

## Die Ziele von Swisscom

### Die wichtigsten Kennwerte

Schwerpunkt der CR-Strategie	Ziele	Status/Massnahmen
<b>Management/Governance</b>		
<b>Systemgrenzen/Datenerfassung</b> Detaillierung der Systemgrenzen und Erweiterung der Datenerfassungssysteme für die Nachhaltigkeitsberichterstattung KPI: Erhöhung des Abdeckungsgrades der Managementsysteme und Kennzahlen innerhalb der Systemgrenze	<b>2012:</b> <b>Konsolidierung Datenerfassung</b> 2013: Integration in Prozesse	<b>Ziel 2012 erreicht</b> Detaillierte Liste der Konzernfirmen laufend aktualisiert, Integration neuer Firmen in Datenerfassungssysteme <b>Massnahme 2013:</b> > Weitere Integration in Prozesse Akquisition und Mutation
<b>Anti-Korruption (GRI-SO2)</b> KPI: Durchführung von Schulungen zur Anti-Korruptions-Weisung	<b>2012:</b> <b>Schulung der Risikobereiche</b> 2013: Schulung integrieren in Compliance-Prozess	<b>Ziel 2012 erreicht</b> Hinweis: KPI wurde 2012 angepasst (Einschränkung auf Risikobereiche) <b>Massnahme 2013:</b> > Weiterer Aufbau und Etablierung der Schulungen
<b>Nachhaltiges Leben und Arbeiten</b>		
<b>Umsatzsteigerung auf Green ICT-Portfolio (GRI-EN26)</b> Klimafreundliche Produkte und Dienste für Geschäftskunden (B2B) KPI: Umsatzsteigerung auf definierten Green ICT-Portfolio	<b>2012:</b> <b>+10% gegenüber Vorjahr</b> 2013: <b>+10% gegenüber Vorjahr</b>	<b>Ziel 2012 nicht erreicht (8,8%)</b> <b>Massnahmen 2013:</b> > Weitere Förderung der klimafreundlichen Angebote > Erteilung von weiteren Green ICT-Zertifikaten > Projektpartnerschaften mit NGO
<b>Ausbau des Portfolios von klimafreundlichen Produkten und Diensten (GRI-EN26)</b> KPI: Anzahl von myclimate (NGO) zertifizierten Angeboten	<b>2012:</b> <b>Privatkunden: 3</b> <b>Geschäftskunden: 17</b> 2013: <b>Privatkunden: 3</b> <b>Geschäftskunden: 19</b>	<b>Ziel 2012 Privatkunden nicht erreicht (1)</b> <b>Ziel 2012 Geschäftskunden übertroffen (18)</b> <b>Massnahmen 2013:</b> > Evaluation geeigneter Produkte oder Neukonzeption von geeigneten Produkten und Diensten > Bestimmung Umweltverbesserung gegenüber Standardprodukten > Bestehendes Portfolio www.swisscom.ch/myclimate
<b>Handy-Rücknahme (GRI-EN26)</b> Steigerung der Rücklaufquote KPI: Rücklaufquote (Prozentsatz von zurückgegebenen Geräten im Vergleich zur Anzahl verkaufter Geräte)	<b>2012:</b> <b>12%</b> 2013: <b>14%</b>	<b>Ziel 2012 erreicht (11,4%)</b> <b>Massnahmen 2013:</b> > Sensibilisierung Shop-Mitarbeitende > Kommunikationskampagne
<b>Reduktion Papierverbrauch (GRI-EN26)</b> KPI: Anteil von Privat-Kunden, die Online-Rechnung nutzen	2015: <b>30%</b>	<b>Erreichter Anteil 2012: 15% (865'000 Kunden)</b> Hinweis: KPI wurde 2012 angepasst <b>Massnahmen 2013:</b> > Weitere Förderung der Online-Rechnung > Direct Mails für geeignete Kundensegmente > Gemeinsame Aktion mit WWF (Schweiz)
<b>Schulung Touch Point- (Shop-/Call-Center-) Mitarbeitende (GRI-EN26)</b> Schulung von Shop- und Call-Center-Mitarbeitenden zu Kundenanliegen/Botschaften aus dem Bereich Umwelt/Soziales KPI 2012: Anteil der geschulten Touch Point-Mitarbeitenden KPI 2013: Lehrgang zu Corporate Responsibility (CR)	<b>2012:</b> <b>30%</b> 2013: <b>Lehrgang aufgebaut und erstmalig durchgeführt</b>	<b>Zielerreichung 2012 nicht gemessen, jedoch CR in Grundschulung stärker integriert</b> <b>Massnahme 2013:</b> > Aufbau und Rollout separater Lehrgang
<b>Nachhaltiger Ressourceneinsatz</b>		
