



swisscom

2017

Nachhaltigkeitsbericht





### Publikationen der Jahresberichterstattung

Geschäftsbericht, Nachhaltigkeitsbericht und Swisscom in Kürze sind Teil der Jahresberichterstattung 2017 von Swisscom. Die drei Publikationen sind online verfügbar: [swisscom.ch/bericht2017](http://swisscom.ch/bericht2017)

### Konzept «Willkommen in der vernetzten Welt»

In unserer vernetzten Welt verbindet sich alles immer mehr untereinander. Herzstück dieser Vernetzung sind leistungsfähige und sichere Netze. Darum investieren wir seit Jahren CHF 1,7 Mrd. in den Ausbau, den Unterhalt und die Innovation unserer Netzinfrastruktur. Wir sind sehr stolz auf unsere Mitarbeitenden, die jeden Tag mit aller Kraft und viel Herzblut dafür sorgen, dass unsere Kunden sich überall und problemlos verbinden können.

Die Bilder der Jahresberichterstattung 2017 gewähren einen Blick hinter die Kulissen, in unser Arbeitsumfeld – dort, wo wir unser Netz bauen und unseren Kunden zur Seite stehen. Wir wollen die vielfältigen Chancen der vernetzten Zukunft aufzeigen und gemeinsam mit unseren Kunden nutzen.

Ein herzliches Dankeschön Stefanie Haag, Tiziana Conzett, Natalija B., Mona W., Edvin Caminada, Pirmin Egloff, Manuel Haag, Peter Fritschi, und allen Kindern, die sich die Zeit für die Bildaufnahmen genommen haben.

Corporate Responsibility

Verantwortungsvoll  
die Erwartungen  
unserer Anspruchs-  
gruppen erfüllen.

|  |  |    |
|--|--|----|
| Einleitung                                       | Brief an die Stakeholder   | 3  |
|  | Nachhaltiges Umfeld  | 5  |
|  | Wesentliche Themen   | 9  |
|  | Corporate Responsibility-Ziele: 3-2-1-Ansatz                           | 11 |
| Corporate<br>Responsibility-Strategie            | Strategische Schwerpunkte und Corporate Responsibility-Ziele           | 12 |
|  | CR-Ziele-Tabelle   | 15 |
|  | Corporate Responsibility – Governance und Implementierung              | 20 |
|  | Managementansätze  | 22 |
| Energieeffizienz und<br>Klimaschutz              | Umfeld, Ziele und Managementansatz                                     | 27 |
|  | Energieeffizienz: Energieverbrauch und -einsparung bei Swisscom        | 28 |
|  | Das Klimaschutz-Ziel 2 zu 1 in Einzelheiten                            | 32 |
|  | Smart City   | 32 |
|  | CO <sub>2</sub> -Einsparungen bei Kunden dank nachhaltiger ICT-Dienste | 33 |
|  | Tätigkeitsbedingte CO <sub>2</sub> -Emissionen von Swisscom            | 34 |
|  | Weitere umweltrelevante Themen im Betrieb                              | 36 |
|  | Umweltkennzahlen Schweiz   | 40 |
| Arbeiten und Leben                               | Umfeld, Ziele und Managementansatz                                     | 41 |
|  | Angebote für Work Smart  | 41 |
|  | Angebote im Bereich Gesundheit   | 43 |
|  | Strahlungsarme Kommunikationstechnologien                              | 44 |
| Medienkompetenz und<br>Sicherheit                | Umfeld, Ziele und Managementansatz                                     | 46 |
|  | Datenschutz  | 46 |
|  | Jugendmedienschutz und Förderung der Medienkompetenz                   | 47 |
|  | Initiative «Schulen ans Internet»                                      | 48 |
| Attraktive<br>Arbeitgeberin                      | Umfeld, Ziele und Managementansatz                                     | 50 |
|  | Gesundheit und Arbeitssicherheit                                       | 52 |
|  | Diversity  | 54 |
|  | Personalentwicklung  | 55 |
|  | Ausbildung von Nachwuchskräften und Personalbeschaffung                | 56 |
|  | Sozial- und Zusatzleistungen   | 58 |
|  | Mitarbeitende in Zahlen  | 59 |
| Faire Lieferkette                                | Umfeld, Ziele und Managementansatz                                     | 61 |
|  | Lieferantenrisikomanagement  | 62 |
|  | Kreislaufwirtschaft  | 67 |
| Vernetzte Schweiz                                | Umfeld, Ziele und Managementansatz                                     | 68 |
|  | Grundversorgung  | 69 |
|  | Netzneutralität  | 69 |
|  | Internet der Dinge   | 70 |
| Gesellschaftliches und<br>kulturelles Engagement | Engagement von Swisscom  | 71 |
| Innovation und<br>Entwicklung                    | Umfeld, Ziele und Managementansatz                                     | 74 |
|  | Erfolgsfaktor «Open Innovation»  | 74 |
|  | Innovation mit klarer Ausrichtung                                      | 75 |
| Über diesen Bericht                              | Berichtsgrenze   | 78 |
|  | Berichterstattung: Prozess und Aufbau                                  | 79 |
|  | SGS-Verifizierung  | 80 |
|  | GRI-Index  | 81 |

# Einleitung

Der Nachhaltigkeitsbericht folgt den Leitlinien G4 der Global Reporting Initiative (GRI) mit der Option «umfassend» und ist Bestandteil der Berichterstattung von Swisscom. Er behandelt die Nachhaltigkeit als unternehmerische Verantwortung von Swisscom und enthält Informationen über die Themen, die für Swisscom und ihre Anspruchsgruppen wesentlich sind. Der vorliegende Bericht orientiert sich zusätzlich nach dem SDG Compass, dem Leitfaden für die Berücksichtigung der Sustainable Development Goals (SDGs) der UNO. Swisscom veröffentlicht ferner einen vollständigen Klimabericht nach ISO 14064. Beide Berichte sind unabhängig verifiziert. Swisscom hat zudem freiwillig die Option des Opting-In gewählt und ihren Nachhaltigkeitsbericht bei der SIX (Swiss Exchange Regulation) registriert. Die Tochtergesellschaft Fastweb veröffentlicht einen eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht und folgt den GRI-Leitlinien mit der Option «Kern».

 Siehe unter  
[www.swisscom.ch/  
klimabericht2017](http://www.swisscom.ch/klimabericht2017)

## Brief an die Stakeholder

Liebe Leserin, lieber Leser

Manchmal müssen wir eine Frage ganz neu stellen, um neue Antworten zu erhalten. «Muss Swisscom das denn tun?», fragte uns ein zehnjähriges Kind am letzten Zukunftstag, als wir ihm unsere Bestrebungen rund um Nachhaltigkeit erläuterten.

Tatsächlich handelt jedes Unternehmen, das sich für Nachhaltigkeit einsetzt, auf freiwilliger Basis. Bei Swisscom aber steht das Engagement für Nachhaltigkeit in grösserer Wechselwirkung zum Kerngeschäft, als es auf den ersten Blick zu erwarten wäre. Denn für uns stehen Menschen und ihre gegenseitigen Beziehungen im Mittelpunkt. Wir bringen Menschen zusammen, wir vernetzen sie, wir schaffen Verbindungen über geografische und fachliche Grenzen hinweg; und zwar in unserem eigenen Unternehmen wie in der ganzen Schweiz. Und wenn wir von der ganzen Schweiz sprechen, dann meinen wir selbst abgelegene Täler oder einzelne Alphütten.

Damit schaffen wir die Grundlage für den Einsatz nachhaltiger Lösungen wie beispielsweise des Internets der Dinge (Internet of Things, IoT). Gerade in Kombination mit Artificial Intelligence, der künstlichen Intelligenz, ergeben sich viele Chancen, die Qualität unseres Lebensalltags intelligent zu verbessern und Ressourcen gezielt einzusetzen. Wir nennen diese Vision «Smart City»: eine Stadt, in der beispielsweise Planer aufgrund von anonymisierten Mobilfunkdaten den Verkehrsfluss besser und zeitnah analysieren; eine Stadt, in der Autofahrer dank vernetzter Parkplätze sofort zum freien Platz geführt werden und nicht mehr durch ziellose Suche unnötige Emissionen verursachen; und eine Stadt, in der kein Abfalleimer mehr überquillt, sondern selbst meldet, wenn er geleert werden muss. 2016 hat Swisscom durch das sogenannte Low Power Network, ein neues Netz speziell für das Internet der Dinge, die Grundlage für die Smart City gelegt. Es gilt also: Das Netz ist bereit, und nachhaltige Lösungen sind keine Zukunftsvision mehr, sondern werden Realität.

Doch Technologie hat noch nie alleine zur Lösung aktueller Fragen geführt. Es war und es ist der Mensch, der dank seiner Fähigkeiten der Technologie und ihren Möglichkeiten zum Durchbruch verhilft. Darum engagiert sich Swisscom auf allen Ebenen dafür, die Menschen auf eine digitalisierte Welt vorzubereiten. Wir tun dies intern – angefangen bei unseren 900 Lernenden bis zu unseren älteren Kolleginnen und Kollegen, die wir stetig weiterbilden. Wir tun es an den Schulen, wo tagtäglich 15 Experten für Medienkompetenz die Lehrer dabei unterstützen, ihren Schülern die Grundlagen der Mediennutzung zu vermitteln. Und wir tun es zusammen mit Pro Senectute oder an der Swisscom Academy für die interessierte ältere Zielgruppe. Auch hier schaffen wir ein Netz, legen die geistige Verbindung, auf deren Basis neue Lösungen wachsen.

In diesem Zusammenhang ist die Zusammenarbeit mit unseren Partnern zu sehen. In zahlreichen Gesprächen mit Kundinnen und Kunden, mit Partnern in allen Bereichen, mit der Politik und mit Behörden haben wir uns gerade 2017 zahlreiche Anregungen geholt, die uns zu neuen Lösungen und zu einer stetigen Weiterentwicklung anregen. Dabei setzen wir auf Wissenstransfer in beide Richtungen: Wir geben unsere Erfahrungen, etwa bei neuen Arbeitsmodellen, dezentralen Organisationen oder agilen Arbeitsmethoden, weiter. Ebenso suchen wir nach Lösungen, um beispielsweise durch eine faire Lieferkette die Arbeitsbedingungen in Schwellenländern zu verbessern. Zwar erzielen wir – etwa mit Gesprächen vor Ort – kontinuierlich kleine Fortschritte, aber gerade im Bereich der Arbeitsbedingungen ist die ganze internationale Gemeinschaft gefordert.

Wir haben darum die 17 von den Mitgliedstaaten der UNO definierten globalen Herausforderungen als Massstab genommen, um uns selbst zu messen. Die Analyse hat gezeigt, dass unsere Nachhaltigkeitsstrategie auf die richtigen Themen setzt. Unsere Nachhaltigkeitsstrategie ist also einerseits konform mit den internationalen Bemühungen – und genügt andererseits unser eigenen, hochgesteckten Ansprüchen. Wir handeln und denken nachhaltig, damit es unserem Land auch langfristig gutgeht. Eine gesunde, eine starke Schweiz ist gleichzeitig die sicherste Grundlage für unseren Unternehmenserfolg. Oder wie wir das unserem zehnjährigen Gast erklärt haben: Wir tun das alles für unsere gemeinsame Zukunft. Zusammen für mehr Nachhaltigkeit.

Herzlich,



Stefan Nünlist  
Leiter Group Communication & Responsibility



Res Witschi  
Leiter Corporate Responsibility

## Nachhaltiges Umfeld

Nachhaltigkeit geniesst bei Swisscom einen hohen Stellenwert. Es gilt, Ressourcen schonend zu nutzen, Veränderungen vorausschauend Rechnung zu tragen und eine auf Dialog und Glaubwürdigkeit beruhende Kommunikation zu gewährleisten. Swisscom nimmt als 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 der Unternehmensstrategie und im Leitbild zum Ausdruck und werden in der Corporate Responsibility-Strategie (CR-Strategie) vertieft. Die Rahmenbedingungen für Nachhaltigkeit haben sich mit der Nachhaltigkeitsagenda der UNO (Agenda 2030) und den 2015 erarbeiteten Sustainable Development Goals (SDGs) wesentlich verändert. Swisscom hat im Rahmen einer Analyse untersucht, welche Ziele aus den SDGs entlang ihrer Wertschöpfungskette relevant sind und wo sie zur Erreichung dieser Ziele einen Beitrag leisten kann. Gegenwärtig ist die Umsetzung der SDGs, besonders innerhalb von Unternehmen, in vollem Gang. Swisscom hat ihrerseits bereits früh damit begonnen, sich mit den SDGs auseinanderzusetzen. Sie kooperiert mit Partnern wie etwa im Rahmen des Projekts «Gap Frame Tools» der Business School Lausanne oder durch die Beteiligung an der Konsultation des Bundes zur Umsetzung der Agenda 2030 (einem partizipativen Verfahren für Anspruchsgruppen, um den Umsetzungsstand der SDGs in der Schweiz zu ermitteln) Dadurch hat sich Swisscom als Pionier bei der Umsetzung der Agenda 2030 in der Schweiz positioniert.

Um die Vorgaben zuhanden der SDGs sowie die Relevanz und Wirkung ihrer Beiträge für die Ziele der Agenda 2030 zu beurteilen, hat Swisscom ein auf jede Beurteilungsphase abgestimmtes Tool eingesetzt. In der ersten Phase wird anhand dreier Kriterien beurteilt, ob zwischen den Aktivitäten von Swisscom und den einzelnen SDGs-Vorgaben eine Beziehung besteht. Das erste Kriterium bezieht sich auf die Situation der Schweiz hinsichtlich der SDGs. Es bestimmt, ob die SDG-Vorgabe für die Schweizer Situation massgeblich ist. Das zweite Kriterium betrifft die Wertschöpfungskette: Hier gilt es zu entscheiden, zu welchem Zeitpunkt in der Wertschöpfungskette die Verantwortung von Swisscom – objektiv betrachtet – beginnt oder endet. Das dritte Kriterium zielt darauf, die Relevanz der Vorgaben hinsichtlich des Tätigkeitsfelds von Swisscom zu beurteilen: Beispielsweise betrifft das Ziel, die Ozeane zu erhalten, das Tätigkeitsfeld von Swisscom nicht.

Die zweite Phase beurteilt die konkreten Beiträge von Swisscom im Sinne der SDGs-Vorgaben. Die beiden hierfür relevanten Kriterien sind die Relevanz und das Ausmass der Auswirkung, welche die Beiträge von Swisscom hinsichtlich der SDGs-Vorgaben aufweisen. In der dritten Phase wird das Engagement beurteilt, mit dem Swisscom ihre Beiträge im Sinne der SDGs-Vorgaben erbringt. Daraus lässt sich feststellen, ob Swisscom ihren Beitrag weiter optimieren beziehungsweise noch mehr für die Erfüllung einer Vorgabe leisten kann.

Sind alle Phasen erfolgreich durchlaufen, ist der Beitrag von Swisscom im Sinne der jeweiligen SDGs als gut, sehr gut oder hervorragend beurteilt.

Bei der Analyse der SDGs-Vorgaben zeigt sich, dass die Nachhaltigkeitsstrategie von Swisscom die relevanten Themen beinhaltet und nur punktuell vertieft werden muss. Beispielsweise könnte eine gezielte Kommunikation noch stärker dazu beitragen, Mitarbeitende und Kunden für einen nachhaltigen Lebensstil zu begeistern. ICT-Technologien leisten dabei einen wichtigen Beitrag, um den Lebensstil in urbanen Regionen nachhaltiger als bisher zu gestalten. Der Oberbegriff Smart City umfasst entsprechende Anwendungen, an denen Swisscom in enger Zusammenarbeit mit den einzelnen Geschäftsbereichen und dem Nachhaltigkeitsteam vertieft arbeitet.

Die SDGs messen ferner der Weiterbildung im Bereich der digitalen Skills einen hohen Stellenwert bei. Diese Skills werden durch die Digitalisierung und den dadurch ausgelösten Wandel in der Wirtschaft immer wichtiger. Daher sind neue Impulse in Aus- und Weiterbildung erforderlich, um die hohe Beschäftigungsquote in der Schweiz und das erfolgreiche duale Ausbildungssystem beizubehalten.



## Wertschöpfungskette und wesentliche Gesichtspunkte der Corporate Responsibility

Swisscom erzielt den überwiegenden Anteil der Wertschöpfung in der Schweiz. Die Auslandsaktivitäten haben im Berichtsjahr 9% (Vorjahr 7%) zur operativen Wertschöpfung des Konzerns beigetragen. Der Lagebericht beschreibt das Geschäft von Swisscom ausführlich.

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 bereichert ihre Kunden, bringt aber Herausforderungen technischer und sozialer Natur mit sich.
- > Die Schaffung und die Aufrechterhaltung von Arbeitsstellen in der Schweiz und innerhalb der Lieferkette besitzen 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 40 ff., aufgeführt.



## Einbezug der Anspruchsgruppen

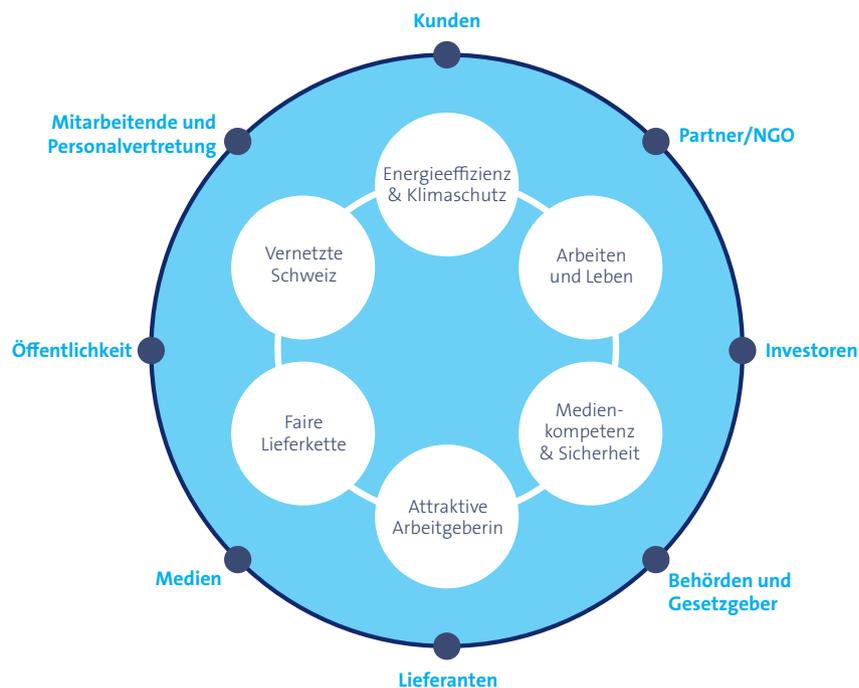
Swisscom pflegt den Dialog mit ihren wichtigsten Anspruchsgruppen. Der Austausch erfolgt auf unterschiedlichen Wegen: über elektronische Medien, telefonisch, mittels Umfragen, bei Informationsveranstaltungen oder Arbeitssitzungen, auf Konferenzen sowie beim Kunden zu Hause oder in den Swisscom Shops. Swisscom hat die Anliegen der Anspruchsgruppen 2017 wie in den Jahren zuvor direkt aufgenommen, ihnen Vorrang eingeräumt und sie unter anderem in ihre CR-Strategie einbezogen. Über die Zeit verändern sich die Erwartungen der Anspruchsgruppen. Die veränderten Erwartungen haben dementsprechend 2017 die Weiterentwicklung der bis 2020 geltenden CR-Strategie beeinflusst, die Stossrichtung der Strategie jedoch nicht massgeblich verändert. Swisscom organisiert das Management der Anspruchsgruppen dezentral, um eine grosse Nähe zu den einzelnen Anspruchsgruppen und den kontinuierlichen Kontakt sicherzustellen. Im Rahmen der Weiterentwicklung der CR-Strategie und im Auftrag der Konzernleitung hat sie 2017 den CR-Executive-Dialog fortgesetzt. Während dieses Dialogs tauschen sich Mitglieder der Konzernleitung mit Führungspersonen von Anspruchsgruppen zu allen sechs strategischen Zielen der CR-Strategie aus. 2017 hat Swisscom dabei unter anderem mit dem WWF Schweiz einen Dialog zum Beitrag der Digitalisierung für die Nachhaltigkeit geführt. In Bezug auf die soziale Nachhaltigkeit hat rund um die Lancierung der Crowdfunding-Plattform letshelp.ch ein intensiver Austausch mit NGOs auf Managementstufe stattgefunden. Die betreffenden NGOs sind alle ZEWÖ-zertifiziert. Als Technologiepartnerin unterstützt sie Swisscom beim Fundraising.

Swisscom unterhält ein zertifiziertes integriertes Managementsystem, das alle notwendigen Standards wie Qualitäts-, Umwelt-, Service- und Informationssicherheitsmanagement vereint und jährlich von einer externen Prüfgesellschaft (SGS) auditiert wird.

Swisscom richtet ihr tägliches Handeln darauf aus, unter den sich laufend verändernden technologischen Möglichkeiten die steigenden Bedürfnisse und Erwartungen ihrer Kunden sowie Anspruchsgruppen an ein einwandfreies Serviceerlebnis zu erfüllen. Dabei stellt das Prozess- und Qualitätsmanagement sicher, dass Swisscom die erbrachten Leistungen systematisch weiterentwickelt, vereinfacht, verbessert und damit ihre Kunden an jedem Standort in der ganzen Schweiz begeistert.

### 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 zur Kundenzufriedenheit statt. Diese umfassen unter anderem die Frage, in welchem Umfang die Kunden Swisscom als ein gegenüber Umwelt und Gesellschaft verantwortungsvoll handelndes Unternehmen wahrnehmen. Unter den Geschäftskunden finden vierteljährlich Umfragen statt – unter anderem 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, eine flächendeckende Versorgung, ein stabiles Netz, strahlungsarme Kommunikationstechnologien sowie nachhaltige Produkte und Dienstleistungen.

#### Investoren

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

#### Behörden

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

### Gesetzgeber

Swisscom setzt sich mit politisch und regulatorisch relevanten Themen auseinander. Sie pflegt dabei einen regelmässigen Dialog 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 während sieben Tagen in der Woche. Die Medienarbeit von Swisscom orientiert sich an fachlich-journalistischen Grundsätzen. Neben der Medienstelle pflegen Vertreter des Managements einen regelmässigen Dialog mit Journalisten und stehen für Interviews und weiterführende Hintergrundgespräche zur Verfügung.

### Mitarbeitende und Personalvertretung

Swisscom fördert dank einer Vielzahl von Kommunikationsplattformen und -massnahmen sowie einer entsprechenden Unternehmenskultur den Dialog und Austausch mit den Mitarbeitenden. Swisscom hat 2016 eine neue Form der Mitarbeitendenbefragung entwickelt, die den Ansprüchen der Organisation besser gerecht wird. Die neue Befragung erfolgt mehrmals im Jahr. Sie ermöglicht 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 53 Mitgliedern (das heisst aus einem Vertreter pro 400 Mitarbeitende) zusammen, verteilt auf acht Vertretungen (das heisst eine Vertretung für jede dem GAV Swisscom angeschlossene Gesellschaft). Mit den Personalvertretern organisiert Swisscom zweimal jährlich einen runden Tisch. Die Anliegen der Mitarbeitenden fallen vor allem in die Bereiche Sozialpartnerschaft, Berufs- und Weiterbildung, Diversity, Gesundheit und Arbeitssicherheit. Mit Teams aller Organisationseinheiten führt Swisscom den auf Nachhaltigkeitsthemen ausgerichteten Hallo-Zukunft-Dialog durch. Im Rahmen dieses Dialogs informiert Swisscom die Mitarbeitenden über ihr Nachhaltigkeitsengagement und ermuntert sie, im Alltag Nachhaltigkeitsmassnahmen umzusetzen.

### Partner und NGOs

Der Austausch mit Partnern im Rahmen von Projekten ist Swisscom wichtig: so beispielsweise mit dem WWF, mit myclimate, mit dem Kinderschutz Schweiz, mit 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)

### Öffentlichkeit

Kontakte mit der Öffentlichkeit erfolgen direkt über die Website von Swisscom, durch Umfragen in der Bevölkerung, an Messen oder im Rahmen von Events und Veranstaltungen wie der ENERGY CHALLENGE 2017. Bei der ENERGY CHALLENGE handelt es sich um eine Aktion des Bundesamts für Energie, an der sich Swisscom 2017 erneut als Hauptpartnerin beteiligt hat.

## Wesentliche Themen

### Kriterien der Wesentlichkeit

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

- > Bedeutung der Themen entsprechend dem Leitbild von Swisscom
- > Bedeutung und Relevanz der Themen für die Anspruchsgruppen von Swisscom
- > Auswirkungen der Themen auf die Vermögens- und Ertragslage sowie auf die Reputation von Swisscom

### Erste Einstufung der Nachhaltigkeitsthemen in der Wesentlichkeitsmatrix

Die Nachhaltigkeitsthemen lassen sich 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. Repräsentative Anspruchsgruppen haben die Themen der Wesentlichkeitsmatrix sowie ihre Einstufung in einer Umfrage bestätigt. Behörden, Partner und NGOs wie der WWF und myclimate nahmen in diesem Zusammenhang zu ökologischen Gesichtspunkten Stellung; die Schweizerische Stiftung für audiovisuelle Bildungsangebote (SSAB) und das Bundesamt für Sozialversicherungen BSV (verantwortlich für das nationale Programm zur Förderung der Medienkompetenz) äusserten sich zu gesellschaftlichen Gesichtspunkten. Die Befragung ergab, dass Swisscom die zur Einsparung von CO<sub>2</sub> geeigneten Produkte und Dienste bei ihren Kunden noch stärker als bislang fördern sollte. Denn die Kunden könnten wesentlich zur Bekämpfung des Klimawandels beitragen. Diese Einschätzung wird von der Studie der internationalen Global e-Sustainability Initiative (GeSI, Smarter 2020) sowie durch eine Analyse von Swisscom bestätigt. Swisscom stuft die CO<sub>2</sub>-Einsparung durch die Kunden deshalb als ein sehr relevantes Thema ein.

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

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

Sinnbildlich für einen vertieften Einbezug der Anspruchsgruppen hat Swisscom ihr strategisches «2:1-Ziel» zusammen mit ihren langjährigen Partnerorganisationen WWF und myclimate geprüft. Im Rahmen des 2:1-Ziels will Swisscom gemeinsam mit ihren Kunden bis 2020 doppelt so viel CO<sub>2</sub> einsparen, wie sie in ihrem gesamten Betrieb und in ihrer Lieferkette verursacht. Im Einzelnen hat der Dialog mit WWF und myclimate dazu beigetragen, die Höhe des Klimaschutzziels festzulegen und dafür eine plausible Berechnungsmethode zu finden. Dabei nahm Swisscom viele Anregungen auf, um die Berechnungsmethode und die Kommunikation des Klimaschutzziels zu verbessern. Gezielt vergab Swisscom Prüfaufträge an die beiden Partnerorganisationen, um Schwachstellen zu beheben. Dank einer transparenten Vorgehensweise – Swisscom legte alle Annahmen und Berechnungen offen – gelang es, das 2:1-Ziel zu präzisieren. Der Dialog ist damit nicht abgeschlossen. Swisscom möchte vielmehr weiterhin bei den jährlichen Zwischenberichten auf die neutrale Sicht von myclimate und WWF zurückgreifen. Die Anordnung der Themen innerhalb der Quadranten der Wesentlichkeitsmatrix erfolgt in alphabetischer Reihenfolge.

## Neue Einstufungen

2016 hat Swisscom bei insgesamt elf ihrer wichtigsten Stakeholder eine Umfrage durchgeführt. Die Umfrage erfolgt alle zwei Jahre und findet somit erneut 2018 statt. 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 systematisch erfasst worden sind. Swisscom hat im Zuge der Umfrage wertvolle Einsichten gewonnen. So bescheinigt die Mehrheit der befragten Stakeholder Swisscom, die Nachhaltigkeitsstrategie auf einen guten Weg gebracht zu haben. Zudem haben die Stakeholder weitere wertvolle Anregungen beige-steuert.

Insgesamt belegen Rückmeldungen der Stakeholder-Umfrage, dass die stetig wachsende Digitalisierung Risiken, aber auch Chancen für Umwelt und Gesellschaft bringt. Unter anderem hat die Umfrage die folgenden Fragen aufgeworfen: Wie begegnet die Gesellschaft der Entgrenzung von Arbeit und Freizeit und den dadurch auftretenden gesundheitlichen Folgen für die Arbeitnehmer? Wie lassen sich die positiven ökologischen und sozialen Auswirkungen der Digitalisierung gezielt nutzen und erhöhen? Wie müssen Swisscom Mitarbeitende sowie Swisscom Kunden und ihre Mitarbeitenden gefördert werden, um mit dem Tempo der Digitalisierung mitzuhalten?

Swisscom stuft diese und andere Fragen aufgrund des direkten Bezugs zum Swisscom Kerngeschäft als strategisch relevant ein. Sie hat vor allem die Fragen zu den Auswirkungen der Digitalisierung auf die Arbeitswelt in mehreren Arbeitsgruppen 2017 vertieft untersucht und wird diese Fragen weiterhin behandeln.

Die Resultate der Stakeholderumfrage sind zudem an die Bereichs- und Konzernleitung gelangt. Sie werden teilweise im Jahresbericht 2017 bei den als relevant eingestuften Themen kommentiert.

2017 hat Swisscom die Agenda 2030 und zwei weitere Themen – die Kreislaufwirtschaft und intelligente Städte (Smart Cities) – als wesentlich erkannt. Sie sind am Anfang des Kapitels aufgelistet und neu Teil der Wesentlichkeitsmatrix.

## Wesentlichkeitsmatrix Swisscom 2017

|                                     |               |   |   |
|-------------------------------------|---------------|---|---|
| Wesentlichkeit für Anspruchsgruppen | sehr relevant | <ul style="list-style-type: none"> <li>Ausbildung von Nachwuchskräften/Personalbeschaffung<sup>1</sup></li> <li>Gesundheit und Arbeitssicherheit<sup>2</sup></li> <li>Grundversorgung<sup>3</sup></li> <li>Jugendmedienschutz<sup>4</sup></li> <li>Mitgliedschaften und Partnerschaften<sup>5</sup></li> <li>Strahlungsarme Kommunikationstechnologien<sup>6</sup></li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Aktienkursentwicklung und Ausschüttungspolitik<sup>7</sup></li> <li>Attraktive Arbeitgeberin<sup>8</sup></li> <li>Auswirkung der Digitalisierung<sup>9</sup></li> <li>CO<sub>2</sub>-Emissionen, -einsparung, Energieeffizienz<sup>10</sup></li> <li>Datenschutz<sup>11</sup></li> <li>Faire Lieferkette<sup>12</sup></li> <li>Geschäftsentwicklung (Umsatz / EBITDA)<sup>13</sup></li> <li>Governance<sup>14</sup>/Compliance<sup>15</sup>/Rechtliches Umfeld<sup>16</sup></li> <li>Investitionen<sup>17</sup></li> <li>Kundenzufriedenheit<sup>18</sup></li> <li>Nachhaltiges Portfolio<sup>19</sup></li> <li>Smart City<sup>20</sup></li> </ul> |
|                                     | relevant      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Agenda 2030 / SDGs<sup>21</sup></li> <li>Corporate Volunteering<sup>22</sup></li> <li>Diversity<sup>23</sup></li> <li>Gesellschaftliches und kulturelles Engagement<sup>24</sup></li> <li>Kreislaufwirtschaft<sup>25</sup></li> <li>Umweltrelevante Themen im Betrieb<sup>26</sup></li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Angebote im Bereich Gesundheit<sup>27</sup></li> <li>Förderung der Medienkompetenz<sup>28</sup></li> <li>Innovation und Entwicklung<sup>29</sup></li> <li>Personalentwicklung<sup>30</sup></li> </ul>  |
|                                     |               | relevant  | sehr relevant   |

Wesentlichkeit für Swisscom

■ Lagebericht: <sup>7</sup>S. 51-52, <sup>13</sup>S. 39, <sup>16</sup>S. 20, <sup>17</sup>S. 46, <sup>18</sup>S. 34

■ Governance: <sup>14</sup>S. 58

■ Nachhaltigkeitsbericht: <sup>1</sup>Seite 56, <sup>2</sup>Seite 52, <sup>3</sup>Seite 69, <sup>4</sup>Seite 47, <sup>5</sup>www.swisscom.ch/cr-partnerschaften, <sup>6</sup>Seite 44, <sup>8</sup>Seite 50, <sup>9</sup>Seite 42, <sup>10</sup>Seite 27, <sup>11</sup>Seite 46, <sup>12</sup>Seite 61, <sup>15</sup>Seite 23, <sup>19</sup>Seite 33-34, <sup>20</sup>Seite 32, <sup>21</sup>Seite 14, <sup>22</sup>Seite 51, <sup>23</sup>Seite 54, <sup>24</sup>Seite 71, <sup>25</sup>Seite 67, <sup>26</sup>Seite 36, <sup>27</sup>Seite 43, <sup>28</sup>Seite 46, <sup>29</sup>Seite 74, <sup>30</sup>Seite 55

## 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

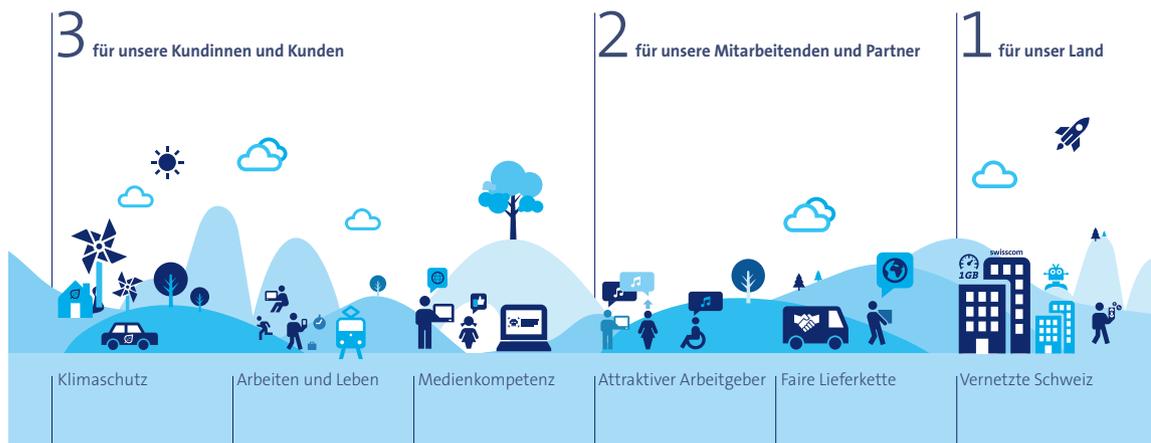
Wir verfolgen unsere Ziele mit Leidenschaft und Blick für das Wesentliche.

### neugierig

Wir entwickeln uns kontinuierlich weiter und ergreifen neue Chancen.

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

## Corporate Responsibility-Ziele: 3-2-1-Ansatz



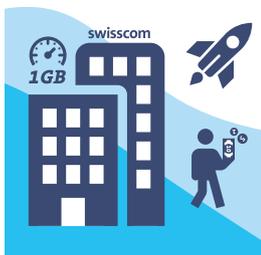
# Corporate Responsibility-Strategie

Swisscom übernimmt Verantwortung – heute und morgen. Dabei orientiert sie sich an ihrer Corporate Responsibility-Strategie (CR-Strategie), die aus sechs Schwerpunktthemen besteht. 2017 hat Swisscom zusätzlich die Sustainable Development Goals in ihrer CR-Strategie berücksichtigt.

## Strategische Schwerpunkte und Corporate Responsibility-Ziele

Swisscom konzentriert ihre Tätigkeiten im Bereich der Corporate Responsibility einerseits auf Themen, die für ihre Anspruchsgruppen eine hohe Relevanz besitzen; andererseits auf Themen, die gleichzeitig eng an das Kerngeschäft von Swisscom gekoppelt sind. Swisscom hat die Vision einer modernen und zukunftsgerichteten Schweiz; eines Landes, das – unter anderem im Bereich der Nachhaltigkeit – eine Vielzahl von Möglichkeiten bietet. Konkret setzt Swisscom auf die Verbesserung ihres Nachhaltigkeitsimages und auf sechs strategische Schwerpunkte, zu denen sie 2015 jeweils ein langfristiges Ziel 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 18, erläutert.



### Nachhaltigkeitsimage

#### Swisscom will ihr Nachhaltigkeitsimage bei der Bevölkerung weiter verbessern

Seit Jahren ist Swisscom in ihren Leistungen im Nachhaltigkeitsbereich führend. Unterschiedliche internationale Auszeichnungen (zum Beispiel CDP, EcoVadis) sowie die Aufnahme von Swisscom in die wichtigsten Nachhaltigkeitsfonds (zum Beispiel Dow Jones Sustainability Index, FTSE4Good) bestätigen die Führungsrolle stets von Neuem. Swisscom hat es sich zum Ziel gesetzt, bei der breiten Bevölkerung ein entsprechendes Image der Nachhaltigkeit aufzubauen. Sie misst dieses Ziel mit dem RepTrak, einem international standardisierten Instrument zur Messung von Unternehmensimages, das in der Dimension «Citizenship» das Image hinsichtlich des öffentlichen Engagements und der Nachhaltigkeit feststellt. Dabei soll der RepTrak-Wert von Swisscom in der Dimension «Citizenship» auf einen Jahresdurchschnitt von über 70 steigen. Zudem soll der Anteil an Personen, die keine Aussage zum Citizenship-Image von Swisscom machen können, von heute rund 19% auf unter 10% gesenkt werden.

Beispiel aus dem Zielkatalog:

Der Wert für die Dimension «Citizenship» des RepTrak soll über 70 im Jahresdurchschnitt 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.

Swisscom zählt zu den grössten Strombezügerinnen der Schweiz und hat sich das Ziel gesetzt, ihre Energieeffizienz kontinuierlich zu erhöhen. Sie deckt 100% ihres Strombedarfs aus einheimischer erneuerbarer Energie ab und zählt schweizweit zu den grössten Bezügerinnen von Sonnenstrom und erneuerbarer Energien.

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. Dieses Ziel ist unter dem Stichwort 2:1-Ziel zusammengefasst. Es umfasst zunächst die CO<sub>2</sub>-Einsparungen der Swisscom Kunden dank der Nutzung von Green ICT-Diensten. Zum 2:1-Ziel gehören darüber hinaus die Bestrebungen von Swisscom, die eigenen CO<sub>2</sub>-Emissionen aus dem Betrieb zu reduzieren. Schliesslich fordert Swisscom von ihren Lieferanten, den ökologischen Fussabdruck zu reduzieren.

Beispiele aus dem Zielkatalog:

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 Schweiz ein, die zum Leben viel Platz bietet.

