

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2021



Nachhaltigkeitsbericht

Vorwort	31
Wesentlichkeitsanalyse	32
Nachhaltigkeitsstrategie	34
Mitarbeitende	37
Kunden	42
Smartphone-Kreislauf	44
Umwelt-Management	46
GRI-Index	48

Liebe Leserin, lieber Leser

Seit wir unseren dritten Nachhaltigkeitsbericht vorgelegt haben – den zweiten nach Vorgabe der Global Reporting Initiative (GRI) – ist ein ereignisreiches Jahr vergangen, in dem das Thema Nachhaltigkeit weiter an Bedeutung gewonnen hat. Im zweiten Pandemiejahr wurden Werte wie Vertrauen, Sicherheit und Kontinuität noch wichtiger: das Vertrauen unserer Mitarbeitenden in mobilezone als sichere Arbeitgeberin, das Vertrauen unserer Kunden in unsere Produkte und Beratungsleistungen sowie die Sicherheit beim Kaufentscheid und die Kontinuität eines jungen und gesunden Unternehmens.

Die Nachhaltigkeitsstrategie von mobilezone basiert auf den vier Säulen «Mitarbeitende», «Kunden», «Smartphone-Kreislauf» und «Umwelt-Management». Im vergangenen Jahr haben wir in den vier Themengebieten verschiedene Massnahmen zur Umsetzung der Strategie entwickelt.

Beispielsweise haben wir in einer gruppenweiten standardisierten Mitarbeiterbefragung die Zufriedenheit und das Engagement unserer Mitarbeitenden erhoben und mit dem employee Net Promoter Score (eNPS) eine Kennzahl geschaffen, um die erhobenen Werte vergleichbar zu machen. Die kommenden Monate dienen nun der Konsolidierung der Ergebnisse und der Ableitung weiterer Massnahmen. Im vergangenen Geschäftsjahr haben wir ausserdem ein Jubiläum gefeiert: Seit 20 Jahren bildet mobilezone in der Schweiz Jugendliche und junge Erwachsene aus. Im Geschäftsjahr 2020 sind auch Trainees dazugekommen. Mit unserem Ausbildungskonzept sorgen wir bereits heute für die Fachkräfte von morgen und profitieren von neuen Blickwinkeln und frischem Wind, den die jungen Menschen ins Unternehmen bringen.

Aber nicht nur die Mitarbeitenden liegen uns am Herzen: Ohne unsere Kunden stünde mobilezone nicht da, wo sie heute steht. Entsprechend ist ihre Zufriedenheit unsere wichtigste Messgrösse. Im vergangenen Jahr wurden Massnahmen zur verbesserten Kundenbetreuung entwickelt oder bereits eingeführt: von Coaching und Weiterentwicklung von Führungskräften über eine Verkäuferschulung in den Schweizer Shops bis hin zu Prozessoptimierungen und einem noch besseren Umgang mit Kunden-Feedback über die gesamte mobilezone Gruppe hinweg.

Der wichtigste Grundsatz unserer Nachhaltigkeitsstrategie lautet: Sie bewegt sich im Einklang mit unserem Kerngeschäft. Denn nur so können wir glaubhaft, effizient und wirkungsvoll etwas bewegen. Dieser Grundsatz manifestiert sich ganz besonders im Bereich Smartphone-Kreislauf. Die Nachfrage nach wiederaufbereiteten Smartphones steigt. Unter anderem ist dies teurer werdenden Rohstoffen und einer weltweiten Chip-Knappheit als Folgen der Pandemie geschuldet und nicht zuletzt schlicht einem Umdenken von gewissen Kundengruppen beim Konsum. Entsprechend haben wir im Berichtsjahr Massnahmen im Bereich Refurbishing und Lifecycle Management verstärkt, um einerseits den Absatz von gebrauchten Smartphones weiter zu steigern und andererseits auch in den Bereichen Rücknahme von nicht mehr benötigten Geräten und Reparaturen weiterzuwachsen.

Im neuen Geschäftsjahr planen wir, die Massnahmen in allen Bereichen zu vertiefen: Aus den Resultaten der Mitarbeiterbefragung sollen die nötigen Schlüsse gezogen werden, um die Zufriedenheit der Mitarbeitenden zu verbessern. Wir führen das Trainee-Programm auch im Jahr 2022 weiter und wollen wiederum die zum Ziel gesetzte Anzahl Lernende ausbilden. Wir streben ausserdem an, unsere Kundenzufriedenheit weiter zu verbessern, und wir möchten im Bereich Second Life und Refurbishing von Smartphones weiterwachsen. Ein wichtiger Schritt in diese Richtung ist der Umzug der ehemaligen mobiletouch und heutigen mobilezone reload nach Rotkreuz im Februar 2022 und die damit verbundene Etablierung noch effizienterer Services rund um das Lifecycle Management von Mobilgeräten.

Auf den folgenden Seiten berichten wir detailliert über die Massnahmen und Ziele sowie Zielerreichungen in den vier Fokusbereichen unserer Nachhaltigkeitsstrategie.



Olaf Swantee
Verwaltungsratspräsident



Markus Bernhard
Chief Executive Officer



Martina Högger
Verantwortliche Nachhaltigkeit

Wesentlichkeitsanalyse

Die Wesentlichkeitsanalyse vom Sommer 2020 bildet die Basis für die Nachhaltigkeitsstrategie von mobilezone. Sie zeigt den Weg auf, wie die Nachhaltigkeitsstrategie von mobilezone entstanden ist. Sie wurde in vier Schritten umgesetzt:

- ✓ Stakeholderinterviews mit ausgewählten Analysten, Entscheidungsträgern bei Mobilfunkanbietern und Geräteherstellern, Mitgliedern des Verwaltungsrats und des Managements, Mitarbeitenden sowie Verbänden, Kunden und Journalisten
- ✓ Konzernweite Mitarbeiterbefragung zum Thema Nachhaltigkeit
- ✓ Impact-Analyse der verschiedenen Geschäftsaktivitäten der mobilezone Gruppe
- ✓ Workshop mit Mitgliedern des Managements sowie Mitarbeitenden

In der Impact-Analyse wurde der Einfluss unserer Geschäftsaktivitäten auf Umwelt und Gesellschaft betrachtet. Der Blick auf die Wertschöpfungskette zeigt, dass die grössten Einflüsse durch den Abbau von Rohstoffen und die Herstellung der Geräte entstehen, die das Unternehmen verkauft. mobilezone kann hier Einfluss nehmen, indem sie Angebote macht, welche die Nutzungsdauer der Geräte verlängert, was zu einem tieferen Bedarf an Ressourcen führt. Im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse wurden zudem über dreissig Interviews mit Stakeholdern geführt. Diese wurden auf der Grundlage ihrer Betroffenheit und ihres Einflusses auf mobilezone ausgewählt. Inhaltlich befassten sich die Interviews mit den Auswirkungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Dabei zeigte sich, dass hohe

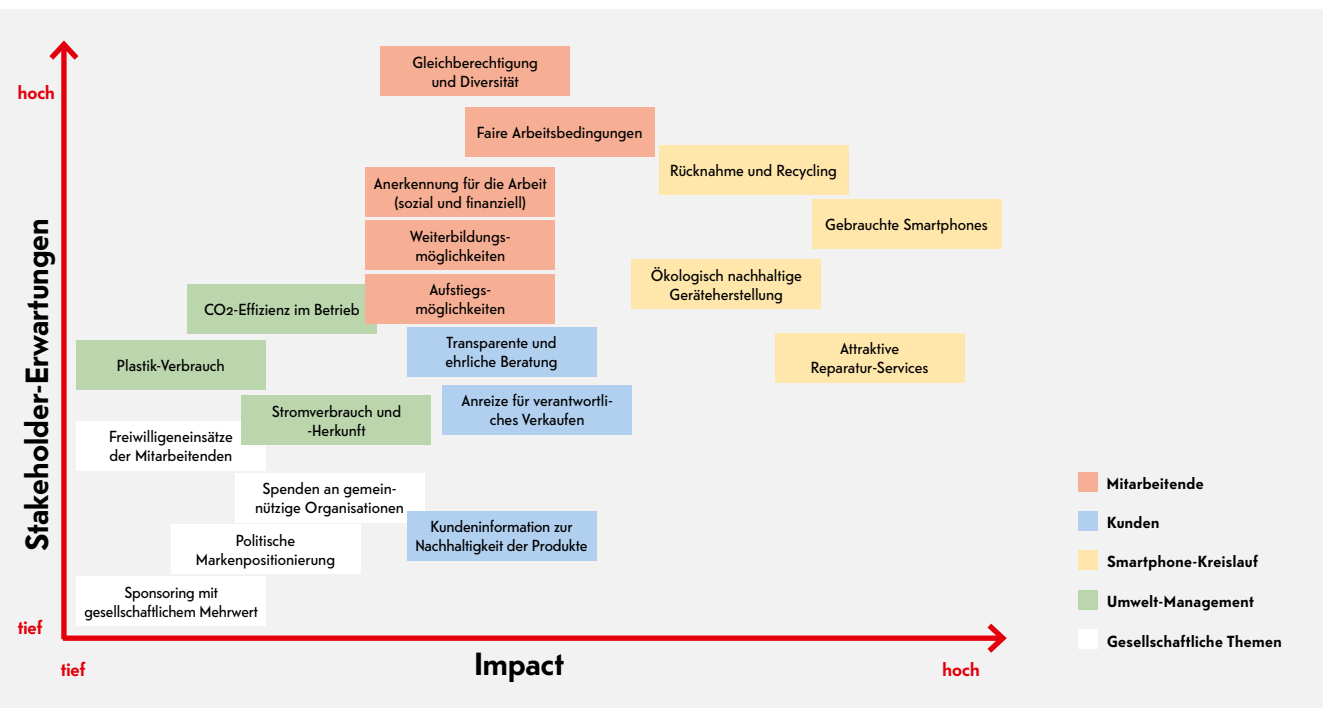
Erwartungen an die Unabhängigkeit und Transparenz unserer Beratung bestehen. In einem Workshop mit dem Management wurden die Ergebnisse aus den Interviews und der Impact-Analyse diskutiert und die Sicht der Unternehmensstrategie eingebracht. Daraus wurden vier Themenbereiche entwickelt, welche im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie im Vordergrund stehen werden:

