</sup>Seite 48, <sup>7</sup>Seite 22, <sup>8</sup>Seite 63, <sup>9</sup>Seite 48, <sup>10</sup>Seite 35, <sup>11</sup>Seite 70, <sup>12</sup>Seite 5, <sup>13</sup>Seite 56, <sup>14</sup>Seite 30, <sup>15</sup>Seite 21, <sup>16</sup>Seite 68

## Vision

---

**Als Nummer 1 gestalten wir die Zukunft.  
Gemeinsam begeistern wir Menschen in  
der vernetzten Welt.**

## Werte

---

### **vertrauenswürdig**

Wir sind nah bei unseren Kunden und Mitarbeitenden und handeln verantwortungsvoll und zuverlässig.

### **engagiert**

Wir verfolgen unsere Ziele mit Leidenschaft und Blick für das Wesentliche.

### **neugierig**

Wir entwickeln uns kontinuierlich weiter und ergreifen neue Chancen.

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

# Corporate Responsibility-Strategie

Swisscom übernimmt Verantwortung – heute und morgen. Dabei orientiert sie sich an ihrer Corporate Responsibility-Strategie (CR-Strategie) und ihren Schwerpunktthemen. Swisscom hat zusätzlich die Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen in ihrer CR-Strategie berücksichtigt und 2018 ihre CR-Strategie bis 2025 ausgearbeitet. Sie wird ihrem Nachhaltigkeitsengagement und den Schwerpunkten der bisherigen Strategie treu bleiben, diese aber noch stärker fokussieren und in den Bereichsstrategien verankern

## Schwerpunkte und Ziele bis 2020

Swisscom konzentriert ihre Tätigkeiten im Bereich der Corporate Responsibility auf Themen, die für ihre Anspruchsgruppen eine hohe Relevanz besitzen und die gleichzeitig eng an das Kerngeschäft von Swisscom gekoppelt sind. Swisscom hat die Vision einer modernen und zukunftsgerichteten Schweiz; eines Landes, das – u.a. im Bereich der Nachhaltigkeit – eine Vielzahl von Möglichkeiten bietet. Konkret setzt Swisscom auf die Verbesserung ihres Nachhaltigkeitsimages und auf sechs strategische Schwerpunkte, zu denen sie 2015 jeweils ein langfristiges Ziel, u.a. bezogen auf zwei grundlegende Studien (SMARTer2030 und System Transformations, beide von der Global e-Sustainability Initiative), für das Jahr 2020 festgelegt hat. Die ersten drei Schwerpunkte behandeln Massnahmen, die Swisscom Kunden bei einem nachhaltigen Lebensstil unterstützen. Zwei Schwerpunkte sind an die Mitarbeitenden und Partner gerichtet. Der letzte Schwerpunkt formuliert ein wirtschaftliches Ziel für die ganze Schweiz.

Die CR-Strategie ist in diesem Nachhaltigkeitsbericht ausführlich beschrieben. Die Unternehmensstrategie von Swisscom wird im Lagebericht des Geschäftsberichts im Kapitel Strategie und Umfeld, Seite 14, erläutert.

### Nachhaltigkeitsimage

Swisscom will ihr Nachhaltigkeitsimage bei der Bevölkerung weiter verbessern.

#### Das Hauptziel:

Der Wert für die Dimension «Citizenship» des RepTrak soll im Jahresdurchschnitt über 70 liegen. Der Anteil der Personen, die keine Aussage zum Citizenship-Image von Swisscom machen können, soll auf unter 10% fallen.

### Energieeffizienz und Klimaschutz

Swisscom will ihre Energieeffizienz bis 2020 weiter steigern. Sie setzt sich gemeinsam mit ihren Kunden in der Schweiz für den Klimaschutz ein.

#### Die Hauptziele:

Gemeinsam mit ihren Kunden will Swisscom bis 2020 doppelt so viel CO<sub>2</sub> einsparen, wie sie in ihrem Betrieb und in ihrer Lieferkette verursacht. Swisscom will ihre Energieeffizienz bis 2020 gegenüber dem 1. Januar 2016 um weitere 35% steigern.

### Arbeiten und Leben

Swisscom setzt sich für eine lebenswerte Schweiz ein.

#### Das Hauptziel:

Swisscom will bis 2020 1 Mio. Personen dabei unterstützen, mobil zu arbeiten, und zusätzlich 1 Mio. Personen zu einem gesundheitsbewussten Lebensstil führen.

### Medienkompetenz und Sicherheit

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

#### Das Hauptziel:

Swisscom will bis 2020 1 Mio. Menschen dabei unterstützen, Medien sicher und verantwortungsvoll zu nutzen.

### Attraktive Arbeitgeberin

Swisscom setzt sich für ein Arbeitsumfeld ein, in dem alle Mitarbeitenden über sich hinauswachsen können.

#### Das Hauptziel:

Swisscom erreicht innerhalb der ICT-Branche eine führende Position (Platz 2 im Universum-Ranking).

### Faire Lieferkette

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

**Das Hauptziel:**

Swisscom will die Anzahl Audits bei ihren Lieferanten erhöhen, damit insgesamt rund 2 Mio. Mitarbeitende von verbesserten Arbeitsbedingungen profitieren.

**Vernetzte Schweiz**

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

**Die Hauptziele:**

Swisscom will die fixe sowie die mobile Ultrabreitbandabdeckung in der Schweiz garantieren. Swisscom will bis 2020 85% aller Wohnungen und Geschäfte mit Ultrabreitband sowie 99% der Bevölkerung mit mobilem Ultrabreitband abdecken.

**Schwerpunkte und Ziele bis 2025**

Die Digitalisierung prägt Wirtschaft und Gesellschaft je länger, umso mehr. Swisscom kommt als dem führenden ICT-Unternehmen der Schweiz eine besondere Verantwortung zu. Es gilt, die sich bietenden Chancen für unsere Wohlfahrt zu nutzen, aber auch mögliche Risiken im Auge zu halten: kurz gesagt, die Zukunft mit Verantwortungsbewusstsein und Neugier engagiert mitzugestalten.

Die im Frühling 2018 durchgeführte Stakeholderbefragung hat gezeigt, dass Ethik und – darauf basierend – integriertes Handeln wichtiger denn je sind. Swisscom ist deshalb auf der Grundlage von Ethik und integriertem Handeln bestrebt Einfluss zu nehmen, die technische Entwicklungen allen zugänglich zu machen und Missbräuche zu verhindern. Möglichkeiten von Smart Data, künstliche Intelligenz, Industrie 4.0, Smart City, Smart Home oder eSports fordern die Gesellschaft und ein Unternehmen wie Swisscom.

Die Stakeholderbefragung zeigt zudem, dass die CR-Strategie 2020 von Swisscom die relevanten gesellschaftlichen Themen adressiert, doch dem raschen Fortschritt in der Branche nicht mehr vollständig gerecht wird.

Daher hat Swisscom die CR-Strategie 2020 überarbeitet und fokussiert sowie auf einen Zeithorizont 2025 ausgerichtet.

Der Nachhaltigkeitsbericht 2018 ist der letzte, in dem Swisscom sich auf die Nachhaltigkeitsziele 2020 bezieht. Ab 2019 wird Swisscom den Bericht auf die Nachhaltigkeitsziele 2025 ausrichten. Neu wird Swisscom drei Kernherausforderungen der digitalen Informationsgesellschaft vertieft angehen:

- Es gilt, die digitalen Kompetenzen der Menschen in der vernetzten Welt zu fördern. Während die Entwicklung der Technologien rasant voranschreitet, verändern sich die Fähigkeiten der Menschen nicht von selbst. In beinahe allen Lebensbereichen wird ein kompetenter Umgang mit einem digitalen Gegenüber wichtig – als Schüler, als Vater oder

Mutter, als Politiker, Senior oder Bürger. Besonders all jene, die in eine Wertschöpfungskette eingebunden sind, sind gehalten, mit den Anforderungen der vernetzten Welt mitzuhalten.

- Ein entschlossener Beitrag zum globalen Klimaschutz ist erforderlich. Der Klimawandel erweist sich als globales Problem, dessen Auswirkungen auch die Schweiz Jahr für Jahr deutlicher spürt. Somit sind alle Länder aufgerufen, einen wesentlichen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. Die Digitalisierung bietet hierbei vielversprechende Möglichkeiten.
- Eine zuverlässige und sichere Infrastruktur bildet die Basis für die Wettbewerbsfähigkeit und Lebensqualität in der Schweiz. Sie ist stetig weiterzuentwickeln.

Zu diesen Herausforderungen hat Swisscom drei Ziele entwickelt, mit welchen sie einen Beitrag für die Menschen, die Umwelt und die Schweiz leisten will:

- **Mehr für die Menschen:** Swisscom befähigt die Menschen in der Schweiz, die Chancen der vernetzten Welt zu nutzen. Sie unterstützt bis 2025 2 Mio. Menschen bei der Erhöhung ihrer digitalen Kompetenzen und bei der Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Lieferkette. Zudem bildet Swisscom 1'000 Lernende aus.
- **Mehr für die Umwelt:** Swisscom trägt zur Umwelt Sorge. Sie reduziert zusammen mit ihren Kunden den CO<sub>2</sub>-Austoss um 450'000 t CO<sub>2</sub>. Dies entspricht 1% der Treibhausgasemissionen der Schweiz.
- **Mehr für die Schweiz:** Durch die besten Netze und fortschrittliche Lösungen schafft Swisscom Mehrwert für Kunden, Mitarbeitende, Aktionäre, Lieferanten und die Schweiz. Sie versorgt alle Menschen und Unternehmen in der Schweiz mit zuverlässigem Ultrabreitband. So stärkt sie die Wettbewerbsfähigkeit und Lebensqualität in der Schweiz.

Diese drei Ziele leisten gleichzeitig einen Beitrag zu den Zielen des Unternehmens sowie zu den 17 globalen Nachhaltigkeitszielen der UN. Die bisherigen Ziele in den Themen Medienkompetenz, Klimaschutz, Verantwortungsvolle Arbeitgeberin, Faire Lieferkette und Vernetzte Schweiz werden in der neuen Strategie weitergeführt. Das Thema Work Smart wird im Rahmen des neuen Ziels für die Umwelt weiter gefördert. Details zu den Zielen und zur Umsetzung werden im Bericht 2019 genannt.



## Der Beitrag von Swisscom zu den SDGs

SDG	Der Beitrag von Swisscom zu den SDGs	Weitere Informationen
	Förderung der Gesundheit der Bevölkerung mit Angeboten im Bereich Gesundheit.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Angebote im Bereich Gesundheit</li> </ul> <b>CR-Ziel:</b> Nutzung der Angebote im Bereich Gesundheit
	Förderung der Gesundheit der Mitarbeitenden von Swisscom durch das betriebliche Gesundheitsmanagement, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gesundheit und Arbeitssicherheit</li> </ul> <b>CR-Ziel:</b> Betriebliches Gesundheitsmanagement und Absenzquote
	Förderung der Medienkompetenz der Bevölkerung.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Förderung der Medienkompetenz</li> <li>Medienkurse für Eltern, Lehrpersonen und Schüler</li> <li>Swisscom Academy</li> </ul> <b>CR-Ziel:</b> Förderung der Medienkompetenz
	Beitrag zur Bildungslandschaft in der Schweiz in Form eines breitbandigen Internetzugangs für Schulen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Initiative «Schulen ans Internet»</li> </ul> <b>CR-Ziel:</b> Förderung der Medienkompetenz
	Als Beitrag zu Diversity und Gleichheit gilt das Ziel, den Anteil von Frauen im Management zu erhöhen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diversity</li> </ul> <b>CR-Ziel:</b> Diversity
	Beitrag zu kostengünstiger und sauberer Energie mit dem Angebot tiko power, tiko Storage und virtuelles Kraftwerk im nachhaltigen Portfolio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Smart Energy</li> </ul> <b>CR-Ziel:</b> CO <sub>2</sub> -Einsparungen bei den Kunden
	Swisscom trägt im Rahmen der CR-Strategie durch Massnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz und zum Klimaschutz bei.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Energieeffizienz und Klimaschutz</li> </ul> <b>CR-Ziel:</b> Energieeffizienz
	Swisscom bietet attraktive Arbeitsstellen und Arbeitsbedingungen. Durch nachhaltige Investitionen in Netz und Infrastruktur liefert Swisscom einen wesentlichen direkten und indirekten Beitrag zum Wirtschaftsplatz Schweiz. Swisscom trägt zu verbesserten Arbeitsbedingungen in der Lieferkette bei.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Personalentwicklung</li> <li>Vernetzte Schweiz</li> <li>Faire Lieferkette</li> </ul> <b>CR-Ziel:</b> Verantwortungsvolle Arbeitgeberin und Überprüfung der Arbeitsbedingungen von Arbeitnehmern bei unseren Lieferanten
	Ausbau der Netzinfrastruktur und des nachhaltigen Portfolios. Teilnahme an Aufbau des CO <sub>2</sub> -Messnetzes «Carbosense».	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vernetzte Schweiz</li> <li>Grundversorgung</li> <li>Low Power Network</li> </ul> <b>CR-Ziel:</b> Abdeckung der Schweiz mit Ultrabandbreite
	Ausbau des Portfolios an nachhaltigen Diensten speziell im Bereich IoT und Smart City.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nachhaltige ICT-Dienste für Privatkunden</li> <li>Nachhaltige ICT-Dienste für Geschäftskunden</li> </ul> <b>CR-Ziel:</b> Ausbau des Portfolios an nachhaltigen Diensten
	Durch den Ausbau des nachhaltigen Portfolios und mit Initiativen zur Rücknahme und zum Recycling von Endgeräten leistet Swisscom ihren Beitrag.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nachhaltiges Portfolio</li> <li>Kreislaufwirtschaft</li> </ul> <b>CR-Ziel:</b> Ausbau des Portfolios an nachhaltigen Diensten und Handyrücknahme
	Ausbau des Portfolios an nachhaltigen Diensten für CO <sub>2</sub> -Einsparungen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Effizienzsteigerung dank nachhaltiger ICT-Dienste bei Swisscom</li> </ul> <b>CR-Ziel:</b> Ausbau des Portfolios an nachhaltigen Diensten
	Swisscom trägt im Rahmen der CR-Strategie durch Massnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz und zum Klimaschutz bei.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Energieeffizienz und Klimaschutz</li> </ul> <b>CR-Ziel:</b> Energieeffizienz

## CR-Ziele-Tabelle

### Die wichtigsten Kennwerte der CR-Ziele von Swisscom

Schwerpunkt der CR-Strategie	Richtwert 2018 <sup>1</sup>	Wert 2018 <sup>2</sup>	Ziel 2020	Richtwert 2019
<b>Imageziel / portfolioübergreifende Aktivitäten</b>				
<b>Hauptziel: Nachhaltigkeitsimage von Swisscom</b>		●		
Reptrak = standardisiertes Tool für Imagemessung von Firmen Antikorruption (GRI 205-2)				
KPI: Punkte im Bereich Citizenship im Reptrak aus der Bewertung der breiten Öffentlichkeit	>70	68,8	>70	-
KPI: Anteil von «Weiss-nicht»-Antworten Citizenship im Reptrak			<10%	
<b>Massnahmen 2019:</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etablierung Nachhaltigkeitskennzeichen und Thema Kreislaufwirtschaft in den Swisscom Shops</li> <li>• Öffentlichkeitswirksame Aktionen zu Medienkompetenz, Kreislaufwirtschaft und Smart City</li> <li>• «Zusammen für mehr Nachhaltigkeit» auf weiteren Produkten</li> </ul>				
<b>Ausbau des Portfolios an nachhaltigen Diensten (SDG 13)</b>		●		
Dienste mit ökologischem oder sozialem Mehrwert. Diese Produkte werden mit einem Kennzeichen versehen. Die Zusammensetzung des Portfolios variiert über die Jahre.				
KPI: Anstieg Anzahl Dienste mit einem Nachhaltigkeitskennzeichen	55	45	60	50
<b>Massnahmen 2019:</b>				
• Evaluation oder Neukonzeption von geeigneten Diensten				
<b>Handyrücknahme (GRI 301-3, SDG 12)</b>		●		
Wiederverwendung/Recycling von nicht mehr verwendeten Handys				
KPI: Rücklaufquote (Prozentsatz von zurückgegebenen Geräten im Vergleich zur Anzahl verkaufter Geräte)	12%	10%		12%
<b>Massnahmen 2019:</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Steigerung Rücknahmequote gegenüber 2018 in den Programmen «Mobile Aid» und «Mobile Bonus» für Privatkunden und «Mobile Bonus Business» für Geschäftskunden</li> </ul>				
<b>Reduktion Papierverbrauch (GRI 301-3)</b>		●		
KPI: Anteil von Privat- und KMU-Kunden, welche die Online-Rechnung nutzen	40%	39%		43%
<b>Massnahmen 2019:</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Weitere Förderung der Online-Rechnung</li> <li>• Direkte Ansprache der Kundensegmente</li> </ul>				
<b>Schulung Touch Points (Shop-/Call-Center-/Sales-) Mitarbeitende (GRI 306-5)</b>		●		
Schulung zu Corporate Responsibility (CR) und in den Bereichen Umwelt und Soziales. Schulung der Touchpoints zu Jugendmedienschutz durchgeführt.				
KPI: Durchführung von Schulungen der Touchpoints	erfolgt	erfolgt	erfolgt	-
<b>Massnahmen 2019:</b>				
• Schulung Touchpoints zu den Nachhaltigkeitsvorteilen von Swisscom-Produkten				
<b>Antikorruption (GRI 205-2)</b>		●		
Schulungen zur Antikorruptionsweisung				
KPI: Durchführung von Schulungen zur Antikorruptionsweisung	erfolgt	erfolgt	erfolgt	-
<b>Massnahmen 2019:</b>				
• Nur situativ Schulungen vorgesehen				

1 Das Ziel gilt als erreicht innerhalb einer Toleranz von 5%, als nicht erreicht oder als übertroffen ausserhalb der Toleranz.

2 ● = Ziel erreicht

● = Ziel nicht erreicht

3 Ziel übertroffen

Schwerpunkt der CR-Strategie	Richtwert 2018 <sup>1</sup>	Wert 2018 <sup>2</sup>	Ziel 2020	Richtwert 2019
<b>Energieeffizienz und Klimaschutz</b>				
<b>Hauptziel: (GRI 305-2) Erhöhung Verhältnis CO<sub>2</sub>-Einsparungen bei den Kunden gegenüber eigenen CO<sub>2</sub>-Emissionen («2:1-Ziel»)</b>		●		
Die Emissionen und Einsparungen sind gemäss Norm ISO 14064 verfasst, extern verifiziert und ausführlich in einem Klimabericht offengelegt				
KPI: Verhältnis der CO <sub>2</sub> -Einsparungen bei den Kunden mit den nachhaltigen ICT-Diensten zu den eigenen CO <sub>2</sub> -Emissionen (ohne Fastweb)	1,60	1,30	2	1,80
<b>Massnahmen 2019:</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>Eigene Emissionen aus dem Betrieb inkl. Lieferketten weiter reduzieren</li> <li>Förderung von bestehenden nachhaltigen Diensten</li> <li>Ausbau des Portfolios an nachhaltigen Diensten</li> </ul>				
<b>Hauptziel: Energieeffizienz (GRI 302-3, SDG 7, 13)</b>		●		
Laufende Steigerung der Energieeffizienz (EF) $EF = (GEV + \sum ESP) / GEV$ <ul style="list-style-type: none"> <li>GEV = Gesamtenergieverbrauch</li> <li>ESP = kumulierte Energieeinsparungen</li> </ul> Quelle: BAFU/BFE-Richtlinie				
KPI: Steigerung der Energieeffizienz (EF) in %		20,5%	35%	27%
<b>Massnahmen 2019:</b>				
Weitere Umsetzung der Spar- und Effizienzmassnahmen (Ziel = 23 GWh) u. a.: <ul style="list-style-type: none"> <li>Abbau analog Netz und Technologieverbesserungen</li> <li>Effizienzsteigerung in Rechenzentren</li> <li>Virtualisierung der Server</li> </ul>				
<b>Optimierung CO<sub>2</sub>-Ausstoss Fahrzeugflotte</b>		●		
Fokus auf direkte Emissionen aus fossilen Energieträgern (Scope 1)				
KPI: Durchschnittswert des CO <sub>2</sub> -Ausstosses pro Personewagen in g CO <sub>2</sub> / km gemäss Herstellerangaben	102	104	95	101
<b>Massnahmen 2019:</b>				
• Weitere Umsetzung der Beschaffungs-Roadmap				
<b>CO<sub>2</sub>-Emissionen (GRI 305-1, 305-2)</b>		●		
CO <sub>2</sub> -Emissionen im Betrieb und in der Lieferkette (ohne Fastweb, Strom kompensiert). Bestandteil vom 2:1-Ziel.				
KPI: CO <sub>2</sub> -Ausstoss in Tonnen	360'000	437'491	341'000	400'000
<b>Massnahmen 2019:</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>Umsetzung weiterer Effizienzmassnahmen</li> <li>Verbesserungsmassnahmen gemeinsam mit Lieferanten</li> </ul>				
<b>CO<sub>2</sub>-Einsparungen bei Kunden dank nachhaltiger-ICT-Dienste (GRI 305-5, SDG 7)</b>		●		
Summe der Einsparungen der Kunden durch die Nutzung nachhaltiger Swisscom Produkte. Bestandteil des 2:1-Ziels.				
KPI: CO <sub>2</sub> -Einsparungen in Tonnen	569'000	569'003	700'000	625'000
<b>Massnahmen 2019:</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>Förderung von bestehenden nachhaltigen Diensten wie zum Beispiel im Bereich Work Smart sowie tiko/Swisscom Energy Solutions</li> <li>Ausbau des Portfolios an nachhaltigen Diensten speziell im Bereich IoT und Smart City</li> </ul>				

<sup>1</sup> Das Ziel gilt als erreicht innerhalb einer Toleranz von 5%, als nicht erreicht oder als übertroffen ausserhalb der Toleranz.

<sup>2</sup> ● = Ziel erreicht

● = Ziel nicht erreicht

<sup>3</sup> Ziel übertroffen

Schwerpunkt der CR-Strategie	Richtwert 2018 <sup>1</sup>	Wert 2018 <sup>2</sup>	Ziel 2020	Richtwert 2019
<b>Arbeiten und Leben</b>				
<b>Hauptziel: Nutzung mobiler Arbeitsformen</b> <span style="float: right;">● <sup>3</sup></span>				
Anzahl der Personen, die mobil arbeiten können in der Schweiz (gemäss Umfrage) mal Anteil Durchschnitt von Breitbandmarkt Mobil und Festnetz				
KPI: Anzahl Kunden		1'102'000	1'000'000	
<b>Massnahmen 2019:</b>				
• Aktives Mitwirken in der Work-Smart-Initiative				
<b>Medienkompetenz und Sicherheit</b>				
<b>Hauptziel: Förderung der Medienkompetenz</b> <span style="float: right;">● <sup>3</sup></span>				
Messung durch Anzahl Kurse, Besucher der Plattform Medienstark, Leser Publikationen und Kinderschutzangebote				
KPI: Anzahl Personen (kumuliert)	-	1'056'142	1'000'000	
<b>Massnahmen 2019:</b>				
• Neuauflage enter (16. Ausgabe); Migration Medienstark auf www.swisscom.ch/stories zwecks Erhöhung Reichweite				
• Sensibilisierungskampagne Mediennutzung (Tag der Aufmerksamkeit)				
<b>Teilnahme an Kursen über Medienkompetenz (GRI 413-1)</b> <span style="float: right;">● <sup>3</sup></span>				
Medienkurse für Eltern, Lehrpersonen, Schüler (Mittel- und Oberstufe) und Swisscom Academy				
KPI: Eltern/Lehrpersonen	8'000	9'290		8'000
KPI: Schüler	28'000	35'266		37'000
KPI: Swisscom Academy	20'000	15'027		20'000
KPI: Anzahl Teilnehmende Total	56'000	59'583		60'000
<b>Massnahmen 2019:</b>				
• Erweiterung des Angebots mit Online-Plattform				
• Weitere Vermarktung des Angebots mit ergänzenden Materialien				
• Medienkurse: spezifische Kommunikationsmassnahmen zur Steigerung der Bekanntheit; Ausbau Kapazität Kursleiter				
• Swisscom Academy: Ausbau der Online-Formate wie Hilfevideos und Webinare und -Fokus auf das neue Online-Format «Info-Café» (Informationsveranstaltungen)				
<b>Förderung der Medienkompetenz: Besucher der Plattform Medienstark (GRI 413-1, SDG 4)</b> <span style="float: right;">●</span>				
KPI: Anzahl Besucher auf der Plattform Medienkompetenz	120'000	18'493	120'000	120'000
<b>Massnahmen 2019:</b>				
• Weiterführung SEO (search engine optimization) Massnahmen				
• Prüfung einer Neuausrichtung der Plattform				

1 Das Ziel gilt als erreicht innerhalb einer Toleranz von 5%, als nicht erreicht oder als übertroffen ausserhalb der Toleranz.

2 ● = Ziel erreicht

● = Ziel nicht erreicht

3 Ziel übertroffen



Schwerpunkt der CR-Strategie	Richtwert 2018 <sup>1</sup>	Wert 2018 <sup>2</sup>	Ziel 2020	Richtwert 2019
<b>Verantwortungsvolle Arbeitgeberin</b>				
<b>Hauptziel: Positionierung als eine der beliebtesten Arbeitgeberinnen der Schweiz</b> ●				
Die Position wird anhand des «Universum»-Rankings durch Studenten und Professionals gemessen <a href="http://universumglobal.com/rankings/company/swisscom/">http://universumglobal.com/rankings/company/swisscom/</a>				
KPI: Rang Studenten	-	4	2	-
KPI: Rang Professionals	-	2	2	-
<b>Massnahmen 2019:</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intensivierung der Aktivitäten (Flexibilität und Gesundheit, Employability, Diversity, Corporate Volunteering)</li> <li>• Positionierung als verantwortungsvolle Arbeitgeberin, neue Betrachtung der Dimensionen Ethics und CSR</li> </ul>				
<b>Diversity (GRI 405-1, SDG 5, 8)</b> ●				
Erhöhung der Diversity unter den Mitarbeitenden, gemessen an Geschlechterverteilung, Altersdurchmischung, Nationalitäten und Inklusion. Der Diversity Index wird nur alle zwei Jahre erhoben.				
KPI: Diversity Index der Hochschule Luzern (Rang)	-	4	1	
KPI: Anteile von Frauen im Management (Zielanpassung per 2020) Entscheid: Steigerung jährlich um 1%	-	11,7%	13,7%	
KPI: Mitarbeitende mit gesundheitlichen Leistungsbeeinträchtigungen (Inklusion)	-	0,93%	1%	
<b>Massnahmen 2019:</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Förderung flexibler Arbeitsmodelle für Frauen und Männer auf allen Stufen</li> <li>• Spezifische Trainingsangebote für Frauen in Führungspositionen, Frauenpools in der Rekrutierung für MINT-Stellen, ICT-Wochen für Mädchen</li> <li>• Einsatz von Autisten im ICT-Testing</li> </ul>				
<b>Betriebliches Gesundheitsmanagement BGM (GRI 403-1, SDG 3)</b> ●				
Absenzenquote halten oder senken gegenüber dem Vorjahr				
KPI: Absenzen in Tagen / Solltage (gewichtet nach FTE) * 100 Die Solltage ergeben sich aus der Standardarbeitszeit.	2,8%	3,06%		2,8%
<b>Massnahmen 2019:</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• BGM@CTP (Customer Touchpoint), Einführung Schulung psychische Gesundheit und Früherkennung für VG</li> <li>• Learning Lunches Social Media und Essen, Mindfulness@Meeting, Achtsamkeit über Mittag, Studie iCope (Online Stress Training), Webinar psychische Gesundheit für VG, Selfmanagement-Kurse</li> <li>• Ergonomie Mini-Beratung, Leadership &amp; Health, Health-Checks für Mitarbeitende mit Zeitautonomie, Health-Checks für Kader, Learning Lunches Stammtische (Gespräche rund um Burnout), Learning Lunches Ernährung</li> </ul>				
<b>Corporate Volunteering (GRI 413-1)</b> ●				
KPI: Anzahl Einsatztage Give&Grow	1'300	1'072		1'100
<b>Massnahmen 2019:</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Weiterführen des Programms im Rahmen der Einsätze des letzten Jahres</li> </ul>				

1 Das Ziel gilt als erreicht innerhalb einer Toleranz von 5%, als nicht erreicht oder als übertroffen ausserhalb der Toleranz.

2 ● = Ziel erreicht

● = Ziel nicht erreicht

3 Ziel übertroffen

Schwerpunkt der CR-Strategie	Richtwert 2018 <sup>1</sup>	Wert 2018 <sup>2</sup>	Ziel 2020	Richtwert 2019
<b>Faire Lieferkette</b>				
<b>Hauptziel: Überprüfung der Arbeitsbedingungen von Arbeitnehmern bei unseren Lieferanten (JAC Initiative) (SDG 8)</b>		●		
Anzahl Audits mal Anzahl Mitarbeitende in den auditierten Fabriken JAC = Joint Audit Cooperation				
KPI: Anzahl Mitarbeitende bei Lieferanten		1'030'000	2'000'000	-
<b>Massnahmen 2019:</b>				
• Ausbau der Audits der JAC Community, Weiterentwicklung neuer Initiativen (JAC Academy, JAC Awards), Ausbau Supplier Dev. Programm und Partnerschaft				
<b>Überprüfung der Lieferpartner (GRI 300/400)</b>				
KPI: Anzahl Lieferpartner, die auditiert worden sind	115	116		125
KPI: davon Lead Swisscom	5	5		5
KPI: Anzahl Lieferpartner mit Self Assessment (extern validiert)	150	153		165
<b>Massnahmen 2019:</b>				
• Intensivierung der Zusammenarbeit im Rahmen von JAC (Audits, qualitativ + quantitativ), gezieltes Self Assessment «On-Boarding»				
<b>Überprüfung der strategisch wichtigen Lieferpartner hinsichtlich der Transparenz von Treibhausgasemissionen (GRI 308-1)</b>				
KPI: Anzahl Key Suppliers, die ihre Klimadaten via CDP offenlegen CDP = Carbon Disclosure Project	60	71		73
<b>Massnahmen 2019:</b>				
• Förderung der Teilnahme an CDP, individueller Lieferantendialog				
<b>Vernetzte Schweiz</b>				
<b>Hauptziel: Abdeckung der Schweiz mit fixem Ultrabreitband als Voraussetzung für ind. BIP von CHF 30 Mrd. (GRI 203-1, SDG 9)</b>		●		
KPI: Abdeckungsgrad von Haushalten und Geschäften Ultra BB = Bandbreite (BB) > 100 Mbit/s Basis 3,6 Mio. Haushalte und 0,7 Mio. Geschäfte (Quelle BFS)				
KPI: Abdeckungsgrad	-	55,9%	85%	-
<b>Massnahmen 2019:</b>				
• Roll-out FTTx (x = Home, Street oder Curb) • Erhöhung der Bandbreite				
<b>Hauptziel: Abdeckung der Schweiz mit mobilem Ultrabreitband als Voraussetzung für ind. BIP von CHF 30 Mrd. (GRI 203-1)</b>				
KPI: Abdeckungsgrad Ultrabreitband = Bandbreite bis 150 Mbit/s	-	99%	99%	-
<b>Massnahmen 2019:</b>				
• Das Ziel ist mit 99% Abdeckung erreicht. Kein neues Ziel für 2018 vorgesehen.				
<b>Weitere Massnahmen:</b>				
• Ergänzung des Mobilfunknetzes mit dem 5G Standard				

1 Das Ziel gilt als erreicht innerhalb einer Toleranz von 5%, als nicht erreicht oder als übertroffen ausserhalb der Toleranz.

2 ● = Ziel erreicht

● = Ziel nicht erreicht

3 Ziel übertroffen

## Corporate Responsibility – Governance und Implementierung

### Strategische Ziele des Bundesrats

Der Bundesrat legt für jeweils vier Jahre fest, welche Ziele der Bund als Hauptaktionär erreichen will. Der Bundesrat hat 2017 die Ziele für die Periode von 2018 bis 2021 festgelegt. Er erwartet von Swisscom unverändert, dass sie im Rahmen ihrer betriebswirtschaftlichen Möglichkeiten eine nachhaltige und ethischen Grundsätzen verpflichtete Unternehmensstrategie verfolgt.

© Siehe unter [www.swisscom.ch/ziele\\_2018-2021](http://www.swisscom.ch/ziele_2018-2021)

### Verankerung in der Strategie

Der Verwaltungsrat von Swisscom bekennt sich zu einer Strategie, die auf Nachhaltigkeit ausgerichtet ist. Er behandelt im Plenum die relevanten ökonomischen, ökologischen und gesellschaftlichen Themen. Die Umsetzung der Strategie hat er an den CEO der Swisscom AG delegiert. Der CEO kann Aufgaben und Kompetenzen nachgeordneten Stellen übertragen und wird bei der Geschäftsführung durch die Mitglieder der Konzernleitung unterstützt.

Der Konzernbereich Group Communications & Responsibility (GCR) ist für die Umsetzung der Corporate Responsibility-Strategie (CR-Strategie) verantwortlich. Neu ist er ab 2017 für die Berücksichtigung der Sustainable Development Goals (SDGs) sowie der Agenda 2030 zuständig – und damit für die nachhaltige Entwicklung der CR-Strategie von Swisscom.

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

### Verantwortung des Verwaltungsrats

Der Verwaltungsrat genehmigt die Ziele und Grundsätze der Unternehmenspolitik des Konzerns. Die nachhaltige Unternehmensführung ist Teil der Swisscom Unternehmenspolitik. Der Verwaltungsrat nimmt die langfristige CR-Strategie mit den strategischen Schwerpunkten und langfristigen CR-Zielen, deren Anwendungsbereich sowie die dazugehörige Governance zur Kenntnis. Er entscheidet ferner, ob der Anwendungsbereich der CR-Strategie ausgeweitet werden soll – bspw. auf Tochtergesellschaften im In- und Ausland. Jeweils im Dezember nimmt der Verwaltungsrat zudem die Ziele des folgenden Jahres zur Kenntnis. Der Verwaltungsrat wird vierteljährlich im Rahmen des Quartalsreportings und im Dezember mündlich über den Fortschritt bei der Umsetzung der CR-Strategie sowie über die Zielerreichung informiert.

Im Dezember 2015 hat der Verwaltungsrat die geltende CR-Strategie 2020, deren Anwendungsbereich und die Governance zustimmend zur Kenntnis genommen. Im Dezember 2018 hat der Verwaltungsrat die neue CR-Strategie 2025 verabschiedet.

### Verantwortung der Konzernleitung

Die Konzernleitung setzt sich als Gremium halbjährlich mit der Weiterentwicklung und Umsetzung der

CR-Strategie auseinander. Jeweils im November blickt sie auf das vergangene Jahr zurück und verabschiedet die Ziele und Massnahmen für das kommende Jahr. Am 14. Oktober 2018 hat sie die neue CR-Strategie 2025 verabschiedet. Für die Schwerpunktthemen der CR-Strategie benennt der CEO Konzernleitungsmitglieder und den Leiter von Group Communications & Responsibility als interne Sponsoren. Diese Sponsoren definieren in Anlehnung an die langfristige CR-Strategie die jährlichen Ziele innerhalb ihrer Schwerpunktthemen und sind für Fortschritte und Zielerreichung verantwortlich.

Die Verantwortungsbereiche der Sponsoren sind auf die Kernaufgaben der jeweiligen Konzernleitungsmitglieder und des Leiters von Group Communications & Responsibility abgestimmt. Sie sind durch den CEO an der Konzernleitungssitzung vom 12. Juni 2017 bestätigt und wie folgt festgelegt worden:

- **Gesamtsteuerung:** Leiter Group Communications & Responsibility
- **Energieeffizienz und Klimaschutz:** Leiter IT, Network & Infrastructure (Netzthemen), Leiter Group Business Steering (CFO) (Mobilitäts- und Immobilienthemen), Leiter Enterprise Customers (neu ab 2018: Smart City als Beitrag zum Klimaschutz)
- **Arbeiten und Leben:** Leiter Products & Marketing (nachhaltiges Portfolio Privatkunden), Leiter Enterprise Customers (nachhaltiges Portfolio Geschäftskunden)
- **Medienkompetenz:** Leiter Products & Marketing (nachhaltiges Portfolio Privatkunden), Leiter Sales & Services (Vertrieb Portfolio und Kundenberatung)
- **Verantwortungsvolle Arbeitgeberin:** Leiter Group Human Resources
- **Faire Lieferkette:** Leiter Group Business Steering
- **Vernetzte Schweiz:** Leiter IT, Network & Infrastructure

Die Verantwortungsbereiche stellen sicher, dass die Schwerpunktthemen der CR-Strategie im Unternehmen stark und verbindlich verankert sind.

Die Konzernleitung verfügt über die folgenden Kontrollinstrumente:

- Ein wöchentliches Bereichsreporting von Group Communications & Responsibility mit den umgesetzten Massnahmen und dem Stand der Projekte
- Ein Quartalsreporting mit den wichtigsten KPI (Key Performance Indicators) aus den Schwerpunktthemen der CR-Strategie
- Ein Quartalsreporting des Risk Managements
- Ein halbjährlicher Statusreport

## Rolle von Group Communications & Responsibility

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

- Erarbeitung der CR-Strategie (Ziele, Schwerpunkte) in Zusammenarbeit mit Linien- und Supporteinheiten
- Berücksichtigung der SDGs und der Agenda 2030 für die nachhaltige Entwicklung der CR-Strategie von Swisscom
- Unterstützung der Sponsoren aus der Konzernleitung
- Koordination der Strategie-Umsetzung 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 NGOs)

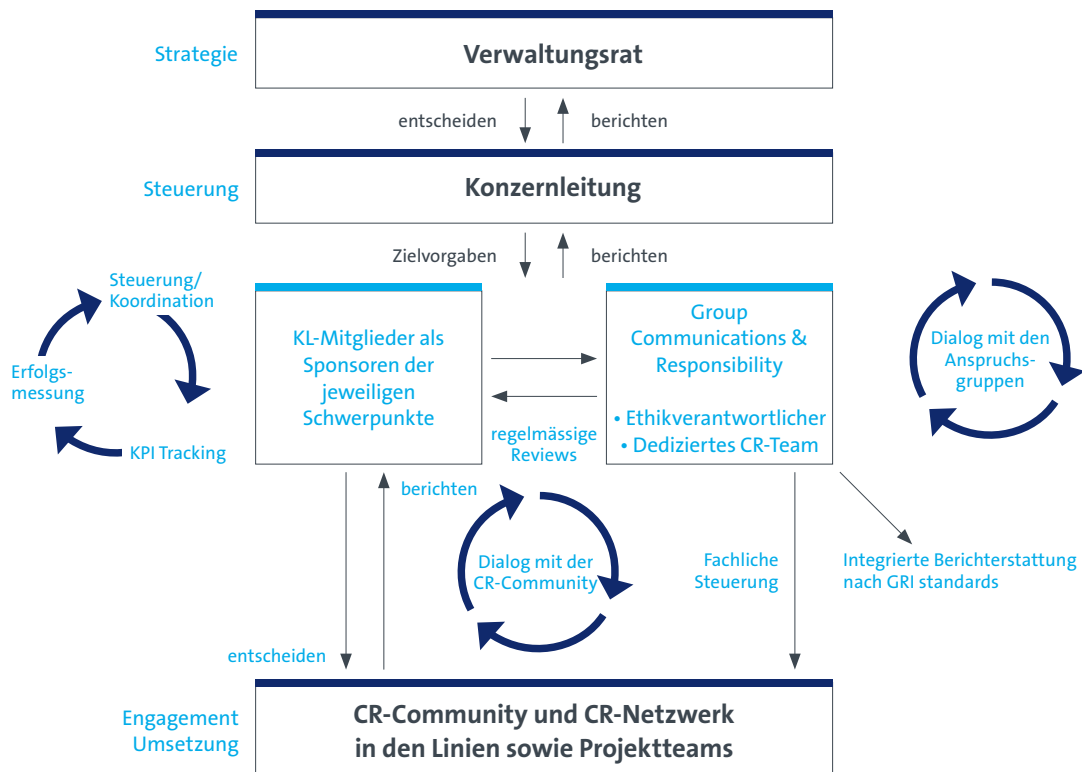
- Reporting gegenüber internen und externen Anspruchsgruppen
- Zusammenarbeit mit dem Konzernbereich Group Business Steering im Rahmen der Nachhaltigkeitsberichterstattung und der Erstellung des Geschäftsberichts

## Linieneinheiten und Netzwerk Corporate Responsibility

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

## Mitglieder der Konzernleitung und ihre Verantwortlichkeiten

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



## Ethik in der digitalen Welt

Ethik ist für Swisscom kein abstrakter Begriff. Sie ist der Bezugsrahmen für alles, was Swisscom seit vielen Jahren tut. Stark zugenommen hat das Interesse der Öffentlichkeit an einer ethischen Wirtschaft. Und die Forderungen der Stakeholder nach integrem Handeln sind berechtigt. Swisscom widmet daher der Ethik in diesem Bericht neu einen eigenen Abschnitt.

Swisscom bemüht sich so zu handeln, dass ihre Kunden, die Wirtschaft, die Umwelt, die Allgemeinheit, gesellschaftliche Gruppen, Individuen oder sie selbst keinen Nachteil erleiden. Sie handelt im Bewusstsein, dass sie sich nicht alleine durch überzeugende Produkte und Dienstleistungen im Wettbewerb behaupten. Integres, auf ethischen Prinzipien basierend, Handeln ist für ihre Marktstellung ebenso bedeutend. Swisscom verpflichtet sich zu Transparenz

und offenem Dialog mit der Öffentlichkeit. Sie ermutigt auch ihre Mitarbeitenden, sich täglich zu fragen, ob ihre Entscheidungen und Handlungen mit den Normen und Werten des Unternehmens und der Gesellschaft übereinstimmen. Denn Swisscom ist nur dann wirtschaftlich erfolgreich, wenn Einklang zwischen dem Unternehmen und der Gesellschaft besteht – Swisscom also den Kunden und Mitarbeitenden nahesteht sowie verantwortungsvoll, zuverlässig und vertrauenswürdig handelt. Das ihr entgegengebrachte Vertrauen verpflichtet Swisscom in ihrem täglichen Handeln und leistet einen wesentlichen Beitrag zu ihrem Markterfolg, ihrer Glaubwürdigkeit und ihrer Reputation.

Als Hauptaktionär erwartet der Bund, dass Swisscom im Rahmen ihrer betriebswirtschaftlichen Möglichkeiten eine nachhaltige und ethischen Grundsätzen verpflichtete Unternehmensstrategie verfolgt.

☺ Siehe unter [www.swisscom.ch/ziele\\_2018-2021](http://www.swisscom.ch/ziele_2018-2021)

Diesem Anspruch an Legalität und Legitimität ihres Tuns wird Swisscom durch das Engagement für Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft gerecht – und zwar in der analogen wie in der digitalen Welt. Der ethische Handlungsmaßstab von Swisscom sieht vor, dass das Unternehmen und die Gesamtheit seiner Anspruchsgruppen gleichermaßen einen Vorteil ziehen. Swisscom ist sich der Zielkonflikte bewusst, spricht diese jedoch aktiv an und ist bestrebt, gemeinsam im Sinne ihrer Unternehmenskultur Lösungen zu finden.

Die ethischen Ansprüche betreffen das gesamte Unternehmen. Swisscom vertraut all ihren Mitarbeitenden und geht davon aus, dass sie in ihrer täglichen Arbeit integer handeln. Das Management geht als Vorbild voran. Der Leiter des Bereichs Group Communication & Responsibility, der zur erweiterten Konzernleitung gehört, ist zugleich Ethikverantwortlicher von Swisscom. Seit dem Berichtsjahr kümmert er sich um die ethischen Fragen und Folgeabschätzungen rund um die Geschäftstätigkeiten von Swisscom, hinterfragt die Integrität, sensibilisiert die Mitarbeitenden und führt mit ihnen einen offenen Dialog. Im nächsten Jahr haben wir uns zum Ziel gesetzt, diesen Dialog in passenden, bestehenden oder neuen in- und externen Kanälen zu etablieren. Haben Mitarbeitende den Eindruck, dass eine geschäftliche Handlung nicht vereinbar mit den Werten und Normen von Swisscom oder der Gesellschaft ist, können sie dies jederzeit melden, ohne dabei einen Nachteil zu befürchten.

Durch ihr Engagement für mehr Nachhaltigkeit lebt Swisscom Verantwortung. Ihre Nachhaltigkeitsstrategie 2025 schafft einen Mehrwert für Gesellschaft, Umwelt und steht für ethisch verantwortetes Unternehmertum. Swisscom leistet unter anderem einen Beitrag zur Energieeffizienz und zum Klimaschutz, will die Qualität des Lebensalltags der Menschen intelligent verbessern, macht sich für faire Arbeitsbedingungen in der Schweiz und im Ausland

stark, fördert die Entwicklung ihrer Mitarbeitenden und engagiert sich für mehr Medienkompetenz in der Schweiz. Alle diese Engagements verpflichten Swisscom Mitarbeitende in ihrem täglichen Handeln. So werden Projekte und Engagements neben ihrer Profitabilität nach dem Kriterium geprüft, ob sie die hohen Nachhaltigkeitsstandards von Swisscom erfüllen und damit langfristig positive Wirkung zeigen.