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

Beispiele aus dem Zielkatalog:

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



### Medienkompetenz und Sicherheit

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

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

Beispiel aus dem Zielkatalog:

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



### Attraktive Arbeitgeberin

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

Swisscom ist eine der attraktivsten Arbeitgeberinnen der Schweiz. Sie bietet ihren Mitarbeitenden Möglichkeiten zur Entfaltung und fördert den Ausgleich zwischen beruflichen Anforderungen und privaten Bedürfnissen. Faire Anstellungsbedingungen sind für Swisscom ebenso selbstverständlich wie eine gelebte Sozialpartnerschaft und ein überdurchschnittliches Engagement in der Berufsbildung. Auf ihre über 900 Lernenden ist Swisscom überaus stolz. Zudem erhalten Mitarbeitende die Möglichkeit, sich sozial zu engagieren – beispielsweise im Rahmen des Corporate Volunteering-Programms.

Beispiel aus dem Zielkatalog:

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.

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

Beispiel aus dem Zielkatalog:

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



### Vernetzte Schweiz

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

Swisscom will bis 2020 85% aller Wohnungen und Geschäfte mit Ultrabreitband abdecken. Ausserdem sollen 99% der Bevölkerung von mobilem Ultrabreitband profitieren. Damit trägt Swisscom indirekt rund CHF 30 Milliarden zum Schweizer Bruttoinlandprodukt bei und schafft beziehungsweise erhält indirekt rund 100'000 Arbeitsplätze in der Schweiz.

Beispiel aus dem Zielkatalog:

Swisscom will die fixe sowie die mobile Ultrabreitbandabdeckung in der Schweiz garantieren.

## 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>&gt; 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>&gt; 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>&gt; Förderung der Medienkompetenz</li> <li>&gt; Medienkurse für Eltern, Lehrpersonen und Schüler</li> <li>&gt; Swisscom Academy</li> </ul> <b>CR-Ziel:</b> Förderung der Medienkompetenz                                     |
|    | Beitrag zur Bildungslandschaft in der Schweiz in Form von einem breitbandigen Internet Zugang für Schulen.  | <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Initiative «Schulen ans Internet»</li> </ul> <b>CR-Ziel:</b> Förderung der Medienkompetenz   |
|    | Als Beitrag zu Diversity und Gleichheit gilt das Ziel, der Anteil von Frauen im Management zu erhöhen.  | <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Diversity</li> </ul> <b>CR-Ziel:</b> Diversity   |
|    | Beitrag zu kostengünstiger und sauberer Energie mit dem Angebot tiko power, tiko Storage und virtuelle Kraftwerk im nachhaltigen Portfolio.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; 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 Klimaschutz bei.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; 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>&gt; Personalentwicklung</li> <li>&gt; Vernetzte Schweiz</li> <li>&gt; Faire Lieferkette</li> </ul> <b>CR-Ziel:</b> Attraktive 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>&gt; Vernetzte Schweiz</li> <li>&gt; Grundversorgung</li> <li>&gt; Low Power Network</li> </ul> <b>CR-Ziel:</b> Abdeckung der Schweiz mit Ultra Bandbreite  |
|  | Ausbau des Portfolios an nachhaltigen Diensten speziell im Bereich IoT und Smart City.  | <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Nachhaltige ICT-Dienste für Privatkunden</li> <li>&gt; 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 Recycling von Enderäten trägt Swisscom ihren Beitrag bei.  | <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Nachhaltiges Portfolio</li> <li>&gt; 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>&gt; 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 Klimaschutz bei.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; 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 2017 <sup>1</sup> | Wert 2017 <sup>2</sup> | Ziel 2020 | Richtwert 2018 |
|---|-----------------------------|------------------------|-----------|----------------|
| <b>Imageziel / portfolioübergreifende Aktivitäten</b>   |                             |                        |           |                |
| <b>Hauptziel: Nachhaltigkeitsimage von Swisscom</b>   |                             | ●                      |           |                |
| Reptrak = Standardisiertes Tool für Imagemessung von Firmen<br>Citizenship setzt sich aus sozialer, ökonomischer und ökologischer Bewertung zusammen.   |                             |                        |           |                |
| KPI: Punkte im Bereich Citizenship im Reptrak aus der Bewertung der breiten Öffentlichkeit  | >70                         | 69,5                   | >70       | -              |
| KPI: Anteil von «Weiss-nicht»-Antworten Citizenship im Reptrak  |                             | 19,1%                  | <10%      |                |
| <b>Massnahmen 2018:</b>   |                             |                        |           |                |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Etablierung Nachhaltigkeitskennzeichen und Thema Kreislaufwirtschaft in den Swisscom Shops</li> <li>&gt; Öffentlichkeitswirksame Aktionen zu Medienkompetenz, Kreislaufwirtschaft und Smart City</li> <li>&gt; «Zusammen für mehr Nachhaltigkeit» auf weiteren Produkten</li> </ul> |                             |                        |           |                |
| <b>Ausbau des Portfolios an nachhaltigen Diensten (G4-EN27, SDG 13)</b>   |                             | ● <sup>3</sup>         |           |                |
| 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  | 40                          | 53                     | 60        | 55             |
| <b>Massnahmen 2018:</b>   |                             |                        |           |                |
| > Evaluation oder Neukonzeption von geeigneten Diensten   |                             |                        |           |                |
| <b>Handyrücknahme (G4-EN28, SDG 12)</b>   |                             | ●                      |           |                |
| Wiederverwendung/Recycling von nicht mehr verwendeten Handys  |                             |                        |           |                |
| KPI: Rücklaufquote (Prozentsatz von zurückgegebenen Geräten im Vergleich zur Anzahl verkaufter Geräte)  | 12%                         | 8%                     |           | 12%            |
| <b>Massnahmen 2018:</b>   |                             |                        |           |                |
| > Steigerung Rücknahmequote gegenüber 2017 in den Programmen «Mobile Aid» und «Mobile Bonus» für Privatkunden und «Mobile Bonus Business» für Geschäftskunden   |                             |                        |           |                |
| <b>Reduktion Papierverbrauch (G4-EN27)</b>  |                             | ●                      |           |                |
| KPI: Anteil von Privat- und KMU-Kunden, welche die Online-Rechnung nutzen   | 37%                         | 36,6%                  |           | 40%            |
| <b>Massnahmen 2018:</b>   |                             |                        |           |                |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Weitere Förderung der Online-Rechnung</li> <li>&gt; Direkte Ansprache der Kundensegmente</li> </ul>   |                             |                        |           |                |
| <b>Schulung Touch Points (Shop-/Call-Center-/Sales-) Mitarbeitende (GRI-EN26)</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 2018:</b>   |                             |                        |           |                |
| > Schulung Touchpoints zu den Nachhaltigkeitsvorteilen von Swisscom-Produkten   |                             |                        |           |                |
| <b>Antikorrption (GRI-SO4)</b>  |                             | ●                      |           |                |
| Schulungen zur Antikorrptionsweisung  |                             |                        |           |                |
| KPI: Durchführung von Schulungen zur Antikorrptionsweisung  | erfolgt                     | erfolgt                | erfolgt   | -              |
| <b>Massnahmen 2018:</b>   |                             |                        |           |                |
| > Nur situativ Schulungen vorgesehen  |                             |                        |           |                |

<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<br>2017 <sup>1</sup> | Wert<br>2017 <sup>2</sup> | Ziel<br>2020 | Richtwert<br>2018 |
|--|--------------------------------|---------------------------|--------------|-------------------|
| <b>Energieeffizienz und Klimaschutz</b>  |                                |                           |              |                   |
| <b>Hauptziel: (G4-EN18) 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)   | 1,4                            | 1,23                      | 2            | 1,60              |
| <b>Massnahmen 2018:</b>  |                                |                           |              |                   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Eigene Emissionen aus dem Betrieb inkl. Lieferketten weiter reduzieren</li> <li>&gt; Förderung von bestehenden nachhaltigen Diensten</li> <li>&gt; Ausbau des Portfolios an nachhaltigen Diensten</li> </ul>                               |                                |                           |              |                   |
| <b>Hauptziel: Energieeffizienz (G4-EN5, SDG 7, 13)</b>   |                                | ●                         |              |                   |
| Laufende Steigerung der Energieeffizienz (EF)<br>EF = (GEV + ∑ ESP) / GEV<br>> GEV = Gesamtenergieverbrauch<br>> ESP = kumulierte Energieeinsparungen<br>Quelle: BAFU/BFE-Richtlinie   |                                |                           |              |                   |
| KPI: Steigerung der Energieeffizienz (EF) in %   |                                | 13,9%                     | 35%          | 16%               |
| <b>Massnahmen 2018:</b>  |                                |                           |              |                   |
| Weitere Umsetzung der Spar- und Effizienzmassnahmen (Ziel = 23 GWh) u. a.:<br><ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Abbau analog Netz und Technologieverbesserungen</li> <li>&gt; Effizienzsteigerung in Rechenzentren</li> <li>&gt; Virtualisierung der Server</li> </ul>       |                                |                           |              |                   |
| <b>Optimierung CO<sub>2</sub>-Ausstoss Fahrzeugflotte (G4-EN30)</b>  |                                | ●                         |              |                   |
| Fokus auf direkte Emissionen aus fossilen Energieträgern (Scope 1)   |                                |                           |              |                   |
| KPI: Durchschnittswert des CO <sub>2</sub> -Ausstosses pro Personenwagen in g CO <sub>2</sub> / km gemäss Herstellerangaben  | 106                            | 105                       | 95           | 102               |
| <b>Massnahmen 2018:</b>  |                                |                           |              |                   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Weitere Umsetzung der Beschaffungs-Roadmap</li> </ul>  |                                |                           |              |                   |
| <b>CO<sub>2</sub>-Emissionen (G4-EN15-17)</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   | 394'000                        | 400'800                   | 341'000      | 360'000           |
| <b>Massnahmen 2018:</b>  |                                |                           |              |                   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Umsetzung weiterer Effizienzmassnahmen</li> <li>&gt; Verbesserungsmassnahmen gemeinsam mit Lieferanten</li> </ul>  |                                |                           |              |                   |
| <b>CO<sub>2</sub>-Einsparungen bei Kunden dank nachhaltiger-ICT-Dienste (G4-EN19, SDG 7)</b>   |                                | ●                         |              |                   |
| Summe der Einsparungen der Kunden durch die Nutzung nachhaltiger Swisscom Produkte. Bestandteil vom 2:1-Ziel.  |                                |                           |              |                   |
| KPI: CO <sub>2</sub> -Einsparungen in Tonnen   | 512'000                        | 493'702                   | 700'000      | 569'000           |
| <b>Massnahmen 2018:</b>  |                                |                           |              |                   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Förderung von bestehenden nachhaltigen Diensten wie zum Beispiel im Bereich Work Smart sowie tiko/Swisscom Energy Solutions</li> <li>&gt; 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<br>2017 <sup>1</sup> | Wert<br>2017 <sup>2</sup> | Ziel<br>2020 | Richtwert<br>2018 |
|------------------------------|--------------------------------|---------------------------|--------------|-------------------|
|------------------------------|--------------------------------|---------------------------|--------------|-------------------|

## Arbeiten und Leben

|   |         |           |           |  |
|---|---------|-----------|-----------|--|
| <b>Hauptziel: Nutzung mobiler Arbeitsformen</b>   |         | ●         |           |  |
| Anzahl der Personen, die mobil arbeiten können in der Schweiz (gemäss Umfrage) mal Anteil Durchschnitt von Breitbandmarkt Mobil und Festnetz    |         |           |           |  |
| KPI: Anzahl Kunden  | 893'000 | 989'000   | 1'000'000 |  |
| <b>Massnahmen 2018:</b>   |         |           |           |  |
| > Aktives Mitwirken in der Work-Smart-Initiative  |         |           |           |  |
| <b>Hauptziel: Nutzung der Angebote im Bereich Gesundheit (SDG 3)</b>  |         | ●         |           |  |
| Die Angebote umfassen u.a. Abavent Events, die Gesundheitsplattform Healthi, das Gesundheitsdossier Evita, Datasport Event und die App Swissmom |         |           |           |  |
| KPI: Anzahl Kunden  | -       | 1'104'212 | 1'000'000 |  |
| <b>Massnahmen 2018:</b>   |         |           |           |  |
| > Ausweitung der Kundenbasis bei Ärzten, Spitälern, Therapeuten, Apotheken und via Healthi  |         |           |           |  |
| > Umsetzung der gewonnenen Vernetzungsprojekte  |         |           |           |  |

## Medienkompetenz und Sicherheit

|   |         |         |           |         |
|---|---------|---------|-----------|---------|
| <b>Hauptziel: Förderung der Medienkompetenz</b>   |         | ●       |           |         |
| Messung durch Anzahl Kurse, Besucher der Plattform Medienstark, Leser Publikationen und Kinderschutzangebote  |         |         |           |         |
| KPI: Anzahl Personen (kumuliert)  | -       | 932'812 | 1'000'000 |         |
| <b>Massnahmen 2018:</b>   |         |         |           |         |
| > Neuauflage enter (16. Ausgabe); Migration Medienstark auf <a href="http://www.swisscom.ch/stories">www.swisscom.ch/stories</a> zwecks Erhöhung Reichweite |         |         |           |         |
| > Sensibilisierungskampagne Mediennutzung (Tag der Aufmerksamkeit)  |         |         |           |         |
| <b>Teilnahme an Kursen über Medienkompetenz (G4-SO1)</b>  |         | ●       |           |         |
| Medienkurse für Eltern, Lehrpersonen, Schüler (Mittel- und Oberstufe) und Swisscom Academy  |         |         |           |         |
| KPI: Eltern/Lehrpersonen  | 7'500   | 6'847   |           | 8'000   |
| KPI: Schüler  | 25'000  | 27'810  |           | 28'000  |
| KPI: Swisscom Academy   | 16'000  | 16'561  |           | 20'000  |
| KPI: Anzahl Teilnehmende Total  | 48'500  | 51'218  |           | 56'000  |
| <b>Massnahmen 2018:</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 (G4-SO1, SDG 4)</b>  |         | ●       |           |         |
| KPI: Anzahl Besucher auf der Plattform Medienkompetenz  | 120'000 | 31'022  | 120'000   | 120'000 |
| <b>Massnahmen 2018:</b>   |         |         |           |         |
| > Weiterführung SEO (search engine optimization) Massnahmen   |         |         |           |         |
| > Prüfung einer Neuausrichtung der Plattform  |         |         |           |         |

<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<br>2017 <sup>1</sup> | Wert<br>2017 <sup>2</sup> | Ziel<br>2020 | Richtwert<br>2018 |
|------------------------------|--------------------------------|---------------------------|--------------|-------------------|
|------------------------------|--------------------------------|---------------------------|--------------|-------------------|

## Attraktive Arbeitgeberin

|   |       |       |     |       |
|---|-------|-------|-----|-------|
| <b>Hauptziel: Positionierung als eine der beliebtesten Arbeitgeberinnen der Schweiz</b>   |       |       | ●   |       |
| Die Position wird anhand des «Universum»-Rankings durch Studenten und Professionals gemessen<br><a href="http://universumglobal.com/rankings/company/swisscom/">http://universumglobal.com/rankings/company/swisscom/</a> |       |       |     |       |
| KPI: Rang Studenten   | -     | 4     | 2   | -     |
| KPI: Rang Professionals   | -     | 3     | 2   | -     |
| <b>Massnahmen 2018:</b>   |       |       |     |       |
| > Intensivierung der Aktivitäten (Flexibilität & Gesundheit, Employability, Diversity, Corporate Volunteering)  |       |       |     |       |
| > Positionierung als verantwortungsvolle Arbeitgeberin, neue Betrachtung der Dimensionen Ethics und CSR   |       |       |     |       |
| <b>Diversity (G4-LA12, SDG 5, 8)</b>  |       |       | ●   |       |
| Erhöhung der Diversity unter den Mitarbeitenden, gemessen an Geschlechterverteilung, Altersdurchmischung, Nationalitäten und Inklusion.<br>Der Diversity Index wird nur alle zwei Jahre erhoben.                          |       |       |     |       |
| KPI: Diversity Index der Hochschule Luzern (Rang)   | -     | -     | 1   |       |
| KPI: Anteile von Frauen im Management   | -     | 11,7% | 20% |       |
| KPI: Mitarbeitende mit gesundheitlichen Leistungsbeeinträchtigungen (Inklusion)   | -     | 0,86% | 1%  |       |
| <b>Massnahmen 2018:</b>   |       |       |     |       |
| > Förderung flexibler Arbeitsmodelle für Frauen und Männer auf allen Stufen   |       |       |     |       |
| > Spezifische Trainingsangebote für Frauen in Führungspositionen, Frauenpools in der Rekrutierung für MINT-Stellen, ICT-Wochen für Mädchen  |       |       |     |       |
| > Einsatz von Autisten im ICT-Testing   |       |       |     |       |
| <b>Betriebliches Gesundheitsmanagement BGM (G4-LA6, SDG 3)</b>  |       |       | ●   |       |
| Absenzenquote halten oder senken gegenüber dem Vorjahr  |       |       |     |       |
| KPI: Absenzen in Tagen / Solltage (gewichtet nach FTE) * 100<br>Die Solltage ergeben sich aus der Standardarbeitszeit.  | 2,8%  | 3,06% |     | 2,8%  |
| <b>Massnahmen 2018:</b>   |       |       |     |       |
| > BGM@CTP (Customer Touchpoint), Einführung Schulung psychische Gesundheit und Früherkennung für VG   |       |       |     |       |
| > Learning Lunches Social Media und Essen, Mindfulness@Meeting, Achtsamkeit über Mittag, Studie iCope (Online Stress Training), Webinar psychische Gesundheit für VG, Selfmanagement-Kurse                                |       |       |     |       |
| > Ergonomie Mini-Beratung, Leadership & Health, Health-Checks für Mitarbeitende mit Zeitautonomie, Health-Checks für Kader, Learning Lunches Stammtische (Gespräche rund um Burnout), Learning Lunches Ernährung          |       |       |     |       |
| <b>Corporate Volunteering (GRI-SO1)</b>   |       |       | ●   |       |
| KPI: Anzahl Einsatztage Give&Grow   | 1'300 | 1'140 |     | 1'300 |
| <b>Massnahmen 2018:</b>   |       |       |     |       |
| > Weiterführen des Programms im Rahmen der Einsätze des letzten Jahres  |       |       |     |       |

<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<br>2017 <sup>1</sup> | Wert<br>2017 <sup>2</sup> | Ziel<br>2020 | Richtwert<br>2018 |
|------------------------------|--------------------------------|---------------------------|--------------|-------------------|
|------------------------------|--------------------------------|---------------------------|--------------|-------------------|

## Faire Lieferkette

|   |           |         |           |  |     |
|---|-----------|---------|-----------|--|-----|
| <b>Hauptziel: Überprüfung der Arbeitsbedingungen von Arbeitnehmern bei unseren Lieferanten (JAC Initiative) (SDG 8)</b>           |           |         |           |  | ●   |
| Anzahl Audits mal Anzahl Mitarbeitende in den auditierten Fabriken<br>JAC = Joint Audit Cooperation                               |           |         |           |  |     |
| KPI: Anzahl Mitarbeitende bei Lieferanten   | 1'540'000 | 816'000 | 2'000'000 |  | -   |
| <b>Massnahmen 2018:</b>   |           |         |           |  |     |
| > Ausbau der Audits der JAC Community durch Partnerschaft mit der EICC  |           |         |           |  |     |
| <b>Überprüfung der Lieferpartner (G4-EN/HR/LA)</b>  |           |         |           |  | ●   |
| KPI: Anzahl Lieferpartner, die auditiert worden sind  | 82        | 89      |           |  | 115 |
| KPI: davon Lead Swisscom  | 9         | 9       |           |  | 8   |
| KPI: Anzahl Lieferpartner mit Self Assessment (extern validiert)  | 160       | 162     |           |  | 150 |
| <b>Massnahmen 2018:</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 (G4-EN32)</b>      |           |         |           |  | ●   |
| KPI: Anzahl Key Suppliers, die ihre Klimadaten via CDP offenlegen<br>CDP = Carbon Disclosure Project                              | 55        | 56      |           |  | 60  |
| <b>Massnahmen 2018:</b>   |           |         |           |  |     |
| > Förderung der Teilnahme an CDP durch Action Exchange Program (AEP)  |           |         |           |  |     |

## Vernetzte Schweiz

|  |   |       |     |  |   |
|--|---|-------|-----|--|---|
| <b>Hauptziel: Abdeckung der Schweiz mit fixem Ultra BB als Voraussetzung für ind. BIP von CHF 30 Mrd. (G4-EC7, SDG 9)</b>                                    |   |       |     |  | ● |
| KPI: Abdeckungsgrad von Haushalten und Geschäften<br>Ultra BB = Bandbreite (BB) > 100 Mbit/s<br>Basis 3,6 Mio. Haushalte und 0,7 Mio. Geschäfte (Quelle BFS) | - | 47,7% | 85% |  | - |
| <b>Massnahmen 2018:</b>  |   |       |     |  |   |
| > Roll-out FTTx (x = Home, Street oder Curb)   |   |       |     |  |   |
| > Erhöhung der Bandbreite  |   |       |     |  |   |
| <b>Hauptziel: Abdeckung der Schweiz mit mobilem Ultra-BB als Voraussetzung für ind. BIP von CHF 30 Mrd. (G4-EC7)</b>   |   |       |     |  | ● |
| KPI: Abdeckungsgrad<br>Ultrabreitband = Bandbreite bis 150 Mbit/s  | - | 99%   | 99% |  | - |
| <b>Massnahmen 2018:</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  |   |       |     |  |   |

<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

# 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 2018 bis 2021 festgelegt. Er erwartet von Swisscom unverändert, dass sie im Rahmen ihrer betriebswirtschaftlichen Möglichkeiten eine nachhaltige und ethischen Grundsätzen verpflichtete Unternehmensstrategie verfolgt.

## 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/grundsaeetze](http://www.swisscom.ch/grundsaeetze)

## 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 – beispielsweise 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.

## 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. 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) (Mobilität- 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)
- > **Attraktive 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 Indicator) aus den Schwerpunktthemen der CR-Strategie
- > Ein Quartalsreporting des Risk Management
- > 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:

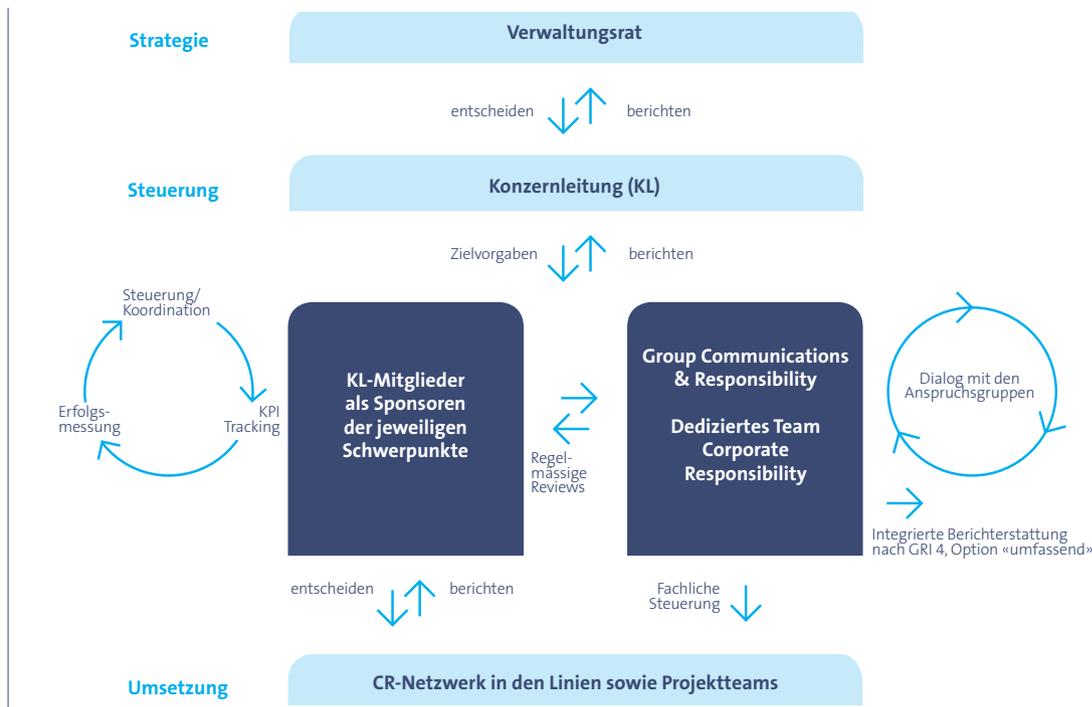
- > Erarbeitung der CR-Strategie (Ziele, Schwerpunkte) in Zusammenarbeit mit Linien- und Supporteinheiten
- > Berücksichtigung der SDGs und der Agenda 2030 für die nachhaltige Entwicklung der CR-Strategie von Swisscom
- > Unterstützung der Sponsoren aus der Konzernleitung
- > Koordination der Umsetzung der Strategie und Initiierung von Massnahmen
- > Erarbeitung von Vorgaben zur Umsetzung der CR-Strategie
- > Sicherung des Dialogs mit den Anspruchsgruppen
- > Dialog mit den strategischen Partnern (darunter den 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.



## Managementansätze

### Vorsorgeprinzip

Swisscom arbeitet nachhaltig nach ihrem Leitbild. 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 Swisscom Treibhausgasinventar
- > 20000 IT-Service-Management
- > 27001 Informationssicherheit-Management-System
- > 33002 Information Technology – Process Assessment

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

## Managementansätze und wesentliche Themen

Swisscom verfügt über Managementansätze für diejenigen Themen, die in der Wesentlichkeitsmatrix aufgeführt sind. Im Falle derjenigen Themen, die für Swisscom und ihre Anspruchsgruppen besonders relevant sind, gelten unter anderem die folgenden Vorgaben (Themen der Matrix im Quadranten rechts oben):

- > Konzernvorgabe zur Kommunikation und Corporate Responsibility, die neu die Zuständigkeit für die Berücksichtigung der SDGs und der Agenda 2030 regelt, um die CR-Strategie von Swisscom nachhaltig weiterzuentwickeln
- > Konzernvorgabe zur finanziellen Führung des Konzerns (unter anderem Ausschüttungspolitik)
- > Gesamtarbeitsvertrag (GAV), der unter anderem die Arbeitnehmervertretung und die Gewerkschaftsbeziehungen regelt
- > Digitales Manifest, das die Bereiche Infrastruktur, Bildung, Forschung, Innovation und Wirtschaft abdeckt
- > Leitfaden «Mobiles Arbeiten», der den Umgang mit mobiler Arbeit regelt, sowie «Leitfaden für Führungskräfte»
- > Umweltmanagementsystem nach ISO 14001 sowie dazugehörige Weisungen und Richtlinien zu den Themen Energie und CO<sub>2</sub> (Richtlinie zum Swisscom Treibhausgasinventar nach ISO 14064)
- > Weisung Big Data zum Thema Datenschutz
- > Einkaufspolicy
- > Compliance Policy mit zugehörigem Compliance Management-System (das weiter unten ausführlich beschrieben ist) sowie Weisungen (beispielsweise zu den Themen Recht und Antikorruption)
- > Richtlinie für Investitionen, wonach Swisscom wesentliche Investitionen auf ihre ökologische und soziale Nachhaltigkeit zu prüfen hat

Zusätzlich zur Agenda 2030 hat Swisscom zwei neue Themen erkannt, die ihr Umfeld nachhaltig prägen könnten. Es handelt sich um «Smart Cities» und «Kreislaufwirtschaft», wofür die nötigen Management-Ansätze in Arbeit sind.

## Das Digitale Manifest

Die Digitalisierung soll in der Schweiz nicht nur eine Zukunftsvision bleiben, sondern Realität werden. Zu diesem Zweck haben über 50 digitale Pioniere zusammen mit Bundesrat Johann Schneider-Ammann ein Manifest erarbeitet – darunter auch Swisscom CEO Urs Schaeppi. Das Manifest soll Motivation und Inspirationsquelle für Wirtschaft, Politik und Gesellschaft sein. Es will dazu beitragen, die digitale Transformation der Schweiz erfolgreich zu bewerkstelligen und der Schweiz eine weltweit führende Position zu sichern. Sein Ziel lautet: Die Schweiz schafft Arbeitsplätze mit hoher Wertschöpfung und sichert dadurch ihren Wohlstand.

Das Manifest stellt Thesen auf und leitet daraus konkrete Ideen und Forderungen für Infrastruktur, Bildung, Forschung, Innovation und Wirtschaft ab. Es regt beispielsweise einen Zukunftsfonds für Jungunternehmen an und ruft den Staat dazu auf, angemessene Voraussetzungen zur intelligenten Nutzung von Daten als Produktionsfaktor zu schaffen. Im Bereich der Bildung soll der Wissens- und Technologietransfer zwischen Hochschulen verbessert werden, um die Schweiz zum weltweit führenden Forschungsstandort für digitale Transformation zu machen.

## 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 Mindestexpectationen 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 hat die Ziele der Compliance festgelegt: 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 und 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 Massnahmen 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:

- > Antikorrruption
- > Antigeldwäscherei
- > Bankenrecht (Publikumseinlagen)
- > Daten- und Geheimhaltungsschutz (hinsichtlich aller Gesetze)
- > Produktesicherheitsgesetz
- > Kartellrecht
- > Fernmelderecht
- > Börsenrecht (inklusive VegüV)

### Verantwortungsbewusstes Marketing

Swisscom orientiert sich in ihrem Marketing sowohl am eigenen Leitbild 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 unterschiedlichen 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. Die Prinzipien sind 2016 in einer neuen Richtlinie zur Wahrung der Menschenrechte veröffentlicht worden.

 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 mit FOSS wird in den bestehenden Konzernvorgaben (Weisungen) geregelt. Für Swisscom Software, die auf den 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 attraktive Arbeitgeberin im Sicherheitsbereich bekannt. Sie bietet ihren Mitarbeitenden spannende Aufgaben und vielseitige Entwicklungschancen.

## 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 jedoch 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.

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

Für die unterschiedlichen Nachhaltigkeitsbereiche gemäss GRI bestehen Konzernvorgaben (Weisungen). Zusätzlich existieren fachspezifische interne Vorgaben und Richtlinien: so zum Beispiel zur finanziellen Gesamtbetrachtung nach dem TCO-Ansatz (Total Cost of Ownership) bei Projekten, zur Kühlung von Telefonzentralen und Rechenzentren oder zum Abbau von Sendestationen. Dabei nutzt Swisscom eine CR-Checkliste. Sie berücksichtigt volkswirtschaftliche, ökologische und soziale Anforderungen in allen Projekten, welche die Netzinfrastruktur, Dienste und Produkte betreffen. Zudem regelt eine Vorgabe das Recycling sowie die Entsorgung von Netzinfrastruktur, die bisher situationsabhängig erfolgt sind.

Für Sanierungen sowie den Neubau von Geschäften existieren nach ökologischen Kriterien ausgerichtete Vorgaben. Die schweizerischen Tochtergesellschaften von Swisscom sowie die italienische Tochtergesellschaft Fastweb nutzen Instrumente, die an ihre Bedürfnisse angepasst sind. Die Vorgaben sind in den folgenden Kapiteln erwähnt. Neu hat Swisscom 2017 Kommunikationsgrundsätze festgelegt, die sich auf die Werte des Leitbilds stützen. Diese Grundsätze stecken den Rahmen zur Kommunikation im Internet und besonders im Portal Bluewin ab.

## Verantwortung von Swisscom gegenüber der Öffentlichkeit

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

- > Swisscom unterstützt nachhaltiges Handeln in der ICT-Branche.
- > 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 2017 veranstaltet hat.
- > 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 (IP: Internet Protokoll).
- > Swisscom fördert die flächendeckende Versorgung der Schweiz mit Mobilfunk- und Breitbandinfrastruktur. Sie hat sich zum Ziel gesetzt, jede Schweizer Gemeinde bis 2021 mit modernen Glasfasertechnologien auszustatten. Damit legt sie eine solide Basis für die Digitalisierung und zur Sicherstellung des Wirtschaftsstandorts Schweiz.
- > Swisscom hat sich als einzige Anbieterin für die Grundversorgungskonzession beworben. Die ComCom hat Swisscom diese Konzession erteilt. Die neue Konzession tritt am 1. Januar 2018 in Kraft und läuft bis am 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 werden die Grundversorgungsdienste für Menschen mit Beeinträchtigungen erweitert: Neben bestehenden Angeboten wie dem SMS-Transkriptions- und dem Verzeichnisdienst umfasst die Grundversorgung neu für hörbehinderte Menschen einen Vermittlungsdienst in Gebärdensprache über Videotelefonie.

- > Swisscom verbessert laufend ihre Kundeninformationssysteme: so beispielsweise durch Services wie «Swisscom Cockpit» für Swisscom Kunden, die sich im Ausland aufhalten.
- > Swisscom arbeitet rund um die Energiewende an unterschiedlichen Projekten mit. So etwa an der Work Smart Initiative, am Produkt tiko und an der vom Bundesamt für Energie (BFE) lancierten ENERGY CHALLENGE 2017.

Die Schweiz steht vor dem Ausbau des 5G-Netzes, der fünften Mobilfunkgeneration. 5G macht Smart Cities, vernetzte Fabriken oder intelligente Häuser technisch möglich, vereint mannigfaltige Technologien und bildet die Grundlage für eine digitale Schweiz. Die derzeit geltenden gesetzlichen Rahmenbedingungen erschweren den Mobilfunkanbietern den 5G-Ausbau und verhindern die Nutzung elementarer Funktionen. Damit die Schweiz weiterhin Vorreiterin in der Adaption neuer Technologien bleibt, ist eine Anpassung der Rahmenbedingungen wie der NISV, der Bewertungsmethoden und der baurechtlichen Vorschriften erforderlich.

Swisscom hat im Berichtsjahr wie im Vorjahr im Rahmen von Vernehmlassungen auf Bundesebene Stellungnahmen eingereicht. Sie hat an einem Hearing der Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen des Nationalrats (KVF) zum Thema «Umgang und die Verwendung von Daten» teilgenommen. Zudem hat sich Swisscom an der Konferenz der kantonalen Volkswirtschaftsdirektoren (VDK) zum Glasfaserausbau in den Kantonen geäußert.

Ferner hat sich Swisscom zur Botschaft des Bundesrats zur Teilrevision des Fernmeldegesetzes (FMG) geäußert. Sie nimmt in diesem Zusammenhang an einem Hearing der Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen des Nationalrats (KVF) teil. Swisscom sieht aktuell keinen Bedarf für eine Revision des FMG. Im Sinne selbstregulierender Massnahmen hat die Branche – besonders in den Bereichen Roaming, Netzneutralität, Kunden- und Jugendschutz sowie hinsichtlich unerwünschter Werbeanrufe – bereits eigene Anstrengungen unternommen. Angesichts des Breitbandausbaus der Festnetze und des anstehenden Ausbaus der Mobilfunknetze der fünften Generation ist Investitionssicherheit grundlegender denn je. Eine Regulierungsandrohung und allenfalls eine verschärfte Regulierung gefährden die wichtigen Investitionsvorhaben vorab in den Randregionen.

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

Swisscom steht für einen lösungsorientierten Ansatz, der sich sowohl am Gemeinwohl als auch an den Unternehmensinteressen orientiert. Sie nimmt Positionen ein, die auf klaren Fakten basieren. Swisscom unterhält transparente, vertrauensvolle Beziehungen zu Politik, Behörden und Gesellschaft. Sie wirkt an öffentlichen Anhörungen und Veranstaltungen mit und positioniert sich durch schriftliche Stellungnahmen im politischen Umfeld. Unter Berücksichtigung der eigenen Antikorruptionsweisung 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.

Siehe unter  
www.admin.ch

# Energieeffizienz und Klimaschutz

Im Einklang mit der Energiestrategie 2050 des Bundes will Swisscom ihre Energieeffizienz bis Ende 2020 gegenüber dem 1. Januar 2016 um weitere 35% steigern. Swisscom 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. Schliesslich fördert Swisscom die Nutzung und Erzeugung von erneuerbaren Energien.



## Umfeld, Ziele und Managementansatz

Für Swisscom und ihre Anspruchsgruppen bleiben die Energiewende und der Klimawandel zentrale Themen. Das revidierte Energiegesetz (EnG), Sockel der Energiestrategie 2050 des Bundes, ist im Mai 2017 durch das Schweizer Volk in einer Volksabstimmung angenommen worden. Es sieht den Ausstieg aus der Kernenergie und die Förderung erneuerbarer Energien vor. Zudem fordert es dazu auf, die Energieeffizienz konsequent zu steigern und zu erneuerbaren Energien überzugehen. Swisscom legt ein besonderes Augenmerk auf die Steigerung der eigenen Energieeffizienz und den Klimaschutz und hat sich entsprechend zwei Ziele gesetzt:



Goal 7  
AFFORDABLE AND  
CLEAN ENERGY

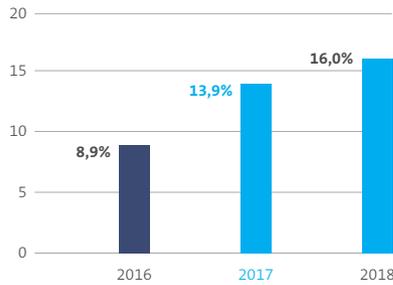


Goal 13  
CLIMATE  
ACTION

- > **Steigerung der Effizienz:** Swisscom hat ihren Energiebedarf bis 2020 ermittelt und will ihre Energieeffizienz bis Ende 2020 gegenüber 2016 um 35% erhöhen. Dieses Ziel ist in einer Zielvereinbarung mit der Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW) festgelegt. In diesem Zusammenhang beteiligt sich Swisscom – gemeinsam mit den bundesnahen Unternehmen, welche die Energiestrategie 2050 des Bundes verfolgen – an der Gruppe «Vorbildfunktion des Bundes im Energiebereich» (VBE).
- > **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. Ende 2017 hat das Verhältnis der Einsparungen zu den Emissionen rund 1,23 betragen (Vorjahr 0,99). Swisscom will das 2:1-Ziel einerseits durch Emissionsreduktion, andererseits durch die Förderung und Vermarktung eines nachhaltigen Portfolios erreichen.

Swisscom hat ihre Emissionsreduktion 2016 an die Science Based Target-Initiative (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.

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



### 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. 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 94,3% des Swisscom Konzerns (inklusive Fastweb; Vorjahr 96,2%).

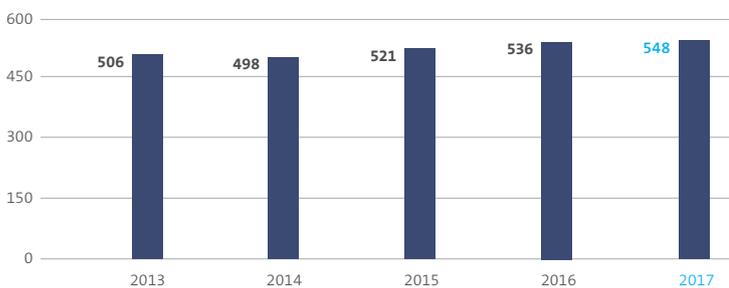
## Energieeffizienz: Energieverbrauch und -einsparung bei Swisscom

**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 aufweist. 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, Anschlusszentralen und Datenzentren. Hingegen betreibt Swisscom keine Lager und Verteilzentren. Darüber hinaus unterhält Swisscom eine Fahrzeugflotte aus Dienst- und Nutzfahrzeugen.