Besonders aus Sicht unserer **Mitarbeitenden** als direkt Betroffene, aber auch für den Verwaltungsrat, die Konzernleitung, das Management und die Partner sind die Arbeitsbedingungen und gleichberechtigte Entwicklungsmöglichkeiten am Arbeitsplatz wichtig. Eine regelmässige Messung der Zufriedenheit sowie daraus abgeleitete Massnahmen steigern die Mitarbeiterzufriedenheit und damit letztlich Motivation und Bindung ans Unternehmen.

Die Zufriedenheit unserer **Kunden** steht im Mittelpunkt unseres Handelns. Nicht nur aus Nachhaltigkeitssicht ist eine transparente und faire Beratung sowie eine konsolidierte Messung der Kundenzufriedenheit über die gesamte mobilezone Gruppe hinweg sowie deren langfristig ausgerichtete Optimierung zentral.

Indem wir Angebote machen, welche die Lebensdauer von Smartphones verlängern, adressieren wir das Thema mit dem grössten ökologischen Einfluss. Wir fassen die dazugehörigen Aktivitäten im Bereich **Smartphone-Kreislauf** zusammen.

Unseren Energie- und Materialverbrauch optimieren wir im Rahmen des **Umwelt-Managements**. Es adressiert unsere internen Prozesse.



Alle evaluierten Themen im Rahmen der Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie von mobilezone und deren Gewichtung zusammengefasst in einer Wesentlichkeitsmatrix.

Nachhaltigkeitsstrategie

Die Nachhaltigkeitsstrategie von mobilezone gilt für alle Gesellschaften der mobilezone Gruppe in der Schweiz und in Deutschland. mobilezone konzentriert sich in ihrer Nachhaltigkeitsstrategie auf die Kernthemen «Mitarbeitende», «Kunden», «Smartphone-Kreislauf» und «Umwelt-Management».

Organisation und Verantwortlichkeiten

Der Verwaltungsrat agiert als oberstes Entscheidungsgremium und verabschiedet die Nachhaltigkeitsstrategie. Als oberster Verantwortlicher für die Nachhaltigkeitsstrategie fungiert der CEO der mobilezone Gruppe. Das Nachhaltigkeits-Team ist verantwortlich für die operative Umsetzung des Themas im Unternehmen und zieht bei Bedarf die entsprechenden Stellen und Gesellschaften bei. Es findet ein regelmässiger Austausch zwischen dem CEO als oberstem Nachhaltigkeitsverantwortlichen und dem Nachhaltigkeits-Team statt. Darin wird die Strategie weiterentwickelt und die Umsetzung der Massnahmen kontrolliert. Die Frequenz dieses Austausches wird auf viermal pro Jahr angesetzt.

Nachhaltigkeits-Monitoring und -Reporting

Das Nachhaltigkeits-Monitoring ist zentral aufgebaut und die entsprechenden Kennzahlen werden jährlich erhoben und ausgewertet. Das Monitoring erfolgt als Teil des internen Nachhaltigkeitsmanagementsystems, in das alle Geschäftsbereiche und Gesellschaften von mobilezone integriert sind. Durch das Monitoring wird geprüft, in welchen Bereichen weitere Massnahmen für eine erfolgreiche Zielerreichung umgesetzt werden müssen. Dies wird im Rahmen des regelmässigen Austauschs im Nachhaltigkeits-Team evaluiert.

Kommunikation

Über die Massnahmen und Fortschritte bei den vier Fokusthemen wird intern und extern kommuniziert. Interne Zielgruppen werden an Mitarbeiterinformationen via Info-Screens und interne E-Mails abgeholt. Für externe Zielgruppen werden die Informationen im vorliegenden Geschäftsbericht sowie via Medienmitteilungen zur Verfügung gestellt. Weiterhin finden auf Nachfrage bilaterale Gespräche mit Analysten und weiteren interessierten Stakeholdern statt.

Die vier Säulen der Nachhaltigkeitsstrategie

MITARBEITENDE	KUNDEN	SMARTPHONE-KREISLAUF	UMWELT-MANAGEMENT
Offene Kommunikationskultur	Kundenvorteilsprogramm «mobilezone Club»	Verkauf gebrauchter Smartphones	Energie-Management
Ausbildungsbetrieb	Schulungen Verkaufspersonal	Dezentrales Reparaturangebot	
Verhaltenskodex	Erhebung Kundenzufriedenheit	Zentrales Reparaturangebot	

Mitarbeitende

Wir sehen die Kompetenzen und die Motivation unserer Mitarbeitenden als entscheidenden Faktor für den nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg von mobilezone. Flache Hierarchien und eine Matrixorganisation ermöglichen schnelle Entscheidungen und eine offene Kommunikationskultur auf jeder Stufe schafft die nötige Vertrauensbasis.

Die Zufriedenheit unserer Mitarbeitenden ist uns wichtig. Um diese zu erreichen, spielen verschiedene Aspekte wie Aufstiegschancen, Gleichberechtigung und die Förderung von Diversität sowie die Anerkennung für die geleistete Arbeit, aber auch die Möglichkeit für interne und externe Weiterbildungen eine wichtige Rolle. Massnahmen, um diese Zufriedenheit messen zu können, sowie weitere Massnahmen zur Verbesserung haben wir im vergangenen Jahr angepackt. Weiterhin haben wir unsere Verantwortung als Ausbildungsbetrieb wahrgenommen und viele junge Talente ins Unternehmen geholt.

Offene Kommunikationskultur

mobilezone pflegt eine offene Kommunikationskultur, in welcher das Thema Feedback einen hohen Stellenwert hat. Ehrliche faire und konstruktive Feedbacks über alle Hierarchiestufen hinweg gehören zu unserer Kultur. So nimmt das Thema beispielsweise im Rahmen des Onboardings für neue Führungskräfte eine wichtige Rolle ein. Diese Feedbackkultur manifestiert sich auch in den jährlich stattfindenden Mitarbeitergesprächen, in welchen die Mitarbeitenden von ihren Vorgesetzten bewertet werden, und umgekehrt, die Mitarbeitenden auch ihre Vorgesetzten bewerten. Der direkte persönliche Austausch und das Feedback auf Augenhöhe bietet die Möglichkeit, schnell und unbürokratisch Verbesserungen zu erzielen.

Wir möchten, dass auch Themen angesprochen werden können, die vermeintlich unangenehm sind. Deshalb hat mobilezone im Jahr 2020 an ihrem Hauptsitz in Rotkreuz eine Möglichkeit für Mitarbeitende geschaffen, anonym Rückmeldung zu alltäglichen Themen und Wünschen zu geben. Damit möchte mobilezone sicherstellen, die Bedürfnisse der Mitarbeitenden schnell und unbürokratisch aufzunehmen, und wo möglich, zu lösen. Sie hat deshalb den physischen Feedback-Briefkasten in der Zentrale in Rotkreuz geschaffen. Im vergangenen Geschäftsjahr 2021 sind insgesamt elf Feedbacks zu den Themen Remote Work, Zeiterfassung und Mitarbeiter-Benefits eingegangen. Sieben der elf Feedbacks konnte im vergangenen Jahr entsprochen werden.

Das oberste Ziel von mobilezone ist eine möglichst hohe Zufriedenheit ihrer Mitarbeitenden. Um diese mittels Kennzahlen messen zu können, haben wir im letzten Jahr eine standardisierte Mitarbeiterbefragung eingeführt. Daneben sollen resultierend aus dieser Befragung Massnahmen abgeleitet werden, um die Zufriedenheit der Mitarbeitenden zu verbessern.