Swisscom hat sich im Berichtsjahr bei folgenden Themen in die öffentliche Diskussion eingebracht:

- **Menschenrechte:** Die Wahrung der Menschenrechte ist für Swisscom integraler Bestandteil der Unternehmenskultur. Swisscom orientiert sich dabei an internationalen Standards und handelt nach einem lösungsorientierten Ansatz, der sich sowohl am Gemeinwohl als auch an den Unternehmensinteressen orientiert.

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

- **Verhaltenskodex (Code of Conduct):** Verantwortung tragen, Regeln befolgen, integer sein und Verstöße melden – der Verhaltenskodex von Swisscom enthält die Mindesterwartungen von Verwaltungsrat und CEO gegenüber den Führungskräften und Mitarbeitenden von Swisscom und ihrer Konzerngesellschaften.

☺ Siehe unter [www.swisscom.ch/cr-governance](http://www.swisscom.ch/cr-governance)

- **Corporate Responsibility Governance:** Transparenz und klare Zuständigkeiten prägen die verantwortungsvolle Unternehmensführung – die Corporate Governance – bei Swisscom. Sie legt fest, nach welchen Regeln bei Swisscom geführt, organisiert und kontrolliert wird. Kommunikationsgrundsätze: Mitarbeitende orientieren sich in ihrer täglichen Kommunikation untereinander, gegenüber Kunden, aber auch in der Medien-, Public Affairs- und Öffentlichkeitsarbeit an den Swisscom Werten und Kommunikationsgrundsätzen.

☺ Siehe unter [www.swisscom.ch/cr-governance](http://www.swisscom.ch/cr-governance)

- **Transparenz und Dialog:** Swisscom sucht den Kontakt zur Öffentlichkeit. Zu spezifischen Themen im Zusammenhang mit ihrem Kerngeschäft pflegt sie einen offenen Dialog mit interessierten Anspruchsgruppen. Die folgende Zusammenstellung nennt diejenigen Kontaktangebote, die der Allgemeinheit im Sinne des Engagements von Swisscom für Ethik und Integrität offenstehen. Für Swisscom Mitarbeitende besteht zusätzlich die Möglichkeit, über eine öffentlich zugängliche Whistleblowing-Plattform mutmasslich unlauteres Geschäftsgebaren anonym zu melden. Den eingehenden Hinweisen nimmt sich die Abteilung Internal Audit an.
- **Nachhaltige Produktgestaltung:** Das CR-Team von Swisscom steht im kontinuierlichen Dialog mit Entwicklern von Produkten und Services. Es hinterfragt, ob das jeweilige Projekt den Nachhal-

tigkeitsstandards genügt und mit den Werten des Unternehmens und der Gesellschaft im Einklang steht. Das Nachhaltigkeitslabel zeichnet zudem Angebote aus, die Swisscom Kunden bei einem nachhaltigen Lebensstil unterstützen. Smart ICT, Stromspar- und Kinderschutzfunktionen bei Swisscom Produkten und Dienstleistungen helfen den Kunden, ihren Stromverbrauch zu reduzieren, CO<sub>2</sub>-Emissionen zu vermeiden, flexibel zu arbeiten sowie digitale Medien sicher und effizient zu nutzen. Schliesslich hat das Lean Quality Management von Swisscom im Jahr 2018 Anforderungen an eine nachhaltige Produktgestaltung formuliert.

- **Verantwortungsvoller Umgang mit Daten:** Smart Data bietet Chancen für die Gesellschaft, für die Wirtschaft und für Swisscom als Unternehmen. Swisscom ist sich des Vertrauens bewusst, das ihr ihre Kunden im Umgang mit Daten entgegenbringen. Aus diesem Grund hat Swisscom eine Data Governance erschaffen. Sie gestaltet Massnahmen und Prozesse, um systematisch eine Datenkultur zu etablieren und zu fördern. Ziel ist es, bei Swisscom die rechtskonforme und legitime Verarbeitung von Daten zu gewährleisten. Swisscom hat 2018 Einsitz im Vorstand des Vereins Open Data genommen. Sie stellt sich damit dem gesellschaftspolitischen Diskurs rund um die öffentliche Verfügbarkeit von Daten.

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

- **Künstliche Intelligenz und Ethik:** An drei Grossveranstaltungen hat Swisscom 2018 einem breiten Kundenkreis erstmals das Thema künstliche Intelligenz mitsamt der damit verbundenen ethischen Gesichtspunkte nahegebracht. Ein ausgewähltes Gremium von Experten aus Wissenschaft, Technik, Forschung und Wirtschaft diskutierte ethische Fragen rund um künstliche Intelligenz, ihre Anwendungen und die Wahrscheinlichkeit des Eintritts einer sogenannten technischen Singularität.

## Managementansätze

### Vorsorgeprinzip

Swisscom arbeitet nachhaltig nach ihrer Vision und ihren Werten. Sie verringert Umweltrisiken, Geschäftsrisiken und soziale Risiken mithilfe von etablierten Managementsystemen und -ansätzen. Konzernvorgaben und -weisungen stellen sicher, dass die Anforderungen an die Corporate Responsibility im Betrieb oder bei Projekten berücksichtigt werden. Ein wichtiger Bestandteil des von Swisscom gepflegten Vorsorgeprinzips ist darüber hinaus die Schulung der Mitarbeitenden und ihre Sensibilisierung. Dies erfolgt etwa durch rechtzeitige Informationen zu sensiblen Themen.

Die Managementsysteme folgen den internationalen ISO-Standards. Externe Audits bestätigen mittels

eines Zertifikats die Einhaltung der folgenden Normforderungen:

- 9001 Qualitätsmanagement
- 14001 Umweltmanagement
- 14064 Richtlinie zum Treibhausgasinventar
- 20000 IT-Service-Management
- 27001 Informationssicherheit-Management-System
- 33002 Information Technology – Process Assessment

Im Bereich der elektromagnetischen Felder bei Kommunikationstechnologien – besonders beim Mobilfunk – verfügt Swisscom über ein zertifiziertes Qualitätssicherungssystem (QSS). Dieses System dient dazu, die in der Verordnung über den Schutz vor nichtionisierender Strahlung festgelegten Grenzwerte (NISV-Grenzwerte) einzuhalten. Im Rahmen des operativen Risiko- und Sicherheitsmanagements setzt Swisscom präventive Massnahmen um.

☺ Siehe unter [www.digitalswitzerland.com](http://www.digitalswitzerland.com)

### Compliance Management

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

- **Kultur:** Die Compliance-Kultur ist die Grundlage für die Wirksamkeit des CMS. Der Verhaltenskodex hält die Mindesterwartungen des Verwaltungsrats und des CEO der Swisscom AG fest. Diese Erwartungen werden im Unternehmen durch die Führungsarbeit und in der täglichen Zusammenarbeit verbreitet.
- **Ziele:** Der Verwaltungsrat legt die Ziele der Compliance fest: Alle organisatorischen Massnahmen und die Handlungen orientieren sich an diesen Zielen.
- **Risiken:** Swisscom erkennt und bestimmt die Compliance-Risiken unter Berücksichtigung ihrer Geschäftstätigkeit sowie der regulatorischen und gesetzlichen Vorgaben einschliesslich deren Änderungen. Sie beurteilt die Risiken situationsabhängig bei neuen Geschäftstätigkeiten oder Veränderungen der rechtlichen Rahmenbedingungen sowie periodisch (mindestens alle zwei Jahre) und steuert diese Risiken durch geeignete Massnahmen.
- **Organisation:** Der Verwaltungsrat hat die Mindestaufgaben von Compliance bestimmt. Die Konzernleitung und die Geschäftsleitungen der Tochtergesellschaften haben die weiteren Aufgaben und Verantwortlichkeiten festgelegt. Sie stellen die Ressourcen zur Verfügung, die für ein wirksames CMS erforderlich sind.
- **Kommunikation:** Die Mitarbeitenden sind über ihre Aufgaben, Kompetenzen und Verantwortungsbereiche informiert. Sie werden in Berücksichtigung der jeweiligen Risiken zu den Massnah-



men der einzelnen Compliance-Bereiche geschult. Jährlich erfolgt ein Bericht an den Verwaltungsrat und die Konzernleitung der Swisscom AG, an die Geschäftsleitungen und Verwaltungsräte der Tochtergesellschaften sowie an weitere interne Stellen.

- **Überwachung und Verbesserung:** Swisscom überwacht das CMS und behebt laufend Schwachstellen.

Um das Geschäftsgeheimnis zu wahren, legt Swisscom keine Compliance-Berichte offen. Eine kurze Information erfolgt im GRI-Index dieses Nachhaltigkeitsberichts.

Das Compliance-System überwacht konzernweit die Einhaltung der Gesetze in den folgenden Rechtsbereichen:

- Antikorruption
- Antigeldwäscherei
- Bankenrecht (Publikumseinlagen)
- Daten- und Geheimhaltungsschutz (hinsichtlich aller Gesetze)
- Produktsicherheitsgesetz
- Kartellrecht
- Fernmelderecht
- Börsenrecht (inkl. VegüV)

☺ Siehe unter [www.swisscom.com/grundsätze](http://www.swisscom.com/grundsätze)

### Verantwortungsbewusstes Marketing

Swisscom orientiert sich in ihrem Marketing sowohl an der eigenen Vision und den eigenen Werten als auch an den Grundsätzen der Schweizerischen Lauterkeitskommission. Diese Grundsätze befassen sich mit sämtlichen relevanten Gesichtspunkten der Lauterkeit in der Kommunikation. Das bei Group Communications & Responsibility integrierte Team Brand & Strategy hat die Aufgabe, die Marketingeinheiten von Swisscom über die Weiterentwicklung der Grundsätze zu informieren. Für die Einhaltung der Grundsätze sind die kommunizierenden Einheiten verantwortlich. Diese sind in der Lage, Verstösse früh zu erkennen und präventiv einzuschreiten.

Swisscom unterscheidet ihre Kunden nicht nach Alter oder Geschlecht. Sie berücksichtigt vielmehr, dass jeder einzelne ihrer Kunden der zunehmenden Vernetzung und Digitalisierung individuell begegnet. So gelingt es Swisscom, ihre Kunden diskriminierungsfrei und zugeschnitten auf den individuellen Wissensstand in der digitalen Welt zu begleiten.

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

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

### Wahrung der Menschenrechte im Swisscom Konzern und in der Lieferkette

Die Wahrung der Menschenrechte ist für Swisscom integraler Bestandteil der Unternehmenskultur. Dabei

orientiert sich Swisscom an den anerkannten Standards. So lässt sie sich von den UNO-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte (UN Guiding Principles on Business and Human Rights), vom Standard SA8000 der Social Accountability International (SAI) sowie von den Unternehmensrichtlinien zur Beschaffung leiten. Im Jahr 2016 hat Swisscom ihre Richtlinie in Bezug auf Menschenrechte veröffentlicht, was national Beachtung gefunden hat und somit auf der Website Wirtschaft und Menschenrechte des SECO (Staatssekretariat für Wirtschaft) und des EDA (Eidgenössisches Departement für auswärtige Angelegenheiten) als gutes Praxisbeispiel in der Kategorie Standards und Leitlinien aufgeführt wird. Mit der Einhaltung ihrer Richtlinie in Bezug auf Menschenrechte trägt die Swisscom zur Umsetzung der UNO-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte und besonders des Nationalen Aktionsplans für Wirtschaft und Menschenrechte der Schweiz bei.

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

### Praktiken in Bezug auf Urheberrechte

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

Verwendet Swisscom zur Software-Entwicklung Free and Open Source Software (FOSS), wahrt sie die Urheberrechte von Dritten durch die Einhaltung der geforderten FOSS-Lizenzbestimmungen. Der Umgang damit wird in den bestehenden Konzernvorgaben (Weisungen) geregelt. Für Swisscom Software, die auf dem Drittmarkt eingeführt wird, ist explizit die FOSS-Lizenzkonformität durch den internen FOSS Compliance Service zu prüfen und nachzuweisen.

### Swisscom Security

Swisscom macht die vernetzte Welt sicherer, indem sie die Bedürfnisse ihrer Mitarbeitenden, Kunden und Partner ins Zentrum aller Sicherheitsüberlegungen stellt und die Sicherheit mit klaren, einfachen Massnahmen gewährleistet. Durch eine umfassende Infrastruktur und vertieftes Fachwissen bietet Swisscom täglich den bestmöglichen Schutz für Mitarbeitende, Kunden, Partner und das eigene Unternehmen. Intern schafft Swisscom durch Trainings und Awareness-Kampagnen für ihre Mitarbeitenden eine wirksame Sicherheitskultur.

Die zunehmende Digitalisierung und die wachsende Dynamik erhöhen die Wichtigkeit von Sicherheit. Swisscom nutzt das Thema Sicherheit, um ihre Marke verstärkt gegenüber Mitbewerbern zu differenzieren

und neue Wachstumsfelder zu erschliessen. Sie bietet ihren Kunden daher möglichst fortschrittliche Lösungen, Produkte und Dienstleistungen im Sicherheitsbereich.

Swisscom ist als verantwortungsvolle Arbeitgeberin im Sicherheitsbereich bekannt. Sie bietet ihren Mitarbeitenden spannende Aufgaben und vielseitige Entwicklungschancen.

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

## Fraud Management

Swisscom stellt sich aktiv Betrugsrisiken (Risiken von Fraud) entgegen und verhindert dadurch Verluste. Sie stützt sich hierbei auf Betrugsfälle bei ihren Kunden und eigene Erfahrungen. Betrugsfälle sind von aussen getriebene Ereignisse und sind nicht direkt beeinflussbar. Am wirkungsvollsten lassen sie sich durch Detektions- und Präventionsmassnahmen verhindern.

Swisscom wendet die folgende Definition von Fraud an: Fraud umfasst alle Handlungen mit dem Ziel, in betrügerischer Absicht Tatsachen vorzutäuschen, Kosten zu umgehen oder sich direkt oder indirekt auf unrechtmässige Weise zu bereichern. Diese Definition von Swisscom ist auf Fraud im Telekommunikationsbereich ausgerichtet. Die Kombination von Detektions- und Präventionsmassnahmen sowie der Einsatz geeigneter Mittel (Tools und Personal):

- stellt Fraudrisiken transparent dar;
- verhindert Fraudfälle;
- entdeckt Fraudfälle rasch, wodurch sich Sicherheitslücken schliessen lassen;
- reduziert Kosten, indem Ressourcen nicht durch ausserordentliche Aufgaben belastet werden;
- verringert finanzielle Verluste und ermöglicht die Rückforderung von veruntreuten Vermögenswerten;
- stärkt die Reputation von Swisscom und erhält oder steigert das Vertrauen der Kunden.

# Verantwortung gegenüber der Öffentlichkeit

Swisscom ist in ihrer Geschichte eng mit der Schweiz und den Menschen im Land verbunden. Das Engagement von Swisscom für die Schweiz und ihre Gesellschaft hat darum Tradition.

## Engagement von Swisscom

Swisscom engagiert sich auf europäischer, nationaler und regionaler Ebene. Sie stützt allein oder in Partnerschaften Aktivitäten, die zum sozialen Zusammenhalt, zur Digitalisierung der Gesellschaft und zum Gemeinwohl beitragen. Drei Bereiche stehen im Mittelpunkt des Engagements von Swisscom: die Öffentlichkeitsarbeit, auch Public Affairs genannt, die Projekte im Rahmen der unternehmerischen Verantwortung und die Unterstützung von Publikumsveranstaltungen durch Sponsoring. Im Mittelpunkt stehen Sport und Kultur für ein breites Publikum. Daher verteilen sich die Sponsoringaktivitäten von Swisscom auf alle Regionen der Schweiz und zielen auf unterschiedliche Anspruchsgruppen.

## Mitgliedschaften und Partnerschaften

Swisscom arbeitet projektspezifisch mit unterschiedlichen Partnern zusammen. Sie widmet sich dabei Themen aus ihren sechs strategischen Schwerpunkten. Zudem pflegt sie die Zusammenarbeit mit geeigneten Partnern auf nationaler und internationaler Ebene. Bei der Auswahl von Partnerschaften und Mitgliedschaften achtet Swisscom darauf, dass die betreffenden Institutionen durch ihre Fachkompetenz eine ideale Ergänzung darstellen und einen wesentlichen Beitrag zur Erreichung der Swisscom Strategie leisten. Zusätzlich sollen sie die Werte von Swisscom teilen und sich in ihrem Tätigkeitsfeld in Bezug auf Reputation und Glaubwürdigkeit auszeichnen.

© Siehe unter [www.swisscom.ch/cr-partnerschaften](http://www.swisscom.ch/cr-partnerschaften)

## Public Affairs

Swisscom Public Affairs pflegt den Kontakt zum europäischen Verband der Telekommunikationsanbieter (ETNO), der nationalen Politik, Behörden, Verbänden und zu allen Regionen der Schweiz. Seine Teammitglieder sind dezentral organisiert. Sie vermitteln in erster Linie Informationen zu Infrastrukturthemen, zu den erforderlichen Rahmenbedingungen gemäss Unternehmensstrategie und zum Engagement von Swisscom. Sie nehmen aber auch Anliegen der Anspruchsgruppen und der Bevölkerung entgegen.

## Akteur in der öffentlichen Debatte

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

- **Bildungspolitik:** Swisscom unterstützt ICT-Bildungsplätze, fördert den ICT-Standort Schweiz, unterstützt Schulen im Bereich des Jugendmedienschutzes und entwickelt das Projekt «Schulen ans Internet» weiter. Sie unterstützt zudem die Initiative «digitalswitzerland», die unter anderem den Digitaltag 2018 veranstaltet hat.
- **Digitalisierung:** Durch den Wechsel auf All IP schafft Swisscom die technische Voraussetzung, um die Kommunikation zu digitalisieren und die Wettbewerbsfähigkeit der Schweizer Wirtschaft zu sichern. All IP überführt alle Dienste wie Sprachtelefonie, TV, Internet und Daten einheitlich auf die IP-Technologie.
- **Breitbandausbau:** Bis Ende 2021 soll die Mehrheit der Schweizer Einwohner von erhöhten Bandbreiten profitieren. Damit legt Swisscom eine solide Basis für die Digitalisierung und der Sicherung des Wirtschaftsstandorts Schweiz.
- **Grundversorgung:** Swisscom hat sich als einzige Anbieterin für die Grundversorgungskonzession beworben und diese von der ComCom erhalten. Die neue Konzession ist am 1. Januar 2018 in Kraft getreten und läuft bis zum 31. Dezember 2022. Beim Internetzugang im Rahmen der Grundversorgung hat der Bundesrat die minimale Datenübertragungsrate per 1. Januar 2018 von bisher 2 Mbit/s auf 3 Mbit/s erhöht. Ferner erweitert Swisscom die Grundversorgungsdienste für Menschen mit Beeinträchtigungen.
- **Kundenfreundlichkeit:** Swisscom verbessert laufend ihre Kundeninformationssysteme: so bspw. durch Dienstleistungen wie «Swisscom Cockpit» für Swisscom Kunden, die sich im Ausland aufhalten.
- **Nachhaltigkeit:** Swisscom arbeitet an unterschiedlichen Projekten rund um die Energiewende mit: so etwa an der Work Smart Initiative und am Produkt tiko.

Ein zentrales Thema 2018 und für die Folgejahre ist für Swisscom der Ausbau des 5G-Netzes, der fünften Mobilfunkgeneration. 5G macht Smart Cities, vernetzte Fabriken oder intelligente Häuser technisch möglich, vereint unterschiedliche Technologien und bildet die Grundlage für eine digitale Schweiz. Damit die Schweiz weiterhin Vorreiterin bei der Nutzung neuer Technologien bleibt, ist eine Anpassung (im Sinne einer Lockerung) der Rahmenbedingungen wie der nichtionisierenden Strahlung (NIS-V), der Bewertungsmethoden betreffend die Strahlung von Antennen und der baurechtlichen Vorschriften erforderlich. Swisscom bringt diese Anliegen selbst und über den Branchenverband asut gegenüber Politik und Behörden ein. Die Verwaltung hat für Frühling 2019 eine kleine Verordnungsrevision in Aussicht gestellt. In diesem Zusammenhang ist auch die Vergabe von neuen Frequenzen Anfang 2019, die für den Aufbau der 5G-Netze erforderlich sind, für Swisscom von grosser Bedeutung. Swisscom wird an der geplanten Auktion als Bieterin auftreten. Sie fordert, dass die ersteigerten Frequenzen in der Folge rasch genutzt werden können.

Swisscom hat im Berichtsjahr wie im Vorjahr im Rahmen von zahlreichen Vernehmlassungen auf Bundesebene Stellungnahmen eingereicht. Unter anderem hat sie eine Stellungnahme im Rahmen der Vernehmlassung zum neuen Bundesgesetz über elektronische Medien (BGeM) eingereicht. Das BGeM soll das heute geltende Radio- und Fernsehgesetz (RTVG) ablösen. Swisscom begrüsst die grundsätzliche Stossrichtung der Revision.

Sie hat an (fach)spezifischen Hearings der vorberatenden parlamentarischen Kommissionen teilgenommen: so bspw. an Hearings zur Revision des Bundesgesetzes über das öffentliche Beschaffungswesen (BöB) oder zur Revision des Fernmeldegesetzes (FMG). Zudem hat sich Swisscom an der Konferenz der kantonalen Volkswirtschaftsdirektoren (VDK) zum Glasfaserausbau in den Kantonen geäussert.

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

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

Swisscom verfolgt im Rahmen der Interessenvertretung einen lösungsorientierten Ansatz, der sich sowohl am Gemeinwohl als auch an den Unternehmensinteressen orientiert. Sie nimmt Positionen ein, die auf klaren Fakten basieren. Swisscom ist es ein grosses Anliegen, eine transparente und vertrauensvolle Beziehungen zu Politik, Behörden und Gesellschaft zu pflegen. Sie wirkt an öffentlichen Anhörungen und Veranstaltungen mit und positioniert sich durch schriftliche Stellungnahmen im politischen Umfeld. Unter Berücksichtigung der eigenen Antikor-

ruptionsweisung und in Anlehnung an die relevanten ethischen Codices (Kodex von Lissabon sowie Standesregeln der Schweizerischen Public Affairs Gesellschaft, SPAG) lehnt Swisscom rechtswidrige oder ethisch fragwürdige Praktiken zur Beeinflussung von Meinungs- und Entscheidungsträgern ab. Zudem ist Swisscom politisch und konfessionell neutral und unterstützt Parteien, Meinungs- und Entscheidungsträger nicht finanziell.

## Barrierefreiheit

Swisscom will allen in der Schweiz lebenden Menschen die Möglichkeit bieten, Kommunikationsmittel ungehindert zu nutzen. Dafür leistet das Unternehmen substantielle Beiträge, um Menschen mit Beeinträchtigungen in die Informationsgesellschaft zu integrieren. Ein barrierefreier Zugang zu Produkten und Dienstleistungen ist für Swisscom aus zwei Gründen wichtig: Erstens kommt Swisscom dadurch den Verpflichtungen des Behindertengleichstellungsgesetzes (BehiG) nach, wonach Unternehmen barrierefreie Produkte anzubieten haben. Zweitens profitieren zusätzliche Kunden von einem barrierefreien Zugang zu den Produkten und Dienstleistungen. Der barrierefreie Zugang ist für Swisscom allerdings nicht nur ein rechtliches Erfordernis oder eine wirtschaftliche Frage, sondern eine Leistung, die sie ihren Kunden bewusst und mit Überzeugung anbietet. Seit 2018 verfolgt Swisscom die Strategie der Zugangsverbesserung, um allen Nutzern den Zugriff auf Produkte von Swisscom zu ermöglichen. Diese Zugangsstrategie gilt übergreifend für alle Bereiche von Swisscom. Langfristig soll Barrierefreiheit Bestandteil des Tagesgeschäfts und somit integrierender Bestandteil bei der Produktgestaltung werden. Um dieses Ziel zu erreichen, ergreift Swisscom die folgenden Massnahmen: Ernennung von SPoCs (Single points of contact), regelmässige Sitzungen der SPoCs und der Teams, Workshops zur Weiterbildung und Sensibilisierung, regelmässige Tests der Barrierefreiheit von Produkten sowie Veröffentlichung der internen Richtlinien (Swisscom Accessibility Guidelines). Swisscom hat ihre Strategie zur Zugangsverbesserung 2018 eingeführt. Es ist daher verfrüht, die Massnahmen und ihre Effektivität zu bewerten. Swisscom plant, die Massnahmen mittelfristig im Rahmen der nationalen, alle fünf Jahre veröffentlichten Accessibility-Studie der spezialisierten Organisation Zugang für alle (Access for all) bewerten zu lassen. In den folgenden zwei Jahren ist Swisscom gefordert, die Strategie zur Zugangsverbesserung umzusetzen sowie wirkungsvoll und nachhaltig zu gestalten. Swisscom hofft, dass sich ihre Bewertung in der nächsten Accessibility-Studie deutlich verbessert.

- **Barrierefreie Dienstleistungen und Produkte:** Die Swisscom Shops erfüllen strenge Anforderungen, um Menschen mit Einschränkung einen barrierefreien Zugang zu gewährleisten. Zudem werden die Mitarbeitenden der Shops und Callcenter

aufgefordert herauszufinden, welche speziellen Bedürfnisse ein Kunde mit einer bestimmten Einschränkung hat. Procap Schweiz bietet Swisscom Mitarbeitenden deshalb Schulungen zum Thema «Barrierefreiheit» an. Darüber hinaus optimiert Swisscom kontinuierlich den barrierefreien Zugang zu Shops und Callcentern. Sie bemüht sich, hör- und sehbehinderten Menschen attraktive Endgeräte anzubieten, und aktualisiert ihr Angebot an Geräten und Dienstleistungen. Beispiele hierfür sind Telefone (IP-Geräte oder Mobilgeräte), die an die Bedürfnisse von sehbehinderten oder älteren Menschen angepasst sind, oder die Vielzahl an Möglichkeiten, mit dem Kundenservice in Kontakt zu treten. Personen, die das Telefonbuch wegen einer körperlichen Einschränkung nicht nutzen können, sind berechtigt, sich über die Kurzwahlnummer 1145 ohne zusätzliche Kosten verbinden zu lassen. Swisscom erbringt diese Leistung aus freien Stücken im Rahmen ihrer Grundversorgung. Gehörlose können einen Transkriptionsdienst in Anspruch nehmen, der Telefongespräche zwischen Gehörlosen und Hörenden ermöglicht. Dieser Service, der in Zusammenarbeit mit der Stiftung Procom angeboten wird, ist ebenfalls Teil der Grundversorgung und kostenlos. Darüber hinaus unterstützt Swisscom die Apfelschule, die blinde oder sehbehinderte Menschen im Umgang mit dem Smartphone schult. Jeder Kunde von Swisscom, der einen solchen Kurs absolvieren will, erhält von Swisscom einen Bon im Wert von CHF 50. Alle genannten Produkte und Dienstleistungen werden von unterschiedlichen Partnerverbänden und -organisationen bewertet. Da diese Verbände und Organisationen in direktem Kontakt zu Menschen mit Einschränkung stehen, ist die Nützlichkeit und Qualität der Produkte und Dienstleistungen sichergestellt.

- **Zugang zu Web und Applikationen:** Swisscom will weiterhin einen barrierefreien Zugang zu den Internetseiten und ihren Applikationen gewährleisten. Durch die Erstellung von neuen Versionen und Updates hat sie bereits wichtige Vorgaben für die Erstellung barrierefreier Webinhalte gemäss den Web Content Accessibility Guidelines WCAG 2.0 umgesetzt.
- **Angebote für Menschen mit beschränkten finanziellen Mitteln:** Menschen mit beschränkten finanziellen Mitteln unterstützt Swisscom durch drei unterschiedliche Angebote. Jugendliche unter 26 Jahren profitieren von einem vergünstigten Tarifplan. Für Jugendliche bis 18 Jahre sind die entsprechenden Abonnemente mit einer Kreditlimite versehen. Für Kinder und Jugendliche von 7 bis 18 Jahren bietet Swisscom zusätzlich ein Prepaid-Abonnement an.

# Energieeffizienz und Klimaschutz

Im Einklang mit der Energiestrategie 2050 des Bundes will Swisscom ihre Energieeffizienz bis Ende 2020 gegenüber dem 1. Januar 2016 um 35% steigern. Sie will ferner bis 2020 gemeinsam mit ihren Kunden doppelt so viel CO<sub>2</sub> einsparen, wie sie im gesamten Betrieb und in der Lieferkette verursacht. Im Herbst 2018 hat sie ihre Ziele für 2025 gesetzt.

## Managementansatz

Die Themen Klimawandel und Energieeffizienz sind für Swisscom als Grossverbraucherin von Energie sowie für ihre Anspruchsgruppen aufgrund der nationalen und internationalen Klimasituation besonders wesentlich. Die im November 2018 erschienenen Klimaszenarien für die Schweiz lassen erahnen, zu welchen Folgen der Klimawandel in der Schweiz führen könnte. Die vorgestellten Szenarien, durch das National Centre for Climate Services (NCCS) erarbeitet, lassen sich nicht ignorieren. Klimawandel und Energieeffizienz stehen daher im Zentrum der Nachhaltigkeitsstrategie von Swisscom.

Das Schweizer Volk hat das Energiegesetz (EnG) im Mai 2017 in einer Volksabstimmung angenommen. Das EnG bestimmt – zusammen mit dem CO<sub>2</sub>-Gesetz als Fundament der Energie- und Klimastrategie 2050 des Bundes – für Swisscom den Rahmen der geschäftlichen Aktivitäten. Swisscom legt besonderes Augenmerk auf die Steigerung der eigenen Energieeffizienz und auf den Klimaschutz. Sie hat sich entsprechend zwei Ziele gesetzt:



Goal 7  
AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY

- **Steigerung der Effizienz:** Swisscom hat ihren Energiebedarf bis 2020 ermittelt und will ihre Energieeffizienz bis Ende 2020 gegenüber 2016 um 35% erhöhen. Weiter hat Swisscom im Herbst 2018 ihren Energiebedarf bis Ende 2025 anhand aktueller Szenarien bestimmt. Sie will ihre Energieeffizienz in den kommenden acht Jahren dank neu genutzter Massnahmen sowie technischer Verbesserungen um nochmals 24% steigern.



Goal 13  
CLIMATE ACTION

- **Klimaschutz:** Schliesslich will Swisscom gemeinsam mit ihren Kunden bis 2020 doppelt so viel CO<sub>2</sub> einsparen, wie sie in ihrem gesamten Betrieb und

in ihrer Lieferkette verursacht. Dieses Vorhaben ist unter dem Stichwort «2:1-Ziel» zusammengefasst. Swisscom will das 2:1-Ziel einerseits durch Emissionsreduktion, andererseits durch die Förderung und Vermarktung eines nachhaltigen Portfolios erreichen. Weiter hat Swisscom im Herbst 2018 den aus ihrem Energiebedarf resultierenden CO<sub>2</sub>-Ausstoss bis Ende 2025 anhand aktueller Szenarien geschätzt. Sie strebt nunmehr eine weitere Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen an.

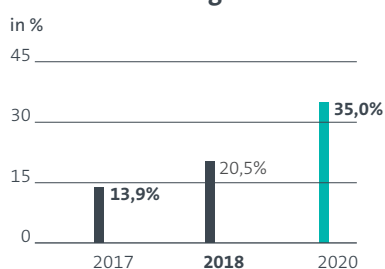
Swisscom hat mit verschiedenen Partnern Zielvereinbarungen getroffen, immer mit dem Ziel, die Effizienz zu steigern und die CO<sub>2</sub>-Emissionen zu reduzieren. Die Ziele zum Energieverbrauch (Energieeffizienz) und zur CO<sub>2</sub>-Reduktion (CO<sub>2</sub>-Intensität) werden je nach Referenz unterschiedlich definiert bezüglich des Basisjahres, des Bezugs, des Zielerreichungsjahres. Swisscom hat Ziele mit der Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW,) der Vorbildfunktion des Bundes im Energiebereich (VBE) und der Science Based Target-Initiative (SBTI) vereinbart. Swisscom hat ihre Emissionsreduktion schon 2016 an die SBTi gemeldet. Die SBTi ist aus einer Partnerschaft mit dem Carbon Disclosure Project (CDP), der Initiative UN Global Compact, dem WWF und dem World Resources Institute (WRI) hervorgegangen. Sie stuft Reduktionsziele von Unternehmen als «wissenschaftlich fundiert» ein, sofern diese Ziele zur erforderlichen Reduktion von CO<sub>2</sub> beitragen, um den weltweiten Temperaturanstieg geringer als 2°C zu halten. Swisscom verpflichtet sich zudem, bis 2020 ihre Scope-1-Emissionen im Vergleich zu 2013 um 10%, die Scope-2-Emissionen um 100% und die Scope-3-Emissionen um 18% zu reduzieren. Die SBTi hat Ende 2016 alle Reduktionsziele von Swisscom anerkannt.

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

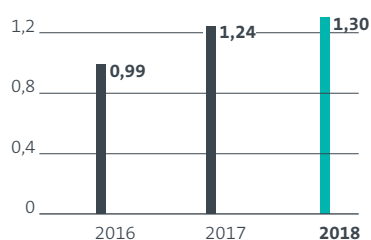


Referenz	Zielvereinbarung	Startjahr 1. Januar	Zieljahr 31. Dez.	Zielwert
Swisscom	Ratio CO <sub>2</sub> -Einsparungen bei den Kunden zu CO <sub>2</sub> -Emissionen Swisscom	2016	2020	2:1
Swisscom	Energieeffizienz (Sparmassnahmen über den Gesamtenergieverbrauch, ungewichtet)	2016	2020	+35%
EnAW	Energieeffizienz (Sparmassnahmen über den Gesamtenergieverbrauch, gewichtet)	2013	2022	+35%
EnAW	CO <sub>2</sub> -Intensität Brennstoffe (CO <sub>2</sub> -Emissionen zur Summe der CO <sub>2</sub> -Emissionen und CO <sub>2</sub> -Einsparungen)	2013	2022	92%
EnAW	CO <sub>2</sub> -Intensität Treibstoffe (CO <sub>2</sub> -Emissionen zur Summe der CO <sub>2</sub> -Emissionen und CO <sub>2</sub> -Einsparungen)	2013	2022	76%
VBE	Energieeffizienz (Sparmassnahmen über den Gesamtenergieverbrauch, ungewichtet)	2006	2020	+25%
SBTI	CO <sub>2</sub> -Reduktion Scope 1	2013	2020	-10%
SBTI	CO <sub>2</sub> -Reduktion Scope 2	2013	2020	-100%
SBTI	CO <sub>2</sub> -Reduktion Scope 3	2013	2020	-18%

### Steigerung der Effizienz Schweiz seit dem 1.1.2016 und Prognosen



### Verhältnis CO<sub>2</sub>-Einsparungen zu CO<sub>2</sub>-Emissionen



Über weitere umweltrelevante Themen, denen Swisscom im Betrieb Beachtung schenkt, finden sich nähere Angaben am Ende des Kapitels. Die Umwelt- und die Einkaufspolicy bilden für Swisscom die Grundlage eines nachhaltigen Ressourceneinsatzes. Die Managementansätze, die Swisscom für die Steigerung der Energieeffizienz und den Kampf gegen den Klimawandel anwendet, bestehen grundsätzlich aus dem Umweltmanagement-System sowie den dazu gehörenden spezifischen Ansätzen. Managementnormen, Standards und interne Weisungen ermöglichen es, die vorgesehenen Spar- und Effizienzmassnahmen systematisch umzusetzen. Tochtergesellschaften mit Geschäftstätigkeiten, die sich auf die Umwelt bedeutend auswirken, sind nach ISO 14001 zertifiziert. Es sind dies Swisscom (Schweiz) AG, Swisscom Broadcast AG und cablex AG. Diese Tochtergesellschaften sind zugleich nach ISO 9001 zertifiziert. Die italienische Tochter Fastweb S.p.A. ist ebenfalls nach ISO 14001 zertifiziert. Die nach ISO 14001 zertifizierten Managementsysteme und -prozesse erfassen – bezogen auf die Anzahl an Mitarbeitenden – mehr als 94,2% des Swisscom Konzerns (inkl. Fastweb; Vorjahr 94,3%). Das Umweltmanagement-System und seine Effizienz werden jährlich extern einem Audit unterzogen.

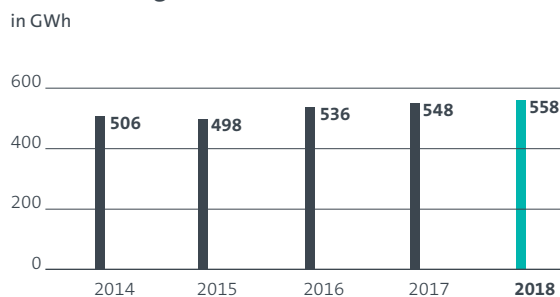
### Energieeffizienz: Energieverbrauch und -einsparung bei Swisscom

**Das Ziel:** Swisscom will bis 2020 gegenüber dem 1. Januar 2016 ihre Energieeffizienz um weitere 35% steigern.

### Energieverbrauch als hauptsächliche Umwelteinwirkung

Die periodische Analyse der Umwelteinwirkungen von Swisscom zeigt, dass der Energieverbrauch weiterhin den grössten Einfluss auf die Umwelt hat. Der Energieverbrauch und die entsprechenden CO<sub>2</sub>-Emissionen wirken sich vor allem auf das Klima aus. Swisscom ist bestrebt, ihre Energieeffizienz zu erhöhen, erneuerbare Energien einzusetzen, verbesserte Produkte auf den Markt zu bringen und damit die Auswirkung ihrer Geschäftstätigkeit auf Umwelt und Klima zu minimieren. Zusätzlich zur im Lagebericht beschriebenen Netzinfrastruktur betreibt Swisscom in eigenem Besitz oder in Regie einen beträchtlichen Immobilienpark. Dieser umfasst Büros, Betriebsgebäude, Shops und Datenzentren. Hingegen betreibt Swisscom keine Lager und Verteilzentren. Darüber hinaus unterhält Swisscom eine Fahrzeugflotte aus Dienst- und Nutzfahrzeugen.

### Gesamtenergieverbrauch Swisscom



### Energiemanagement bei Swisscom

Das Energiemanagement von Swisscom bezweckt, die Kosten zu reduzieren, die Effizienz zu steigern sowie den direkten und indirekten ökologischen

Fussabdruck des Unternehmens möglichst gering zu halten. Es umfasst, in Anlehnung an die ISO-Norm 50001 über Energieeffizienz, in vereinfachter Darstellung die folgenden Prozessschritte:

- Ermittlung des Energiebedarfs über eine bestimmte Periode
- Festlegung und Freigabe der Energieeffizienzziele und entsprechenden Massnahmen
- Bestimmung des Energiemix, besonders des Strommix
- Umsetzung der Energieeffizienzmassnahmen
- Eigene Stromerzeugung
- Verwendung der Abwärme
- Monitoring, Energiebilanz und Reporting
- Forschungs- und Entwicklungsprojekte (bspw. rund um die Regelenergie) sowie virtuelle Kraftwerke (tiko)
- Entwicklung und Vermarktung von nachhaltigen ICT-Produkten und -Diensten

### Verbrauch von Strom aus erneuerbaren Quellen und von Ökostrom (Strommix)

2018 hat der Stromverbrauch von Swisscom in der Schweiz 485 GWh (Vorjahr 468 GWh) betragen. Er ist damit um 3,8% (Vorjahr 4,4%) gestiegen. Die Effizienzmassnahmen haben den durch Netzausbauten verursachten Mehrstromverbrauch teilweise kompensiert. Swisscom verbraucht grossteils Wasserstrom sowie zusätzlich Solarstrom, den sie entweder selbst produziert (0,5%) oder einkauft (4,1%). 2018 hat Swisscom 20,0 GWh (Vorjahr 20,0 GWh) Ökostrom mit dem Gütesiegel «naturemade star» bezogen. Swisscom kompensiert durch Herkunftsnachweise (HKN) den im Strommix enthaltenen Anteil an Atomstrom, an Strom unbekannter Herkunft sowie an Strom aus fossilen Energieträgern, den sie für ihre Netzinfrastruktur sowie die von ihr verwalteten Geschäfte verwendet. Sie erhöht damit die Nachhaltigkeit ihres Strommix. Der Anteil an erneuerbarem Strom hat 2018 – wie bereits in den Jahren zuvor und durch die SGS geprüft – 100% betragen.

### Effizienzmassnahmen beim Stromverbrauch von Netzen

Swisscom setzt laufend ein Effizienzprogramm von etwa zehn Massnahmen um. Dieses Programm hat 2018 dank verbesserter Technologie und energieeffizienter Ausgestaltung der Funknetze eine Einsparung von rund 10,6 GWh Energie ermöglicht.

Einen wesentlichen Anteil an dieser Einsparung haben die Funkeinheiten, die sogenannten Remote Radio Units (RRU). Sie sind direkt auf den Sendemasten des Mobilfunknetzes angebracht und verbrauchen bis zu 40% weniger Energie als herkömmliche Radio Units.

Swisscom kühlt ihre Betriebsgebäude dank des ökologischen Lüftungssystems Mistral mit Aussenluft. Mistral ersetzt herkömmliche Kühlsysteme, die energieintensiv mit Kompressoren betrieben werden,

und erhöht die Energieeffizienz massiv. Zudem entfallen dank Mistral umweltschädliche Kältemittel.

Im Berichtsjahr hat Swisscom 68 zusätzliche Mobilfunkbasisstationen mit Aussenluft gekühlt. Sie hat ein Kühlmodul eingesetzt, das eine rasche Umrüstung der Basisstationen ermöglicht. Daraus resultiert eine zusätzliche Einsparung von 0,6 GWh pro Jahr.

### Effizienzmassnahmen beim Stromverbrauch von Rechenzentren

Im Durchschnitt über alle Rechenzentren erzielt Swisscom 2018 einen PUE-Wert (Power Usage Effectiveness- bzw. Stromverbrauchseffizienzwert) von 1,37 (Vorjahr 1,40). Der PUE-Wert steht für das Verhältnis des Gesamtstromverbrauchs eines Rechenzentrums zum Stromverbrauch der dort eingesetzten IT-Anlagen. Das Rechenzentrum in Bern Wankdorf arbeitet besonders effizient. Es hat 2018 einen PUE-Wert von 1,285 erreicht, wobei ein Zielwert von 1,2 geplant ist.

Swisscom setzt in ihren Rechenzentren weiterhin auf die geteilte Nutzung von Servern. Durch diese Servervirtualisierung benötigt sie weniger IT-Infrastruktur als bisher und hat 2018 zusätzliche 21,5 GWh gespart (Vorjahr 7,5 GWh).

### Effizienzmassnahmen beim Stromverbrauch in Gebäuden

Im Berichtsjahr hat das Facility Management schweizweit Energiechecks nach dem etablierten internen Pioneer Standard durchgeführt. Diese Checks haben 2018 dazu beigetragen, die Betriebszustände von 90 Gebäuden zu optimieren und 196 MWh an Energie zu sparen, davon 94% durch Beleuchtungsmassnahmen allein.

Swisscom ist bestrebt, ineffiziente Beleuchtungsanlagen zu modernisieren. So hat sie im Berichtsjahr sämtliche Swisscom Logos auf LED schweizweit umgerüstet. Dadurch senkt sie. Allein durch diese Massnahmen spart Swisscom jährlich 388 MWh Strom.

### Effizienzmassnahmen beim Brennstoffverbrauch, Wärme und CO<sub>2</sub>-Reduktion

Swisscom misst monatlich den Verbrauch von Heizöl, Erdgas, Fernwärme sowie neu Wasser in den 120 grössten Gebäuden. Zusammen umfassen diese Gebäude mehr als die Hälfte der Gesamtgebäudefläche. In der Folge rechnet Swisscom den jährlichen Verbrauch auf die Gesamtgebäudefläche hoch.

Im Berichtsjahr hat Swisscom zur Beheizung ihrer Gebäude Brennstoffe im Umfang von 134,8 Terajoule (40,9 GWh) benötigt (Vorjahr 45,1 GWh). Ihr Wärmemix aus fossilen Energieträgern besteht aus 51% Heizöl, 20% Erdgas, 28% Fernwärme und neu 1% Biomasse (Holz). In den letzten fünf Jahren hat Swisscom in ihren Gebäuden des Benchmarks die Wärmekennzahl pro m<sup>2</sup> um 11% gesenkt. Dies hat zu

einer Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen geführt, die aufgrund des jährlich wechselnden Energiemix nicht immer proportional ist. Ein weiterer Grund für die Einsparung ist zu einem grossen Teil auf die geringere Anzahl von Heizgradtagen (HGT) zurückzuführen

Swisscom beabsichtigt, die zur Beheizung ihrer Gebäude erforderliche Wärmemenge weiter zu verringern. Zu diesem Zweck setzte sie 2018 systematisch Betriebsoptimierungen fort, die den Energieverbrauch und den CO<sub>2</sub>-Ausstoss bei der Beheizung von Gebäuden senkten. Ein detailliertes Energiemonitoring lieferte die für die Energieanalyse erforderliche Datengrundlage und deckte Fälle von unverhältnismässig hohem Energieverbrauch auf. Darüber hinaus hat Swisscom 2018 mehrere ökorelevante Bauprojekte umgesetzt. Wie ein internes Reporting belegt, spart sie dadurch 159 MWh Energie und vermeidet den Ausstoss von 28 Tonnen CO<sub>2</sub>.