### Gesamtenergieverbrauch Swisscom in GWh



## 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, vereinfacht dargestellt, die folgenden Prozessschritte:

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

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

2017 hat der Stromverbrauch von Swisscom in der Schweiz 468 GWh (Vorjahr 448 GWh) betragen. Er ist damit um 4,4% (Vorjahr 3,2%) gestiegen. Die Effizienzmassnahmen haben den durch Netzausbauten verursachten Mehrstromverbrauch teilweise kompensiert. Swisscom verbraucht grossteils Wasserstrom sowie ihren selbst produzierten Solarstrom. Sie kompensiert weiterhin 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. Swisscom hat 2017 – wie bereits in den Jahren zuvor und durch die SGS geprüft – 100% erneuerbaren Strom eingesetzt. Dabei hat sie 20,0 GWh (Vorjahr 25,0 GWh) Ökostrom «naturemade star» aus Solarenergie bezogen.

## Effizienzmassnahmen beim Stromverbrauch von Netzen

Swisscom hat 2017 durch Technologieverbesserungen und den Einsatz von energieeffizienten Ausrüstungen in ihren Netzen insgesamt rund 9 GWh Energie eingespart.

Einen wesentlichen Anteil dazu liefern die abgesetzten Funkeinheiten, Remote Radio Units (RRU), welche direkt auf den Sendemasten des Mobilfunknetzes angebracht werden. Sie verbrauchen bis zu 40% weniger Energie als herkömmliche Radio Units.

Das erfolgreiche Energiesparprojekt Mistral zur Kühlung der Telefonzentralen wurde erfolgreich abgeschlossen. Mistral ersetzt herkömmliche Kühlsysteme, die energieintensiv mit Kompressoren betrieben werden, und erhöht die Energieeffizienz massiv. Zudem entfallen dank Mistral umweltschädliche Kältemittel.

Im Berichtsjahr wurden noch einmal 66 Zentralen auf Frischluftkühlung aus- oder umgerüstet. Ende 2017 hat Swisscom rund 900 Telekommunikationsanlagen in Anschlusszentralen sowie in Sendeanlagen für Radio und TV mit Mistral gekühlt.

Seit der Einführung von Mistral im Jahre 2005 konnten jährlich bis Ende 2017 rund 49,3 GWh an elektrischer Energie eingespart werden.

Im Berichtsjahr hat Swisscom 60 zusätzliche Mobilfunkbasisstationen mit Aussenluft gekühlt. Daraus resultiert eine zusätzliche Einsparung von 0,6 GWh pro Jahr.

Im LTE-Mobilfunknetz hat Swisscom eine Funktion aktiviert, die bei wenig Sendeverkehr die Sendeleistung und damit den Stromverbrauch reduziert. Dadurch wurden 2017 zusätzlich rund 1,3 GWh eingespart.

## Effizienzmassnahmen beim Stromverbrauch von Rechenzentren

Im Durchschnitt über alle Rechenzentren erreicht Swisscom 2017 einen PUE-Wert (Power Usage Effectiveness-beziehungswise Stromverbrauchseffizienzwert) von 1,4 (Vorjahr 1,47). Das Rechenzentrum in Bern Wankdorf arbeitet besonders effizient. Es hat 2017 einen PUE-Wert von 1,26 erreicht, wobei ein Zielwert von 1,2 geplant ist. Der PUE-Wert steht für das Verhältnis des Gesamtstromverbrauchs eines Rechenzentrums zum Stromverbrauch der dort eingesetzten IT-Anlagen.

Immer öfter setzt Swisscom in ihren Rechenzentren auf die geteilte Nutzung von Servern. Durch diese Servervirtualisierung benötigt sie weniger IT-Infrastruktur als bisher und hat 2017 zusätzliche 7,5 GWh gespart.

## Effizienzmassnahmen beim Stromverbrauch in Gebäuden

Im Berichtsjahr hat das Facility Management schweizweit Energiechecks nach dem etablierten internen Pioneer Standard durchgeführt. Diese Checks haben 2017 dazu beigetragen, die Betriebszustände von 81 Gebäuden zu optimieren und 409 MWh (Vorjahr 416 MWh) an Energie zu sparen.

Swisscom ist bestrebt, ineffiziente Beleuchtungsanlagen zu modernisieren. Dadurch senkt sie nicht nur ihren Verbrauch an elektrischer Energie, sondern verbessert die Beleuchtungsqualität. Darüber hinaus geben effiziente Beleuchtungsanlagen weniger Wärme ab, was sich günstig auf das Raumklima auswirkt. Allein durch diese Massnahmen spart Swisscom jährlich 114 MWh Strom.

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

Swisscom hat bislang monatlich den Verbrauch von Heizöl, Erdgas und Fernwärme in ihren 64 grössten Gebäuden gemessen. Ab der Heizperiode 2017/2018 erfolgen die Messungen in 120 Gebäuden, die zusammen deutlich mehr als die Hälfte der Gesamtgebäudefläche bilden. In der Folge rechnet Swisscom den jährlichen Verbrauch auf die Gesamtgebäudefläche hoch.

Im Berichtsjahr hat Swisscom zur Beheizung ihrer Gebäude Brennstoffe im Umfang von 162,4 Terajoule (45,1 GWh) benötigt (Vorjahr 48,4 GWh). Ihr Wärmemix aus fossilen Energieträgern besteht aus 59,4% Heizöl, 16,2% Erdgas und 24,4% Fernwärme. In den letzten fünf Jahren hat Swisscom in ihren Gebäuden die Wärmekennzahl pro m<sup>2</sup> um 5,2% gesenkt. Dies hat zu einer Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen geführt, die aufgrund des jährlich wechselnden Energiemix nicht immer proportional ist.

Swisscom beabsichtigt, die zur Beheizung ihrer Gebäude erforderliche Wärmemenge weiter zu verringern. Zu diesem Zweck setzte sie 2017 systematisch Betriebsoptimierungen fort, die den Energieverbrauch und den CO<sub>2</sub>-Ausstoss bei der Beheizung von Gebäuden senkten. Ein detailliertes Energiemonitoring verbesserte im Berichtsjahr die für die Energieanalyse erforderliche Datengrundlage und deckte Fälle von unverhältnismässig hohem Energieverbrauch auf. Ergänzend hat Swisscom 2017 schweizweit mehrere Heizungsanlagen saniert und modernisiert. Im Vorfeld prüfte sie dabei systematisch Alternativen zur Wärmeerzeugung mit fossilen Brennstoffen. Sie nutzte zum Kostenvergleich der möglichen Varianten ein TCO-Verfahren (Total Cost of Ownership beziehungsweise Eigentumsgesamtkosten), das die Energie- und CO<sub>2</sub>-Kosten detailliert aufführt. Swisscom hat dabei den CO<sub>2</sub>-Preis auf CHF 84 pro Tonne festgesetzt (CHF 96 pro Tonne ab dem 1. Januar 2018), was einem Schattenpreis («shadow price») in Anlehnung an die nationale, im CO<sub>2</sub>-Gesetz festgesetzte CO<sub>2</sub>-Abgabe entspricht.

Swisscom bevorzugt bei ihren Heizungsanlagen Varianten, die ohne fossile Brennstoffe auskommen. Konsequenterweise verzichtet Swisscom ab der Heizperiode 2017/2018 an neun (Vorjahr 15) Standorten vollständig auf den Einsatz von Heizöl, was zu einer Gesamtreduktion von 185 Tonnen CO<sub>2</sub> führt. Stattdessen erzeugt Swisscom die erforderliche Heizwärme mehrheitlich neu durch Wärmepumpen.

Darüber hinaus hat Swisscom 2017 elf ökorelevante Bauprojekte umgesetzt. Wie ein internes Reportingformular belegt, spart sie dadurch 43 MWh Energie und vermeidet den Ausstoss von 11,5 Tonnen CO<sub>2</sub>.

Schliesslich haben die Energiechecks dazu beigetragen, die CO<sub>2</sub>-Emissionen um 43,0 Tonnen (Vorjahr 45 Tonnen) zu reduzieren.

## 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. 2017 haben die Fahrzeuge der Swisscom Flotte im Dienste der Kunden (das heisst abzüglich der Privatnutzung) insgesamt 54,9 Millionen Kilometer zurückgelegt (Vorjahr 60,2 Millionen Kilometer). Dies entspricht einem Treibstoffverbrauch von 128,0 Terajoule (35,5 GWh; Vorjahr 139,8 Terajoule respektive 38,8 GWh). Der Treibstoffverbrauch hat sich dabei gegenüber dem Vorjahr um -9,2% (Vorjahr -2,6%) verringert. Dank einer nachhaltigen Beschaffungsstrategie und einem modernen Fuhrpark soll sich der durchschnittliche CO<sub>2</sub>-Ausstoss pro Personenwagen bis Ende 2020 von 113 Gramm CO<sub>2</sub> pro zurückgelegtem Kilometer (2015) auf 95 Gramm CO<sub>2</sub> verringern. Bei der Beschaffung von Fahrzeugen setzt Swisscom auf Modelle mit bestmöglicher 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 2017 haben die Fahrzeuge der Swisscom Flotte gemäss Herstellerangaben nach neuem europäischem Fahrzyklus (NEFZ) einen durchschnittlichen Ausstoss von 105 Gramm CO<sub>2</sub> pro Kilometer ausgewiesen. 96% der Fahrzeugflotte sind den Energieeffizienzkategorien A und B zugeordnet. Dazu betreibt Swisscom eine Flotte von 506 (+9,1%) Hybridfahrzeugen, 26 (-42,2%) erdgasbetriebenen Fahrzeugen und 6 (-62,5%) Elektrofahrzeugen, die nach Möglichkeit die benzin- und besonders die dieselbetriebenen Fahrzeuge ersetzen sollen. Sämtliche Elektrofahrzeuge werden in den Gebäuden und Garagen von Swisscom mit Strom aus erneuerbaren Energiequellen geladen. 2017 haben die Swisscom Mitarbeitenden 118'104 (-5,3%) Bahnbillette für Dienstreisen genutzt sowie 11'116 (-20,9%) Halbtax- und 3'055 (-10,0%) Generalabonnemente bezogen.



## 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.
- > **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 helfen, Gebäude oder Verkehrssysteme effizienter als bisher zu betreiben. Im Bereich der intelligenten Gebäude hat Swisscom im 2016 mit einer externen Firma einen erfolgreichen Pilotversuch durchgeführt, um den Betrieb von Heizungssystemen in Swisscom Gebäuden dank Wettervorhersagen zu optimieren. Im Winter 2016/2017 setzte Swisscom die Lösung in fünf weiteren Gebäuden ein. Sie erzielte damit – trotz des vergleichsweise geringen Investitionsbedarfs – teils markante Einsparungen an Heizenergie von bis zu 50%.

## Eigene Stromerzeugung

Seit mehr als zehn Jahren erzeugt Swisscom eigenen Strom. Sie erkennt darin einen wichtigen Beitrag zu einer nachhaltigen Energiepolitik. Im Rahmen jeder Dachsanierung in ihren Telefonzentralen prüft Swisscom systematisch den Bau einer Solarstromanlage. Sofern eine solche Anlage wirtschaftlich sinnvoll ist, wird sie in der Folge realisiert. 2017 hat Swisscom sieben zusätzliche Solaranlagen auf Sendestationen (145 kWp) oder auf Telefonzentralen (166 kWp) in Betrieb genommen.

In der Summe beträgt die Leistung aller eigenen Solarstromanlagen 1'980 kWp (+311 kWp oder +18,6% gegenüber der Vorjahresleistung von 1'669 kWp). Swisscom setzt ihr Programm zur Stromerzeugung in den nächsten Jahren fort. Sie will bis 2020 eine installierte Leistung von mehr als 3'000 kWp erreichen, was einer Verdreifachung gegenüber dem Zielwert per Ende 2015 entspricht. Zudem will sie ihr geschätztes Potenzial von 3'500 MWh auf eigenen Standorten bis in fünf Jahren 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. 2017 hat Swisscom dadurch 8,9 GWh an thermischer Energie als Fernwärme in die Nachbarsiedlungen eingespeist (Vorjahr 8,1 GWh). Dadurch wurden 890'000 Liter Heizöl (Vorjahr 810'000 Liter) gespart und entsprechende CO<sub>2</sub>-Emissionen vermieden.

## Gesamtwirkung der Effizienzmassnahmen bei Swisscom

Der Gesamtenergieverbrauch (Strom, Brenn- und Treibstoffe) von Swisscom hat 2017 in der Schweiz 548 GWh (Vorjahr 536 GWh) betragen. Ohne die seit dem 1. Januar 2016 umgesetzten Effizienzmassnahmen würde Swisscom gegenwärtig jährlich 71 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.

## 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.

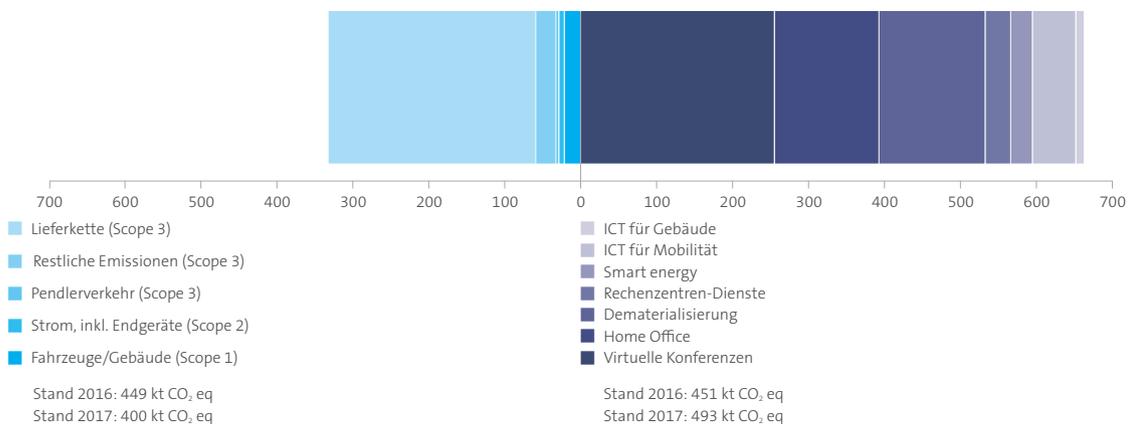
### Klimaveränderung birgt Risiken und Chancen

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

Umsatzrelevante Chancen liegen für Swisscom im Aufbau und in der Weiterentwicklung eines «grünen» beziehungsweise nachhaltigen Portfolios von Produkten und Services. Hierzu enthält dieses Kapitel in der Folge weitere Informationen. Risiken lassen sich durch eine Verminderung des CO<sub>2</sub>-Ausstosses verringern, und zwar direkt im eigenen Betrieb wie indirekt bei den Kunden dank des Einsatzes eines nachhaltigen Portfolios von Produkten und Services. Swisscom richtet sich nach den Empfehlungen der Task Force of Climate-related Financial Disclosures (TCFD). Weitere, 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 und bei den Kunden sind im extern verifizierten Klimabericht von Swisscom genannt.

Tätigkeit-bedingte CO<sub>2</sub> Emissionen 2020 in kt CO<sub>2</sub>

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



## Smart City

Ziel Nummer 11 der Sustainable Development Goals lautet «Sustainable Cities and Communities». Bei seiner Verwirklichung spielen ICT-Technologien eine besondere Rolle. Ihr intelligenter Einsatz trägt dazu bei, die Lebensqualität in urbanen Lebensräumen zu verbessern, die Umwelt zu entlasten und Ressourcen zu schonen. Swisscom hat sich 2017 entschieden, das Thema Smart City gezielt anzugehen – dies einerseits, um den Beitrag zur Nachhaltigkeit, den Smart Cities leisten könnten, auszuschöpfen; andererseits, um ein neues Geschäftsfeld aufzubauen. Bereits heute verfügt Swisscom über unterschiedliche Lösungen im Bereich von Smart Cities. So macht es die Swisscom Insights-Plattform möglich, Verkehrsflüsse zu verfolgen, zu analysieren und als Grundlage für die Verkehrs- und Bauplanung einer Stadt zu nutzen. Ebenso vermag diese Plattform die Sicherheit bei Grossanlässen zu erhöhen. Eine weitere Smart City-Anwendung liegt beispielsweise in Sensoren, die sich im Rahmen des Internets der Dinge über das 2016 schweizweit errichtete LoRA-Netz vernetzt, kostengünstig als Füllstandmesser in Abfallcontainern oder zur Überwachung von Parkplätzen und Grünflächen nutzen lassen. Swisscom will 2018 ihr Portfolio an Smart City-Diensten gezielt erweitern.

## CO<sub>2</sub>-Einsparungen bei Kunden dank nachhaltiger ICT-Dienste

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

Eine mit dem WWF in Auftrag gegebene und durch die Universität Zürich im Jahr 2017 durchgeführte Studie belegt: die ICT hat das Potenzial, im Jahr 2025 in der Schweiz bis zu 3,37-mal mehr Treibhausgasemissionen zu vermeiden, als ICT-Geräte und -Infrastrukturen durch deren Produktion, Betrieb und Entsorgung insgesamt verursacht werden. Bei den Emissionen durch die Nutzung von ICT schlägt im Gegenzug vor allem die Herstellung der Endgeräte zu Buche. Besonders die Geräte mit hohem Gewicht wie Desktop-PCs erhöhen die Emissionen aus der ICT-Branche. Aber auch bei kleineren Geräten wie Smartphones oder Laptops bestimmt die Herstellungsenergie die Klimabilanz. Der Verlängerung des Lebenszyklus von ICT-Geräten kommt deshalb immer mehr 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 Life Domain 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/  
greenict](http://www.swisscom.ch/greenict)

### Nachhaltige ICT-Dienste für Geschäftskunden

Die nachhaltigen ICT-Dienste von Swisscom unterstützen Geschäftskunden wie Firmen oder Städte 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 KMUs oder Start-ups auf Basis der technischen Infrastruktur von Swisscom angeboten werden. In diesem Zusammenhang ist das LoRa-Netzwerk zu nennen, das 2016 als Grundlage für viele neue Dienste im Bereich des Internets der Dinge schweizweit erstellt worden ist.

Nachhaltige ICT-Dienste werden heute in folgenden Gebieten angeboten:

- > **ICT-Lösungen für Gebäude:** Optimierung des Energieverbrauchs, CO<sub>2</sub>-Reduktion und Produktion von Regenergie durch intelligente Steuerung von Heizungen, Boilern, Solaranlagen und Batterien
- > **ICT-Lösungen für die Mobilität:** Optimierung und Steuerung der Mobilität durch intelligente Lösungen zur Steuerung von Logistiksystemen. 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.
- > **Rechenzentren-Dienste:** Auslagerung und Virtualisierung von Servern in effiziente Rechenzentren zur Optimierung des Energieverbrauchs
- > **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 2017 hat Swisscom 53 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/  
verantwortung](http://www.swisscom.ch/verantwortung)

  
Goal 11  
SUSTAINABLE CITIES  
AND COMMUNITIES

  
Goal 12  
RESPONSIBLE CONSUMPTION  
AND PRODUCTION

## Nachhaltige ICT-Dienste für Privatkunden



Goal 7  
AFFORDABLE AND  
CLEAN ENERGY

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

Das Programm hat im Berichtsjahr zu folgenden Erfolgen geführt:

- > **Smart Energy:** Die Tochterfirma Swisscom Energy Solutions AG hat den Dienst tiko power lanciert. 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 Regelenergie für den Ausgleich von Schwankungen gewinnen, indem möglichst viele Wärmepumpen und Elektroheizungen einen Pool bilden. Dieser Pool gestattet es, deutlich mehr erneuerbare Energie aus Energiequellen wie Wind und Sonne in die Stromversorgung einzubinden und damit das Stromnetz zu stabilisieren. Swisscom Energy Solutions hat 2017 zudem die Produkte tiko sun und tiko storage lanciert. tiko sun steigert den Eigenverbrauch aus der eigenen Photovoltaikanlage, indem es gezielt Wärmepumpen oder Boiler in Betrieb nimmt, 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 Regelenergie zur Verfügung, enthält er ein finanzielles Entgelt. Damit entlasten die tiko-Produkte das Netz und produzieren gleichzeitig Regelenergie.
- > **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 32% im Jahr 2016 auf 36,6% per Ende 2017 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.



Goal 11  
SUSTAINABLE CITIES  
AND COMMUNITIES



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



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

## Tätigkeitsbedingte CO<sub>2</sub>-Emissionen von Swisscom

### 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 Umweltwirkung 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 286'000 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 für eine gemeinsame Informationskampagne entschieden. Die Kampagne bezweckt, den Energieverbrauch von Endgeräten wie Modems, Routern und TV-Settop-Boxen mittels idealer Einstellungen auf Seiten der Kunden zu optimieren. Swisscom unterstützt diese Transparenzmassnahmen, indem sie ihre Kunden auch nach der Kampagne weiterhin über die Energieverbräuche informiert und die energieoptimierten Einstellungen auf ihrer Website erläutert.
- > **ENERGY CHALLENGE 2017:** Swisscom hat die Hauptpartnerschaft bei der ENERGY CHALLENGE 2017 weitergeführt, um Kunden sowie Nichtkunden für einen nachhaltigen Umgang mit Smartphones zu sensibilisieren. An den drei Publikumsmessen Muba, Comptoir Suisse und Züspa betrieb Swisscom während jeweils zehn Tagen ein mobiles Repair Center für Smartphones und vermittelte den Kunden Empfehlungen, um die Lebensdauer von Mobiltelefonen zu verlängern. Zudem informierte sie die Bevölkerung in einer Artikelserie der Tageszeitung «20 Minuten» über Fragen der Nachhaltigkeit rund um ICT.
- > **Swisscom TV 2.0:** Die Swisscom TV 2.0 speichert Aufnahmen nicht mehr auf der Settop-Box, sondern in der Cloud. Daher kommt die Box ohne Festplatte aus und verbraucht jährlich rund 36 kWh beziehungsweise rund 40% weniger Strom als ihre Vorgängerin. Darüber hinaus hat Swisscom die Kunden von Swisscom TV 2.0 umfassend informiert, wie sich die Settop-Box für den Alltagsgebrauch und die Ferienzeit energieoptimiert konfigurieren lässt. 2017 hat Swisscom den Ersatz der alten TV-Boxen durch die neue, UHD-fähige TV-Box bei



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

ihren Kunden weitergeführt. Die neue Box verbraucht trotz wesentlich höherer Leistung nicht mehr Strom. Bis Ende 2017 hat Swisscom 1,467 Millionen Kunden für ihr Swisscom TV gewonnen. Swisscom TV 2.0 verzeichnet damit weit mehr Kunden als das Vorgängerangebot. Trotz des Kundenwachstums ist der bei den Kunden anfallende Stromverbrauch dabei gesunken.

- > **Internet-Box:** Swisscom hat 2016 die Internet-Box 2 lanciert, welche die Internet-Box Plus ersetzt. 2017 hat Swisscom keine weitere Internet-Box am Markt eingeführt. Die neue 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 in Heimnetzwerken weniger Geräte 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.
- > **Ecomode plus:** Durch Ecomode plus strahlen Schnurlostelefone nur noch minimal. Mittlerweile sind fast alle von Swisscom verkauften Schnurlostelefone Modelle mit Ecomode plus.

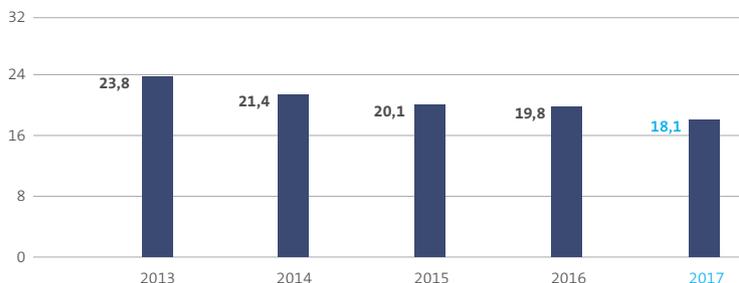
Siehe unter  
[www.swisscom.ch/energie-sparen](http://www.swisscom.ch/energie-sparen)

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

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

- > **Emissionen nach Scope 1:** Der direkte Verbrauch von fossilen Energieträgern hat 2017 bei Swisscom 12% des gesamten direkten Energieverbrauchs betragen (Vorjahr 15%). Die CO<sub>2</sub>-Äquivalent-Emissionen nach Scope 1 aus fossilen Energieträgern verringerten sich seit dem 1. Januar 2010 um 22,0% und betragen 2017 ohne Klimakorrektur 18'119 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalent. Davon entfielen 55% auf Treibstoffe und 47% auf Brennstoffe. Zusätzlich betragen die von Scope 1 berücksichtigten Emissionen aus Kältemitteln 352 Tonnen (Vorjahr 220 Tonnen). Swisscom erfasst keine Emissionen aus SF<sub>6</sub>-Verlusten elektrischer Transformatoren und -stationen, da sie diese Anlagen nicht kontrolliert.

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 2017 56'054 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalent (locationbased-Ansatz) beziehungsweise 0 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalent nach Kompensation mit Marktinstrumenten (das heisst Zertifikaten; marketbased-Ansatz). Nach Scope 2 fielen für Swisscom 2017 folglich keine CO<sub>2</sub>-Emissionen aus dem Stromverbrauch an, jedoch ein Anteil von 948 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalent aus Fernwärme.
- > **Emissionen nach Scope 3:** Swisscom hat ihre Treibhausgasemissionen nach den Kategorien von Scope 3 ermittelt. Die Emissionen in der Lieferkette (Kategorien 1 Gekaufte Waren, 2 Kapitalgüter und 4 Transport und Verteilung zu den Verteilzentralen) betragen 2017 291'300 Tonnen; aus dem Pendlerverkehr (Kategorie 7) 17'519,5 Tonnen und die restlichen Scope-3-Emission 77'445,4 Tonnen (Kategorien 3 Bereitstellung von Energien, 5 Abfallbeseitigung, 6 Dienstreisen, 8 gemietete Verkaufsflächen, 9 Transport zu den Kunden, 11 Nutzung der Produkte, 12 Entsorgung der Endgeräte und 15 Investitionen). Ausgenommen blieben die folgenden Kategorien: Produkt-Herstellung (Kategorie 10), Downstream-leased assets (Kategorie 13) und Franchises (Kategorie 14). Sie waren nicht relevant, da Swisscom 2017 keine Produkte herstellte, kein Verteilzentrum (Downstream leased assets) unterhielt und keine Franchises betrieb. Die nach Scope 3 resultierenden CO<sub>2</sub>-Äquivalent-Emissionen betragen 386'265 Tonnen (Vorjahr 439'791 Tonnen).

Der Klimabericht weist nicht nur die CO<sub>2</sub>-Emissionen aus, sondern auch die Wirkung der Reduktionsmassnahmen im eigenen Unternehmen. 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. Das Verhältnis von Einsparungen bei den Kunden zu den Emissionen hat sich gegenüber dem Vorjahr (0,99) leicht verbessert und liegt Ende 2017 bei 1,23.

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. 2017 war Swisscom weiterhin in der A-Liste Supplier und Climate und im Carbon Disclosure Leadership Index (CDLI) aufgeführt.

Siehe unter  
www.cdp.net

Siehe unter  
www.swisscom.ch/  
GRI-2017

## Weitere umweltrelevante Themen im Betrieb

Der Betrieb von Telekommunikationsnetzen braucht neben Energie eine Vielzahl an Materialien. Swisscom achtet daher auf einen ökologischen Betrieb. Im Rahmen des Umweltmanagementsystems nach ISO 14001 bearbeitet sie systematisch die weiteren umweltrelevanten Themen und hat ihren Betrieb hinsichtlich des ökologischen Fussabdrucks wesentlich optimiert. Abgesehen vom Energiebereich führen weitere Reduktionsziele beziehungsweise -massnahmen nur noch zu relativ geringen Verbesserungen. Swisscom bezweckt 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.

### 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 Swisscom für die neue, einfache Rechnung im Berichtsjahr Recyclingpapier dieser hohen Qualitätsstufe verwendet. Für Werbung oder Printmedien verwendet Swisscom 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 Gebäuden nutzt Swisscom «Follow-Me-Printing» und hat so den Papierverbrauch reduziert. Für die Telefonbücher verwendet Swisscom Papier mit 34 g/m<sup>2</sup>, 38 g/m<sup>2</sup> und 40 g/m<sup>2</sup>, die das Umweltzeichen Blauer Engel tragen. 13% der Telefonbücher werden mit Schweizer Papier und einem höheren Flächengewicht in der Schweiz gedruckt. Der Papierverbrauch für Telefonbücher ist rückläufig, da immer weniger Bände gedruckt werden.

| In Tonnen   | Qualität                  | 2015  | 2016               | 2017  |
|---|---------------------------|-------|--------------------|-------|
| <b>Papier</b>   |                           |       |                    |       |
| Bürobereich (Kopierer, Drucker) (80 g/m <sup>2</sup> = 5 g/Blatt) | Blauer Engel <sup>1</sup> | 137   | 92                 | 76    |
| Printmedien   | FSC-Siegel                | 2'333 | 2'209 <sup>2</sup> | 2'011 |
| Rechnungen und Kuverts (Kuverts = 6 g pro Kuvert)                 | FSC-Siegel                | 384,0 | 441,0              | 394   |
| Telefonbücher   | Blauer Engel              | 2'699 | 2'414              | 1'963 |
| Total Papierverbrauch   |                           | 5'401 | 5'130 <sup>2</sup> | 4'444 |

<sup>1</sup> 75%

<sup>2</sup> Verpackung in Höhe von 770 Tonnen inbegriffen

### Kabel, Glasfaser und Telefonstangen

2017 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 Menge Kupfer schwankt von Jahr zu Jahr, wie aus der Tabelle ersichtlich wird. Die Verlegung von Glasfasern bis zur Strasse beziehungsweise bis zum Gebäude ermöglicht eine breitbandtaugliche Nutzung der aktuellen Kupferkabel auf den letzten Metern. Im Stammbereich werden keine neuen grossadrigen Kupferkabel mehr verbaut.

Ferner hat Swisscom Telefonstangen aus Holz ersetzt oder neu installiert, die mit kupfer- und chromhaltigen Konservierungsmitteln behandelt sind. Sie hat zur Kontrolle der Telefonstangen 2015 ein neues Verfahren eingeführt. Dieses macht es möglich, bei Sanierungen nur defekte Telefonstangen auszutauschen. Dieses Verfahren

hat die Anzahl der seit 2015 installierten Telefonstangen deutlich verringert, da weniger Masten als in den Jahren zuvor als angefault klassifiziert worden sind. Drei Partnerfirmen gewährleisten die umweltgerechte Entsorgung der Telefonstangen am Ende der Nutzungsdauer. Im 2017 hat Swisscom ein biologisches Verfahren zur Behandlung der Masten im Erdreich eingeführt. Das eingesetzte Produkt (Avengelus) besteht aus Pilzen der Gattung Trichoderma und bekämpft kupferresistente Fäulnispilze.

| In km, Tonnen oder Stückzahl | Einheit          | 2015      | 2016      | 2017      |
|------------------------------|------------------|-----------|-----------|-----------|
| <b>Materialien</b>           |                  |           |           |           |
| Glasfaser                    | fkm <sup>1</sup> | 1'364'004 | 1'202'362 | 1'140'233 |
| Kupferpaare                  | km               | 81'191    | 62'637    | 53'970    |
| Kunststoffrohre PE           | km               | 734       | 492       | 428       |
| Kupfer <sup>2</sup>          | Tonnen           | 924       | 732       | 667       |
| Kunststoff PE <sup>2</sup>   | Tonnen           | 725       | 438       | 389       |
| Telefonstangen Holz          | Stückzahl        | 7'502     | 3'515     | 4'754     |

<sup>1</sup> Faserkilometer

<sup>2</sup> umgerechnet aus Kunststoffrohren resp. Kupferpaaren

## Wasser

Swisscom rechnet ihren Wasserverbrauch auf Basis einer in ihren grössten Gebäuden vorgenommenen Durchschnittsmessung hoch und multipliziert diese Messung mit der Anzahl an Vollzeitstellen. Die vorgenommene Messung deckt mehr als die Hälfte der Vollzeitstellen von Swisscom ab und ist somit repräsentativ. Die Durchschnittsmessung ergibt für 2017 einen Verbrauch von 42,8 Litern pro Vollzeitstelle und Tag. 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 eingesetzt und ist deshalb kein umweltrelevanter Faktor. Für die Rückkühlung von Rechenzentren verwendet Swisscom grundsätzlich Trockenrückkühler. Einzig in Ausnahmefällen setzt sie hybride oder adiabatische (mittels Verdunstung von Wasser betriebene) Rückkühler ein. In diesen Fällen verwendet Swisscom gemäss einer internen Weisung bevorzugt Regenwasser oder, falls bewilligt, Fluss- und Seewasser. 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.

## Kühlanlagen und Kältemittel

Swisscom ersetzt in Telefonzentralen kontinuierlich alle Kompressionskühlanlagen, die Kühlmittel einsetzen, durch die fortschrittliche Kühlmethode Mistral. Mistral kühlt Telekommunikationsausrüstungen während des ganzen Jahres einzig per Aussenluft und benötigt keinerlei Kühlmittel. Swisscom kühlt ihre Sende- und Mobilfunkbasisstationen vermehrt ohne Kompressionskühlanlagen. Sie betreibt Kompressionskühlanlagen mit Kühlmittel nur noch in Rechenzentren (Datacenter), wobei sie die Dichtheit der Anlagen regelmässig kontrollieren lässt. Die im Berichtsjahr emittierten Kältemittel lassen sich aufgrund der Nachfüllmenge von 445 kg (Vorjahr 182 kg) bestimmen. Sie verfügen über ein Treibhausgaspotenzial (GWP) von 352 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalent (Vorjahr 220) und kein ozonabbauendes Potenzial (ODP, 0 kg R-11-Äquivalent). Beim Umbau beziehungsweise Ausbau der Kälteanlagen in Rechenzentren setzt Swisscom auf den Einsatz von natürlichen Kühlmitteln. Wenn nicht anders möglich, verwendet sie Kühlmittel mit sehr geringem Treibhausgaspotenzial. Swisscom hat im Betriebsgebäude Zürich Herdern 2015 erstmals in der Schweiz eine Wärmepumpe mit dem Arbeitsmedium HFO-1234ze installiert. Dieses Arbeitsmedium weist ein äusserst geringes Treibhausgaspotenzial (GWP = 6) auf. Swisscom hat 2016 zudem Anlagen im Tessin für den Einsatz mit dem neuen Arbeitsmedium umgerüstet.

Siehe unter  
[www.swisscom.ch/  
 klimabericht2017](http://www.swisscom.ch/klimabericht2017)

## 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 recyklieren. 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 wählt Produkte sorgfältig aus, um ihre Verwendungsdauer zu verlängern. Zurzeit steigt die Abfallmenge im Bereich Recycling, und zwar aufgrund des Technologiewandels beziehungsweise der Migration auf All IP (Glasfasertechnologie).

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- und Betriebsabfälle in Kehrichtverbrennungsanlagen (KVA) sowie kontrollpflichtige Sonderabfälle (Kältemittel mit Abfallcode 14 06 01, Glykolwasser mit Abfallcode 16 01 15, 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 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               | 2015  | 2016  | 2017  | 2017 in % |
|-------------------------|-------|-------|-------|-----------|
| <b>Abfallkategorien</b> |       |       |       |           |
| Recycling               | 1'645 | 3'575 | 2'036 | 36,1%     |
| Hauskehricht KVA        | 1'505 | 750   | 721   | 12,8%     |
| Betrieb Entsorgung KVA  | 1'944 | 2'596 | 2'871 | 50,8%     |
| Sonderabfälle           | 23    | 30    | 19    | 0,5%      |
| Total Abfallmenge       | 5'117 | 6'951 | 5'647 | 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 77 beziehungsweise 1,25% von 5'400 Basisstationen) stehen in Ramsar-, Smaragd-, Wasser und Zugvogelschutzgebieten sowie Moorlandschaften. Zwei davon stehen im Schweizerischen Nationalpark. Die geringere Anzahl Basisstationen gegenüber dem Vor-

jahr beruht auf einer aktualisierten Zählweise. Diese berücksichtigt, dass sich einige der oben genannten Gebiete überlappen und dadurch Anlagen zwei oder gar drei Mal gezählt wurden. Konkret hat Swisscom im Berichtsjahr zwei neue Anlagen in Naturschutzgebieten erstellen dürfen – natürlich nach Vorliegen der entsprechenden Bewilligungen.

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 nachteilige Einflüsse der Anlagen nicht 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. 2017 hat Swisscom eine Station 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 2017 insgesamt 1'117 (Vorjahr 1'007) Einsatztage für die Natur- und Landschaftspflege geleistet. Ferner unterstützt Swisscom den Schweizerischen Nationalpark mit technischen Dienstleistungen. Zum Schutz der Biodiversität hat Swisscom 2016 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 die Heizung und die Mobilität verursacht neben CO<sub>2</sub> zusätzlich NO<sub>x</sub>- und SO<sub>2</sub>-Emissionen. Diese werden mit den relevanten Umrechnungsfaktoren ermittelt und sind abhängig vom Verbrauch von Brenn- oder Treibstoff. Um NO<sub>x</sub>- und SO<sub>2</sub>-Emissionen zu verringern, optimiert Swisscom laufend Heizkessel und Antriebsmotoren. Die Emissionen sind in der Tabelle der Umweltkennzahlen, Seite 40, angegeben.