Als Kennzahl für die Mitarbeiterzufriedenheit hat mobilezone den employee-NPS* definiert. Innerhalb der Mitarbeiterbefragung wurde den Mitarbeitenden die folgende Frage gestellt: «Würdest du mobilezone respektive ihre Tochterunternehmen als Arbeitgeberin weiterempfehlen?» Da es sich um eine erstmalige Erhebung handelt, hat sich mobilezone dazu entschieden, den erzielten Score noch nicht zu publizieren. Wir möchten eine Vergleichbarkeit der Scores über mindestens zwei Jahre erreichen und warten deshalb das Ergebnis der Mitarbeiterbefragung 2022 ab, um daraus weitere Schlüsse ziehen zu können. Generell hat die Mitarbeiterbefragung insbesondere in den Bereichen Karrierebereitschaft, Motivation und Team-Zusammenhalt über die gesamte Gruppe hinweg positive Resultate gebracht.

Ziele

mobilezone ist bereits in der Umsetzung in Bezug auf die Entwicklung möglicher Massnahmen aus der Mitarbeiterbefragung. Diese werden im Geschäftsjahr 2022 weiterentwickelt und zur Implementierung vorbereitet. Die Resultate zu den Massnahmen werden im Nachhaltigkeitsbericht 2022 weiter ausgeführt. Das Ziel, einen eNPS als Kennzahl einzuführen, hat mobilezone erreicht. Für das Jahr 2022 setzen wir uns zum Ziel, den Wert eNPS besser zu verstehen und für uns die richtigen Schlüsse zu ziehen in Bezug auf dessen Verbesserung bei der nächsten Befragung.

Ausbildungsbetrieb

Lernende

mobilezone sorgt bereits heute für die Fachkräfte von morgen und bildet in der Schweiz seit 2001 Lernende aus dem kaufmännischen Bereich, der Informatik (Systemtechnik) und der Logistik aus. Seit 2008 werden zusätzlich Lernende im Detailhandel ausgebildet. Zum Ausbildungsjahr 2020 ist die Ausbildung von Fachmännern und Fachfrauen Kundendialog sowie von Informatikern

*eNPS steht für Employee Net Promoter Score. Die befragten Mitarbeitenden beantworten die Frage «Würdest du mobilezone respektive deren Tochterunternehmen einem Freund oder Familienmitglied weiterempfehlen?», indem sie einen Wert auf einer Skala von 0 bis 10 wählen. 0 steht für «sehr unwahrscheinlich» und 10 für «sehr wahrscheinlich». Basierend auf den Antworten auf die eNPS-Frage, werden diese in die Kategorien Promotoren (antworten mit 9 oder 10 und sind loyal und begeistert und empfehlen ihren Arbeitgeber sehr gerne weiter), Passive (antworten mit 7 oder 8 und sind zufrieden, aber nicht sehr engagiert, und sprechen weder gut noch schlecht über ihren Arbeitgeber) und die Detraktoren (antworten mit 0 bis 6 und sind weniger zufrieden. Bei ihnen besteht das Risiko, dass sie sich negativ über ihren Arbeitgeber äussern). Um den eNPS zu berechnen, wird die folgende Formel angewendet: eNPS = Promotoren (%) – Detraktoren (%). Das Ergebnis liegt zwischen –100 bis 100.

mit Schwerpunkt Applikationsentwicklung zum Ausbildungsangebot hinzugekommen.

Im Berichtsjahr haben 51 Lernende bei mobilezone in der Schweiz ihre Lehre begonnen. Im Vergleich zum Jahr 2020 mit 62 neuen Lernenden liegt diese Zahl etwas tiefer, aber immer noch im Zielrahmen. Im Jahr 2021 beschäftigte mobilezone in der Schweiz insgesamt 132 Lernende. Davon konnten wir 43 Lernenden zum erfolgreichen Abschluss ihrer Ausbildung gratulieren (2020: 30 Lernenden). Von den erfolgreichen Absolventen konnte mobilezone 32 Personen innerhalb des Unternehmens weiterbeschäftigen.

Im letzten Nachhaltigkeitsbericht haben wir die Zielsetzung so definiert, dass wir in der Schweiz jedes Jahr zwischen 40 und 50 neue Lernende einstellen. Im Geschäftsjahr 2021 haben bei mobilezone in der Schweiz 51 neue Lernende ihre Ausbildung begonnen. Damit haben wir unser gesetztes Ziel sogar knapp übertroffen.

Ein weiteres Ziel aus dem vergangenen Jahr war es, zwei Drittel der Lernenden, die ihre Ausbildung erfolgreich abgeschlossen haben, zu übernehmen. Hierbei treten wir im Jahr des Lehrabschlusses in den Dialog mit den entsprechenden Personen und suchen nach einer passenden Anschlusslösung. Im Geschäftsjahr 2021 haben wir dieses Ziel mit einer Übernahmekquote von 74 Prozent übertroffen.

Ziele

Für das Geschäftsjahr 2022 setzen wir uns in Bezug auf die Lernenden in der Schweiz wiederum folgende Ziele:

Wir stellen zwischen 45 und 55 Lernende ein.

Wir beschäftigen $\frac{2}{3}$ der Lernenden mit einem erfolgreichen Lehrabschluss im Unternehmen weiter.

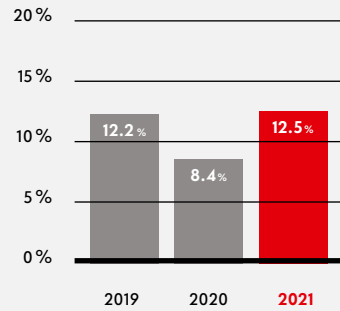
Trainees

Anfang Juli 2020 hat mobilezone Schweiz das Trainee-Programm «mobilezone Pioneers» ins Leben gerufen. Ziel des Trainee-Programms ist es, leistungsfähige Nachwuchstalente zu gewinnen und ins Unternehmen zu integrieren sowie die Möglichkeit für die Kandidaten zu schaffen, sich im praktischen Arbeitsumfeld persönlich weiterzuentwickeln. Von den sechs Trainees, die im Geschäftsjahr 2020 das Programm absolviert haben, wurden fünf übernommen. Im letzten Jahr haben wiederum sechs Kandidatinnen und Kandidaten mit dem sechsmonatigen Trainee-Programm in den Bereichen Marketing, Digital und Projekt-Management begonnen.

Im Geschäftsjahr 2020 hat sich mobilezone zum Ziel gesetzt, das Trainee-Programm weiterzuführen. Dieses Ziel wurde erreicht; im Sommer 2021 haben wiederum sechs neue Trainees im Unternehmen begonnen.

Eine weitere Zielsetzung war es, 60 Prozent der Trainees nach Ablauf des Programms im Unternehmen zu behalten. Dieses Ziel wurde sogar übertroffen. Fünf der sechs Trainees erhielten eine

Fluktuation



Nettofluktuation* (ungeplante Fluktuation, Kündigung durch Arbeitnehmende) der mobilezone Gruppe

Lernende Schweiz

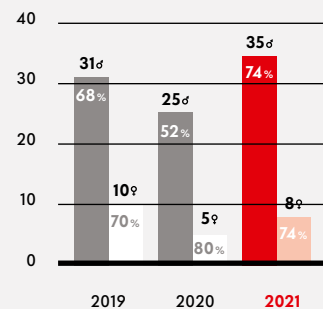
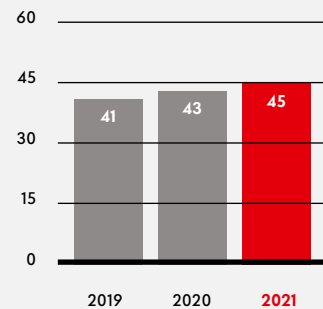


Abbildung: Anzahl Lernende in der Schweiz, die im entsprechenden Jahr die Lehre erfolgreich abgeschlossen haben (absolut) sowie Anzahl Lernende (in %), die ins Unternehmen übernommen wurden.

Nationalitäten



Anzahl unterschiedlicher Nationalitäten über die gesamte mobilezone Gruppe hinweg

- * Nettofluktuation oder ungeplante Fluktuation bedeutet, dass der Mitarbeitende seinen Arbeitsvertrag mit mobilezone von sich aus gekündigt hat. Sie errechnet sich aus der Summe des Jahresanfangs- und des Jahresendbestandes, geteilt durch zwei, in Relation zu den ungeplanten Austritten.
- ** Die geplante Fluktuation umfasst alle Abgänge, bei denen das Arbeitsverhältnis vonseiten mobilezone aufgelöst wurde.
- *** Die natürliche Fluktuation umfasst Abgänge, verursacht durch Pensionierungen, Tod des Arbeitnehmenden oder Ende eines befristeten Vertrags.