Schliesslich haben die Energiechecks dazu beigetragen, die CO<sub>2</sub>-Emissionen um 22,0 Tonnen (Vorjahr 43 Tonnen) zu reduzieren.

Swisscom ersetzt bei Sanierungen seit 2018 systematisch fossil betriebene Heizungsanlagen. Im Gegenzug erzeugt sie Heizwärme neuerdings mehrheitlich durch Wärmepumpen und Biomasse (Holz). Swisscom hat 2018 schweizweit 14 Heizungsanlagen saniert und diese erstmals vollständig durch Anlagen ohne CO<sub>2</sub>-Ausstoss ersetzt. Dies ist die Folge des 2017 eingeführten Kostenvergleichs, der die Energie- und CO<sub>2</sub>-Kosten möglicher Heizvarianten mittels eines TCO-Verfahrens (Total Cost of Ownership bzw. Eigentums Gesamtkosten) detailliert aufführt und transparent macht. Swisscom hat dabei den CO<sub>2</sub>-Preis im Sinne eines Schattenpreises («shadow price») auf CHF 96 pro Tonne festgesetzt, was der nationalen, im CO<sub>2</sub>-Gesetz festgesetzten CO<sub>2</sub>-Abgabe entspricht.

Die Umstellung bei der Erzeugung von Heizwärme soll ab der Heizperiode 2018/2019 zu einer Gesamt-reduktion von 132 Tonnen CO<sub>2</sub> führen.

### Effizienzmassnahmen bei Treibstoffverbrauch, Mobilität und CO<sub>2</sub>-Reduktion

Ein erstklassiger Kundendienst sowie der Ausbau der Netzinfrastruktur setzen eine lückenlose und bedarfsgerechte Mobilität der Mitarbeitenden voraus. 2018 haben die Fahrzeuge der Swisscom Flotte im Dienste der Kunden (d.h. abzüglich der Privatnutzung) insgesamt 53,4 Mio. Kilometer zurückgelegt (Vorjahr 54,9 Mio. Kilometer). Dies entspricht einem Treibstoffverbrauch von 127,8 Terajoule (35,5 GWh; Vorjahr 128,0 Terajoule resp. 35,5 GWh). Der Treibstoffverbrauch hat sich dabei gegenüber dem Vorjahr um -0,13% (Vorjahr -9,2%) verringert. Dank einer nachhaltigen Beschaffungsstrategie und eines modernen Fuhrparks soll sich der durchschnittliche CO<sub>2</sub>-Ausstoss pro Personenwagen bis Ende 2020 von 113 Gramm CO<sub>2</sub> pro zurückgelegten Kilometer (2015) auf 95 Gramm CO<sub>2</sub> verringern. Bei der Beschaffung von

Fahrzeugen setzt Swisscom auf Modelle mit best-möglicher Energieeffizienz und prüft den Einsatz alternativer Antriebstechniken. Im Rahmen eines Pilotprojekts prüft Swisscom ein Gesamtkonzept für die Elektromobilität von Personen- und Nutzfahrzeugen, das die Ladegeräte und das Management von Parkplätzen beinhaltet. Ende 2018 haben die Fahrzeuge der Swisscom Flotte gemäss Herstellerangaben nach neuem europäischem Fahrzyklus (NEFZ) einen durchschnittlichen Ausstoss von 104 Gramm CO<sub>2</sub> pro Kilometer ausgewiesen. 96% der Fahrzeugflotte sind den Energieeffizienzkategorien A und B zugeordnet. Dazu betreibt Swisscom eine Flotte von 503 (-0,6%) Hybridfahrzeugen, 17 (-34,6%) erdgasbetriebenen Fahrzeugen und 1 (-83,3%) Elektrofahrzeugen, die nach Möglichkeit die benzin- und besonders die dieselbetriebenen Fahrzeuge ersetzen. Sämtliche Elektrofahrzeuge werden in den Gebäuden und Garagen von Swisscom mit Strom aus erneuerbaren Energiequellen geladen. 2018 haben die Swisscom Mitarbeitenden 126'105 (6,8%) Bahnbillette für Dienstreisen genutzt sowie 7'427 (-33,2%) Halbtax- und 2'686 (-12,1%) Generalabonnemente bezogen.

### Eigene Stromerzeugung

Seit mehr als zehn Jahren erzeugt und nutzt Swisscom eigenen Strom. Sie erkennt darin einen wichtigen Beitrag zu einer nachhaltigen Energiepolitik. Im Rahmen jeder Dachsanierung in ihren Betriebsgebäuden zieht Swisscom systematisch den Bau einer Solarstromanlage in Erwägung. Sofern eine solche Anlage wirtschaftlich sinnvoll ist, wird sie in der Folge realisiert.

2018 hat Swisscom drei zusätzliche Solaranlagen auf Sendestationen (189 kWp) oder auf Betriebsgebäude (14 kWp) in Betrieb genommen. In der Summe beträgt die Leistung aller eigenen Solarstromanlagen 2'205 kWp. Swisscom setzt ihr Programm zur Stromerzeugung in den nächsten Jahren fort. Sie will bis 2023 eine installierte Leistung von mehr als 3'000 kWp erreichen und ihr geschätztes Potenzial von 3'500 MWh auf eigenen Standorten vollständig nutzen.

### Verwendung von Abwärme

Swisscom deckt in einigen Gebäuden ihren Heizbedarf voll durch Abwärme der Betriebsräume ab. So liefert im Swisscom Betriebsgebäude Zürich Herdern eine 2015 installierte Wärmepumpe die für das gesamte Gebäude notwendige Heizenergie. Damit spart Swisscom jährlich rund 900 Tonnen CO<sub>2</sub> – was 9% der gesamten CO<sub>2</sub>-Emissionen entspricht, die Swisscom für ihre Heizbedürfnisse erzeugt. Zudem liefert Swisscom im Rahmen von Vereinbarungen Abwärme aus Betriebsgebäuden oder aus Rechenzentren an Fernwärmeverbünde oder an Nachbarsiedlungen. Im Einzelnen speist sie in Zürich Herdern, Zürich Binz, St. Gallen und Bern Wankdorf Abwärme ins Fernheiznetz, um Wohnungen und Bürogebäude in der Nachbarschaft direkt zu beheizen. 2018 hat Swisscom dadurch 8,4 GWh an thermischer Energie

als Fernwärme in die Nachbarsiedlungen eingespeist (Vorjahr 8,9 GWh). Dadurch wurden 840'000 Liter Heizöl (Vorjahr 890'000 Liter) gespart und entsprechende CO<sub>2</sub>-Emissionen vermieden.

### Effizienzsteigerung dank nachhaltiger ICT-Dienste bei Swisscom

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

- **Virtuelle Konferenzen:** Swisscom hat an 33 Standorten die realitätsnahe Videokonferenzlösung Telepresence installiert, darunter bei Fastweb in Italien.



Goal 13  
CLIMATE ACTION

- **Work Smart:** Swisscom Mitarbeitende arbeiten einfach per Video- und Desksharing mit ihren Kollegen zusammen. Dies gestattet es vielen Mitarbeitenden, einen Teil ihres Arbeitspensums von zu Hause oder unterwegs zu bestreiten. Kollaborationsplattformen ermöglichen zudem den unkomplizierten Zugang zu Wissen. Durch die Lancierung der Work Smart Initiative hat Swisscom die neuen Arbeitsformen im Unternehmen weiter verankert und stellt ihr Wissen anderen Unternehmen zur Verfügung. Der Leitfaden für Führungskräfte gibt Vorgesetzten nützliche Hinweise zum Umgang mit neuen Arbeitsformen.
- **Smart Building:** Anwendungen im Bereich des Internets der Dinge (IoT) helfen, Gebäude oder Verkehrssysteme effizienter als bisher zu betreiben.

### Erreichung der Effizienzziele

- **Gesamtwirkung der Effizienzmassnahmen bei Swisscom:** Der Gesamtenergieverbrauch (Strom, Brenn- und Treibstoffe) von Swisscom hat 2018 in der Schweiz 558 GWh (Vorjahr 548 GWh) betragen. Ohne die seit dem 1. Januar 2016 umgesetzten Effizienzmassnahmen würde Swisscom gegenwärtig jährlich 109 GWh mehr an Energie verbrauchen. Die jährliche Gesamtenergieeffizienz berechnet sich aus dem Verhältnis des Gesamtenergieverbrauchs und der Energieeinsparung zum Gesamtenergieverbrauch. Swisscom folgt der Definition des Bundesamts für Energie (BFE) und des Bundesamts für Umwelt (BAFU) im Rahmen der Zielvereinbarung mit der EnAW. Die Gesamtenergieeffizienz im Jahr beträgt 6,8%, seit dem 1.1.2016 kumuliert 20,4%. Die Effizienzziele sind auf Kurs. Details sind im Klimabericht zu finden.
- **Erneuerbare Energien:** Swisscom setzt weiterhin 100% erneuerbaren Strom ein und erfüllt somit ihr Ziel. Dank der Nutzung des erneuerbaren Stroms sowie des abnehmenden Verbrauchs fossiler Energie beträgt der Anteil an erneuerbarer Energie 88%, berechnet aus erneuerbarem Strom, Bio-

masse und dem erneuerbaren Anteil der Fernwärme.

### Energieintensität

Neu berichtet Swisscom über ihre Energieintensität nach Energienutzung. Die Intensität der Mobilität beträgt 2,39 MJ/km und der Heizung 144MJ/m<sup>2</sup>. Alle Intensitäten sind in den letzten Jahren zurückgegangen.

### Das Klimaschutz-Ziel 2 zu 1 in Einzelheiten

**Das Ziel:** Swisscom will gemeinsam mit ihren Kunden bis 2020 doppelt so viel CO<sub>2</sub> einsparen, wie sie in ihrem gesamten Betrieb und in ihrer Lieferkette verursacht. Dieses Vorhaben ist unter dem Stichwort «2:1-Ziel» zusammengefasst. Die Grundzüge dieses Ziels und seines Beitrags zum Klimaschutz sind hier beschrieben, weitere Einzelheiten im Klimabericht vermerkt.

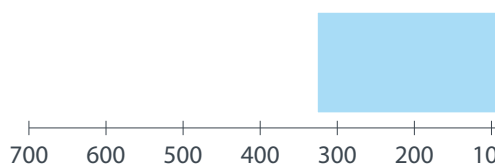
Das Verhältnis von Einsparungen bei den Kunden zu den Emissionen hat sich gegenüber dem Vorjahr (1,24) leicht verbessert und liegt Ende 2018 bei 1,30.

### Klimaveränderung birgt Risiken und Chancen

Zum Klimaschutz tragen in erster Linie die folgenden Tätigkeiten bei: Analyse der Chancen und Risiken, die der Klimawandel für Swisscom mit sich bringt; Aufbau eines Programms und Durchsetzung entsprechender Massnahmen in den relevanten Themenfeldern; Monitoring und Reporting. Für die Koordination und Steuerung dieser Tätigkeiten ist das CR-Team verantwortlich.

Umsatzrelevante Chancen liegen für Swisscom im Aufbau und in der Weiterentwicklung eines «grünen» bzw. nachhaltigen Portfolios von Produkten und Dienstleistungen. Ein solches Portfolio verringert den CO<sub>2</sub>-Ausstoss direkt im eigenen Betrieb wie indirekt bei den Kunden und damit die Risiken. Hierzu enthält dieses Kapitel in der Folge weitere Informationen. Swisscom richtet sich nach den Empfehlungen der Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD). Detaillierte Informationen sind im Kapitel «Klimaschutz» des Nachhaltigkeitsberichts zu finden. Das Treibhausgasinventar sowie Mengenangaben zum Energieverbrauch, zum CO<sub>2</sub>-Ausstoss und zu den Auswirkungen der Spar- und Effizienzmassnahmen im Betrieb sowie bei den Kunden sind im extern verifizierten Klimabericht von Swisscom genannt.

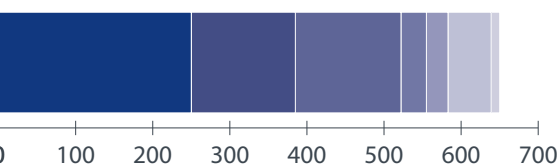
## Tätigkeitsbedingte CO<sub>2</sub> Emissionen 2020

in kt CO<sub>2</sub>

- Lieferkette (Scope 3)
- Restliche Emissionen (Scope 3)
- Pendlerverkehr (Scope 3)
- Strom, inkl. Endgeräte (Scope 2)
- Fahrzeuge/Gebäude (Scope 1)

Stand 2017: 401 kt CO<sub>2</sub> eq  
Stand 2018: 437 kt CO<sub>2</sub> eq

## CO<sub>2</sub>-Einsparungen bei den Kunden 2020

in kt CO<sub>2</sub>

- ICT für Gebäude
- ICT für Mobilität
- Smart energy
- Rechenzentren-Dienste
- Dematerialisierung
- Home Office
- Virtuelle Konferenzen

Stand 2017: 503 kt CO<sub>2</sub> eq  
Stand 2018: 569 kt CO<sub>2</sub> eq

## Portfolio: Angebote für CO<sub>2</sub>-Einsparungen

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

Eine Studie, die zusammen mit dem WWF in Auftrag gegeben und von der Universität Zürich 2017 durchgeführt worden ist, belegt: Die ICT hat das Potenzial, im Jahr 2025 in der Schweiz bis zu 3-mal mehr Treibhausgasemissionen zu vermeiden, als ICT-Geräte und -Infrastrukturen durch Herstellung, Betrieb und Entsorgung insgesamt verursachen. Bei den Emissionen durch ICT schlägt vor allem die Herstellung der Endgeräte zu Buche. Besonders Geräte mit hohem Gewicht wie Desktop-PCs erhöhen die Emissionen der ICT-Branche. Ebenso bestimmt bei kleinen Geräten wie Smartphones oder Laptops die Herstellungsenergie die Klimabilanz ganz wesentlich. Der Verlängerung des Lebenszyklus von ICT-Geräten kommt deshalb eine grosse Bedeutung zu.

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

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

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

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

## Nachhaltige ICT-Dienste für Geschäftskunden

Die nachhaltigen ICT-Dienste von Swisscom unterstützen Geschäftskunden wie Unternehmen oder öffentliche Verwaltungen bei ihren Bestrebungen, Energie und CO<sub>2</sub> zu sparen. Swisscom hat sich zum Ziel gesetzt, ihr nachhaltiges Portfolio stetig zu erweitern. Sie bietet einen Teil der hierfür erforderlichen Lösungen selbst an, während andere Lösungen von KMU oder Start-ups auf Basis der technischen Infrastruktur von Swisscom bereitgestellt werden. In diesem Zusammenhang ist das Low Power Network (LPN) zu nennen, das seit 2016 schweizweit zum Rückgrat vieler neuer Dienste im Bereich des Internets der Dinge (IoT) geworden ist.



Goal 11  
SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES

Nachhaltige ICT-Dienste stehen heute in folgenden Gebieten zur Verfügung:

- **ICT-Lösungen für Gebäude:** Optimierung des Energieverbrauchs, CO<sub>2</sub>-Reduktion und Produktion von Regelenergie durch intelligente Steuerung von Heizungen, Boilern, Solaranlagen und Batterien
- **ICT-Lösungen für die Mobilität:** Optimierung und Lenkung der Mobilität durch intelligente Lösungen, die Logistiksysteme steuern. So optimieren vernetzte Abfallcontainer Sammelrouten auf Stadtgebiet. Ferner verbessern Instrumente, welche die Verkehrsflüsse auf der Basis von anonymisierten Kundendaten abbilden, die städtische Verkehrsplanung. Swisscom hat hierfür



bereits in mehreren Schweizer Städten die Grundlagen geliefert.



Goal 12  
RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION

- **Rechenzentren-Dienste:** Auslagerung und Virtualisierung von Servern in effiziente Rechenzentren, um den Energieverbrauch zu optimieren
- **Dematerialisierung:** Reduktion des Papierverbrauchs durch Lösungen für papiersparendes Drucken und papierloses Arbeiten
- **Home Office:** Lösungen für Home Office und mobiles Arbeiten zur Reduktion der Reisetätigkeit
- **Virtuelle Konferenzen:** Lösungen für effiziente Arbeitsplätze zur Reduktion der Reisetätigkeit

Im Berichtsjahr hat Swisscom 45 nachhaltige ICT-Dienste mit dem 2015 eingeführten Label «Zusammen für mehr Nachhaltigkeit» gekennzeichnet.

Das Label bezeichnet nachhaltige Produkte und Dienstleistungen, die Unternehmen dabei unterstützen, Energie und Ressourcen zu sparen oder die Life Domain Balance und Zufriedenheit ihrer Mitarbeitenden zu erhöhen. Eine Liste der entsprechenden Produkte ist im Internet einsehbar.

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

### Nachhaltige ICT-Dienste für Privatkunden

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



Goal 7  
AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY

Das Programm hat im Berichtsjahr zu folgenden Erfolgen geführt:

- **Smart Energy:** Die Tochterfirma tiko Energy Solutions AG stellt die Dienste tiko power, tiko sun und tiko storage bereit. tiko power erlaubt Privatkunden, ihre Wärmepumpen, Elektroheizungen und Boiler fernzusteuern, und sendet bei Störungen frühzeitig einen Alarm aus. Zudem vergleicht tiko power die Energieeffizienz von Heizungsanlagen in Wohnungen und Geschäften. Der Dienst will innerhalb des Schweizer Strommarktes Regenergie für den Ausgleich von Schwankungen gewinnen, indem möglichst viele Wärmepumpen und Elektroheizungen einen Pool bilden.



Goal 11  
SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES

Dieser Pool gestattet es, deutlich mehr erneuerbare Energie aus Energiequellen wie Wind und Sonne in die Stromversorgung einzubinden und damit das Stromnetz zu stabilisieren. tiko sun steigert den Eigenverbrauch aus der eigenen Photovoltaikanlage. Es nimmt gezielt Wärmepumpen oder Boiler in Betrieb, sobald Solarstrom produziert wird. tiko storage erhöht den Anteil des Eigenverbrauchs zusätzlich, indem es Strom aus der Solaranlage temporär in einer umweltfreundlichen Batterie des deutschen Unternehmens sonnen GmbH speichert. Stellt der Kunde das System für die Produktion von Regenergie zur Verfügung, erhält er ein finanzielles Entgelt. Damit entlasten die tiko-Produkte das Netz und produzieren gleichzeitig Regenergie.

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

- **Rechenzentren-Dienst:** Dank des Dokumentenverwaltungssystems Docsafe verwahren Swisscom Privatkunden alle Dokumente sicher im persönlichen Cloud-Speicher auf Schweizer Servern. Ferner können sie die Dokumente mit Computer, Tablet oder Mobilfunktelefon verschlüsselt ordnen, von überall her abrufen und teilen.
- **Dematerialisierung dank der Onlinerechnung:** Die Onlinerechnung ist eine attraktive, umweltfreundliche Alternative zur Rechnung auf Papier. Der Anteil von Kunden, die sich für die Onlinerechnung entschieden haben, ist von 37% im Jahr 2017 auf 39,0% per Ende 2018 gewachsen. In der Kommunikation mit ihren Kunden weist Swisscom darauf hin, dass die Onlinerechnung nicht nur der Umwelt nützt, sondern auch Kosten und Zeit spart.

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

### Energieverbrauch und Emissionen bei den Kunden und Initiative zu deren Reduktion dank verbesserter Endgeräte

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

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

Der Energieverbrauch der Endgeräte bei den Kunden lässt sich auf Basis der Geräte, des Stromverbrauchs pro Gerät und der typischen Nutzungsprofile auf 299'000 MWh hochrechnen. Hinsichtlich des Energieverbrauchs macht Swisscom ihre Kunden einerseits auf die zahlreichen Möglichkeiten zur Energieersparnis aufmerksam und bietet andererseits konkrete Lösungsvorschläge:

- **Energie sparen – so einfach geht's:** Auf Initiative des Bundesamts für Energie (BFE) haben sich Swisscom und weitere Anbieter schon 2013 für eine gemeinsame Informationskampagne



entschieden. Das Ziel ist, den Energieverbrauch von Endgeräten wie Modems, Routern und TV-Settop-Boxen mittels idealer Einstellungen auf Kundenseite zu optimieren. Swisscom führt diese Transparenzmassnahme aus Überzeugung weiter, indem sie ihre Kunden auch nach Ende der Kampagne weiterhin über die Energieverbräuche informiert und die energieoptimierten Einstellungen auf ihrer Website erläutert.

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

- **Swisscom TV:** Swisscom TV speichert Aufnahmen nicht mehr auf der Settop-Box, sondern in der Cloud. Daher kommt die Box ohne Festplatte aus und verbraucht jährlich rund 26 kWh. Dieser Wert konnte im Vergleich zum Vorjahr (36 kWh) nochmals deutlich verbessert werden. Grund waren Optimierungen beim Betriebssystem. Darüber hinaus hat Swisscom die Kunden von Swisscom TV umfassend informiert, wie sich die Settop-Box für den Alltagsgebrauch und die Ferienzeit energieoptimiert konfigurieren lässt. 2017 hatte Swisscom den Ersatz der alten TV-Boxen durch die neue, cloudbasierte TV-Box bei ihren Kunden abgeschlossen. Bis Ende 2018 hat Swisscom 1,519 Mio. Kunden für Swisscom TV gewonnen. Swisscom TV verzeichnet damit ein stetes Wachstum. Trotz des Kundenwachstums um 50 % seit 2013 ist der insgesamt bei den Kunden anfallende Stromverbrauch im gleichen Zeitraum von 80 GWh auf 61 GWh gesunken, dank den steten Effizienzverbesserungen an der Box und der Software bzw. dem Betriebssystem.
  - **Internet-Box:** Die aktuelle Internet-Box 2 bietet gleich mehrere Möglichkeiten, Energie zu sparen. So lässt sich über einen Zeitschalter die Zeitspanne festlegen, während der das WLAN, die zentrale Speicherfunktion oder die Telefonie (DECT) ausgeschaltet sind. Zudem sind dank der Internet-Box 2 weniger Geräte in Heimnetzwerken im Einsatz. Denn die Box ersetzt die früher erforderlichen Verbindungsgeräte für den kabellosen Anschluss von Computer, Fernsehen und HD-Festnetztelefonie. Die Internet-Box 2 senkt damit den Stromverbrauch erheblich.
- ☺ Siehe unter [www.swisscom.ch/energie-sparen](http://www.swisscom.ch/energie-sparen)
- **Ecomode plus:** Durch Ecomode plus strahlen Schnurlostelefone nur noch minimal. Mittlerweile sind fast alle von Swisscom verkauften Schnurlostelefone Modelle mit Ecomode plus.

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

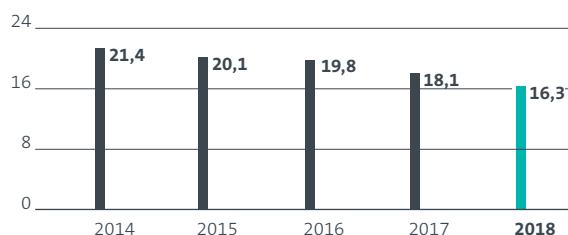
Swisscom führt ein Treibhausgasinventar, veröffentlicht ihre Emissionen in einem Klimabericht nach anerkannten Standards (ISO 14064) und lässt sie extern verifizieren. Sie unterteilt ihre CO<sub>2</sub>-Emissionen nach der Definition des Greenhouse Gas Protocol (GHG) in Scope 1 (direkte Emissionen aus der Verbrennung fossiler Energien für Heizung und Mobilität oder aus Kältemitteln), Scope 2 (indirekte, durch ein-

gekaufte Energien verursachte Emissionen) und Scope 3 (alle anderen indirekten CO<sub>2</sub>-Emissionen, bspw. in der Lieferkette).

- **Emissionen nach Scope 1:** Der direkte Verbrauch von fossilen Energieträgern hat 2018 bei Swisscom 11% des gesamten direkten Energieverbrauchs betragen (Vorjahr 13%). Die CO<sub>2</sub>-Äquivalent-Emissionen nach Scope 1 aus fossilen Energieträgern verringerten sich kontinuierlich seit dem 1. Januar 2010 und betragen 2018 ohne Klimakorrektur 16'171 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalent. Davon entfielen 59% auf Treibstoffe und 41% auf Brennstoffe. Zusätzlich betragen die von Scope 1 berücksichtigten Emissionen aus Kältemitteln 118 Tonnen (Vorjahr 352 Tonnen). Swisscom erfasst keine Emissionen aus SF<sub>6</sub>-Verlusten elektrischer Transformatoren und -stationen, da sie diese Anlagen nicht kontrolliert. Die weitere Reduktion der direkten Emissionen (Scope 1) resultiert aus Gebäudeoptimierungen und dem Ersatz fossiler Brennstoffe durch Wärmepumpen, Biomasse und der verstärkten Nutzung von Abwärme.

### Swisscom direkte CO<sub>2</sub>-Emissionen (Scope 1)

in tausend Tonnen



- **Emissionen nach Scope 2:** Swisscom weist ihre Scope-2-Emissionen vor und nach Kompensation auf. Die CO<sub>2</sub>-Äquivalent-Emissionen aus dem Stromverbrauch vor Kompensation betragen 2018 58'168 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalent (location based-Ansatz) bzw. 0 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalent nach Kompensation mit Marktinstrumenten (d.h. Zertifikaten; market based-Ansatz). Nach Scope 2 fielen für Swisscom 2018 folglich keine CO<sub>2</sub>-Emissionen aus dem Stromverbrauch an, jedoch ein Anteil von 1'052 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalent aus Fernwärme. Emissionen nach Scope 2 sind nur auf die Fernwärme zurückzuführen, für die ein Kompensationsplan in Entwicklung ist.
- **Emissionen nach Scope 3:** Swisscom hat ihre Treibhausgasemissionen nach den Kategorien von Scope 3 ermittelt. Ausgenommen blieben die folgenden Kategorien: Produkteherstellung (Kategorie 10), Downstreamleased assets (Kategorie 13) und Franchises (Kategorie 14). Sie sind nicht relevant, da Swisscom 2018 keine Produkte herstellt, kein Verteilzentrum (Downstreamleased assets) unterhalten und keine Franchises betreiben hat. Die nach Scope 3 resultierenden CO<sub>2</sub>-Äquivalent-Emissionen betragen 425'093 Tonnen (Vorjahr 386'265 Tonnen). Die in der Lieferkette anfallenden CO<sub>2</sub>-Äquivalent-Emissionen der

Kategorien gekaufte Waren (Kategorie 1), Kapitalgüter (Kategorie 2) und Transport und Verteilung zu den Verteilzentralen (Kategorie 4) beliefen sich 2018 auf 333'300 Tonnen. Sie bildeten somit den Löwenanteil der Scope-3-Emissionen. Indirekte Emissionen nach Scope 3 sind schwierig zu kontrollieren. Der Anstieg dieser Emissionen resultiert aus dem leichten Zuwachs des Kaufvolumens von Geräten und Einrichtungen. Andererseits wurde festgestellt, dass neue oder neu in die Schätzungen einbezogene Lieferanten eine hohe CO<sub>2</sub> Intensität aufweisen. Fastweb ist unter der Kategorie 15 erfasst (4'943 Tonnen CO<sub>2</sub>, wird bei der Zielberechnung 2:1 nicht berücksichtigt).

Der Klimabericht weist nicht nur die CO<sub>2</sub>-Emissionen aus, sondern auch die Wirkung der Reduktionsmassnahmen im eigenen Unternehmen sowie die Zielerreichung. Zudem errechnet er die CO<sub>2</sub>-Emissionen, die sich von Geschäftskunden und Privatkunden vermeiden lassen, sofern diese vom externen Partner myclimate zertifizierte, nachhaltige ICT-Dienstleistungen nutzen. Schliesslich führt der Klimabericht eine Bilanz von CO<sub>2</sub>-Emissionen und -Einsparungen bei den Kunden auf.

Weiter beteiligt sich Swisscom jährlich am Carbon Disclosure Project (CDP). Die durch das CDP erfassten Informationen über die Emissionen und das Engagement von Swisscom für den Klimaschutz sind auf der CDP-Plattform zugänglich. 2018 war Swisscom weiterhin in der A-Liste Supplier und Climate (A-) und im Carbon Disclosure Leadership Index (CDLI) aufgeführt.

© Siehe unter [www.cdp.net](http://www.cdp.net)

## CO<sub>2</sub> Intensität

Swisscom hat in den letzten Jahren ihre CO<sub>2</sub>-Intensität kontinuierlich reduziert. Die Intensität wird von der EnAW, auf Basis der jährlich durch Swisscom gelieferten Verbrauchszahlen, berechnet. Im Vergleich zum Referenzjahr 2013 ist die CO<sub>2</sub>-Intensität um 7% gesunken (letzte verfügbare Zahl: 2017).

## Weitere umweltrelevante Themen im Betrieb

Der Betrieb von Telekommunikationsnetzen braucht neben Energie eine Vielzahl an Materialien. Ein

sorgsamer Umgang damit ist nicht nur aus wirtschaftlicher Perspektive sinnvoll, sondern schont auch die Umwelt und steht somit im Einklang mit dem Wertesystem von Swisscom. Swisscom ist bestrebt, die Umweltverträglichkeit des Betriebs und den schonenden Umgang mit natürlichen Ressourcen stetig weiterzuentwickeln.

Swisscom achtet daher auf einen ökologischen Betrieb. Im Rahmen des Umweltmanagementsystems nach ISO 14001 bearbeitet sie systematisch die umweltrelevanten Themen und hat ihren Betrieb hinsichtlich des ökologischen Fussabdrucks wesentlich optimiert. Die jährliche Überprüfung des Zielfortschritts zeigt, dass weitere Reduktionsziele bzw. -massnahmen ausserhalb des Energiebereichs nur noch zu relativ geringen Verbesserungen führen. Swisscom beabsichtigt daher bei den weiteren umweltrelevanten Themen, den Verbrauch zu senken oder höchstens gleich hoch wie im Vorjahr zu belassen. Sie achtet zudem vermehrt auf qualitative Massnahmen wie Auswahl, Recycling und Wiedereinsatz von Materialien. Weiterführende Angaben zu Massnahmen in den weiteren umweltrelevanten Bereichen finden Sie in den untenstehenden Kapiteln.

## Papier

Swisscom unterscheidet zwischen dem Einsatz von kurzlebigen und langlebigen Materialien. Sie ist bestrebt, die Umwelteinwirkung von kurzlebigen Materialien, besonders von Papier, zu verringern. Im Bürobetrieb benutzt Swisscom Recyclingpapier mit dem Umweltzeichen Blauer Engel. Ebenso hat sie für die neue, einfache Rechnung im Berichtsjahr Recyclingpapier dieser hohen Qualitätsstufe verwendet. Für Werbung oder Printmedien nutzt sie ausschliesslich Papier mit dem FSC-Siegel (Forest Stewardship Council). Der Wechsel auf den zweimonatlichen Versand von Kundenrechnungen, die einfache Rechnung und die papierlose Onlinerechnung haben den Papierverbrauch spürbar verringert. Für Ausdrücke in ihren Büros nutzt Swisscom «Follow-Me-Printing» und hat so den Papierverbrauch reduziert. Für die Telefonbücher verwendet sie Papier mit 34 g/m<sup>2</sup> und 38 g/m<sup>2</sup>, die das Umweltzeichen Blauer Engel tragen. 11% der Telefonbücher werden in der Schweiz gedruckt. Der Papierverbrauch für Telefonbücher nimmt ab, da die Auflage rückläufig ist.

In Tonnen	Qualität	2016	2017	2018
<b>Papier</b>				
Bürobereich (Kopierer, Drucker) (80 g/m <sup>2</sup> = 5 g/Blatt)	Blauer Engel <sup>1</sup>	92	76	69
Printmedien	FSC-Siegel	2'209	2'011 <sup>3</sup>	1'710 <sup>2</sup>
Rechnungen und Kuverts (Kuverts = 6 g pro Kuvert)	FSC-Siegel	441,0	394,0	362
Telefonbücher	Blauer Engel	2'414	1'963	1'567
Total Papierverbrauch		5'156	4'444 <sup>3</sup>	3'708

<sup>1</sup> 75%

<sup>2</sup> Abgeleitet aus Erfahrungswert vom Vorjahr

<sup>3</sup> Verpackung in Höhe von 770 Tonnen inbegriffen

## Kabel, Glasfaser und Telefonstangen

2018 hat Swisscom in ihrem Festnetz ähnlich zum Vorjahr die folgenden Materialien verlegt: Glasfaser, Kupferpaare sowie Kunststoffrohre aus umweltverträglichem Polyethylen. Kupfer wird weiterhin im Verteilnetz (nahe beim Kunden) eingesetzt, während es anderswo zunehmend durch Glasfaser ersetzt wird. Die Anzahl Telefonstangen nimmt aufgrund des Netzausbaus jedoch zu. Die Menge Kupfer schwankt von Jahr zu Jahr, wie aus der Tabelle ersichtlich wird. Die Verlegung von Glasfasern bis zur Strasse bzw. bis zum Gebäude ermöglicht eine breitbandtaugliche Nutzung der aktuellen Kupferkabel auf den letzten Metern. Im Stammbereich werden keine neuen grossadrigen Kupferkabel mehr verbaut.

Swisscom hat 2015 ein neues Verfahren zur Kontrolle von Telefonstangen im präventiven Unterhalt

eingeführt. Dieses macht es möglich, bei Sanierungen nur defekte Telefonstangen auszutauschen. Dieses Verfahren hat die Anzahl der seit 2015 sanierten Telefonstangen im präventiven Unterhalt deutlich verringert, da weniger Masten als in den Jahren zuvor als angefault klassifiziert worden sind. Die Anzahl der zu sanierenden Telefonstangen sind jedoch stark abhängig von der jährlichen Anzahl zu prüfenden Telefonstangen und den Umwelteinflüssen (Stürme, Schnee, etc.). Drei Partnerfirmen gewährleisten die umweltgerechte Entsorgung der Telefonstangen am Ende der Nutzungsdauer. Das 2017 eingeführte biologische Verfahren zur Behandlung der Masten im Erdreich hat im Berichtsjahr den alle zwei Jahre vergebenen Innovation Award der EMPA erhalten. Das prämierte Produkt namens Avengelus besteht aus Pilzen der Gattung Trichoderma und bekämpft kupferresistente Fäulnispilze auf natürliche Weise.

In km, Tonnen oder Stückzahl	Einheit	2016	2017	2018
<b>Verbrauchsmaterialien</b>				
Glasfaser	fkm <sup>1</sup>	1'202'362	1'140'233	1'318'293
Kupferpaare	pkm <sup>1</sup>	62'637	53'970	54'750
Kunststoffrohre PE	km	492	428	395
Kupfer <sup>2</sup>	Tonnen	732	667	629
Kunststoff PE <sup>2</sup>	Tonnen	438	389	355
Telefonstangen Holz	Stückzahl	3'515	4'754	6'585

1 Faser- bzw. Paarekilometer

2 umgerechnet aus Kunststoffrohren resp. Kupferpaaren

## Wasser

Swisscom rechnet ihren Wasserverbrauch auf Basis einer in ihren grössten Gebäuden monatlich vorgenommenen Messung hoch und multipliziert diese Messung mit der Anzahl durchschnittlicher Vollzeitstellen im laufenden Jahr. Die vorgenommene Messung deckt mehr als die Hälfte der Vollzeitstellen von Swisscom ab und ist somit repräsentativ. Der Verbrauch hat 2018 durchschnittlich 43,8 Liter pro Vollzeitstelle und Tag betragen. Vermehrt achtet Swisscom auf die Reduzierung ihres Wasserverbrauchs. Im Rahmen der Betriebsoptimierung (Projekt Pioneer) hat sie in bestehenden Bauten Durchflussbegrenzer installiert. Bei Sanierungen verwendet sie fortschrittliche Armaturen mit reduziertem Durchfluss, die den alltäglichen Wasserbrauch im Vergleich zu herkömmlichen Armaturen um 90% senken.

Wasser wird nur in einem Geschäftsprozess – der Kühlung – sowie in Ausnahmefällen (etwa an Hitzetagen) eingesetzt. Für die Rückkühlung von Rechenzentren verwendet Swisscom grundsätzlich Trocken- oder Hybridrückkühler. Bei Hybridrückkühlern verwendet Swisscom gemäss einer internen Weisung bevorzugt Regenwasser oder, falls bewilligt, Fluss- oder Seewasser. Dem Wärmeträger wird für den Winterbetrieb ein Gefrierschutzmittel (Glykol) beigemischt, dessen Umweltrelevanz gering ist. Beim Rechenzentrum in Bern Wankdorf beträgt der Anteil an Regenwasser für die Rückkühlung zwingend über 80%, wobei die Rückkühler bis maximal 15% der

gesamten jährlichen Einsatzzeit mit Wasser betrieben werden dürfen.

Der Wasserverbrauch für die Kühlung liegt damit deutlich unter dem gesamten Wasserverbrauch von Swisscom. Die Kühlstellen bzw. Kälteverbraucher werden mit gekühltem Wasser als Kälte Träger versorgt, das im geschlossenen Kreislauf zirkuliert und somit keinen Verbrauch aufweist.

## Kühlanlagen und Kältemittel

Wo technisch möglich, hat Swisscom in ihren Betriebsgebäuden die mit Kühlmittel betriebenen Kompressionskühlanlagen durch die fortschrittliche Kühlmethode Mistral ersetzt. Mistral kühlt Telekommunikationsausrüstungen während des ganzen Jahres einzig per Aussenluft und benötigt keinerlei Kühlmittel. Swisscom kühlt ihre Sende- und Mobilfunkbasisstationen vermehrt ohne Kompressionskühlanlagen. Sie hat für die Mobilfunkstationen in Partnerschaft mit einer externen Firma ein Kühlmodul eingesetzt, das eine rasche, kostengünstige Umrüstung auf Kühlung mit Frischluft erlaubt. Swisscom betreibt Kompressionskühlanlagen mit Kühlmitteln nur noch in Rechenzentren (Datacentern) oder in sehr verdichteten Zentralen, wo die hohe Wärmelast und die ungünstige Raumsituation die Kühlung durch Frischluft erschweren. Swisscom lässt die Kältemitteldichtheit ihrer Anlagen regelmässig kontrollieren. Die im Berichtsjahr emittierten Kältemittelmengen lassen sich aufgrund

der Nachfüllmenge von 100 kg (Vorjahr 445 kg) bestimmen. Sie verfügen über ein Treibhausgaspotenzial (GWP) von 118 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalent (Vorjahr 352) und kein ozonabbauendes Potenzial (ODP, 0 kg R-11-Äquivalent). Beim Umbau bzw. Ausbau der Kälteanlagen in Rechenzentren setzt Swisscom natürliche Low GWP-Kältemittel ein. Diese zeichnen sich durch einen GWP-Wert kleiner als 150 aus, d.h., dass das Treibhauspotenzial von 1 kg Kältemittel weniger als 150 kg CO<sub>2</sub> entspricht. Swisscom hat im Betriebsgebäude Zürich Herdern 2015 erstmals in der Schweiz eine Wärmepumpe mit dem Arbeitsmedium HFO-1234ze installiert sowie 2014 im Betriebsgebäude Olten erstmals entsprechende Kaltwassersätze als Kältemaschinen. Dieses Arbeitsmedium weist ein äusserst geringes Treibhausgaspotenzial (GWP = 6) auf. Swisscom setzt seitdem solche Anlagen standardmässig ein.

© Siehe unter [www.swisscom.ch/klimabericht2018](http://www.swisscom.ch/klimabericht2018)

## Batterie- und Notstromanlagen

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

## Abfälle

Swisscom verpflichtet sich zur Abfallvermeidung. Sie wählt Produkte sorgfältig aus, um ihre Verwendungs-

dauer zu verlängern. Zudem achtet sie mit Partnerfirmen darauf, Abfälle soweit möglich im Sinne der Kreislaufwirtschaft wiederzuverwenden. Die Abfallmenge nimmt tendenziell ab, die Mehrheit der Abfälle wird recycelt. Für die Abfallbeseitigung gelten Verträge mit den Schweizer Abfallbörsen und weiteren externen Partnern. Für die Beseitigung von Sonderabfällen entsprechend der gesetzlichen Vorgabe kommen nur autorisierte Unternehmen in Betracht. Swisscom verfolgt seit 2015 ein harmonisiertes Verfahren, das die Transparenz über die ganze Entsorgungskette verstärkt.

Die Abfälle sind nach der Verordnung über den Verkehr mit Abfällen (VeVA) gekennzeichnet, werden nach 25 Sorten getrennt und durch Swisscom erfasst. Sie fallen unter die vier Hauptkategorien Recycling, Hauskehricht, Betriebsabfälle in Kehrverbrennungsanlagen (KVA) sowie kontrollpflichtige Sonderabfälle (Kältemittel mit Abfallcode 14 06 01, Batterien mit Abfallcode 16 06 01/16 06 98, alte Telefonstangen aus Holz mit Abfallcode 17 02 97 sowie Leuchtstoffröhren mit Abfallcode 20 01 21). Sofern ein Wartungsvertrag mit Drittfirmen besteht, werden die Sonderabfälle durch diese Drittfirmen entsorgt und durch Swisscom nicht erfasst (Altöl mit Abfallcode 13 03 07, Altholz von Baustellen mit Abfallcode 17 02 97). Bau- und Kabelreste werden auf der Baustelle sortiert und direkt entsorgt. Die Menge an Hauskehricht ergibt sich durch die Hochrechnung aus Ist-Zahlen von sechs grossen Swisscom Standorten in der ganzen Schweiz, die 2016 erhoben worden sind. Die Berechnung setzt die Vollzeitstellen von Swisscom in der Schweiz mit der ermittelten Durchschnittsmenge von 40 kg pro Vollzeitstelle ins Verhältnis.

In Tonnen	2016	2017	2018	2018 in %
<b>Abfallkategorien</b>				
Recycling	3'575	2'036	2'749	62,7%
Hauskehricht KVA	750	721	695	15,8%
Betrieb Entsorgung KVA	2'596	2'871	923	21,0%
Sonderabfälle	30	19	18	0,4%
Total Abfallmenge	6'951	5'647	4'385	100,0%

## Recycling

Die Kategorie «Recycling» in der Tabelle oben umfasst die folgenden Materialien, die im Betrieb anfallen: Metalle (Kupfer, Eisen, Aluminium), Papier und Karton, Kunststoffe (PET, PE, PP) und Tonerkassetten. Für das Recycling von Materialien der Netzinfrastruktur hat Swisscom eine Weisung eingeführt. Swisscom setzt selbst rezyklierte Materialien ein: So verwenden die einzelnen Standorte Recyclingpapier, der Hauptsitz nutzt Regenwasser und Fernwärme der nahen Kläranlage. Nach Möglichkeit setzt Swisscom Router wieder ein. Das Recycling von Betriebsmaterial und der Wiedereinsatz von Geräten sind die ersten Schritte in

Richtung einer Kreislaufwirtschaft. In den neuen Minergie-P-Eco® Businessparks in Ittigen Ey 10 und Sion ist, wo immer möglich, Recyclingbeton verbaut.

## Boden und Biodiversität

Die Basis- und Sendestationen stellen sicher, dass die ganze Schweiz Telekommunikations-, Radio- und TV-Dienste nutzen kann. Sie finden sich zuweilen ausserhalb bewohnter Gebiete.

- **Sendestationen der Swisscom Broadcast AG:** Wie im Vorjahr stehen fünf Standorte von Swisscom Broadcast AG in Smaragdgebieten,

zwei am Rand eines Smaragdgebietes oder am Rande einer Moorlandschaft. Zusätzlich befindet sich ein Standort in einer Moorlandschaft (Schutzgebiet mit nationaler Bedeutung).

- **Basisstationen der Swisscom (Schweiz) AG:** 68 Mobilfunk-Basisstationen (Vorjahr idem 68 bzw. 1,25% von 5'400 Basisstationen) stehen in Ramsar-, Smaragd-, Wasserschutz- oder Zugvogel-schutzgebieten sowie Moorlandschaften. Zwei davon stehen im Schweizerischen Nationalpark. Die gegenüber dem Vorjahr geringere Anzahl Basisstationen beruht auf einer aktualisierten Zählweise. Diese berücksichtigt, dass sich einige der oben genannten Gebiete überlappen und dadurch Anlagen bislang zwei oder gar drei Mal gezählt worden sind. Konkret hat Swisscom im Berichtsjahr keine neue Anlagen in Naturschutzgebieten erstellt.