## Umweltkennzahlen Schweiz

|   | Einheit             | 2015    | 2016    | 2017    |
|---|---------------------|---------|---------|---------|
| <b>Boden/Gebäude</b>  |                     |         |         |         |
| Nettogeschossfläche (NGF)   | Mio. m <sup>2</sup> | 0,92    | 0,93    | 0,93    |
| <b>Papierverbrauch</b>  |                     |         |         |         |
| Papierverbrauch insgesamt   | Tonnen              | 5'401   | 5'130   | 4'444   |
| <b>Wasser/Abwasser</b>  |                     |         |         |         |
| Wasserverbrauch <sup>1</sup>  | m <sup>3</sup>      | 183'654 | 182'451 | 188'410 |
| <b>Energie, Elektrizität</b>  |                     |         |         |         |
| Elektrischer Energieverbrauch <sup>2</sup>  | Terajoule           | 1'563   | 1'613   | 1'683   |
|   | GWh                 | 434     | 448     | 468     |
| <b>Energie, Wärme<sup>3</sup></b>   |                     |         |         |         |
| Heizöl  | Terajoule           | 109,4   | 106,3   | 95,9    |
| Erdgas  | Terajoule           | 24,4    | 28,2    | 26,6    |
| Fernwärme   | Terajoule           | 36,7    | 39,6    | 40,0    |
| Wärme insgesamt   | Terajoule           | 170,5   | 174,1   | 162,4   |
| <b>Energie, Treibstoffe<sup>4</sup></b>   |                     |         |         |         |
| Benzin  | Terajoule           | 15,9    | 21,6    | 16,4    |
| Diesel  | Terajoule           | 125,0   | 116,3   | 111,3   |
| Erdgas  | Terajoule           | 2,6     | 1,9     | 0,3     |
| Treibstoffe insgesamt   | Terajoule           | 143,5   | 139,8   | 128,0   |
| Fahrzeuge   | Anzahl              | 3'693   | 3'403   | 3'160   |
| Gefahrene Kilometer   | Mio. km             | 59,5    | 60,2    | 54,9    |
| Durchschnittlicher CO <sub>2</sub> -Ausstoss <sup>5</sup>                         | g pro km            | 113,0   | 109,0   | 105,0   |
| <b>Energie, total</b>   |                     |         |         |         |
| Energieverbrauch  | Terajoule           | 1'877   | 1'929   | 1'973   |
|   | GWh                 | 521     | 536     | 548     |
| <b>Emissionen in die Luft</b>   |                     |         |         |         |
| Kohlendioxid CO <sub>2</sub> -eq aus dem Verbrauch fossiler Energien <sup>6</sup> | Tonnen              | 20'129  | 19'837  | 18'119  |
| Stickoxide NO <sub>x</sub> <sup>7</sup>   | Tonnen              | 19,6    | 19,3    | 17,9    |
| Schwefeldioxid SO <sub>2</sub> <sup>8</sup>                                       | Tonnen              | 3,7     | 2,8     | 2,8     |
| <b>Abfall</b>   |                     |         |         |         |
| Abfallmenge insgesamt   | Tonnen              | 5'117   | 6'951   | 5'647   |

<sup>1</sup> Der Wasserverbrauch (ohne Kühlwasser) ist auf Basis eines mittleren Werts von 42,8 Litern/FTE pro Tag hochgerechnet.

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

<sup>3</sup> Der Wärmeverbrauch beruht auf einer Hochrechnung und auf Basis der monatlichen Ermittlung der Verbräuche in 61 Gebäuden (mit einem Gesamtflächenanteil von 45%).

<sup>4</sup> Der Treibstoffverbrauch wurde von Privatnutzung bereinigt. Die gefahrene km, der Energieverbrauch und die Emissionen in die Luft wurden entsprechend angepasst.

<sup>5</sup> Durchschnittliche Emissionen pro km beziehen sich auf Herstellerangaben.

<sup>6</sup> CO<sub>2</sub>-Emissionen aus Verbrauch fossiler Energien, ohne Fernwärme und Kältemittel.

Swisscom veröffentlicht einen vollständigen Klimabericht nach ISO 14064.

<sup>7</sup> Gemäss Mobitool (www.mobitool.ch), PW-Verkehr, national 5–200 km, direkter Betrieb, Auslastung 1,25, Verbrauch 6,01 Liter pro 100 km (2014), 6,00 (2015), 5,8 (2016), 5,8 (2017).

<sup>8</sup> 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. Zu ihrem Engagement gehören Angebote für mobiles Arbeiten und eine Gesundheitsplattform. Swisscom setzt sich damit für eine Schweiz ein, die Platz zum Leben bietet.



## Umfeld, Ziele und Managementansatz

Swisscom verfolgt das Ziel, bis 2020 einer Million Menschen die Möglichkeit zu bieten, mobile Arbeitsformen zu nutzen. Ausserdem will sie eine Million Kunden für ihre Dienstleistungen im Gesundheitsbereich gewinnen. Swisscom verfügt im Rahmen ihres Managementansatzes über interne Abteilungen und Weisungen, die Kriterien für Dienstleistungen und Plattformen im Gesundheitsbereich sowie für mobile Arbeit prüfen und festlegen.

## Angebote für Work Smart

### Work Smart

Swisscom verfolgt hinsichtlich der Zusammenarbeit innerhalb des Unternehmens eine Vision: Alle Mitarbeitenden arbeiten einfach, direkt und ohne Hindernisse zusammen – im Team und über Abteilungsgrenzen hinweg ebenso wie mit externen Mitarbeitenden. Die Zusammenarbeit erfolgt nicht nur im Büro, sondern an den für die Mitarbeitenden passenden Orten, mit den von ihnen gewünschten Geräten sowie zeitlich flexibel und bedürfnisgerecht. Die Work Smart-Lösungen von Swisscom ermöglichen den Mitarbeitenden nicht nur flexibles und mobiles Arbeiten, sondern rücken den gegenseitigen, nutzbringenden Wissensaustausch ins Zentrum. Sie erhöhen damit die Produktivität der Mitarbeitenden und erlauben ihnen viel Freiheit bei der Gestaltung der persönlichen Arbeitsweise. Beispielsweise ist das Home Office gut als Arbeitsort für Aufgaben geeignet, die eine hohe Konzentration erfordern. Schliesslich nutzen Mitarbeitende dank Work Smart ihre Reise- und Wartezeiten produktiv – und entlasten das Schienen- und Strassennetz, sofern sie die Hauptverkehrszeiten meiden.

Work Smart erhöht die individuelle Arbeitszufriedenheit und verbessert das persönliche Wohlbefinden, indem es den Mitarbeitenden zu einer ausgeglichenen Life Domain Balance verhilft. Selbstverständlich müssen hierbei arbeitsrechtliche und GAV-Rahmenbedingungen stets gewahrt bleiben, um mögliche unerwünschte Auswirkungen der erhöhten Flexibilität zu verhindern. Swisscom bietet zudem neben der flexiblen Arbeitszeitgestaltung und den flexiblen Arbeitsmodellen ein Angebot für den Ferienkauf.

Eine Swisscom interne Umfrage zu Work Smart hat ergeben, dass rund 90% aller Mitarbeitenden einen Nutzen aus der flexiblen Arbeitsweise ziehen können. Bereits heute arbeiten rund zwei Drittel der Swisscom Mitarbeitenden regelmässig mobil. Der Vergleich mit der restlichen Schweiz, in der rund 38% der Arbeitnehmenden mobil arbeiten können, beweist: Swisscom nimmt hinsichtlich Work Smart eine Vorreiterrolle ein. Sie bietet ihren Geschäftskunden Work Smart Coachings an, teilt mit ihnen ihre Erfahrungen und begleitet sie auf dem Weg zu modernen Formen der Zusammenarbeit.

## Grosses Potenzial durch mobiles Arbeiten und azyklisches Pendeln

Swisscom untersucht in unterschiedlichen Studien die Vorteile mobilen und flexiblen Arbeitens und den damit einhergehenden Wandel in der Unternehmenskultur. Sie stellt zudem Hilfestellungen zum Kulturwandel bereit. Im Berichtsjahr hat sie als Gründungsmitglied der Work Smart Initiative in Zusammenarbeit mit BGM-Experten (Experten für Betriebliches Gesundheitsmanagement) die Erstellung eines Drehbuchs für einen Workshop vorangetrieben. Der Workshop behandelt Themen von Work Smart, die einen Einfluss auf die Gesundheit haben. Er begleitet Teams bei der Erarbeitung von Spielregeln zu Work Smart. Diese Spielregeln schaffen Klarheit und verringern den Stress sowie die psychische Belastung, die bei flexiblen Arbeitsformen aufkommen können.

Der FlexWork Studie 2016 der Fachhochschule Nordwestschweiz illustriert, wie sich mobile Arbeit und die entsprechenden Hindernisse in der Arbeitswelt seit 2014 verändert haben. In diesem Zusammenhang hat sich Swisscom am Work Smart-Manual der Universität Zürich beteiligt. Dieses Manual zeigt anhand von Methoden und Fallstudien, wie sich Work Smart in Unternehmen einführen und etablieren lässt. Es belegt, dass von den rund 5,017 Millionen Erwerbstätigen in der Schweiz im Berichtsjahr rund ein Viertel weitestgehend flexibel gearbeitet haben. Dem stehen 2,81 Millionen Beschäftigte gegenüber, die aufgrund ihrer Tätigkeit, der Infrastruktur oder des Reglements des Unternehmens nicht flexibel arbeiten können oder dürfen. Rund 30% aller Erwerbstätigen haben den Wunsch, häufiger mobil zu arbeiten. Unmittelbar könnten rund 11% der Beschäftigten von mehr Flexibilität profitieren, da ihre Tätigkeit dies zuliesse. Doch steht ihnen die erforderliche technische Infrastruktur nicht zur Verfügung, oder es fehlt die Erlaubnis ihres Arbeitgebers.

Von den mobil arbeitenden Beschäftigten nutzen ungefähr 52% die Breitbandverbindungen von Swisscom, das heisst 989'000 Menschen.

Die folgenden Dienste unterstützen mobiles Arbeiten:

- > **Conferencing Services:** die klassische Telefonkonferenz. Sie lässt sich inzwischen mit Funktionen wie dem Teilen des Bildschirms für gemeinsame Präsentationen erweitern.
- > **Managed Communications & Collaboration:** die in den persönlichen Arbeitsplatz 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.

## Swisscom ist Gründungsmitglied der Work Smart Initiative

Swisscom hat 2015 den Verein «Work Smart Initiative» mitgegründet und engagiert sich als Projektleiterin aktiv. Sie teilt ihre Erfahrungen mit anderen Schweizer Unternehmen und will durch ihr Wissen und intensive Forschung einen Beitrag an eine zukunftsfähige Schweiz leisten. Denn dank Work Smart profitieren nicht nur Kunden und Mitarbeitende von mehr Freiraum und Lebensqualität, sondern ebenso Unternehmen von grösserer Produktivität. Die drei Ziele der Work Smart Initiative sind: Förderung der Vereinbarkeit von Arbeit und Familienleben, Integration von weiteren Personenkreisen in den Arbeitsprozess sowie die intelligente Nutzung von Ressourcen und Infrastruktur.

Die Work Smart Initiative unterstützt neue Arbeitsweisen und begleitet den Kulturwandel. Zu diesem Zweck fördert sie flexibles, standortunabhängiges Arbeiten, erleichtert einen grenzenlosen Zugang zu Wissen und betreibt intensive Forschung mit wissenschaftlichen Partnern. Im Berichtsjahr hat sie die «Coworking Experience», eine Studie von Village Office zu Coworking unterstützt. Per Ende Jahr hatten insgesamt 144 Unternehmen die Charta unterzeichnet, 51 mehr gegenüber 2016. Zudem sind die Schweizer Eidgenossenschaft und HP Schweiz AG als neue Netzwerkpartner beigetreten. Jährlich veranstaltet die Initiative rund um das Thema des flexiblen Arbeitens eine Work Smart-Woche mit Events für Unternehmen und Unterzeichnende der Charta.

## Information und Sensibilisierung von Kunden und Bevölkerung

2016 hat Swisscom ihre Partnerschaft mit dem WWF Schweiz erneuert und 2017 weitergeführt. Sie ist Sponsorin der WWF-Ratgeber-App sowie des WWF-Footprint-Rechners. Im Berichtsjahr haben WWF und Swisscom gemeinsam eine Studie in Auftrag gegeben, um die Auswirkungen der Digitalisierung in der Schweiz auf den Klimaschutz zu ermitteln. Die Studie verfolgt das Ziel, Bevölkerung und Wirtschaft über die Chancen und Risiken der Digitalisierung für die Umwelt zu informieren. In der Ratgeber-App gehen der WWF und Swisscom als «Partner für die Umwelt» neue Wege. Die App zeigt in einem eigenständigen Menu den Einsatz von Swisscom für Umwelt und Gesellschaft und belegt die Absicht von Swisscom, einen nachhaltigen Lebensstil zu unterstützen. Die App hat im Berichtsjahr monatlich auf Swisscom Berichte hingewiesen, die sich mit Fragen des nachhaltigen Lebensstils befassen. Der Footprint-Rechner berechnet den persönlichen ökologischen Fussabdruck und gibt seinen Nutzern individuelle Tipps, wie sich ihr Alltag nachhaltig gestalten lässt.

# Angebote im Bereich Gesundheit

## Digital Health für eine gesunde Schweiz



Swisscom vernetzt das Schweizer Gesundheitswesen durch sichere Lösungen für den digitalen Datenaustausch. Dabei verfolgt sie drei hauptsächliche Stossrichtungen: Erstens verhilft Swisscom Leistungserbringern wie Spitälern, Heimen und Ärzten durch die Digitalisierung von Prozessen und einen sicheren Datenaustausch zu mehr Effizienz. Zweitens trägt sie zur Einführung des elektronischen Patientendossiers (EPD) bei, das der Bevölkerung einen einfachen und sicheren Zugang zu ihren digitalen Gesundheitsdaten ermöglicht. Drittens bietet sie ihren Kunden technologische Möglichkeiten für ein gesundheitsbewusstes Leben.

## Digitalisierung als Chance

Die Gesundheitskosten in der Schweiz steigen scheinbar unaufhaltsam. Laut dem Bundesamt für Statistik werden 12,1% des Schweizer Bruttoinlandsprodukts für das Gesundheitswesen verwendet. Ein grosses Potenzial im Kampf gegen steigende Gesundheitskosten liegt in der Digitalisierung von Prozessen und Informationen. Gemeinsam mit der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) hat Swisscom 2017 untersucht, wie viele Daten im Schweizer Gesundheitswesen jährlich anfallen. Die analogen Daten füllen rund 300 Millionen Blatt A4-Papier, wovon fast die Hälfte bei niedergelassenen Ärzten entsteht. Dazu kommen rund 1,5 Millionen Gigabyte (GB) digitale Gesundheitsdaten in Form von Bildern und anderen Dateien. 73% dieser Daten fallen in den 240 Schweizer Spitälern an, die demnach intern einen vergleichsweise hohen Digitalisierungsgrad aufweisen. Noch kaum genutzt wird hingegen das Potenzial digitaler Prozesse zwischen den Leistungserbringern. Hier setzt Swisscom mit ihren Lösungen an, die unter anderem Überweisungen und den Informationsaustausch optimieren.

## Health Connect – Basis für die Vernetzung im Gesundheitswesen

Swisscom hat im Bereich ihrer CR-Strategie das folgende Konzernziel festgelegt: Bis 2020 will Swisscom eine Million Kunden durch Angebote und Dienstleistungen im Gesundheitsbereich unterstützen. Zurzeit nutzen rund 3'500 Ärzte und 200 Spitäler als Kunden Dienstleistungen von Swisscom. Mehrere zehntausend Privatpersonen verwenden zudem Evita, das digitale Gesundheitsdossier von Swisscom. Rund 200'000 Personen nutzen das Gesundheitsportal Healthi im Rahmen des betrieblichen Gesundheitswesens oder als Kunden von Versicherern und Apotheken, die Healthi für ihre Bonusprogramme einsetzen.

Swisscom hat 2017 ihre Kundenbasis im Gesundheitswesen erweitert. Sie gewann grosse Praxis- und Physiotherapie-Ketten für ihr Praxisinformationssystem. Zudem trieb sie den Aufbau von eHealth-Plattformen für Spitäler und Kantone auf Basis ihrer Lösung Health Connect voran. Für die Kantone Zürich und Bern mit insgesamt 2,5 Millionen Einwohnern wird Swisscom die voraussichtlich grösste eHealth-Plattform der Schweiz betreiben. Diese Plattform ermöglicht einerseits die Einführung des elektronischen Patientendossiers (EPD); andererseits optimiert sie die Prozesse bei und zwischen den Leistungserbringern.

## Healthi – die Gesundheitsplattform

Healthi, die webbasierte, interaktive Gesundheitsplattform für Mitarbeitende, ist Teil der Verantwortung, die Swisscom für die Mitarbeitenden wahrnimmt. Durch Artikel und aktuelle Tipps zu Ernährung, Bewegung und Wohlbefinden unterstützt die Plattform Mitarbeitende dabei, ihre Gesundheitskompetenz zu steigern. Zudem fördert Healthi die soziale Interaktion innerhalb des Unternehmens und ist bei Swisscom die Anlaufstelle für alle gesundheitsrelevanten Themen. Swisscom stellt Healthi seit Januar 2017 all ihren Mitarbeitenden zur Verfügung. Auch andere Firmen jeder Grösse können das Portal – auf ihre Bedürfnisse angepasst – entgeltlich einsetzen. Sie erhöhen damit die Gesundheit und das Wohlbefinden ihrer Mitarbeitenden. Im Gegenzug erhalten sie anonymisierte Auswertungen zum Gesundheitszustand ihrer Belegschaft.

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

## Evita – das elektronische Gesundheitsdossier von Swisscom

Das elektronische Gesundheitsdossier Evita von Swisscom ermöglicht 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 Funktionalität von Evita ist der Online-Check-in. Dieser ermöglicht es Patienten, die Formalitäten für den Spitaleintritt sicher und bequem von zu Hause aus zu erledigen. Schliesslich wird Evita künftig als Zugangportal für Patienten zu ihrem elektronischen Patientendossier (EPD) dienen.

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

### Förderung der Gesundheit in der Bevölkerung

Wer gesund leben will, behält seine Fitness im Auge und bewegt sich regelmässig. Swisscom vertreibt in ihren Shops tragbares Zubehör für Fitnessaktivitäten und die Aufzeichnung von Vitaldaten. Sie ermöglicht ihren Kunden zudem einen attraktiven und sicheren Zugang zu digitalen Services rund um ihre Gesundheitsdaten – etwa durch die Gesundheitsplattform Healthi. Die Swisscom Tochter Datasport trägt wesentlich dazu bei, dass Breiten- und Massensportveranstaltungen in der Schweiz reibungslos ablaufen. Datasport betreut jedes Jahr über 300 Veranstaltungen im Laufsport, Walking, Radsport, Mountainbiking, Inlineskating, Triathlon/Duathlon, Langlauf und Ski alpin. Als Gesamtdienstleister ist Datasport zuständig für Datenmanagement, Meldewesen, Inkasso, Zeitmessung, Ergebnisdienst, Speaker- und Informationssysteme sowie Informationsverbreitung.

## Strahlungsarme Kommunikationstechnologien

### Beratung und Auskunft zum Thema Funktechnologien und Umwelt

Fünf 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 140 Gespräche mit den wichtigsten Anspruchsgruppen zu den Themen Mobilfunk und Umwelt geführt. Diese Gespräche werden in der Regel durch lokale Projekte angeregt. Noch im Vorjahr sind gut 170 Gespräche erfolgt. Um den Mobilfunk im Dialog mit den Gemeinden auszubauen und neue Mobilfunkstandorte zu bestimmen, hat Swisscom gemeinsam mit der Branche ein freiwilliges Partizipationsverfahren zur Bestimmung von neuen Mobilfunkstandorten entwickelt. Swisscom hat dieses sogenannte Dialogmodell bereits in neun Kantonen eingeführt. Zudem pflegt sie den regelmässigen Austausch mit Umweltfachstellen, um die Umweltauflagen für den Mobilfunk jederzeit korrekt umzusetzen. Dank des Dialogmodells kann Swisscom Mobilfunkstandorte realisieren, die gleichermaßen den eigenen Ansprüchen wie den Vorstellungen der Gemeindeverantwortlichen und Einwohner Rechnung tragen.

### Forschung und Entwicklung im Bereich elektromagnetischer Felder

Der Betrieb von Funknetzen bringt eine grosse Verantwortung mit sich. Swisscom verfolgt daher den wissenschaftlichen Fortschritt im Bereich elektromagnetischer Felder. Sie arbeitet mit internen und externen Spezialisten zusammen, die Forschungsergebnisse analysieren und relevante wissenschaftliche Arbeiten unterstützen.

So kooperiert Swisscom mit der an der ETH Zürich ansässigen Forschungsstiftung Strom und Mobilkommunikation (FSM) und unterstützt diese finanziell. Die FSM verfolgt und interpretiert kontinuierlich die Forschungsergebnisse, die zu Auswirkungen von elektromagnetischen Feldern auf Organismen und zur Messung von Immissionen publiziert werden.

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

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

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

Swisscom ist verpflichtet, bei ihren Mobilfunkbasisstationen ein Qualitätssicherungssystem (QSS) zu betreiben. Dieses gewährleistet, dass die in Betrieb stehenden Anlagen die gesetzlichen Grenzwerte dauerhaft einhalten. Swisscom zertifiziert ihr QSS nach der ISO-Norm 33002:2015. Im November 2017 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 3 (gut) von maximal fünf Stufen bestanden. Dieses Ergebnis bescheinigt, dass Swisscom beim Betrieb ihrer Mobilfunkbasisstationen alle relevanten Prozesse zur Einhaltung der Grenzwerte beachtet.

## **Einhaltung der NISV-Grenzwerte**

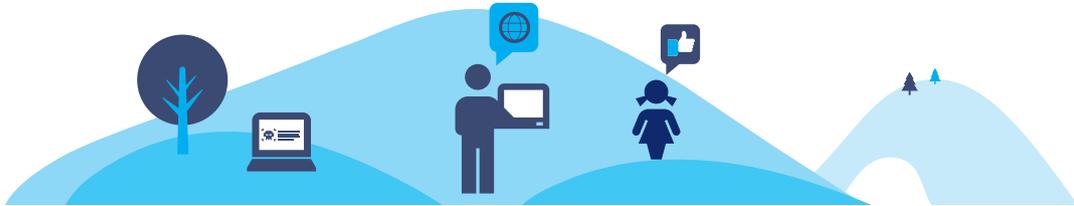
In der Schweiz ist die rechtliche Verpflichtung, die Emissionen von Mobilfunkanlagen zu begrenzen, in der Verordnung über den Schutz vor nichtionisierender Strahlung (NISV) festgelegt. Die NISV schützt Menschen vor schädlicher oder lästiger nichtionisierender Strahlung. Sie gilt für den Betrieb von ortsfesten Anlagen, die elektrische und magnetische Felder mit Frequenzen von 0 Hz bis 300 GHz emittieren. Die Anlage-Grenzwerte nach NISV liegen zehnmal tiefer als die Grenzwerte in den meisten anderen Staaten. Swisscom hat 2017 alle bundesrechtlichen Vorgaben hinsichtlich der NISV erfüllt. Swisscom übermittelt die Sendedaten aller Mobilfunkanlagen in eine zentrale Datenbank, auf welche die städtischen und kantonalen Vollzugsbehörden geschützten Zugriff haben und die Einhaltung der Grenzwerte nach NISV jederzeit stichprobenartig wie unabhängig überprüfen können.

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

Bei allen angebotenen und ausgestellten Geräten weist Swisscom den Verkaufspreis klar aus, wie es die Preisbekanntgabeverordnung (PBV) vorschreibt. Relevante technische Daten zu den Produkten ergänzen die Produktdeklaration. Zudem finden Kunden und Interessierte 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 der 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 75%), 50% unterschreiten sogar 0,6 W/kg (Vorjahr 41%, Stand Dezember).

# Medienkompetenz und Sicherheit

Swisscom ermöglicht und prägt die Informationsgesellschaft, an der alle Menschen in der Schweiz teilhaben sollen. Ihre Infrastruktur und Dienstleistungen erlauben es Menschen, jederzeit im öffentlichen und privaten Umfeld zu kommunizieren und zu interagieren. Zugleich ist sich Swisscom der Pflicht bewusst, die Nutzer digitaler Medien auf Risiken aufmerksam zu machen und zu begleiten.



## Umfeld, Ziele und Managementansatz

Alle Menschen in der Schweiz sollen in der Lage sein, die Möglichkeiten der digitalen Medien zu nutzen. Swisscom ist bestrebt, überall in der Schweiz einen zuverlässigen Netzzugang zu gewährleisten. Über den technischen Anspruch hinaus nimmt sie die gesellschaftlichen Auswirkungen digitaler Medien ernst. Sie fördert deshalb engagiert die Medienkompetenz – dies im Rahmen ihrer Anstrengungen für den Jugendmedienschutz sowie durch Initiativen, die digitale Gräben überbrücken. Im Jahr 2018 will Swisscom weiterhin an ihrem Ziel festhalten und die selbstverantwortliche, massvolle Mediennutzung fördern. Sie folgt damit der Strategie des Bundes für eine gesunde und wertvermehrnde Informationsgesellschaft. Swisscom ist überzeugt, dass der Wirtschaftsstandort Schweiz, die Bildungslandschaft Schweiz und die ganze Bevölkerung auch künftig von einer fortschrittlichen ICT-Landschaft profitieren. 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 in besonderem Mass täglich die Offenheit und Lernbereitschaft eines jeden Einzelnen heraus. Gerade deshalb ist es in der gegenwärtigen Phase der Transformation von zentraler Bedeutung, im Umgang mit den neuen Spielformen der Digitalisierung eine gesunde, selbstverantwortliche Haltung zu entwickeln.

## Datenschutz

Im Rahmen ihrer Geschäftsaktivitäten bearbeitet Swisscom Daten von unterschiedlichen Personen. Swisscom bearbeitet diese Daten, um ihre Dienstleistungen zu erbringen und kontinuierlich zu verbessern, um den Kunden bessere Erlebnisse zu bieten und um neue Geschäftsfelder zu erschliessen. Dabei legt Swisscom grossen Wert auf den Schutz der Privatsphäre von betroffenen Personen. Viele Datenbearbeitungen erfolgen mit Einwilligung der betroffenen Personen. Datenanalysen werden wann immer möglich auf der Basis von anonymisierten und aggregierten Daten ohne Personenbezug durchgeführt. Eine Weitergabe oder Veräusserung von Daten mit Personenbezug an Dritte ausgeschlossen. Eine grosse Zahl von Datenbearbeitung erfolgt unter der Voraussetzung, dass die betroffenen Personen eingewilligt haben. Swisscom gibt ihren Kunden die Möglichkeit, über die Verwendung persönlicher Daten selbst zu bestimmen und sie können Änderungen jederzeit im Online-Kundencenter selber vornehmen, telefonisch über die Swisscom Hotline oder in einem Swisscom Shop anpassen lassen. Wünschen Kunden, dass die Verwendung ihrer Daten eingeschränkt werden soll (Opt-out), dann werden insbesondere keine Daten bearbeitet und an Dritte weitergegeben.

Swisscom baut ihre Massnahmen zum Schutz von Daten kontinuierlich aus. So wurden sämtliche Zugangsrechte von Mitarbeitenden auf kritische Daten überprüft und neu festgelegt. Ebenso wurden technische Massnahmen ergriffen,

um den Daten- und Geheimhaltungsschutz weiter zu verbessern. Eine zentrale Data Governance-Organisation hat die Aufgabe, Rahmenbedingungen für die Bearbeitung von Daten konzernweit vorzugeben und durchzusetzen. Schliesslich ist Swisscom bestrebt, über datenschutzrelevante Sachverhalte in allgemein verständlicher Sprache und gebührender Ausführlichkeit zu informieren. Ein eigener Bereich auf der Swisscom Website widmet sich dieser Aufgabe.

## Jugendmedienschutz und Förderung der Medienkompetenz

### Jugendmedienschutz und Richtlinien für Medieninhalte



Für Kinder und Jugendliche sind mit den digitalen Medien Chancen, aber auch Risiken verbunden – wengleich diese Risiken oft ausser Acht gelassen werden. Swisscom überlässt die Verantwortung beim Umgang mit den Risiken nicht allein den Erziehenden. Vielmehr unterstützt sie Eltern und Lehrpersonen mit reichhaltigen Informationen, Hilfsmaterialien und Angeboten.

Eine besondere Bedeutung im Jugendmedienschutz kommt der Privatsphäre zu. Wenn Kinder und Jugendliche in sozialen Netzwerken private oder gar intime Informationen öffentlich sichtbar machen, sind sie sich der Tragweite ihres Handelns meist 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.

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

Gemäss §197 des Schweizerischen Strafgesetzbuchs ist es untersagt, Personen unter 16 Jahren Inhalte pornografischer Natur anzuzeigen. Das gilt ebenso für Inhaltsanbieter und Swisscom als Serviceanbieter. Swisscom legt ferner die Vorschriften der Fernmeldedienstverordnung sehr streng aus, welche 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 in der Medienerziehung. Die Brancheninitiative stärkt die Rolle der Jugendmedienschutz-Beauftragten und wird neu durch eine externe Stelle geprüft. 2017 hat Prof. Dr. Klaus Neumann-Braun vom Seminar für Medienwissenschaft der Universität Basel die Prüfung vorgenommen. Sein Bericht zeigt, in welchen Bereichen sich die mitunterzeichnenden Telekommunikationsunternehmen noch vermehrt engagieren müssen: Es sind dies vor allem Bereiche rund um die Kundeninformation.

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
- > 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 im Jahr 2017 schweizweit über 1'500 Veranstaltungen mit knapp 35'000 Teilnehmenden zum Thema Medienkompetenz durchgeführt. Damit ist sie die grösste Anbieterin von Medienkursen in der Schweiz.
  - > **JAMES – Jugend, Aktivitäten, (Multi-)Media – Ergebnisse Schweiz:** Die JAMES-Studie untersucht das Mediennutzungsverhalten Jugendlicher zwischen 12 und 19 Jahren. 2017 hat Swisscom auf Basis der Erhebung von 2016 unterschiedliche Detailstudien beziehungsweise JAMESfocus-Berichte erarbeiten lassen: So behandelte der erste JAMESfocus-Bericht das Online-Verhalten der Jugendlichen. Ein zweiter Bericht untersuchte das Wissen der Jugendlichen über die Nachhaltigkeit digitaler Medien. Der dritte Bericht konzentrierte sich auf die Interessen und Kriterien, nach denen Jugendliche ihre Leitfiguren in der digitalen Welt wählen.
  - > **Medienstark:** Die Ratgeberplattform für Eltern ist seit 2013 online. Sie porträtiert reale Familien und schildert die erzieherische Herausforderung, Kinder und Jugendliche zu einer sinnvollen Mediennutzung anzuregen. Viele Familien haben inzwischen ihre persönlichen Erfahrungen zu Privatsphäre, Cybermobbing, Gamesucht und Medienerziehung. Die Plattform verzeichnete 2017 31'022 Besuche. Damit erfüllte sie die Erwartungen aber nicht.
- Im Rahmen der Konzentration der unterschiedlichen Kommunikationskanäle integrierte Swisscom Medienstark in die Plattform Swisscom Storys, um die Reichweite substanziell und langfristig zu erhöhen.

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

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

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

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

## 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. Im Jahr 2017 haben sich über 16'000 Personen im Gebrauch moderner Kommunikationsmittel weitergebildet. Seit der Lancierung der Swisscom Academy haben sich damit schon 351'218 Menschen bei Swisscom auf die Schulbank gesetzt. 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)

## Initiative «Schulen ans Internet»



Goal 4  
QUALITY  
EDUCATION

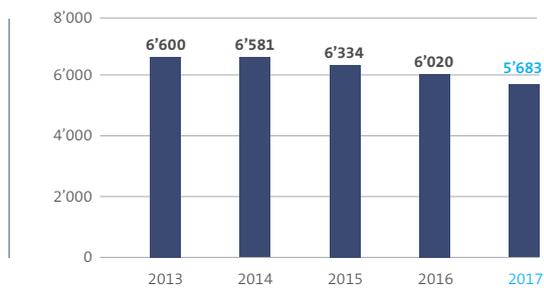
Bereits seit 2002 leistet Swisscom einen substanziellen Beitrag zur Bildungslandschaft in der Schweiz: von 2002 bis 2007 zunächst im Rahmen der Bundesinitiative «Schule im Netz», seit 2008 durch ihre eigene Initiative «Schulen ans Internet» und in Abstimmung mit den zuständigen öffentlichen Stellen.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

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, die im Rahmen des interkantonalen HarmoS-Konkordats Teil der Unterstufe werden. Swisscom verfolgt das Ziel, zusammen mit Schulen, Kantonen und Bundesstellen eine nachhaltige und leistungsfähige Architektur der künftigen ICT-Landschaft im Bildungswesen zu schaffen.

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 Sicherheits-

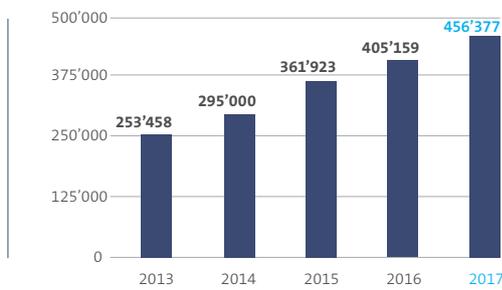
lösungen wie Firewall und Inhaltsfilter. Die Kosten belaufen sich beispielsweise für die Sicherheitsleistungen bei einem kupferbasierten Anschluss pro Schule auf CHF 780 pro Jahr, wobei der Internetzugang kostenlos ist. Der Wunsch nach immer hochbreitbandigeren Netzanschlüssen ist an Schulen aufgrund aktueller Nutzungsmodelle stetig gewachsen. So arbeiten viele Schulen mit cloudbasierten Ökosystemen, die den Datenfluss zwischen dem Internet und den Schulen explodieren lassen. Swisscom hat darauf reagiert, indem sie den Schulen weitere Anschlussmöglichkeiten eröffnet. Neu können Schulen mobile Hotspots einsetzen oder das Produkt «Smart Business Connect» nutzen, das Bandbreiten bis zu 1 Gb/s zulässt. Swisscom stellt den Schulen dieses Produkt kostenlos zur Verfügung.

**Schulen ans Internet** Anzahl Schulen



**Kurse Academy und Förderung**

**Medienkompetenz** Anzahl Teilnehmende (kumuliert)



Swisscom hat in den vergangenen Jahren die Vernetzung mit unterschiedlichen 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 hat Swisscom weitere Dienstleistungen in ihr Angebot für Schulen aufgenommen. Schulen können mit «Storebox» die Daten, die im Rahmen der Lehre entstehen, sicher und zuverlässig in der Schweiz hosten und allen Beteiligten jederzeit verfügbar machen. Swisscom bietet den Schulen ferner die kostenlose Nutzung des Video-Conferencing-Dienstes «Skype for Business» von Microsoft an.

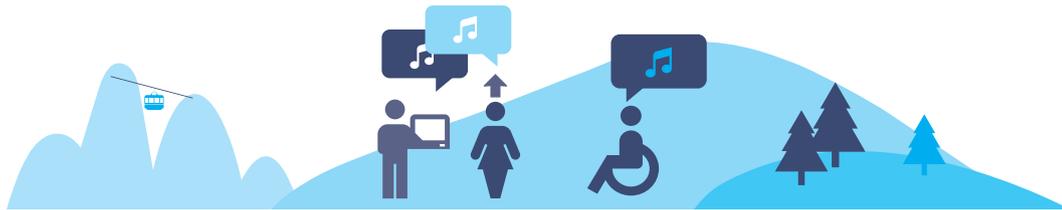
Swisscom hat in den vergangenen Jahren die Applikation Helloclass zunächst im Kleinen entwickelt. Der Erfolg auf dem Markt zeigt, dass das digitale Klassenbuch ein grosses Bedürfnis der Primarschul-Lehrpersonen erfüllt. Aus diesem Grund hat Swisscom Helloclass neu aufgelegt und stellt sie nun allen Schweizer Schulen zur Verfügung: dies kostenlos sowie bei Bedarf in einer kostenpflichtigen Version, die weitergehende Funktionalitäten enthält.

### 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 Finanzierung 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 müssen; 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 beziehungsweise 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.

# Attraktive Arbeitgeberin

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



Swisscom bewegt sich in einem hochdynamischen Umfeld, das von fundamentalen Umwälzungen geprägt ist. Das Kerngeschäft ist rückläufig, der Markt gesättigt und der Kostendruck hoch. Gleichzeitig eröffnen neue Technologien und die zunehmende Digitalisierung und Vernetzung zusätzliche Wachstumsfelder. Als Megatrends neben dem demografischen Wandel und der Globalisierung verändern sie grundlegend Politik, Gesellschaft sowie Wirtschaft und beeinflussen langfristig das Geschäft von Swisscom. So wandelt sich Swisscom zu einer integrierten Technologieanbieterin, die für ihre Kunden qualitativ hochwertige Kommunikations- und IT-Lösungen entwickelt und durch ihre Infrastruktur die Basis für die Digitalisierung legt. Swisscom setzt deshalb auf ein zukunftsorientiertes Personalmanagement. Sie lebt eine motivierende Leistungs- und Entwicklungskultur. Dabei schafft sie ein Arbeitsumfeld, das die Mitarbeitenden unterstützt, ihr Potenzial zu entfalten, sich weiterzuentwickeln und die eigene Arbeitsmarktfähigkeit zu erhalten.

Swisscom orientiert sich konsequent an den Kundenbedürfnissen. Sie bestärkt ihre Mitarbeitenden darin, klare eigene Leistungsbeiträge zu formulieren, die sich an den Team-, Abteilungs- und Unternehmenszielen orientieren, und diese Beiträge in gemischten, bereichsübergreifenden Teams umzusetzen. Dabei ist der Blick stets auf das Kundenversprechen gerichtet, wonach Swisscom ihren Kunden als Begleiter in der digitalen Welt beste Erlebnisse bietet. Um dieses Versprechen einzulösen und die Unternehmensstrategie zu verwirklichen, sind die Mitarbeitenden entscheidend. Innovation, Operational Excellence und Kundenorientierung sind der Schlüssel, um langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben und das Vertrauen der Kunden in Swisscom, ihr Management und ihre Mitarbeitenden zu erhalten.

## Umfeld, Ziele und Managementansatz

Der Konzernbereich Group Human Resources ist dafür verantwortlich, Fähigkeiten, Kultur und Organisationen innerhalb des Unternehmens zukunftsorientiert weiterzuentwickeln und Swisscom als Best Player auf dem Markt auftreten zu lassen. Seine Leistungen bringen die Swisscom Strategie konsequent voran. Group Human Resources ist für die Umsetzung einer einheitlichen Personal- und Sozialpolitik verantwortlich und bestimmt und gestaltet die übergreifenden Standards, Leitlinien und Grundsatzthemen. Der Bereich unterstützt die Konzernleitung und den Verwaltungsrat bei personalpolitischen Fragen wie Anstellungsbedingungen, Lohnsystem oder Vielfalt (Diversity). Das operative Personalmanagement ist in erster Linie Sache der Fachbereiche und Vorgesetzten. Klar festgelegte Teams von Group Human Resources unterstützen die Führungsverantwortlichen dabei, ihre Führungsaufgabe von der Anstellung bis zum Austritt eigenverantwortlich wahrzunehmen. Sie sorgen zusammen mit den internen Kompetenzzentren dafür, dass die einzelnen Geschäftsbereiche die Vorgaben umsetzen, und unterstützen die Bereiche in ihren Bedürfnissen.

Neben den klassischen operativen HR-Services ist der Bereich Group Human Resources auf die Schwerpunktthemen Transformation, Führungs-, Entwicklungs- und Leistungskultur sowie auf das Strategic Workforce-Management ausgerichtet. Er plant in Zusammenarbeit mit den Bereichen den Bedarf an erforderlichen Ressourcen und Fähigkeiten. In diesem Zusammenhang legt er Rahmen und Schwerpunkte für die Managemententwicklung, Nachfolgeplanung und berufliche Entwicklung von Mitarbeitenden fest, um den wirtschaftlichen und technologischen Entwicklungen Rechnung zu tragen. Dabei etabliert Group Human Resources zusammen mit den Führungsverantwortlichen eine Führungskultur, die von Eigenverantwortung, Vertrauen, Wertschätzung sowie einer gesunden Leistungsorientierung geprägt ist – und darüber hinaus die vier Schlüsselfähigkeiten «Unternehmer»,

«Netzwerker», «Trainer» und «Sich selber führen» stärkt. Weiter begleitet Group Human Resources die Bereiche dabei, agile Zusammenarbeitsformen wirksam umzusetzen.