♂: Männer ♀: Frauen

Vertragsart GRI 102-8

Land		2021				2020				2019			
		♂	%	♀	%	♂	%	♀	%	♂	%	♀	%
Schweiz	befristet*	125	24.1	52	29.7	122	22.9	45	24.7	106	20.9	33	19.9
	unbefristet	393	75.9	123	70.3	411	77.1	137	75.3	402	79.1	133	80.1
	Total	518	100	175	100	533	100	182	100	508	100	166	100
Deutschland	befristet*	4	1.8	3	2.1	9	4.0	6	4.2	18	8.5	18	12.7
	unbefristet	218	98.2	140	97.9	216	96.0	138	95.8	194	91.5	124	87.3
	Total	222	100	143	100	225	100	144	100	212	100	142	100
mobilezone Gruppe	Total	1 058 Mitarbeitende				1 084 Mitarbeitende				1 028 Mitarbeitende			

In Folge des Verkaufs von mobiletouch austria und einsAmobile wurden die Mitarbeitenden dieser beiden Unternehmen in den Tabellen nicht berücksichtigt. Die Mitarbeiterzahlen der powwow wurden in allen drei Jahren berücksichtigt, obwohl die Akquise 2019 stattfand, um die Vergleichbarkeit der Zahlen sicherzustellen.

*Zu den befristeten Vertragsarten gehören auch Lernende.

Abgänge und Fluktuationsrate (ungeplant) GRI 401-1

Land	Alter (in Jahren)	2021				2020				2019			
		♂	%	♀	%	♂	%	♀	%	♂	%	♀	%
Schweiz	< 25	14	7.2	14	19.1	15	6.5	6	7.6	21	10.3	13	18.4
	25-35	33	17.1	17	23.6	13	7.5	11	17.1	26	14.4	13	19.5
	35-45	10	10.0	6	27.3	4	4.5	4	19.5	9	10.2	5	20.0
	> 45	4	11.4	2	16.0	3	10.3	1	11.1	3	10.0	0	0.0
	Total	61	11.7	39	21.7	35	6.7	22	12.8	59	11.7	31	18.0
Deutschland	< 25	3	35.3	1	8.3	7	25.0	5	20.8	10	30.3	6	25.5
	25-35	16	18.5	5	7.6	6	6.7	8	11.9	8	9.9	8	12.4
	35-45	8	10.3	1	2.2	0	0.0	1	3.2	1	1.7	2	6.7
	> 45	0	0.0	0	0.0	1	2.9	1	6.3	0	0.0	0	0.0
	Total	27	12.1	7	4.9	14	6.2	15	10.8	19	9.1	16	11.6
mobilezone Gruppe	Total	88 11.8 46 14.2				49 6.7 37 11.9				78 10.9 47 15.2			

Andere Abgänge (geplante** und natürliche*** Abgänge):
 2021 Schweiz: Männer jünger als 25 J.: 54; 27.7% | 25-35 J.: 15; 7.8% | 35-45 J.: 6; 6.0% | älter als 45 J.: 6; 17.1% | 2020 Schweiz Männer jünger als 25 J.: 34; 14.8% | 25-35 J.: 13; 7.5% | 35-45 J.: 10; 11.2% | älter als 45 J.: 3; 10.4% | 2019 Schweiz Männer jünger als 25 J.: 35; 17.1% | 25-35 J.: 19; 10.5% | 35-45 J.: 9; 10.2% | älter als 45 J.: 2; 6.7%

2021 Schweiz Frauen jünger als 25 J.: 16; 21.8% | 25-35 J.: 13; 18.1% | 35-45 J.: 3; 13.6% | älter als 45 J.: 3; 24.0% | 2020 Schweiz Frauen jünger als 25 J.: 12; 15.3% | 25-35 J.: 4; 6.2% | 35-45 J.: 3; 14.6% | älter als 45 J.: 1; 11.1% | 2019 Schweiz Frauen jünger als 25 J.: 17; 24.1% | 25-35 J.: 8; 12.0% | 35-45 J.: 5; 20.0% | älter als 45 J.: 2; 20.0%

2021 Deutschland Männer jünger als 25 J.: 2; 23.5% | 25-35 J.: 14; 16.2% | 35-45 J.: 6; 7.7% | älter als 45 J.: 5; 9.8% | 2020 Deutschland Männer jünger als 25 J.: 7; 25% | 25-35 J.: 7; 7.8% | 35-45 J.: 6; 10.0% | älter als 45 J.: 4; 11.4% | 2019 Deutschland Männer jünger als 25 J.: 13; 39.4% | 25-35 J.: 15; 18.6% | 35-45 J.: 1; 1.7% | älter als 45 J.: 7; 19.2%

2021 Deutschland Frauen jünger als 25 J.: 3; 25.0% | 25-35 J.: 15; 22.9% | 35-45 J.: 3; 6.6% | älter als 45 J.: 1; 4.9% | 2020 Deutschland Frauen jünger als 25 J.: 4; 16.7% | 25-35 J.: 12; 17.8% | 35-45 J.: 3; 9.5% | älter als 45 J.: 7; 43.8% | 2019 Deutschland Frauen jünger als 25 J.: 7; 29.8% | 25-35 J.: 5; 7.8% | 35-45 J.: 3; 10% | älter als 45 J.: 3; 15.4%

Neue Mitarbeitende GRI 401-1

Land	Alter (in Jahren)	2021				2020				2019			
		♂	%	♀	%	♂	%	♀	%	♂	%	♀	%
Schweiz	< 25	74	37.9	31	42.2	85	36.9	38	48.4	79	37.3	33	46.8
	25-35	40	20.7	24	33.3	23	13.3	15	23.3	34	19.5	14	19.5
	35-45	8	8.0	7	31.8	10	11.2	5	24.4	13	14.3	6	24.0
	> 45	10	28.6	2	16.0	2	6.9	0	0.0	6	19.4	0	0.0
	Total	132	25.2	64	35.6	120	23.0	58	33.6	132	26.0	53	30.2
Deutschland	< 25	4	47.1	6	50.0	7	22.6	12	50.0	26	78.8	12	51.1
	25-35	17	19.7	11	16.8	26	28.4	20	29.6	27	32.1	21	32.6
	35-45	18	23.1	11	24.2	12	18.8	8	25.4	4	6.7	5	16.7
	> 45	11	21.6	0	0.0	6	15.8	3	18.8	4	11.1	3	15.4
	Total	50	22.3	28	19.5	51	22.7	43	30.9	61	29.1	41	29.8
mobilezone Gruppe	Total	182 24.4 92 28.4				171 22.9 101 32.4				193 26.1 94 30.0			

%-Angabe zeigt Rate neuer Mitarbeitender während des Berichtszeitraums, nach Altersgruppe, Geschlecht und Region.

Elternzeit GRI 401-3

Land		2021		2020		2019	
		♂	♀	♂	♀	♂	♀
Schweiz	Gesamtzahl Anspruch Elternzeit	5	4				7
	Gesamtzahl Elternzeit genommen	5	4				7
	Rückkehr nach Elternzeit an Arbeitsplatz	5	4				5
Deutschland	Gesamtzahl Anspruch Elternzeit	5	15	4	7	5	7
	Gesamtzahl Elternzeit genommen	2	15	0	7	2	7
	Rückkehr nach Elternzeit an Arbeitsplatz	2	3	0	3	2	1

Die Elternzeit ist an den Standorten der mobilezone Gruppe gemäss den lokalen Gesetzen unterschiedlich geregelt. In der Schweiz gibt es den Vaterschaftsurlaub seit dem 1. Januar 2021.

♂: Männer ♀: Frauen

Festanstellung, was einer Übernahmequote von 83,3 Prozent entspricht.

Mit den jungen gut ausgebildeten zukünftigen Fachkräften holt sich mobilezone nicht nur Wissen und Knowhow ins Unternehmen, sondern auch neue Sichtweisen und frische Ideen. Entsprechend setzt sich das Unternehmen zum Ziel, das Programm auch im Geschäftsjahr 2022 weiterzuführen.

Auch im Geschäftsjahr 2022 möchten wir mindestens 60 Prozent der Absolventinnen und Absolventen des Programms im Unternehmen behalten.

Verhaltenskodex

Unternehmen werden nicht alleine an ihrer wirtschaftlichen Leistung gemessen. Sie werden auch danach beurteilt, wie sie ihre Resultate erreichen. mobilezone möchte, dass ihr wirtschaftlicher Erfolg in Einklang mit einer nachhaltigen und verantwortungsvollen Geschäftspraxis steht. Um dies zu erreichen, ist eine gemeinsame Wertebasis für alle Mitarbeitenden in der Schweiz und in Deutschland unabdingbar. Deshalb hat mobilezone im Dezember 2020 konzernweit einen neuen, für alle Gesellschaften verbindlichen Verhaltenskodex eingeführt, welcher mit dem Arbeitsvertrag unterschrieben wird. Die Inhalte des Verhaltenskodexes wurden im vergangenen Geschäftsjahr in den verschiedenen Abteilungen und Business Units wiederholt geschult. Weiterhin hat mobilezone gruppenweit die sogenannte «Ethik-Hotline» eingeführt. Ziel dieser Hotline ist es, dass Verstösse gegen den Verhaltenskodex nun auch anonym gemeldet werden können. Das für 2021 angekündigte E-Learning zur Abfrage des Verhaltenskodexes wird im Geschäftsjahr 2022 durchgeführt.