Die Basisstationen bilden nach wie vor das Rückgrat eines jeden Mobilfunknetzes. Bei der Positionierung dieser Anlagen achtet Swisscom neben funktechnischen Kriterien auf eine gute Integration in das Landschafts- und Ortsbild und einen schonenden Umgang mit der Ressource Bauland. Grundsätzlich beruht die Suche nach einem geeigneten Standort auf einer Begehung vor Ort und berücksichtigt die Inventare schützenswerter Ortsbilder sowie Gebäude (falls solche Inventare vorliegen). In den oben erwähnten Schutzgebieten nutzt Swisscom die bestehende Infrastruktur, baut selbst keine zusätzliche Infrastruktur und verlegt keine Kabel. Abgesehen von möglichen optischen Beeinträchtigungen sind keine nachteiligen Einflüsse der Anlagen nachgewiesen. Alle Basis- und Sendestationen sind von den zuständigen Behörden bewilligt.

Für den Bau einer Mobilfunk-Basis- oder Sendestation müssen wenige Quadratmeter grosse Flächen versiegelt werden. Eine Basisstation beansprucht ungefähr elf Quadratmeter an Baugrundfläche.

Beim Abriss ausgemusterter Sendestationen renaturiert Swisscom das frei werdende Gelände entsprechend einer internen Vorgabe der Swisscom Broadcast AG. 2018 hat Swisscom drei Stationen abgebaut und die entsprechende Fläche renaturiert.

Swisscom unterstützt unterschiedliche Partner, die sich für den Schutz von Böden und der Biodiversität einsetzen. Die Unterstützung erfolgt finanziell sowie direkt durch den persönlichen Einsatz von Swisscom Mitarbeitenden vor Ort anlässlich sogenannter Nature Days. Diese Nature Days sind Bestandteil des Corporate Volunteering-Programms «Give&Grow». Swisscom Mitarbeitende haben 2018 insgesamt 722 (Vorjahr 1'117) Einsatztage für die Natur- und Landschaftspflege geleistet. Ferner unterstützt Swisscom den Schweizerischen Nationalpark mit technischen Dienstleistungen. Zum Schutz der Biodiversität hat Swisscom auf dem Gelände des

Hauptsitzes Bienen (*Apis mellifera*) angesiedelt, die im Berichtsjahr einige Kilo Honig produziert haben.

### Andere Emissionen in die Luft

Die Verbrennung fossiler Energie für Heizung und Mobilität verursacht neben CO<sub>2</sub> zusätzlich NO<sub>x</sub>- und SO<sub>2</sub>-Emissionen. Diese werden mit den relevanten Umrechnungsfaktoren ermittelt und sind abhängig vom Verbrauch von Brenn- oder Treibstoff. Das Reduktionsziel für CO<sub>2</sub> gilt ebenso für NO<sub>x</sub> und SO<sub>2</sub>, da alle diese Gase aus denselben Verbrennungsprozessen (Heizung oder Motoren) stammen. Um CO<sub>2</sub>, NO<sub>x</sub>- und SO<sub>2</sub>-Emissionen zu verringern, optimiert Swisscom laufend Heizkessel und Antriebsmotoren. Die Emissionen sind in der Tabelle der Umweltkennzahlen, Seite 42, angegeben.

## Umweltkennzahlen Schweiz

	Einheit	2016	2017	2018
<b>Boden/Gebäude</b>				
Nettogeschossfläche (NGF)	Mio. m <sup>2</sup>	0,93	0,93	0,93
<b>Papierverbrauch</b>				
Papierverbrauch insgesamt	Tonnen	5'156	4'444	3'708
<b>Wasser/Abwasser</b>				
Wasserverbrauch <sup>1</sup>	m <sup>3</sup>	182'451	188'410	182'424
<b>Energie, Elektrizität</b>				
Elektrischer Energieverbrauch <sup>2</sup>	Terajoule	1'613	1'683	1'747
	GWh	448	468	485
<b>Energie, Wärme<sup>3</sup></b>				
Heizöl	Terajoule	109,7	99,2	69,1
Erdgas	Terajoule	28,2	26,6	27,3
Fernwärme	Terajoule	39,6	40,0	37,2
Biomasse	Terajoule			1,1
Wärme insgesamt	Terajoule	177,5	165,8	134,8
<b>Energie, Treibstoffe<sup>4</sup></b>				
Benzin	Terajoule	21,6	16,4	16,8
Diesel	Terajoule	116,3	111,3	110,9
Erdgas	Terajoule	1,9	0,3	0,2
Treibstoffe insgesamt	Terajoule	139,8	128,0	127,8
Fahrzeuge	Anzahl	3'403	3'160	3'040
Gefahrene Kilometer	Mio. km	60,2	54,9	53,4
Durchschnittlicher CO <sub>2</sub> -Ausstoss <sup>5</sup>	g pro km	109,0	105,0	104,0
<b>Energie, total</b>				
Energieverbrauch	Terajoule	1'930	1'973	2'009
	GWh	536	548	558
<b>Emissionen in die Luft</b>				
Kohlendioxid CO <sub>2</sub> -eq aus dem Verbrauch fossiler Energien <sup>6</sup>	Tonnen	19'837	18'119	16'171
Stickoxide NO <sub>x</sub> <sup>7</sup>	Tonnen	18,3	15,4	13,9
Schwefeldioxid SO <sub>2</sub> <sup>8</sup>	Tonnen	3,7	3,3	2,3
<b>Abfall</b>				
Abfallmenge insgesamt	Tonnen	6'951	5'647	4'385

1 Der Wasserverbrauch (ohne Kühlwasser) ist auf Basis eines mittleren Werts von 43,8 Litern/FTE pro Tag hochgerechnet.

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

3 Der Wärmeverbrauch beruht auf einer Hochrechnung und auf Basis der monatlichen Ermittlung der Verbräuche in 61 Gebäuden bis 2017 und 120 Gebäuden ab 2018 (mit einem Gesamtflächenanteil von 45% bzw. 53%).

4 Der Treibstoffverbrauch wurde von Privatnutzung bereinigt. Die gefahrenen km, der Energieverbrauch und die Emissionen in die Luft wurden entsprechend angepasst.

5 Durchschnittliche Emissionen pro km beziehen sich auf Herstellerangabe, nach NEFZ-Verfahren.

6 CO<sub>2</sub>-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 5,8 Liter pro 100 km (2016), 5,8 (2017) und 5,5 (2018).

8 Gemäss Publikationen «Luftschadstoffemissionen des Strassenverkehrs 1990–2035», BAFU, Aktualisierung 2010, Anhang 6, S. 91, 2010, und Arbeitsblatt «Emissionsfaktoren Feuerung», BAFU, 2005.



# Arbeiten und Leben

Swisscom unterstützt ihre Kunden bei einem nachhaltigen Lebens- und Arbeitsstil und engagiert sich für mobiles Arbeiten und das Gesundheitswesen.

## Managementansatz

Die Work Smart Initiative fördert flexibles Arbeiten. Dieses ermöglicht es Kunden und Mitarbeitenden, Familie und berufliche Anforderungen besser zu vereinbaren. Work Smart basiert auf digitalen Lösungen und Dienstleistungen, die zum Kerngeschäft von Swisscom gehören: ein wichtiges Geschäftsfeld, das künftig noch wichtiger wird. Swisscom verfolgt das Ziel, bis 2020 1 Mio. Menschen mobile Arbeitsformen zu ermöglichen. Die dafür benötigte schnelle Internetverbindung, entsprechende Technologien und Dienste stellt Swisscom ihren Kunden und Mitarbeitenden zur Verfügung. Der Mensch steht dabei im Zentrum. Swisscom pflegt einen entsprechenden Führungsstil, fördert die Arbeitskultur und stellt Räume und Rahmenbedingungen zur Verfügung. Mehr dazu siehe Kapitel Mitarbeitende. Mitarbeitende von Swisscom können flexibel arbeiten: Das verbessert die Work Life Balance, erhöht die eigene Produktivität und leistet einen Beitrag zu den Klimaschutzzielen. Die Work Smart Initiative erforscht zusammen mit Forschungsinstitutionen und Unternehmen, wie sich mobiles Arbeiten auswirkt auf Menschen und Umwelt

## Lösungen für Work Smart

Diese Dienste unterstützen mobiles Arbeiten und fördern den Klimaschutz:

- **Conferencing Services:** die klassische Telefonkonferenz. Sie lässt sich inzwischen mit Funktionen wie dem Teilen des Bildschirms für gemeinsame Präsentationen erweitern.
- **Managed Communications & Collaboration:** die in den persönlichen Arbeitsplatz und ins firmeninterne Intranet integrierte Kommunikationslösung. Sie ermöglicht Web- und Videokonferenzen, das Teilen von Bildschirmen und das gemeinsame Bearbeiten von Dokumenten. Ferner bietet sie Chatfunktionen und Informationen über den Präsenzstatus.
- **Remote Access:** der Fernzugriff auf das Firmennetz. Er gestattet orts- und zeitunabhängiges Arbeiten mit Unterlagen und Daten des Unternehmens.

Per Ende 2018 arbeiten dank Swisscom rund 1 Mio. Menschen flexibel. Diese Berechnung beruht auf den Referenzwerten der FlexWork-Studie 2016 der Fachhochschule Nordwestschweiz. Die Studie illustriert, wie sich mobile Arbeit und die entspre-

chenden Hindernisse in der Arbeitswelt seit 2014 verändert haben. Sie belegt, dass von den rund 5,082 Millionen Erwerbstätigen in der Schweiz rund ein Viertel weitestgehend flexibel gearbeitet haben. Von den mobil arbeitenden Beschäftigten nutzen ungefähr 57% die Breitbandverbindungen von Swisscom.

☎ Siehe unter [www.work-smart-initiative.ch](http://www.work-smart-initiative.ch)

Swisscom nimmt hinsichtlich Work Smart eine Vorreiterrolle ein. Im Berichtsjahr hat die FHNW (Fachhochschule Nordwestschweiz) im Auftrag der Work Smart Initiative eine Befragung durchgeführt, um die einzelnen Unternehmen hinsichtlich ihres Beitrags zur Flexibilisierung der Arbeitswelt zu bewerten. Swisscom arbeitet gemäss dieser Befragung flexibel sowie projektbasiert. Swisscom arbeitet deutlich flexibler als der Durchschnitt der Schweizer Unternehmen. Sie teilt deshalb ihre Erfahrungen und bietet ihren Geschäftskunden Work Smart Coachings an.

## Swisscom treibt die Entwicklung der Work Smart Initiative voran

Swisscom treibt als Vorstandsmitglied und als Vertreterin des Co-Präsidiums des Vereins «Work Smart Initiative» das flexible Arbeiten in Schweizer Unternehmen aktiv voran. Die drei Ziele der Work Smart Initiative lauten: Förderung von Rahmenbedingungen, die flexibles Arbeiten erlauben, Integration von weiteren Personenkreisen in den Arbeitsprozess sowie die intelligente Nutzung von Ressourcen und Infrastruktur. Die neu geschaffene Geschäftsstelle stärkt und professionalisiert im Berichtsjahr die Work Smart Initiative.

Die Work Smart Initiative hat 2018 eine Umfrage entwickelt, die Unternehmen gestattet, sich im FlexWork-Phasenmodell einzustufen. Eine Befragung der Charta-Unterzeichner hat ergeben, dass diese im Vergleich mit der übrigen Schweiz deutlich flexibler arbeiten. Per Ende Jahr haben insgesamt 177 Unternehmen die Charta unterzeichnet. Jährlich veranstaltet die Initiative rund um das Thema flexibles Arbeiten eine Work Smart-Woche mit Events für Unternehmen und Unterzeichner der Charta. Ein weiterer Höhepunkt: der Digitalzug, in dem die Initiative der Öffentlichkeit die Arbeitswelt der Zukunft nahegebracht hat.

☎ Siehe unter [www.work-smart-initiative.ch](http://www.work-smart-initiative.ch)

## Portfolio: Angebote im Bereich Gesundheit

### Gesundheit: Managementansatz

Das Thema Gesundheit ist für Swisscom in zweierlei Hinsicht relevant. Erstens steht das Gesundheitswesen am Anfang einer digitalen Transformation, die Swisscom als führendem ICT-Unternehmen vielversprechende Geschäftsmöglichkeiten eröffnen wird. Zweitens sind Swisscom die Gesundheit und das Wohlbefinden ihrer Mitarbeitenden wichtig.

Swisscom begleitet Institutionen, Fachpersonen und die Bevölkerung in der digitalen Transformation des Gesundheitswesens. Sie macht Gesundheitsinformationen für Kunden und Nutzer digital zugänglich. Der Austausch von Daten erhöht die Effizienz und Qualität im Gesundheitswesen. Bis 2020 soll 1 Mio. Menschen im Gesundheitsbereich von Angeboten und Dienstleistungen von Swisscom profitieren. Dieses Ziel hat sich Swisscom im Rahmen ihrer CR-Strategie gesetzt und wurde 2017 mit 1'104'212 erreicht. Zurzeit nutzen rund 3'500 Ärzte und 200 Spitäler als Kunden Dienstleistungen von Swisscom. Mehrere zehntausend Privatpersonen verwenden Evita, das digitale Gesundheitsdossier von Swisscom. Und die bevölkerungsreichsten Kantone der Schweiz setzen bei der Einführung des elektronischen Patientendossiers (EPD) auf die Technologie von Swisscom. In diesen Kantonen befinden sich gut 50% der Spitäler, Pflegeheime und niedergelassenen Ärzte der Schweiz. Zudem lebt dort rund die Hälfte der Bevölkerung.

Swisscom bietet umfangreiche Angebote und Informationen an, um die Gesundheit der Mitarbeitenden zu fördern. Auch hier kommen zeitgemässe, digitale Werkzeuge zum Einsatz.



Goal 3  
GOOD HEALTH AND WELL-BEING

### Digitale Lösungen für eine gesunde Schweiz

Swisscom vernetzt das Schweizer Gesundheitswesen durch sichere Lösungen für den digitalen Datenaustausch. Sie verfolgt dabei drei Stossrichtungen: Erstens trägt Swisscom zur Einführung des elektronischen Patientendossiers (EPD) bei, das der Bevölkerung einen einfachen und sicheren Zugang zu ihren digitalen Gesundheitsdaten ermöglicht. Zweitens digitalisiert sie die Prozesse von Gesundheitseinrichtungen wie Spitälern, Heimen und Ärzten, sichert deren Datenaustausch und steigert so die Effizienz. Drittens unterstützt sie Veranstalter von Sportgrossanlässen und trägt so zur Gesundheitsförderung bei.

### Mehr Effizienz dank Digitalisierung

Die Gesundheitskosten nehmen in der Schweiz Jahr für Jahr zu. Laut dem Bundesamt für Statistik werden 12,2% des Schweizer Bruttoinlandsprodukts für das Gesundheitswesen verwendet. Gemäss der Konjunkturforschungsstelle der ETH Zürich haben 2018 die

jährlichen Gesundheitskosten pro Person erstmals die Grenze von 10'000 Franken überschritten.

Die Digitalisierung von Prozessen und Informationen birgt ein grosses Potenzial im Kampf gegen steigende Gesundheitskosten und für mehr Effizienz im Gesundheitswesen. Ein Instrument hierfür ist das elektronische Patientendossier (EPD), das von Spitälern spätestens ab 2020 angeboten werden muss. Dank dem Dossier erhalten Gesundheitsfachpersonen einen einfachen Zugriff auf behandlungsrelevante Dokumente und gelangen rasch an wichtige Informationen. Unnötige oder doppelte Behandlungen lassen sich dadurch vermeiden. Ebenfalls zu wenig genutzt wird bislang das Potenzial, das sich durch die Digitalisierung von Prozessen zwischen den Leistungserbringern ergibt. Hier setzen die Swisscom Lösungen an und optimieren unter anderem Überweisungen sowie den Informationsaustausch.

### Der Mensch im Zentrum

Zusätzlich zu Effizienzsteigerungen macht es die Digitalisierung im Gesundheitswesen möglich, alle Aktivitäten noch deutlicher auf den Patienten auszurichten. Das elektronische Patientendossier EPD verbessert den Informationsaustausch und damit die Behandlung. Das EPD ermöglicht den Bürgern, auf ihre Gesundheitsdaten zuzugreifen – einfach und ortsunabhängig. Sie bestimmen, welche anderen Personen diese Informationen einsehen.

Schon seit Jahren ermöglicht das elektronische Gesundheitsdossier Evita von Swisscom – eine Art Vorläufer des EPD – Patienten den Zugriff auf Gesundheitsdaten, die vom Arzt oder Spital erhoben worden sind, sowie auf eigene Aufzeichnungen. Persönliche medizinische und administrative Daten und Dokumente eines Patienten sind so sicher an einem Ort erfasst und online jederzeit abrufbar. Eine weitere Funktion von Evita ist der Online Check-in: Patienten erledigen die Formalitäten für den Spitaleintritt sicher und bequem von zu Hause aus.

Swisscom hat 2018 ihre Kundenbasis im Gesundheitswesen erweitert. Sie gewann Ärzte und Therapeuten für ihr Praxisinformationssystem. Zudem hat sie eHealth-Plattformen für Kantone und Spitäler weiter ausgebaut auf Basis ihrer Lösung Health Connect. Im August 2018 wurden die ersten EPD nach Bundesrecht im Kanton Basel eröffnet, die auf der Technologie von Swisscom basieren.

### Healthi – die Gesundheitsplattform

Healthi, die webbasierte, interaktive Gesundheitsplattform für Mitarbeitende, ist Teil der Verantwortung, die Swisscom für ihre Mitarbeitenden wahrnimmt. Durch Artikel und aktuelle Tipps zu Ernährung, Bewegung und Wohlbefinden unterstützt die Plattform Mitarbeitende dabei, ihr Wissen und Bewusstsein rund um die eigene Gesundheit zu steigern. Zudem fördert Healthi die soziale Interaktion innerhalb des Unternehmens und ist bei

Swisscom die interne Anlaufstelle für alle gesundheitsrelevanten Themen.

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

## Strahlungsarme Kommunikationstechnologien

### Elektromagnetische Felder und Unternehmensverantwortung

Seit mehr als hundert Jahren nutzt die Technik elektromagnetische Felder zur Übertragung von Signalen. Radio und Fernsehen haben auf diesem Weg Milliarden von Hörern und Zuschauern erreicht, und ab 1990 hat der Mobilfunk seinen beispiellosen Siegeszug angetreten. Schon längst stehen in der Schweiz mehr Mobiltelefone in Betrieb, als das Land Einwohner zählt. Swisscom betreibt heute Tausende von Antennen, um ihren Kunden ein zuverlässiges und leistungsstarkes Mobilfunknetz anzubieten. Der immer noch wachsende Bedarf der Kunden und die Entwicklung neuer Übertragungstechnologien sorgen dafür, dass dieses Netz nie fertiggebaut ist.

Beim Betrieb der Mobilfunkanlagen hat Swisscom die Pflicht, die äusserst strengen Umweltauflagen in allen Punkten, jederzeit und überall zu erfüllen. Die Funkfelder der Antennen sind seit mehr als 30 Jahren Gegenstand naturwissenschaftlicher Forschung. Es gilt die Frage zu klären, ob Mobilfunkimmissionen sich allenfalls negativ auf Organismen auswirken. Die wissenschaftliche Lehrmeinung verneint gegenwärtig diese Frage und hält entsprechende Bedenken für unbegründet. Sie räumt jedoch auch ein, dass noch Fragen offen sind.

Swisscom hat ein grundlegendes Interesse daran, eine Technik zu betreiben, die weder Mensch noch Umwelt schadet. Sie ist Akteurin in der gesellschaftlichen und politischen Debatte, und ihre grosse Verantwortung endet nicht beim Befolgen aller relevanten Gesetze. Vielmehr setzt Swisscom auf freiwilliger Basis Mittel ein, um das Thema Mobilfunk und Umwelt technisch, wissenschaftlich und kommunikativ zu begleiten. Sie verfolgt das Ziel, den Mobilfunk im Einklang mit Mensch und Natur weiterzuentwickeln, die Forschung voranzutreiben und den Dialog mit den Anspruchsgruppen zu führen.

Verantwortlich für das Thema Mobilfunk und Umwelt sind bei Swisscom die Bereiche Corporate Responsibility, Technical and Scientific Governance und NISV Governance (Governance der Verordnung über den Schutz vor nichtionisierender Strahlung). Zusätzlich hat Swisscom im Berichtsjahr ein interdisziplinäres Team gegründet, das die Massnahmen koordiniert und regelmässig dem CEO, dem CIO und dem CCO Bericht erstattet.

Die folgenden Abschnitte zeigen, wie Swisscom berät, forscht, zertifiziert und informiert.

## Beratung und Auskunft zum Thema Funktechnologien und Umwelt

Lokale Bauprojekte oder Beiträge in den Medien führen oft zu Fragen und Forderungen an Swisscom. Sechs geschulte Swisscom Mitarbeitende beraten einerseits Personen, die am Bau und Betrieb von Mobilfunknetzen mitwirken; andererseits Anspruchsgruppen, die allgemeine Auskünfte zum Thema Funktechnologien, Umwelt und Gesundheit wünschen. Swisscom hat im Berichtsjahr rund 300 Gespräche (Vorjahr 140) sowie Korrespondenzen mit den wichtigsten Anspruchsgruppen zu den Themen Mobilfunk und Umwelt geführt. Es gibt zwei Gründe für die bedeutende Zunahme an Gesprächen: eine knapp gescheiterte Motion im Ständerat zur Lockerung der Anlagegrenzwerte von Mobilfunkantennen sowie die breite öffentliche Thematisierung des neuen Mobilfunkstandards 5G. Sie pflegt den regelmässigen Austausch mit Umweltfachstellen, um die Umweltauflagen für den Mobilfunk jederzeit korrekt umzusetzen. Zudem widmen sich zwei Experten von Swisscom elektrosensiblen Personen, die sich durch Immissionen von Mobilfunkanlagen oder anderen von Swisscom genutzten Sendeanlagen unwohl fühlen. Zwei Kommunikationsexperten bereiten Informationen zu Mobilfunk und Umwelt für Online- und Printmedien auf.

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

## Forschung und Entwicklung im Bereich elektromagnetischer Felder

In der Erforschung elektromagnetischer Felder arbeitet Swisscom mit internen und externen Spezialisten zusammen, die Studien analysieren und relevante wissenschaftliche Arbeiten unterstützen. Swisscom kooperiert mit der an der ETH Zürich ansässigen Forschungsstiftung Strom und Mobilkommunikation (FSM) und trägt diese finanziell mit. Die FSM verfolgt und interpretiert kontinuierlich die Forschungsergebnisse, die zu Auswirkungen von elektromagnetischen Feldern auf Organismen und zur Messung von Immissionen publiziert werden.

## Einhaltung der NISV-Grenzwerte und Zertifizierung des Qualitätssicherungssystems

Die rechtliche Verpflichtung, die Emissionen von Mobilfunkanlagen zu begrenzen, ist in der Schweiz in der Verordnung über den Schutz vor nichtionisierender Strahlung (NISV) festgelegt. Swisscom hat 2018 alle bundesrechtlichen Vorgaben hinsichtlich der NISV erfüllt. Sie übermittelt die Sendedaten aller Mobilfunkanlagen in eine zentrale Datenbank. Auf diese Datenbank haben die städtischen und kantonalen Vollzugsbehörden geschützten Zugriff und können die Einhaltung der Grenzwerte nach NISV jederzeit stichprobenartig sowie unabhängig überprüfen. Swisscom ist verpflichtet, bei ihren Mobilfunkbasisstationen ein Qualitätssicherungssystem (QSS) zu betreiben. Das Unternehmen zertifiziert sein QSS nach der ISO-Norm 33002:2015. Im November 2018 ist das Überwachungsaudit des QSS nach ISO-Norm

33002:2015 durch einen von der Société Générale de Surveillance (SGS) befugten, externen Assessor erfolgt. Swisscom hat die Prüfung mit der Fähigkeitsstufe drei von maximal fünf Stufen bestanden.

### Informationspflicht zu den in den Verkaufsstellen angebotenen Geräten

Kunden und Interessierte finden in den Swisscom Verkaufsstellen und auf der Website Angaben zu den Strahlungswerten der erhältlichen Mobilfunkgeräte (sogenannte SAR-Werte). Hierfür besteht keine gesetzliche Verpflichtung. Swisscom entspricht mit dieser Information vielmehr dem Bedürfnis mancher Kunden, bei der Auswahl eines Geräts den entsprechenden Strahlungswert zu kennen. Alle von Swisscom angebotenen Mobilfunktelefone halten den Grenzwert von 2 W/kg gemäss den Empfehlungen der WHO ein. 62% liegen unter 0,8 W/kg (Vorjahr 62%), 45% unterschreiten sogar 0,6 W/kg (Vorjahr 50%, Stand Dezember).

### Aktuelle Herausforderungen

Die neue Mobilfunktechnologie 5G steht noch am Anfang. Sie bildet künftig eine Grundlage der Digitalisierung. Wegen der einmalig strengen Regelungen der NISV in der Schweiz kann Swisscom auf praktisch keiner bestehenden Mobilfunkantenne ergänzend 5G abstrahlen. Sie ist vielmehr verpflichtet, eine Vielzahl neuer Antennen zu errichten. Swisscom setzt sich daher für eine Anpassung der NISV ein. Ihre Experten haben Massnahmen ausgearbeitet, die sowohl den Bedürfnissen der Mobilfunkbetreiber und ihrer Kunden als auch dem im Umweltschutzgesetz geforderten Vorsorgeprinzip Rechnung tragen.

# Medienkompetenz und Sicherheit

Swisscom ermöglicht und prägt die Informationsgesellschaft. Sie will, dass alle Menschen in der Schweiz jederzeit im öffentlichen und privaten Umfeld kommunizieren und im gegenseitigen Austausch stehen können. Dafür stellt sie Infrastruktur und Dienstleistungen bereit. Zugleich nimmt Swisscom ihre Pflicht wahr, die Nutzer digitaler Medien auf Risiken aufmerksam zu machen. Sie unterstützt besonders Kinder und Jugendliche im kompetenten Umgang mit den neuen Möglichkeiten.

## Managementansatz

Eltern und Lehrpersonen sind heute stark gefordert, wenn es um die Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen geht. Dabei erzeugen unterschiedliche Wertesysteme Spannungen. Die Jugendlichen erleben Medien als natürliches Element ihres Alltags und tun sich mit möglichen Einschränkungen schwer. Swisscom sieht sich in diesem Spannungsfeld gefordert, weil sie die Durchdringung des Alltags mit digitalen Medien erst möglich macht. Sehr früh hat sich Swisscom dazu entschlossen, nicht nur die gesetzlichen Vorgaben gewissenhaft zu erfüllen. Vielmehr hat sie weitergehende Massnahmen ergriffen, um eine sinnvolle, zielführende Mediennutzung in der Schweiz zu etablieren. Swisscom ist überzeugt, dass einzig eine gesunde und massvolle Mediennutzung die Informationsgesellschaft voranbringt.

Für Jugendschutz und Medienkompetenz sind Mitarbeitende des CR-Teams verantwortlich. Beim Jugendschutz setzt Swisscom einerseits auf technische Massnahmen wie Filter, klar geregelte Abläufe im Beratungs- und Verkaufsprozess oder die Sperrung von Mehrwertdiensten. Andererseits bevorzugt sie klar präventive Massnahmen wie die gezielte Aufklärung, Sensibilisierung und Information der unterschiedlichen Interessengruppen. Als hierfür aussagekräftigen KPI misst Swisscom die Anzahl der im Rahmen der Massnahmen erzielten Kontakte. Dazu führt Swisscom einen aktiven Diskurs mit einzelnen Stakeholdern aus Familienpolitik, Schule und Elternorganisationen, um Synergien bestmöglich zu nutzen.

Der von Swisscom verfolgte Ansatz ist seit seinen Anfängen erfolgreich. Die unterschiedlichen Massnahmen wie enter, der Ratgeber zu digitalen Medien, die Medienkurse oder der Social Media-Kanal des Jugendmedienschutz-Beauftragten erhalten sehr gute Bewertungen durch Kunden, Leser sowie Nutzer und erreichen die Zielgruppen in relevantem Aus-

mass. Swisscom unterstützt zudem die High Principles on Child Protection der European Telecommunications Network Operators' Association (ETNO).

Die sich rasant ändernde Medienlandschaft führt zu immer neuen Herausforderungen, für Eltern, Lehrpersonen und alle im Jugendmedienschutz engagierten Personen. Deshalb aktualisiert Swisscom ihre Informationsmaterialien kontinuierlich.

Swisscom ist es wichtig, dass alle Menschen in der Schweiz digitale Medien nutzen können. Dafür gewährleistet sie nahezu überall im Land einen zuverlässigen Netzzugang. Über den technischen Anspruch hinaus nimmt sie die gesellschaftlichen Auswirkungen digitaler Medien ernst. Sie engagiert sich für einen kompetenten Umgang mit neuen Medien, für den Jugendmedienschutz sowie für Initiativen, die digitale Gräben überbrücken. 2019 hält Swisscom an ihrem Ziel fest und fördert eine massvolle, selbstverantwortliche Mediennutzung. Sie folgt damit der Strategie des Bundes für eine gesunde und wertvermehrende Informationsgesellschaft. Swisscom ist überzeugt, dass der Wirtschaftsstandort Schweiz, die Bildungslandschaft Schweiz und die ganze Bevölkerung heute wie künftig von einer fortschrittlichen ICT-Landschaft profitieren. Die im April 2016 vom Bundesrat verabschiedete Strategie «Digitale Schweiz» bezieht sich im Einklang mit Swisscom nicht nur auf infrastrukturelle Gesichtspunkte von Informations- und Kommunikationstechnologien, sondern ebenso auf Fragen des Umgangs mit Daten und der Weiterentwicklung der Informationsgesellschaft. Die Digitalisierung weiter Teile der Gesellschaft ist grundlegend. Sie umfasst weit mehr als die reine Verwendung von technischen Geräten und Applikationen. Vielmehr fordert sie täglich die Offenheit und Lernbereitschaft eines jeden Einzelnen heraus. Gerade deshalb ist es in der gegenwärtigen Phase der Transformation zentral, im Umgang mit den neuen Spielformen der Digitalisierung eine gesunde, selbstverantwortliche Haltung zu entwickeln.

## Datenschutz

Swisscom verarbeitet nahezu in jedem Geschäftsbereich personenbezogene Daten. Diese Verarbeitung dient insbesondere der Erbringung von Dienstleistungen und der Abwicklung von Geschäftsbeziehungen. Dabei bietet die fortschreitende Digitalisierung eine Vielzahl von Möglichkeiten zur Optimierung und Weiterentwicklung von Dienstleistungen für Kunden und die Effizienz in den betrieblichen Abläufen. Swisscom steht für einen verantwortungsvollen, transparenten und rechtskonformen Umgang mit personenbezogenen Daten von Kunden und Mitarbeitenden.

Swisscom arbeitet kontinuierlich am Ausbau der Massnahmen zum Datenschutz. So wird bspw. durch neue Prozesse und Methoden sichergestellt, dass Datenschutzinteressen noch früher bei der Planung von Vorhaben berücksichtigt werden. Zudem wurde die Schulung der Mitarbeitenden intensiviert, um die Kenntnisse im Umgang mit personenbezogenen Daten weiter zu verbessern.

Swisscom räumt ihren Kunden schon seit längerer Zeit die Möglichkeit ein, die Verarbeitung ihrer Daten zu beeinflussen. Die Kunden können im Online-Kundencenter und an den Kontaktstellen die Nutzung ihrer Daten für Smart-Data-Anwendungen ausschliessen (Opt-out).

Die Steuerung und Überwachung des Datenschutzes innerhalb von Swisscom erfolgt durch eine zentrale Data Governance-Stelle. Diese wurde weiter ausgebaut, damit alle Geschäftsbereiche mit den nötigen Mitteln und Kenntnissen zur Gewährleistung der Einhaltung der rechtlichen Vorgaben und des Vertrauensversprechens von Swisscom aktiv unterstützt werden können.

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

## Jugendmedienschutz und Förderung der Medienkompetenz

### Jugendmedienschutz und Richtlinien für Medieninhalte

Digitale Medien bergen für Kinder und Jugendliche Chancen, aber auch Risiken – wenngleich die Risiken oft ausser Acht gelassen werden. Swisscom überlässt die Verantwortung beim Umgang mit den Risiken nicht allein den Erziehenden. Vielmehr unterstützt sie Eltern, Lehrpersonen und alle im Jugendmedienschutz engagierten Personen mit Informationen, Hilfsmaterialien und Angeboten.



Goal 4  
QUALITY EDUCATION

Eine besondere Bedeutung im Jugendmedienschutz kommt der Privatsphäre zu. Wenn Kinder und Jugendliche in sozialen Netzwerken private oder gar intime Informationen öffentlich preisgeben, sind sie

sich der Tragweite ihres Handelns oft nicht bewusst. In Broschüren und an Kursen erläutert Swisscom den Teilnehmenden deshalb die Bedeutung grundlegender Massnahmen zum Schutz der Privatsphäre. Sie spricht zudem Themen wie Mobbing, Suchtverhalten, sichere Passwörter oder den Umgang mit fremden Inhalten an.

Gemäss Artikel 197 des Schweizerischen Strafgesetzbuchs ist es untersagt, Personen unter 16 Jahren Inhalte pornografischer Natur anzuzeigen. Das gilt sowohl für Inhaltsanbieter als auch für Swisscom als Serviceanbieterin. Swisscom legt ferner die Vorschriften der Fernmeldedienstverordnung sehr streng aus. Diese beschreiben die Sperrmöglichkeiten von Mehrwertdiensten beschreiben.

Die Brancheninitiative für verbesserten Jugendmedienschutz und zur Förderung der Medienkompetenz, die vom Schweizerischen Verband der Telekommunikation (asut) getragen wird, empfiehlt seit 2008 neben den gesetzlichen Vorschriften eine Liste zusätzlicher Massnahmen des Jugendmedienschutzes. 2016 ist die Brancheninitiative vollständig überarbeitet worden und nimmt nun die Forderungen des Regulators ex ante auf. So kommunizieren die unterzeichnenden Unternehmen gegenüber ihren Kunden noch öfter und regelmässiger über sinnvolle Massnahmen der Medienerziehung. Die Brancheninitiative stärkt ferner die Rolle der Jugendmedienschutz-Beauftragten. Die Prüfung der Initiative durch eine externe Stelle hat ergeben, dass vor allem die Massnahmen rund um die Kundeninformation verbessert werden können. Die im Rahmen der Prüfung erhaltenen Rückmeldungen sind in die erneuerte Fassung der Brancheninitiative eingeflossen.

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



Swisscom geht weiter, als es die gesetzlichen Vorgaben des Jugendmedienschutzes vorgeben:

- Strenge Auslegung des Schutzgedankens bei Verschuldung eines minderjährigen Kunden
- Keinerlei erotische Inhalte im Video on Demand-Angebot von Swisscom TV und auf dem Infoportal Bluewin

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

- Zusätzliche Sendersperrung mittels PIN bei Swisscom TV
- Gewährleistung des Jugendmedienschutzes bei der 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
- Intensiver, direkter Dialog des Jugendmedienschutz-Beauftragten in den sozialen Medien und in der Presse

## Förderung der Medienkompetenz

Swisscom erachtet die Förderung der Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen als Königsweg, um die Risiken nachhaltig zu verringern. Darum engagiert sie sich seit vielen Jahren dafür, dass Kinder und Jugendliche die digitalen Medien sinn- und massvoll nutzen:

- **Medienkurse für Eltern, Lehrpersonen und Schüler:** Die Medienkurse finden jeweils an Elternabenden oder an Lehrerweiterbildungen statt. Ziel der Kurse ist es, die Teilnehmenden für Risiken zu sensibilisieren und Empfehlungen zur Mediennutzung in Familie und Schule zu vermitteln. Insgesamt hat Swisscom 2018 schweizweit über 1'800 Veranstaltungen mit knapp 45'000 Teilnehmenden zum Thema Medienkompetenz durchgeführt. Damit ist sie die grösste Anbieterin von Medienkursen in der Schweiz.

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

- **Info-Cafés für Eltern und Grosseltern:** Schon die Kleinsten sind fasziniert von Smartphone, Tablet und Fernseher. An den kostenlosen Info-Cafés erhalten Erziehungsberechtigte von Kindern zwischen vier und zehn Jahren Tipps für den Medienalltag. Den Teilnehmenden stehen fachkundige Trainer der Swisscom Academy Rede und Antwort; ebenso wertvoll ist der Erfahrungsaustausch unter den Teilnehmenden. Die Erziehungsberechtigten erhalten praxisorientierte Beispiele und Empfehlungen für die mediale Entdeckungsreise ihrer Kinder.

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

- **JAMES – Jugend, Aktivitäten, (Multi-)Media – Ergebnisse Schweiz:** Die JAMES-Studie untersucht das Mediennutzungsverhalten Jugendlicher zwischen 12 und 19 Jahren. 2018 wurde die Studie

zum fünften Mal durchgeführt. Einmal mehr illustriert sie, wie sich das Medien- und Freizeitverhalten der Jugend verändert. Erfreulicherweise entwickeln Jugendliche gemäss der Studie autonom Mechanismen, um sich den negativen Einflüssen digitaler Medien zu widersetzen.

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

## eSports verlangen Verantwortungsbewusstsein

2018 hat Swisscom ein eigenes eSports-Angebot lanciert. Um eSports so verantwortungsvoll als möglich zu unterstützen, sieht Swisscom flankierende Massnahmen vor. Diese unterstützen die Eltern bei ihrer Meinungsbildung zu Gaming und eSports und informieren die interessierten Kreise wissenschaftlich fundiert über Gaming und eSports. Ferner schützen sie Kinder und Jugendliche bestmöglich vor den möglichen negativen Auswirkungen von Gaming und eSports.

Das Engagement von Swisscom für eSports illustriert, wie Unternehmen ihre Verantwortung gegenüber der Gesellschaft wahrnehmen können.

## Swisscom Academy

Die Swisscom Academy schult seit 2005 Nutzer im Umgang mit Mobilfunkgeräten und Internet. In den Schulungszentren in Bern, Basel, Lausanne, Luzern, Genf und Zürich bietet Swisscom täglich Kurse an. Zudem ist die Academy jährlich an weiteren Standorten mobil präsent. 2018 haben sich über 15'027 Personen im Gebrauch moderner Kommunikationsmittel weitergebildet. Seit der Lancierung der Swisscom Academy haben damit schon 515'960 Menschen bei Swisscom die Schulbank gedrückt. Die Kurse richten sich an alle Menschen in der Schweiz und stehen Kunden wie Nichtkunden offen. Durch die Academy leistet Swisscom einen wichtigen Beitrag, die digitale Kluft zwischen den Generationen zu verkleinern.

## Weitere Plattformen für die Medienkompetenz

Die folgenden Massnahmen tragen zusätzlich zu einer gesunden, selbstverantwortlichen Mediennutzung bei:

- **Angebote für Kunden:** Internet Security, Kinder-Abo «inOne mobile prepaid kids», PIN-Nutzung zur Sperrung von Sendern und Video on Demand-Angeboten auf Swisscom TV
- **Kommunikations- und Informationsmassnahmen:** Publikationen in Fachzeitschriften («Educatour», Elternmagazin «Fritz und Fränzi», «Bildung Schweiz»), Social Media-Präsenz des Jugendmedienschutz-Beauftragten (Twitter, Facebook)
- **Website «Sei medienstark»:** Informationsplattform zum digitalen Medienalltag mit relevanten Links zu Hintergrundgeschichten und Studien.

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

## Initiative «Schulen ans Internet»

Bereits seit 2002 leistet Swisscom einen substanziellen Beitrag zur Bildungslandschaft in der Schweiz: von 2002 bis 2007 zunächst im Rahmen der Bundesinitiative «Schule im Netz», seit 2008 durch ihre eigene Initiative «Schulen ans Internet» und in Abstimmung mit den zuständigen öffentlichen Stellen. Die Initiative «Schulen ans Internet» reagiert auf die erweiterten Bedürfnisse von Schulen und Kantonen und baut ihr Angebot laufend aus.



Goal 4  
QUALITY EDUCATION

Dank «Schulen ans Internet» profitieren bereits alle Volks- und Kantonsschulen von einem breitbandigen Internetzugang. Seit Jahren begleitet die Initiative ferner die Kindergärten in die digitale Welt. Diese werden im Rahmen des interkantonalen Har-moS-Konkordats Teil der Unterstufe. Swisscom verfolgt das Ziel, zusammen mit Schulen, Kantonen und Bundesstellen eine nachhaltige und leistungsfähige Architektur der künftigen ICT-Landschaft im Bildungswesen zu schaffen.

Der Internetzugang ist kostenlos. Der Aufwand für eine sichere, leistungsstarke Infrastruktur ist in den

letzten Jahren stetig gewachsen. In Übereinkunft mit den Kantonen beteiligen sich die Schulen nach dem Verursacherprinzip an den Kosten für Sicherheitslösungen wie Firewall und Inhaltsfilter. Die Kosten belaufen sich bspw. für die Sicherheitsleistungen bei einem kupferbasierten Anschluss pro Schule auf CHF 780 pro Jahr.

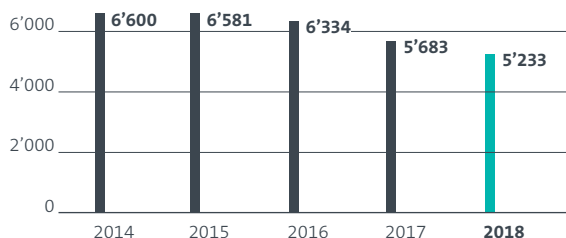
Der Wunsch nach immer hochbreitbandigeren Netzanschlüssen ist an Schulen aufgrund aktueller Nutzungsarten stetig gewachsen. So arbeiten viele Schulen mit cloudbasierten Ökosystemen, die den Datenfluss zwischen dem Internet und den Schulen explodieren lassen. Swisscom hat darauf reagiert und eröffnet den Schulen weitere Anschlussmöglichkeiten. Neu können Schulen mobile Hotspots einsetzen oder das Produkt «Smart Business Connect» nutzen. Dieses lässt Bandbreiten bis zu 1 Gb/s zu und ist für Schulen kostenlos.

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

Die Anzahl der Schulen ist leicht rückläufig. Dieser Effekt ist erklärbar durch die Schliessung von Schulen und Kindergärten, durch das Zusammenlegen mehrerer Schulstandorte unter einen zentralen Anschluss, und schliesslich entscheiden sich Schulen allenfalls für einen anderen Anbieter.

### Schulen ans Internet

Anzahl Schulen



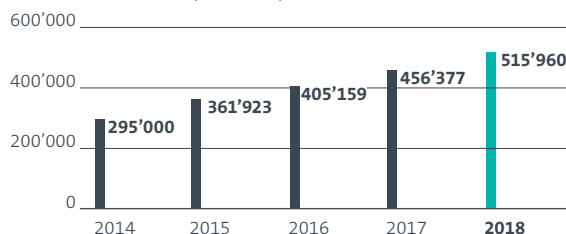
Swisscom hat in den vergangenen Jahren die Vernetzung mit namhaften Institutionen des Bildungswesens weiter vorangetrieben. Dies stellt sicher, dass Swisscom die Bedürfnisse von Schulen bei der ICT-Integration rechtzeitig erkennt. Swisscom pflegt ihr Netzwerk in Form von Dialogen und Veranstaltungen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

- Bildungsserver educa und schweizerischer Bildungsserver educanet
- Schweizerische Stiftung für audiovisuelle Bildungsinhalte (SSAB)
- Dachverband Lehrerinnen und Lehrer Schweiz LCH
- Syndicat des enseignants romands SER
- Worlddidac Association

Aus dem Dialog mit diesen Organisationen und mit einer Vielzahl von Schulen entstanden weitere Dienstleistungen. Dank «Storebox» hosten Schulen die Daten, die im Rahmen der Lehre entstehen, sicher und zuverlässig in der Schweiz und machen sie allen

### Kurse Academy und Förderung Medienkompetenz

Anzahl Teilnehmende (kumuliert)



Beteiligten jederzeit verfügbar. Swisscom bietet den Schulen ferner die kostenlose Nutzung des Video Conferencing-Dienstes «Skype for Business» von Microsoft an.

Swisscom hat in den vergangenen Jahren die Applikation Helloclass entwickelt und ausgewählten Schulen zur Verfügung gestellt. Das Feedback zeigt, dass das digitale Klassenbuch ein grosses Bedürfnis der Lehrpersonen in den Primarschulen erfüllt. Deshalb hat Swisscom Helloclass neu aufgelegt und stellt zwei Versionen der Applikation nun allen Schweizer Schulen zur Verfügung: Die Basisversion ist kostenlos, eine zweite Version mit weitergehende Funktionen ist kostenpflichtig.