Group Human Resources verantwortet die gesamte Berufsbildung im Konzern und leistet damit einen wichtigen Beitrag zum Wirtschaftsstandort Schweiz. Weiter nimmt der Bereich im Austausch mit den Sozialpartnern und den Personalvertretungen die Interessen des ganzen Konzerns wahr.

Der Konzernbereich Group Human Resources verfolgt die folgenden Nachhaltigkeitsziele:

- > Die Vielfalt (Diversity) in den Dimensionen Gender, Inklusion, Generationen und Sprachregionen zu stärken
- > Das Corporate Volunteering-Programm «Give&Grow» als Teil der Swisscom Kultur und der Mitarbeitendenentwicklung voranzutreiben
- > Die Arbeitsmarktfähigkeit der Mitarbeitenden durch ein umfassendes Angebot zu erhalten
- > Ein ganzheitliches betriebliches Gesundheitsmanagement weiterzuentwickeln und zu implementieren
- > Flexible Arbeitszeiten und -modelle als Beitrag zu Work Smart zu fördern

Die Aktivitäten, die zur Erreichung dieser Ziele beitragen, kommen im Folgenden zur Sprache.

Die Erläuterungen zum Kapitel Mitarbeitende betreffen die Seiten 28-30 des Geschäftsberichts.

### **Mitarbeitendenzufriedenheit**

Um regelmässig Rückmeldungen seitens der Mitarbeitenden zu erhalten, hat Swisscom unter dem Namen «Pulse» ein neues Instrument zur Mitarbeitendenbefragung eingeführt. Mitarbeitende geben mehrmals im Jahr zu jeweils unterschiedlichen Fragen ihre Einschätzung rund um ihre persönliche Arbeitssituation ab. Die Bewertungen und Kommentare zu jeder Frage sind für alle im Unternehmen in Echtzeit sichtbar. Dies ermöglicht es Teams und Führungsverantwortlichen, sofort auf Rückmeldungen zu reagieren. Pulse fördert den offenen Austausch im Team und eine Feedbackkultur, die aus Sicht von Swisscom die grundlegende Voraussetzung bildet, um gemeinsam zu lernen und das Unternehmen weiterzuentwickeln. Insgesamt haben seit Oktober 2016 drei Befragungen stattgefunden. Die Rücklaufquote betrug 61% über die drei Wellen gerechnet. 79% aller Mitarbeitenden nahmen mindestens einmal an der Befragung teil. Die bisherigen Ergebnisse zeigen, dass 77% der teilnehmenden Mitarbeitenden ihre Arbeitssituation als positiv, 33% davon sogar als sehr positiv bewerten. Die Werte von Swisscom zu den abgefragten Dimensionen liegen gleich hoch oder höher wie die Benchmarkwerte.

### **Sensibilisierung der Mitarbeitenden im Allgemeinen und im Bereich Corporate Responsibility**

Swisscom schult ihre Mitarbeitenden unter anderem zu relevanten Themen wie Sicherheit, Compliance oder Corporate Responsibility. Welcome Days sensibilisieren neu eintretende Mitarbeitende zudem für ökologische und gesellschaftliche Themen. 2017 haben sich rund hundert Mitarbeitende an der internen ENERGY CHALLENGE beteiligt. Im Rahmen dieser Challenge machte sich Swisscom als Partnerin des Bundesamts für Energie für eine nachhaltige Energienutzung stark und erläuterte, wie einfach sich Energiesparen mit Komfort und Lebensqualität in Einklang bringen lässt. Swisscom Mitarbeitende waren aufgerufen, persönliche Beiträge zur Energieeffizienz zu nennen. Durch eine Jury wurden ausgewählte Beiträge finanziell unterstützt. Weiter erhielten die Mitarbeitenden die Möglichkeit, an vier Swisscom Standorten während rund eines halben Jahres kostenlos Elektroautos zu testen. Am Swisscom Nachhaltigkeitscommunity Event im November erhielten rund hundert Mitarbeitende Informationen zu den aktuellen Entwicklungen und wesentlichen Ereignissen im Bereich der Corporate Responsibility.

### **Corporate Volunteering**

Der Begriff Corporate Volunteering steht für das Engagement von Mitarbeitenden, im Rahmen von Freiwilligeneinsätzen gemeinnützige Arbeit zu leisten. Das Corporate Volunteering-Programm «Give&Grow» von Swisscom unterstützt Freiwilligeneinsätze. Es stellt Gemeinden oder Verbänden unentgeltliche Arbeitszeit von Swisscom Mitarbeitenden zur Verfügung und gibt den teilnehmenden Mitarbeitenden gleichzeitig die Gelegenheit, ihre Kompetenzen und ihr Wissen zu erweitern. Im Einzelnen können Mitarbeitende zwischen unterschiedlichen Volunteering-Projekten in den Bereichen Umwelt (Nature Days), Soziales (Social Days) und Bildung (Economy Days) wählen und jährlich bis zu zwei Tage ihrer Arbeitszeit für Freiwilligeneinsätze verwenden. Im Jahr 2017 haben Swisscom Mitarbeitende 1'140 (Vorjahr 1'218) Einsatztage geleistet. Die Anzahl geleisteter Einsatztage war im Berichtsjahr rückläufig. Eine mögliche Erklärung dafür sind die laufende Reorganisation in verschiedenen Bereichen sowie die Swisscom Games die im Juni 2017 stattgefunden haben.

## Bookbridge

Swisscom bietet ihren Mitarbeitenden unterschiedliche Möglichkeiten, um sich beruflich und persönlich weiterzuentwickeln. Dazu gehört das Capability-Programm von Bookbridge. In einem interdisziplinären Team bauen Teilnehmende aus unterschiedlichen Kulturen gemeinsam in Kambodscha oder in der Mongolei Lernzentren für Kinder und Jugendliche auf. Beim Aufbau solcher Lernzentren stärken die Mitarbeitenden ihre unternehmerischen Fähigkeiten sowie ihr Verständnis für besondere kulturelle Rahmenbedingungen. Sie lernen, unter teils ungewohnten Bedingungen neuartige Geschäftsmodelle zu entwickeln und umzusetzen. Bisher haben sich 28 Swisscom Mitarbeitende am Aufbau von sieben derartigen Lernzentren beteiligt. Durch dieses Engagement leistet Swisscom einen Beitrag für die Zukunft von Kindern und Jugendlichen in benachteiligten Regionen.

## Gesundheit und Arbeitssicherheit



Goal 3  
GOOD HEALTH  
AND WELL-BEING

### Gesundheit der Mitarbeitenden

Im Jahr 2017 belief sich die Absenzenquote 3,06% und liegt somit marginal unter dem Wert des Vorjahres. Allgemein hat die Anzahl der Abszenzfälle gegenüber dem Vorjahr um rund 10% abgenommen, die Dauer der Abwesenheit pro Fall nahm jedoch zu.

Bei den Langzeitfällen ist einerseits eine Senkung der Fälle und andererseits eine Steigerung der durchschnittlichen Absenzendauer deutlich zu beobachten. Rund 1/8 der Absenzenquote ist durch nicht berufliche Unfälle (NBU) verursacht.

Swisscom investiert gezielt in Initiativen und Programme im Rahmen des Betrieblichen Gesundheitsmanagements (BGM). Sie unterstützt damit ihre Mitarbeitenden, langfristig gesund und motiviert zu bleiben. In diesem Zusammenhang legt Swisscom besonderen Wert auf Prävention und Früherkennung – so etwa in Fragen der psychischen Gesundheit am Arbeitsplatz, wo Swisscom als Arbeitgeberin den grössten Einfluss auf die Gesundheit der Mitarbeitenden ausüben kann.

Im Einzelnen bietet BGM Gesundheitschecks für Mitglieder des Managements und Mitarbeitende mit Verzicht auf Arbeitszeiterfassung, um frühzeitig gesundheitliche Beeinträchtigungen zu erkennen. Die Angebote dienen der Prävention und erfolgen teils in Zusammenarbeit mit kompetenten Partnern wie etwa der SUVA (Risiken in der Freizeit), der SBB (Rauchstopp-Angebote) oder Pro Mente Sana (psychische Gesundheit). Intern hält die Leadership Academy Gesundheitsangebote für Führungsverantwortliche bereit. Neue Wege geht BGM in der Vermittlung der Präventionsthemen, indem es neue Formate testet: So hat BGM Podcasts und Webinare zur psychischen Gesundheit lanciert. Swisscom Mitarbeitende haben nach einem Auswahlverfahren die Möglichkeit, am sechswöchigen Online Stressmanagement-Training «iCope» teilzunehmen.

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

Swisscom unterstützt den Verein Compasso aktiv als Mitglied und 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 Arbeitgeberverbands.

### Integration fördern

Swisscom baut auf die individuellen Stärken und Fähigkeiten jedes Mitarbeitenden. Sind Mitarbeitende aus gesundheitlichen Gründen in ihrer Arbeitsleistung beeinträchtigt, legt Swisscom grossen Wert darauf, sie im Arbeitsprozess zu belassen beziehungsweise ihnen eine sinnvolle Weiterbeschäftigung zuzusichern. Um die Inklusion zu fördern, behält Swisscom mindestens ein Prozent der Arbeitsplätze Mitarbeitenden mit physischen oder psychischen Leistungsbeeinträchtigungen vor, wo die Betroffenen ihren Beitrag zum Erfolg von Swisscom leisten. 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.

### Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Swisscom setzt bei Safety (als Überbegriff für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz) die gesetzlichen Bestimmungen konsequent um und wahrt so die Gesundheit und Unversehrtheit ihrer internen und externen Mitarbeitenden. Safety ist ein Teil des BGM. Die Eidgenössische Koordinationskommission für Arbeitssicherheit

EKAS hat das auf nationalem Standard beruhende Safety-System als Betriebsgruppenlösung (das heisst als Lösung, die für Grossunternehmen mit Zweigstellen an unterschiedlichen Standorten geeignet ist) am 8. Juli 2016 genehmigt. Die Genehmigung ist bis zum 31. März 2021 gültig.

Ein zentraler Teil des Safety-Systems besteht darin, Gefährdungen im Betrieb zu ermitteln und die damit verbundenen Risiken zu beurteilen. Die in der Folge ergriffenen Massnahmen zielen darauf hin, Berufsunfälle und Berufskrankheiten möglichst zu verhindern.

Im Zusammenhang mit der Einführung neuer Kooperationsmodelle und der anschliessenden Übertragung bestimmter Aufgaben an Vertragspartner wie Auftragnehmer, Lieferanten, General- oder Totalunternehmer erarbeitet Swisscom die entsprechenden Safety-Anforderungen und definiert vertraglich klar die einzelnen Verpflichtungen.

Die Häufigkeit von Berufsunfällen ist stabil geblieben. Sie liegt bei 18 Unfällen jährlich pro 1'000 Vollbeschäftigte und damit wesentlich tiefer als in vergleichbaren Branchen (etwa der Versicherungsbranche). Um die Unfallhäufigkeit weiter niedrig zu halten, setzt Swisscom die Safety-Massnahmen konsequent um, bezieht dabei alle Partner ein und setzt unter anderem auf einen bewussten Umgang mit Risiken seitens der Mitarbeitenden.

| Anzahl bzw. wie angemerkt                  | 2015          |               |                   | 2016          |               |                   | 2017          |               |                   |
|--|---------------|---------------|-------------------|---------------|---------------|-------------------|---------------|---------------|-------------------|
|  | männlich      | weiblich      | Total             | männlich      | weiblich      | Total             | männlich      | weiblich      | Total             |
| <b>Krankheit und Unfall (K+U)</b>          |               |               |                   |               |               |                   |               |               |                   |
| Sollzeit Arbeitstage in FTE                | 3'314'564     | 1'193'573     | <b>4'508'137</b>  | 3'386'048     | 1'136'883     | <b>4'522'931</b>  | 3'229'991     | 997'344       | <b>4'227'335</b>  |
| Ausfalltage Krankheit ohne Berufskrankheit | 65'081        | 45'451        | <b>110'532</b>    | 70'686        | 48'164        | <b>118'850</b>    | 68'977        | 40'240        | <b>109'217</b>    |
| Ausfalltage Berufskrankheit                | 57            |               | <b>57</b>         | –             |               | –                 | 19            |               | <b>19</b>         |
| Ausfalltage BU (Berufsunfall)              | 2'143         | 298           | <b>2'441</b>      | 2'867         | 292           | <b>3'159</b>      | 2'786         | 504           | <b>3'290</b>      |
| Ausfalltage NBU (Nichtbetriebsunfall)      | 11'212        | 5'125         | <b>16'337</b>     | 12'871        | 3'632         | <b>16'503</b>     | 12'838        | 3'991         | <b>16'829</b>     |
| <b>Total Ausfalltage (K+U)</b>             | <b>78'493</b> | <b>50'874</b> | <b>129'637</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>    |
| Krankheitsfälle                            | 16'815        | 10'101        | <b>26'916</b>     | 17'236        | 9'841         | <b>27'077</b>     | 15'408        | 8'272         | <b>23'680</b>     |
| BU-Fälle                                   | 252           | 62            | <b>314</b>        | 238           | 36            | <b>274</b>        | 261           | 38            | <b>299</b>        |
| NBU-Fälle                                  | 1'941         | 683           | <b>2'624</b>      | 1'933         | 634           | <b>2'567</b>      | 1'896         | 619           | <b>2'515</b>      |
| <b>Total Fälle<sup>1</sup></b>             | <b>19'008</b> | <b>10'846</b> | <b>29'854</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>     |
| Absenzquote Krankheit ohne Berufskrankheit | 1,97%         | 3,81%         | <b>2,46%</b>      | 2,09%         | 4,24%         | <b>2,63%</b>      | 2,13%         | 4,03%         | <b>2,58%</b>      |
| Absenzquote Berufskrankheit                | 0,0000%       |               | <b>0,0000%</b>    | –             |               | –                 | 0,001%        |               | <b>0,001%</b>     |
| Absenzquote BU                             | 0,06%         | 0,03%         | <b>0,05%</b>      | 0,08%         | 0,03%         | <b>0,07%</b>      | 0,09%         | 0,05%         | <b>0,08%</b>      |
| Absenzquote NBU                            | 0,34%         | 0,43%         | <b>0,36%</b>      | 0,38%         | 0,32%         | <b>0,36%</b>      | 0,40%         | 0,40%         | <b>0,40%</b>      |
| <b>Total Absenzquote (K+U)</b>             | <b>2,37%</b>  | <b>4,27%</b>  | <b>2,88%</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>      |
| Arbeitsbedingte Todesfälle                 | –             |               | –                 | –             |               | –                 |               |               | –                 |
| Leistungs-FTE (Nettopräsenz in FTE)        | 132'514       | 46'434        | <b>178'948</b>    | 135'645       | 43'888        | <b>179'533</b>    | 132'657       | 40'969        | <b>173'626</b>    |
| Total geleistete Produktivstunden          | 22'475'000    | 7'911'034     | <b>30'386'034</b> | 23'063'332    | 7'490'400     | <b>30'554'722</b> | 22'314'302    | 6'921'116     | <b>29'235'418</b> |
| Produktivstunden pro FTE                   | 1'728         | 1'696         | <b>1'719</b>      | 1'738         | 1'687         | <b>1'725</b>      | 1'741         | 1'756         | <b>1'744</b>      |

<sup>1</sup> Ausfall von Arbeitszeit welche Arztkosten generiert

## Move! und Swisscom Games

Move! ist ein Programm, das Aktivitäten aus Gesundheit, Sport und Kultur unterstützt. Zu diesen Aktivitäten zählen beispielsweise Laufsport, Ski, Klettern, Pilates, Rückengymnastik oder Yoga ebenso wie Rhetorik, Kochen oder Stressmanagement. Mitarbeitende bieten als Move!-Coaches Aktivitäten an und nehmen selbst an Angeboten teil. Die Aktivitäten finden in der Freizeit statt. Move! erweitert den Horizont der Teilnehmenden und bringt Mitarbeitende aus unterschiedlichen Unternehmensbereichen zusammen. 2017 haben 145 Move!-Coaches über 300 Aktivitäten angeboten und begleitet, die insgesamt über 3'500 Teilnahmen verzeichneten.

Die Swisscom Games sind ein Anlass, der alle zwei Jahre stattfindet. Mitarbeitende können sich für eine Team- oder Einzelaktivität in den Bereichen Sport, Kultur oder Soziales anmelden. Die letzten Swisscom Games fanden 2017 Ende Juni in Tenero statt. Insgesamt nahmen über 3'200 Mitarbeitende an diesem einmaligen Anlass teil, bei dem sie die Wahl zwischen 42 Aktivitäten hatten. Die Swisscom Games tragen zur Vernetzung der Mitarbeitenden bei und sind ein wichtiges Element der Unternehmenskultur. Die nächsten Swisscom Games finden 2019 statt.

# Diversity

## Vielfalt leben und fördern



Die unterschiedlichen Sichtweisen, Erfahrungen, Ideen und Fähigkeiten eines jeden einzelnen Mitarbeitenden, die im Arbeitsalltag bei der Zusammenarbeit zum Ausdruck kommen, machen Swisscom zu einem erfolgreichen Unternehmen. Gerade die Vielfalt innerhalb ihrer Teams bildet die Grundlage dafür, dass Swisscom eines der innovativsten Unternehmen der Schweiz ist, und trägt dazu bei, den demografischen Herausforderungen zu begegnen. Mitarbeitende finden bei Swisscom ein Arbeitsumfeld vor, in dem sie respektvoll und im gegenseitigen Vertrauen zusammenarbeiten und sich für Kunden einsetzen. Um die Vielfalt zu fördern, achtet Swisscom bei ihren Tätigkeiten auf die Dimensionen Gender, Inklusion, Generationen und Sprachregionen.

## Gender

Als Technologieunternehmen ist Swisscom in einer nach wie vor stark von Männern dominierten Branche tätig, in der zudem mehrheitlich Männer die nachgefragten technischen Ausbildungsprofile erfüllen. Aus diesem Grund ist Swisscom bestrebt, Frauen durch zahlreiche Massnahmen Anreize zu bieten, entsprechende Ausbildungsgänge zu wählen, ihre vielfältigen Entwicklungschancen zu ergreifen, die flexiblen Arbeitsmodelle zu nutzen und Herausforderungen – so etwa die Übernahme von Führungsfunktionen – anzunehmen. Frauen werden proaktiv angesprochen, sich für die Talentprogramme zu bewerben oder die Möglichkeiten von Job Sharing in speziellen Kursen kennenzulernen.

Swisscom hat sich das Ziel gesetzt, mittelfristig den Frauenanteil im Management auf 20% zu erhöhen. Um dieses Ziel zu erreichen, engagiert sich Swisscom bereits bei Schülerinnen, unter anderem im Rahmen der Digital Days for Girls. Sie bietet ferner ihren Mitarbeiterinnen spezifische Ausbildungsprogramme für Fach- und Führungsaufgaben. Einen weiteren Beitrag leistet Swisscom innerhalb des «Women Back to Business»-Programms der Hochschule St. Gallen. Das Programm verfolgt das Ziel, Frauen den Wiedereinstieg ins Berufsleben zu erleichtern. Es will ferner die besondere Expertise von Frauen nutzen, die sich häufig neben ihrer hohen fachlichen Qualifikation durch besondere Kommunikations-, Konfliktmanagement- und Organisationsfähigkeiten auszeichnen – und so die Anforderungen nach Flexibilität und Agilität besonders gut erfüllen. Ein weiteres Element der Frauenförderung bei Swisscom setzt bei den Männern an: Um die Akzeptanz von Teilzeitarbeit zu erhöhen, bietet Swisscom besonders ihren männlichen Mitarbeitenden die Möglichkeit, probeweise Teilzeit zu arbeiten. In eine ähnliche Stossrichtung weisen die sogenannten Crash-Kurse für Väter, die Swisscom mit viel Erfolg all ihren Mitarbeitern anbietet, die Vaterfreuden entgegensehen. Der Frauenförderung dienen ferner die flexiblen Arbeitsmodelle, die im nächsten Abschnitt beschrieben werden.

## Vereinbarkeit von Beruf und Familie

Swisscom ist Gründungsmitglied der Work Smart Initiative. Entsprechend bietet sie ihren Mitarbeitenden zahlreiche flexible Arbeitsmodelle. Diese Modelle reichen von Teilzeitpensen und Job Sharing über mobiles Arbeiten – etwa im Home Office, in Co-Working Spaces oder unterwegs – bis zum Ferienkauf. Mitarbeitende können dadurch private Bedürfnisse und berufliche Anforderungen miteinander vereinbaren und sind motiviert, ihr persönliches Potenzial zu entwickeln und auszuschöpfen. Swisscom schreibt ihre offenen Stellen grundsätzlich flexibel mit einem Pensum von 80–100% aus und unterstützt Eltern unter bestimmten Voraussetzungen mit finanziellen Beiträgen für die Kinderbetreuung. Das Angebot «Work&Care» richtet sich speziell an Mitarbeitende, die Angehörige pflegen.

All diese Massnahmen tragen dazu bei, die Unabhängigkeit und Motivation der Mitarbeitenden zu steigern. Sie sorgen für eine hohe Identifikation mit dem Unternehmen und für zufriedene Mitarbeitende.

## Generationen

Bei Swisscom arbeiten Personen einer jeden Altersstufe miteinander. Die Zusammenarbeit und der Austausch zwischen den Generationen erlauben es den Mitarbeitenden, voneinander zu lernen. Davon profitiert Swisscom in vielerlei Hinsicht: so unter anderem bei der Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen, die den Bedürfnissen ihrer unterschiedlichen Kunden entsprechen.

Mitarbeitende nehmen unabhängig von ihrem Alter Aus- und Weiterbildungsangebote an und entwickeln so ihre Fähigkeiten weiter. Ein speziell für ältere Mitarbeitende entwickeltes Modell zur Teilpensionierung ermöglicht es, den Ausstieg aus dem Berufsleben gestaffelt zu gestalten.

Seit 2017 unterstützt Swisscom die Initiative «Check your Chance» des Arbeitgeberverbandes Schweiz. Ziel der Initiative ist es, Jugendliche durch den Betrieb einer 7x24-Stunden-Hotline in schwierigen Situationen beim Berufseinstieg zu unterstützen.

Zu Gunsten von Arbeitnehmenden am anderen Ende des Berufslebens unterstützt Swisscom mit work50.ch eine Plattform, die sich auf die Vermittlung von über 50-Jährigen spezialisiert hat. Swisscom ist ferner Wirtschaftspartnerin der Hochschule Luzern für das Projekt Integratives Generationenmanagement und Partnerin des World Demographic & Ageing Forums (WDA Forum). Das WDA Forum ist eine internationale, intergenerationelle Plattform, die dem Austausch zu Bevölkerungs-, Alters- und Generationenfragen dient.

Siehe unter  
www.work50.ch

## Herkunft und Sprache

Mitarbeitende aus 88 Nationen arbeiten an unterschiedlichen Standorten in allen Schweizer Regionen gemeinsam am Erfolg von Swisscom. Um das Verständnis über die Sprachgrenzen zu fördern, bietet Swisscom ihren Mitarbeitenden Vergünstigungen beim Besuch von Sprachkursen in der Freizeit. Bei der Einstellung neuer Mitarbeitender legt Swisscom Wert darauf, Bewerber aus der jeweiligen Region zu berücksichtigen, da diese mit den lokalen Gepflogenheiten vertraut sind. Swisscom pflegt Partnerschaften mit den Hochschulen in den unterschiedlichen Sprachgebieten der Schweiz, um dort gezielt Mitarbeitende zu gewinnen, die über die für die Weiterentwicklung von Swisscom erforderlichen Profile verfügen.

Altersstruktur der Mitarbeitenden in Headcount



## Personalentwicklung

Mitarbeitenden den Gestaltungsfreiraum und die Selbststeuerung für ihre Entwicklung zu ermöglichen, sieht Swisscom als wichtigen Teil einer inspirierenden Lernkultur an. 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 an, in dem diese neue Fähigkeiten entwickeln und testen können. Hierzu gehören crossfunktionale Squads und Tribes – gemischte Teams, die alle zur Ausführung notwendigen Fähigkeiten und Disziplinen vereinen sowie ihre Produkte durch agile Methoden von Mitarbeitendem zu Mitarbeitendem (Employee to Employee E2E) eigenverantwortlich erarbeiten. Ferner hat Swisscom in einzelnen Unternehmensbereichen das soziale Betriebssystem Holacracy eingeführt, das durch einheitliche Regeln die Autorität und Selbstorganisation der Mitarbeitenden in ihren Rollen und Kreisen stärken und gleichzeitig besonders effiziente Prozesse der Entscheidungsfindung ermöglicht.

Allen Mitarbeitenden steht im Learningcenter und in unterschiedlichen Academies eine Vielzahl von E-Learning-Modulen zur Verfügung. Diese Module vermitteln Lerninhalte aller Art von Leadership-Themen über Fachthemen (zum Beispiel zu IT, Cloud und Betriebswirtschaft) bis zu übergreifenden Themen wie Sicherheit, Digitalisierung oder Governance. Vermehrt entwickeln Mitarbeitende selber Lernangebote und teilen ihr Wissen mit ihren Kollegen auf Plattformen. So bietet Swisscom ihren Mitarbeitenden ein Lernumfeld, das der Digitalisierung sowohl hinsichtlich Format und Zugänglichkeit der Lernangebote als auch inhaltlich Rechnung trägt. Neben ICT-Basiswissen hat Swisscom ferner zahlreiche rollenspezifische Lerninhalte wie Social Media für Sales- und Datacenter-Strategien entwickelt und im Learningcenter aufgenommen. In Absprache mit den Vorgesetzten steht es allen Mitarbeitenden frei, sich intern oder extern weiterzubilden. Swisscom unterstützt die Weiterbildungsbestrebungen ihrer Mitarbeitenden im Rahmen des Entwicklungsdialogs. Gleichzeitig setzt sie auf die Eigenverantwortung der einzelnen Mitarbeitenden, die Arbeitsmarktfähigkeit mit geeigneten Massnahmen zu erhalten und zu erhöhen. Gleich verhält es sich beim Talentmanagement: Mitarbeitende ergreifen selbst die Initiative und bewerben sich für Talentprogramme. Sie werden nicht von ihren Vorgesetzten für das Programm ausgewählt, von ihnen hingegen bei der



Bewerbung unterstützt. Diese Regelung hat sich bewährt. Inzwischen gelingt es Swisscom, die meisten der offenen Stellen mit internen Mitarbeitenden zu besetzen.

Durch all diese Massnahmen leistet Swisscom einen wesentlichen Beitrag zur Arbeitsmarktfähigkeit ihrer Mitarbeitenden und zur Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens. Sie stellt ferner sicher, dass sich die einzelnen Organisationen innerhalb des Unternehmens dynamisch an die Veränderungen ihrer Umwelt anpassen. Die Anzahl Aus- und Weiterbildungstage betrug 2017 3,1 Tage pro Mitarbeitenden.

### **Work Smart @ Swisscom**

Work Smart bedingt einen Wandel der Arbeitskultur. Daher hat Swisscom im Berichtsjahr für alle Mitarbeitenden eine Swisscom interne Work Smart-Woche mit themenrelevanten Beiträgen und Veranstaltungen durchgeführt. Sie hat zudem unterschiedliche Massnahmen ergriffen, um das Bewusstsein und die Anpassungsfähigkeit (beziehungsweise Resilienz) der Mitarbeitenden im Zusammenhang mit Work Smart zu stärken.

Durch die Unterzeichnung der Work Smart Initiative verpflichtet sich Swisscom, neue und mobile Arbeitsmodelle, flexibles, standortunabhängiges Arbeiten und den grenzenlosen Zugang zu Wissen zu fördern. Sie unterstützt deshalb ihre Mitarbeitenden, berufliche Anforderungen und private Bedürfnisse bestmöglich zu vereinen. Ferner bekennt sich Swisscom dazu, Mitarbeitende mit physischen oder psychischen Einschränkungen in den Arbeitsprozess zu integrieren und grundsätzlich Ressourcen und Infrastruktur immer nachhaltiger zu nutzen. Als Teil der Work Smart Initiative teilt Swisscom ihre Erfahrungen mit anderen Unternehmen und will durch ihr Wissen einen Beitrag an eine moderne, nachhaltige Schweiz leisten. Dank Work Smart profitieren nicht nur Mitarbeitende von mehr Freiraum und Lebensqualität, sondern auch das Unternehmen von der erhöhten Produktivität seiner Mitarbeitenden. Mehr Informationen finden sich im Kapitel Arbeiten und Leben auf Seite 41.

### **Entwicklungs- und Leistungsdialog: Performance Management**

Um die Leistungen und die Entwicklung der Mitarbeitenden zu beurteilen und zu fördern, entwickelt Swisscom ihr Performance Management-System bedürfnisgerecht weiter. Leistungsbeurteilungen erfolgen auf Basis verbindlicher Beitragsvereinbarungen, die in den jeweiligen Teams offen besprochen werden. Ein Dialog mit den internen Auftraggebern des Mitarbeitenden ergänzt den regelmässigen Dialog zwischen Mitarbeitenden und Führungsverantwortlichen. Dieses Vorgehen unterstützt die Mitarbeitenden dabei, die vereinbarten Beiträge im Jahresverlauf zu erfüllen.

Die «Leadership Academy» bietet Führungsverantwortlichen in Personal- wie in Fachführungsrollen die Möglichkeit, sich in einem wandelnden Umfeld mit den in einer Führungsfunktion erforderlichen Schlüsselfähigkeiten auseinanderzusetzen. Angebote, die an einzelne Mitarbeitende gerichtet sind, sowie gruppen- und kontextspezifische Plattformen zur Vertiefung der Führungsfähigkeiten stärken die Kompetenzen der Swisscom Führungskräfte systematisch und nachhaltig.

## **Ausbildung von Nachwuchskräften und Personalbeschaffung**

### **Rekrutierung von neuen Mitarbeitenden**

Swisscom bekennt sich zum internen Arbeitsmarkt und entwickelt ihre Mitarbeitenden hinsichtlich ihrer Fähigkeiten gezielt weiter. Sie schreibt Vakanzen zunächst intern aus und versucht, offene Stellen mit Personen aus Talentförderungsprogrammen zu besetzen. Werden neue Mitarbeitende eingestellt, so setzt Swisscom auf Personen, die mit Einsatz und Leidenschaft ihre Kunden begleiten und die Zukunft der vernetzten Welt mitgestalten wollen.

### **Hochschulpraktikanten und Trainees**

Swisscom steht in intensiven Kontakten zu den Eidgenössischen Hochschulen, zu Universitäten und Fachhochschulen. Sie tauscht sich dadurch kontinuierlich mit Forschern und Entwicklern im Bereich der Digitalisierung der Schweiz aus und gewinnt talentierte, hoch motivierte Hochschulabsolventen als Mitarbeitende. Der Auftritt an Rekrutierungsmessen und weitere Formen der Zusammenarbeit – beispielsweise im Rahmen von Forschungsaufträgen oder Gastvorlesungen – erlauben es Studierenden, Swisscom und ihre Aktivitäten kennenzulernen und im Rahmen einer praxisorientierten Bachelor- oder Masterarbeit beziehungsweise eines Praktikums schon während des Studiums erste Berufserfahrungen zu sammeln.

Der Berufseinstieg nach erfolgreich abgeschlossenem Studium führt bei Swisscom entweder über das Traineeprogramm, ein Hochschulpraktikum oder den Direkteinstieg in eine Juniorfunktion. 2017 waren 40% der Teilnehmenden am Traineeprogramm Frauen. In den letzten zwölf Monaten haben zudem 115 Personen ein Praktikum bei Swisscom begonnen.

## Berufsbildung

Im August 2017 haben 234 junge Berufseinsteiger ihre Lehre bei Swisscom in sieben unterschiedlichen Berufen abgeschlossen. An den schweizerischen Berufsmeisterschaften erreichte ein Detailhandel-Lernender den zweiten Platz, eine Mediamatik-Lernende den dritten Platz, eine weitere Lernende belegte ebenfalls in Mediamatik den zweiten Rang für die beste Integrierte Praxisarbeit (IPA). Vier weitere Lernende erreichten Platzierungen unter den ersten zehn in Mediamatik und Applikationsentwicklung. Von den 234 Lehrabgängern, die Ende Juli 2017 ihre Lehre abschlossen, beschäftigte Swisscom rund die Hälfte direkt weiter.

Im August 2017 haben 286 Jugendliche ihre Lehre bei Swisscom begonnen, davon 130 in den ICT-Berufen Mediamatik und Informatik. Dem grossen Bedürfnis nach Interactive Media Designern ist Swisscom 2017 erneut durch das Lehrangebot für Interactive Media Designer nachgekommen. So begannen wiederum fünf Interactive Media Designer ihre Lehre bei Swisscom. Swisscom hat in diesem Jahr insgesamt 45 zusätzliche Lehrstellen geschaffen, davon 35 in ICT-Berufen.

Ende 2017 waren bei Swisscom 959 Lernende tätig; davon 893 Lernende in technischen und kaufmännischen Lehrberufen bei Swisscom selbst, weitere 66 bei der Tochtergesellschaft calex. Das Ausbildungsmodell von Swisscom ist auf Selbstständigkeit und Eigenverantwortung ausgerichtet. Lernende gestalten ihren Ausbildungsplan gemäss ihren Schwerpunkten aktiv mit, indem sie sich alle drei bis sechs Monate um einen neuen Praxiseinsatz innerhalb des Unternehmens bewerben und sich dort weitere Kompetenzen aneignen.

## Beschaffung von Personal im Ausland

Als Schweizer Unternehmen bekennt sich Swisscom zum Werk- und Arbeitsplatz Schweiz. Zur Rekrutierung von IT-Fachspezialisten ist Swisscom allerdings darauf angewiesen, auf dem europäischen Arbeitsmarkt präsent zu sein. Das gilt namentlich für die Rekrutierung von Grenzgängern, zum Beispiel für die Aktivitäten in der Westschweiz. Swisscom ist bereit, sofern erforderlich, mit in- oder ausländischen Rekrutierungspartnern zusammenzuarbeiten. Bedingung für eine Zusammenarbeit ist, dass die betreffenden Partner die unternehmenseigenen Vorgaben von Swisscom erfüllen. Diese Vorgaben umfassen die Zusammenarbeit, die lokalen und schweizerischen Arbeitsgesetzgebungen sowie Gesetzgebungen zur Arbeitsvermittlung und die Nachhaltigkeit.

## Lohngleichheit

Swisscom will faire, marktgerechte Löhne zahlen und sorgt für Lohngleichheit zwischen den Geschlechtern. Ihr Lohnsystem ist so aufgebaut, dass gleiche Löhne für gleichwertige Aufgaben und Leistungen entrichtet werden. Zu diesem Zweck sind die einzelnen Funktionen gemäss ihren Anforderungen in Job Levels eingestuft. Jedem Job Level ist ein dem Marktlohn entsprechendes Lohnband zugeordnet. Das Lohnband gibt die Bandbreite für die Entlohnung gleichwertiger Aufgaben vor. Innerhalb der Bandbreite erfolgt die Lohnbestimmung anhand der Leistung der einzelnen Mitarbeitenden. Im Rahmen der Lohnrunde passt Swisscom die Löhne von Mitarbeitenden mit einer besseren Leistung und einer tieferen Lage innerhalb des jeweiligen Lohnbands überdurchschnittlich an. Dies führt zu einem kontinuierlichen Ausgleich allenfalls bestehender Lohndifferenzen. Zudem prüft Swisscom bei der Umsetzung der Lohnrunde, ob innerhalb der einzelnen Organisationseinheiten Unterschiede zwischen Frauen- und Männerlöhnen bestehen, und nimmt bei Bedarf gezielt Korrekturen vor.

Ebenso prüft Swisscom anhand des Lohngleichheitsinstruments des Bundes (Logib) periodisch die Lohnstruktur auf Unterschiede zwischen den Löhnen von Männern und Frauen. Die bisherigen Untersuchungen (zuletzt 2017) haben geringe Lohnunterschiede an den Tag gebracht, die deutlich unter der Toleranzschwelle von 5% liegen.

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

## Wahrung der Menschenrechte im Swisscom Konzern

Die Wahrung der Menschenrechte ist für Swisscom ein integraler Bestandteil der Unternehmenskultur. Innerhalb des Swisscom Konzerns sind keine oder nur sehr geringe Risiken für Menschenrechtsverletzungen bekannt. So verfügt Swisscom über 17'688 Vollzeitstellen in der Schweiz und 2'504 Vollzeitstellen in Italien, bei denen keine Menschenrechtsrisiken festgestellt worden sind; ferner 314 Vollzeitstellen ausserhalb der Schweiz und Italien, mehrheitlich in der Europäischen Union oder in OECD-Ländern, bei denen ebenfalls keine oder nur sehr geringe Risiken vorliegen. In den von Ratingagenturen aufgeführten «Risikoländern» (so etwa Rumänien, Malaysia und

Südafrika) beschäftigt Swisscom kein Personal. Zudem erbringen Swisscom Mitarbeitende ausserhalb der Schweiz und Italiens nur Dienstleistungen, sind also nicht in der Produktion beschäftigt. Daher erkennt Swisscom keinen Bedarf für ein konzernweites Managementsystem für Risiken, welche die Verletzung der Menschenrechte betreffen. Risiken sieht Swisscom bei Lieferanten. Darum hat das Unternehmen bei seinen Lieferanten ein Risikomanagementsystem aufgebaut.

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

## Sozial- und Zusatzleistungen

### Vorsorgeeinrichtung: comPlan

Ende 2017 sind rund 18'849 Swisscom Mitarbeitende und rund 8'137 Bezüger einer Rentenleistung bei comPlan versichert. comPlan hat 2017 auf dem Vorsorgevermögen eine Nettoendite von rund 9,3% erzielt (Vorjahr 5,1%). Per 31. Dezember 2017 beträgt der Marktwert des Vorsorgevermögens CHF 10,9 Milliarden (Vorjahr CHF 9,9 Milliarden). Der Deckungsgrad beläuft sich gemäss den schweizerischen Rechnungslegungsvorschriften für Vorsorgeeinrichtungen auf rund 108% (Vorjahr 101%).