Ziele

Die Schulung des Verhaltenskodexes wird im Geschäftsjahr 2022 einen hohen Stellenwert haben. Jeder Mitarbeitende ist verpflichtet, den Kodex zu lesen. In der Verkaufsorganisation in der Schweiz wird der Verhaltenskodex regelmässig im Rahmen der Eintrittsschulungen thematisiert, sodass jeder Verkaufsmitarbeitende eine entsprechende Schulung erhält. Das E-Learning in Bezug auf den Verhaltenskodex wird im Geschäftsjahr 2022 eingeführt.

Im vergangenen Geschäftsjahr 2021 haben wir uns zum Ziel gesetzt, bei der Nettofluktuation einen Wert von 10 Prozent im Jahr 2021 zu erreichen. Dieses Ziel haben wir nicht erreicht. Da nach dem Jahr 2020 auch das vergangene Geschäftsjahr 2021 von der Covid-19-Pandemie beeinflusst war, ist die gemessene Fluktuation nicht repräsentativ. Wir setzen uns deshalb für das Geschäftsjahr 2022 das Ziel, eine Nettofluktuation von zwischen 8 und 12,5 Prozent zu erreichen.

Die Ausgewogenheit zwischen Männern und Frauen in allen Bereichen des Unternehmens ist uns wichtig. Unabhängig vom Geschlecht stellt mobilezone die am besten qualifizierte Person ein. Wir bekennen uns zu einer langfristigen Mitarbeiterförderung und streben eine ausgewogenere Diversität im unteren Kader an. Im vergangenen Geschäftsjahr verzeichneten wir beim unteren Kader einen Frauenanteil von 10,6 Prozent. Diesen konnten wir im Geschäftsjahr 2021 steigern. Der Wert liegt heute bei 16,1 Prozent.

Die Anzahl der Frauen im unteren Kader möchten wir bis 2025 auf 25 Prozent erhöhen.

Bewertung & Ausblick

Die Mitarbeiterzufriedenheit liegt über die gesamte mobilezone Gruppe auf einem guten Niveau. Wir nehmen uns im Jahr 2022 die Zeit, die Resultate genauer zu analysieren und die entsprechenden Schlüsse zu ziehen. Weiterhin möchten wir möglichst viele Informationen bezüglich des Wohlbefindens unserer Mitarbeitenden sammeln. Entsprechend der Resultate werden wir unser Verbesserungspotenzial identifizieren und Massnahmen treffen, um die Zufriedenheit und das Engagement zu verbessern.

In diesem Zusammenhang erhalten Führungspersonen im Geschäftsjahr 2022 erstmals Mitarbeitenden- und Kundenzufriedenheitsziele, welche Einfluss auf ihre leistungsbezogene Vergütung haben.

Die Nettofluktuation lag im Geschäftsjahr 2021 bei 12,5 Prozent und bewegt sich auf gleichem Niveau wie im Vorpandemiejahr 2019 (12,2 Prozent). Sinnvollerweise wird nach der Pandemie nochmals neu beurteilt, welche Fluktuation mobilezone erreichen möchte.

Im Geschäftsjahr 2021 waren Menschen aus 45 Nationen bei der mobilezone Gruppe beschäftigt. Diese grosse Diversität macht die DNA von mobilezone aus. Diversität bezieht sich aber nicht alleine auf die Herkunft, sondern ist viel weiter gefasst. In Bezug auf die Geschlechter-Diversität beispielsweise möchten wir uns langfristig im Rahmen unserer Möglichkeiten verbessern.

Krankheitstage

Land		2021	2020	2019
Schweiz	Anzahl KHT	4 656	4 252	3 581
	Ø Anzahl Mitarbeitende	704	695	676
	KHT pro Mitarbeitender	6,6	6,1	5,3
Deutschland	Anzahl KHT	3 392	3 287	2 868
	Ø Anzahl Mitarbeitende	367	362	347
	KHT pro Mitarbeitender	9,2	9,1	8,3

KHT: Krankheitstage

Teilzeit/Vollzeit GRI 102-8

Geschlecht	Arbeitspensum	2021		2020		2019	
		Mitarbeitende	%	Mitarbeitende	%	Mitarbeitende	%
♂	Teilzeit	29	3.9	41	5.4	57	7.9
	Vollzeit	711	96.1	717	94.6	663	92.1
	Total	740	100	758	100	720	100
♀	Teilzeit	52	16.4	80	24.5	71	23.1
	Vollzeit	266	83.6	246	75.5	237	76.9
	Total	318	100	326	100	308	100
mobilezone Gruppe	Total	1 058		1 084		1 028	

Altersstruktur GRI 405-1

Land	Alter (in Jahren)	2021				2020				2019			
		♂	%	♀	%	♂	%	♀	%	♂	%	♀	%
Schweiz	< 25	198	38.2	74	42.3	248	46.5	89	48.9	212	41.7	69	41.6
	25-35	189	36.5	69	39.4	171	32.1	65	35.7	174	34.3	65	39.2
	35-45	96	18.5	21	12.0	87	16.3	20	11.0	91	17.9	22	13.3
	> 45	35	6.8	11	6.3	27	5.1	8	4.4	31	6.1	10	6.0
	Total	518	100	175	100	533	100	182	100	508	100	166	100
Deutschland	< 25	8	3.6	13	9.1	26	11.6	26	18.1	33	15.6	23	16.2
	25-35	80	36.0	61	42.7	97	43.1	69	47.9	84	39.6	69	48.6
	35-45	80	36.0	49	34.3	65	28.9	34	23.6	59	27.8	30	21.1
	> 45	54	24.3	20	14.0	37	16.4	15	10.4	36	17.0	20	14.1
	Total	222	100	143	100	225	100	144	100	212	100	142	100
mobilezone Gruppe	Total	1 058		Mitarbeitende		1 084		Mitarbeitende		1 028		Mitarbeitende	

Diversität GRI 405-1

Stellung im Unternehmen	Alter (in Jahren)	2021				2020			
		♂	%	♀	%	♂	%	♀	%
Oberes Kader	< 25	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	25-35	0	0.0	0	0.0	2	6.3	1	3.1
	35-45	6	37.5	0	0.0	16	50.0	1	3.1
	> 45	9	56.3	1	6.3	10	31.3	2	6.3
	Total	15	93.7	1	6.3	28	87.5	4	12.5
Unteres Kader	< 25	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	25-35	14	16.1	5	5.8	10	21.3	3	6.4
	35-45	44	50.6	6	6.9	26	55.3	1	2.1
	> 45	15	17.2	3	3.5	6	12.8	1	2.1
	Total	73	83.9	14	16.1	42	89.4	5	10.6
Mitarbeitende	< 25	105	13.3	44	5.6	176	20.3	81	9.4
	25-35	243	30.7	118	14.9	251	29.0	128	14.8
	35-45	126	15.9	64	8.1	110	12.7	52	6.0
	> 45	64	8.1	27	3.4	48	5.5	20	2.3
	Total	538	68.0	253	32.0	585	67.6	281	32.4
Auszubildende	< 25	101	61.6	43	26.2	98	70.5	34	24.5
	25-35	12	7.3	7	4.3	5	3.6	2	1.4
	35-45	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	> 45	1	0.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	Total	114	69.5	50	30.5	103	74.1	36	25.9
mobilezone Gruppe	Total	740	69.9	318	30.1	758	69.9	326	30.1

In Folge des Verkaufs von mobiletouch austria und einsAmobile wurden die Mitarbeitenden dieser beiden Unternehmen um die Vergleichbarkeit der Zahlen sicherzustellen in den Tabellen nicht berücksichtigt.

♂: Männer ♀: Frauen

Kunden

Unsere Kundinnen und Kunden stehen im Mittelpunkt unseres Handelns. Entsprechend zielen unsere Tätigkeiten auf eine hohe und nachhaltige Kundenzufriedenheit ab. Um die Kundenzufriedenheit hochzuhalten, haben wir über alle Touchpoints hinweg Massnahmen entwickelt, die ausgehend von Kennzahlen die Zufriedenheit und die Kundenbindung verbessern sollen.

Kundenvorteilsprogramm «mobilezone Club»

Um noch besser auf die Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden einzugehen, hat mobilezone Schweiz im Jahr 2020 den mobilezone Club ins Leben gerufen. Kunden, die Mitglied vom Kundenvorteilsprogramm sind, profitieren von attraktiven Preisreduktionen, speziellen Angeboten sowie von der Priorisierung beim Verkaufsstart von Mobilgeräten. Zudem können sie Punkte sammeln, welche sie anschliessend wieder zur Zahlung verwenden können – in den Shops von mobilezone in der Schweiz und bald auch online.