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

### Charta zum Bildungssponsoring

Der Verband der Lehrerinnen und Lehrer Schweiz LCH hat im November 2016 anlässlich der Swiss Education Days die «Charta zu Sponsoring, Förderung und Finan-

zierung von öffentlicher Bildung durch private Anbieter» vorgestellt. Die Charta ist in Kooperation mit unterschiedlichen Stakeholdern des Bildungssektors und mit Vertretern aus der Privatwirtschaft erarbeitet worden. Sie will Schulleitungen und Lehrpersonen unterstützen, wenn es darum geht, Sponsoringleistungen von Partnern aus der Privatwirtschaft zu beurteilen. So erachtet es die Charta als unangemessen, wenn Schulkinder als Werbefläche zur Verfügung stehen; ferner wenn die Nutzung von Nutzerdaten nicht transparent gemacht wird oder nicht den gesetzlichen Vorgaben in einem Kanton entspricht. Swisscom hat diese Charta als Erstunterzeichnerin unterstützt. Sie erachtet es als berechtigtes Anliegen, auf dem heiklen Feld zwischen öffentlicher Hand und privaten Unternehmenspartnern bzw. Sponsoren mit der gebotenen Vorsicht zu handeln. Dabei will sie bei ihren Aktivitäten als Vorbild für andere Unternehmen dienen. Die Sichtbarkeit der Marke Swisscom soll so vornehmlich der Identifikation der Absenderschaft dienen und die Transparenz fördern. Zu keinem Zeitpunkt nutzt Swisscom zu Fremdzwecken Daten, die einzig zu Verwaltungszwecken oder im Rahmen von Sponsoringaktivitäten gewonnen worden sind. Sie verzichtet deshalb an Schulen auf aggressive Werbemassnahmen.

# Verantwortungsvolle Arbeitgeberin

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

## Managementansatz

Wir erleben täglich den digitalen Wandel. Wissen, das gestern noch aktuell war, kann morgen bereits veraltet sein. Viele Arbeitnehmende machen sich Sorgen um die Zukunft ihrer Branche oder ihres Berufsfelds. Unternehmen stellen sich die Frage, welcher Weg in die Digitalisierung führt. Als führendes ICT-Unternehmen der Schweiz kann Swisscom dazu beitragen, die wesentlichen Fragen zu beantworten. Sie steht im Zentrum der Digitalisierung, erkennt darin eine riesige Chance und will im Schweizer Markt weiterhin Marktführerin bleiben. Voraussetzung dafür sind zufriedene Mitarbeitende, die ihre Fähigkeiten, Erfahrungen und Persönlichkeit dafür einsetzen, die Menschen in der vernetzten Welt jeden Tag aufs Neue zu begeistern.

Deshalb investiert Swisscom in ihre Mitarbeitenden. Sie bietet ihren Mitarbeitenden mit dem Ziel, deren Arbeitsmarktfähigkeit zu stärken, ab 2019 fünf Weiterbildungstage pro Jahr und hat dies im neuen Gesamtarbeitsvertrag (GAV), der im Januar 2018 abgeschlossen wurde, festgehalten. Mitarbeitende haben zahlreiche weitere Möglichkeiten zur persönlichen Weiterentwicklung: Weiterbildung on the job, Projekteinsätze in anderen Unternehmensbereichen (auf die sich die Mitarbeitenden über einen Arbeitsplatz bewerben), Workshops zu neuen Technologien und agilen Arbeitsformen, Standortbestimmungen, Talentprogramme und zahlreiche Trainings. Swisscom positioniert sich auf dem Arbeitsmarkt als Toparbeitgeberin. Sie bietet ihren Mitarbeitenden Aufgaben, in denen sie Verantwortung übernehmen, ihr Potenzial einbringen und sich weiterentwickeln.

Der Strukturwandel, der mit der Digitalisierung einhergeht, sowie der Rückgang im Kerngeschäft spiegeln sich in der Stellenentwicklung wider. Swisscom vereinfacht Arbeitsabläufe und reduziert das Stellenangebot in rückläufigen Geschäftsbereichen. Die Veränderung im Stellenbestand ergab sich einerseits dadurch, dass rund 2'330 Mitarbeitende Swisscom verlassen haben, andererseits hat Swisscom 1'640 Mitarbeitende neu eingestellt.

Den Rückgang im Stellenbestand fängt Swisscom dank langfristiger Planung so weit wie möglich über

natürliche Fluktuation, proaktives Vakanzen-Management und Pensionierungen auf. Mitarbeitende, die in den Sozialplan übertreten, finden dank intensiver Begleitung vor Ablauf der Sozialplanfrist in rund 88% der Fälle eine interne oder externe Anschlusslösung. Neue Stellen werden in der Regel in Wachstumsbereichen wie bspw. Cloud oder Security geschaffen. Wie bis anhin setzt Swisscom stark auf die Ausbildung von Lernenden und stellt 2018 902 Lehrstellen bereit.

## Anstellungsbedingungen

Swisscom Mitarbeitende profitieren von grosszügigen, weit über die gesetzlichen Mindestanforderungen hinausreichenden Anstellungsbedingungen. Dazu zählen:



Goal 8  
DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

## Vergütung

- **Lohngleichheit:** Swisscom zahlt faire, marktgerechte Löhne und sorgt für Lohngleichheit zwischen den Geschlechtern. Das Lohnsystem ist so aufgebaut, dass gleiche Löhne für gleichwertige Aufgaben und Leistungen entrichtet werden. Die einzelnen Funktionen sind gemäss ihren Anforderungen in Job Levels eingestuft und dem Marktlohn entsprechenden Lohnbändern zugeordnet. Das Lohnband gibt die Bandbreite für die Entlohnung gleichwertiger Aufgaben vor. Innerhalb der Bandbreite erfolgt die Lohnfestlegung anhand der Leistung der einzelnen Mitarbeitenden. Im Rahmen der jährlichen Lohnrunde passt Swisscom die Löhne von Mitarbeitenden an. Sie überprüft zudem gezielt, ob innerhalb einzelner Einheiten Lohnunterschiede zwischen Frauen und Männern bestehen, und korrigiert Lohnunterschiede bei Bedarf. Swisscom prüft anhand des Lohngleichheitsinstruments des Bundes (Logib) periodisch die Lohnstruktur auf Unterschiede zwischen den Löhnen von Männern und Frauen. Die bisherigen Untersuchungen (zuletzt 2018) haben geringe Lohnunterschiede an den Tag gebracht, die deutlich unter der Toleranzschwelle von 5% liegen. Mitarbeitende, die eine bessere Leistung erbracht haben und deren Lohn innerhalb

des jeweiligen Lohnbands tief liegt, erhalten eine überdurchschnittliche Lohnerhöhung.

- **Erfolgsbeteiligung:** Alle Swisscom Mitarbeitenden sind mit einem variablen Erfolgsanteil am Unternehmenserfolg beteiligt. Die Erfolgsbeteiligung ist das Produkt aus finanziellem Unternehmenserfolg und erfolgreicher Geschäftstransformation. Bei Mitarbeitenden im Kader dient ein individueller Performance-Faktor als weitere Berechnungsgrösse. Die Höhe der Erfolgsbeteiligung richtet sich nach dem Job Level. Sie reicht von 2% des Basislohns im untersten Job Level bis zu 30% im Job Level A. Mitarbeitende im Job Level A und Mitglieder der Konzernleitung beziehen einen Teil ihrer variablen Erfolgsbeteiligung in Form von Aktien der Swisscom AG (Geschäftsbericht, Kapitel Vergütungsbericht).
- **Vorsorgeeinrichtung comPlan:** Ende 2018 sind rund 18'200 Swisscom Mitarbeitende und rund 8'500 Bezüger mit einer Rentenleistung bei comPlan versichert. comPlan hat 2018 auf dem Vorsorgevermögen eine Nettorendite von rund 3,0% erzielt (Vorjahr 9,3%). Per 31. Dezember 2018 beträgt der Marktwert des Vorsorgevermögens CHF 10,5 Mrd. (Vorjahr CHF 10,9 Mrd.). Der Deckungsgrad beläuft sich gemäss den schweizerischen Rechnungslegungsvorschriften für Vorsorgeeinrichtungen auf rund 103% (Vorjahr 108%). Um die finanzielle Situation der Pensionskasse in einem Tiefzinsumfeld und einer Gesellschaft mit steigender Lebenserwartung zu sichern, hat der Stiftungsrat von comPlan per 1. Juli 2017 beschlossen, den Umwandlungssatz von 6,11% schrittweise bis 2020 auf 5,34% zu senken und im Gegenzug die Sparbeiträge zu erhöhen. Die Staffelung ermöglicht es den aktiven Versicherten, ihre Pensionierung zu planen.
- **Zusatzleistungen:** Alle Swisscom Mitarbeitenden erhalten Zusatzleistungen (Fringe Benefits) in Form eines Freibetrags auf Swisscom Abonnemente für Festnetz, Internet, TV und Mobilfunk sowie das SBB-Halbtax-Abonnement. Diese Zusatzleistungen werden unabhängig vom Beschäftigungsgrad und der Funktion gewährt. Lernende profitieren zusätzlich von einem Freibetrag für Lehrmittel. Swisscom unterstützt zudem die familienexterne Kinderbetreuung mit finanziellen Beiträgen sowie unentgeltlichen Beratungsdienstleistungen durch spezialisierte Partner. Sie übernimmt den Arbeitgeber-Pensionskassenbeitrag für unbezahlten Urlaub maximal drei Monate lang. Ihren Mitarbeiterinnen bietet Swisscom bei der Geburt eines Kindes 18 Wochen Mutterschaftsurlaub. Mitarbeiter haben Anspruch auf 15 Tage Vaterschaftsurlaub sowie einen Monat unbezahlten Urlaub im ersten Lebensjahr ihres Kindes. Eltern, die Kinder adoptieren, haben Anspruch auf zehn Tage Adoptionsurlaub.
- **Weitergehende Kaderregelungen:** Kadermitarbeitende haben die Möglichkeit, jeweils nach fünf Jahren ununterbrochener Kaderzugehörigkeit eine teils bezahlte Auszeit (Sabbatical) von bis zu drei

Monaten zu beziehen. Dabei bezahlt Swisscom 30 Arbeitstage. Darüber hinaus profitieren Kadermitarbeitende von einer Prämienbefreiung bei den Kollektivversicherungen für Kranken- und Unfalltaggeld sowie von einer Kaderrisikoversicherung im Todesfall.

## Arbeitsformen und -modelle

- **Flexible Arbeitszeit:** Die wöchentliche Arbeitszeit bei Swisscom beträgt 40 Stunden. Einzelne Tochterunternehmen kennen die 41- bzw. 42-Stundenwoche. Mitarbeitende können, auch dank Gleitzeit, ihre Arbeitszeit im Rahmen der Anforderungen ihrer Tätigkeit flexibel gestalten. Sie bestimmen also weitgehend selber, wann sie ihre Aufgaben erledigen. Das gilt auch für den Arbeitsort: Mitarbeitende können im Home Office, unterwegs, beim Kunden oder an einem anderen Ort arbeiten. Die dafür notwendigen Arbeitsmittel stellt ihnen Swisscom zur Verfügung. Weiter können Mitarbeitende Teilzeitpensen – unter anderem für drei Monate auf Probe – wählen. Mitarbeitenden, die kranke Angehörige pflegen, ermöglicht das Modell Work & Care, ihr Arbeitspensum vorübergehend zu reduzieren und so ihren Familienpflichten nachzukommen. Arbeiten Mitarbeitende länger als das vorgesehene Wochenpensum, kompensieren sie die zusätzlich geleistete Arbeitszeit entweder mit Freizeit von gleicher Dauer oder lassen sich die zusätzlichen Stunden einem Langzeitkonto gutschreiben. Dieses Langzeitkonto ist zweckgebunden und die übertragene Zeit muss innerhalb einer Frist von drei Jahren bezogen werden.
- **Bezahlte Absenzen:** Swisscom Mitarbeitende haben Anspruch auf bezahlte Absenzen bei bestimmten persönlichen Ereignissen wie dem Tod nahestehender verwandter Personen (bis zu drei Tage), der eigenen Heirat (zwei Tage), einer plötzlichen schweren Erkrankung von Kindern, Eltern, Ehe- oder Lebenspartnern (bis zwei Tage), dem eigenen Umzug (ein Tag), unaufschiebbaren Angelegenheiten Alleinerziehender (bis fünf Tage) sowie militärischen Angelegenheiten gemäss Aufgebot.
- **Vereinbarkeit von Beruf und Familie:** Swisscom legt grossen Wert auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Dabei richtet sie sich nicht nur an Frauen, sondern stets auch an Männer. Denn sie ist überzeugt, dass die Akzeptanz – bspw. von Teilzeitarbeit – steigt, wenn auch Männer flexible Arbeitsmodelle nutzen. Neben den flexiblen Arbeitsmodellen unterstützt Swisscom Familien mit weiteren Massnahmen wie z.B. mit Beiträgen an die ausserfamiliäre Kinderbetreuung oder mit Beratungsdienstleistungen, die in Zusammenarbeit mit dem Familienservice erbracht werden. Swisscom zahlt Kinder- und Ausbildungszulagen, die in einigen Kantonen über den gesetzlichen Anforderungen liegen. Im Berichtsjahr hat die Organisation Pro Familia Swisscom hinsichtlich der Vereinbarkeit von Beruf und Familie nach dem



Family Score-Verfahren geprüft und ihr das Label Family Friendly Work Space verliehen.

- **Ferien:** Der Ferienanspruch von Swisscom Mitarbeitenden beträgt je nach Lebensalter zwischen 25 und 30 Tagen. Um dem Bedürfnis nach mehr Freizeit entgegenzukommen, hat Swisscom vor einigen Jahren den Ferienkauf eingeführt: Dieses Modell ermöglicht es Mitarbeitenden, jährlich bis zu zehn zusätzliche Ferientage gegen einen entsprechenden Lohnabzug zu beziehen. Zusätzlich können Swisscom Mitarbeitende unbezahlten Urlaub nehmen (Abwesenheit länger als zehn Tage). Dem GAV unterstellte Mitarbeitende, die ihre Arbeitszeit autonom einteilen (Zeitautonomie, unter Einhaltung der Seco-Richtlinien), erhalten jährlich fünf zusätzliche Ferientage. Sie erhalten zudem alle fünf Jahre fünf zusätzliche Ferientage für ihre Firmentreue. Mitarbeitende mit Kaderverträgen haben alle fünf Jahre Anspruch auf ein Sabbatical. Swisscom übernimmt dabei die Kosten für 30 Tage.
- **Agile Zusammenarbeitsformen:** Swisscom ist im Umbruch. Sie entwickelt deshalb herkömmliche Organisationsformen und Arbeitsmethoden weiter, um ihre Wertschöpfung mit der erforderlichen Dynamik, Geschwindigkeit und Flexibilität zu erbringen. So setzt Swisscom immer stärker auf agile Arbeitsmethoden. Dabei unterscheidet sie zwischen «Being Agile» und «Doing Agile». «Being Agile» steht für eine Haltung und Denkweise, die jeder einzelne Mitarbeitende einnimmt. «Doing Agile» bezeichnet die praktische Anwendung bestimmter Arbeitsweisen, Methoden oder Organisationsformen, die dem jeweiligen Kontext angepasst sind. Hierarchien werden flacher, während die Verantwortung des Einzelnen wächst. Rund 1'500 Swisscom Mitarbeitende arbeiten zurzeit mit agilen Methoden in Squads, Chapters und Tribes. Sie setzen dabei mehrheitlich das Modell Scaled Agile Framework (SAFe) um: eine Sammlung von Organisations- und Workflowmustern, welche die Skalierung von schlanken und agilen Vorgehensweisen unterstützt.

### Weitere Angebote für Mitarbeitende

- **Personalrestaurant:** Swisscom bietet ihren Mitarbeitenden an den meisten Standorten eine Auswahl an vergünstigten Mittagsmenus. In Zusammenarbeit mit SV Services achtet sie auf ein gesundes, ausgewogenes, abwechslungsreiches Angebot. Die in den Personalrestaurants verarbeiteten Produkte stammen aus fairer, nachhaltiger und, wo immer möglich, regionaler Produktion. An Standorten, an denen Swisscom keine eigenen Personalrestaurants betreibt, können Mitarbeitende die verbilligten Angebote von Partnerunternehmen nutzen.
- **Mitarbeiterangebote:** Swisscom Mitarbeitende profitieren von einer Reihe sogenannter Mitarbeiterangebote. Dabei erhalten sie im Vergleich zum Marktpreis Rabatte in unterschiedlicher Höhe. Die Angebotspalette reicht von Fitnessabonne-

ments über Hotels, Ferienwohnungen, unterschiedlichen Personen- und Sachversicherungen, Wellness-Dienstleistungen und -Produkten bis hin zu Bildungsangeboten.

- **Aktivierungsprogramme:** Das Corporate Volunteering-Programm «Give&Grow» von Swisscom unterstützt Freiwilligeneinsätze. Die Mitarbeitenden können zwischen unterschiedlichen Volunteering-Projekten in den Bereichen Umwelt, Gesellschaft und Bildung wählen und jährlich bis zu zwei Tage ihrer Arbeitszeit für Freiwilligeneinsätze verwenden. Im Jahr 2018 haben Swisscom Mitarbeitende 1'072 (Vorjahr 1'140) Einsatztage geleistet. Move! ist ein Programm, das Aktivitäten aus Gesundheit, Sport und Kultur fördert. Mitarbeitende bieten als Move!-Coaches ihren Kolleginnen und Kollegen verschiedene Aktivitäten an. Swisscom unterstützt die Angebote finanziell. 2018 haben 115 Move!-Coaches über 300 Aktivitäten angeboten und begleitet, die insgesamt über 4'129 Teilnahmen verzeichneten.

### Rekrutierung

Swisscom rekrutiert diskriminierungsfrei. Sie berücksichtigt Faktoren wie Alter, Herkunft, Geschlecht usw. nicht, sondern setzt einzig auf die Qualifikation der Bewerberinnen und Bewerber und deren Haltung in Bezug auf die Werte des Unternehmens. Interessenten haben ferner die Möglichkeit, sich anonym zu bewerben. Diese Möglichkeit wird allerdings kaum genutzt. Die Auswahl von Bewerbern erfolgt klassisch, d.h. ohne Unterstützung von künstlicher Intelligenz bzw. entsprechender Algorithmen. In Bezug auf die Beschäftigung von Ausländern aus Drittstaaten hält sich Swisscom an die gesetzlichen Regelungen und setzt die Anforderungen des sogenannten Inländervorrangs um.

- **Berufseinsteiger:** Swisscom stellt 902 Lehrstellen in acht unterschiedlichen Berufsbildern zur Verfügung. Hinzu kommen 52 Lehrstellen in drei Berufsbildern, die von cablex angeboten werden. In diesem Jahr schlossen 224 Lernende ihre Ausbildung mit einer Erfolgsquote von 95,7% ab. Im Berichtsjahr haben 259 junge Menschen ihre Ausbildung bei Swisscom begonnen. Das Angebot an Lehrstellen steht Jugendlichen aller Schulabschlussstufen offen: Swisscom bietet Ausbildungsplätze für Abgänger der schulischen Grundausbildung (Sekundarstufe) ebenso wie für Maturanden. Auch Studierenden des praxisintegrierten Studiengangs in Informatik stellt Swisscom Ausbildungsplätze zur Verfügung. 122 Absolventen von Fachhochschulen und Universitäten sammeln jährlich als Step In-Praktikanten bei Swisscom erste Praxiserfahrungen. Ausserdem ermöglicht das Trainee-Programm von Swisscom zwölf Interessenten den Berufseinstieg.
- **Berufserfahrene Mitarbeitende:** Swisscom bekennt sich zum internen Arbeitsmarkt. Sie besetzt Vakanzen, wo immer möglich und sinnvoll, mit internen Bewerbern. Dies gilt erst



recht für Führungspositionen. Dadurch bietet Swisscom ihren Mitarbeitenden attraktive berufliche Perspektiven, was in einer Phase zunehmender Digitalisierung von grossem Vorteil ist. Im Rahmen des strategischen Personal-Managements evaluiert Swisscom frühzeitig ihren künftigen Bedarf an Anforderungen, Kompetenzen und Fähigkeiten von Mitarbeitenden. Mitarbeitende, deren Jobprofil in Zukunft weniger gefragt sein wird, bietet sie die Möglichkeit, ihre Fähigkeiten weiterzuentwickeln und so den beruflichen Anforderungen auch in Zukunft zu entsprechen.

## Aus- und Weiterbildung

Für Swisscom gehört es zu einer inspirierenden Lernkultur, ihren Mitarbeitenden genügend Gestaltungsfreiraum und Eigenverantwortung für ihre berufliche Entwicklung zu geben. Als Wegbereiterin der Digitalisierung in der Schweiz setzt sich Swisscom intensiv mit Arbeits- und Lernformen der Zukunft auseinander. Sie bietet Mitarbeitenden und Führungsverantwortlichen ein Umfeld, in dem sie neue Fähigkeiten entwickeln und testen können. Hierzu gehören crossfunktionale Squads, Chapters und Tribes – gemischte Teams, die alle zur Ausführung notwendigen Fähigkeiten und Disziplinen vereinen und ihre Produkte durch agile Methoden eigenverantwortlich erarbeiten.

Im Learningcenter finden die Mitarbeitenden eine Vielzahl von E-Learning-Modulen. Diese Module vermitteln Lerninhalte aller Art – von Leadership-Themen über Fachthemen (z.B. zu IT, Cloud und Betriebswirtschaft) bis zu übergreifenden Themen wie Sicherheit, Digitalisierung oder Governance. Die Mitarbeitenden entwickeln vermehrt auch selber Lernangebote und teilen ihr Wissen mit ihren Kollegen auf Plattformen. So bietet Swisscom ihren Mitarbeitenden ein Lernumfeld, das der Digitalisierung Rechnung trägt – sowohl hinsichtlich Format und Zugänglichkeit der Lernangebote als auch inhaltlich. Neben ICT-Basiswissen hat Swisscom auch zahlreiche rollenspezifische Lerninhalte wie Social Media für Sales- und Datacenter-Strategien entwickelt und im Learningcenter aufgenommen. Ab 2019 fasst Swisscom sämtliche Aktivitäten rund um das Corporate Learning in der One Swisscom Academy zusammen, um ihre Mitarbeitenden noch besser bei der beruflichen Entwicklung zu unterstützen.

### Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Mitarbeitenden

Die Swisscom Mitarbeitenden profitieren von zahlreichen Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten. Diese reichen von internen Verkaufsschulungen über Schulungen zu neuen Technologien und Produkten bis hin zu externen Aus- und Weiterbildungen auf tertiärer Stufe. Swisscom arbeitet mit dem Schweizer

Bildungsportal zusammen, welches den Mitarbeitenden attraktive Rabatte gewährt.

☺ Siehe unter [www.ausbildung-weiterbildung.ch](http://www.ausbildung-weiterbildung.ch)

Je nach Ziel der Bildungsmassnahme beteiligt sich Swisscom durch das Gewähren freier Tage und/oder finanziell an der Weiterbildung.

Zusätzlich werden jedes Jahr zehn Trainees eingestellt, die nach ihrem Hochschulabschluss während eines Jahres in unterschiedlichen Projekten erste Berufserfahrungen sammeln. Swisscom Mitarbeitende haben 2018 im Durchschnitt während 51'097 Arbeitstagen an einer Aus- oder Weiterbildungs-massnahme teilgenommen (Vorjahr 55'035).

### Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Mitarbeitenden und zur Übergangshilfe

Zusammen mit ihren Sozialpartnern, der Gewerkschaft syndicom und dem Personalverband transfair hat Swisscom 2018 im Gesamtarbeitsvertrag (GAV) festgelegt, dass jeder Mitarbeitende mit GAV Anspruch auf jährlich fünf Entwicklungstage hat. Entwicklungstage sind Tage, an denen der Mitarbeitende an einer Aus- und/oder Weiterbildungs-massnahme teilnimmt, um seine Arbeitsmarktfähigkeit (Employability) zu erhalten oder zu erhöhen. Von Mitarbeitenden mit Kaderverträgen wird erwartet, die nötigen Massnahmen eigenverantwortlich in die Wege zu leiten.

Führungsverantwortlichen steht durch die Leadership Academy ein breites Angebot an Online- und Präsenzveranstaltungen zur fachlichen und persönlichen Weiterbildung zur Verfügung.

Durch unterschiedliche Talentangebote bietet Swisscom Mitarbeitenden mit Leistungsbereitschaft und Potenzial ganz gezielt die Möglichkeit, sich in eine verantwortungsvollere Position weiterzuentwickeln. Um zu vermeiden, dass talentierte Mitarbeitende im Auswahlprozess übersehen werden, können sich die Mitarbeitenden selber für die Talentprogramme bewerben, anstatt von Vorgesetzten nominiert zu werden.

Schliesslich bieten die einzelnen Bereiche ihren Mitarbeitenden eigenständige Ausbildungsangebote – z.B. die Swisscom interne ENT-Academy, die auf die Bedürfnisse des Bereichs Grosskunden zugeschnitten ist.

Im Jahr 2018 führte Swisscom den «Marketplace» ein. Dabei handelt es sich um eine Plattform, auf der unterschiedliche Aufgaben aus den einzelnen Bereichen ausgeschrieben werden. Mitarbeitende können sich auf eine dieser Aufgaben bewerben, um auf diese Weise neben ihrer angestammten Tätigkeit neue Berufs- und Tätigkeitsfelder kennenzulernen und ihre Arbeitsmarktfähigkeit zu stärken.

Zu Beginn des Jahres 2019 werden all diese Angebote in der One Swisscom Academy zusammengefasst, um die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden noch effizienter und über Bereichsgrenzen hinweg zu steuern.

Mitarbeitende, deren Stelle aufgrund einer Reorganisation gestrichen wird, treten in einen Sozialplan über. Dort werden sie mit gezielten Massnahmen – von Standortbestimmung über Laufbahnberatung bis hin zum Besuch von geeigneten Lehrangeboten – gefördert, um ihre Arbeitsmarktfähigkeit (Employability) zu stärken und sie bei der Stellensuche zu unterstützen.

### Beurteilung von Leistung und Karriereentwicklung

In Zusammenarbeit mit Partnern hat Swisscom My Impact entwickelt – ein Instrument, das den Mitarbeitenden und Führungsverantwortlichen als Kompass dienen soll, wenn es um berufliche Entwicklung und Leistungsbeurteilung geht.

Die Swisscom Mitarbeitenden legen zusammen mit ihren Führungsverantwortlichen und ihren Teams Beiträge fest, die sie – im Rahmen ihrer Aufgaben – leisten wollen, um gemeinsam die Unternehmensziele zu erreichen. Zu diesen Beiträgen holen sie in regelmässigen Feedbackrunden von ihren Stakeholdern eine Rückmeldung ein. Die Feedbacks sind wichtig für eine breit abgestützte Leistungsbeurteilung, die auch die Selbstbeurteilung der Mitarbeitenden beinhaltet. So können die Mitarbeitenden ihre weitere berufliche Entwicklung planen. Denn dank der konstruktiven Feedbacks von Dritten erfahren sie, wo ihre persönlichen Stärken und Potenziale liegen – und was sie künftig noch besser machen können. Am sogenannten Development Checkpoint führen die Mitarbeitenden mit ihren Führungsverantwortlichen den Dialog über die berufliche Entwicklung – und halten Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen in My Development fest. Als Grundlage dient der Fragebogen My Employability, der zur Reflexion über die persönlichen Entwicklungsziele anregt. Unter bestimmten Voraussetzungen beteiligt sich Swisscom an den festgelegten Massnahmen. Die Leistungsbeurteilung fliesst in die Bemessung der Lohnanpassung ein. 2018 haben 89,8% der Mitarbeitenden über My Impact Beiträge und 23,3% Entwicklungsziele festgelegt.

### Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen

Im Rahmen der geregelten Mitwirkung gewährt Swisscom den Personalvertretungen und den Gewerkschaften bei betrieblichen Veränderungen eine Konsultationsfrist (Mindestmitteilungsfrist) von mindestens zwei Wochen.

Die Mitwirkung besteht aus Informations-, Mitsprache- sowie Mitentscheidungsrechten und ist im Gesamtarbeitsvertrag geregelt. Die Konsultationsfrist

ist im Gesamtarbeitsvertrag nicht festgelegt, sondern ergibt sich aus der gesetzlichen Grundlage, der Rechtsprechung und der Praxis. Swisscom gewährt üblicherweise längere Fristen als gesetzlich vorgeschrieben und legt viel Wert auf den Dialog zwischen dem Management und den Sozialpartnern.

## Diversity und Chancengleichheit

Bei Swisscom bringt jeder Mitarbeitende seine individuellen Erfahrungen, Fähigkeiten, Ideen und Sichtweisen in die Zusammenarbeit mit ein – und diese Vielfalt (gerade auch innerhalb eines Teams) macht Swisscom erfolgreich. Sie bildet die Grundlage dafür, dass Swisscom eines der innovativsten Unternehmen der Schweiz ist. Diversity ist auch ein wichtiger Faktor, wenn es darum geht, den künftigen demografischen Herausforderungen zu begegnen. Bei Swisscom finden die Mitarbeitenden ein Arbeitsumfeld, in dem sie in gegenseitigem Respekt und Vertrauen zusammenarbeiten und sich für ihre Kunden einsetzen können. Um die Diversity zu fördern, achtet Swisscom bei allem, was sie tut, auf die Dimensionen Geschlecht, Inklusion, Generationen und Sprachregion.



Goal 5  
GENDER EQUALITY

### Geschlechtergleichstellung

Als Technologieunternehmen ist Swisscom in einer nach wie vor stark von Männern dominierten Branche tätig. Es sind in der Mehrzahl Männer, die sich in den von Swisscom nachgefragten technischen Berufen ausbilden lassen. Auch wenn sich dieses Verhältnis in den letzten Jahren immer mehr zugunsten der Frauen verschoben hat, beobachtet Swisscom gleichzeitig, dass sich die Flexibilität und Mobilität der Altersgruppe der rund 30–40-Jährigen stark verändert haben. Diese Altersgruppe steht in ihrer beruflichen Entwicklung an der Schwelle, wo die Übernahme von Managementfunktionen zum Thema wird. Doch oft entscheiden sich Männer und Frauen gerade an diesem Punkt, den Fokus in ihrem Leben anders zu setzen. Was immer die Motive sind – Frauen und Männer entscheiden sich für eine Veränderung – auch dies eine Folge der erhöhten Mobilität. Swisscom ist hier mit einem gesamtgesellschaftlichen Phänomen konfrontiert. In den Bereichen, wo Swisscom Einfluss auf eine gesellschaftliche Änderung nehmen kann, setzt sie vielfältige Massnahmen im Bewusstsein um, dass man noch viel mehr machen könnte, gäbe es nicht wirtschaftliche und politische Einschränkungen. So arbeitet Swisscom im Diversity Management bisher stark nach dem Ansatz, die relevanten Prozesse und Normen in Rekrutierung, Entwicklung, Talent Management, Führungskultur so zu gestalten, dass sie unbewussten Stereotypisierungen entgegenwirken und Chancengleichheit ermöglichen.

Die Familienarbeit ist nach wie vor sehr oft Frauenarbeit. Diesem Aspekt trägt Swisscom mit ihren

vielfältigen und grosszügigen Angeboten, die Arbeitszeit mit flexiblen Modellen eigenverantwortlich zu gestalten, Rechnung. Damit sich auch die Akzeptanz von Angeboten wie Teilzeitpensen bei Männern erhöht, fördert Swisscom besonders bei ihren männlichen Mitarbeitenden die Teilzeit auf Probe. Eine ähnliche Stossrichtung verfolgen die sogenannten Crash-Kurse für werdende bzw. junge Väter, die Swisscom mit grossem Erfolg den betroffenen Mitarbeitern anbietet. So ist die Teilzeitquote der Männer bei Swisscom seit 2016 von 11,1% auf 11,6% gestiegen. Der Integration aller Mitarbeitenden in unterschiedlichen Lebenssituationen dienen ausserdem die flexiblen Arbeitsmodelle und die Massnahmen zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie, die unter GRI 401 beschrieben werden. Stellen werden daher mehrheitlich mit flexiblen 80–100%–Pensen ausgeschrieben.

Swisscom präsentiert Schülerinnen die Möglichkeiten, die ihnen ein Ausbildungsgang in der Technik bietet, an den Digital Days for Girls. Weibliche Lernende aus ICT-Ausbildungsgängen stellen den Schülerinnen die Inhalte ihrer Lehre vor. Zusammen probieren die Jugendlichen Anwendungen aus, wie z.B. das Programmieren eines Chatbots. Die Begleitung durch Frauen an diesen Tagen sorgt auch dafür, dass die Schülerinnen Rollenmodelle erleben.

Diese Massnahmen zeigen Erfolg: Der Anteil der weiblichen Lernenden in ICT-Berufen ist seit der Einführung um 6% gestiegen. Dennoch braucht es Zeit, bis die jungen Frauen die Maturität erreichen, die es ihnen erlaubt, ihre Entwicklungschancen zu ergreifen und Positionen im Topmanagement zu übernehmen.

Die Förderung fängt bei Schülerinnen an, setzt sich aber während des Berufslebens fort. Sie ermöglicht Frauen in verantwortungsvollen Funktionen, sich intern sowie im Rahmen der schweizweiten Initiative Advance Women weiterzubilden und ihr Netzwerk zu vergrössern. Die Swisscom Konzernleitung hat sich das Ziel gesetzt, den Frauenanteil im Management stetig zu erhöhen. Sie ist überzeugt, über das Talentmanagement und über Beförderungen Frauen verstärkt im Unternehmen integrieren zu können. Um diesem Anliegen Nachdruck zu verleihen, wurde ein Succession Planning Committee eingerichtet, das sich aus Mitgliedern der Konzernleitung zusammensetzt.

### Generationen

Bei Swisscom arbeiten Menschen aller Altersstufen. Durch die Zusammenarbeit und den Austausch zwischen den Generationen haben die Mitarbeitenden die Chance, viel voneinander zu lernen. Davon profitiert Swisscom in vielerlei Hinsicht – z.B. bei der Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen, die genau auf die Bedürfnisse ihrer unterschiedlichen Kunden zugeschnitten sind.

Unabhängig von ihrem Alter nutzen die Mitarbeitenden Aus- und Weiterbildungsangebote und entwi-

ckeln ihre Fähigkeiten weiter. Wichtig dabei: der regelmässige Dialog und die Selbstreflexion über Arbeitsmarktfähigkeit und berufliche Weiterentwicklung. Rund um das Thema Employability existieren unterschiedliche Angebote. So können Mitarbeitende, die das 58. Altersjahr erreicht haben, sich mit dem Angebot Teilpensionierung nach und nach aus dem Berufsleben zurückziehen, gleichzeitig aber ihr Know-how an nachfolgende Generationen weitergeben.

Seit 2017 unterstützt Swisscom die Initiative «Check your Chance» des Schweizerischen Arbeitgeberverbandes. Ziel der Initiative ist es, Jugendliche durch den Betrieb einer Hotline in schwierigen Situationen beim Berufseinstieg zu unterstützen.

Swisscom ist zudem Wirtschaftspartnerin der Hochschule Luzern für das Projekt Integratives Generationenmanagement und Partnerin des World Demographic & Ageing Forums (WDA Forum). Das WDA Forum ist eine internationale, intergenerationale Plattform, die dem Austausch zu Bevölkerungs-, Alters- und Generationenfragen dient.

### Herkunft und Sprache

Menschen aus 93 Nationen arbeiten bei Swisscom – an vielen verschiedenen Standorten in allen Regionen der Schweiz. Um das Verständnis über die Sprachgrenzen zu fördern, bietet Swisscom ihren Mitarbeitenden Vergünstigungen beim Besuch von Sprachkursen. Bei der Einstellung neuer Mitarbeitender berücksichtigt Swisscom nach Möglichkeit Bewerber aus der jeweiligen Region, da diese mit den lokalen Gepflogenheiten vertraut sind. Swisscom pflegt Partnerschaften mit Hochschulen in den unterschiedlichen Sprachgebieten der Schweiz – mit dem Ziel, Talente für sich zu gewinnen, die über die erforderlichen Profile verfügen.

### Inklusion

Swisscom unterstützt aktiv den Verein Compasso als Mitglied und als Sponsorin. Compasso konzentriert sich darauf, Arbeitgeber über den Umgang mit gesundheitlich beeinträchtigten Personen zu informieren. Der Verein ist breit abgestützt und steht unter dem Patronat des Schweizerischen Arbeitgeberverbandes.

Swisscom baut auf die individuellen Stärken und Fähigkeiten eines jeden Mitarbeitenden. Sind Mitarbeitende aus gesundheitlichen Gründen in ihrer Arbeitsleistung beeinträchtigt, legt Swisscom grossen Wert darauf, sie im Arbeitsprozess zu belassen bzw. ihnen eine sinnvolle Weiterbeschäftigung zuzusichern. Um die Inklusion zu fördern, behält Swisscom mindestens 1% der Arbeitsplätze Mitarbeitenden mit physischen oder psychischen Leistungsbeeinträchtigungen vor. Durch diese Massnahme fördert Swisscom die Integration der Betroffenen in den Arbeitsmarkt.

Was die Chancen und das Potenzial jedes einzelnen Mitarbeitenden betrifft, unterscheidet Swisscom nicht zwischen Mitarbeitenden mit psychischen oder physischen Beeinträchtigungen und solchen ohne Beeinträchtigungen.

### Diversity in Leitungsorganen und Gremien der Mitarbeitenden

Der Konzernleitung gehören zurzeit keine Frauen an, während im Topmanagement 5 Frauen Einsitz nehmen. Der Verwaltungsrat zählt vier Frauen von insgesamt neun Mitglieder. Der Frauenanteil in den technischen Bereichen liegt eher tief. Die Anzahl Frauen, die sich in der Schweiz in technischen Bereichen ausbilden, lassen ist tendenziell gering. Entsprechend stehen Swisscom auf dem Schweizer Arbeitsmarkt nicht genügend Frauen zur Auswahl, denen sie offene Stellen anbieten könnte. Dort wo es möglich ist, sucht Swisscom auch auf internationalen Arbeitsmärkten nach passenden Bewerberinnen. Hier zeigt sich oft, dass die Mobilität dieser Mitarbeiterinnen besonders ausgeprägt ist und sie das Unternehmen verlassen, bevor sie aufsteigen. Die oben beschriebenen Massnahmen zeigen zwar erste Wirkung, dennoch braucht es gewisse Zeit, bis die jungen Frauen die Maturität für Positionen im Topmanagement entwickelt haben. All diese Faktoren tragen dazu bei, dass sich das Ziel, Frauen im Topmanagement zu integrieren, nur schleppend realisieren lässt. Aus diesem Grund wurde das Ziel angepasst.

Swisscom ist in allen Sprachregionen der Schweiz vertreten. Sie legt Wert darauf, dass die unterschiedlichen Sprachen angemessen in den Leitungsgremien vertreten sind. Dies gelingt noch nicht überall im gewünschten Ausmass.

### Verhältnis der Vergütung von Frauen und Männern

Das Gehalt wird bei Swisscom auf der Basis des Job Level bzw. des entsprechenden Lohnbands sowie der individuellen Leistung festgelegt. Gleichwertige Jobs sind dem gleichen Job Level zugeordnet und werden damit gemäss dem entsprechenden Lohnband entlohnt. Swisscom prüft anhand des Lohngleichheitsinstruments des Bundes (Logib) periodisch die Lohnstruktur auf Unterschiede zwischen den Löhnen von Männern und Frauen. Die bisherigen Untersuchungen (zuletzt 2018) haben geringe Lohnunterschiede an den Tag gebracht, die deutlich unter der Toleranzschwelle von 5% liegen.

### Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Massnahmen

Swisscom kennt keine Toleranz gegenüber Diskriminierung oder wie auch immer geartetem Machtmissbrauch. Dieser Grundsatz wird den Mitarbeitenden, vor allem aber den Führungsverantwortlichen, in Schulungen vermittelt. Bei Fällen von Diskriminierung steht allen Mitarbeitenden die neutrale Ansprechstelle Care Gate zur Verfügung.

## Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Swisscom setzt die gesetzlichen Bestimmungen bei Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz (Oberbegriff «Safety») konsequent um. Für Swisscom haben die Gesundheit und Sicherheit ihrer Mitarbeitenden, Auftragnehmer, Kunden sowie aller weiteren Menschen, die von ihren Geschäftstätigkeiten betroffen sind, oberste Priorität. Das Betriebliche Gesundheitsmanagement ist Teil des sogenannten Safety-Systems. Die Eidgenössische Koordinationskommission für Arbeitssicherheit (EKAS) hat das auf nationalen Standards beruhende Swisscom Safety-System als Betriebsgruppenlösung (d.h. als Lösung, die für Grossunternehmen mit Zweigstellen an unterschiedlichen Standorten geeignet ist) am 8. Juli 2016 zertifiziert. Diese Zertifizierung ist bis zum 31. März 2021 gültig. Die Betriebsgruppenlösung nach der EKAS Richtlinie 6508 ist mit dem Standard nach OHSAS 18001 oder ISO 45001:2018 vergleichbar.



Goal 3  
GOOD HEALTH AND WELL-BEING

Swisscom investiert gezielt in Initiativen und Programme im Rahmen des Betrieblichen Gesundheitsmanagements. Sie unterstützt damit ihre Mitarbeitenden, langfristig gesund und motiviert zu bleiben. Besonderen Wert legt Swisscom auf Prävention und Früherkennung – so etwa in Fragen der psychischen Gesundheit am Arbeitsplatz, wo Swisscom als Arbeitgeberin erheblichen Einfluss auf die Gesundheit ihrer Mitarbeitenden besitzt.

Dank der systematischen Verankerung von Gesundheit im Unternehmen, des gezielten Präventionsansatzes und der Wirkungsmessung hat Swisscom 2018 von der Gesundheitsförderung Schweiz nach einem strengen Prüfverfahren das Label «Friendly Work Space» erhalten.

### Repräsentation von Mitarbeitenden in Mitarbeiterausschüssen für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Swisscom Mitarbeitende wählen alle vier Jahre aus ihren Reihen eine Personalvertretung. Dieses Gremium hat unter anderem die Aufgabe, Verbesserungsvorschläge in Bezug auf Ergonomie, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz zu machen und das Wohlbefinden der Kollegen zu steigern. Die Mitglieder der Personalvertretung kennen die Arbeitssituation aus dem eigenen Berufsalltag und bringen sich entsprechend rasch und wirksam ein.

In der Swisscom Safety-Organisation steht der Personalvertretung ein Sitz im «Safety Board-Konzern» zu. Dieses Gremium tagt alle zwei Monate. In ihm treffen sich die Safety-Spezialisten zum Informationsaustausch, zur Erkennung von gemeinsamen Problemen und Lösungsansätzen und zur Festlegung

von Swisscomübergreifenden Massnahmen und Kampagnen.

Zusätzlich findet jährlich ein Austausch zwischen dem Sicherheits-Beauftragten (SiBe) und den Gremien der Personalvertretung sowie mit anderen Sozialpartnern (z.B. Gewerkschaften) statt.

Swisscom ist Unterzeichnerin der Sicherheits-Charta «STOPP bei Gefahr» der Suva. Daher setzt sie sich für die konsequente Wahrung der Sicherheitsregeln an den Arbeitsplätzen ein, um Leben und Gesundheit aller Beteiligten zu erhalten.

Spezialisten der Arbeitssicherheit (aus dem ASA-Pool) führen zur fortlaufenden Prüfung und Verbesserung des Swisscom Safety-Systems alle zwei Jahre ein Audit durch. Im Verlauf des Berichtsjahrs sind die Audits «Schutz vor psychosozialen Risiken am Arbeitsplatz» und «Systemaudit» durchgeführt worden.

Wie die Audits belegen, verfügt Swisscom über ein umfassendes, sehr gut strukturiertes Sicherheitssystem, das sich an den Anforderungen der ASA-Richtlinie gemäss EKAS und an den zehn Systempunkten gemäss Suva orientiert. Das jeweilige Steuerungsgremium hat die entsprechenden Massnahmen begutachtet. Wesentliche Herausforderungen ergaben sich 2018 durch neu eingeführte Kooperationsmodelle, wobei bestimmte Aufgaben den Vertragspartnern wie Auftragnehmern, Lieferanten sowie General- oder Totalunternehmern übergeben wurden. Swisscom erarbeitete die entsprechenden Safety-Anforderungen und hielt die einzelnen Verpflichtungen vertraglich fest. Um alle relevanten Gesichtspunkte der Sicherheit zwischen Auftraggebern und Auftragnehmern zu besprechen, richtete sie eine zusätzliche Plattform «Safety-Board TU's» ein.

### Art der Verletzungen, Berufskrankheiten, Arbeitsausfalltage, Abwesenheit und Zahl der arbeitsbedingten Todesfälle

Swisscom erhebt alle Informationen zentral über ein Melde- und Reportingsystem und fasst sie monatlich zusammen. Die konsequente Sensibilisierung im Sinne einer Präventionsmassnahme sowie eine termingerechte Ereignisabklärung haben dazu beigetragen, die Zahl der Berufsunfälle pro tausend Vollzeitbeschäftigte auf dem Vorjahresniveau zu halten (siehe Tabelle S. 60). Die Ereignisquote liegt mit jährlich 17 Unfällen pro 1'000 Vollbeschäftigten deutlich unter den Werten vergleichbarer Branchen (etwa der Versicherungsbranche). Etwas mehr als ein Drittel aller Berufsunfälle haben sich im Bereich Büro & Home Office ereignet. Diese verursachten aber nur eine geringe Anzahl von Absenztagen bzw. Arbeitsausfällen, da es sich mehrheitlich um Bagatellunfälle handelte (d.h. Unfälle, die zu keiner Absenz oder einem Arbeitsausfall von maximal drei Tagen führten).