Um die finanzielle Situation der Pensionskasse in einem Tiefzinsumfeld und einer Gesellschaft mit steigender Lebenserwartung zu sichern, hat der Stiftungsrat von comPlan im Herbst 2016 entschieden, den Umwandlungssatz von 6,11% auf 5,34% zu senken und die Sparbeiträge zu erhöhen. Gemeinsam haben comPlan und Swisscom eine Reihe von Abfederungsmassnahmen getroffen, um die Anpassungen so sozialverträglich wie möglich zu gestalten. So erfolgt die Senkung des Umwandlungssatzes in monatlichen Schritten von 0,02 % über einen Zeitraum von 3 ¼ Jahren. Zudem übernimmt Swisscom als Arbeitgeberin im Rahmen der Erhöhung der Sparbeiträge für die 22- bis 54-jährigen einen Aufschlag von 1,4%, während die Mitarbeitenden einen Aufschlag von 1,1% zu entrichten haben. Ferner erhalten die Mitarbeitenden der Jahrgänge 1952 bis 1969 eine von comPlan und Swisscom finanzierte Sondereinlage, um die Rentenkürzungen auf maximal 6% des heutigen Werts zu beschränken. Schliesslich erhöht Swisscom den Umwandlungsverlustbeitrag von 0,7% auf 1,2% der versicherten Lohnsumme. Dadurch lässt sich eine weitere Senkung des Umwandlungssatzes auf unter 5% vermeiden.

### Zusatzleistungen

Alle Swisscom Mitarbeitenden erhalten Fringe Benefits in Form eines Freibetrags auf Swisscom Abonnemente für Festnetz, Internet, TV und Mobilfunk sowie das SBB-Halbtax-Abonnement. Diese Fringe Benefits 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 den familienservice®. Sie übernimmt den Arbeitgeber-Pensionskassenbeitrag für unbezahlten Urlaub maximal drei Monate lang.

Ihren Mitarbeitenden bietet Swisscom bei der Geburt eines Kindes 17 Wochen Mutterschaftsurlaub und zehn Tage Vaterschaftsurlaub. Eltern, die Kinder adoptieren, haben ebenfalls Anspruch auf zehn Tage Adoptionsurlaub.

### Weitergehende Kaderregelungen

Kadermitarbeitende haben die Möglichkeit, abhängig von der Dauer ihrer Kaderanstellung, 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.

## Mitarbeitende in Zahlen

Die folgende Tabelle zeigt die unterschiedlichen Personalkennzahlen der Jahre 2015 bis 2017 gemäss den GRI-Anforderungen Version 4 sowie nach Geschlechtern unterteilt. Die Kennzahlen beziehen sich auf die in der Schweiz angestellten Mitarbeitenden. Die Beteiligungen im Ausland sind nicht berücksichtigt.

### Änderung im Personalbestand

Swisscom will ihre Kostenbasis von 2015 bis 2020 um über CHF 300 Millionen senken. Entsprechend ist der Umbau von Swisscom 2017 vorangeschritten. Die Kosteneinsparungen realisiert Swisscom weiterhin hauptsächlich über Vereinfachungen der Arbeitsabläufe und über eine anhaltende Reduktion des Stellenangebots in rückläufigen Geschäftsbereichen. Diese Massnahmen haben zur Folge, dass in der Schweiz Stellen abgebaut wurden und Mitarbeitende den Sozialplan beanspruchten.

Die Anzahl an Mitarbeitenden in der Schweiz ist 2017 auf 17'688 Vollzeitstellen gesunken (-3,86% gegenüber Vorjahr). Dies entspricht rund 684 Stellen weniger als Ende 2016.

Der Personalbestand setzt sich aus 26% Frauen und 74% Männern zusammen. Prozentual ist der Frauenanteil um 0,8 Prozentpunkt gesunken.

Der Frauenanteil im Management beläuft sich auf 11,7% (gemessen in Headcount). Der Rückgang des Frauenanteils im Management ist aufgrund von Restrukturierungen und Fluktuationen zu erklären.

Die Alterspyramide hat sich über die letzten Jahre leicht verändert, und die demografische Alterung in der Schweiz ist gestiegen. Dementsprechend ist der Anteil an über 50-Jährigen Mitarbeitenden bei Swisscom in den letzten zehn Jahren gewachsen.

| Anzahl bzw. wie angemerkt              | 2015     |          |               | 2016     |          |               | 2017     |          |               |
|--|----------|----------|---------------|----------|----------|---------------|----------|----------|---------------|
|  | männlich | weiblich | Total         | männlich | weiblich | Total         | männlich | weiblich | Total         |
| <b>Gesamter Bestand in der Schweiz</b> |          |          |               |          |          |               |          |          |               |
| Jahresdurchschnitt FTE                 |          |          | <b>18'817</b> |          |          | <b>18'750</b> |          |          | <b>18'039</b> |
| Endbestand FTE                         |          |          | <b>18'965</b> |          |          | <b>18'372</b> |          |          | <b>17'688</b> |

### Berichtsgrenze in der Schweiz nach Personalinformationssystem

| Abdeckungsgrad Berichtsgrenze               | 93%    |       |               | 95%    |       |               | 95%    |       |               |
|---|--------|-------|---------------|--------|-------|---------------|--------|-------|---------------|
| <b>Durchschnittlicher FTE-Bestand</b>       | 13'010 | 4'666 | <b>17'676</b> | 13'273 | 4'439 | <b>17'712</b> | 13'047 | 4'117 | <b>17'164</b> |
| <b>FTE-Bestand Ende Dezember</b>            | 13'174 | 4'636 | <b>17'810</b> | 13'273 | 4'291 | <b>17'563</b> | 12'856 | 3'975 | <b>16'831</b> |
| <b>in Headcount (HC)</b>                    | 13'437 | 5'304 | <b>18'741</b> | 13'579 | 4'970 | <b>18'549</b> | 13'163 | 4'624 | <b>17'787</b> |
| Temporärstellen (HC)                        | 1'094  | 385   | <b>1'479</b>  | 1'121  | 387   | <b>1'508</b>  | 1'141  | 376   | <b>1'517</b>  |
| Befristete Arbeitsverträge (HC)             | 27     | 27    | <b>54</b>     | 48     | 18    | <b>66</b>     | 39     | 25    | <b>64</b>     |
| Unbefristete Arbeitsverträge (HC)           | 13'410 | 5'277 | <b>18'687</b> | 13'531 | 4'952 | <b>18'483</b> | 13'124 | 4'599 | <b>17'723</b> |
| Anteil Geschlecht (HC)                      | 71,7%  | 28,3% | <b>100,0%</b> | 73,2%  | 26,8% | <b>100,0%</b> | 74,0%  | 26,0% | <b>100,0%</b> |
| Vollzeitstellen (HC)                        | 12'147 | 3'069 | <b>15'216</b> | 12'121 | 2'796 | <b>14'917</b> | 11'705 | 2'525 | <b>14'230</b> |
| Teilzeitstellen (HC)                        | 1'290  | 2'235 | <b>3'525</b>  | 1'458  | 2'174 | <b>3'632</b>  | 1'458  | 2'099 | <b>3'557</b>  |
| % Vollzeitstellen (HC)                      | 90,4%  | 57,9% | <b>81,2%</b>  | 89,3%  | 56,3% | <b>80,4%</b>  | 88,9%  | 54,6% | <b>80,0%</b>  |
| % Teilzeitquote (HC)                        | 9,6%   | 42,1% | <b>18,8%</b>  | 10,7%  | 43,7% | <b>19,6%</b>  | 11,1%  | 45,4% | <b>20,0%</b>  |
| Angestellte Gesamtarbeitsvertrag (GAV) (HC) | 10'746 | 4'943 | <b>15'689</b> | 10'811 | 4'581 | <b>15'392</b> | 10'407 | 4'258 | <b>14'665</b> |
| Anteil GAV am Bestand (HC)                  | 80,0%  | 93,2% | <b>83,7%</b>  | 79,6%  | 92,2% | <b>83,0%</b>  | 79,1%  | 92,1% | <b>82,4%</b>  |
| Topmanagement (HC)                          | 88     | 7     | <b>95</b>     | 82     | 8     | <b>90</b>     | 81     | 3     | <b>84</b>     |
| Management (HC)                             | 2'581  | 327   | <b>2'908</b>  | 2'686  | 381   | <b>3'067</b>  | 2'675  | 363   | <b>3'038</b>  |
| Anteil im Management (HC)                   | 88,9%  | 11,1% | <b>100,0%</b> | 87,7%  | 12,3% | <b>100,0%</b> | 88,3%  | 11,7% | <b>100,0%</b> |

| Anzahl bzw. wie angemerkt                | 2015     |          |              | 2016     |          |              | 2017     |          |              |
|--|----------|----------|--------------|----------|----------|--------------|----------|----------|--------------|
|  | männlich | weiblich | Total        | männlich | weiblich | Total        | männlich | weiblich | Total        |
| <b>Ein- und Austritte in der Schweiz</b> |          |          |              |          |          |              |          |          |              |
| Durchschnittsalter                       | 43,0     | 40,0     | <b>42,2</b>  | 43,4     | 40,4     | <b>42,6</b>  | 43,7     | 40,8     | <b>42,9</b>  |
| Austritte <sup>1</sup>                   | 1'016    | 478      | <b>1'494</b> | 1'094    | 569      | <b>1'663</b> | 1'439    | 712      | <b>2'151</b> |
| Austritte Alter <30 Jahre <sup>1</sup>   | 239      | 177      | <b>416</b>   | 214      | 175      | <b>389</b>   | 262      | 219      | <b>481</b>   |
| Austritte Alter 30–50 Jahre <sup>1</sup> | 558      | 210      | <b>768</b>   | 584      | 266      | <b>850</b>   | 730      | 321      | <b>1'051</b> |
| Austritte Alter >50 Jahre <sup>1</sup>   | 218      | 91       | <b>309</b>   | 296      | 128      | <b>424</b>   | 447      | 172      | <b>619</b>   |
| Anteil Austritte <30 Jahre               | 23,6%    | 37,1%    | <b>27,9%</b> | 19,6%    | 30,8%    | <b>23,4%</b> | 18,2%    | 30,8%    | <b>22,4%</b> |
| Anteil Austritte 30–50 Jahre             | 54,9%    | 44,0%    | <b>51,4%</b> | 53,4%    | 46,7%    | <b>51,1%</b> | 50,7%    | 45,1%    | <b>48,9%</b> |
| Anteil Austritte >50 Jahre               | 21,5%    | 18,9%    | <b>20,7%</b> | 27,1%    | 22,5%    | <b>25,5%</b> | 31,1%    | 24,2%    | <b>28,8%</b> |
| Eintritte <sup>1</sup>                   | 1'491    | 498      | <b>1'989</b> | 1'245    | 323      | <b>1'568</b> | 947      | 281      | <b>1'228</b> |
| Eintritte Alter <30 Jahre <sup>1</sup>   | 500      | 280      | <b>780</b>   | 356      | 171      | <b>527</b>   | 336      | 126      | <b>462</b>   |
| Eintritte Alter 30–50 Jahre <sup>1</sup> | 859      | 200      | <b>1'059</b> | 783      | 140      | <b>923</b>   | 529      | 132      | <b>661</b>   |
| Eintritte Alter >50 Jahre <sup>1</sup>   | 132      | 18       | <b>150</b>   | 106      | 12       | <b>118</b>   | 82       | 23       | <b>105</b>   |
| Anteil Eintritte Alter <30 Jahre         | 33,5%    | 56,2%    | <b>39,2%</b> | 28,6%    | 52,9%    | <b>33,6%</b> | 35,5%    | 44,8%    | <b>37,6%</b> |
| Anteil Eintritte Alter 30–50 Jahre       | 57,6%    | 40,2%    | <b>53,2%</b> | 62,9%    | 43,3%    | <b>58,9%</b> | 55,9%    | 47,0%    | <b>53,8%</b> |
| Anteil Eintritte Alter >50 Jahre         | 8,9%     | 3,6%     | <b>7,5%</b>  | 8,5%     | 3,7%     | <b>7,5%</b>  | 8,7%     | 8,2%     | <b>8,6%</b>  |

#### Weitere Kennzahlen

|  |     |               |            |               |     |               |
|--|-----|---------------|------------|---------------|-----|---------------|
| Aus- und Weiterbildungstage            |     | <b>68'464</b> |            | <b>53'979</b> |     | <b>55'035</b> |
| Aus-/ Weiterbildungstage pro Headcount |     | <b>3,9</b>    |            | <b>2,9</b>    |     | <b>3,1</b>    |
| Mutter- und Vaterschaftsurlaub         | 522 | 240           | <b>762</b> | 544           | 290 | <b>834</b>    |
| CEO Total Comp in kCHF                 |     | <b>1'832</b>  |            | <b>1'833</b>  |     | <b>1'868</b>  |
| Medianlohn Total Comp in kCHF          |     | <b>129</b>    |            | <b>131</b>    |     | <b>133</b>    |
| Ratio CEO- / Medianlohn                |     | <b>14</b>     |            | <b>14</b>     |     | <b>14</b>     |
| Änderung CEO-Lohn                      |     | <b>3,3%</b>   |            | <b>0,1%</b>   |     | <b>1,9%</b>   |
| Änderung Medianlohn                    |     | <b>2,3%</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>2</sup>       |     | <b>93,2%</b>  |            | <b>96,6%</b>  |     | <b>95,0%</b>  |

<sup>1</sup> ohne befristete Verträge

<sup>2</sup> ohne Lernende

# Faire Lieferkette

Die Partner von Swisscom liefern jährlich Waren und Dienstleistungen im Wert von über CHF 4 Milliarden. 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 2020 die Arbeitsbedingungen von über zwei Millionen Menschen verbessern. Dazu ist Swisscom internationale Partnerschaften eingegangen, welche die Umsetzung der Massnahmen in enger Zusammenarbeit mit den Lieferanten sicherstellen.



## Umfeld, Ziele und Managementansatz



Goal 8  
DECENT WORK AND  
ECONOMIC GROWTH

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.

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)

🌐  
Siehe unter  
[www.swisscom.ch/  
GRI-2017](http://www.swisscom.ch/GRI-2017)

Swisscom erzielt im Lieferkettenrating des Dow Jones Sustainability Index, Teil Lieferkette, den Score 80 von 100 (Vorjahr 96). Beim Carbon Disclosure Projekt (CDP) Supplier und Climate ist sie in der A-Liste aufgeführt. Damit ist Swisscom einmal mehr unter den besten Telekommunikationsgesellschaften.

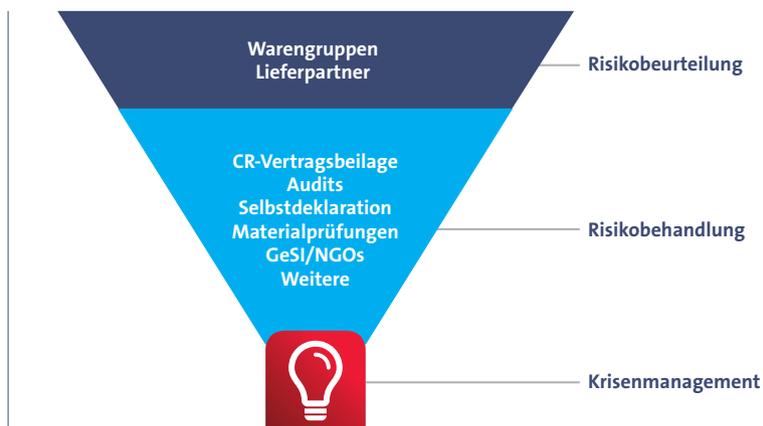
# Lieferantenrisikomanagement

## Risikomanagementsystem

Das Supply Chain Risk Management (SCRM 360) ist in den letzten Jahren etappenweise implementiert und im Berichtsjahr gefestigt worden. Durch den ganzheitlichen Ansatz SCRM 360 reduziert Swisscom 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, strategischen oder kritischen Lieferanten sowie 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 von EcoVadis 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 will Swisscom die Anzahl der zu beurteilenden Lieferpartner reduzieren.



## Filterverfahren: Vorgehen des Risikomanagements in der Lieferkette

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

Im zweiten Schritt des Verfahrens ermittelt Swisscom Lieferpartner mit Waren in den hohen und mittleren Risikoprofilen unter Berücksichtigung eines im Rahmen des Risikomanagement-Konzepts 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 situativ aufgrund ihres Risikoprofils in das Risikomonitoring auf. Wo im Sinne der Risikovermeidung sinnvoll, wird auch 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.

Durch ihr Verfahren zum Lieferantenrisikomanagement deckt Swisscom das gesamte Lieferantenportfolio ab.

## 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/Self-Assessments

Swisscom hat ihr für 2017 gesetztes Ziel, 160 Lieferanten auf der E-Tasc-Plattform zu bewerten, mit 162 Lieferanten erfüllt. Swisscom hat im Berichtsjahr so neun Lieferanten neu registriert, die sich einem Assessment unterzogen haben. Von allen registrierten Swisscom Lieferanten haben 20 die Erwartungen hinsichtlich der Corporate Responsibility noch nicht erfüllt. Für sie ist ein Corrective Action Plan (CAP) erstellt worden, der die Verbesserungsmöglichkeiten dokumentiert. Nach 12 bis 24 Monaten entscheidet Swisscom, bei welchen Lieferanten eine Neubewertung erforderlich ist, sofern der Lieferant das Re-Assessment nicht selbständig eingeleitet hat.

2017 hat Swisscom erneut eine Anzahl begleiteter Re-Assessments durchgeführt. Die betroffenen Swisscom Lieferanten verbesserten sich durch entsprechende Korrekturmaßnahmen um durchschnittlich 25%. Im Vergleich zu den weltweit auf der Plattform erfassten Lieferanten (mehrere Tausend) schnitten die Swisscom Lieferanten um 36% besser ab. 2018 will Swisscom weitere Schlüssellieferanten, strategische Lieferanten sowie Lieferanten mit hohen und mittleren Risiken auf der Plattform registrieren. Auch wird sie erneut die Liste der Lieferanten aus Warengruppen mit hohem Risiko kritisch überprüfen. Ferner hat sich Swisscom 2017 selbst einem Re-Assessment unterzogen. Sie hat sich verbessert und wiederum das «Gold-Level» erreicht.

### Audits

Swisscom ist seit 2011 Mitglied der Joint Audit Cooperation (JAC). 2017 hat Swisscom im Rahmen der Zusammenarbeit mit JAC neun Audits durchgeführt. Die JAC ist ein Zusammenschluss von 13 Telekommunikationsunternehmen. Sie prüft, bewertet und fördert Massnahmen, die in den Produktionszentren der wichtigsten multinationalen ICT-Lieferanten die gesellschaftliche Verantwortung wahren.

Die Audits vor Ort orientieren sich an folgenden Richtlinien:

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

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 Beurteilung der Corporate Responsibility zu optimieren 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.

2017 sind ergänzend zu den klassischen CR-Audits wieder sogenannte Mobile Surveys durchgeführt worden. Dabei wurden Arbeiter ausserhalb der Fabriken mittels Mobiltelefon über die jeweiligen Arbeitsbedingungen befragt. Diese Mobile Surveys stellen eine neue, vielversprechende Befragungsmethode dar. Sie werden durch das NGO Good World Solutions durchgeführt. JAC hat im Berichtsjahr insgesamt zehn Mobile Surveys lanciert.

Die JAC-Initiative hat im 2017 weitere Massnahmen konzipiert: so die JAC Academy, die gezielte Trainings bei den Lieferanten durchführen soll, oder die JAC Awards, welche die besten Leistungen im Bereich der nachhaltigen Lieferkette belohnen. Die JAC Academy (im Rahmen eines Pilotversuchs) und die JAC Awards werden 2018 umgesetzt.

## Personal

Swisscom hat sich im Rahmen ihrer übergeordneten CR-Strategie zum Ziel gesetzt, im Rahmen ihrer Lieferkette bis 2020 die sozialen Arbeitsbedingungen von zwei Millionen Menschen zu verbessern. Zu diesem Zweck intensiviert sie internationale Kooperationen wie mit der JAC, um die Umsetzung entsprechender Massnahmen in enger Zusammenarbeit mit den Lieferanten sicherzustellen.

## Auditergebnisse

Insgesamt sind 2017 im Netzwerk von JAC 89 Audits bei Lieferanten erfolgt (Vorjahr 68). Der Anteil an Audits bei Zulieferpartnern (Tier 2/3-Lieferanten) hat sich auf 70% erhöht.

Die Audits betreffen Produktionsstätten, die mehrheitlich in China, Taiwan, Indien, Japan, Südkorea und Südamerika angesiedelt sind. Die 2017 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 beziehungsweise 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 (zum Beispiel 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 366 Audits in 24 Ländern auf vier Kontinenten durchgeführt.

Insgesamt haben die Audits 816'000 Arbeitnehmer erfasst und 2'328 Verfehlungen identifiziert. Davon sind noch 285 Fälle offen beziehungsweise nicht abgeschlossen.

In der Tabelle sind die erhobenen und noch offenen Schwachstellen aufgeführt:

| Anzahl Schwachstellen                        | 2015 | 2016 | 2017 |
|--|------|------|------|
| Gesundheit und Sicherheit                    | 100  | 114  | 97   |
| Arbeitszeit/Überzeit                         | 77   | 52   | 63   |
| Geschäftsethik                               | 45   | 67   | 37   |
| Kinder- und Jugendarbeit                     | 12   | 7    | 2    |
| Arbeitsentgelt                               | 34   | 20   | 11   |
| Umwelt                                       | 44   | 34   | 28   |
| Zwangsarbeit und Diskriminierung             | 13   | 9    | 14   |
| Disziplinarvorgehen und Vereinigungsfreiheit | 0    | 0    | 5    |

Im Berichtsjahr 2017 wurden 581 Schwachstellen identifiziert, insgesamt sind noch 257 offen, 63 Fälle stehen 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 2017 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 mittels standardisierter Fragebögen und auf freiwilliger Basis bei Unternehmen Daten und Informationen zu CO<sub>2</sub>-Emissionen, Klimarisiken sowie Reduktionszielen und -strategien. Das CDP verwaltet mittlerweile die weltweit grösste Datenbank ihrer Art.

Im Rahmen ihrer Kooperation mit dem CDP hat Swisscom 62 (Vorjahr 60) ihrer wichtigsten Lieferanten angeschrieben und befragt. Die befragten Lieferanten weisen ein hohes Bestellvolumen oder eine hohe Umweltrelevanz auf. Dank einer Rücklaufquote von 91% (Vorjahr 90%) wurde die Befragung wiederum erfolgreich abgeschlossen. Im vierten Quartal 2017 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 CR-Strategie 2020 verfolgt Swisscom im Bereich des Klimaschutzes ein konkretes Ziel (Ziel 2:1). Da die Lieferkette für den Hauptanteil der Scope-3-Emissionen verantwortlich ist, spielen die CO<sub>2</sub>-Emissionen in der Lieferkette eine grundlegende Rolle. Swisscom wird 2018 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. Swisscom engagiert sich im Rahmen von GeSI besonders für die faire und nachhaltige Lieferkette, die eine Zusammenarbeit auf globaler Basis erfordert. Sie beteiligt sich an zahlreichen CR-Projekten und steuert diese aktiv mit. Hierzu gehören beispielsweise das Sponsoring und die Mitarbeit bei der «Smarter 2030»-Studie; ferner die Entwicklung und Positionierung des SASF (Sustainability Assessment Standard Framework) als künftigen Standard für die gesamte ICT-Branche; schliesslich die fortlaufende Weiterentwicklung von E-Tasc als übergreifende Plattform, um Self-Assessments und Audits von Lieferanten abzuwickeln. GeSI hat ihre Organisation und ihre Aktivitäten auf die SDGs ausgerichtet.

 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, zum Beispiel in Form von intensiveren Niederschlägen und erhöhten Durchschnittstemperaturen sowie extremen Wetterereignissen. Diese Risiken könnten die Herstellung von Telekommunikationsprodukten und Netzausrüstungen sowie deren Transport in die Schweiz gefährden und damit die Marktchancen sowie den Betrieb von Swisscom beeinträchtigen. Das Treibhausgasinventar von Swisscom zeigt, dass der grösste Anteil der CO<sub>2</sub>-Emissionen auf die Lieferkette fällt. 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 ebenso zu den damit verbundenen ökologischen und sozialen Risiken. Swisscom setzt sich mit dem Thema der 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.
- > **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 dabei auf eine ethische Rohstoffgewinnung, soziale Produktionsbedingungen und die Langlebigkeit des Produkts. Fairphone hat bewusst Swisscom als nachhaltige Partnerin gewählt. Swisscom wird 2018 die Vermarktung über den Eigenkanal prüfen.
- > **Mai 2016:** Durch ihre Petition «Stopp Benzol» haben die beiden Hilfswerke «Brot für alle» und «Fastenopfer» im Sommer 2016 auf die Risiken aufmerksam gemacht, 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 erstellt. Dieses Ranking führt 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.

### Korruption

Swisscom bekennt sich in den internen Vorgaben zu einer Nulltoleranzpolitik hinsichtlich 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 Entlassung führen. Hat ein Lieferant nachweislich gegen Antikorruptionsgesetze verstossen, wird er ermahnt und im Sinne eines äussersten Mittels von der Lieferkette ausgeschlossen.

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

## Kreislaufwirtschaft



Goal 12

RESPONSIBLE CONSUMPTION  
AND PRODUCTION

Swisscom Kunden können einen aktiven Beitrag an eine nachhaltigere Lieferkette leisten. Indem sie die Second Life-Programme Mobile Bonus, Mobile Aid und den Repair Service nutzen, verlängern sie die Lebensdauer ihrer Endgeräte und entlasten so die Lieferkette. Zudem verringern sie die ökologischen und sozialen Risiken, da weniger Neugeräte angeschafft und hergestellt werden müssen.

- > **Reparaturservice in Repair Centern:** Jedes fünfte bei Swisscom gekaufte Mobiltelefon wird mindestens einmal während seiner Lebensdauer bei Swisscom repariert. Wird es beim Hersteller eingesandt, dauert die Reparatur im Schnitt neun Tage. Genau hier setzen die neuen Swisscom Repair Center an. Beschädigte Mobiltelefone können direkt im Swisscom Shop vor Ort und innerhalb von 24 Stunden repariert werden, mit dem kostenpflichtigen Expressservice sogar innerhalb von nur drei Stunden. 17% aller Kunden nutzen diesen Expressservice. Die Herstellergarantie der Geräte bleibt dank der zertifizierten Spezialisten und der Verwendung von Originalteilen bestehen. Am häufigsten fallen Displayreparaturen sowie Akku- und Softwareprobleme an. 2017 hat Swisscom insgesamt neun Repair Center unterhalten, und zwar an den Standorten Zürich, Winterthur, Lausanne, Luzern, Genf, Bern, Basel, Freiburg und St. Gallen. Gesamthaft führt Swisscom jährlich gegen 200'000 Reparaturen durch, wovon bereits ein Viertel auf die neun Repair Center entfällt.
- > **Swisscom Mobile Aid:** 2017 hat Swisscom rund 72'000 Mobilfunkgeräte zurückgenommen. Die Rücklaufquote von gebrauchten Mobilfunkgeräten stieg im Vergleich zum Vorjahr und betrug 8,0% (Vorjahr 7,9%). Swisscom verkaufte viele der Geräte über ein Drittunternehmen an Länder, wo Bedarf an günstigen Gebrauchtgeräten herrscht. Der Erlös kam der Sozialfirma Réalise und dem Hilfswerk SOS-Kinderdorf Schweiz zugute. 2017 wurde eine historische Spendengrenze überschritten: Seit Lancierung von Swisscom Mobile Aid wurden schon über 540'000 alte Mobilfunkgeräte von Swisscom Kunden für das Programm gespendet. Die Sichtung und Sortierung der gesammelten Geräte übernimmt die Sozialfirma Réalise in Genf. Sie trennt die funktionierenden von den defekten Geräten, löscht bei den funktionierenden Geräten die Daten und bereitet die Geräte für den Weiterverkauf vor. Geräte, die sich nicht mehr verkaufen lassen, werden fachgerecht über ein SWICO-lizenziertes Unternehmen recycelt. Die ersten Arbeitsstufen erledigt dabei das Recyclingunternehmen Solenthaler Recycling AG gemeinsam mit der Dock Gruppe AG. Die Dock Gruppe AG hilft über längere Zeit stellenlosen Menschen, wieder in den Arbeitsprozess zurückzufinden.
- > **Swisscom Mobile Bonus:** Im Jahr 2016 hat Swisscom das Programm Swisscom Mobile Bonus fortgeführt. Kunden wie Nichtkunden können ihre gebrauchten Geräte online oder in den Swisscom Shops zu Marktpreisen zurückkaufen lassen. Mobile Bonus erhöht die Rücknahmequote. Es steht unter der Bezeichnung Mobile Bonus Business ebenso Geschäftskunden offen.
- > **Verpackung Endgeräte:** Swisscom versendet TV- und Internet-Boxen weiterhin als Paketpost. 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. Neu setzt Swisscom auf ein dekoratives Design der Verpackung, das ihren Kunden einen Mehrwert bietet: Die Verpackung lässt sich als attraktive Geschenk- oder Aufbewahrungs-Box nutzen und wird so sinnvoll weiterverwendet.

# Vernetzte Schweiz

Bis 2020 will Swisscom 85% der Wohnungen und Geschäfte mit Ultrabreitband (mindestens 100 Mbit/s) abdecken. 99% der Bevölkerung sollen vom mobilen Ultrabreitband profitieren. Durch ihre Investitionen in der Schweiz leistet Swisscom – neben ihrer direkten Wertschöpfung – in der Zeitspanne von 2014 bis 2020 indirekt einen Beitrag zum Bruttoinlandprodukt von rund CHF 30 Milliarden. Sie trägt damit zur Schaffung und zum Erhalt von rund 100'000 Arbeitsplätzen in der Schweiz bei.



## Umfeld, Ziele und Managementansatz



Goal 8  
DECENT WORK AND  
ECONOMIC GROWTH

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

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

Im Sommer 2013 hat Boston Consulting Group (BCG) 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 (Basis der Studie ist der jährliche Durchschnittslohn).

### Investitionen von Swisscom in Milliardenhöhe

2017 hat Swisscom erneut rund CHF 1,7 Milliarden in der Schweiz investiert. Von 2018 bis 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 Milliarden zum BIP bei – und zwar zusätzlich zur eigenen Wertschöpfung von insgesamt rund CHF 35 Milliarden (beziehungsweise von CHF 5 Milliarden jährlich über einen Zeitraum von sieben Jahren). Durch diese indirekte Wertschöpfung trägt Swisscom bis 2020 zur Schaffung und zum Erhalt von 100'000 Arbeitsplätzen in der Schweiz bei. Gemäss einer ersten Zwischenbilanz hat Swisscom nach vier Jahren bereits CHF 21,1 Milliarden an indirekter Wertschöpfung erzielt und 70'400 Arbeitsplätze erhalten oder geschaffen. Damit liegt Swisscom nach vier von sieben Jahren bereits über der Hälfte der insgesamt veranschlagten Wertschöpfung. Bei annähernd gleichen Investitionen in den kommenden drei Jahren werden die geschätzten Zahlen für den Zeitraum 2014 bis 2020 deutlich übertroffen.

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 24-27.

## Grundversorgung

### Flächendeckende Versorgung

Swisscom erbringt die Telekommunikationsgrundversorgung für die Schweiz und führt diese gemäss der 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 (inklusive Festnetztelefonie) beträgt CHF 55 pro Monat (exklusive Mehrwertsteuer).

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



Goal 9  
INDUSTRY, INNOVATION  
AND INFRASTRUCTURE

|   | Einheit    | 2015  | 2016  | 2017  |
|---|------------|-------|-------|-------|
| Anzahl öffentliche Sprechstellen <sup>1</sup>   | Anzahl     | 4'091 | 3'553 | 2'960 |
| Anzahl Notrufe                                  | in Tausend | 2'682 | 2'740 | 2'799 |
| Anzahl Anrufe auf Seh- und Hörbehindertendienst | in Tausend | 416   | 372   | 349   |

<sup>1</sup> Davon 2'451 (2017), 2'844 (2016), 2'949 (2015) in 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 schliessen eine Partnerschaft, 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, Hard- und Software nach ihrer Wahl nutzen. Vorbehaltlich behördlicher Aufforderungen sperrt 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 sieben Gesuche bei der Schlichtungsstelle eingegangen. Die Schlichtungsstelle schloss davon zwei Fälle ab, fünf Gesuche fielen nicht in ihren Kompetenzbereich.

## Internet der Dinge



Goal 9  
INDUSTRY, INNOVATION  
AND INFRASTRUCTURE

Swisscom baut nach dem nationalen Ausbau des Low Power Network weitere nationale Netze für das Internet der Dinge und verwendet hierbei die beiden mobilfunkbasierten Technologien Narrow Band-IoT 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 etwa Velos, Stromzähler, Umweltsensoren, Wertgegenstände, Autos oder Gebäudetechnik.

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 und vorausschauendes Management, um Ressourcen zu schonen und optimal zu bewirtschaften. Swisscom unterstützt Firmen in der Digitalisierung und bei der Entwicklung von Anwendungen rund um das Internet der Dinge. Denn durch das Internet der Dinge verändert sich der Entwicklungsprozess: Produkte sind nicht mehr länger isolierte Objekte, sondern lassen sich durch Vernetzung zu weiterführenden Dienstleistungen ausbauen. Auf diese Weise kann ein Heizungshersteller alle Dienstleistungen rund um Wärme anbieten, ein Hersteller von Sonnenschutzeinrichtungen ganzheitliche Beschattung.

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

# Gesellschaftliches und kulturelles Engagement

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

## Engagement von Swisscom

Swisscom engagiert sich auf nationaler wie regionaler Ebene. Sie stützt allein oder in langfristigen Partnerschaften Aktivitäten, die zum sozialen Zusammenhalt 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. Das Sponsoring von Swisscom ist langfristig ausgerichtet. In seinem Mittelpunkt stehen Sport und Kultur für ein breites Publikum. Daher verteilen sich die Sponsoringaktivitäten von Swisscom auf alle Regionen der Schweiz und sprechen unterschiedliche Anspruchsgruppen an.

### Mitgliedschaften und Partnerschaften

Swisscom arbeitet als Vereinsmitglied oder projektspezifisch mit unterschiedlichen Partnern zusammen. Sie widmet sich dabei Themen aus ihren sechs strategischen Schwerpunkten. Swisscom setzt sich hohe Ziele und pflegt die Zusammenarbeit mit geeigneten Partnern auf nationaler und internationaler Ebene. Bei der Auswahl von Partnerschaften und Mitgliedschaften achtet sie darauf, dass die betreffenden Institutionen einerseits durch ihre Fachkompetenz eine ideale Ergänzung darstellen und einen wesentlichen Beitrag zur Erreichung der Swisscom Strategie leisten; andererseits die Werte des Swisscom Leitbilds teilen und sich in ihrem jeweiligen Tätigkeitsfeld hinsichtlich 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 zu allen Regionen der Schweiz. Seine Teammitglieder sind dezentral organisiert. Sie vermitteln in erster Linie Informationen zu Infrastrukturthemen sowie zum Engagement von Swisscom und nehmen Anliegen ihrer Anspruchsgruppen entgegen. Neben persönlichen Kontakten richtet sich Swisscom in regelmässigen Publikationen (Gemeindebriefen) und E-Mail-Newslettern an Politik und Behörden. Zu unterschiedlichen Themen – wie beispielsweise zur Datensicherheit und zum Umgang mit elektronischen Medien – veranstaltet Swisscom in einzelnen Kantonen Informationsanlässe.

Swisscom Public Affairs behandelt nicht nur Anfragen von Behörden oder aus der Politik, sondern kümmert sich auch um Anliegen der Bevölkerung. Ferner beteiligt sich das Team an nationalen Arbeitsgruppen oder Gremien, die darauf zielen, die Breitbandversorgung von Randregionen zu verbessern. So vertritt Public Affairs Swisscom in der Arbeitsgruppe Breitband des Bundesamts für Kommunikation (BAKOM) oder in der Kommission für Heimarbeit der Schweizerischen Arbeitsgemeinschaft für Berggebiete.

## Projekte im Rahmen der unternehmerischen Verantwortung von Swisscom

- > **Kickstart Accelerator:** Swisscom hat 2017 – gemeinsam mit den Schweizer Städten Zürich, Bern und St. Gallen sowie weiteren Wirtschaftspartnern – den Kickstart Accelerator von digitalswitzerland, einem Förderprogramm für Start-ups, unterstützt. Dadurch will Swisscom im Bereich Smart City tätige Start-ups erkennen, die durch neue Services für Städte und Verwaltungen die Stadt der Zukunft nachhaltig gestalten.
- > **Recycling von Endgeräten:** Swisscom gewährt per Gesetz auf alle Endgeräte wie Telefone, Modems, Mobilfunktelefone oder Mobile-Unlimited-USB-Modems eine Zweijahresgarantie. Zudem nimmt sie alle Elektronikgeräte zurück, die aus ihrem Sortiment stammen, und verwendet Router nach Möglichkeit wieder. Das Recycling erfolgt in Zusammenarbeit mit SWICO-Recycling, der für das Recycling zuständigen Kommission des Schweizerischen Wirtschaftsverbands der Informations-, Kommunikations- und Organisationstechnik. Es wird durch eine vorgezogene Recyclinggebühr ermöglicht. Eine Statistik zum Recycling ist bei SWICO erhältlich.
- > **Angebote von Swisscom für Menschen mit Beeinträchtigungen:** Swisscom hat den Anspruch, dass alle Menschen in der Schweiz die Kommunikationsmittel ohne Hindernisse nutzen sollen. Sie leistet deshalb einen substanziellen Beitrag, um benachteiligte Menschen an der Informationsgesellschaft Schweiz teilhaben zu lassen. Die Swisscom Shops entsprechen hinsichtlich der Rollstuhlgängigkeit strengen Anforderungen. Die Mitarbeitenden in den Shops und in den Callcentern haben die Aufgabe zu erkennen, welche Anforderungen eine Beeinträchtigung mit sich bringt. Procap Schweiz unterstützt die Mitarbeitenden an sogenannten Accessibiltyschulungen. 2017 hat Swisscom gemeinsam mit Procap Mystery Shoppings und Callings durchgeführt. Die Shoppings beziehungsweise Callings haben gezeigt, in welcher Hinsicht erneuter Schulungsbedarf besteht, um den Bedürfnissen von hör- und sehbehinderten Menschen noch besser entgegenzukommen. Zudem ergreift Swisscom laufend Massnahmen, um die Zugänglichkeit (Barrierefreiheit) ihrer Shops zu optimieren. Sie bemüht sich um ein Angebot an Endgeräten, das hör- wie sehbehinderten Menschen eine echte Auswahl bietet, und aktualisiert laufend ihr Portfolio an Diensten und Geräten. Zum Swisscom Angebot gehören beispielsweise das HD-Phone Gigaset (ein kompatibles IP-Telefon für Menschen mit Sinnesbeeinträchtigung) sowie die multimodale Form der Kontaktaufnahme mit dem Kundendienst. Alle Menschen, die aufgrund einer körperlichen Beeinträchtigung die heutigen Abonnementverzeichnisse nicht nutzen können, dürfen sich ohne Zusatzkosten über die Kurznummer 1145 verbinden lassen. Swisscom erbringt diese Leistung im Rahmen der Grundversorgung kostenlos. Gehörlose Menschen profitieren von einem sogenannten Transkriptionsdienst. Dieser Dienst ermöglicht Telefongespräche zwischen hörenden und gehörlosen Menschen. Er wird kostenlos in Zusammenarbeit mit der Stiftung procom angeboten und ist ebenfalls Teil der Grundversorgung. Swisscom setzt sich weiterhin dafür ein, ihren eigenen Webaufttritt sowie die UHD TV-Box barrierefrei zu gestalten. Im Rahmen des technischen Redesigns ihrer Website hat sie bereits gemäss den Web Content Accessibility Guidelines WCAG 2.0 wichtige Richtlinien für barrierefreie Webinhalte umgesetzt. In einem nächsten Schritt will Swisscom interne Empfehlungen erarbeiten, welche die Zugänglichkeit der Website weiter optimieren und auf Swisscom Produkte und Dienste zugeschnitten sind.
- > **Angebote für Menschen mit beschränkten finanziellen Mitteln:** Menschen mit beschränkten finanziellen Mitteln unterstützt Swisscom durch drei Angebote. Jugendliche unter 26 Jahren profitieren von einem vergünstigten Tarifplan. Die entsprechenden Abonnemente sind für Jugendliche bis 18 Jahre mit einer Kreditlimite versehen. Zusätzlich bietet Swisscom für Kinder und Jugendliche von 7 bis 18 Jahren ein Prepaid-Abonnement an.