Im Geschäftsjahr 2021 hatten wir uns zum Ziel gesetzt, 100'000 Clubkunden zu gewinnen. Dieses Ziel haben wir mit rund 75'000 Clubkunden nicht erreicht. Das zweite Jahr dient der Konsolidierung der bestehenden Vorteile sowie der weiteren Attraktivitätssteigerung des Club Programms – so wurde die Club Punkte Vergabe transparenter gestaltet, neu dazugekommen sind Treue- und Geburtstagsgeschenke für Club Mitglieder sowie Spezialpromotionen.

Ziele

Wir glauben an den Erfolg vom mobilezone Club – entsprechend glauben wir auch, dass wir viele Kunden für dieses Programm gewinnen können. Wir streben deshalb für das Geschäftsjahr 2022 an, den Kundenbestand auf 150'000 aktive Kunden zu erhöhen.

Die Zielsetzung für das Jahr 2025 behalten wir bei; bis dahin möchten wir erreichen, dass 40 Prozent unserer Kunden Mitglied des mobilezone Clubs sind.

Schulungen Verkaufspersonal von mobilezone Schweiz

Es ist mobilezone Schweiz wichtig, das Verkaufspersonal in den Shops mittels Schulungen zu unterstützen und bestmöglich mit Wissen auszustatten, sodass Kunden zufrieden mit der Beratung und den Leistungen von mobilezone sind und gerne wiederkommen. Entsprechend investiert mobilezone Schweiz viel in die Schulung ihres Verkaufspersonals und hat deshalb seit 2019 die Funktion des Ausbildners für Verkaufspersonal «Head of Sales Education» eingeführt sowie das Schulungsangebot stetig ausgebaut. Seither haben insgesamt über 370 Verkäuferinnen und Verkäufer an einer von rund 76 Schulungen teilgenommen.

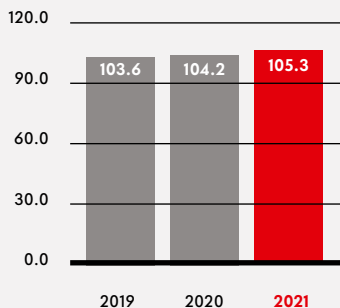
In den Schulungen der Storemanager liegt der Schwerpunkt auf dem Verkaufsprozess, in der Mitarbeiterführung, der Organisation und dem Wissenstransfer. Damit die Verkäufer auf die individuellen Bedürfnisse der Kunden eingehen, für sie das bestmögliche Angebot finden und ihnen damit ein optimales Kundenerlebnis bieten können, werden sie laufend in verschiedenen Verkaufsprozessen sowie zu den neusten Trends geschult. Ein E-Learning-Portal stellt sicher, dass das Verkaufspersonal jederzeit umfassend über neue Produkte, Dienstleistungen oder Tarifpläne informiert ist. Neue Verkaufsmitarbeitende werden mit speziellen Onboarding-Schulungen in den Bereichen Verhalten/Verhaltenskodex, Kultur und Prozesse geschult. Im Rahmen einer Nachwuchsförderung werden leitende Verkaufsmitarbeitende dahingehend geschult, dass sie Talente früh erkennen und entsprechend fördern.

Per Januar 2022 wurde zudem die neue Stelle des Head of Sales geschaffen. Diese beinhaltet die Themen Performance und Talent Management in allen Verkaufsregionen der Schweiz. Neben der Förderung von Talenten steht auch die Weiterentwicklung von Führungskräften auf dessen Agenda.

Ziele

Ziel ist es, das Schulungskonzept weiterzuentwickeln, welches ein umfangreiches bedürfnisgerechtes Schulungsangebot umfasst, das an die aktuellen Gegebenheiten angepasst ist. Dieses sieht unter anderem vor, dass bis 2025 jeder Store Manager mindestens zwei Schulungen pro Jahr besuchen muss.

Kundenzufriedenheit



Konsolidierter Index aller Kundenzufriedenheitsbefragungen über die gesamte mobilezone Gruppe hinweg (Basis 2018: 100).

Erhebung der Kundenzufriedenheit

mobilezone erhebt gruppenweit kontinuierlich die Kundenzufriedenheit durch Befragungen und beobachtet bereichsspezifische Kennzahlen wie den Net Promoter Score (NPS) und den Customer Satisfaction Score (CSAT).

Aus negativen Bewertungen möchten wir lernen und fragen deshalb bei Kunden nach, weshalb sie uns negativ bewertet haben. Um ihnen den bestmöglichen Service sowie ein positives Kundenerlebnis bieten zu können, haben wir im Geschäftsjahr 2021 in der Schweiz die Stelle der Associate Customer Satisfaction geschaffen. Diese Stelle geht negativen Bewertungen nach und sammelt das Feedback, wertet es aus und berichtet direkt ans Management. Aus dem Reporting entstehen Massnahmen zur Verbesserung. Weiterhin wurden Coachings und Trainings von Kundendienstmitarbeitenden eingeführt sowie Call-Richtlinien, um den Kundenservice zu verbessern.

Die deutschen Gesellschaften von mobilezone haben im vergangenen Jahr zahlreiche Massnahmen zur Verbesserung des Kundenservice umgesetzt. So wurden Trainings der Kundendienstmitarbeitenden durch professionelle Trainer eingeführt sowie Schulungen der Führungskräfte im Kundendienst. Ein durchgehendes Qualitätsmonitoring stellt sicher, dass Kundenfeedback dauerhaft beobachtet, evaluiert und Verbesserungspotenzial eruiert wird, um den Kundendienst weiter zu verbessern. Die Einführung eines Second Level Teams stellt zudem in Zukunft sicher, dass komplexere Kundenanfragen schnell und zufriedenstellend gelöst werden können.

Das Thema Customer Experience hat über die gesamte mobilezone Gruppe eine grosse strategische Wichtigkeit, um das Vertrauen ins Unternehmen zu stärken, indem Lieferversprechen eingehalten und Kundenfeedbacks gehört werden.

Um die Kundenzufriedenheit messbar zu machen, hat mobilezone über die gesamte Gruppe hinweg einen Kunden-Feedback-Score entwickelt. Dieser Index beinhaltet verschiedene Net Promoter Scores (NPS), Customer Satisfaction Scores (CSAT) und Online-Rezensionen (Trust Pilot und Trusted Shops). Die Resultate der unterschiedlichen Bereiche werden auf Basis der strategischen Wichtigkeit gewichtet und kumuliert. Der Index beginnt im Jahr 2018 mit einem Wert von 100. Er wird über mehrere Jahre vergleichbar berechnet.

Ziele

Im Geschäftsjahr hatte die mobilezone Gruppe sich zum Ziel gesetzt, den Kunden-Feedback-Score 2021 um eine Einheit von 104.2 auf 105.2 zu verbessern. Dieses Ziel hat mobilezone mit einem Score von 105.3 sogar leicht übertroffen.

Für das Geschäftsjahr 2022 setzt sich die mobilezone Gruppe zum Ziel, ihren Kunden-Feedback-Score auf 106.0 zu verbessern.

Bewertung & Ausblick

Der Index zur Messung unserer Kundenzufriedenheit hat sich seit 2018 auf hohem Niveau weiterhin positiv entwickelt. Unser Ansatz, die Kundenzufriedenheit maximal sicherzustellen, hat sich bewährt. Dies geschieht durch eine weiterhin professionelle Schulung unserer Mitarbeitenden an der Front und im Kundendienst, die frühzeitige Erkennung und Förderung von Talenten sowie die Weiterentwicklung von Führungskräften. Die stetige Weiterentwicklung der technischen Möglichkeiten, um die Kunden dort abzuholen, wo sie Bedarf haben, hat einen hohen strategischen Stellenwert. Ein Beispiel dafür ist die Ablösung der Telefonanlage des Kundendienstes der deutschen Tochtergesellschaft durch eine hochmoderne neue Anlage, den Ersatz des Standard-Chats durch einen Whatsapp-Chat sowie die Ergänzung um iMessage, um den Kunden in seiner gewohnten Umgebung abzuholen und ihm die Möglichkeit zu bieten, dann zu antworten, wenn er gerade Zeit hat. Mit der Pandemie und der damit verbundenen Chip-Knappheit haben sich zudem neue Herausforderungen hinsichtlich Verfügbarkeiten gestellt. Um diesen entsprechend begegnen zu können, wird auch weiterhin stark in Massnahmen bezüglich Verfügbarkeitskommunikation investiert.

Smartphone-Kreislauf

In einem Smartphone sind 60 verschiedene Stoffe enthalten, davon 30 unterschiedliche, häufig sehr wertvolle Metalle. Die Gewinnung dieser Rohstoffe ist energieintensiv, ebenso die Herstellung und das Recycling der Geräte. Zudem können die Arbeitsbedingungen im Rohstoffabbau und in den Herstellungsbetrieben problematisch sein. Entsprechend wichtig ist ein schonungsvoller Umgang mit Ressourcen und Materialien. Oberstes Ziel der Nachhaltigkeitsstrategie von mobilezone ist es, dort Einfluss zu nehmen, wo wir am meisten bewirken können: bei unserem Kerngeschäft. Dazu gehören Angebote im Bereich Second Life, wie Reparaturen und Refurbishing von Smartphones. Damit leistet sie einen wichtigen Beitrag zur Reduktion von Emissionen sowie zur Reduktion des Ressourcenbedarfs.