Häufigste Unfallursachen sind Unachtsamkeit, Stolpern, Ausrutschen oder Stürze. Von diesen Unfällen sind vornehmlich die Extremitäten betroffen. Massnahmen zur Sensibilisierung der Mitarbeitenden, die unter Einbezug der Führungsverantwortlichen erfolgen, zeigen Wirkung.

Die Anzahl wie das Risiko berufsbedingter Erkrankungen (gemäss UVG) sind bei Swisscom insgesamt minim. Im laufenden Jahr erkannte die Suva bei Swisscom lediglich einen Fall als Berufskrankheit an, wobei Swisscom als jetziger Arbeitgeberin keine Mitverantwortung angelastet wurde. Erfreulich ist zudem, dass in der Berichtsperiode 2018 kein tödlicher Arbeitsunfall zu verzeichnen war.



Anzahl bzw. wie angemerkt	2016			2017			2018		
	männlich	weiblich	Total	männlich	weiblich	Total	männlich	weiblich	Total
<b>Krankheit und Unfall (K+U)</b>									
Sollzeit Arbeitstage in FTE	3'386'048	1'136'883	<b>4'522'931</b>	3'229'991	997'344	<b>4'227'335</b>	3'130'289	934'895	<b>4'065'183</b>
Ausfalltage Krankheit ohne Berufskrankheit	70'686	48'164	<b>118'850</b>	68'977	40'240	<b>109'217</b>	66'143	38'138	<b>104'281</b>
Ausfalltage Berufskrankheit	–	–	–	19	–	<b>19</b>	8	180	<b>188</b>
Ausfalltage BU (Berufsunfall)	2'867	292	<b>3'159</b>	2'786	504	<b>3'290</b>	2'653	488	<b>3'142</b>
Ausfalltage NBU (Nichtbetriebsunfall)	12'871	3'632	<b>16'503</b>	12'838	3'991	<b>16'829</b>	12'764	3'862	<b>16'626</b>
<b>Total Ausfalltage (K+U)</b>	<b>86'424</b>	<b>52'088</b>	<b>138'512</b>	<b>84'620</b>	<b>44'735</b>	<b>129'355</b>	<b>81'569</b>	<b>42'669</b>	<b>124'238</b>
Krankheitsfälle	17'236	9'841	<b>27'077</b>	15'408	8'272	<b>23'680</b>	15'401	7'629	<b>23'030</b>
BU-Fälle	238	36	<b>274</b>	261	38	<b>299</b>	248	30	<b>278</b>
NBU-Fälle	1'933	634	<b>2'567</b>	1'896	619	<b>2'515</b>	1'877	568	<b>2'445</b>
<b>Total Fälle<sup>1</sup></b>	<b>19'407</b>	<b>10'511</b>	<b>29'918</b>	<b>17'565</b>	<b>8'929</b>	<b>26'494</b>	<b>17'526</b>	<b>8'227</b>	<b>25'753</b>
Absenzquote Krankheit ohne Berufskrankheit	2,09%	4,24%	<b>2,63%</b>	2,13%	4,03%	<b>2,58%</b>	2,12%	4,08%	<b>2,57%</b>
Absenzquote Berufskrankheit			<b>0,0000%</b>			<b>0,0010%</b>			<b>0,005%</b>
Absenzquote BU	0,08%	0,03%	<b>0,07%</b>	0,09%	0,05%	<b>0,08%</b>	0,09%	0,05%	<b>0,08%</b>
Absenzquote NBU	0,38%	0,32%	<b>0,36%</b>	0,40%	0,40%	<b>0,40%</b>	0,41%	0,41%	<b>0,41%</b>
<b>Total Absenzquote (K+U)</b>	<b>2,56%</b>	<b>4,58%</b>	<b>3,07%</b>	<b>2,62%</b>	<b>4,48%</b>	<b>3,06%</b>	<b>2,61%</b>	<b>4,56%</b>	<b>3,06%</b>
Arbeitsbedingte Todesfälle			–			–			–
Leistungs-FTE (Nettopräsenz in FTE)	135'645	43'888	<b>179'533</b>	132'657	40'969	<b>173'626</b>	127'362	37'950	<b>165'312</b>
Total geleistete Produktivstunden	23'063'332	7'490'400	<b>30'554'722</b>	22'314'302	6'921'116	<b>29'235'418</b>	21'473'128	6'432'428	<b>27'905'556</b>
Produktivstunden pro FTE	1'738	1'687	<b>1'725</b>	1'741	1'756	<b>1'744</b>	1'734	1'749	<b>1'738</b>

1 Ausfall von Arbeitszeit, die Arztkosten generiert

## Mitarbeitende mit Krankheiten, die mit hoher Wahrscheinlichkeit in Verbindung mit ihren beruflichen Tätigkeiten stehen

Um ihre Präventionsziele zu erreichen, bietet Swisscom im Rahmen des Betrieblichen Gesundheitsmanagements (BGM) zahlreiche Initiativen und Programme an. So werden Mitglieder des Managements und Mitarbeitende mit Verzicht auf Arbeitszeiterfassung regelmässig zu Gesundheitschecks eingeladen, um gesundheitliche Beeinträchtigungen frühzeitig zu erkennen. Weitere Angebote zur Prävention erfolgen teils in Zusammenarbeit mit kompetenten Partnern wie der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung, der Suva (Risiken in der Freizeit), der Lungenliga Schweiz (Rauchstopp-Angebote) oder Pro Mente Sana (psychische Gesundheit). Intern hält die Leadership Academy Gesundheitsangebote für Führungsverantwortliche bereit. Mittels Online-Formaten geht BGM erfolgreich neue Wege in der Vermittlung der Präventionsthemen: So hat BGM Podcasts und Webinare zu den Themen psychische Gesundheit, Ernährung oder Präsenzmanagement lanciert.



Goal 3  
GOOD HEALTH AND WELL-BEING

Rund 1'100 Swisscom Mitarbeitende haben im Rahmen eines Auswahlverfahrens Interesse für das sechswöchige Online-Training «iCope» zum Thema Stressmanagement gezeigt. 541 Mitarbeitende setzten sich schliesslich dank iCope mit den

Methoden zur Bewältigung von Stresssituationen auseinander. Erste Auswertungen zeigen, dass die Teilnehmenden ihren Umgang mit Stress nachhaltig verbessern konnten.

Swisscom unterhält eine unabhängige Beratungsstelle (Care Gate) für Fragen rund um Gesundheit und Soziales. Mitarbeitende und Führungskräfte lassen sich von Care Gate via Telefon, E-Mail oder Videokonferenz professionell und auf vertraulicher Basis beraten.

Im Jahr 2018 betrug die Absenzenquote 3,06% (Vorjahr 3,06%). Die Anzahl der Absenzenfälle gegenüber dem Vorjahr nahm um rund 2,8% ab, die Dauer der Abwesenheit pro Fall jedoch zu.

Bei den Langzeitabwesenheiten ist einerseits eine Senkung der Fälle, andererseits eine deutliche Steigerung der durchschnittlichen Absenzendauer zu beobachten. Rund ein Achtel der Absenzen sind durch nicht berufliche Unfälle (NBU) verursacht.

Swisscom ist weder in Bereichen noch in Ländern tätig, die ein hohes Risiko für übertragbare Krankheiten aufweisen oder in denen übertragbare Krankheiten besonders häufig auftreten.



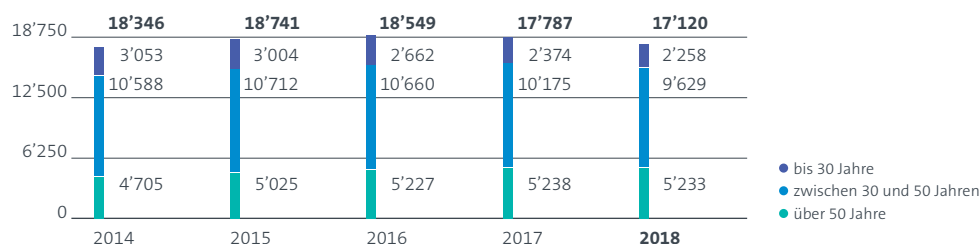
## Gesundheit und Sicherheitsthemen, die in formellen Vereinbarungen mit Gewerkschaften behandelt werden

Der Gesamtarbeitsvertrag, den Swisscom mit ihren Sozialpartnern, der Gewerkschaft syndicom und dem Personalverband transfair abgeschlossen hat, hält ausdrücklich Massnahmen zum Gesundheitsschutz fest. So haben die Partner gemeinsam die Richtlinie «On/Off» überarbeitet. Diese regelt den Umgang mit der «Always on»-Bereitschaft, dank digitaler Arbeits-

instrumente rund um die Uhr erreichbar zu sein. Eine Betriebsgruppenlösung unterstützt die einzelnen Bereiche mit Leitfäden und Umsetzungsinstrumenten, um die Anforderungen an den Arbeits- und Gesundheitsschutz zu gewährleisten und die berufsbedingten Unfälle und Erkrankungen systematisch zu senken. Ebenso werden die Personalvertretungen konsequent bei der Erstellung von Gefahrenportfolios, Risikobeurteilungen und der Durchführung von Arbeitsplatzkontrollen einbezogen.

## Altersstruktur der Mitarbeitenden

in Headcount



Anzahl bzw. wie angemerkt	2016			2017			2018		
	männlich	weiblich	Total	männlich	weiblich	Total	männlich	weiblich	Total
<b>Gesamter Bestand in der Schweiz</b>									
Jahresdurchschnitt FTE			18'750			18'039			17'363
Endbestand FTE			18'372			17'688			17'147

### Berichtsgrenze in der Schweiz nach Personalinformationssystem

Abdeckungsgrad Berichtsgrenze	93%			95%			95%		
Durchschnittlicher FTE-Bestand	13'273	4'439	17'712	13'047	4'117	17'164	12'610	3'845	16'455
FTE-Bestand Ende Dezember	13'273	4'291	17'563	12'856	3'975	16'831	12'448	3'759	16'207
<b>in Headcount (HC)</b>	13'579	4'970	18'549	13'163	4'624	17'787	12'755	4'365	17'120
Temporärstellen (HC)	1'121	387	1'508	1'141	376	1'517	1'074	389	1'463
Befristete Arbeitsverträge (HC)	48	18	66	39	25	64	32	25	57
Unbefristete Arbeitsverträge (HC)	13'531	4'952	18'483	13'124	4'599	17'723	12'723	4'340	17'063
Anteil Geschlecht (HC)	73,2%	26,8%	100,0%	74,0%	26,0%	100,0%	74,5%	25,5%	100,0%
Vollzeitstellen (HC)	12'121	2'796	14'917	11'705	2'525	14'230	11'279	2'378	13'657
Teilzeitstellen (HC)	1'458	2'174	3'632	1'458	2'099	3'557	1'476	1'987	3'463
% Vollzeitstellen (HC)	89,3%	56,3%	80,4%	88,9%	54,6%	80,0%	88,4%	54,5%	79,8%
% Teilzeitquote (HC)	10,7%	43,7%	19,6%	11,1%	45,4%	20,0%	11,6%	45,5%	20,2%
Angestellte Gesamtarbeitsvertrag (GAV) (HC)	10'811	4'581	15'392	10'407	4'258	14'665	10'036	4'003	14'039
Anteil GAV am Bestand (HC)	79,6%	92,2%	83,0%	79,1%	92,1%	82,4%	78,7%	91,7%	82,0%
Topmanagement (HC)	82	8	90	81	3	84	75	5	80
Management (HC)	2'686	381	3'067	2'675	363	3'038	2'644	357	3'001
Anteil im Management (HC)	87,7%	12,3%	100,0%	88,3%	11,7%	100,0%	88,3%	11,7%	100,0%

Anzahl bzw. wie angemerkt	2016			2017			2018		
	männlich	weiblich	Total	männlich	weiblich	Total	männlich	weiblich	Total
<b>Ein- und Austritte in der Schweiz</b>									
Durchschnittsalter	43,4	40,4	<b>42,6</b>	43,7	40,8	<b>42,9</b>	43,8	41,1	<b>43,1</b>
Austritte <sup>1</sup>	1'094	569	<b>1'663</b>	1'439	712	<b>2'151</b>	1'643	686	<b>2'329</b>
Austritte Alter <30 Jahre <sup>1</sup>	214	175	<b>389</b>	262	219	<b>481</b>	237	158	<b>395</b>
Austritte Alter 30–50 Jahre <sup>1</sup>	584	266	<b>850</b>	730	321	<b>1'051</b>	866	375	<b>1'241</b>
Austritte Alter >50 Jahre <sup>1</sup>	296	128	<b>424</b>	447	172	<b>619</b>	540	153	<b>693</b>
Anteil Austritte <30 Jahre	19,6%	30,8%	<b>23,4%</b>	18,2%	30,8%	<b>22,4%</b>	14,4%	23,0%	<b>17,0%</b>
Anteil Austritte 30–50 Jahre	53,4%	46,7%	<b>51,1%</b>	50,7%	45,1%	<b>48,9%</b>	52,7%	54,7%	<b>53,3%</b>
Anteil Austritte >50 Jahre <sup>2</sup>	27,1%	22,5%	<b>25,5%</b>	31,1%	24,2%	<b>28,8%</b>	32,9%	22,3%	<b>29,8%</b>
Eintritte <sup>1</sup>	1'245	323	<b>1'568</b>	947	281	<b>1'228</b>	1'203	437	<b>1'640</b>
Eintritte Alter <30 Jahre <sup>1</sup>	356	171	<b>527</b>	336	126	<b>462</b>	429	217	<b>646</b>
Eintritte Alter 30–50 Jahre <sup>1</sup>	783	140	<b>923</b>	529	132	<b>661</b>	622	187	<b>809</b>
Eintritte Alter >50 Jahre <sup>1</sup>	106	12	<b>118</b>	82	23	<b>105</b>	152	33	<b>185</b>
Anteil Eintritte Alter <30 Jahre	28,6%	52,9%	<b>33,6%</b>	35,5%	44,8%	<b>37,6%</b>	35,7%	49,7%	<b>39,4%</b>
Anteil Eintritte Alter 30–50 Jahre	62,9%	43,3%	<b>58,9%</b>	55,9%	47,0%	<b>53,8%</b>	51,7%	42,8%	<b>49,3%</b>
Anteil Eintritte Alter >50 Jahre <sup>2</sup>	8,5%	3,7%	<b>7,5%</b>	8,7%	8,2%	<b>8,6%</b>	12,6%	7,6%	<b>11,3%</b>
<b>Weitere Kennzahlen</b>									
Aus- und Weiterbildungstage			<b>53'979</b>			<b>55'035</b>			<b>51'097</b>
Aus-/ Weiterbildungstage pro Headcount			<b>2,9</b>			<b>3,1</b>			<b>3,0</b>
Mutter- und Vaterschaftsurlaub	544	290	<b>834</b>	574	230	<b>804</b>	571	206	<b>777</b>
CEO Total Comp in kCHF			<b>1'833</b>			<b>1'868</b>			<b>1'829</b>
Medianlohn Total Comp in kCHF			<b>131</b>			<b>133</b>			<b>135</b>
Ratio CEO- / Medianlohn			<b>14</b>			<b>14</b>			<b>14</b>
Änderung CEO-Lohn			<b>0,1%</b>			<b>1,9%</b>			<b>-2,1%</b>
Änderung Medianlohn			<b>1,5%</b>			<b>1,5%</b>			<b>1,5%</b>
GAV-Mindestvollzeitlohn in kCHF			<b>52</b>			<b>52</b>			<b>52</b>
Performance-Dialoge <sup>3</sup>			<b>96,6%</b>			<b>95,0%</b>			<b>93,9%</b>

1 ohne befristete Verträge  
2 ohne Pensionierungen

3 ohne Lernende

# Faire Lieferkette

Die Partner von Swisscom liefern jährlich Waren und Dienstleistungen im Wert von über CHF 4 Mrd. Swisscom legt Wert auf eine faire und effiziente Partnerschaft mit Lieferanten, die ihre sozialen und ökologischen Ziele sowie ihre Werte teilen. Gemeinsam mit ihnen setzt sich Swisscom für die Umwelt ein und will bis 2025 die Arbeitsbedingungen von über 2 Mio. Menschen verbessern. Dazu ist Swisscom internationale Partnerschaften eingegangen, welche die Umsetzung der Massnahmen in enger Zusammenarbeit mit den Lieferanten sicherstellen.

## Managementansatz

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



Goal 8  
DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

Die entsprechenden Grundsätze sind in der Swisscom Einkaufspolicy festgeschrieben. Die Einkaufspolicy wird von einem übergeordneten Ausschuss festgelegt, dem Purchasing Board Swisscom. Sie bildet die Handlungsgrundlage für die Beschaffungsorganisationen und legt Anforderungen fest, welche die Lieferanten durch Unterzeichnung der Corporate Responsibility-Vertragsbeilage (CRV) akzeptieren. Swisscom überprüft die Erfüllung dieser Anforderungen bei ihren Lieferanten mithilfe eines strukturierten Risikomanagementsystems. Sie hat dieses System 2016 konzeptionell erweitert und in der Einkaufsorganisation umgesetzt. Das System deckt alle Risikobereiche der Lieferkette ab.

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

Die Massnahmen zur Erreichung einer «Fairen Lieferkette» tragen zu einem aktiven Beitrag zum Risikomanagement in der Lieferkette bei und sollen sicherstellen, dass potenzielle Risiken frühzeitig identifiziert oder bei Eintreten rasch behandelt werden. Dadurch lassen sich Reputationsschäden und finanzielle Schäden vermeiden. Der Managementansatz hat sich seit Jahren etabliert. Er wird erfolgreich gelebt und umgesetzt, weshalb gegenwärtig kein Bedarf an einer Aktualisierung besteht. Gesamtverantwortlich ist der Leiter Group Business Steering (GBS); zusätzlich wird eine Fachstelle für das operative Geschäft und die strategische Ausrichtung eingesetzt.

Bei den vom Risikomanagement erfassten Lieferanten handelt es sich um Lieferanten aus der Schweiz, der EU sowie Übersee (mehrheitlich Nordamerika und

Fernost), die mehrheitlich in der ICT-Branche im Bereich Netzinfrastruktur und Handelswaren tätig sind.

Swisscom erzielt im Lieferkettenrating des Dow Jones Sustainability Index, Teil Lieferkette, den Score 74 von 100 (Vorjahr 80). Beim Carbon Disclosure Project (CDP) Supplier und Climate ist sie in der A-Liste aufgeführt. Damit ist Swisscom einmal mehr unter den besten Telekommunikationsgesellschaften.

© Siehe unter [www.swisscom.ch/GRI-2018](http://www.swisscom.ch/GRI-2018)

## Lieferantenrisikomanagement

### Risikomanagementsystem

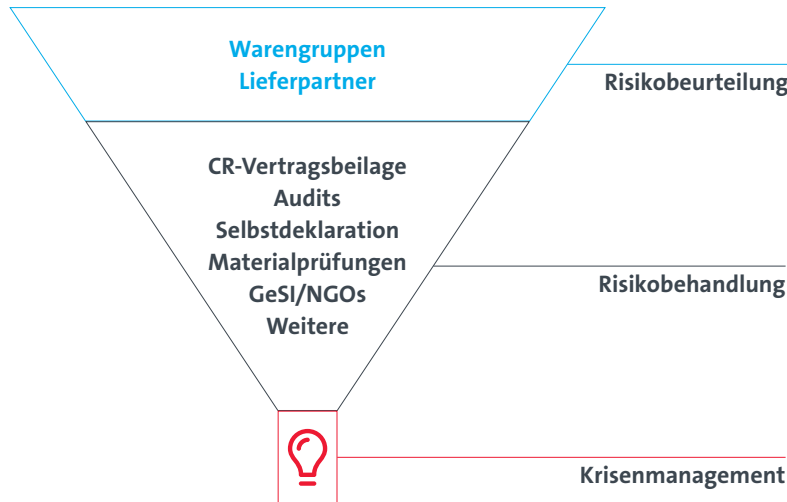
Swisscom hat das Supply Chain Risk Management (SCRM 360) in den letzten Jahren implementiert und im Berichtsjahr weiter gefestigt. Durch den ganzheitlichen Ansatz SCRM 360 reduziert sie die Risiken nicht nur in den Bereichen Umwelt und Soziales, sondern auch hinsichtlich Finanzen, Sicherheit, Logistik und Qualität. Auf Basis einer individualisierten, gewichteten Scorecard überprüft Swisscom anhand von mehr als 50 Risikoindikatoren laufend externe Datenquellen. Ist ein zuvor festgelegter Schwellenwert bei einem der Top-100-Lieferanten, einem strategischen oder kritischen Lieferanten sowie einem der zahlreichen Vorlieferanten überschritten, erhält die Einkaufsorganisation eine automatische Indikatornachricht. Die Auswahl der Top-100-Lieferanten erfolgt nach den folgenden Kriterien: Höhe des Einkaufsvolumens, strategische Bedeutung sowie Risiko der Warengruppen.

Swisscom überprüft und klassifiziert die Warengruppen aus Sicht der Corporate Responsibility auf regelmässiger Basis. Sie hält am bisherigen Risikoraster fest und hat die Liste der Lieferanten aus Warengruppen mit hohem Risiko erneut kritisch überarbeitet. Von diesen Lieferanten sind bereits alle grösseren Lieferanten auf der E-Tasc-Plattform registriert. Bei potenziellen Lieferpartnern und Ausschreibungen wendet Swisscom den 2017 neu überarbeiteten Prozess zur schrittweisen Einführung (In-Phasing-Prozess) an. Darüber hinaus ermöglicht die Plattform SRN (Supply Risk Network) eine erste Einschätzung des Gesamtrisikos eines Lieferanten.

## Vorgehen Risikomanagement in der Lieferkette

Swisscom beurteilt nicht alle Lieferpartner auf ihr Risiko hin. Vielmehr nutzt sie ein Filterverfahren und erkennt so frühzeitig das effektive Risikopotenzial eines

Lieferpartners. Gleichzeitig reduziert Swisscom die Anzahl der zu beurteilenden Lieferpartner. Durch ihr Verfahren zum Risikomanagement in der Lieferkette deckt Swisscom das gesamte Lieferantenportfolio ab.



### Filterverfahren: Vorgehen des Risikomanagements in der Lieferkette

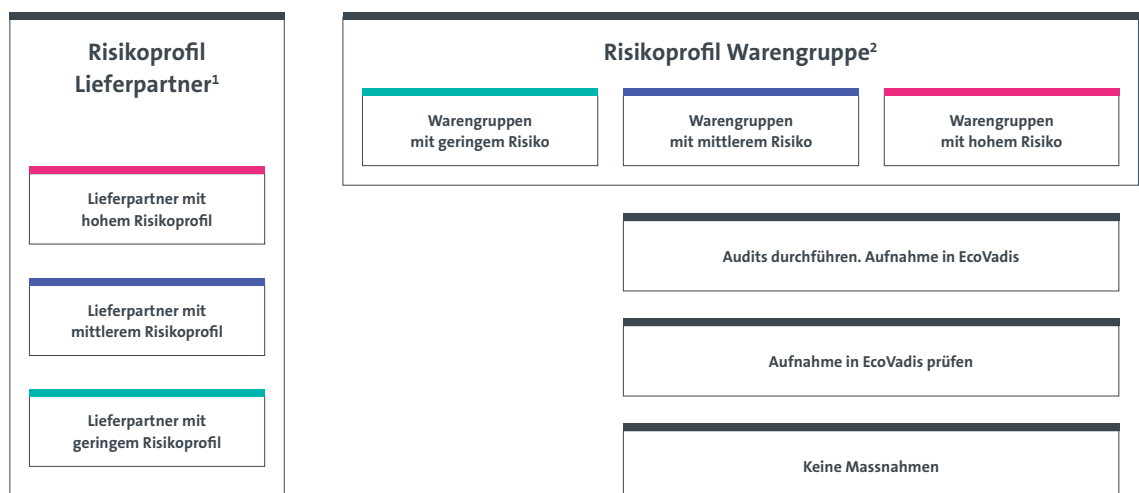
Im ersten Schritt des Filterverfahrens beurteilt Swisscom alle Warengruppen anhand von klar definierten Kriterien auf ihre ökologischen und sozialen Risiken. Dadurch lassen sich die einzelnen Warengruppen den drei Risikoprofilen Gering, Mittel und Hoch zuordnen.

Im zweiten Schritt des Verfahrens ermittelt Swisscom Lieferpartner mit Waren in hohen und mittleren Risikoprofilen unter Berücksichtigung eines eigens entwickelten Kritikalitätsrasters. Entsprechend prüft sie die Lieferpartner individuell mithilfe klar definierter Kriterien auf Risiken. Zusätzlich zum Risikoprofil der Warengruppe sieht das Verfahren weitere Gründe

für eine Risikoüberwachung vor. Demzufolge nimmt Swisscom übrige Lieferanten situationsgebunden aufgrund ihres Risikoprofils in das Risikomonitoring auf. Wo im Sinne der Risikovermeidung sinnvoll, wird die Lieferkette in das Risikomonitoring einbezogen. Nach demselben Ansatz bestimmt Swisscom die Risiken potenzieller Lieferpartner. Das Ergebnis der Prüfung fließt in die Entscheidung über eine Zusammenarbeit ein.

Nach diesem Verfahren hat Swisscom Mitte 2018 430 Lieferanten, Sublieferanten und potenzielle Lieferanten in nahezu 50 Ländern und ungefähr 80 Lieferketten mit über 400 Lieferpfaden im Risikomonitoring.

## Übersicht und Vorgaben des Risikomanagements in der Lieferkette



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

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

## Selbstdeklarationen und Self-Assessments

Swisscom hat ihr Ziel, 160 Lieferanten auf der E-Tasc-Plattform zu bewerten, bereits im Vorjahr 2017 erreicht. 2018 hat sie weitere Lieferanten identifiziert, die 2019 neu registriert und zu einem Assessment eingeladen werden sollen. Swisscom hat im Berichtsjahr das Portfolio konsolidiert und bereinigt. So stellte Swisscom nicht mehr relevante Lieferanten in ihrem Portfolio inaktiv. Ungeachtet bleiben diese für andere Kunden auf der Plattform sichtbar. Im Berichtsjahr führte Swisscom erneut mehrere begleitete Re-Assessments durch. Die betroffenen Lieferanten verbesserten sich durch entsprechende Korrekturmassnahmen um durchschnittlich 8% gegenüber dem letzten Gesamtscore. Im Vergleich zu den weltweit auf der Plattform erfassten Lieferanten (mehrere Tausend) schnitten die Swisscom Lieferanten um 38% besser ab. Zudem stieg der durchschnittliche Gesamtscore aller Swisscom Lieferanten. 2019 will Swisscom erneut die Liste der Lieferanten aus Warengruppen mit hohem Risiko kritisch überprüfen. Ferner hat sie 2018 ein Self-Assessment hinsichtlich ihrer eigenen Nachhaltigkeit abgeschlossen mit dem Resultat Low Risk.

## Audits

Swisscom ist seit 2011 Mitglied der Joint Audit Cooperation (JAC). 2018 hat sie im Rahmen der Zusammenarbeit mit JAC 5 Audits durchgeführt. Die JAC ist ein Zusammenschluss von 16 Telekommunikationsunternehmen. Sie prüft, bewertet und fördert Massnahmen, die in den Produktionszentren der wichtigsten multinationalen ICT-Lieferanten die gesellschaftliche Verantwortung wahren.

Die Audits identifizieren negative soziale oder umweltrelevante Auswirkungen und gehen diese durch entsprechende Massnahmen an.

Die Audits vor Ort orientieren sich an folgenden Richtlinien:

- **Vorbereitung:** Die Audits beruhen auf Informationen, die im Vorfeld über den zu prüfenden Betrieb einzuholen sind.
- **Geschulte Prüfer:** Die Audits werden von internationalen Auditunternehmen durchgeführt. Diese Unternehmen sind auf die besonderen sozialen und umweltpolitischen Umstände im jeweiligen Land spezialisiert.
- **Geheimhaltung:** Mit den Lieferanten werden Geheimhaltungsvereinbarungen getroffen. Damit sind die Ergebnisse der Audits nur den JAC-Mitgliedern bekannt.
- **Methodik:** Die JAC-Mitglieder prüfen die Betriebe mittels einer Checkliste auf Basis der Standards SA 8000 (unter anderem hinsichtlich Arbeitsbedingungen, Gesundheit und Sicherheit, Umwelt, Geschäftsethik und Managementsystem) sowie ISO 14001.
- **Bericht:** Der Bericht enthält die auf objektiven Nachweisen beruhenden Ergebnisse.

- **Zusammenarbeit mit den Lieferanten:** Die Zusammenarbeit stützt sich auf das gemeinsame Bewusstsein, wonach ein Management der Corporate Responsibility-Risiken (CR-Risiken) eine entscheidende Rolle für eine verantwortliche, nachhaltige Entwicklung spielt.
- **Zusammenarbeit bzw. Weiterentwicklung der Lieferanten:** Auf Grundlage der Ergebnisse des Audits werden mit den Lieferanten Korrekturmassnahmen festgelegt, um Schwachpunkte zu beseitigen. Das jeweilige JAC-Mitglied verfolgt die Umsetzung dieser Massnahmen bis zum offiziellen Abschluss des Audits. Die Bearbeitung der Auditberichte und Korrekturmassnahmen erfolgt auf der gemeinsamen Auditplattform von EcoVadis.

In regelmässigen Telefonkonferenzen legen die JAC-Mitglieder die Auditagenda fest, prüfen Auditberichte und überwachen den Fortschritt der geplanten Korrekturmassnahmen. Diese regelmässigen Konferenzen und der Austausch über Best Practices helfen, die CR-Kriterien besser zu beurteilen und die JAC-Initiative effizienter zu gestalten. Viermal im Jahr finden Treffen des JAC-Lenkungsausschusses statt, der aus Vertretern der oberen Führungsebene der jeweiligen CR- und Sourcing-Bereiche besteht. Am Treffen überprüft der Ausschuss die Ergebnisse der Auditkampagne, trifft Entscheidungen zum weiteren Vorgehen und lanciert neue Projekte.

2018 führte die Partnerorganisation Good World Solution (Elevate) ergänzend zu den klassischen CR-Audits wieder sogenannte Mobile Surveys durch. Arbeiter beantworteten Fragen über die Arbeitsbedingungen ausserhalb der Fabriken auf ihrem Mobiltelefon. Diese Mobile Surveys stellen eine vielversprechende Befragungsmethode dar. JAC hat im Berichtsjahr insgesamt 18 Mobile Surveys lanciert.

Die JAC-Initiative hat im Jahr 2018 ihre Massnahmen weiterentwickelt: Hierzu gehören die JAC Academy, die gezielte CR-Trainings bei Lieferanten durchführt, sowie die JAC Awards, die 2018 zum zweiten Mal die besten Leistungen im Bereich der nachhaltigen Lieferkette ausgezeichnet haben. Die Vergabe der Zertifikate findet jährlich anlässlich des JAC CSR Forums in China statt. Aus dem Swisscom Portfolio werden sechs Lieferanten geehrt. Eine Arbeitsgruppe bearbeitet das Thema Kreislaufwirtschaft (Circular Economy), dessen Bedeutung vor allem im Zusammenhang mit Computer-Hardware kontinuierlich steigt.

## Ziel Arbeitsbedingungen

Swisscom will bis 2025 die sozialen Arbeitsbedingungen von 2 Mio. Menschen in ihrer Lieferkette verbessern. Zu diesem Zweck intensiviert sie internationale Kooperationen wie mit der JAC, die sicherstellen, dass entsprechende Massnahmen gemeinsam mit den Lieferanten umgesetzt werden.

## Auditergebnisse

Insgesamt sind 2018 im Netzwerk von JAC 116 Audits bei Lieferanten erfolgt (Vorjahr 89). Der Anteil an Audits bei Zulieferpartnern (Tier 2/3-Lieferanten) hat sich auf 75% erhöht.

Die Audits betreffen Produktionsstätten, die mehrheitlich in China, Taiwan, Indien, Japan, Südkorea und Südamerika angesiedelt sind. Die 2018 durchgeführten Audits haben eine begrenzte Anzahl von Nonconformities und unterschiedliche Arten von Noncompliances ergeben. Die Noncompliances beziehen sich hauptsächlich auf Arbeitszeit, Arbeitssicherheit, Umwelt, Gehalt und Gesundheit bzw. Sicherheit. Darüber hinaus haben die Audits einige Fälle von Diskriminierung und Beschäftigung von Minderjährigen aufgedeckt. Der Zeitraum für die Behebung der

Probleme ist abhängig von der Art der Noncompliance. So benötigt die Behebung von Unregelmässigkeiten im Rahmen der Arbeitszeit (z.B. die Begrenzung von Regelarbeitszeit und Mehrarbeit) in der Regel mehrere Monate, da sie sich auf das Personalwesen des betroffenen Unternehmens auswirkt.

Das Netzwerk JAC hat seit 2010 insgesamt 482 Audits in 33 Ländern auf vier Kontinenten durchgeführt.

Insgesamt haben die Audits 1 Mio Arbeitnehmer erfasst und 3'062 Verfehlungen identifiziert. Davon sind noch 437 Fälle offen bzw. nicht abgeschlossen.

In der Tabelle sind die noch offenen Schwachstellen im Berichtsjahr aufgeführt:

Anzahl Schwachstellen	2016	2017	2018
Gesundheit und Sicherheit	114	97	177
Arbeitszeit/Überzeit	52	63	84
Geschäftsethik	67	37	49
Kinder- und Jugendarbeit	7	2	6
Arbeitsentgelt	20	11	24
Umwelt	34	28	56
Zwangsarbeit und Diskriminierung	9	14	13
Disziplinarvorgehen und Vereinigungsfreiheit	0	5	6

Im Berichtsjahr haben die Audits 768 Schwachstellen identifiziert. Von den noch offenen stehen die meisten Fälle im Zusammenhang mit Fragen der Arbeitszeit. Schwachstellen hinsichtlich Jugendarbeit betreffen Fälle von Überzeit oder Nachtschichten, nicht aber Fälle von Kinderarbeit. Bei beanstandeten Diskriminierungen handelt es sich um Fälle ungenügender Formalisierung von Verträgen, nicht aber um Zwangsarbeit. Schwachstellen im Bereich der Umweltthemen betreffen die Lagerung von chemischen Produkten und das Fehlen von Umweltberichten.

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

## Carbon Disclosure Project – Supply Chain Program

Im Berichtsjahr hat Swisscom die Kooperation mit dem Carbon Disclosure Project (CDP) weitergeführt. Das CDP ist eine im Jahr 2000 gegründete Non-Profit-Organisation. Sie regt Unternehmen dazu an, relevante Umweltdaten wie klimaschädliche Treibhausgasemissionen und den Wasserverbrauch zu veröffentlichen. Einmal jährlich erhebt das CDP im Namen von Investoren bei Unternehmen – mittels standardisierter Fragebögen und auf freiwilliger Basis – Daten und Informationen zu CO<sub>2</sub>-Emissionen, Klimarisiken sowie Reduktionszielen und -strategien. Das CDP verwaltet die weltweit grösste Datenbank ihrer Art.

Im Rahmen ihrer Kooperation mit dem CDP hat Swisscom 71 (Vorjahr 62) ihrer wichtigsten Lieferanten angeschrieben und befragt. Die befragten Lieferanten weisen ein hohes Bestellvolumen oder eine hohe Umweltrelevanz auf. Dank einer Rücklaufquote von 92% (Vorjahr 91%) wurde die Befragung wiederum erfolgreich abgeschlossen. Im vierten Quartal 2018 analysierte das CDP die Rückmeldungen und bewertete die teilnehmenden Lieferanten mittels Scoring. Die Resultate fliessen teilweise in die E-Tasc-Plattform von EcoVadis ein und dienen als Grundlage für die ganzheitliche Bewertung der wichtigsten Swisscom Lieferanten.

Im Rahmen der neuen CR-Strategie 2025 verfolgt Swisscom im Bereich des Klimaschutzes wieder eine konkrete Zielsetzung. Da die Lieferkette für den Hauptanteil der sogenannten Scope-3-Emissionen verantwortlich ist, spielen die CO<sub>2</sub>-Emissionen in der Lieferkette für den Klimaschutz eine grundlegende Rolle. Swisscom wird 2019 im Rahmen ihrer Zusammenarbeit mit dem CDP wieder am Action Exchange Program (AEP) teilnehmen und mit einzelnen Lieferanten konkrete Entwicklungspläne festlegen. Da das CDP die Emissionsdaten der Lieferanten erhebt, erhält Swisscom eine verlässliche Grundlage, um Reduktionsziele für das eigene Unternehmen sowie für die Schlüssellieferanten festzulegen.

## GeSI – Engagement

Im Rahmen von GeSI, der Global e-Sustainability Initiative, setzen sich die weltweit führenden ICT-Anbieter für den nachhaltigen Wandel mittels



neuer Technologien ein. GeSI hat ihre Organisation und ihre Aktivitäten stark auf die SDG (Sustainable Development Goals) ausgerichtet. Swisscom engagiert sich im Rahmen von GeSI in unterschiedlichen Projekten – so etwa für eine faire und nachhaltige Lieferkette –, die eine Zusammenarbeit auf globaler Basis erfordern. Darüber hinaus steuert Swisscom CR-Projekte von GeSI aktiv mit. Hierzu gehört die Mitarbeit an der SDG-Studie (Digital Access Index), am SMARTer2030 Report sowie am GeSI SystemTransformationReport; ferner die Weiterentwicklung des SASF (Sustainability Assessment Standard Framework), der künftig als Standard für die gesamte ICT-Branche dienen soll, sowie die fortlaufende Weiterentwicklung von E-Tasc als übergreifende Plattform, um Self-Assessments und Audits von Lieferanten abzuwickeln. Im Rahmen des «+Better World Program» trägt Swisscom dazu bei, ausgewählte Lieferanten in unterschiedlichen Disziplinen gezielt weiterzuentwickeln.

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

## Hauptrisikofaktoren in der Lieferkette

### Menschenrechte

Swisscom achtet in besonderem Masse auf die Einhaltung der Menschenrechte in denjenigen Bereichen, die im Standard SA 8000 der Social Accountability International (SAI) aufgeführt sind. Diese Bereiche sind Kinderarbeit, Zwangsarbeit, Gesundheit und Sicherheit, Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen, Diskriminierung, Disziplin, Arbeitszeit sowie Entlohnung. 2016 hat Swisscom auf ihrer Website eine neue Menschenrechtspolitik (Human Resources Policy) veröffentlicht.

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

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

Die Klimaveränderung birgt Risiken: so z.B. in Form von intensiveren Niederschlägen und erhöhten Durchschnittstemperaturen sowie extremen Wetterereignissen. Diese Risiken könnten die Herstellung von Telekommunikationsprodukten und Netzausrüstungen sowie deren Transport in die Schweiz gefährden und damit die Marktchancen und den Betrieb von Swisscom beeinträchtigen. Das Treibhausgasinventar von Swisscom zeigt, dass der grösste Anteil der CO<sub>2</sub>-Emissionen auf die Lieferkette entfällt. Swisscom hat diesen Umstand in ihrem strategischen Schwerpunkt Klimaschutz berücksichtigt.

### Rohstoffe

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

- **Januar 2012:** Swisscom wird über die Mitgliedschaft in der Global e-Sustainability Initiative (GeSI) Mitglied bei der World Resources Forum (WRF) Association.
- **März 2012:** Gründungsversammlung der WRF Association; Swisscom vertritt GeSI bei den Zusammenkünften der WRF Association.
- **März/Oktober 2013:** Teilnahme an der Generalversammlung der WRF Association in St. Gallen und des WRF in Davos.
- **Oktober 2013:** Dialog mit der NGO «Brot für alle» und Beitrag zum Symposium «High Tech – No Rights» in Bern.

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

- **2014/15:** Vorabklärungen zu einer Zusammenarbeit mit Fairphone.
- **März 2016:** Vermarktung von Fairphone über einen indirekten Vertriebskanal. – Durch ihr fair produziertes Smartphone will das niederländische Start-up Fairphone die Telekommunikationsbranche bewegen. Es setzt auf eine ethische Rohstoffgewinnung, soziale Produktionsbedingungen und die Langlebigkeit des Produkts. Fairphone hat bewusst Swisscom als nachhaltige Partnerin gewählt.
- **Mai 2016:** Durch ihre Petition «Stopp Benzol» machen die beiden Hilfswerke «Brot für alle» und «Fastenopfer» im Sommer 2016 auf die Risiken aufmerksam, zu denen der Einsatz von Benzol in der Produktion von Mobiltelefonen führt. Sie haben zu diesem Zweck ein Rating der grössten Schweizer Verkäufer von Mobiltelefonen und ihrer Bestrebungen gegen Benzol erstellt. Dieses Rating weist Swisscom mit dem besten Resultat aus. Als Weiterverkäuferin von Mobiltelefonen und Tablets ist Swisscom bestrebt, durch ihre dauerhafte internationale Zusammenarbeit im Rahmen von GeSI und JAC die Nachhaltigkeit und die Arbeitsbedingungen in der Lieferkette schrittweise zu verbessern.
- **Seit 2017:** Durch die aktive Anbindung an die Global e-Sustainability Initiative (GeSi) ist Swisscom indirekt der Responsible Mining Initiative (RMI) der Responsible Business Alliance (RBA) angeschlossen. Diese Initiative setzt sich zum Ziel, die Herkunft von Konfliktmineralien (conflict minerals) stärker zu überwachen.

☺ Siehe unter [www.rba-online.org](http://www.rba-online.org)

### Korruption

Swisscom bekennt sich in den internen Vorgaben zu einer Nulltoleranzpolitik im Umgang mit Korruption. Die Vorgaben werden durch regelmässige Schulungen, Prüfungen und Audits konzernweit durchgesetzt. Zudem fordert Swisscom ihre Lieferanten auf, sich ebenfalls zur Einhaltung dieser Vorgaben zu verpflichten. Von den eigenen Mitarbeitenden wie auch von allen Lieferanten erwartet Swisscom, unzulässige Vorteile weder zu gewähren noch anzunehmen. Widerhandlungen können bei den eigenen Mitarbeitenden zu disziplinarischen Massnahmen bis hin zur



Sie hat die Verpackung angepasst und beim Verpackungsmaterial von Primärfasern auf Recyclingmaterial umgestellt. Dies spart gemäss Herstellerangaben bei der Herstellung bis zu 60% der Energie sowie bis zu 70% Wasser und reduziert die CO<sub>2</sub>-Emissionen und Abfallmenge. Inzwischen setzt Swisscom auf ein dekoratives Design der Verpackung, das ihren Kunden einen Mehrwert bietet: Die Verpackung lässt sich als attraktive Geschenk- oder Aufbewahrungsbox nutzen und wird so sinnvoll weiterverwendet.

# Vernetzte Schweiz

Bis 2020 will Swisscom 85% der Wohnungen und Geschäfte mit Ultra-breitband (mindestens 100 Mbit/s) abdecken. 99% der Bevölkerung sollen vom mobilen Ultrabreitband profitieren. Durch ihre Investitionen in der Schweiz leistet Swisscom in der Zeitspanne von 2014 bis 2020 – über die direkte Wertschöpfung hinaus – indirekt einen Beitrag zum Bruttoinlandprodukt von rund CHF 30 Mrd. Sie trägt damit zur Schaffung und zum Erhalt von Arbeitsplätzen in der Schweiz bei.

## Managementansatz

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

Das Netz ist das Kernstück von Swisscom. Ohne eine leistungsfähige Infrastruktur ist Swisscom nicht in der Lage, ihre bewährten Dienstleistungen anzubieten und die Schweiz, die Schweizer Bevölkerung und die ansässigen Firmen bei der Digitalisierung zu begleiten.

Bei Swisscom ist der Bereich IT, Network & Infrastructure unter der Leitung des CIO und CTO Swisscom für den Ausbau des Netzes verantwortlich. Die rund 4'000 Mitarbeitenden stellen sicher, dass Swisscom ihren Kunden einen optimalen Technologiemix bietet und die Kunden ihre Chancen in der vernetzten Welt einfach nutzen. Swisscom verfolgt deshalb das Ziel, ihren Kunden Innovationen jeweils als erste Telekommunikationsanbieterin in der Schweiz zur Verfügung zu stellen und in der gesamten Schweiz den entsprechenden Bedürfnissen gerecht zu werden. So will Swisscom bis Ende 2021 über das Festnetz 90% der Schweizer Haushalte in Bauzonen mit Geschwindigkeiten von mindestens 80 Mbit/s versorgen. Im Mobilfunk soll 5G die nächste Generation zum Betriebssystem der Digitalisierung werden. Bereits heute bietet Swisscom für 97% der Schweizer Wohnungen und Geschäfte Breitbandinternet an, und im Mobilfunk erreichen 4G, 3G und 2G 99% der Schweizer Bevölkerung. Im internationalen Vergleich werden die Leistungen von Swisscom als sehr gut beurteilt. So bescheinigen international unabhängige Tests dem Mobilfunknetz von Swisscom regelmässig eine Spitzenposition innerhalb der Schweiz bzw. sogar im Ländervergleich von Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Der Infrastrukturwettbewerb in der Schweiz bleibt intensiv. Swisscom wird sich weiterhin gegenüber Mobilfunkanbietern, Kabelnetzbetreibern und Stromanbietern beweisen müssen. Sie investiert deshalb jährlich CHF 1,6 Mrd. in ihre Infrastruktur

und tätigt damit im schweizweiten Vergleich die höchsten Investitionen.