<b>Umweltmanagementsystem (UMS)</b> Erweiterung der Gültigkeit von einzelnen Vorgaben des UMS auf Konzerngesellschaften in der Schweiz KPI: Anzahl etablierter und geschulter Kontaktstellen bei Konzerngesellschaften in der Schweiz	<b>2012:</b> <b>17</b> 2013: <b>erledigt, kein weiteres Ziel</b>	<b>Ziel 2012 erreicht (17)</b> > 14 Kontaktstellen ohne UMS > 3 Kontaktstellen mit UMS
<b>Erneuerbare Energie (GRI-EN4)</b> KPI: Abdeckungsgrad des Strombedarfs durch erneuerbare Energien	<b>2012:</b> <b>100%</b> 2013: <b>100%</b>	<b>Ziel 2012 erreicht (100%)</b> <b>Massnahmen 2013:</b> > Einkauf erneuerbarer Energien (Strom) > Kompensierung mit Zertifikaten > Verifizierung durch WWF
<b>Energieeffizienz (GRI-EN6)</b> Laufende Steigerung der Energieeffizienz KPI: Steigerung der Energieeffizienz EF  Basis 1.1.2010 > GEV = Gesamtenergieverbrauch > ESP = kumulierte Energieeinsparungen $EF = \frac{GEV + \sum ESP}{GEV}$ Quelle: adaptiert aus der Richtlinie des BAFU	2015: <b>+20% gegenüber 1. Januar 2010</b>	<b>Erreichte Effizienzsteigerung 2010–2012: +15%</b> <b>Massnahmen 2013:</b> Weitere Umsetzung der Spar- und Effizienzmassnahmen u.a.: > Einsatz Kühlmethode Mistral (Frischlufkühlung) > Rückbau und Technologieverbesserungen > Effizienzsteigerung in Rechenzentren > Virtualisierung Server
<b>Reduktion direkter CO<sub>2</sub>-Ausstoss (GRI-EN18)</b> Fokus auf direkte Emissionen aus fossilen Energieträgern (Scope 1) KPI: CO <sub>2</sub> -Ausstoss aus Brennstoff- und Treibstoffverbrauch	2015: <b>-12% gegenüber 1. Januar 2010</b>	<b>Erreichte Reduktion 2010–2012: -6%</b> <b>Massnahmen 2013:</b> > Umsetzung weiterer Effizienzmassnahmen > Weitere Umsetzung der Beschaffungsroadmap (Fahrzeuge)

Schwerpunkt der CR-Strategie	Ziele	Status/Massnahmen
<b>Optimierung CO<sub>2</sub>-Ausstoss Fahrzeugflotte: (GRI-EN29)</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	<b>2012:</b> <b>138 g CO<sub>2</sub>/km</b> 2013: <b>128 g CO<sub>2</sub>/km</b> 2015: <b>110 g CO<sub>2</sub>/km</b>	<b>Ziel 2012 übertroffen (131 g CO<sub>2</sub>/km)</b> <b>Massnahme 2013:</b> > Weitere Umsetzung der Beschaffungsroadmap
<b>Verantwortung in der Lieferkette</b>		
<b>Risikobeurteilung der Lieferpartner aus Warengruppen mit hohem Risikoprofil (GRI-HR2)</b> KPI: Anteil Lieferpartner, bei denen eine Risikobeurteilung erfolgte (in % der Gesamtanzahl Lieferpartner aus Warengruppen mit hohem Risikoprofil)	<b>2012:</b> <b>100%</b> 2013: <b>umgesetzt, kein weiteres Ziel</b>	<b>Ziel 2012 erreicht (100 %)</b>
<b>Risikobeurteilung der Lieferpartner aus Warengruppen mit mittlerem Risikoprofil (800 Lieferpartner) (GRI-HR2)</b> KPI: Anteil Lieferpartner, bei denen eine Risikobeurteilung erfolgte (in % der Gesamtanzahl Lieferpartner aus Warengruppen mit mittlerem Risikoprofil)	<b>2012:</b> <b>25% (200)</b> 2013: <b>35% (280)</b>	<b>Ziel 2012 übertroffen (27,8%/223)</b> <b>Massnahme 2013:</b> > Lieferpartner aus Warengruppen mit mittlerem Risikoprofil werden mittels eines Bewertungsbogens beurteilt und falls nötig priorisiert > Geeignete Massnahmen zur Risikoreduktion werden definiert, umgesetzt und festgehalten