Der Bereich Rücknahme und Wiederverkauf von gebrauchten Smartphones bezieht sich auf die Schweiz. In Deutschland nimmt mobilezone ebenfalls Geräte zurück, jedoch in kleinem Rahmen und mit externen Partnern. Hier werden wir in Zukunft weitere Massnahmen prüfen.

Verkauf von gebrauchten Geräten

jusit (get-jusit.ch) ist mobilezones Marke für gebrauchte Smartphones, die 2020 lanciert wurde. Die am Markt zurückgekauften Geräte werden von zertifizierten Technikern ausschliesslich mit Originalteilen repariert und wiederaufbereitet und verkauft. Seit September 2020 werden jusit-Geräte online auf get-jusit.ch und in elf ausge-

wählten mobilezone Shops in allen Sprachregionen der Schweiz verkauft. Mit dem Angebot gehen wir auf die Bedürfnisse derjenigen Kunden ein, die auf eine nachhaltige Lebensweise achten. Im vergangenen Geschäftsjahr hatten wir uns zum Ziel gesetzt, dass 1 Prozent unserer verkauften Smartphones wiederaufbereitete Geräte sind. Dieses Ziel haben wir mit 1,5 Prozent sogar übertroffen.

Ziele

Für das Geschäftsjahr 2022 setzen wir uns zum Ziel, dass 1,75 Prozent unserer verkauften Smartphones gebrauchte Geräte sind.

Bis 2025 wollen wir, dass 5 Prozent unserer verkauften Smartphones in der Schweiz wiederaufbereitete Geräte sind. Wir bleiben die Nummer 1 für Smartphone-Reparaturen in der Schweiz, sowohl am Gesamtmarkt als auch für jeden Netzbetreiber. Wir streben im Jahr 2022 eine Reparaturquote* von 90 Prozent an.

Dezentrales Reparaturangebot

In neun mobilezone Werkstätten in der Schweiz können Kundinnen und Kunden innerhalb von kurzer Zeit ihr defektes Smartphone reparieren lassen. Für die Reparaturen verwenden wir nur Originalteile der Hersteller und erhalten so die Herstellergarantie. Im letzten Jahr haben wir in den Werkstätten 9'000 Geräte repariert. Im vergangenen Jahr hatten wir uns zum Ziel gesetzt, 12'000 Geräte in den lokalen



*Reparaturquote: Anzahl abgeschlossener Reparaturen im Verhältnis zum Total der eingehenden Reparaturaufträge.

Werkstätten zu reparieren – im Hinblick auf den sich verändernden Reparaturmarkt haben wir dieses Ziel nicht erreicht. Mit dem Reparaturangebot nahe bei unseren Kunden bieten wir eine Alternative zum Kauf eines Neugerätes und vermindern so die Umweltbelastung, welche die Produktion eines neuen Geräts mit sich bringen würde.

Ziele

Wir streben im Geschäftsjahr 2022 10'000 Reparaturen in den mobilezone Werkstätten an.

Rücknahmen von Geräten

Unseren Kunden bieten wir über unsere Endkunden-Kanäle verschiedene Möglichkeiten, uns nicht mehr benötigte Smartphones zum Eintauschwert zu verkaufen. Diese Rücknahmeprogramme dienen dazu, Smartphones zurückzunehmen, zu prüfen, zu reinigen, zu reparieren und anschliessend in den Gerätekreislauf zurückzuführen. Dabei verkaufen wir nutzbare Geräte weiter, während alte oder nicht mehr reparierbare Geräte dem Recycling zugeführt werden. Im Geschäftsjahr 2021 haben wir uns zum Ziel gesetzt, 5 Prozent der Smartphones zurückzunehmen, die wir pro Jahr verkaufen. Tatsächlich haben wir 6,4 Prozent zurückgenommen und damit das Ziel erreicht. Die erfolgreichen Rücknahmen sind auch darauf zurückzuführen, dass mobilezone verschiedene erfolgreiche Rückkauf-Aktionen umgesetzt hat.

Ziele

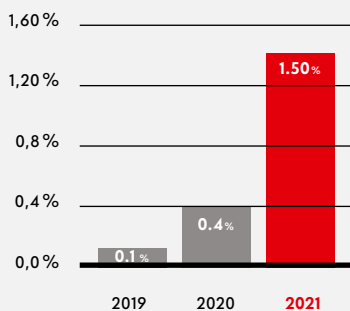
2022 planen wir 6,5 Prozent der Smartphones zurückzuholen, die wir pro Jahr verkaufen.

Bewertung & Ausblick

Die Wesentlichkeitsanalyse, welche mobilezone im Sommer 2020 zwecks Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt hat, hat aufgezeigt, dass im Bereich wiederaufbereitete Smartphones grosses Potenzial besteht. Das vergangene Jahr hat diesen Eindruck bestätigt: Die Nachfrage nach justit-Geräten steigt und somit auch der positive Einfluss, den mobilezone auf die Umwelt nehmen kann.

Die positive Entwicklung mit justit kann als Indikator für den deutschen Markt dienen. Allerdings haben unsere deutschen Gesellschaften nicht dieselbe Infrastruktur wie in der Schweiz in Bezug auf Shops zur Rücknahme und Werkstätten zur Wiederaufbereitung.

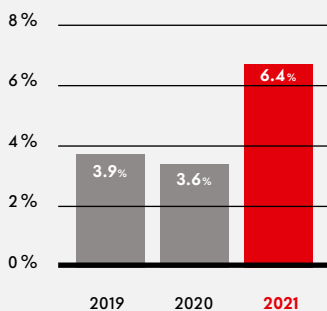
Wiederaufbereitete verkaufte Smartphones



GRI 301-3

Anzahl verkaufter wiederaufbereiteter Smartphones im Verhältnis zu total verkauften neuen Smartphones

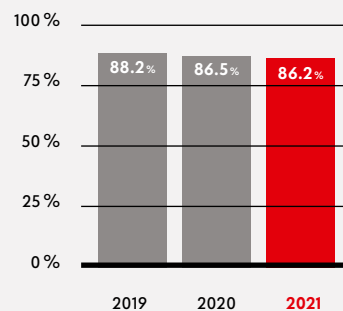
Smartphone-Rückkauf



GRI 306-2

Zurückgekaufte Smartphones im Verhältnis zu total verkauften neuen Smartphones

Erfolgreiche Reparaturen



GRI 306-1

Anzahl erfolgreich abgeschlossener Reparaturen im Verhältnis zum Total aller Reparaturaufträge

Umwelt-Management

Wir nehmen unsere ökologische Verantwortung wahr und verfolgen einen möglichst effizienten Einsatz von Ressourcen und Energie. So können wir die damit verbundenen Treibhausgasemissionen reduzieren und das Klima schützen. Die grössten ökologischen Impacts adressieren wir durch unsere Angebote, welche die Lebensdauer der Smartphones verlängern. In Zukunft wollen wir eine genauere Auswertung unseres Ressourcenverbrauchs erstellen und unseren ökologischen Fussabdruck verkleinern.

Energie-Management

Durch den Umzug von Regensdorf nach Rotkreuz im Jahr 2018 konnten wir den Stromverbrauch unseres Hauptsitzes um 30 Prozent reduzieren. Auf dem Suurstoffi-Areal in Rotkreuz bilden die solare Nutzung, mehrere dynamische Erdspeicher und ein Anergienetz die Basis zur Erreichung des Ziels CO₂-Neutralität. Die Energie fürs Heizen und Kühlen wird durch Erdspeicher und Gebäudeabwärme generiert, Strom liefern verschiedene Solarstrom-Anlagen. Ziel ist die komplette Selbstversorgung mit Primärenergie für Heizung und Wasseraufbereitung.

Der Standort im appenzellischen Urnäsch, in welchem mobilezone business untergebracht ist, verfügt seit 2017 über eine Solaranlage. Sie verfügt über 40 Module mit einer Leistung von 12 kWp (Kilowatt-Peak) oder 12'000 Watt. Jedes der 40 Module kann bis zu 300 Watt Strom produzieren. Die Module stammen vom Unternehmen Aleo und wurden in Deutschland produziert. Die jährliche Stromproduktion beträgt bis zu 11 MWh.

Auch der Standort in Bochum ist mit Solaranlagen ausgestattet. Die Anlage wurde 2014 installiert. Sie verfügt über 180 Module der Marke CentroSolar mit je 250 Watt Leistung. Die total installierte Leistung beträgt 45 kWp (Kilowatt-Peak). Die Anlage an der Porschestrasse 13 wurde im Jahr 2017 installiert und verfügt über 171 Vissmann-Module mit je 265 Watt Leistung, welches einer installierten Leistung von 45.3 kWp entspricht.