Goal 8  
DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

## Einfluss der Investitionen von Telekommunikationsunternehmen auf das Bruttoinlandprodukt (BIP) und auf die Beschäftigung

Die Boston Consulting Group (BCG) hat im Auftrag der European Telecommunications Network Operators' Association (ETNO) den Einfluss berechnet, den Investitionen von Telekommunikationsunternehmen auf das Bruttoinlandprodukt (BIP) und die Beschäftigung – zwei der wesentlichen makroökonomischen Zielgrössen – ausüben. Die Berechnung beruht auf insgesamt elf wissenschaftlichen Studien. Fünf davon untersuchen den Einfluss von Telekommunikationsunternehmen auf das BIP, sechs den Einfluss auf die Beschäftigung. In Zusammenarbeit mit BCG hat Swisscom das Berechnungsmodell und die Erkenntnisse aller elf Studien auf die eigene Situation übertragen. Der von BCG errechnete Einfluss von Swisscom auf die Beschäftigung ist in der Schweiz um den Faktor 1,8 geringer als in anderen Staaten, da das Lohnniveau in der Schweiz besonders hoch ist, und somit pro investierten Franken weniger Arbeitsplätze geschaffen werden können (Basis der Studie ist der jährliche Durchschnittslohn).

## Investitionen von Swisscom in Milliardenhöhe

2018 hat Swisscom erneut rund CHF 1,6 Mrd. in der Schweiz investiert. Von 2019 bis Ende 2020 plant Swisscom, in der Schweiz weitere Investitionen in Milliardenhöhe zu tätigen. Gemäss dem Modell von BCG steuert Swisscom damit im Zeitraum von 2014 bis 2020 indirekt über CHF 30 Mrd. zum BIP bei – und zwar zusätzlich zur eigenen Wertschöpfung von insgesamt rund CHF 35 Mrd. (bzw. von CHF 5 Mrd. jährlich über einen Zeitraum von sieben Jahren). Gemäss einer Zwischenbilanz hat Swisscom nach fünf Jahren bereits CHF 23 Mrd. an indirekter Wertschöpfung erzielt. Damit liegt Swisscom nach fünf von sieben Jahren bei drei Viertel der insgesamt veran-

schlagten Wertschöpfung. Bei annähernd gleichen Investitionen in den kommenden zwei Jahren wird Swisscom die geschätzten Zahlen für den Zeitraum 2014 bis 2020 übertreffen und zur Schaffung und zum Erhalt von Arbeitsplätzen in der Schweiz beitragen.

Die Erhebung und Messung der Zielerreichung erfolgen durch den Geschäftsplanprozess sowie die jährlichen Segmentinformationen und Wertschöpfungsrechnungen, die im Geschäftsbericht veröffentlicht sind. BCG überprüft das Berechnungsmodell bei Bedarf und passt es neuen wissenschaftlichen Erkenntnissen an.

Das in diesem Nachhaltigkeitsbericht enthaltene Kapitel «Vernetzte Schweiz» bezieht sich auf das Kapitel «Infrastruktur» des Geschäftsberichts, Seiten 23.

## Grundversorgung

### Flächendeckende Versorgung

Swisscom erbringt die Telekommunikationsgrundversorgung für die Schweiz und führt diese gemäss der

	Einheit	2016	2017	2018
Anzahl öffentlicher Sprechstellen <sup>1</sup>	Anzahl	3'553	2'960	1'181
Anzahl Notrufe	in Tausend	2'740	2'799	2'824
Anzahl Anrufe auf Seh- und Hörbehindertendienst	in Tausend	372	349	293

1 Davon 2'451 (2017) und 2'844 (2016) in der Grundversorgung.

neu erteilten Grundversorgungskonzession bis Ende 2022 weiter. Sie sichert dadurch die flächendeckende Versorgung der Schweizer Bevölkerung mit einem Netzzugang. Diese Versorgung umfasst in erster Linie Sprachtelefonie sowie einen Breitband-Internetzugang. Die garantierte Mindestübertragungsgeschwindigkeit für den Breitband-Internetzugang beträgt 3 Mbps im Download und 300 kbps im Upload. Die Preisobergrenze für diesen Dienst (inkl. Festnetztelefonie) beträgt CHF 55 pro Monat (exkl. Mehrwertsteuer).



Goal 9  
INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE

Swisscom unterhält im Rahmen der Grundversorgungspflicht, die sie seit jeher wahrnimmt, ausserdem besondere Dienste für Personen mit einer Beeinträchtigung. Sie verzichtet derzeit auf eine finanzielle Abgeltung für die ungedeckten Kosten der Grundversorgung.

Ab 2018 öffentliche Sprechstellen nicht mehr in der Grundversorgung.

### Versorgung von Alpbetrieben und SAC-Hütten

Der Schweizerische Alpenclub (SAC), der Schweizerische Alpwirtschaftliche Verband (SAV) und Swisscom haben 2017 eine Partnerschaft geschlossen, um den Alpbetrieben und Berghütten den Anschluss an die Kommunikation der Zukunft zu ermöglichen. Die Verbände unterstützen Alpbetriebe und SAC-Hütten bei der Stromversorgung, Swisscom sorgt für die Umstellung auf die zukunftsorientierte IP-Technologie.

### Netzneutralität

Swisscom hat zusammen mit weiteren Netzbetreibern und den Verbänden Suissedigital und asut 2014 einen Verhaltenskodex für ein offenes Internet ausgearbeitet. Die Unterzeichner des Verhaltenskodex bekennen sich zu einem offenen Internet. In der Schweiz sollen alle Nutzer Inhalte, Dienste, Anwendungen sowie Hard- und Software nach ihrer Wahl nutzen. Vorbehaltlich behördlicher Anforderungen sperrt oder behindert Swisscom deshalb keinerlei Dienste und Anwendungen; die Informations- und Meinungsäusserungsfreiheit im Web bleibt uneingeschränkt erhalten. Die Unterzeichner des Verhaltenskodex haben zudem 2015 eine unabhängige Schlichtungsstelle eingerichtet. Nutzer, die der Meinung sind, ihr Anbieter verletze den Verhaltenskodex, können die Schlichtungsstelle Netzneutralität

anrufen, sofern die vorgängigen Gespräche mit dem Netzbetreiber zu keiner Klärung geführt haben. Bisher sind acht Gesuche bei der Schlichtungsstelle eingegangen, wobei nicht alle unter die Kompetenzen der Schlichtungsstelle fallen. Bislang stellte die Schlichtungsstelle in keinem Fall eine Verletzung der Netzneutralität fest.

### Internet der Dinge

Swisscom errichtet nach dem nationalen Ausbau des Low Power Network (LPN) weitere nationale Netze für das Internet der Dinge und verwendet hierbei die beiden mobilfunkbasierten Technologien Narrow Band-LoT und LTE Cat M1. Sie setzt bewusst auf einen Technologiemix, um ihren Kunden sämtliche Anwendungen des Internets der Dinge zu ermöglichen. Swisscom Kunden können sich damit in vollem Umfang auf ihre Anwendungen konzentrieren. Die drei Netze bilden die Basis, um Millionen von Objekten zu verbinden: darunter Velos, Stromzähler, Umweltsensoren, Wertgegenstände, Autos oder Gebäudetechnik.



Goal 9  
INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE

Das Internet der Dinge legt den Grundstein für intelligente Städte, energieeffiziente Gebäude, Machine to Machine-Vernetzungen und neue digitale

Anwendungen. Denn es ermöglicht Infrastruktur, Geräten und Dingen die Vernetzung sowie gegenseitige Kommunikation – und macht sie für die Benutzer direkt greifbar, indem es Fragen wie die folgenden beantwortet: Wo befindet sich ein Objekt? Bewegt es sich, steht es? Wie warm ist es? Wie hoch ist der Füllstand? Droht ein Betriebsausfall? – Damit ermöglicht das Internet der Dinge ein effizientes, vorausschauendes Management und hilft, Ressourcen zu schonen und optimal zu bewirtschaften. Swisscom unterstützt Firmen bei der Digitalisierung und der Entwicklung von Anwendungen rund um das Internet der Dinge. Denn das Internet der Dinge verändert den Entwicklungsprozess: Produkte sind nicht mehr länger isolierte Objekte, sondern lassen sich durch Vernetzung zu weiterführenden Dienstleistungen ausbauen. Beispielsweise kann ein Heizungshersteller auf diese Weise alle Dienstleistungen rund um Wärme anbieten, ein Hersteller von Sonnenschutzeinrichtungen die ganzheitliche Beschattung.

© Siehe unter [www.lora-alliance.org](http://www.lora-alliance.org)



# Innovation und Entwicklung

Innovation erfolgt in allen Bereichen von Swisscom sowie über die Unternehmensgrenzen hinaus. Als zentrale Treiberin für die wirtschaftliche Nachhaltigkeit ist Innovation auch ein wichtiger Hebel, um im Kerngeschäft relevant zu bleiben, in neuen Themenfeldern zu wachsen und interne Abläufe zu digitalisieren. Swisscom konzentriert ihre Innovationsaktivitäten auf sieben Innovationsfelder, die unmittelbar das Erreichen der Konzernziele unterstützen.

## Managementansatz

Das geschäftliche Umfeld von Swisscom verändert sich rasant, Innovation und Entwicklung, d.h. die kommerziell erfolgreiche Umsetzung neuer Ideen, werden immer wichtiger. Innovation ist eine zentrale Treiberin für wirtschaftliche Nachhaltigkeit. Swisscom macht heute einen Grossteil des Umsatzes mit Produkten, die wenige Jahre alt sind. Innovation ist zudem ein wichtiger Hebel, um im Kerngeschäft relevant zu bleiben, in neuen Themenfeldern zu wachsen und interne Arbeitsabläufe zu digitalisieren. Swisscom verfolgt das Ziel, strategische Herausforderungen, neue Wachstumsfelder und künftige Kundenbedürfnisse früh zu erkennen. Innovationen werden deshalb mittels verschiedener Ansätze wie «Open Innovation», «Cooperations», «Ventures» und «Enabling Services» vorangetrieben. Innovation erfolgt folglich in allen Bereichen von Swisscom und über die Unternehmensgrenzen hinaus zusammen mit Partnern wie Hochschulen, Start-ups und etablierten Technologieunternehmen. Dies sind wichtige Erfolgsfaktoren, um die ICT-Zukunft in der Schweiz aktiv zu gestalten.

## Erfolgsfaktor «Open Innovation»

Swisscom baut auf den Austausch mit Kunden, Mitarbeitenden, Lieferanten und weiteren Partnern. Dieser Austausch ermöglicht einen kontinuierlichen, offenen Innovationsprozess und stellt Kunden und ihre Bedürfnisse mittels einer Human Centered Design-Methode ins Zentrum. Swisscom schafft dadurch einfache, inspirierende Erlebnisse und begleitet ihre Kunden in der digitalen Welt. Sie arbeitet dafür eng mit Creaholic zusammen. Die beiden Partner haben 2017 gemeinsam ein Innovationshaus in Biel gegründet.

Innerhalb des Unternehmens pflegt und fördert Swisscom die dezentrale Produktentwicklung. Neue Ideen entstehen deshalb in allen Bereichen des Unternehmens. In Veranstaltungen und auf Platt-

formen erhalten Mitarbeitende die Gelegenheit, zukunftsweisende Ideen auszutauschen und Best Practice-Beispiele kennenzulernen. Ein Beispiel ist die jährliche Innovationswoche: Teams aus Mitarbeitenden unterschiedlicher Bereiche setzen eine neue Idee um, die ein Kundenbedürfnis befriedigt, geschäftsrelevant ist und Marktpotenzial besitzt.

Vor drei Jahren hat Swisscom das Intrapreneurship-Programm «Swisscom Kickbox» lanciert. Dieses unterstützt Pioniere aus dem Unternehmen. Die Kickbox liefert interessierten Mitarbeitenden das nötige Rüstzeug – unter anderem ein Startguthaben, ein Zeitbudget sowie Kontakte zu Innovationsexperten –, um eine Idee zu einem Prototyp weiterzuentwickeln. Seit 2017 wird das Programm auch anderen Unternehmen angeboten. Diese erhalten von Swisscom im Rahmen der Kickbox Academy eine Einführung. Die Pioniere tauschen sich in der Folge über die Innovationsplattform aus und werden Teil einer firmenübergreifenden Open Innovation Community. Dieser haben sich neben Swisscom unter anderem bereits SBB, Post, Axpo und Bâloise angeschlossen.

☉ Siehe unter [www.getkickbox.com](http://www.getkickbox.com)

Die Swisscom StartUp Challenge ist 2018 bereits zum sechsten Mal durchgeführt worden. Als Gewinn winkt ein einwöchiges Mentoringprogramm im Silicon Valley. Der Swisscom interne FinTech-Cluster kooperiert seit 2016 mit Jungunternehmen der Finanzindustrie. Swisscom investiert zudem gezielt in erfolgversprechende FinTech-Start-ups und treibt die Zusammenarbeit an innovativen Digital Banking Services voran. Der FinTech-Cluster ist auf die Themenbereiche Finanzmarktplätze, Vertrauensdienste und Anwendungen der Blockchain-Technologie für die Finanzindustrie ausgerichtet.

Seit 1998 ist Swisscom im Silicon Valley präsent. Ihre Aussenstelle macht gezieltes Trend- und Technologie-Scouting und trägt dazu bei, dass Swisscom über die Zusammenarbeit mit Start-ups an der Spitze der

technologischen Entwicklung bleibt. Ebenfalls betreibt Swisscom seit 2017 eine Aussenstelle in Berlin sowie seit 2018 in Shanghai. Ziel ist es, neue Geschäftsideen und -modelle unter die Lupe zu nehmen und Technologietrends frühzeitig zu antizipieren. Zusätzlich zu nationalen Initiativen arbeitet Swisscom in internationalen Gremien aktiv an Technologien von morgen mit, so z.B. in der GSMA an der Standardisierung von eSim.

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

### Erfolgsfaktor «Cooperations»

Swisscom gestaltet die Zukunft der Schweiz aktiv mit. Ihr Engagement für eine innovationsstarke und wettbewerbsfähige Schweiz ist vielfältig: Swisscom unterstützt den Forschungsplatz Schweiz in Form von Investitionen und Partnerschaften mit Hochschulen und Institutionen. So finanziert sie den Lehrstuhl von Prof. Adrian Perrig, Leiter Network Security Group der ETH, und leistet damit einen Beitrag zur Informationssicherheit in der Schweiz. Als Partnerin der École polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL) ermöglicht Swisscom die Forschungsarbeiten in den Bereichen künstliche Intelligenz, IoT, Mensch und Smart Home (intelligentes Wohnen) sowie «5G for Switzerland». Im Rahmen dieser Partnerschaft unterstützt Swisscom finanziell ausgewählte Projekte, den Aufbau des «Digital Lab» (eines Kompetenzzentrums für Digitalisierung im Innovation Park der EPFL) sowie unterschiedliche andere Campusaktivitäten wie etwa Veranstaltungen zum Thema Digitalisierung. Ebenso arbeitet Swisscom mit dem Institut für Finanzdienstleistungen (IFZ) der Hochschule Luzern zusammen und unterstützt die Forschungstätigkeit im Bereich FinTech.

Swisscom ist ferner Partnerin des Swiss Innovation Parks: Als Mitglied des Stiftungsrats gestaltet sie den Park als Generationenprojekt aktiv mit. Durch die Beteiligung am regionalen Standort innovAARE unterstützt sie die Forschung im Bereich der Energie. Ebenfalls ist Swisscom Technologie- und Infrastrukturpartnerin des regionalen Standorts Biel. Schliesslich ist Swisscom Gründungsmitglied der Initiative Digital Switzerland (vormals Digital Zurich 2025), welche die Schweiz als attraktiven Start-up-Standort positionieren will. Zudem unterstützt sie Initiativen wie Venture Kick, den Impact Hub Zürich und Bern, Inkubatoren wie be-advanced und BlueLion oder kooperiert mit dem Institut für Jungunternehmen und fördert so ein dynamisches Umfeld für Start-ups.

Ebenfalls ist Swisscom Gründungsmitglied des Smart City Hub, der im August 2018 gegründet wurde und Städte, Hochschulen und Unternehmen vereint. Der Verband bezweckt einen intensivierten Austausch rund um Smart City.

Seit Sommer 2017 ist Swisscom durch ihren CEO Urs Schaeppi im neu gegründeten Beirat «Digitale Transformation» des Bundesrats vertreten – einem Beratungsgremium, das den Austausch zwischen

Politik, Wirtschaft und Wissenschaft fördert. In einer Expertenfunktion unterstützt Swisscom den Bundesrat bei den wichtigen Fragen der Digitalisierung.

### Erfolgsfaktor «Ventures»

Ausserhalb des Unternehmens fördert Swisscom Innovation in der gesamten Branche. Ein spezielles Engagement gilt jungen Unternehmen, die zukunfts-trächtige Lösungen im Feld der Informations-, Kommunikations- und Unterhaltungstechnologien anbieten. Swisscom beteiligt sich als Projektpartnerin und Investorin an Start-ups, unterstützt diese durch massgeschneiderte Produkte und Dienstleistungen und bietet ihnen Zugang zu Infrastruktur und Märkten. Seit der Gründung 2007 hat Swisscom Ventures in rund 50 Start-ups investiert und damit einen Beitrag zur Schaffung von rund 1'000 hochqualifizierten Arbeitsplätzen in der Schweiz geleistet. 23 dieser Start-ups sind mittlerweile verkauft worden. 2018 hat Swisscom gemeinsam mit institutionellen Investoren den Digital Transformation Fund gegründet. Dieser ist mit einem Gesamtkapital von CHF 150 Mio. dotiert. Swisscom selbst stellt zusätzliche CHF 50 Mio. bereit, die sie parallel zum Digital Transformation Fund für Investitionen in die betreffenden Start-ups zur Verfügung stellt. Somit stehen Jungunternehmen bis zu CHF 200 Mio. neues Innovationskapital zur Verfügung.

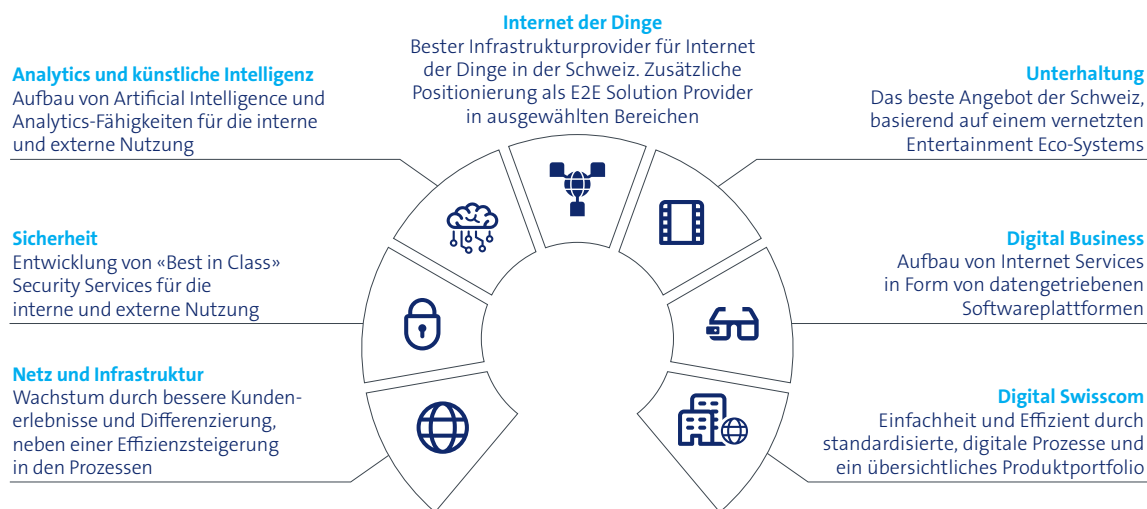
### Erfolgsfaktor «Enabling Services»

Swisscom will ihre Softwaretechnologien und Infrastrukturelemente durch eine stark serviceorientierte Vorgehensweise intern verfügbar machen. Sie ist überzeugt, die Entwicklung von Softwarelösungen durch Standardisierung und einen Selfservice-Ansatz voranzutreiben. Indem sie ihren Entwicklern alle wesentlichen Arbeitsgrundlagen – von Programmierschnittstellen über Hosting bis zum technischen Support – «as a service» anbietet, gestaltet sie die internen Abläufe wesentlich schlanker, rascher und kostengünstiger.

Swisscom setzt für schnellere und einfachere Innovationen stark auf das BizDevOps-Modell, in dem die Entwicklung über Unternehmenseinheiten hinweg zunehmend standardisierter verläuft. Das Modell zielt auf kurze, agile Entwicklungszyklen von wenigen Wochen, um neue Funktionen rasch einzuführen.

## Innovation mit Themenausrichtung

Swisscom konzentriert ihre Innovationsaktivitäten auf die folgenden sieben Innovationsfelder. Diese Innovationsfelder unterstützen unmittelbar das Erreichen der Konzernziele:



Swisscom investiert laufend in fortschrittliche Lösungen in diesen Innovationsfeldern. Sie will damit im ICT-Bereich die beste Infrastruktur für eine digitale Schweiz bereitstellen, neue Wachstumsfelder erschliessen und ihren Kunden die besten Services und Produkte bieten:

### Netz und Infrastruktur

Swisscom setzt auf einen Technologiemix, damit die ganze Schweiz von den Möglichkeiten der digitalen Welt profitiert – von Städten bis hin zu Alpthütten in der ganzen Schweiz. Mittels All IP-Transformation treibt sie in ihrem Festnetz konsequent die strikte Trennung von Zugangstechnologien und Diensten voran. Zudem erneuert sie dank innovativer Architektur alle Komponenten vom Kernnetz bis zum Anschluss. Sie verfolgt diese Entwicklung so konsequent wie nur wenige Anbieter weltweit. Damit legt Swisscom die Grundlage, um in Zukunft neue Dienste rasch einzuführen und ihren Kunden neue Entwicklungen stets als erste Anbieterin zur Verfügung zu stellen.

Im Bereich des Mobilfunks hat Swisscom die nächste Generation der Mobilfunkstandards, 5G, stark vorangetrieben. Im Frühling präsentierte Swisscom zusammen mit dem Medizinalunternehmen Ypsomed erste 5G-Anwendungen auf Basis volldigitalisierter Prozessketten von der Anlieferung der Rohstoffe über die Fertigung der Produkte bis hin zur Bereitstellung und Auslieferung. Zum ersten Mal wurden dabei alle Hard- und Softwarekomponenten direkt über eine 5G-Antenne bereitgestellt. Im zweiten Halbjahr folgten erste 5G-Testnetze in Burgdorf, Guttannen und Luzern.

Swisscom hat ihr Cloud-Angebot 2018 durch einen Multicloud-Ansatz breit ausgebaut. Kunden wählen aus globalen Public Clouds ebenso wie aus der Swisscom eigenen Enterprise Service Cloud. Diese

punktet mit ihrer Datenhaltung in der Schweiz. Swisscom unterstützt Unternehmen, ihre IT in die Cloud zu migrieren und dadurch von noch mehr Agilität, schnelleren Prozessen und tieferen Kosten zu profitieren. Ebenso nutzt Swisscom eigene Clouds für Services wie MyCloud. Der Mobilfunkstandard 5G lässt das Netz und die Cloud noch enger zusammenwachsen und bietet Swisscom wie ihren Kunden neue Möglichkeiten.

### Internet der Dinge

- **Schweizweite Netze für das Internet der Dinge (Internet of Things IoT):** Swisscom hat ihr IoT-Portfolio weiter ausgebaut. Zusätzlich zu den Zugangstechnologien LTE M und Narrow Band-IoT erweiterte sie ihre Connectivity Management-Plattformen um die Vodafone Global Data Service-Plattformen. LTE M und Narrow Band-IoT sind dedizierte Technologien für IoT-Anwendungen und sind eine Variante innerhalb des 4G/LTE-Standards. Das Low Power Network (LPN) versorgt inzwischen über 96% der Bevölkerung. 2018 hat Swisscom die SBB als weitere Kooperationspartnerin gewonnen, die unter anderem Standorte für die Netzverdichtung anbietet. Das IoT gewinnt stark an Fahrt, wie die vielen neuen Anwendungen seitens von Kunden belegen. Das breite IoT-Portfolio von Swisscom bietet alle Komponenten, um Anwendungen national und international zu verwirklichen. Im Rahmen unterschiedlicher Formate wie des Techie Tuesday (eine technische Sprechstunde rund um IoT) oder der LPN Bootcamps unterstützt Swisscom zudem Unternehmen ebenso wie Start-ups, um den Einstieg in das IoT zu ermöglichen und dieses weiterzuentwickeln.

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

- **Smart City:** 2018 hat Swisscom die unterschiedlichen Initiativen innerhalb des Unternehmens rund

um Smart City zu einem Team vereint und baut dieses marktabhängig aus. Im Rahmen des IoT-Projekts Carbosense hat Swisscom zusammen mit der Empa, dem Swiss Data Science Center (SDSC) sowie Decentlab beispielhaft bewiesen, wie das IoT-Städte und Regionen bei faktenbasierten Entscheidungen unterstützt. Um schweizweit die Initiativen rund um Smart City zu kanalisieren, hat Swisscom aktiv an der Gründung des Smart City Hubs mitgewirkt.

### **Analytics und künstliche Intelligenz**

- **Künstliche Intelligenz (KI):** Swisscom nutzt gezielt künstliche Intelligenz, um ihren Kunden einen noch besseren Service zu bieten. So wird KI z.B. im Kundendienst, bei der Erkennung von Netzstörungen oder bei der Effizienzsteigerung interner Prozesse eingesetzt. Ausserdem hilft Swisscom ihren Kunden mittels KI und Data Analytics, anfallende Daten gezielt auszuwerten.

### **Sicherheit**

- **Sicherheit dank künstlicher Intelligenz:** Die Bedrohungen aus dem Internet nehmen laufend zu und werden immer intelligenter. Swisscom setzt künstliche Intelligenz (KI) bereits heute in der Angriffsbekämpfung unterstützend ein, um Angriffe und Gefahren automatisch zu erkennen und entsprechende Gegenmassnahmen zeitnah einzuleiten – zum Schutz des eigenen Unternehmens, der eigenen Infrastruktur und der Kunden. Dadurch verbessert und beschleunigt Swisscom die Prozesse im Alltag und entlastet die Security-Experten. Greifbar wird das KI-basierte Vorgehen im Swisscom 7x24 Security Operation Center, das Geschäftskunden als Dienstleistung angeboten wird.

Darüber hinaus blockiert der Service Internet Guard pro Monat durchschnittlich 8 Mio. Zugriffe auf gefährliche Websites und schützt damit die Swisscom Kunden aktiv. Swisscom ist 2018 dem Cybersecurity Tech Accord beigetreten und verpflichtet sich damit öffentlich, ihre Kunden und Anwender bestmöglich vor Cyberangriffen zu schützen und das Bewusstsein für Sicherheit im Netz wie auch die Fähigkeiten zum Selbstschutz zu stärken.

### **Unterhaltung**

- **eSports:** Mit der «Swisscom Hero League powered by ESL» hat Swisscom in Zusammenarbeit mit ESL eine eigene Schweizer eSports-Liga gegründet. Diese richtet sich sowohl an Profis als auch an die breite Bevölkerung. Nebst der eSports-Liga wurden auf Swisscom TV mehrere Game-Sender ins Angebot aufgenommen und eine eigene Game-Themenwelt aufgebaut. Die Themenwelt bündelt die besten Sendungen, Videos und Apps zum Thema von allen Quellen auf Swisscom TV. Weiter optimiert Swisscom laufend sämtliche Netzkomponenten im Hinblick auf die Bedürfnisse der Gamer. Dazu gehören nebst einer hohen

Breitbandabdeckung auch schnelle Reaktionszeiten (Ping) und hohe Upload-Raten. Um seine gesellschaftliche Verantwortung wahrzunehmen, umfasst das eSports-Engagement auch Angebote im Medienkompetenz-Programm: So wurde eine Ausgabe des digitalen Ratgebers «enter» dem Thema Games und eSports gewidmet und ein neues Kursmodul für Eltern und Lehrer entwickelt. Für Swisscom sind Games und die Entwicklungen in der Gaming-Branche nicht nur ein gesellschaftlicher Trend, sondern auch Treiber für die Einführung neuer Technologien und ein nicht zu unterschätzender Wirtschaftsfaktor für die Schweiz.

- **Swisscom TV:** Die Fussball-WM war das Sportereignis des Jahres – und wurde 2018 in der Schweiz in einer bisher nicht gekannten Qualität ausgestrahlt: Denn Kunden von Swisscom TV verfolgten die Fussball-WM auf den SRG-Sendern erstmals in superscharfer UHD-Bildqualität und HDR. «High Dynamic Range» (HDR) führt in Kombination mit UHD zu einem sofort sichtbaren Qualitätssprung. UHD vervierfacht die Zahl der Bildpunkte gegenüber HD, und HDR sorgt zusätzlich für einen viel höheren Kontrast und ein deutlich breiteres Farbspektrum. Fernsehbilder werden so nicht nur schärfer, sondern erhalten erstmals auch eine wahrnehmbare Tiefe.

### **Digital Swisscom**

Um in einer digitalen Welt voranzuschreiten, muss sich Swisscom selbst digitalisieren und zum digitalen Vorzeigunternehmen werden. Daher hat Swisscom 2018 erneut konsequente Schritte unternommen, um ihr Netz, ihre Arbeitsplätze und ihre Prozesse zu digitalisieren. Agile Zusammenarbeitsmodelle und die cloudbasierte Produktion erhöhen die Innovationszyklen, die Anzahl an Anknüpfungspunkten und die Kundennähe. Eine weitreichende Folge der Digitalisierung – oder gar ein Paradigmenwechsel – zeigt sich in neuen Kooperationsmodellen mit Partnern. Rund um das IoT ist Swisscom Kooperationen mit SBB, Post oder Neovac eingegangen, um über die Standorte des jeweiligen Partners das Netz rasch zu verdichten. Ferner arbeitet Swisscom an unterschiedlichen Netzthemen eng mit ausgewählten Partnern zusammen.

In einem nächsten Schritt auf dem Weg zu einer smarten Zusammenarbeitskultur entwickelt Swisscom die eigenen Arbeitsplätze weiter. Die Einführung einer hybriden Arbeitsplatzumgebung – eine Kombination aus Services der Microsoft Office 365 Cloud und aus dem Swisscom eigenen Rechenzentrum – vereinfacht den Zugriff auf Daten von jedem mobilen und registrierten Endgerät. Zudem erhöht die smarte Umgebung die Benutzbarkeit und die Datensicherheit. Swisscom schreitet auf dem Weg zur Arbeitswelt von morgen voran, gestaltet den Paradigmenwechsel aktiv mit und sammelt wichtige Erfahrungen, von denen letztlich die Kunden profitieren.

Swisscom hat die Einführung agiler Modelle weiter verstärkt. Zu diesen Modellen zählen SAFE Frame-

works oder BizDevOps. Sie dienen dazu, Entwicklungen innerhalb von Swisscom sowie in Zusammenarbeit mit Kunden in schnelleren Innovationszyklen voranzutreiben und zu betreiben. Diese Zusammenarbeitsmodelle bieten zudem Mitarbeitenden interessante Weiterbildungsmöglichkeiten, erhöhen die Attraktivität der einzelnen Funktionen im Unternehmen und ermöglichen, alle Chancen der cloudbasierten Entwicklung zu nutzen. Grundlage hierfür ist die Digitalisierung der Netze, z.B. mit All IP.

Im Kundendienst hat Swisscom 2018 den Einsatz künstlicher Intelligenz (KI) weiter ausgebaut. Lernfähige Algorithmen unterstützen die Kundenbetreuer, indem sie automatisch E-Mails analysieren und klassifizieren. Im Netzbetrieb unterstützt KI die Analyse möglicher Störfaktoren oder die automatische Behebung von Netzproblemen.

### Digital Business

Im Innovationsfeld Digital Business hat Swisscom 2018 Entwicklungen innerhalb und ausserhalb des eigenen Unternehmens unterstützt; dies mittels Förderung von Intrapreneurship sowie über die Gründung von Joint Ventures gemeinsam mit strategischen Partnern.

- **Kickbox:** Erweiterung des internen Intrapreneurship-Programms zu einem firmenübergreifenden Innovationsökosystem, das dem Mitarbeitenden Ressourcen (z.B. Zeit und Budget) für Innovationsprojekte zur Verfügung stellt.
- **FinTech:** Lancierung von drei FinTech Joint Ventures, gemeinsam mit Partnern. Die Credit Exchange ist eine Plattform für die Vergabe von Hypotheken. Sie verbindet unter anderem Banken, Versicherungen und Pensionskassen und erlaubt es, dem Endkunden die für ihn günstigste Hypothek zu wählen. Daura ermöglicht es, nicht kotierten Unternehmen Beteiligungspapiere auf der Blockchain zu registrieren oder auszugeben und diese weltweit sicher zu übertragen. Durch solche digitalisierten Aktien ist es den Unternehmen möglich, einen weiteren Kreis von Investoren anzusprechen. Wertrechte wie z.B. Aktien werden zunehmend digitalisiert. Daura ist der erste Schritt der Vision, Swisscom als führende Anbieterin für das Registrieren, Aufbewahren und Übertragen digitalen Eigentums zu etablieren. Mit der Custodigit AG soll in einem weiteren Schritt eine Plattform für regulierte Finanzdienstleister geschaffen werden, um deren Endkunden die Aufbewahrung von digitalen Assets zu ermöglichen.
- **IoT – Gründung von autoSense mit AMAG:** Das Unternehmen vernetzt Fahrzeuge mit dem Internet. Mit der autoSense-App sowie einem kompakten Adapter erhalten Nutzer einen unmittelbaren Zugang zu wertvollen Informationen rund um die Fahrt und das Fahrzeug. Gegenwärtig umfasst die Dienstleistung unter anderem ein Fahrtenbuch, eine Ferndiagnose und Warnungen bei Motorproblemen. Geplant sind

weitere digitale Services rund um das Tanken und Parken sowie massgeschneiderte Fahrzeugversicherungen.

- **Digitale Identität:** Im Frühling 2018 ist die SwissSign Group AG als Trägerin der SwissID gegründet worden. Das Unternehmen verfügt über eine breite Trägerschaft aus staatsnahen Betrieben, Finanz- und Versicherungsunternehmen. Die Aktionäre wollen über die SwissID ein offenes, einfaches System der digitalen Identität etablieren. Die Swisscom hat sich an der SwissSign Group beteiligt.

Zusätzlich zu den Tätigkeiten in den Innovationsfeldern untersucht Swisscom laufend, welche Möglichkeiten sich aus neuen Technologien ergeben. Z.B. die disruptive Technologie Blockchain, Drohnen und Robotics. Swisscom will damit die beste Infrastruktur für eine digitale Schweiz bereitstellen, neue Wachstumsfelder erschliessen und ihren Kunden die besten Services und Produkte bieten.

Viele Schweizer KMU haben bislang noch nicht umfassend von der Digitalisierung profitiert. Die Swisscom Tochtergesellschaft Directories AG (localsearch) führt KMU in der digitalen Welt zum Erfolg: Online gefunden werden, Neukunden gewinnen und bestehende Kunden binden – localsearch unterstützt KMU dabei, sich dank digitalen Marketings auf dem Markt durchzusetzen. So sind KMU dank MyPRESENCE von localsearch mit nur einem zentralen Eintrag auf über 25 Online-Diensten präsent. MyPRESENCE ist im November 2017 lanciert worden und zählt heute bereits über 5'000 Kunden. Darüber hinaus sind die von localsearch betriebenen local.ch und search.ch die reichweitenstärksten Verzeichnisse der Schweiz.

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

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



# Über diesen Bericht

## Berichtsgrenze

Die Konzernstruktur von Swisscom ist im Geschäftsbericht 2018 im Kapitel Konzernstruktur und Aktionariat beschrieben. Eine Liste der Konzerngesellschaften, mit allen Tochtergesellschaften, assoziierten Gesellschaften und Gemeinschaftsunternehmen, ist im Anhang zur Konzernrechnung 2018 dargestellt (Geschäftsbericht, Seite 155).

- Grundsatz:** Für die Nachhaltigkeitsberichterstattung nach den Standards der Global Reporting Initiative (GRI) gilt grundsätzlich die folgende Berichtsgrenze: Swisscom AG und alle Tochtergesellschaften mit Sitz in der Schweiz, die gemäss den International Financial Reporting Standards (IFRS) voll konsolidiert werden. Ausgenommen ist die Konzerngesellschaft CT Cinetrade AG. Die Beteiligung an der Cinetrade-Gruppe ist nicht in die Berichtsgrenze einbezogen, weil die Effekte unwesentlich sind und nicht alle im Kapitel Managementansätze aufgeführten Vorgaben gelten. Übernommene Tochtergesellschaften werden für die GRI-Berichterstattung ab 1. Januar des folgenden Jahres, Abgänge von Tochtergesellschaften bis zur Veräusserung einbezogen. Nicht einbezogen werden alle Konzerngesellschaften mit Sitz im Ausland sowie assoziierte Gesellschaften oder Gemeinschaftsunternehmen. Die wesentlichste Auslandsbeteiligung ist Fastweb in Italien. Sie veröffentlicht ihren eigenen Nachhaltigkeitsbericht nach GRI-Standards mit der Option «Kern» und lässt diesen extern durch die unabhängige Prüfstelle Bureau Veritas AG verifizieren. Ausserhalb der Berichtsgrenze liegen die Swisscom nahestehenden Stiftungen comPlan (Pensionskasse) und sovis (soziale Stiftung).
- Personalinformationssystem:** In der Schweiz sind für das Berichtsjahr die Tochtergesellschaften local search AG, CT Cinetrade AG, Mila AG, Swisscom Digital Technology SA, AdUnit AG, Swisscom Blockchain AG, Global IP Action AG, Custodigit AG und itnetX (Switzerland) AG nicht im zentralen Personalinformationssystem erfasst, jedoch in lokalen, firmenspezifischen Personalinformationssystemen. Die Abdeckung des zentralen Personalinformationssystems beträgt somit 95% (Vorjahr 95%).
- Umwelt:** Die Umweltkennzahlen (besonders hinsichtlich Energie, Wasser und Abwasser, Emissionen und Abfall) decken nahezu 100% der Vollzeitstellen von Swisscom in der Schweiz ab. Ausgenommen ist die Konzerngesellschaft CT Cinetrade AG. Die CO<sub>2</sub>-Emissionen von Fastweb werden berücksichtigt, jedoch von der Berechnung des Zieles 2:1 ausgeschlossen. Die Berichterstattung umfasst damit sämtliche durch das Immobilienmanagement von Swisscom betreuten Gebäude

in der Schweiz sowie die durch die Managed Mobility von Swisscom in der Schweiz betreute Fahrzeugflotte. Hinsichtlich des Stromverbrauchs erfasst das Datenerfassungssystem zusätzlich die mobilen Basisstationen von Swisscom (Schweiz) AG, die eigene Produktion von Solarstrom und die Sendestationen der Swisscom Broadcast AG in der Schweiz sowie in grenznahen Gebieten des Auslands. Vom Gesamtstromverbrauch wird der Verbrauch von Drittmietern abgezogen. Die Angaben zu den Emissionen in der Lieferkette beruhen auf einer Hochrechnung, die 71 (Vorjahr 56) Lieferanten berücksichtigt, sowie auf Audits im Rahmen der Joint Audit Cooperation (JAC). Die der Hochrechnung zugrundeliegenden Angaben sowie die Audits erfassen 48% (Vorjahr 46%) des Bestellvolumens.

- Soziale Aspekte:** Die Informationen zu sozialen Verhältnissen innerhalb der Lieferkette beziehen sich auf Audits im Rahmen der Joint Audit Cooperation (JAC) oder beruhen auf Selbstdeklarationen und CR-Vertragsbeilagen. Letztgenannte Beilagen decken nahezu alle Lieferanten ab. Der Situation ausserhalb der OECD-Länder misst Swisscom besondere Bedeutung bei.

## Berichterstattung: Prozess und Aufbau

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht setzt die GRI-Grundsätze zur Berichterstattung um. Er enthält daher zusätzlich zu den allgemeinen Standardangaben spezifische GRI-Standardangaben. Die Empfehlungen des «SDG-Compass» sind erneut berücksichtigt und umgesetzt worden. Der SDG-Compass ist ein gemeinsamer Leitfaden von GRI, WBCSD und UN Global Compact. Er bietet Leitlinien, um Beiträge von Firmen zu den SDGs sowie entsprechende Massnahmen zur Umsetzung und Offenlegung zu bestimmen. Zusätzlich hat Swisscom die Empfehlungen der Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TFCD) so weit möglich berücksichtigt, im Kapitel über Energieeffizienz und Klimaschutz sowie im Klimabericht.

Swisscom hat in den vergangenen Jahren eine klare Vorstellung entwickelt, welche Themen ihrem direkten Umfeld angehören. Darüber hinaus tragen Anspruchsgruppen Themen direkt an Swisscom heran. Wir nutzen auch Erkenntnisse, die aus aktuellen Studien, Marktforschungen, Trendanalysen und Benchmark-Berichten stammen. Die Themen sind in der Wesentlichkeitsmatrix zu finden.

Swisscom bezieht ihre internen oder externen Anspruchsgruppen ein, um zu beurteilen, wie wesentlich ihre Themen von ihnen beurteilt und bewertet werden und um die strategischen



Schwerpunkte festzulegen. Sie führt seit drei Jahren eine Umfrage bei repräsentativen Stakeholdern durch, wobei die Rücklaufquoten zwischen 70% und über 90% betragen. Sie führt neu eine vertiefte Umfrage spezifisch für Umweltthemen durch. Die Analyse der Rückmeldungen ist in der Einleitung, Einbezug der Stakeholder, erläutert. Die Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalysen und die Rückmeldungen der Stakeholder tragen erheblich dazu bei, die CR-Strategie zu formulieren und thematische Schwerpunkte festzulegen. Sie bilden die Grundlage für die Berichterstattung.

Um die Themen ihrer Berichterstattung entsprechend zu validieren, bindet Swisscom häufig Anspruchsgruppen ein. Im Berichtsjahr 2018 hat Swisscom z.B. den Nachhaltigkeitsbericht durch interne Anspruchsgruppen überprüfen lassen. Zudem hat sie einen externen Partner für die Prüfung der Managementansätze beigezogen.

Mit einigen Anspruchsgruppen vereinbart Swisscom bei Bedarf direkt entsprechende Prozesse und Abläufe. Beispielsweise informiert sie zusammen mit dem Bundesamt für Energie (BFE) über ihren Beitrag zur «Vorbildfunktion des Bundes im Energiebereich (VBE)». Ferner arbeitet sie mit der Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW) und dem WWF zusammen. Gemeinsam mit anderen Unternehmen der ICT-Branche und im Kontakt mit dem Bundesamt für Sozialversicherung (BSV) leistet Swisscom zudem einen Beitrag zur Medienkompetenz in der Schweiz.

Swisscom hat im Berichtsjahr 2018 mit folgenden Anspruchsgruppen spezifische Kontakte unterhalten bzw. Gespräche über Themen geführt, die Bestandteil des vorliegenden Berichts sind:

- **Kunden:** Umfragen unter anderem zur Kundenzufriedenheit (Geschäftsbericht, Seite 35).
- **Aktionäre und Fremdkapitalgeber:** Gespräche über Finanzthemen (Umsatz, Dividende usw.) an der Generalversammlung vom 6. April 2018 oder an Roadshows (Finanzbericht). Swisscom stand ferner in Kontakt mit SRI-Fondsmanagern oder mit Kapitalgebern, so etwa zu Governance-Themen oder Finanzierungsfragen («Green Bonds»).
- **Behörden:** Dialoge mit Gemeindebehörden zur Frage von Antennen und Sendestationen (2018: 300 Dialoge; siehe Nachhaltigkeitsbericht, Seite 45), mit kantonalen Behörden (je einmal pro Kanton) und mit Parlamentariern (zweimal im Jahr) zu Themen wie Roaming, FTTH roll-out oder ICT-Umfeld.
- **Lieferanten:** Kommerzielle Kontaktpflege zu Lieferanten und weitere Kontakte im Rahmen der Self-Assessments und Audits (im Kapitel Faire Lieferkette des Nachhaltigkeitsberichts zu finden).
- **Mitarbeitende und Personalvertretung:** Swisscom trifft sich monatlich mit den Gewerkschaften und den sieben Personalvertretungen zu unterschiedlichen Themen, wie dies im Gesamtarbeitsvertrag

(GAV) paritätisch festgelegt oder im Mitwirkungs-gesetz vorgeschrieben ist. Zudem finden jährlich zwei Vollversammlungen der Personalvertretungen statt. Ebenso erfolgen Ad hoc-Meetings, die themenspezifisch und gemäss der Mitwirkungstabelle im GAV angesetzt sind (siehe Geschäftsbericht, Seite 27 sowie Nachhaltigkeitsbericht, Seite 79).