<b>Überprüfung der Lieferpartner aus Warengruppen mit mittlerem Risikoprofil (GRI-HR2)</b> KPI: a) Anzahl Lieferpartner mit einem hohen Risikoprofil, die auditiert worden sind (Audits) b) Anzahl Lieferpartner mit einem mittleren Risikoprofil, die eine Selbstdeklaration durchgeführt haben	<b>2012:</b> <b>a) 6</b> <b>b) 80</b> 2013: <b>a) 4</b> <b>b) 30</b>	<b>Ziel 2012 a) erreicht (6)</b> <b>b) nicht erreicht (28)</b> , aufgrund Anpassung technischer Lösung (E-TASC) <b>Massnahmen 2013:</b> a) Durchführung von Audits im Rahmen des Joint Audit Cooperation (JAC) bei Lieferpartnern mit hohem Risikoprofil b) Selbstdeklarationen von Lieferpartnern (Auswahlkriterien: Bestellvolumen/Risiko)
<b>Implementierung der Swisscom CR-Vorgaben (GRI-HR2)</b> KPI: Anteil am Bestellvolumen, welches mit Lieferpartnern generiert wird, die die CR-Vorgaben unterzeichnet haben	<b>2012:</b> <b>90%</b> 2013: <b>95%</b>	<b>Ziel 2012 erreicht (93%)</b> <b>Massnahme 2013:</b> > Ausdehnung der CR-Vorgaben auf weitere Lieferpartner
<b>Kommunikation für alle</b>		
<b>Förderung der Medienkompetenz: Medienkurse für Eltern und Lehrpersonen (GRI-PR6)</b> KPI: Anzahl der externen Teilnehmer an den angebotenen Medienkursen	<b>2012:</b> <b>5'000</b> 2013: <b>5'000</b>	<b>Ziel 2012 übertroffen (5'240)</b> <b>Massnahmen 2013:</b> > Erweiterung des Angebotes mit Online-Plattformen > Weitere Vermarktung des Angebots
<b>Förderung der Medienkompetenz: Medienkurse für Schüler (Oberstufe) (GRI-PR6)</b> KPI 2012: Anzahl Schulungen KPI 2013: Anzahl Schüler	<b>2012:</b> <b>600 (10'800 Schüler)</b> 2013: <b>15'000 (ca. 800 Kurse)</b>	<b>Ziel 2012 übertroffen (640/11'957 Schüler)</b> <b>Massnahmen 2013:</b> > Weiterentwicklung des Kursangebotes > Intensivierung der Kommunikation
<b>Förderung der Medienkompetenz: Anwenderkurse für Senioren (GRI-PR6)</b> KPI: Anzahl Teilnehmende	<b>2012:</b> <b>16'000</b> 2013: <b>16'000</b>	<b>Ziel 2012 nicht erreicht (12'831)</b> <b>Massnahmen 2013:</b> > Weiterentwicklung des Kursangebotes > Intensivierung der Kommunikation
<b>Zugang für alle (Accessibility) (GRI-SO1)</b> Verbesserung der Barrierefreiheit des Online-Auftritts von Swisscom KPI: Erreichung AA-Einstufung gemäss Web Content Accessibility Guidelines	<b>2012:</b> <b>AA-Einstufung für Online-Auftritt</b> 2013: <b>AA-Einstufung für Online-Auftritt</b>	<b>Ziel 2012 nicht erreicht</b> <b>Massnahme 2013:</b> > Umsetzung Accessibility Empfehlungen in laufenden Online-Projekten
<b>Verantwortungsvolle Arbeitgeberin</b>		
<b>Diversity (GRI-LA1)</b> Erhöhung des Frauenanteils im Management  KPI: Frauenanteil im Management (Konzernleitung und Management-Level 1 bis 5)	<b>Mittelfristig (3–5 Jahre):</b> <b>20%</b>	<b>Ausgangswert 2010: 9,9%</b> <b>Wert 2012: 11,0%</b> Hinweis: KPI wurde 2012 auf gesamtes Management ausgedehnt <b>Massnahmen 2013:</b> > Spezielle Mentoringprogramme/Coaching > Transparentes und gezieltes Recruiting > Frauennetzwerke > Talent Management
<b>Betriebliches Gesundheitsmanagement (GRI-LA7)</b> Reduktion der Absenzenquote der Mitarbeitenden KPI: Absenzen in Tagen/Solltage (gewichtet nach FTE) x 100 Die Solltage ergeben sich aus der Standardarbeitszeit	2015: <b>2,1%</b>	<b>Ausgangswert 2010: 3,0%</b> <b>Wert 2012: 2,9%</b> <b>Massnahmen 2013:</b> > Weitere Professionalisierung Case-Management > Weitere Professionalisierung in der Anwendung der Präsenzmethode > Verankerung der individuellen Prävention – Vorgesetzte und Mitarbeitende
<b>Corporate Volunteering (GRI-LA)</b> KPI: Anzahl Einsatztage	<b>2012:</b> <b>600 Tage</b> 2013: <b>1'000 Tage</b>	<b>Ziel 2012 übertroffen (748 Tage)</b> <b>Massnahme 2013:</b> > Ausbau des Einsatzes von Corporate Volunteering, u.a. als Personal-Entwicklungsinstrument