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

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

## Kultur

Swisscom hat 2017 zusammen mit Radio Energy zehn Musikevents unterstützt, an denen über 65'000 Besucher in den Genuss von exklusiven Konzerten gekommen sind. Zusätzlich hat sie finanziell im Rahmen des Projekts Music Booster über 30 Musikprojekte junger Künstler gefördert. Als Hauptsponsorin des Internationalen Filmfestivals von Locarno und als Partnerin der Solothurner Filmtage unterstützt Swisscom das Medium Film. Weiter ist sie Stiftungsträgerin des Museums für Kommunikation in Bern, das Besuchern die Gegenwart, Vergangenheit und Zukunft der gesellschaftlichen Kommunikation vor Augen führt. Nach einjähriger Umbauphase ist das Museum am 19. August 2017 wieder eröffnet worden. Interaktive Stationen, überraschende Objekte und grossflächige Videoscreens machen im Zusammenspiel mit Experten die faszinierende Welt der Kommunikation direkt erlebbar. Wie Umfragen zeigen, wird das Museum als Familien- und Erlebnismuseum geschätzt. Bis Ende Jahr hat die neue Ausstellung über 50'330 Besucher angezogen.

## Sport

Der Schwerpunkt des Sportengagements von Swisscom liegt im Schneesport. Swisscom unterstützt als Hauptsponsorin von Swiss-Ski Schweizer Schneesportler auf dem Weg zu Spitzenleistungen in den folgenden Disziplinen: Ski alpin, Ski nordisch, Snowboard, Freestyle, Skicross, Aerials, Buckelpiste und Telemark. Im Rahmen der Partnerschaft mit Swiss-Ski fliessen 20% des jährlichen Sponsoringbeitrags in die Nachwuchsförderung.

Zusätzlich hat Swisscom ein Nachwuchskonzept für den alpinen Skisport erarbeitet. Das Konzept wählt gezielt Nachwuchssportler aus und fördert diese. Ideale Trainingsmöglichkeiten sollen das Swisscom Junior Team Alpin bestmöglich auf die Junioren-WM vorbereiten. Als offizielle Telekommunikationspartnerin unterstützt Swisscom sämtliche Schweizer FIS-Weltcup-Veranstaltungen und stärkt die Schweiz als Standort von Sportveranstaltungen sowie als Wintersportland.

Die FIS Alpine Ski Weltmeisterschaft vom 6. bis 19. Februar in St. Moritz bildete 2017 den Höhepunkt des Jahres. Swisscom unterstützte die Weltmeisterschaft als nationale Sponsorin. Sie begrüßte gemeinsam mit Swiss-Ski im House of Switzerland über 28'000 Besucher, die sich über insgesamt sieben Schweizer WM-Medaillen freuen durften. Insgesamt halfen über 140 Swisscom Voluntari mit, die Weltmeisterschaft im eigenen Land zu einem unvergesslichen Anlass zu machen. Als technische Partnerin der Veranstaltung errichtete Swisscom vor Ort eine Netzwerkinfrastruktur, um rund 165'000 Personen zuverlässig mit Internet zu versorgen. Sie verlegte zudem über 23 Kilometer Glasfaserkabel am Berg, damit über 1,1 Millionen Zuschauer zu den Spitzenzeiten die Rennen live am heimischen Fernsehgerät mitverfolgen konnten.

Fussball spielt im Rahmen des Sportengagements von Swisscom ebenso eine bedeutende Rolle. Dank Swisscom und Teleclub gibt es heute im Fernsehen so viel Schweizer Fussball live zu geniessen wie nie zuvor. Pro Saison strahlt Swisscom TV über 180 Schweizer Fussballspiele aus. Zusätzlich bereichert der neue Free-TV-Sender Teleclub Zoom seit Juli 2017 das Schweizer Fernsehangebot mit exklusiven Sportinhalten, Live-Übertragungen, neuen Eigenproduktionen und Hintergrundgeschichten für Schweizer Sportfans zum Nulltarif.

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

# Innovation und Entwicklung

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

## Umfeld, Ziele und Managementansatz

Innovation ist eine wichtige Treiberin, um neue Märkte zu gewinnen und an aufstrebenden Technologien teilzuhaben. Das geschäftliche Umfeld von Swisscom verändert sich rasant, weshalb Innovation und Entwicklung, das heisst die kommerziell erfolgreiche Umsetzung neuer Ideen, immer wichtiger werden. Innovation ist zudem ein wichtiger Hebel, um im Kerngeschäft relevant zu bleiben, Wachstum in neuen Märkten zu schaffen und interne Arbeitsabläufe zu digitalisieren. Swisscom verfolgt das Ziel, strategische Herausforderungen, neue Wachstumsfelder und künftige Kundenbedürfnisse früh zu erkennen. Sie gestaltet deshalb aktiv die Zukunft der Telekommunikation und des Internets mit. Innovation erfolgt in allen Bereichen von Swisscom und ebenso über die Unternehmensgrenzen hinaus.

## Erfolgsfaktor «Open Innovation»

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

Innerhalb des Unternehmens pflegt und fördert Swisscom die dezentrale Produktentwicklung. Neue Ideen entstehen deshalb in allen Bereichen des Unternehmens. In Veranstaltungen und auf Plattformen erhalten Mitarbeitende die Gelegenheit, zukunftsweisende Ideen auszutauschen und Best Practice-Beispiele kennenzulernen. Ein Beispiel hierfür ist die sogenannte Innovationswoche, die zweimal jährlich stattfindet: Teams aus Mitarbeitenden unterschiedlicher Bereiche setzen eine neue Idee um, die ein Kundenbedürfnis befriedigt, geschäftsrelevant ist und Marktpotenzial besitzt. Ferner unterstützt Swisscom interne Pioniere durch die sogenannte Kickbox. Diese Box liefert interessierten Mitarbeitenden das nötige Rüstzeug (darunter ein Startguthaben, ein Zeitbudget sowie Kontakte zu Innovationsexperten), um eine Idee zu einem Prototyp weiterzuentwickeln.

Ausserhalb des Unternehmens fördert Swisscom Innovation in der gesamten Branche. Ein spezielles Engagement gilt jungen Unternehmen, die zukunftssträchtige Lösungen im Feld der Informations-, Kommunikations- und Unterhaltungstechnologien anbieten. Swisscom beteiligt sich als Projektpartnerin und Investorin an Start-ups, unterstützt diese mit massgeschneiderten Produkten und Dienstleistungen und bietet ihnen Zugang zu Infrastruktur und Märkten. Seit 2013 schreibt Swisscom die StartUp Challenge aus, bei der als Gewinn ein einwöchiges Mentoringprogramm im Silicon Valley vergeben wird. Per Juni 2016 hat Swisscom bekannt gegeben, die Zusammenarbeit mit FinTech-Start-ups zu intensivieren: Ein Swisscom interner FinTech-Cluster institutionalisiert die Kooperation mit in der Finanzindustrie tätigen Jungunternehmen. Swisscom Ventures wird zudem um einen dedizierten FinTech-Fund über CHF 10 Millionen erweitert. Damit investiert Swisscom gezielt in erfolgversprechende FinTech-Start-ups und treibt die Kollaboration an innovativen Digital Banking Services voran. Im Herbst 2016 hat Swisscom die sogenannten Calls for Innovation lanciert. Hierbei wendet sie sich an die internationale Start-up-Gemeinschaft und schreibt konkrete Fragen aus dem ICT-Bereich zur Beantwortung aus. Ausgewählte Start-ups erhalten die Möglichkeit, ihre Lösungen vor einer Fachjury zu präsentieren. Den Siegerprojekten winkt ein gemeinsames Testprojekt mit Swisscom.

Seit 1998 ist Swisscom im Silicon Valley präsent. Ihre Aussenstelle betreibt gezieltes Trend- und Technologiescouting und trägt dazu bei, gerade auch über die Zusammenarbeit mit Start-ups an der Spitze der technologischen Entwicklung zu bleiben.

## Innovationsplattformen

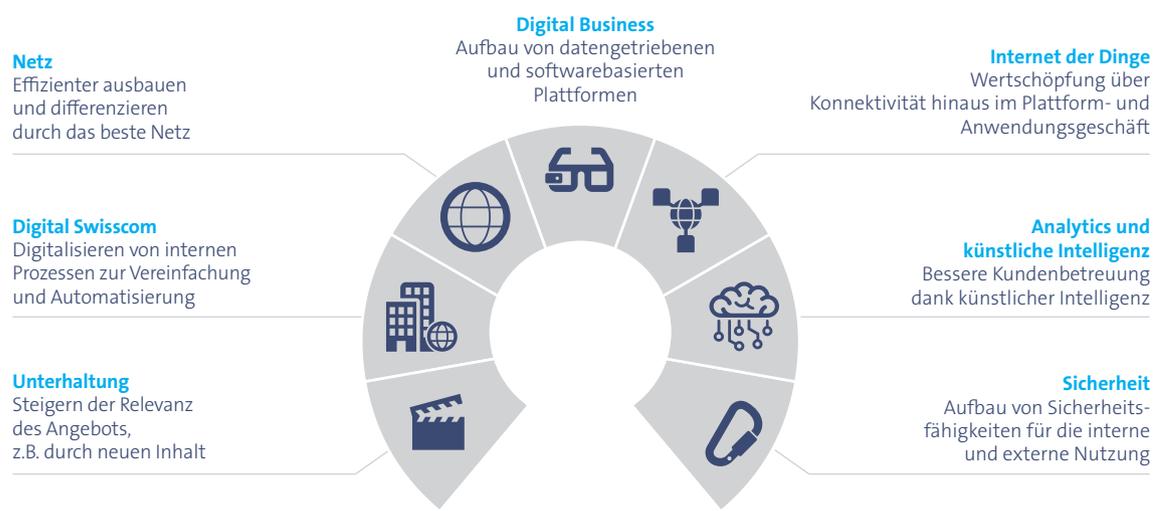
Swisscom gestaltet die Zukunft der Schweiz aktiv mit. Ihr Engagement für eine innovationsstarke und wettbewerbsfähige Schweiz ist vielfältig: Swisscom unterstützt den Forschungsplatz Schweiz in Form von Investitionen und Partnerschaften mit Hochschulen und Institutionen. So finanziert sie den Lehrstuhl 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, 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. 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 den Impact Hub Zürich oder Inkubatoren wie be-advanced und fördert so ein dynamisches Umfeld für Start-ups. 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.

## 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 Selfserviceansatz 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.

## Innovation mit klarer Ausrichtung

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

- > **5G for Switzerland:** Swisscom und Ericsson bereiten sich im Rahmen des Programms «5G for Switzerland» auf die neue Generation der Mobilfunktechnologie vor. Gemeinsam mit der École polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL) als Forschungspartnerin wollen sie die Entwicklung von 5G vorantreiben. Ferner planen sie, gemeinsam mit Industriepartnern Anwendungsmöglichkeiten in unterschiedlichen Bereichen wie etwa Smart Transportation oder Virtual Reality zu erarbeiten und zu testen. Die Forschungsergebnisse sollen in die Definition des weltweiten 5G-Standards einfließen. Erste Anwendungen hat Swisscom im Juni 2017 vor Journalisten präsentiert.
- > **G.fast:** (sprich «G dot fast»): Ende 2017 hat Swisscom als europaweit erstes Telekommunikationsunternehmen den zukunftsweisenden Übertragungsstandard G.fast ins Festnetz integriert. G.fast ist ein wichtiger Bestandteil der Festnetzstrategie von Swisscom und trägt dem steigenden Datenwachstum im Netz Rechnung. Kunden profitieren dank G.fast von Bandbreiten von bis zu 500 Mbit/s.

### Internet der Dinge

- > **Schweizweite Netze für das Internet der Dinge (Internet of Things IoT):** Swisscom legt die Basis für nationale Anwendungen des Internets der Dinge. Auch 2017 ist der Ausbau des einzigen schweizerischen Low-Power-Netzes weiter vorangeschritten. Ende 2017 erreichte die Netzabdeckung bereits 90% der schweizerischen Bevölkerung. Von 2018 bis 2020 soll dann der Ausbau der mobilfunkbasierten IoT-Netze Narrow Band-IoT (NB-IoT) sowie LTE Cat M1 erfolgen. NB-IoT eröffnet ein ganz neues Kapitel für Big Data. Es ermöglicht Millionen vernetzter Endgeräte, geringe Datenraten, einen geringen Energieverbrauch, günstige Hardware, eine sehr gute Indoor-Netzabdeckung und eine hohe Sicherheit. Zudem ist es durch den 3GPP-Standard weltweit einsetzbar. Damit bietet Swisscom für alle Anwendungen von IoT das richtige Netz: sei es für Sensoren, die batteriebetriebenen sporadisch Daten senden, oder für Anwendungen, die regelmässig grosse Datenmengen übermitteln.
- > **Smart City:** In Pully (VD) und weiteren Pilotstädten helfen anonymisierte, aggregierte Mobilfunkdaten, den Verkehrsfluss in der Stadt zu verbessern und das Zentrum zu entlasten, indem sie äusserst genaue Bewegungsmuster abbilden. Das Projekt hat Vorbildcharakter: Swisscom unterstützt Städte dabei, ihre Infrastrukturen gezielter zu planen und einfacher als bisher zu bewirtschaften. Sie ist heute in der Lage, die rund 20 Mrd. Datensätze, die jeden Tag im Mobiltelefonnetz anfallen, durch eine Smart City-Lösung in Verkehrsindikatoren umzuwandeln. Diese Lösung verbessert die städtebauliche Planung und beschleunigt die Transformation der Städte, indem die von ihm gelieferten Daten die Akzeptanz von Projekten bei der Bevölkerung erhöhen. Erste Anwendungsbeispiele liegen vor: In der Gemeinde Montreux ist der Durchgangsverkehr in der Innenstadt dank der Swisscom Lösung exakt beziffert worden. Sein jährlicher Anteil am Gesamtverkehrsaufkommen liess sich auf 22% ermitteln. In der Folge fasste die Gemeinde den Beschluss, auf den Bau eines CHF 150 Mio. teuren Tunnels zu verzichten. Solche neuen Indikatoren, wie sie unter anderem durch die Smart City-Lösung von Swisscom geliefert werden, erlauben es folglich, die Entwicklung der Städte auf fortschrittliche Art und Weise besser als bisher möglich zu steuern. Sie tragen dazu bei, eine der grössten Herausforderungen nachhaltiger Städte zu bewältigen: das Verkehrsmanagement.

### Analytics & künstliche Intelligenz

- > **Künstliche Intelligenz:** 2017 hat Swisscom ihre Kompetenz im Bereich der künstlichen Intelligenz entlang unterschiedlicher Anwendungsfelder (Customer Support, Customer Experience, Document Insights, etc.) gezielt erhöht und wichtige Entwicklungsschritte im Data Lake erzielt. So lancierte Swisscom im Kundendienst, das E-Mails automatisiert kategorisiert und so die Arbeit von Kundendiensten deutlich effektiver und effizienter gestaltet.

### Sicherheit

- > **Sicherheit dank künstlicher Intelligenz:** Die Bedrohungen aus dem Internet nehmen ständig zu und werden immer intelligenter. Swisscom plant mithilfe von Algorithmen und entsprechender künstlicher Intelligenz, Angriffe und Gefahren automatisch zu erkennen und entsprechende Gegenmassnahmen einzuleiten. Künstliche Intelligenz trägt somit erheblich zu einem sicheren Netz bei. Seit September 2017 betreibt Swisscom das Computer Security Incident Response Team. Dieses ist in der Lage, auf Gefahren oder bereits entstandene Schadenfälle mit Interventionsmassnahmen zu reagieren. Für Privat- und KMU-Kunden hat Swisscom 2017 den sogenannten Internet Guard entwickelt; einen netzbasierten Schutz, der vor betrügerischen Websites (Phishing) und vor Viren schützt. Der Schutz ist umfangreicher als jemals zuvor, da er auf einer globalen Blacklist basiert.

## Unterhaltung

- > **UHD-TV-Box für eine neue Ära der Bildqualität und Sprachsuche:** Nach elf Jahren hat Swisscom Ende 2017 Swisscom TV 1.0 eingestellt. Die erste Generation des IPTV-Angebots wird nur noch von weniger als einem Prozent der Kunden genutzt. Als Swisscom TV im Herbst 2006 auf den Markt kam, war es seiner Zeit voraus. So galt 2006 das heute übliche hochauflösende Fernsehen noch als Ausnahme. In den letzten Jahren hat Swisscom die Entwicklung von Swisscom TV stetig vorangetrieben. Die Entwicklung eines ganz neuen TV-Angebots erfolgte nahe bei den eigenen Kunden in der Schweiz durch eigene Swisscom Designer sowie Techniker. Die UHD-TV-Box ist daher ein Produkt für die Schweiz, das in der Schweiz entwickelt und produziert wird sowie auf die Kundenwünsche zugeschnitten ist. So haben die Entwickler besonderen Wert auf einen geringen Energieverbrauch gelegt, auf einen störenden Lüfter verzichtet sowie eine kompakte Form gewählt. Die neueste Generation der TV-Box verarbeitet Bilder in superscharfer UHD-Qualität. Sie verfügt über eine Sprachsuche in Dialekt, ist für sinnesbehinderte Kunden barrierefrei und enthält einen persönlichen Programmführer, der auf die verpassten Lieblingssendungen der letzten sieben Tage verweist.

## Digital Swisscom

- > **Vereinfachung von Prozessen:** Um in einer digitalen Welt voranzuschreiten, muss sich Swisscom zunächst einmal selbst digitalisieren und zum digitalen Vorzeigeunternehmen werden. Daher hat 2017 Swisscom erneut konsequent gezielte Schritte unternommen. Dazu zählen die Arbeit in agilen Strukturen (zum Beispiel die Nutzung des SaFE Frameworks für agile Entwicklung) oder die Vereinfachung entscheidender Prozesse zur Aktivierung von Kunden oder Problemlösung im Kundendienst. So ist es Swisscom 2017 gelungen, Störungsfälle deutlich proaktiver zu lösen und den Kunden zudem eine effiziente, digitale Selbsthilfe bereitzustellen. Durch die Fertigstellung von All IP im Jahr 2018 wird Swisscom einen grossen Schritt Richtung der eigenen Digitalisierung unternommen.

## Digital Business

Im Innovationsfeld Digital Business hat Swisscom 2017 Innovationen innerhalb des eigenen Unternehmens wie ausserhalb unterstützt; durch die Förderung von Intrapreneurship sowie durch Swisscom Ventures.

- > **FinTech:** Lancierung von zwei FinTech-Ventures (Swiss Credit Exchange, Swisscom Blockchain AG)
- > **siroop:** Test des neuen Marktplatzes Evero für Consumer-2-Consumer-Beziehungen
- > **Kickbox:** Gründung und Aufbau eines Intrapreneurship-Programms, das dem Mitarbeitenden Ressourcen (zum Beispiel Zeit und Budget) für die Realisierung von Innovationsprojekten zur Verfügung stellen.

Zusätzlich zu den Aktivitäten in den Innovationsfeldern untersucht Swisscom laufend, welche Möglichkeiten sich aus neuen Technologien ergeben. 2017 hat sie sich unter anderem mit dem Potenzial der disruptiven Technologien Blockchain sowie Virtual- und Augmented-Reality befasst. Swisscom will damit die beste Infrastruktur für eine digitale Schweiz bereitstellen, neue Wachstumsfelder erschliessen und ihren Kunden die besten Services und Produkte bieten.

# Über diesen Bericht

## Berichtsgrenze

Die Konzernstruktur von Swisscom ist im Geschäftsbericht 2017 im Kapitel Konzernstruktur und Aktionariat beschrieben. Eine Liste der Konzerngesellschaften, welche die Tochtergesellschaften, assoziierte Gesellschaften und Gemeinschaftsunternehmen umfasst, ist im Anhang zur Konzernrechnung 2017 dargestellt (Erläuterung 5.4).

- > **Grundsatz:** Für die Nachhaltigkeitsberichterstattung nach den Leitlinien 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, ausser die Tochtergesellschaften CT Cinetrade AG, Mila AG und Swisscom Digital Technology SA sowie neu ab 2017 Swisscom Blockchain 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 wesentliche Auslandsbeteiligung ist Fastweb in Italien, die ihren eigenen Nachhaltigkeitsbericht nach GRI G4 mit der Option «Kern» veröffentlicht und diesen extern durch die unabhängige Prüfstelle Bureau Veritas AG verifizieren lässt. Ausserhalb der Berichtsgrenze liegen die Swisscom nahe stehenden Stiftungen comPlan (Pensionskasse) und sovis.
- > **Personalinformationssystem:** In der Schweiz sind für das Berichtsjahr die Tochtergesellschaften CT Cinetrade AG, Mila AG, Swisscom Digital Technology SA, Directories AG (teilweise), AdUnit AG sowie neu ab 2017 Swisscom Blockchain AG nicht im zentralen Personalinformationssystem erfasst, jedoch in lokalen, firmenspezifischen Personalinformationssystemen. Dies entspricht 857 Vollzeitstellen von insgesamt 17'688 Vollzeitstellen in der Schweiz. Die Abdeckung des zentralen Personalinformationssystems beträgt somit 95% (Vorjahr 95,6%).
- > **Umwelt:** Die Umweltkennzahlen (besonders hinsichtlich Energie, Wasser und Abwasser, Emissionen und Abfall) decken nahezu 100% der Vollzeitstellen von Swisscom in der Schweiz ab. Die Berichterstattung umfasst damit sämtliche durch das Immobilienmanagement von Swisscom betreuten Gebäude in der Schweiz sowie die durch die Managed Mobility von Swisscom in der Schweiz betreute Fahrzeugflotte. Hinsichtlich des Stromverbrauchs erfasst das Datenerfassungssystem zusätzlich die mobilen Basisstationen von Swisscom (Schweiz) AG, die eigene Produktion von Solarstrom und die wenigen Sendestationen der Swisscom Broadcast AG 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 56 (Vorjahr 60) Lieferanten berücksichtigt, sowie auf Audits im Rahmen der Joint Audit Cooperation (JAC). Die der Hochrechnung zugrundeliegenden Angaben sowie die Audits erfassen dabei 46% (Vorjahr 43%) 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 ist nach der «umfassenden Option» der GRI Version 4 konzipiert und enthält daher zusätzlich zu den allgemeinen Standardangaben spezifische Standardangaben. Neu sind im Berichtsjahr zusätzlich die Empfehlungen des «SDG-Compass» 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.

Swisscom hat in den vergangenen Jahren eine klare Vorstellung darüber entwickelt, welche Themen ihrem direkten Umfeld angehören. Darüber hinaus werden Themen von den Anspruchsgruppen direkt zu Swisscom getragen oder stammen aus Erkenntnissen, die aktuellen Studien, Marktforschungen, Trendanalysen und Benchmark-Berichten entnommen sind. Die Themen sind in der Wesentlichkeitsmatrix zu finden.

Swisscom bezieht bei der Beurteilung und Bewertung der Wesentlichkeit ihrer Themen sowie bei der Festlegung strategischer Schwerpunkte ihre internen oder externen Anspruchsgruppen ein. Sie hat 2016 bei repräsentativen Stakeholdern eine Umfrage mit einer Rückmeldequote von 70% durchgeführt. 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 dieser Berichterstattung entsprechend zu validieren, bindet Swisscom häufig Anspruchsgruppen ein. Im Berichtsjahr hat Swisscom zum Beispiel den Nachhaltigkeitsbericht durch interne Anspruchsgruppen überprüfen lassen.

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 mit folgenden Anspruchsgruppen spezifische Kontakte unterhalten beziehungsweise Gespräche über Themen geführt, die Bestandteil des vorliegenden Berichts sind:

- > **Kunden:** Umfragen unter anderem zur Kundenzufriedenheit (im Geschäftsbericht auf Seite 34 zu finden).
- > **Aktionäre und Fremdkapitalgeber:** Gespräche über Finanzthemen (Umsatz, Dividende usw.) an der Generalversammlung vom 4. April 2017 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:** Kontakte mit Gemeindebehörden zur Frage von Antennen und Sendestationen (2017: 140 Dialoge; im Kapitel Arbeiten und Leben des Nachhaltigkeitsberichts auf Seite 41 zu finden), 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 zehnten Personalvertretungen zu unterschiedlichen Themen, wie dies im Gesamtarbeitsvertrag (GAV) paritätisch festgelegt ist. Zudem finden zwei Vollversammlungen pro Jahr statt. Ebenso erfolgen Ad-hoc-Meetings, die themenspezifisch und gemäss der Mitwirkungstabelle im GAV angesetzt sind (Erläuterungen in den Kapiteln über Mitarbeitende im Geschäftsbericht ab Seite 28 sowie im Kapitel Attraktive Arbeitgeberin im Nachhaltigkeitsbericht ab Seite 50).
- > **Partner und NGO:** Zwei «Leadership-Dialoge» und Austausch mit Partnern im Rahmen einzelner Projekte.

Der Berichterstattungsprozess beinhaltet die Bearbeitung des Geschäfts- wie des Nachhaltigkeitsberichts. Beide Berichte unterliegen den gleichen internen Validierungsstufen. Sie werden durch die Disclosure-, Review- und Audit-Committees validiert, was die Qualität der Offenlegung sicherstellt. Der Nachhaltigkeitsbericht ist ferner extern verifiziert.

## SGS-ZERTIFIZIERUNG des GRI Nachhaltigkeitsberichts 2017 der Swisscom AG

### UMFANG

SGS wurde von Swisscom mit einer unabhängigen Prüfung der GRI-basierten Offenlegungen zur Nachhaltigkeit im Jahr 2017 beauftragt. Unser Prüfungsumfang umfasste die GRI-Offenlegungspflichten und -kennzahlen gemäss dem auf [www.swisscom.ch/GRI-2017](http://www.swisscom.ch/GRI-2017) veröffentlichten GRI Index. Die Prüfung (Assurance) basiert auf der «SGS Sustainability Report Assurance»-Methodik und umfasste alle im gedruckten Geschäftsbericht 2017 und im Nachhaltigkeitsbericht 2017 enthaltenen Texte sowie diejenigen Angaben auf der Website von Swisscom, auf die der GRI Index Bezug nimmt. Der Prüfungsprozess berücksichtigte keine Daten aus früheren Jahren.

### INHALT

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

### UNABHÄNGIGKEIT UND KOMPETENZEN DES ZERTIFIZIERERS

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

### METHODIK

Die SGS-Gruppe hat aufgrund der aktuellen Best-Practice-Richtlinien, die in den «Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Guidelines», Version 4 (2013) enthalten sind, einen Satz von Protokollen für die Prüfung (Assurance) von Nachhaltigkeitsberichten entwickelt. SGS hat zudem die Umweltmanagementsysteme der Swisscom (Schweiz) AG, 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 2017 offengelegten Informationen und Daten falsch sein könnten. Die offengelegten Informationen und Daten vermitteln unseres Erachtens ein faires, ausgewogenes Bild der von Swisscom in 2017 unternommenen Nachhaltigkeitsbestrebungen. Die Umsetzung der GRI-relevanten Weisungen ist bei jenen Beteiligungen erfolgt, wo Swisscom diese als signifikant respektive als anwendbar erachtet hat. In einem internen Bericht gaben wir Empfehlungen im Hinblick auf die weitere Entwicklung des Nachhaltigkeitsberichts sowie des Managementsystems.

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

### UNTERZEICHNET IM AUFTRAG VON SGS



Albert von Däniken, Lead Auditor



Elvira Bieri, Lead Auditor

Zürich, 29.01.2018

[www.SGS.COM](http://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 4 (gemäss Berichtsgrenze)<br>∅ = nicht relevant    ☒ = nicht abgedeckt    ☐ = teilweise abgedeckt    ☑ = vollständig abgedeckt |  |  |
| <b>1 Strategie und Analyse</b>   |  |  |
| G4-1   | Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers                          | ☑ LB S. 7 Aktionärsbrief; CG S. 59 2.1 Konzernstruktur; LB S. 16 Unternehmensstrategie; NHB S. 3 Brief an die Stakeholder; NHB S. 12 Strategische Schwerpunkte und Corporate Responsibility-Ziele; NHB S. 20 Corporate Responsibility – Governance und Implementierung   |
| G4-2   | Wichtigste Auswirkungen, Risiken und Chancen                         | ☑ Kontext: LB S. 19 Rahmenbedingungen; NHB S. 5 Nachhaltiges Umfeld<br>Risiken: LB S. 54 Risiken (Konzern); NHB S. 66 Hauptrisikofaktoren in der Lieferkette<br>Chancen: LB S. 31 Marken, Produkte und Dienstleistungen; NHB S. 41 Arbeiten und Leben<br>Ziele und Strategie: LB S. 16 Unternehmensstrategie; NHB S. 12 Strategische Schwerpunkte und Corporate Responsibility-Ziele |
| <b>2 Organisationsprofil</b>   |  |  |
| G4-3   | Name der Organisation  | ☑ JR S. 101 Anhang der konsolidierte Jahresrechnung: Allgemeine Angaben  |
| G4-4   | Marken, Produkte bzw. Dienstleistungen                               | ☑ LB S. 31 Marken von Swisscom; NHB S. 41 Arbeiten und Leben   |
| G4-5   | Hauptsitz der Organisation   | ☑ Siehe G4-3   |
| G4-6   | Länder der Geschäftstätigkeit  | ☑ CG S. 59 2 Konzernstruktur und Aktionariat; JR S. 140 5.4 Konzerngesellschaften  |
| G4-7   | Eigentümerstruktur   | ☑ CG S. 59 2 Konzernstruktur und Aktionariat; JR S. 101 Anhang der konsolidierten Konzernrechnung: Allgemeine Angaben  |
| G4-8   | Märkte   | ☑ LB S. 21 Entwicklung des Schweizer Markts für Telekommunikations- und Informatikdienstleistungen   |
| G4-9   | Grösse der Organisation  | ☑ LB S. 4 Schlüsselkennzahlen Konzern; LB S. 5 Geschäftsübersicht; LB S. 39 Geschäftsentwicklung; CG S. 59 2 Konzernstruktur und Aktionariat   |
| G4-10  | Personalbestand in Zahlen  | ☑ NHB S. 59 Mitarbeitende in Zahlen  |
| G4-11  | Prozentsatz der Arbeitnehmer mit GAV                                 | ☑ NHB S. 59 Mitarbeitende in Zahlen  |
| G4-12  | Beschreibung der Lieferkette   | ☑ NHB S. 6 Wertschöpfungskette und wesentliche Gesichtspunkte der Corporate Responsibility; NHB S. 61 Faire Lieferkette  |
| G4-13  | Veränderungen der Grösse, Struktur oder Eigentumsverhältnisse        | ☑ LB S. 59 2 Konzernstruktur und Aktionariat   |
| G4-14  | Vorsorgeprinzip  | ☑ NHB S. 22 Vorsorgeprinzip; NHB S. 44 Zertifizierung des Qualitätssicherungssystems für die Einhaltung der NISV-Grenzwerte; NHB S. 51 Sensibilisierung der Mitarbeitenden im Allgemeinen und im Bereich Corporate Responsibility  |
| G4-15  | Unterstützte Chartas, Prinzipien                                     | ☑ NHB S. 11 Vision; NHB S. 23 Managementansätze und wesentliche Themen; NHB S. 42 Swisscom ist Gründungsmitglied der Work Smart Initiative; NHB S. 49 Charta zum Bildungssponsoring; NHB S. 71 Mitgliedschaften und Partnerschaften; NHB S. 69 Netzneutralität; NHB S. 72 Projekte im Rahmen der unternehmerischen Verantwortung von Swisscom  |
| G4-16  | Mitgliedschaften in Verbänden  | ☑ Siehe G4-15  |
| <b>3 Ermittelte wesentliche Aspekte und Grenzen</b>  |  |  |
| G4-17  | Organisationsstruktur  | ☑ LB S. 59 2 Konzernstruktur und Aktionariat; JR S. 140 5.4 Konzerngesellschaften  |
| G4-18  | Vorgehensweise bei der Bestimmung des Berichtsinhalts                | ☑ Siehe G4-24  |
| G4-19  | Aspekte zu Berichtsinhalten  | ☑ NHB S. 9 Wesentliche Themen  |
| G4-20  | Berichtsgrenze intern  | ☑ LB S. 59 2 Konzernstruktur und Aktionariat (Berichtsgrenze für die Nachhaltigkeitsberichterstattung); NHB S. 78 Berichtsgrenze   |
| G4-21  | Berichtsgrenze extern  | ☑ NHB S. 78 Berichtsgrenze   |
| G4-22  | Neue Darstellung von Informationen                                   | ☑ Keine neue Darstellung aus alten Berichten.  |
| G4-23  | Veränderungen des Umfangs, der Berichtsgrenzen oder der Messmethoden | ☑ Siehe G4-20, G4-21   |

| Indikatoren  | Status   | Verweis LB = Lagebericht, NHB = Nachhaltigkeitsbericht, CG = Corporate Governance, VB = Vergütungsbericht, JR = Jahresrechnung oder Website Swisscom   |
|--|--|--|
| Legende: Indikator nach GRI 4 (gemäss Berichtsgrenze)<br>∅ = nicht relevant    ☒ = nicht abgedeckt    ☐ = teilweise abgedeckt    ☑ = vollständig abgedeckt |  |  |
| <b>4 Einbindung von Stakeholdern</b>   |  |  |
| G4-24  | Stakeholdergruppen   | ☑ NHB S. 7 Dialog mit den Anspruchsgruppen und strategische Schwerpunkte   |
| G4-25  | Auswahl der Stakeholder  | ☑ Siehe G4-24  |
| G4-26  | Einbindung von Stakeholdern  | ☑ NHB S. 6 Einbezug der Anspruchsgruppen; Siehe G4-18, G4-24   |
| G4-27  | Themen und Anliegen von Stakeholdern   | ☑ Siehe G4-18, G4-24   |
| <b>5 Berichtsprofil</b>  |  |  |
| G4-28  | Berichtszeitraum   | ☑ 01.01.2017–31.12.2017  |
| G4-29  | Veröffentlichung des letzten Berichts  | ☑ <a href="http://www.swisscom.ch/bericht2016">www.swisscom.ch/bericht2016</a>   |
| G4-30  | Berichtszyklus   | ☑ Jährlich   |
| G4-31  | Kontaktstelle  | ☑ JR S. 173 Impressum  |
| G4-32  | GRI Content Index und gewählte Option  | ☑ NHB S. 79 Berichterstattung: Prozess und Aufbau<br>Die gewählte GRI-Option ist die «umfassende» Option.  |
| G4-33  | Externe Prüfung des Berichts   | ☑ NHB S. 80 SGS-Verifizierung  |
| <b>6 Unternehmensführung</b>   |  |  |
| G4-34  | Führungsstruktur der Organisation  | ☑ LB S. 59 2 Konzernstruktur und Aktionariat; NHB S. 20 Corporate Responsibility – Governance und Implementierung; CG S. 62 4 Verwaltungsrat; CG S. 68 4.5 Interne Organisation und Arbeitsweise; CG S. 71 4.8 Kompetenzregelung; CG S. 74 5 Konzernleitung  |
| G4-35  | Delegierte Vollmachten   | ☑ Siehe G4-34  |
| G4-36  | Zuständigkeit für Nachhaltigkeitsthemen  | ☑ Siehe G4-34  |
| G4-37  | Konsultationsverfahren zwischen Stakeholdern und dem höchsten Kontrollorgan                    | ☑ CG S. 80 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.   |
| G4-38  | Zusammensetzung des höchsten Kontrollorgans  | ☑ CG S. 62 4 Verwaltungsrat; CG S. 74 5 Konzernleitung   |
| G4-39  | Vorsitz des Kontrollorgans   | ☑ CG S. 62 4 Verwaltungsrat; CG S. 74 5 Konzernleitung   |
| G4-40  | Nominierungs- und Auswahlverfahren für das höchste Kontrollorgan                               | ☑ CG S. 68 4.3 Wahl und Amtszeit; CG S. 69 4.7 Ausschüsse des Verwaltungsrats: Ausschuss Nomination  |
| G4-41  | Mechanismen zur Vermeidung von Interessenkonflikten  | ☑ Link: <a href="http://www.swisscom.ch/Grundsätze">www.swisscom.ch/Grundsätze</a> – Organisationsreglement; CG S. 71 4.9 Informations- und Kontrollinstrumente des Verwaltungsrats gegenüber der Konzernleitung   |
| G4-42  | Rolle des höchsten Kontrollorgans  | ☑ Link: <a href="http://www.swisscom.ch/Grundsätze">www.swisscom.ch/Grundsätze</a> – Organisationsreglement<br>Siehe G4-34   |
| G4-43  | Weiterentwicklung kollektiver Kenntnisse des höchsten Kontrollorgans im Bereich Nachhaltigkeit | ☑ CG S. 68 4.5 Interne Organisation und Arbeitsweise   |
| G4-44  | Verfahren zur Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung des höchsten Leitungsorgans                | ☑ Siehe G4-45, G4-47; Mitglieder der Konzernleitung sind interne «Sponsoren» für die Schwerpunkte der CR-Strategie; NHB S. 20 Corporate Responsibility – Governance und Implementierung  |
| G4-45  | Verfahren des höchsten Leitungsorgans zur Überwachung der Nachhaltigkeitsleistung              | ☑ Siehe G4-34, G4-38; NHB S. 20 Corporate Responsibility – Governance und Implementierung; CG S. 71 4.9 Informations- und Kontrollinstrumente des Verwaltungsrats gegenüber der Konzernleitung   |
| G4-46  | Überprüfung der Risikomanagementverfahren  | ☑ CG S. 71 4.9 Informations- und Kontrollinstrumente des Verwaltungsrats gegenüber der Konzernleitung; CG S. 72 4.9.1 Risikomanagement; CG S. 73 4.9.4 Interne Revision  |
| G4-47  | Häufigkeit der Überprüfung   | ☑ CG S. 71 4.9 Informations- und Kontrollinstrumente des Verwaltungsrats gegenüber der Konzernleitung: jährlich; CG S. 72 4.9.1 Risikomanagement: quartalsweise an Ausschuss Revision; CG S. 72 4.9.2 Internes Kontrollsystem der Finanzberichterstattung (IKS): quartalsweise an Ausschuss Revision; CG S. 72 4.9.3 Compliance Management: quartalsweise an Ausschuss Revision; CG S. 73 4.9.4 Interne Revision: quartalsweise an Ausschuss Revision<br>In dringenden Fällen: zeitnah |

| Indikatoren | Status  | Verweis LB = Lagebericht, NHB = Nachhaltigkeitsbericht, CG = Corporate Governance, VB = Vergütungsbericht, JR = Jahresrechnung oder Website Swisscom   |
|-------------|---|--|
|             |   | Legende: Indikator nach GRI 4 (gemäss Berichtsgrenze)<br>∅ = nicht relevant    ☒ = nicht abgedeckt    ☐ = teilweise abgedeckt    ☑ = vollständig abgedeckt   |
| G4-48       | Prüfung des Berichts vom höchsten Komitee   | ☑ Das Audit Committee des Verwaltungsrats prüft den Bericht in zwei Schritten vor der Veröffentlichung. Der Vergütungsausschuss prüft den Vergütungsbericht. Der Bericht wird vom Verwaltungsrat freigegeben; Siehe G4-34                |
| G4-49       | Mitteilung kritischer Anliegen  | ☑ CG S. 71 4.9 Informations- und Kontrollinstrumente des Verwaltungsrats gegenüber der Konzernleitung:<br>Der Vorsitzende des Ausschusses Revision wird in dringenden Fällen zeitnah über neue, wesentliche Risiken in Kenntnis gesetzt. |
| G4-50       | Gesamtzahl gemeldeter kritischer Anliegen   | ☒ Als Grundsatz des Whistleblowing ist die Anonymität garantiert, aus diesem Grund kommuniziert Swisscom weder die Anzahl noch andere Details zu Meldungen.  |
| G4-51       | Zusammenhang zwischen Vergütung des höchsten Leitungsorgans und der Nachhaltigkeitsleistung | ☑ VB S. 88 3 Vergütung der Konzernleitung  |
| G4-52       | Festlegung der Vergütung  | ☑ JR S. 132 4.2 Vergütungen an Personen in Schlüsselpositionen   |
| G4-53       | Meinungsäusserungen der Stakeholder   | ☑ NHB S. 7 Dialog mit den Anspruchsgruppen und strategische Schwerpunkte;<br>CG S. 80 7.3 Einberufung der Generalversammlung und Traktandierung; Protokoll   |
| G4-54       | Verhältnis höchstbezahlter Lohn zu Medianlohn   | ☑ NHB S. 59 Mitarbeitende in Zahlen  |
| G4-55       | Verhältnis der Veränderung zwischen höchstbezahltem Lohn zu Medianlohn                      | ☑ NHB S. 59 Mitarbeitende in Zahlen  |