- **Partner und NGO:** Im Berichtsjahr 2018 haben zwei «Leadership-Dialoge» und der Austausch mit Partnern im Rahmen einzelner Projekte stattgefunden.

Der Berichterstattungsprozess umfasst die Unternehmensbroschüre, den Geschäftsbericht, den Nachhaltigkeitsbericht und den Klimabericht. Der Geschäftsbericht sowie der Nachhaltigkeitsbericht unterliegen denselben internen Validierungsstufen. Sie werden durch die Disclosure-, Review- und Audit-Committees validiert, was die Qualität der Offenlegung sicherstellt. Der Nachhaltigkeitsbericht sowie der Klimabericht sind zudem extern verifiziert.



## VERIFIZIERUNG

### SGS-ZERTIFIZIERUNG des GRI Nachhaltigkeitsberichts 2018 der Swisscom AG

#### UMFANG

SGS wurde von Swisscom mit einer unabhängigen Prüfung der GRI-basierten Offenlegungen zur Nachhaltigkeit im Jahr 2018 beauftragt. Unser Prüfungsumfang umfasste die GRI-Offenlegungspflichten und -kennzahlen gemäss dem im Bericht enthaltenen GRI Index. Die Prüfung (Assurance) basiert auf der «SGS Sustainability Report Assurance»-Methodik und umfasste alle im gedruckten Geschäftsbericht 2018 und im Nachhaltigkeitsbericht 2018 enthaltenen Texte sowie diejenigen Angaben auf der Website von Swisscom, auf die der GRI Index Bezug nimmt. Der Prüfungsprozess berücksichtigte keine Daten aus früheren Jahren.

#### INHALT

Der Verwaltungsrat oder die Geschäftsführung und das Management der Organisation sind für die im Geschäftsbericht sowie auf der Website und in Präsentationen enthaltenen Angaben verantwortlich. SGS war an der Aufbereitung der im GRI Index enthaltenen Materialien in keiner Weise beteiligt und führte lediglich eine unabhängige Prüfung der Daten und Texte anhand der „Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards“, Version 2016 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 der „Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards“, Version 2016 enthalten sind, einen Satz von Protokollen für die Prüfung (Assurance) von Nachhaltigkeitsberichten entwickelt. SGS hat zudem die Umweltmanagementsysteme der Swisscom (Schweiz) AG, der Swisscom Broadcast AG und der Cablex AG nach ISO 14001:2015 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 2018 offengelegten Informationen und Daten falsch sein könnten. Die offengelegten Informationen und Daten vermitteln unseres Erachtens ein faires, ausgewogenes Bild der von Swisscom in 2018 unternommenen Nachhaltigkeitsbestrebungen. Die Umsetzung der GRI-relevanten Weisungen ist bei jenen Beteiligungen erfolgt, wo Swisscom diese als signifikant respektive als anwendbar erachtet hat. Wir sind der Ansicht, dass der Nachhaltigkeitsbericht laut GRI Index die Anforderungen der Option „umfassend“ des GRI Standard (2016) erfüllt.

#### UNTERZEICHNET IM AUFTRAG VON SGS

Albert von Däniken, Lead Auditor

Elvira Bieri, Lead Auditor

Zürich, 30.01.2019

www.SGS.COM

## GRI-Index

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

Indikatoren	Status	Verweis LB = Lagebericht, NHB = Nachhaltigkeitsbericht, CG = Corporate Governance, VB = Vergütungsbericht, JR = Jahresrechnung oder Website Swisscom
Legende: Indikator nach GRI-Standards (gemäss Berichtsgrenze) ∅ = nicht relevant <input checked="" type="checkbox"/> = nicht abgedeckt <input type="checkbox"/> = teilweise abgedeckt <input checked="" type="checkbox"/> = vollständig abgedeckt		
<b>102 Allgemeine Angaben</b>		
<b>Organisationsprofil</b>		
102-1	Name der Organisation	<input checked="" type="checkbox"/> JR S. 171 Anhang der Jahresrechnung: allgemeine Angaben
102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	<input checked="" type="checkbox"/> LB S. 32 Marken, Produkte und Dienstleistungen
102-3	Ort des Hauptsitzes	<input checked="" type="checkbox"/> Siehe 102-1, CH-3048 Worblaufen
102-4	Betriebsstätten	<input checked="" type="checkbox"/> CG S. 66 2 Konzernstruktur und Aktionariat; JR S. 155 5.4 Konzerngesellschaften
102-5	Eigentum und Rechtsform	<input checked="" type="checkbox"/> CG S. 66 2 Konzernstruktur und Aktionariat JR S. 171 Anhang der Jahresrechnung: allgemeine Angaben
102-6	Bediente Märkte	<input checked="" type="checkbox"/> LB S. 20 Entwicklung des Schweizer Markts für Telekommunikations- und Informatikdienstleistungen
102-7	Grössenordnung der Organisation	<input checked="" type="checkbox"/> LB S. 4 Schlüsselkennzahlen Konzern; LB S. 5 Geschäftsübersicht; LB S. 44 Geschäftsentwicklung; CG S. 66 2 Konzernstruktur und Aktionariat
102-8	Informationen über Angestellte und andere Mitarbeiter	<input checked="" type="checkbox"/> LB S. 27 Mitarbeitende in der Schweiz NHB S. 61 Gesamter Bestand in der Schweiz; NHB S. 78 Berichtsgrenze: Personalinformationssystem
102-9	Lieferkette	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 7 Wertschöpfungskette, Lieferkette und wesentliche Gesichtspunkte der Corporate Responsibility; NHB S. 63 Faire Lieferkette
102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	<input checked="" type="checkbox"/> LB S. 66 2 Konzernstruktur und Aktionariat; Keine signifikanten Änderungen in der Lieferkette.
102-11	Vorsorgeprinzip oder Vorsichtsmassnahmen	<input checked="" type="checkbox"/> LB S. 61 Gesundheit und Umwelt; CG S. 100 Vorsorge- und Zusatzleistungen; JR S. 146 Vorsorgepläne; NHB S. 24 Vorsorgeprinzip; NHB 53 Vorsorgeeinrichtung comPlan; NHB S. 63 Lieferantenrisikomanagement
102-12	Externe Initiativen	<input checked="" type="checkbox"/> <a href="http://www.swisscom.ch/cr-partnerschaften">www.swisscom.ch/cr-partnerschaften</a>
102-13	Mitgliedschaft in Verbänden	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 27 Public Affairs <a href="http://www.swisscom.ch/cr-partnerschaften">www.swisscom.ch/cr-partnerschaften</a>
<b>Strategie</b>		
102-14	Aussagen der Führungskräfte	<input checked="" type="checkbox"/> LB S. 6 Aktionärsbrief NHB S. 4 Brief an die Stakeholder
102-15	Wichtigste Auswirkungen, Risiken und Chancen	<input checked="" type="checkbox"/> Kontext: LB S. 17 Rahmenbedingungen; NHB S. 5 Nachhaltiges Umfeld; Risiken: LB S. 60 Risiken (Konzern); NHB S. 67 Hauptrisikofaktoren in der Lieferkette; Chancen: LB S. 32 Marken, Produkte und Dienstleistungen; NHB S. 43 Arbeiten und Leben; Ziele und Strategie: LB S. 14 Unternehmensstrategie; NHB S. 13 Corporate Responsibility-Strategie
<b>Ethik und Integrität</b>		
102-16	Werte, Richtlinien, Standards und Verhaltensnormen	<input checked="" type="checkbox"/> Link: <a href="http://www.swisscom.ch/Grundsätze">www.swisscom.ch/Grundsätze</a> – Verhaltenskodex; NHB S. 12 Vision; CG S. 80 4.9.3 Compliance Management; SPAG-Standesregeln: <a href="http://www.public-affairs.ch/de/standeskommission/standesregeln">http://www.public-affairs.ch/de/standeskommission/standesregeln</a> ; Kodex von Lissabon: <a href="https://prsuiss.ch/sites/default/files/basicfiles/kodex_von_lissabon_verhaltensno256.pdf">https://prsuiss.ch/sites/default/files/basicfiles/kodex_von_lissabon_verhaltensno256.pdf</a> NHB S. 22 Ethik in der digitalen Welt
102-17	Verfahren für ethische Beratung und Bedenken	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 24 Compliance Management; CG S. 80 4.9.3 Compliance Management; CG S. 81 4.9.4 Interne Revision

Indikatoren	Status	Verweis LB = Lagebericht, NHB = Nachhaltigkeitsbericht, CG = Corporate Governance, VB = Vergütungsbericht, JR = Jahresrechnung oder Website Swisscom
Legende: Indikator nach GRI-Standards (gemäss Berichtsgrenze) ∅ = nicht relevant <input checked="" type="checkbox"/> = nicht abgedeckt <input type="checkbox"/> = teilweise abgedeckt <input checked="" type="checkbox"/> = vollständig abgedeckt		
<b>Führung</b>		
102-18 Führungsstruktur	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 21 Corporate Responsibility – Governance und Implementierung; CG S. 66 2 Konzernstruktur und Aktionariat; CG S. 70 4 Verwaltungsrat; CG S. 76 4.5 Interne Organisation und Arbeitsweise; CG S. 79 4.8 Kompetenzregelung; CG S. 82 5 Konzernleitung
102-19 Befugniserteilende Stelle	<input checked="" type="checkbox"/>	Siehe GRI 102-18
102-20 Verantwortung der Führungsebene für ökonomische, ökologische und soziale Themen	<input checked="" type="checkbox"/>	Siehe GRI 102-18
102-21 Einbindung der Stakeholder bei ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen	<input checked="" type="checkbox"/>	CG S. 88 7.3 Einberufung der Generalversammlung und Traktandierung; Internet Kontaktseite <a href="http://www.swisscom.ch/de/about/investoren/kontakt.html">www.swisscom.ch/de/about/investoren/kontakt.html</a> ; Siehe auch Website <a href="https://ip-ho.computershare.ch/swisscom">https://ip-ho.computershare.ch/swisscom</a> für registrierte Aktionäre von Swisscom.
102-22 Zusammensetzung des höchsten Kontrollorgans und seiner Gremien	<input checked="" type="checkbox"/>	CG S. 70 4 Verwaltungsrat; CG S. 82 5 Konzernleitung
102-23 Vorstand des höchsten Kontrollorgans	<input checked="" type="checkbox"/>	CG S. 70 4 Verwaltungsrat; CG S. 82 5 Konzernleitung
102-24 Nominierung und Wahl des höchsten Kontrollorgans	<input checked="" type="checkbox"/>	CG S. 75 4.3 Wahl und Amtszeit; CG S. 79 4.7 Ausschüsse des Verwaltungsrats: Ausschuss Nomination
102-25 Interessenkonflikte	<input checked="" type="checkbox"/>	Link: <a href="http://www.swisscom.ch/Grundsaeetze">www.swisscom.ch/Grundsaeetze</a> – Organisationsreglement; CG S. 79 4.9 Informations- und Kontrollinstrumente des Verwaltungsrats gegenüber der Konzernleitung
102-26 Die Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Bestimmung von Aufgaben, Werten und Strategien	<input checked="" type="checkbox"/>	Link: <a href="http://www.swisscom.ch/Grundsaeetze">www.swisscom.ch/Grundsaeetze</a> – Organisationsreglement; Siehe 102-18
102-27 Gemeinwissen des höchsten Kontrollorgans	<input checked="" type="checkbox"/>	CG S. 76 4.5 Interne Organisation und Arbeitsweise
102-28 Bewertung der Leistung des höchsten Kontrollorgans	<input checked="" type="checkbox"/>	Siehe 102-29, 102-32; Mitglieder der Konzernleitung sind interne «Sponsoren» für die Schwerpunkte der CR-Strategie; NHB S. 20 Corporate Responsibility – Governance und Implementierung
102-29 Bestimmung und Management ökonomischer, ökologischer und sozialer Auswirkungen	<input checked="" type="checkbox"/>	Siehe 102-18, 102-22; NHB S. 21 Corporate Responsibility – Governance und Implementierung; CG S. 79 4.9 Informations- und Kontrollinstrumente des Verwaltungsrats gegenüber der Konzernleitung
102-30 Effektivität des Risikomanagementprozesses	<input checked="" type="checkbox"/>	CG S. 79 4.9 Informations- und Kontrollinstrumente des Verwaltungsrats gegenüber der Konzernleitung; CG S. 80 4.9.1 Risikomanagement; CG S. 81 4.9.4 Interne Revision
102-31 Prüfung von ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen	<input checked="" type="checkbox"/>	CG S. 79 4.9 Informations- und Kontrollinstrumente des Verwaltungsrats gegenüber der Konzernleitung: jährlich; CG S. 80 4.9.1 Risikomanagement: quartalsweise an Ausschuss Revision; CG S. 80 4.9.2 Internes Kontrollsystem der Finanzberichterstattung: quartalsweise an Ausschuss Revision; CG S. 80 4.9.3 Compliance Management: quartalsweise an Ausschuss Revision; CG S. 81 4.9.4 Interne Revision: quartalsweise an Ausschuss Revision In dringenden Fällen: zeitnah
102-32 Die Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung	<input checked="" type="checkbox"/>	Das Audit Committee des Verwaltungsrats prüft den Bericht in zwei Schritten vor der Veröffentlichung. Der Vergütungsausschuss prüft den Vergütungsbericht. Der Bericht wird vom Verwaltungsrat freigegeben; Siehe 102-18
102-33 Kommunikation kritischer Bedenken	<input checked="" type="checkbox"/>	CG S. 79 4.9 Informations- und Kontrollinstrumente des Verwaltungsrats gegenüber der Konzernleitung: Der Vorsitzende des Ausschusses Revision wird in dringenden Fällen zeitnah über neue, wesentliche Risiken in Kenntnis gesetzt.
102-34 Art und Gesamtzahl kritischer Bedenken	<input checked="" type="checkbox"/>	Als Grundsatz des Whistleblowing ist die Anonymität garantiert, aus diesem Grund kommuniziert Swisscom weder die Anzahl noch andere Details zu Meldungen.
102-35 Vergütungspolitik	<input checked="" type="checkbox"/>	VB S. 97 3 Vergütung der Konzernleitung
102-36 Verfahren zur Festsetzung der Vergütung	<input checked="" type="checkbox"/>	JR S. 146 4.2 Vergütungen an Personen in Schlüsselpositionen
102-37 Die Beteiligung der Stakeholder an der Vergütung	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 9 Dialog mit den Anspruchsgruppen und strategische Schwerpunkte; CG S. 88 7.3 Einberufung der Generalversammlung und Traktandierung; Protokoll
102-38 Verhältnis der Jahresgesamtvorgütung	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 61 Gesamter Bestand in der Schweiz
102-39 Verhältnis der prozentualen Erhöhung der Jahresgesamtvorgütung	<input checked="" type="checkbox"/>	NHB S. 61 Gesamter Bestand in der Schweiz

Indikatoren	Status	Verweis LB = Lagebericht, NHB = Nachhaltigkeitsbericht, CG = Corporate Governance, VB = Vergütungsbericht, JR = Jahresrechnung oder Website Swisscom
Legende: Indikator nach GRI-Standards (gemäss Berichtsgrenze) ∅ = nicht relevant <input checked="" type="checkbox"/> = nicht abgedeckt <input type="checkbox"/> = teilweise abgedeckt <input checked="" type="checkbox"/> = vollständig abgedeckt		
<b>Stakeholdereinbezug</b>		
102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 9 Dialog mit den Anspruchsgruppen und strategische Schwerpunkte
102-41	Tarifverhandlungen	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 61 Gesamter Bestand in der Schweiz
102-42	Bestimmen und Auswählen von Stakeholdern	<input checked="" type="checkbox"/> Siehe 102-40
102-43	Ansatz für die Stakeholdereinbeziehung	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 7 Einbezug der Anspruchsgruppen; Siehe 102-46, 102-40
102-44	Schlüsselthemen und Anliegen	<input checked="" type="checkbox"/> Siehe 102-46, 102-40
<b>Vorgehensweise bei der Berichterstattung</b>		
102-45	Entitäten, die in den Konzernabschlüssen erwähnt werden	<input checked="" type="checkbox"/> CG S. 66 2 Konzernstruktur und Aktionariat; JR S. 155 5.4 Konzerngesellschaften
102-46	Bestimmung des Berichtsinhalts und Themenabgrenzung	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 78 Berichtsgrenze NHB S. 78-79 Berichterstattung: Prozess und Aufbau
102-47	Liste der wesentlichen Themen	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 7 Einbezug der Anspruchsgruppen; NHB S. 11 Wesentliche Themen, NHB S. 11 Wesentlichkeitsmatrix Swisscom 2018 NHB S. 78-79 Berichterstattung: Prozess und Aufbau
102-48	Neuformulierung der Informationen	<input checked="" type="checkbox"/> Keine «Restatments» in 2018
102-49	Änderungen bei der Berichterstattung	<input checked="" type="checkbox"/> keine
102-50	Berichtszeitraum	<input checked="" type="checkbox"/> 01.01.2018–31.12.2018
102-51	Datum des aktuellsten Berichts	<input checked="" type="checkbox"/> <a href="http://www.swisscom.ch/bericht2018">www.swisscom.ch/bericht2018</a>
102-52	Berichtszyklus	<input checked="" type="checkbox"/> Jährlich
102-53	Kontaktangaben bei Fragen zum Bericht	<input checked="" type="checkbox"/> JR S. 185 Impressum
102-54	Aussagen zu Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 3 Einleitung Die gewählte GRI-Option ist die «umfassende» Option.
102-55	GRI-Inhaltsindex	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 81 GRI-Index
102-56	Externe Prüfung	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 80 SGS Verifizierung
<b>200 Wirtschaft</b>		
103-1	Erklärung des wesentlichen Themas und dessen Themengrenzen	<input checked="" type="checkbox"/> LB S. 6 Aktionärsbrief
103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	<input checked="" type="checkbox"/> LB S. 6 Aktionärsbrief Link: <a href="http://www.swisscom.ch/Grundsätze">www.swisscom.ch/Grundsätze</a> – Verhaltenskodex LB S. 14 Unternehmensstrategie; LB S. 57 Finanzieller Ausblick
103-3	Prüfung des Managementansatzes	<input checked="" type="checkbox"/> LB S. 6 Aktionärsbrief
<b>201 Wirtschaftliche Leistung</b>		
201-1	Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert	<input checked="" type="checkbox"/> LB S. 56 Wertschöpfungsrechnung
201-2	Durch den Klimawandel bedingte finanzielle Folgen und andere Risiken und Chancen	<input checked="" type="checkbox"/> LB S. 16 Corporate Responsibility; Siehe 302-3, 302-4, 302-5, 305-4 und 306-5; Link: <a href="http://www.cdp.net">www.cdp.net</a>
201-3	Verpflichtungen aus leistungsorientierten und anderen Pensionsplänen	<input checked="" type="checkbox"/> JR S. 146 4.3 Leistungsorientierte Vorsorgepläne; NHB S. 53 Vorsorgeeinrichtung comPlan; siehe 401-3
201-4	Finanzielle Unterstützung von Seiten der Regierung	∅ Es bestehen aus Konzernsicht im Jahr 2018 keine offenlegungspflichtigen Sachverhalte nach IAS 20 und überhaupt keine Zuwendungen der öffentlichen Hand.
<b>202 Marktpräsenz</b>		
202-1	Verhältnis der nach Geschlecht aufgeschlüsselten Standard-eintrittsgehälter zum lokalen Mindestlohn	<input checked="" type="checkbox"/> LB S. 28 Entlohnung der Mitarbeitenden; NHB S. 61 Gesamter Bestand in der Schweiz
202-2	Anteil der lokal angeworbenen Führungskräfte	∅ Es gibt keine standortbezogene Auswahl von Personal.
<b>203 Indirekte ökonomische Auswirkungen</b>		
203-1	Infrastrukturinvestitionen und geförderte Dienstleistungen	<input checked="" type="checkbox"/> LB S. 44 Investitionen; NHB S. 71 Grundversorgung; NHB S. 50 Initiative «Schulen ans Internet»
203-2	Erhebliche indirekte ökonomische Auswirkungen	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 70 Vernetzte Schweiz

Indikatoren	Status	Verweis LB = Lagebericht, NHB = Nachhaltigkeitsbericht, CG = Corporate Governance, VB = Vergütungsbericht, JR = Jahresrechnung oder Website Swisscom
Legende: Indikator nach GRI-Standards (gemäss Berichtsgrenze) ∅ = nicht relevant <input checked="" type="checkbox"/> = nicht abgedeckt <input type="checkbox"/> = teilweise abgedeckt <input checked="" type="checkbox"/> = vollständig abgedeckt		
<b>204 Beschaffungspraktiken</b>		
103-1	Erklärung des wesentlichen Themas und dessen Themengrenzen	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 63 Managementansatz
103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 63 Managementansatz
103-3	Prüfung des Managementansatzes	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 63 Managementansatz
204-1	Anteil der Ausgaben für lokale Lieferanten	<input checked="" type="checkbox"/> Es gibt eine standortbezogene Auswahl von Zulieferern als Beitrag zum Standort Schweiz.
<b>205 Korruptionsbekämpfung</b>		
103-1	Erklärung des wesentlichen Themas und dessen Themengrenzen	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 24 Vorsorgeprinzip NHB S. 24 Compliance Management
103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 24 Compliance Management
103-3	Prüfung des Managementansatzes	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 24 Compliance Management
205-1	Geschäftsstandorte, die in Hinblick auf Korruptionsrisiken geprüft wurden	<input checked="" type="checkbox"/> Es werden risiko-behafteten Verfahren geprüft
205-2	Informationen und Schulungen zu Strategien und Massnahmen zur Korruptionsbekämpfung	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 16 CR-Zieletabelle Antikorruption (GRI 205-2) NHB S. 24 Compliance Management
205-3	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Massnahmen	<input checked="" type="checkbox"/> In einem Verdachtsfall wurde durch Swisscom Strafanzeige eingereicht.
<b>206 Wettbewerbswidriges Verhalten</b>		
103-1	Erklärung des wesentlichen Themas und dessen Themengrenzen	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 24 Vorsorgeprinzip NHB S. 24 Compliance Management
103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 24 Compliance Management
103-3	Prüfung des Managementansatzes	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 24 Compliance Management
206-1	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung	<input checked="" type="checkbox"/> LB S. 18 Rechtliches Umfeld; LB S. 19 Kartellgesetz (KG); JR S. 143 Eventualverbindlichkeiten für wettbewerbsrechtliche Verfahren
<b>300 Umwelt</b>		
103-1	Erklärung des wesentlichen Themas und dessen Themengrenzen	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 30 Managementansatz
103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 30 Managementansatz NHB S. 38 Weitere Umweltrelevante Themen im Betrieb
103-3	Prüfung des Managementansatzes	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 30 Managementansatz (am Schluss des Abschnittes)
<b>301 Materialien</b>		
301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 38 Papier, Kabel, Glasfaser und Telefonstangen
301-2	Eingesetzte rezyklierte Ausgangsstoffe	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 40 Recycling
301-3	Wiederverwertete Produkte und ihre Verpackungsmaterialien	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 11 CR-Ziele: Handyrückname und Reduktion Papierverbrauch NHB S. 38 Papierverbrauch: Arten, Mengen und Qualität NHB S. 68 Recycling und Verpackung von Endgeräten
<b>302 Energie</b>		
302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 32 Verbrauch von Strom aus erneuerbaren Quellen und von Ökostrom (Strommix); NHB S. 32 Effizienzmassnahmen beim Brennstoffverbrauch, Wärme und CO <sub>2</sub> -Reduktion; NHB S. 33 Effizienzmassnahmen bei Treibstoffverbrauch, Mobilität und CO <sub>2</sub> -Reduktion; NHB S. 42 Umweltkennzahlen Schweiz; Siehe auch separater Klimabericht Swisscom 2018 online unter dem Link <a href="http://www.swisscom.ch/klimabericht2018">www.swisscom.ch/klimabericht2018</a> abrufbar
302-2	Energieverbrauch ausserhalb der Organisation	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 36 Energieverbrauch und Emissionen bei den Kunden und Initiative zu deren Reduktion dank verbesserter Endgeräte; Separater Klimabericht Swisscom 2018, § 2.2 Energieverbrauch bei den Kunden, verfügbar für Scope 3, Kat. 11 (Nutzung «Verwendung von verkauften Produkten») online unter dem Link <a href="http://www.swisscom.ch/klimabericht2018">www.swisscom.ch/klimabericht2018</a> abrufbar
302-3	Energieintensität	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 30 Energieeffizienz und Klimaschutz; NHB S. 34 Energieintensität; NHB S. 16 Die wichtigsten Kennwerte der CR-Ziele von Swisscom
302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 31 Energieeffizienz: Energieverbrauch und -einsparung bei Swisscom; NHB S. 42 Umweltkennzahlen Schweiz
302-5	Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 34 Effizienzsteigerung dank nachhaltiger ICT-Dienste bei Swisscom; NHB S. 36 Energieverbrauch und Emissionen bei den Kunden und Initiative zu deren Reduktion dank verbesserter Endgeräte; NHB S. 42 Umweltkennzahlen Schweiz



Indikatoren	Status	Verweis LB = Lagebericht, NHB = Nachhaltigkeitsbericht, CG = Corporate Governance, VB = Vergütungsbericht, JR = Jahresrechnung oder Website Swisscom
Legende: Indikator nach GRI-Standards (gemäss Berichtsgrenze) ∅ = nicht relevant <input checked="" type="checkbox"/> = nicht abgedeckt <input type="checkbox"/> = teilweise abgedeckt <input checked="" type="checkbox"/> = vollständig abgedeckt		
<b>303 Wasser</b>		
303-1	Wasserentnahme nach Quelle	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 42 Umweltkennzahlen Schweiz; NHB S. 38 Weitere umweltrelevante Themen im Betrieb: Wasser
303-2	Wasserleitungen	<input type="checkbox"/> Nicht relevant, da lediglich Wasserverbrauch für Sanitärzwecke.
303-3	Wasserverbrauch	<input type="checkbox"/> Nur Haushaltswasser.
<b>304 Biodiversität</b>		
304-1	Eigene, gemietete oder verwaltete Betriebsstandorte, die sich in oder neben Schutzgebieten und Gebieten mit hohem Biodiversitätswert ausserhalb von Schutzgebieten befinden	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 40 Weitere umweltrelevante Themen im Betrieb: Boden und Biodiversität
304-2	Erhebliche Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die Biodiversität	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 40 Weitere umweltrelevante Themen im Betrieb: Boden und Biodiversität
304-3	Geschützte oder renaturierte Lebensräume	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 40 Weitere umweltrelevante Themen im Betrieb: Boden und Biodiversität
304-4	Arten auf der Roten Liste der Weltnaturschutzunion (IUCN) und auf nationalen Listen geschützter Arten, die ihren Lebensraum in Gebieten haben, die von Geschäftstätigkeiten betroffen sind	<input type="checkbox"/> Nicht erhoben, da nicht relevant.
<b>305 Emissionen</b>		
103-1	Erklärung des wesentlichen Themas und dessen Themengrenzen	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 30 Managementansatz
103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 37 CO <sub>2</sub> -Bilanz
103-3	Prüfung des Managementansatzes	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 37 CO <sub>2</sub> -Bilanz
305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 31 Energieeffizienz: Energieverbrauch und -einsparung bei Swisscom; NHB S. 42 Umweltkennzahlen Schweiz; siehe separater Klimabericht Swisscom 2018, online unter dem Link <a href="http://www.swisscom.ch/klimabericht2018">www.swisscom.ch/klimabericht2018</a> abrufbar
305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 31 Energieeffizienz: Energieverbrauch und -einsparung bei Swisscom; NHB S. 42 Umweltkennzahlen Schweiz; siehe separater Klimabericht Swisscom 2018, online unter dem Link <a href="http://www.swisscom.ch/klimabericht2018">www.swisscom.ch/klimabericht2018</a> abrufbar
305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 31 Energieeffizienz: Energieverbrauch und -einsparung bei Swisscom; NHB S. 42 Umweltkennzahlen Schweiz; siehe separater Klimabericht Swisscom 2018, online unter dem Link <a href="http://www.swisscom.ch/klimabericht2018">www.swisscom.ch/klimabericht2018</a> abrufbar
305-4	Intensität der THG-Emissionen	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 16 Die wichtigsten Kennwerte der CR-Ziele von Swisscom; Siehe separater Klimabericht Swisscom 2018, online unter dem Link <a href="http://www.swisscom.ch/klimabericht2018">www.swisscom.ch/klimabericht2018</a> abrufbar
305-5	Senkung der THG-Emissionen	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 34 Effizienzsteigerung dank nachhaltiger ICT-Dienste bei Swisscom; NHB S. 36 Energieverbrauch und Emissionen bei den Kunden und Initiative zu deren Reduktion dank verbesserter Endgeräte; NHB S. 42 Umweltkennzahlen Schweiz; siehe separater Klimabericht Swisscom 2018, online unter dem Link <a href="http://www.swisscom.ch/klimabericht2018">www.swisscom.ch/klimabericht2018</a> abrufbar
305-6	Emissionen Ozon abbauender Substanzen (ODS)	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 39 Kühlanlagen und Kältemittel
305-7	Stickstoffoxide (NOX), Schwefeloxide (SOX) und andere signifikante Luftemissionen	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 42 Umweltkennzahlen Schweiz
<b>306 Abwasser und Abfall</b>		
306-1	Abwassereinleitung nach Qualität und Einleitungsort	<input checked="" type="checkbox"/> Lediglich Wasserverbrauch für Sanitärzwecke.
306-2	Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 40 Weitere umweltrelevante Themen im Betrieb: Abfälle und Recycling; NHB S. 42 Umweltkennzahlen Schweiz
306-3	Erheblicher Austritt schädlicher Substanzen	<input checked="" type="checkbox"/> Keine wesentlichen Freisetzungen bekannt.
306-4	Transport von gefährlichem Abfall	<input type="checkbox"/> Nicht relevant. Swisscom transportierte im Jahr 2018 keine Abfälle nach der Basler Konvention.
306-5	Von Abwassereinleitungen und/oder Oberflächenabfluss betroffene Gewässer	<input type="checkbox"/> Nicht relevant. Das Abwasser fliesst in kommunale ARA.

Indikatoren	Status	Verweis LB = Lagebericht, NHB = Nachhaltigkeitsbericht, CG = Corporate Governance, VB = Vergütungsbericht, JR = Jahresrechnung oder Website Swisscom
Legende: Indikator nach GRI-Standards (gemäss Berichtsgrenze) ∅ = nicht relevant <input checked="" type="checkbox"/> = nicht abgedeckt <input type="checkbox"/> = teilweise abgedeckt <input checked="" type="checkbox"/> = vollständig abgedeckt		
<b>307 Umweltcompliance</b>		
307-1	Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen	<input checked="" type="checkbox"/> Es wurden im Jahr 2018 keine Bussgelder oder Strafen wegen Nichteinhaltung von Rechtsvorschriften verhängt. NHB S. 24 Compliance Management
<b>308 Ökologische Bewertung der Lieferanten</b>		
103-1	Erklärung des wesentlichen Themas und dessen Themengrenzen	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 63 Managementansatz
103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 63 Managementansatz
103-3	Prüfung des Managementansatzes	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 63 Managementansatz
308-1	Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 65 Audits
308-2	Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Massnahmen	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 65 Audits; NHB S. 67 Hauptrisikofaktoren in der Lieferkette
<b>400 Soziales</b>		
103-1	Erklärung des wesentlichen Themas und dessen Themengrenzen	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 52 Verantwortungsvolle Arbeitgeberin
103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 52 Verantwortungsvolle Arbeitgeberin
103-3	Prüfung des Managementansatzes	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 52 Verantwortungsvolle Arbeitgeberin
<b>401 Beschäftigung</b>		
401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 61 Gesamter Bestand in der Schweiz
401-2	Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden	<input checked="" type="checkbox"/> LB S. 27 Mitarbeitende; NHB S. 53 Vergütung: Zusatzleistungen
401-3	Elternzeit	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 53 Vergütung: Zusatzleistungen
<b>402 Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis</b>		
103-1	Erklärung des wesentlichen Themas und dessen Themengrenzen	<input checked="" type="checkbox"/> LB S. 27 Mitarbeitende in der Schweiz
103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	<input checked="" type="checkbox"/> LB S. 27 Mitarbeitende in der Schweiz
103-3	Prüfung des Managementansatzes	<input checked="" type="checkbox"/> LB S. 27 Mitarbeitende in der Schweiz
402-1	Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen	<input checked="" type="checkbox"/> GAV § 3.3 Es sind mit den vertragsschliessenden Gewerkschaften frühzeitig Verhandlungen aufzunehmen.
<b>403 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz</b>		
103-1	Erklärung des wesentlichen Themas und dessen Themengrenzen	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 58 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 58 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
103-3	Prüfung des Managementansatzes	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 58 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
403-1	In Arbeitsschutzausschüssen vertretene Mitarbeitende	<input checked="" type="checkbox"/> LB S. 27 Gesamtarbeitsvertrag (GAV); LB S. 27 Mitarbeitende (100% der Mitarbeitenden); NHB S. 58 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
403-2	Berufskrankheiten, Ausfalltage und arbeitsbedingte Todesfälle	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 61 Gesamter Bestand in der Schweiz
403-3	Arbeitsbedingte Erkrankungen	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 59 Art der Verletzungen, Berufskrankheiten, Arbeitsausfalltage, Abwesenheit und Zahl der arbeitsbedingten Todesfälle; NHB S. 58 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz;
403-4	Gesundheits- und Sicherheitsthemen, die in formellen Vereinbarungen mit Gewerkschaften behandelt werden	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 61 Gesundheits- und Sicherheitsthemen, die in formellen Vereinbarungen mit Gewerkschaften behandelt werden

Indikatoren	Status	Verweis LB = Lagebericht, NHB = Nachhaltigkeitsbericht, CG = Corporate Governance, VB = Vergütungsbericht, JR = Jahresrechnung oder Website Swisscom
Legende: Indikator nach GRI-Standards (gemäss Berichtsgrenze) ∅ = nicht relevant    ☒ = nicht abgedeckt    ☐ = teilweise abgedeckt    ☑ = vollständig abgedeckt		
<b>404 Aus- und Weiterbildung</b>		
103-1	Erklärung des wesentlichen Themas und dessen Themengrenzen	☑ NHB S. 55 Aus- und Weiterbildung
103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	☑ NHB S. 55 Aus- und Weiterbildung
103-3	Prüfung des Managementansatzes	☑ NHB S. 55 Aus- und Weiterbildung
404-1	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	☑ NHB S. 55 Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Mitarbeitenden
404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	☑ NHB S. 55 Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Mitarbeitenden und zur Übergangshilfe; Sprachkurse/Sprachkompetenzen und Weiterbildungsangebote zu neuen Medien; Partnerschaft mit dem Schweizer Bildungsportal <a href="http://www.ausbildung-weiterbildung.ch">www.ausbildung-weiterbildung.ch</a>
404-3	Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmässige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer Karriereentwicklung erhalten	☑ NHB S. 56 Beurteilung von Leistung und Karriereentwicklung; NHB S. 61 Gesamter Bestand in der Schweiz; LB S. 28 Gesamtarbeitsvertrag (GAV)
<b>405 Vielfalt- und Chancengleichheit</b>		
103-1	Erklärung des wesentlichen Themas und dessen Themengrenzen	☑ NHB S. 56 Diversity und Chancengleichheit
103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	☑ NHB S. 56 Diversity und Chancengleichheit
103-3	Prüfung des Managementansatzes	☑ NHB S. 56 Diversity und Chancengleichheit
405-1	Vielfalt in Leitungsorganen und der Angestellten	☑ CG S. 70 4 Verwaltungsrat; CG S. 82 5 Konzernleitung; NHB S. 61 Gesamter Bestand in der Schweiz
405-2	Lohnunterschiede nach Geschlecht	☑ LB S. 28 Entlohnung der Mitarbeitenden; NHB S. 52 Lohngleichheit; NHB S. 61 Gesamter Bestand in der Schweiz
<b>406 Gleichbehandlung</b>		
103-1	Erklärung des wesentlichen Themas und dessen Themengrenzen	☑ Siehe GRI 204
103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	☑ Siehe GRI 204
103-3	Prüfung des Managementansatzes	☑ Siehe GRI 204
406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemassnahmen	☑ NHB S. 66 Auditergebnisse – Beispiel von Engagements mit Lieferanten: Anzahl Schwachstellen
<b>407 Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen</b>		
103-1	Erklärung des wesentlichen Themas und dessen Themengrenzen	☑ Siehe GRI 204
103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	☑ Siehe GRI 204
103-3	Prüfung des Managementansatzes	☑ Siehe GRI 204
407-1	Geschäftsstandorte und Lieferanten, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bedroht sein könnte	☑ Dank gegenseitig vereinbarter Friedenspflicht gemäss GAV abgedeckt.
<b>408 Kinderarbeit</b>		
103-1	Erklärung des wesentlichen Themas und dessen Themengrenzen	☑ Siehe GRI 204
103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	☑ Siehe GRI 204
103-3	Prüfung des Managementansatzes	☑ Siehe GRI 204
408-1	Geschäftsstandorte und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit	☑ NHB S. 67 Hauptrisikofaktoren in der Lieferkette

Indikatoren	Status	Verweis LB = Lagebericht, NHB = Nachhaltigkeitsbericht, CG = Corporate Governance, VB = Vergütungsbericht, JR = Jahresrechnung oder Website Swisscom
Legende: Indikator nach GRI-Standards (gemäss Berichtsgrenze) ∅ = nicht relevant <input checked="" type="checkbox"/> = nicht abgedeckt <input type="checkbox"/> = teilweise abgedeckt <input checked="" type="checkbox"/> = vollständig abgedeckt		
<b>409 Zwangs- oder Pflichtarbeit</b>		
103-1	Erklärung des wesentlichen Themas und dessen Themengrenzen	<input checked="" type="checkbox"/> Siehe GRI 204
103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	<input checked="" type="checkbox"/> Siehe GRI 204
103-3	Prüfung des Managementansatzes	<input checked="" type="checkbox"/> Siehe GRI 204
409-1	Geschäftsstandorte und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 67 Hauptrisikofaktoren in der Lieferkette
<b>410 Sicherheitspraktiken</b>		
410-1	Sicherheitspersonal, das in Menschenrechtspolitik und -verfahren geschult wurde	∅ Nicht relevant: Sub-contracted an Securitas.
<b>411 Rechte der indigenen Völker</b>		
411-1	Vorfälle, in denen Rechte der indigenen Völker verletzt wurden	∅ Für die Geschäftsstandorte gemäss Liste der Konzerngesellschaften (JR S. 155 Notiz 5.4 Konzerngesellschaften) nicht relevant
<b>412 Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte</b>		
412-1	Geprüfte Geschäftsstandorte bezüglich Menschenrechten	∅ Keine neuen Geschäftsstandorte im Jahr 2018.
412-2	Schulungen für Angestellte zu Menschenrechtspolitik und -verfahren	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 22 Ethik in der digitalen Welt
412-3	Erhebliche Investitionsvereinbarungen und Verträge, die Menschenrechtsklauseln enthalten oder auf Menschenrechtsaspekte geprüft wurden	<input checked="" type="checkbox"/> Die Corporate Responsibility-Vertragsbeilage (CRV) ist Bestandteil aller Verträge.
<b>413 Lokale Gemeinschaften</b>		
103-1	Erklärung des wesentlichen Themas und dessen Themengrenzen	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 47 Managementansatz
103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 21 Corporate Responsibility – Governance und Implementierung
103-3	Prüfung des Managementansatzes	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 47 Managementansatz
413-1	Geschäftsstandorte mit Einbindung der lokalen Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogramme	<input checked="" type="checkbox"/> LB S. 23 Infrastruktur; NHB S. 71 Grundversorgung; NHB S. 48 Jugendmedienschutz und Förderung der Medienkompetenz; NHB S. 50 Initiative «Schulen ans Internet»; NHB S. 54 Aktivierungsprogramme
413-2	Geschäftstätigkeiten mit erheblichen tatsächlichen oder potenziellen negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinschaften	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 48 Jugendmedienschutz und Förderung der Medienkompetenz: Jugendmedienschutz und Richtlinien für Medieninhalte
<b>414 Soziale Bewertung der Lieferanten</b>		
103-1	Erklärung des wesentlichen Themas und dessen Themengrenzen	<input checked="" type="checkbox"/> Siehe GRI 204
103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	<input checked="" type="checkbox"/> Siehe GRI 204
103-3	Prüfung des Managementansatzes	<input checked="" type="checkbox"/> Siehe GRI 204
414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 65 Audits
414-2	Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Massnahmen	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 65 Audits; NHB S. 67 Hauptrisikofaktoren in der Lieferkette

Indikatoren	Status	Verweis LB = Lagebericht, NHB = Nachhaltigkeitsbericht, CG = Corporate Governance, VB = Vergütungsbericht, JR = Jahresrechnung oder Website Swisscom
Legende: Indikator nach GRI-Standards (gemäss Berichtsgrenze) ∅ = nicht relevant <input checked="" type="checkbox"/> = nicht abgedeckt <input type="checkbox"/> = teilweise abgedeckt <input checked="" type="checkbox"/> = vollständig abgedeckt		
<b>415 Politisches Engagement (Public Policy)</b>		
103-1	Erklärung des wesentlichen Themas und dessen Themengrenzen	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 27 Engagement von Swisscom; NHB S. 27 Akteur in der öffentlichen Debatte
103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 27 Public Affairs
103-3	Prüfung des Managementansatzes	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 27 Public Affairs
415-1	Parteispenden	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 27 Verantwortung gegenüber der Öffentlichkeit; Swisscom ist politisch und konfessionell neutral und unterstützt finanziell keine Parteien, Meinungs- und Entscheidungsträger.
<b>416 Kundengesundheit und Kundensicherheit</b>		
103-1	Erklärung des wesentlichen Themas und dessen Themengrenzen	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 24 Vorsorgeprinzip
103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 23 Nachhaltige Produktgestaltung; NHB S. 24 Compliance Management
103-3	Prüfung des Managementansatzes	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 24 Compliance Management
416-1	Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 45 Strahlungsarme Kommunikationstechnologien; NHB S. 48 Jugendmedienschutz und Richtlinien für Medieninhalte
416-2	Verstösse im Zusammenhang mit den Gesundheits- und Sicherheitsauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen	<input checked="" type="checkbox"/> Relevante Gesundheitsstandards für das Mobilfunknetz sind die ICNIRP-Guidelines und speziell die NISV; NHB S. 45 Zertifizierung des Qualitätssicherungssystems für die Einhaltung der NISV-Grenzwerte: Swisscom hielt die Grenzwerte im Jahr 2018 ein. NHB S. 24 Compliance Management; Keine Verstösse gegen relevante Gesundheitsstandards und gegen Standards zur Kennzeichnung von Produktinformationen im Jahr 2018 festgestellt.
<b>417 Marketing und Kennzeichnung</b>		
103-1	Erklärung des wesentlichen Themas und dessen Themengrenzen	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 24 Vorsorgeprinzip
103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 25 Verantwortungsbewusstes Marketing
103-3	Prüfung des Managementansatzes	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 25 Verantwortungsbewusstes Marketing
417-1	Anforderungen für die Produkt- und Dienstleistungsinformationen und Kennzeichnung	<input type="checkbox"/> NHB S. 46 Informationspflicht zu den in den Verkaufsstellen angebotenen Geräten; Nicht relevant für die Schweiz, ausser Preisbekanntgabe-Verordnung.
417-2	Verstösse im Zusammenhang mit den Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 24 Compliance Management; Keine Verstösse gegen Standards zur Kennzeichnung von Produktinformationen im Jahr 2018 festgestellt.
417-3	Verstösse im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 25 Verantwortungsbewusstes Marketing; Geringfügige Busse wegen fahrlässigem Verstoß.
<b>418 Schutz der Kundendaten</b>		
103-1	Erklärung des wesentlichen Themas und dessen Themengrenzen	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 48 Datenschutz
103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 48 Datenschutz
103-3	Prüfung des Managementansatzes	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 48 Datenschutz
418-1	Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 48 Datenschutz Zwei Kundenbeschwerden, die sofort bereinigt wurden. Im 2017 offengelegter Fall wurde durch Swisscom eine Strafanzeige eingereicht.
<b>419 Sozioökonomische Compliance</b>		
103-1	Erklärung des wesentlichen Themas und dessen Themengrenzen	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 24 Vorsorgeprinzip
103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 24 Compliance Management
103-3	Prüfung des Managementansatzes	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 24 Compliance Management
419-1	Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich	<input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 24 Compliance Management LB S. 18 Rechtliches Umfeld