#### 7 Ethik und Integrität

|       |  |   |
|-------|--|---|
| G4-56 | Verhaltensstandards, -normen und Grundsätze            | ☑ Link: <a href="http://www.swisscom.ch/Grundsaeetze">www.swisscom.ch/Grundsaeetze</a> – Verhaltenskodex; NHB S. 11 Vision;<br>CG S. 72 4.9.3 Compliance Management;<br>SPAG-Standesregeln: <a href="http://www.public-affairs.ch/de/standeskommission/standesregeln">http://www.public-affairs.ch/de/standeskommission/standesregeln</a> ;<br>Kodex von Lissabon:<br><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> |
| G4-57 | Verfahren zu ethischem und gesetzeskonformem Verhalten | ☑ NHB S. 23 Compliance Management;<br>CG S. 72 4.9.3 Compliance Management;<br>CG S. 73 4.9.4 Interne Revision  |
| G4-58 | Meldung von ethischen Bedenken                         | ☑ Siehe G4-57   |

#### Angaben zum Managementansatz

|        |   |   |
|--------|---|---|
| G4-DMA | Allg. Offenlegung der Managementansätze | ☑ NHB S. 22 Managementansätze;<br>NHB S. 15 Die wichtigsten Kennwerte der CR-Ziele von Swisscom |
|--------|---|---|

#### Ökonomische Leistungsindikatoren

|        |  |  |
|--------|--|--|
|        | Managementansatz und Ziele   | ☑ LB S. 16 Unternehmensstrategie; LB S. 50 Finanzieller Ausblick   |
| G4-EC1 | Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert       | ☑ LB S. 49 Wertschöpfungsrechnung  |
| G4-EC2 | Finanzielle Folgen des Klimawandels                                | ☑ LB S. 56 Risiken: Risikofaktoren: Gesundheit und Umwelt;<br>Siehe G4-EN5, G4-EN6, G4-EN7, G4-EN18 und G4-EN26;<br>Link: <a href="http://www.cdp.net">www.cdp.net</a> |
| G4-EC3 | Umfang der betrieblichen sozialen Zuwendungen                      | ☑ JR S. 132 4.3 Leistungsorientierte Vorsorgepläne;<br>NHB S. 58 Vorsorgeeinrichtung: comPlan; siehe LA3   |
| G4-EC4 | Finanzielle Unterstützung seitens der Regierung                    | ∅ Es bestehen aus Konzernsicht im Jahr 2017 keine offlegungspflichtigen Sachverhalte nach IAS 20 und überhaupt keine Zuwendungen der öffentlichen Hand.                |
| G4-EC5 | Eintrittsgehälter im Verhältnis zum lokalen Mindestlohn            | ☑ LB S. 31 Entlohnung der Mitarbeitenden;<br>NHB S. 59 Mitarbeitende in Zahlen   |
| G4-EC6 | Standortbezogene Personalauswahl                                   | ∅ Es gibt keine standortbezogene Auswahl von Personal.   |
| G4-EC7 | Infrastrukturinvestitionen und Dienstleistungen für das Gemeinwohl | ☑ LB S. 20 Fernmeldegesetz (FMG); NHB S. 69 Grundversorgung;<br>NHB S. 48 Initiative «Schulen ans Internet»  |
| G4-EC8 | Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen                             | ☑ LB S. 20 Telekommunikationsunternehmungsgesetz (TUG) und Beziehung zur Schweizerischen Eidgenossenschaft (Bund); NHB S. 68 Vernetzte Schweiz                         |
| G4-EC9 | Anteil an Ausgaben für lokalen Lieferanten                         | ☑ Es gibt eine standortbezogene Auswahl von Zulieferern als Beitrag zum Standort Schweiz.  |

| Indikatoren                             | Status   | Verweis LB = Lagebericht, NHB = Nachhaltigkeitsbericht, CG = Corporate Governance, VB = Vergütungsbericht, JR = Jahresrechnung oder Website Swisscom  |
|---|--|---|
|   |  | Legende: Indikator nach GRI 4 (gemäss Berichtsgrenze)<br>∅ = nicht relevant <input type="checkbox"/> = nicht abgedeckt <input type="checkbox"/> = teilweise abgedeckt <input checked="" type="checkbox"/> = vollständig abgedeckt   |
| <b>Ökologische Leistungsindikatoren</b> |  |   |
|   | Managementansatz und Ziele                                   | <input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 27 Umfeld, Ziele und Managementansatz  |
| G4-EN1                                  | Eingesetzte Materialien                                      | <input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 40 Umweltkennzahlen Schweiz;<br>NHB S. 36 Weitere umweltrelevante Themen im Betrieb: Kabel, Glasfaser und Telefonstangen   |
| G4-EN2                                  | Recyclingmaterial  | <input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 40 Umweltkennzahlen Schweiz;<br>NHB S. 36 Weitere umweltrelevante Themen im Betrieb: Kabel, Glasfaser und Telefonstangen   |
| G4-EN3                                  | Interner Energieverbrauch                                    | <input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 29 Verbrauch von Strom (Ökostrom, Netze, Rechenzentren und Gebäude);<br>NHB S. 30 Effizienzmassnahmen beim Brennstoffverbrauch, Wärme und CO <sub>2</sub> -Reduktion;<br>NHB S. 30 Effizienzmassnahmen bei Treibstoffverbrauch, Mobilität und CO <sub>2</sub> -Reduktion;<br>NHB S. 40 Umweltkennzahlen Schweiz;<br>Siehe auch separater Klimabericht Swisscom 2017<br>online unter dem Link <a href="http://www.swisscom.ch/klimabericht2017">www.swisscom.ch/klimabericht2017</a> abrufbar |
| G4-EN4                                  | Externer Energieverbrauch                                    | <input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 34 Energieverbrauch und Emissionen bei den Kunden und Initiative zu deren Reduktion dank verbesserter Endgeräte;<br>Separater Klimabericht Swisscom 2017, § 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/klimabericht2017">www.swisscom.ch/klimabericht2017</a> abrufbar  |
| G4-EN5                                  | Energieintensität  | <input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 27 Energieeffizienz und Klimaschutz;<br>NHB S. 15 Die wichtigsten Kennwerte der CR-Ziele von Swisscom  |
| G4-EN6                                  | Energieeinsparung  | <input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 28 Energieeffizienz: Energieverbrauch und -einsparung bei Swisscom;<br>NHB S. 40 Umweltkennzahlen Schweiz  |
| G4-EN7                                  | Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen | <input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 31 Effizienzsteigerung dank nachhaltiger ICT-Dienste bei Swisscom;<br>NHB S. 34 Energieverbrauch und Emissionen bei den Kunden und Initiative zu deren Reduktion dank verbesserter Endgeräte;<br>NHB S. 40 Umweltkennzahlen Schweiz  |
| G4-EN8                                  | Gesamtwasserentnahme nach Quelle                             | ∅ NHB S. 40 Umweltkennzahlen Schweiz;<br>NHB S. 37 Weitere umweltrelevante Themen im Betrieb: Wasser  |
| G4-EN9                                  | Durch Wasserentnahme beeinträchtigte Wasserquellen           | ∅ Nicht relevant, da lediglich Wasserverbrauch für Sanitärzwecke.   |
| G4-EN10                                 | Prozentsatz des wiederverwendeten Wassers                    | <input checked="" type="checkbox"/> Nur Haushaltswasser.  |
| G4-EN11                                 | Grundstücke in oder an der Grenze zu Schutzgebieten          | <input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 38 Weitere umweltrelevante Themen im Betrieb: Boden und Biodiversität  |
| G4-EN12                                 | Auswirkungen auf die Biodiversität                           | <input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 38 Weitere umweltrelevante Themen im Betrieb: Boden und Biodiversität  |
| G4-EN13                                 | Geschützte oder renaturierte Lebensräume                     | <input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 38 Weitere umweltrelevante Themen im Betrieb: Boden und Biodiversität  |
| G4-EN14                                 | Gefährdete Arten   | ∅ Nicht erhoben, da nicht relevant.   |
| G4-EN15                                 | Direkte Treibhausgasemissionen (THG) (Scope 1)               | <input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 28 Energieeffizienz: Energieverbrauch und -einsparung bei Swisscom;<br>NHB S. 40 Umweltkennzahlen Schweiz; siehe separater Klimabericht Swisscom 2017, online unter dem Link <a href="http://www.swisscom.ch/klimabericht2017">www.swisscom.ch/klimabericht2017</a> abrufbar   |
| G4-EN16                                 | Indirekte energiebezogene THG (Scope 2)                      | <input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 28 Energieeffizienz: Energieverbrauch und -einsparung bei Swisscom;<br>NHB S. 40 Umweltkennzahlen Schweiz; siehe separater Klimabericht Swisscom 2017, online unter dem Link <a href="http://www.swisscom.ch/klimabericht2017">www.swisscom.ch/klimabericht2017</a> abrufbar   |
| G4-EN17                                 | Weitere indirekte THG (Scope 3)                              | <input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 28 Energieeffizienz: Energieverbrauch und -einsparung bei Swisscom;<br>NHB S. 40 Umweltkennzahlen Schweiz; siehe separater Klimabericht Swisscom 2017, online unter dem Link <a href="http://www.swisscom.ch/klimabericht2017">www.swisscom.ch/klimabericht2017</a> abrufbar   |
| G4-EN18                                 | Intensität der THG   | <input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 15 Die wichtigsten Kennwerte der CR-Ziele von Swisscom;<br>Siehe separater Klimabericht Swisscom 2017, online unter dem Link <a href="http://www.swisscom.ch/klimabericht2017">www.swisscom.ch/klimabericht2017</a> abrufbar   |
| G4-EN19                                 | Reduzierung der THG  | <input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 31 Effizienzsteigerung dank nachhaltiger ICT-Dienste bei Swisscom;<br>NHB S. 34 Energieverbrauch und Emissionen bei den Kunden und Initiative zu deren Reduktion dank verbesserter Endgeräte;<br>NHB S. 40 Umweltkennzahlen Schweiz; siehe separater Klimabericht Swisscom 2017, online unter dem Link <a href="http://www.swisscom.ch/klimabericht2017">www.swisscom.ch/klimabericht2017</a> abrufbar   |
| G4-EN20                                 | Emissionen ozonabbauender Stoffe                             | <input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 37 Kühlanlagen und Kältemittel   |
| G4-EN21                                 | NO <sub>x</sub> , SO <sub>2</sub> und andere Luftemissionen  | <input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 40 Umweltkennzahlen Schweiz  |
| G4-EN22                                 | Abwassereinleitungen   | <input checked="" type="checkbox"/> Lediglich Wasserverbrauch für Sanitärzwecke.  |
| G4-EN23                                 | Abfall nach Art und Entsorgungsmethode                       | <input checked="" type="checkbox"/> NHB S. 40 Umweltkennzahlen Schweiz;<br>NHB S. 38 Weitere umweltrelevante Themen im Betrieb: Abfälle und Recycling   |
| G4-EN24                                 | Gesamtzahl Verschmutzungen                                   | <input checked="" type="checkbox"/> Keine wesentlichen Freisetzungen bekannt.   |

| Indikatoren   | Status | Verweis LB = Lagebericht, NHB = Nachhaltigkeitsbericht, CG = Corporate Governance, VB = Vergütungsbericht, JR = Jahresrechnung oder Website Swisscom  |
|---|--------|---|
|   |        | Legende: Indikator nach GRI 4 (gemäss Berichtsgrenze)<br>∅ = nicht relevant    ☒ = nicht abgedeckt    ☐ = teilweise abgedeckt    ☑ = vollständig abgedeckt  |
| G4-EN25 Gefährliche Abfälle nach der Basler Konvention          | ∅      | Nicht relevant.<br>Swisscom transportierte im Jahr 2017 keine Abfälle nach der Basler Konvention.   |
| G4-EN26 Auswirkung von Abwasser auf die Biodiversität           | ∅      | Nicht relevant.<br>Das Abwasser fliesst in kommunale ARA.   |
| G4-EN27 Initiativen zur Minimierung von Umweltauswirkungen      | ☑      | NHB S. 31 Effizienzsteigerung dank nachhaltiger ICT-Dienste bei Swisscom;<br>NHB S. 34 Energieverbrauch und Emissionen bei den Kunden und Initiative zu deren Reduktion dank verbesserter Endgeräte;<br>NHB S. 40 Umweltkennzahlen Schweiz;<br>siehe separater Klimabericht Swisscom 2017,<br>online unter dem Link <a href="http://www.swisscom.ch/klimabericht2017">www.swisscom.ch/klimabericht2017</a> abrufbar |
| G4-EN28 Zurückgenommene Produkte und deren Verpackungsmaterial  | ☑      | NHB S. 67 Kreislaufwirtschaft   |
| G4-EN29 Strafen wegen Umweltverstössen                          | ☑      | Es wurden im Jahr 2017 keine Bussgelder oder Strafen wegen Nichteinhaltung von Rechtsvorschriften verhängt. NHB S. 23 Compliance Management   |
| G4-EN30 Auswirkungen des Transports                             | ☑      | NHB S. 30 Effizienzmassnahmen bei Treibstoffverbrauch, Mobilität und CO <sub>2</sub> -Reduktion   |
| G4-EN31 Ausgaben für den Umweltschutz                           | ☐      | Nicht separat erhoben   |
| G4-EN32 Neue überprüfte Lieferanten nach ökologischen Kriterien | ☑      | NHB S. 63 Audits  |
| G4-EN33 Ökologische Auswirkungen in der Lieferkette             | ☑      | NHB S. 63 Audits; NHB S. 66 Hauptrisikofaktoren in der Lieferkette  |
| G4-EN34 Beschwerden wegen ökologischer Auswirkungen             | ☑      | Keine Beschwerden wegen ökologischer Auswirkungen im Jahr 2017 festgestellt.<br>Siehe NHB S. 44 Beratung und Auskunft zum Thema Funktechnologien und Umwelt   |

#### Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung

|         |   |   |  |
|---------|---|---|--|
|         | Managementansatz und Ziele  | ☑ | LB S. 29 Entlohnung der Mitarbeitenden; NHB S. 46 Umfeld, Ziele und Managementansatz;<br>NHB S. 55 Personalentwicklung   |
| G4-LA1  | Neueinstellungen und Personalfuktuation   | ☑ | NHB S. 59 Mitarbeitende in Zahlen  |
| G4-LA2  | Leistungen für Vollzeitangestellte  | ☑ | LB S. 28 Mitarbeitende;<br>NHB S. 58 Sozial- und Zusatzleistungen  |
| G4-LA3  | Rückkehrrate und Verbleibrate nach Elternzeit   | ☑ | NHB S. 59 Mitarbeitende in Zahlen  |
| G4-LA4  | Mitteilungsfristen von betrieblichen Veränderungen                                    | ☑ | GAV § 3.3 Es sind mit den vertragsschliessenden Gewerkschaften frühzeitig Verhandlungen aufzunehmen.   |
| G4-LA5  | In Arbeitsschutzausschüssen vertretene Mitarbeitende                                  | ☑ | LB S. 28 Gesamtarbeitsvertrag (GAV);<br>LB S. 28 Mitarbeitende (100% der Mitarbeitenden);<br>NHB S. 52 Gesundheit und Arbeitssicherheit  |
| G4-LA6  | Berufskrankheiten, Ausfalltage und arbeitsbedingte Todesfälle                         | ☑ | NHB S. 59 Mitarbeitende in Zahlen  |
| G4-LA7  | Arbeiter mit hoher Erkrankungsrate oder Gefährdung                                    | ☑ | NHB S. 52 Gesundheit der Mitarbeitenden; NHB S. 52 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz;<br>nicht relevant bei Swisscom   |
| G4-LA8  | Arbeits- und Sicherheitsvereinbarungen mit Gewerkschaften                             | ☑ | NHB S. 52 Gesundheit der Mitarbeitenden; NHB S. 52 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz   |
| G4-LA9  | Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden   | ☑ | NHB S. 55 Personalentwicklung  |
| G4-LA10 | Programme zu lebenslangem Lernen  | ☑ | NHB S. 55 Personalentwicklung;<br>Sprachkurse/Sprachkompetenzen und Weiterbildungsangebote zu neuen Medien;<br>Partnerschaft mit dem Schweizer Bildungsportal <a href="http://www.ausbildung-weiterbildung.ch">www.ausbildung-weiterbildung.ch</a> |
| G4-LA11 | Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung von Mitarbeitenden                       | ☑ | NHB S. 59 Mitarbeitende in Zahlen; LB S. 28 Gesamtarbeitsvertrag (GAV)   |
| G4-LA12 | Zusammensetzung der leitenden Organe und Aufteilung der Mitarbeitenden nach Kategorie | ☑ | CG S. 62 4 Verwaltungsrat;<br>CG S. 74 5 Konzernleitung;<br>NHB S. 59 Mitarbeitende in Zahlen  |
| G4-LA13 | Lohnunterschiede nach Geschlecht  | ☑ | LB S. 29 Entlohnung der Mitarbeitenden; NHB S. 57 Lohngleichheit;<br>NHB S. 59 Mitarbeitende in Zahlen   |
| G4-LA14 | Neue, nach Kriterien der Arbeitspraktiken überprüfte Lieferanten                      | ☑ | NHB S. 63 Audits   |
| G4-LA15 | Auswirkungen auf Arbeitspraktiken in der Lieferkette                                  | ☑ | NHB S. 63 Audits; NHB S. 66 Hauptrisikofaktoren in der Lieferkette   |
| G4-LA16 | Beschwerden hinsichtlich Arbeitspraktiken   | ☑ | NHB S. 54 Diversity; kein Vorfall von Diskriminierung im Jahr 2017 bekannt.  |

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

#### Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Menschenrechte

|         |   |                                     |  |
|---------|---|-------------------------------------|--|
|         | Managementansatz und Ziele                                | <input checked="" type="checkbox"/> | NHB S. 61 Faire Lieferkette; NHB S. 61 Umfeld, Ziele und Managementansatz;<br>Link: <a href="http://www.swisscom.ch/Lieferanten">www.swisscom.ch/Lieferanten</a> |
| G4-HR1  | Investitionsvereinbarungen                                | <input checked="" type="checkbox"/> | Die Corporate Responsibility-Vertragsbeilage (CRV) ist Bestandteil aller Verträge.   |
| G4-HR2  | Schulungen zu Menschenrechten                             | <input checked="" type="checkbox"/> | NHB S. 51 Sensibilisierung der Mitarbeitenden im Allgemeinen und im Bereich Corporate Responsibility   |
| G4-HR3  | Vorfälle von Diskriminierung                              | <input checked="" type="checkbox"/> | NHB S. 64 Auditergebnisse – Beispiel von Engagements mit Lieferanten;<br>Tabelle der Schwachstellen  |
| G4-HR4  | Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen           | <input checked="" type="checkbox"/> | Dank gegenseitig vereinbarter Friedenspflicht gemäss GAV abgedeckt.  |
| G4-HR5  | Risiko von Kinderarbeit                                   | <input checked="" type="checkbox"/> | NHB S. 66 Hauptrisikofaktoren in der Lieferkette   |
| G4-HR6  | Risiko von Zwangsarbeit                                   | <input checked="" type="checkbox"/> | NHB S. 66 Hauptrisikofaktoren in der Lieferkette   |
| G4-HR7  | Schulung des Sicherheitspersonals zu Menschenrechten      | ∅                                   | Nicht relevant:<br>Sub-contracted an Securitas.  |
| G4-HR8  | Verletzung der Rechte der indigenen Bevölkerung           | ∅                                   | Für die Geschäftsstandorte gemäss Liste der Konzerngesellschaften (JR S. 140 Notiz 5.4 Konzerngesellschaften) nicht relevant                                     |
| G4-HR9  | Geprüfte Geschäftsstandorte bezüglich Menschenrechten     | ∅                                   | Keine neuen Geschäftsstandorte im Jahr 2017.   |
| G4-HR10 | Neue, nach Menschenrechtskriterien überprüfte Lieferanten | <input checked="" type="checkbox"/> | NHB S. 63 Audits   |
| G4-HR11 | Menschenrechtliche Auswirkungen in der Lieferkette        | <input checked="" type="checkbox"/> | NHB S. 63 Audits; NHB S. 66 Hauptrisikofaktoren in der Lieferkette   |
| G4-HR12 | Beschwerden in Bezug auf menschenrechtliche Auswirkungen  | <input checked="" type="checkbox"/> | Keine Beschwerden wegen negativer menschenrechtlicher Auswirkungen im Jahr 2017 festgestellt.  |

#### Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Gesellschaft

|         |   |                                     |  |
|---------|---|-------------------------------------|--|
|         | Managementansatz und Ziele  | <input checked="" type="checkbox"/> | NHB S. 22 Managementansätze;<br>NHB S. 15 Die wichtigsten Kennwerte der CR-Ziele von Swisscom  |
| G4-SO1  | Einbindung lokaler Gemeinschaften                                 | <input checked="" type="checkbox"/> | LB S. 24 Infrastruktur;<br>NHB S. 69 Grundversorgung;<br>NHB S. 47 Jugendmedienschutz und Förderung der Medienkompetenz;<br>NHB S. 48 Initiative «Schulen ans Internet»;<br>NHB S. 71 Gesellschaftliches und kulturelles Engagement  |
| G4-SO2  | Tätigkeiten mit negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinschaften  | <input checked="" type="checkbox"/> | NHB S. 47 Jugendmedienschutz und Förderung der Medienkompetenz:<br>Jugendmedienschutz und Richtlinien für Medieninhalte  |
| G4-SO3  | Korruptionsrisiken  | <input checked="" type="checkbox"/> | NHB S. 15 Die wichtigsten Kennwerte der CR-Ziele von Swisscom;<br>NHB S. 23 Compliance Management  |
| G4-SO4  | Schulungen zur Korruptionsbekämpfung                              | <input checked="" type="checkbox"/> | NHB S. 15 Die wichtigsten Kennwerte der CR-Ziele von Swisscom;<br>NHB S. 23 Compliance Management  |
| G4-SO5  | Korruptionsvorfälle und ergriffene Massnahmen                     | <input checked="" type="checkbox"/> | NHB S. 23 Compliance Management;<br>Keine bestätigte Korruptionsvorfälle im Jahr 2017 festgestellt.  |
| G4-SO6  | Politische Spenden  | <input checked="" type="checkbox"/> | NHB S. 25 Verantwortung von Swisscom gegenüber der Öffentlichkeit:<br>Swisscom ist politisch und konfessionell neutral und unterstützt finanziell keine Parteien, Meinungs- und Entscheidungsträger.   |
| G4-SO7  | Klagen aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten                 | <input checked="" type="checkbox"/> | LB S. 20 Rahmenbedingungen: Rechtliches Umfeld;<br>JR S. 101 Wesentliche Schätzungsunsicherheiten und Ermessensentscheide bei der Anwendung von Rechnungslegungsgrundsätzen;<br>S. 129 Rückstellungen: Rückstellungen für regulatorische und wettbewerbsrechtliche Verfahren;<br>JR S. 128 3.5 Rückstellungen, Eventualverbindlichkeiten und Eventualforderungen |
| G4-SO8  | Strafen wegen Verstössen gegen Rechtsvorschriften                 | <input checked="" type="checkbox"/> | NHB S. 23 Compliance Management;<br>Siehe G4-SO7   |
| G4-SO9  | Neue, nach gesellschaftlicher Auswirkungen überprüfte Lieferanten | <input checked="" type="checkbox"/> | NHB S. 63 Audits   |
| G4-SO10 | Auswirkungen auf die Gesellschaft in der Lieferkette              | <input checked="" type="checkbox"/> | NHB S. 63 Audits; NHB S. 66 Hauptrisikofaktoren in der Lieferkette   |
| G4-SO11 | Beschwerdeverfahren hinsichtlich gesellschaftlicher Auswirkungen  | <input checked="" type="checkbox"/> | Keine Beschwerden hinsichtlich gesellschaftlicher Auswirkungen im Jahr 2017 festgestellt.<br>Keine relevante Thematik für Swisscom.  |

| Indikatoren | Status | Verweis LB = Lagebericht, NHB = Nachhaltigkeitsbericht, CG = Corporate Governance, VB = Vergütungsbericht, JR = Jahresrechnung oder Website Swisscom       |
|-------------|--------|--|
|             |        | Legende: Indikator nach GRI 4 (gemäss Berichtsgrenze)<br>∅ = nicht relevant    ☒ = nicht abgedeckt    ☐ = teilweise abgedeckt    ☑ = vollständig abgedeckt |

#### Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Produktverantwortung

|        |   |   |  |
|--------|---|---|--|
|        | Managementansatz und Ziele  | ☑ | NHB S. 22 Managementansätze;<br>NHB S. 15 Die wichtigsten Kennwerte der CR-Ziele von Swisscom  |
| G4-PR1 | Prozentsatz der geprüften Produkte in Bezug auf Gesundheit und Sicherheit | ☑ | NHB S. 72 Projekte im Rahmen der unternehmerischen Verantwortung von Swisscom;<br>NHB S. 44 Strahlungsarme Kommunikationstechnologien;<br>NHB S. 47 Jugendmedienschutz und Richtlinien für Medieninhalte   |
| G4-PR2 | Vorfälle gegen Gesundheitsstandards                                       | ☑ | Relevante Gesundheitsstandards für das Mobilfunknetz sind die ICNIRP-Guidelines und speziell die NISV; Siehe IO5 Standard für die Strahlung von Basisstationen;<br>NHB S. 23 Compliance Management. Keine Verstösse gegen relevante Gesundheitsstandards und gegen Standards zur Kennzeichnung von Produktinformationen im Jahr 2017 festgestellt. |
| G4-PR3 | Produktinformationen  | ∅ | NHB S. 45 Informationspflicht zu den in den Verkaufsstellen angebotenen Geräten;<br>Nicht relevant für die Schweiz, ausser Preisbekanntgabe-Verordnung.  |
| G4-PR4 | Verstösse gegen Standards zur Kennzeichnung von Produktinformationen      | ☑ | NHB S. 23 Compliance Management;<br>Keine Verstösse gegen Standards zur Kennzeichnung von Produktinformationen im Jahr 2017 festgestellt.  |
| G4-PR5 | Kundenzufriedenheit   | ☑ | LB S. 34 Kundenzufriedenheit   |
| G4-PR6 | Verkauf verbotener, umstrittener Produkte                                 | ☑ | NHB S. 72 Projekte im Rahmen der unternehmerischen Verantwortung von Swisscom;<br>NHB S. 24 Verantwortungsbewusstes Marketing  |
| G4-PR7 | Verstösse gegen Marketingstandards  | ☑ | NHB S. 24 Verantwortungsbewusstes Marketing;<br>Keine Verstösse gegen Marketingstandards im 2017 festgestellt.   |
| G4-PR8 | Beschwerden zur Verletzung des Schutzes der Kundendaten                   | ☑ | NHB S. 23 Compliance Management. Im Jahr 2017 wurde ein Fall eines unzulässigen Datenzugriffs durch Dritte festgestellt.   |
| G4-PR9 | Bussgelder wegen Produkt- und Dienstleistungsaufgaben                     | ☑ | NHB S. 23 Compliance Management. Es sind keine Verstösse gegen Produkt- und Dienstleistungsaufgaben im Jahr 2017 bekannt. Es wurden keine Bussgelder verhängt.   |

#### GRI Sector Supplement der Telekommunikationsbranche: Investitionen

|     |  |   |   |
|-----|--|---|---|
| IO1 | Investiertes Kapital für Infrastrukturmassnahmen nach Regionen   | ☑ | LB S. 45 Investitionen  |
| IO2 | Kosten für Ausweitung nichtprofitabler Dienstleistungen auf abgelegene Regionen und Gruppen mit geringen Einkünften; Darstellung gesetzlicher Vorschriften | ☑ | LB S. 24 Infrastruktur; LB S. 20 Fernmeldegesetz (FMG);<br>NHB S. 69 Grundversorgung;<br>Detaillierte Kostenberechnungen für die Grundversorgung liegen nicht vor, weil Swisscom diese Kosten nicht geltend gemacht hat bzw. den Entschädigungs-Fonds des Bundes nicht beanspruchen wollte. |

#### Gesundheit und Sicherheit

|     |  |   |  |
|-----|--|---|--|
| IO3 | Massnahmen zur Sicherstellung von Gesundheit und Sicherheit des Personals beim Bau der Infrastruktur | ☑ | NHB S. 52 Gesundheit der Mitarbeitenden;<br>NHB S. 52 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz  |
| IO4 | Einhaltung der ICNIRP-Standards für Strahlung von Endgeräten   | ∅ | Nicht relevant, in der Verantwortung des Herstellers von Endgeräten.   |
| IO5 | Einhaltung der ICNIRP-Standards für Strahlung von Basisstationen                                     | ☑ | NHB S. 44 Zertifizierung des Qualitätssicherungssystems für die Einhaltung der NISV-Grenzwerte: Swisscom hielt die Grenzwerte im Jahr 2017 ein.                              |
| IO6 | Massnahmen bezüglich der SAR-Werte von Endgeräten  | ☑ | NHB S. 44 Forschung und Entwicklung im Bereich elektromagnetischer Felder;<br>NHB S. 45 Informationspflicht zu den in den Verkaufsstellen angebotenen Geräten (letzter Satz) |

#### Infrastruktur

|     |   |   |  |
|-----|---|---|--|
| IO7 | Massnahmen hinsichtlich Platzierung von Sendemasten   | ☑ | Siehe unter Netzplanung/Abdeckung: <a href="http://www.swisscom.ch/netzabdeckung">www.swisscom.ch/netzabdeckung</a><br>LB S. 24 Infrastruktur in der Schweiz |
| IO8 | Anzahl der allein und gemeinsam genutzten Sendemasten | ☑ | LB S. 24 Infrastruktur in der Schweiz  |

| Indikatoren | Status | Verweis LB = Lagebericht, NHB = Nachhaltigkeitsbericht, CG = Corporate Governance, VB = Vergütungsbericht, JR = Jahresrechnung oder Website Swisscom       |
|-------------|--------|--|
|             |        | Legende: Indikator nach GRI 4 (gemäss Berichtsgrenze)<br>∅ = nicht relevant    ☒ = nicht abgedeckt    ☐ = teilweise abgedeckt    ☑ = vollständig abgedeckt |

#### Bereitstellung von Zugang zu Telekommunikationsprodukten und -dienstleistungen: Überwindung des Digital Divide

|     |  |   |  |
|-----|--|---|--|
| PA1 | Strategien und Massnahmen in wenig besiedelten Gebieten  | ☑ | LB S. 20 Fernmeldegesetz (FMG);<br>NHB S. 69 Grundversorgung   |
| PA2 | Strategien und Massnahmen zur Überwindung von Zugangs- und Nutzungsbarrieren   | ☑ | LB S. 20 Fernmeldegesetz (FMG); NHB S. 69 Grundversorgung;<br>NHB S. 47 Jugendmedienschutz und Förderung der Medienkompetenz;<br>NHB S. 72 Angebote von Swisscom für Menschen mit Beeinträchtigungen;<br>NHB S. 48 Initiative «Schulen ans Internet» |
| PA3 | Strategien und Massnahmen zur Sicherung der Verfügbarkeit und Verlässlichkeit von Produkten und Dienstleistungen                       | ☑ | LB S. 55 Geschäftsunterbruch;<br>NHB S. 69 Grundversorgung   |
| PA4 | Verbreitungsgebiet und Marktanteile bei Produkten und Dienstleistungen   | ☑ | LB S. 21 Entwicklung des Schweizer Markts für Telekommunikations- und Informatikdienstleistungen   |
| PA5 | Anzahl und Arten von Produkten und Dienstleistungen, die für Geringverdiener und Menschen ohne Einkommen zur Verfügung gestellt werden | ☑ | NHB S. 72 Angebote für Menschen mit beschränkten finanziellen Mitteln  |
| PA6 | Programme und Massnahmen zur Bereitstellung und Erhaltung von Diensten in Notsituationen   | ☑ | LB S. 55 Geschäftsunterbruch;<br>Gratisnummer: Notrufnummer 112; Feuerwehrnotruf 118; Sanitätsnotruf 144<br>Kostenpflichtige Nummer: REGA 1414, Air Glacier 1415; Strassenhilfe 140  |

#### Zugang zu Inhalten

|     |   |   |   |
|-----|---|---|---|
| PA7 | Strategien und Massnahmen, um Menschenrechtsthemen mit Bezug zu Zugang und Nutzung von Telekommunikationsprodukten und -dienstleistungen zu gewährleisten | ∅ | Für die Systemgrenze in der Schweiz nicht relevant. |
|-----|---|---|---|

#### Kundenbeziehungen

|      |  |   |  |
|------|--|---|--|
| PA8  | Strategien und Massnahmen zur Kommunikation von EMF-bezogenen Themen in der Öffentlichkeit                 | ☑ | NHB S. 44 Strahlungsarme Kommunikationstechnologien;<br>Siehe unter: Website <a href="http://www.swisscom.ch/strahlung">www.swisscom.ch/strahlung</a>  |
| PA9  | Investitionen in Aktivitäten zur Erforschung elektromagnetischer Felder                                    | ☑ | NHB S. 44 Forschung und Entwicklung im Bereich elektromagnetischer Felder;<br>Siehe unter: <a href="http://www.swisscom.ch/innovation">www.swisscom.ch/innovation</a> ;<br>Siehe unter: <a href="http://www.swisscom.ch/strahlung">www.swisscom.ch/strahlung</a> |
| PA10 | Initiativen zur Gewährleistung transparenter Gebühren und Tarife   | ☑ | Swisscom legt ihre Tarifstruktur offen und hat darüber hinaus Beratungsangebote zur Optimierung der persönlichen Tarife. Link: <a href="http://www.swisscom.ch/mobiletarife">www.swisscom.ch/mobiletarife</a>  |
| PA11 | Initiativen zur Kundenberatung zur verantwortungsvollen, effizienten und umweltfreundlichen Produktnutzung | ☑ | NHB S. 31 Effizienzsteigerung dank nachhaltiger ICT-Dienste bei Swisscom;<br>NHB S. 34 Energieverbrauch und Emissionen bei den Kunden und Initiative zu deren Reduktion dank verbesserter Endgeräte; Siehe G4-EN27   |

#### Technische Anwendungen: Ressourceneffizienz

|     |  |   |  |
|-----|--|---|--|
| TA1 | Beispiele für Ressourceneffizienz von Telekommunikationsprodukten und -dienstleistungen  | ☑ | NHB S. 31 Effizienzsteigerung dank nachhaltiger ICT-Dienste bei Swisscom;<br>NHB S. 34 Energieverbrauch und Emissionen bei den Kunden und Initiative zu deren Reduktion dank verbesserter Endgeräte; Siehe G4-EN27   |
| TA2 | Beispiele für den Ersatz physischer Objekte durch Telekommunikation  | ☑ | NHB S. 31 Effizienzsteigerung dank nachhaltiger ICT-Dienste bei Swisscom;<br>NHB S. 34 Energieverbrauch und Emissionen bei den Kunden und Initiative zu deren Reduktion dank verbesserter Endgeräte; Siehe G4-EN27   |
| TA3 | Änderung des Kundenverhaltens durch die Nutzung der oben genannten Produkte und Dienstleistungen                                     | ☑ | NHB S. 31 Effizienzsteigerung dank nachhaltiger ICT-Dienste bei Swisscom;<br>NHB S. 34 Energieverbrauch und Emissionen bei den Kunden und Initiative zu deren Reduktion dank verbesserter Endgeräte; Siehe G4-EN27;<br>Siehe Green-ICT Studie auf <a href="http://www.swisscom.ch/greenict">www.swisscom.ch/greenict</a> |
| TA4 | Auswirkungen durch die Nutzung der oben genannten Produkte und Dienstleistungen und «lessons learned» für die zukünftige Entwicklung | ☑ | NHB S. 31 Effizienzsteigerung dank nachhaltiger ICT-Dienste bei Swisscom;<br>NHB S. 34 Energieverbrauch und Emissionen bei den Kunden und Initiative zu deren Reduktion dank verbesserter Endgeräte; Siehe G4-EN27;<br>Siehe Green-ICT Studie auf <a href="http://www.swisscom.ch/greenict">www.swisscom.ch/greenict</a> |
| TA5 | Praktiken in Bezug auf Urheberrechte   | ☑ | NHB S. 24 Praktiken in Bezug auf Urheberrechte   |