Im Geschäftsjahr 2021 hat die mobilezone Gruppe insgesamt 2'635 MWh Strom verbraucht, davon konnte sie 85 MWh mit den eigenen Solaranlagen abdecken. Damit konnte der Strombezug aus übrigen Quellen um rund 3 Prozent verringert werden (GRI 302-4).

mobilezone ist dezentral aufgestellt, mit Standorten in Deutschland, in Köln, Bochum, Münster und Berlin, und in der Schweiz, in Rotkreuz und Urnäsch, sowie an 124 Shop-Standorten in allen Sprachregionen der Schweiz. Die Erhebung der Stromdaten der Shops wurde in den vergangenen Jahren ebenfalls zentral geregelt. Dabei werden rund 95 Prozent des Stromverbrauchs zentral von einem externen Anbieter erfasst – in den nächsten Jahren sollen alle Shops durch denselben Anbieter erfasst und ausgewertet werden.

In diesem Bereich streben wir in den nächsten Jahren neue Massnahmen an, damit wir unsere Ziele in Bezug auf den Stromverbrauch definieren können. Die Zielsetzung einer Aufschlüsselung des Strommixes konnten wir insofern erfüllen, als dass wir Solarstrom und übrigen Strom ausweisen können.

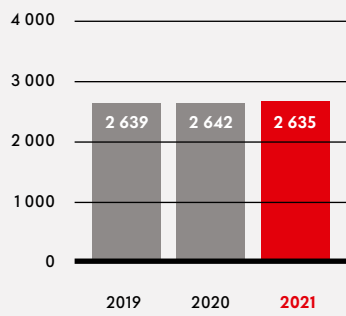
Ziele

Jeder PC, Monitor und Drucker verbraucht allein im Stand-by-Modus 10 Watt Strom pro Jahr. Entsprechend liegt grosses Potenzial in der Sensibilisierung der Mitarbeitenden, ihre Geräte nach Gebrauch am Ende des Tages auszuschalten. Für das Jahr 2022 streben wir eine Sensibilisierungskampagne in Bezug auf die Stromreduktion an unseren Standorten an, mit dem Ziel, den Stromverbrauch zu senken.

Bewertung & Ausblick

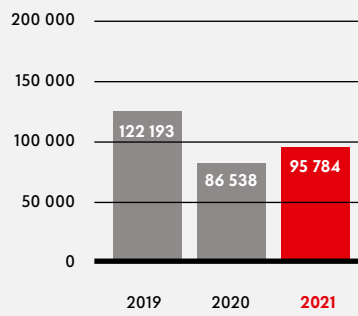
Aufgrund der dezentralen Aufstellung von mobilezone mit zahlreichen Standorten in Deutschland und der Schweiz sowie den Shops in der gesamten Schweiz stellt eine genaue Erhebung des Strommixes eine Herausforderung dar. Ziel ist es, für die Shops eine zentrale Verwaltung des Stromverbrauchs bei einem Anbieter zu erreichen. Weiterhin möchten wir die Mitarbeitenden an allen Standorten dafür sensibilisieren, Strom zu sparen, indem sie nach Arbeitsschluss Monitore, PCs oder Drucker ausschalten.

Stromverbrauch der mobilezone Gruppe



Der Stromverbrauch wird in MWh ausgewiesen.

Treibstoffverbrauch der mobilezone Gruppe



Der Treibstoffverbrauch wird in Litern ausgewiesen.

GRI-Inhaltsindex

Der vorliegende Bericht ist der dritte Nachhaltigkeitsbericht der mobilezone holding ag. Es ist der zweite Bericht, welcher in Übereinstimmung mit den GRI-Standards Option «Kern» erstellt wurde. Der vorliegende Bericht deckt alle Geschäftsbereiche der mobilezone Gruppe in der Schweiz und Deutschland ab.

Der Berichtszeitraum umfasst die Periode vom 1. Januar bis 31. Dezember 2021. Die Umweltkennzahlen beziehen sich auf den Zeitraum 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2021. Die mobilezone Gruppe informiert ihre Stakeholder jährlich über ihre Tätigkeiten und Fortschritte im Bereich Nachhaltigkeit, die Berichterstattung erfolgt jährlich im Rahmen des Geschäftsberichts. Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards Option «Kern» erstellt. Der Bericht liegt in deutscher und englischer Sprache vor. Der Nachhaltigkeitsbericht der mobilezone Gruppe wird keiner externen Prüfung unterzogen.

Einen Überblick über die ausgewählten Standards und die entsprechenden Verweise sind dem nachfolgenden GRI-Index zu entnehmen.

Kontakt für Fragen zum Nachhaltigkeitsbericht: Markus Bernhard, CEO mobilezone Gruppe, Martina Högger, Verantwortliche Nachhaltigkeit unter mobilezoneholding@mobilezone.ch.

GRI-Standard	Titel	Bemerkungen & Auslassungen	Seite
	1. Organisationsprofil		
GRI 102	Allgemeine Angaben		
102-1	Name der Organisation		53
102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen		21–28, 27, 28
102-3	Hauptsitz der Organisation		21
102-4	Betriebsstätten		53
102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform		53–55
102-6	Belieferte Märkte		21–28
102-7	Grösse der Organisation		21, 53
102-8	Information zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern	d. Die mobilezone Gruppe beschäftigt keine externen Zeitarbeiter in signifikantem Umfang. e. Die Belegschaft unterliegt keinen signifikanten saisonalen Schwankungen.	39
102-9	Lieferkette		44
102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	mobilezone verkaufte im Berichtsjahr 75 % ihrer Anteile an der einsAmobile GmbH.	53
102-11	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip / Nachhaltigkeitsansatz		31–34
102-12	Externe Initiativen	Keine	
102-13	Mitgliedschaften in Verbänden und Interessensgruppen	mobilezone ist Mitglied bei SWICO, dem Wirtschaftsverband der ICT- und Online-Branche.	
	2. Strategie		
102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers		31
	3. Ethik und Integrität		
102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	Verhaltenskodex: https://www.mobilezone.ch/assets/cms/persistent/3bfee6c7f0fdc6f65aab344c7232cf173b64ea65/Code%20of%20Conduct_2021_de.pdf	
	4. Unternehmensführung		
102-18	Führungsstruktur		55–59

5. Einbindung von Stakeholdern			
102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen	32, 34	
102-41	Tarifverträge	Bei mobilezone arbeiten keine Mitarbeitenden, die einem Tarifvertrag unterstehen.	
102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	32	
102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	34	
102-44	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	32, 34	
6. Vorgehensweise bei der Berichterstattung			
102-45	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	79	
102-46	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	32, 34	
102-47	Liste der wesentlichen Themen	32, 34	
102-48	Neudarstellung von Informationen	Neue Berechnung Kennzahl «Kundenzufriedenheitsindex»: Die Berechnung des Kundenzufriedenheits-Index basiert auf verschiedenen Net Promoter Scores (NPS), Customer Satisfaction Scores (CSAT) und Online-Rezensionen (Trusted Shops und Trust Pilot). Diese Kennzahlen werden auf Basis der strategischen Wichtigkeit gewichtet und kumuliert. Im Geschäftsjahr 2021 wurde die Gewichtung angepasst, weil sich die strategische Wichtigkeit unserer Business-Units verändert hat. Anpassung Zahlen «Erfolgreiche Reparaturen»: Die Zahlen wurden rückwirkend korrigiert, weil die Datenbasis angepasst wurde. Die Erhebung der Diversitätszahlen im oberen Kader wurde korrigiert: Im letzten Jahr wurde in die Erhebung auch der Verwaltungsrat inkludiert. Dieser wurde nun eliminiert, da die Mitglieder des Verwaltungsrats nicht als Angestellte, sondern als Organe des Unternehmens gelten. Ebenfalls wurde die Definition, welche Mitarbeitenden zum oberen Kader zählen angepasst, weshalb es bei den Frauen eine Veränderung von 4 auf eine Person gibt.	42, 43 45 41
102-49	Änderungen bei der Berichterstattung	Aufnahme des freiwilligen GRI-Standards Nr. 401-3 «Elternzeit».	39
102-50	Berichtszeitraum		48
102-51	Datum des letzten Berichts	8. März 2021	48–50
102-52	Berichtszyklus		48–50
102-53	Ansprechperson bei Fragen zum Bericht		31, 48–50
102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards		48–50
102-55	GRI-Index		48–50
102-56	Externe Prüfung	Der Nachhaltigkeitsbericht der mobilezone Gruppe wird keiner externen Prüfung unterzogen.	48

Mitarbeitende		
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	37–41
103-2	Managementansatz und seine Bestandteile	37–41
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	37–41
401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	39
401-3	Elternzeit	39
405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	41, 55, 58
Kunden		
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	42, 43
103-2	Managementansatz und seine Bestandteile	42, 43
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	42, 43
	Eigener Indikator: Kundenzufriedenheitsindex	Freiwillige Ergänzung der GRI-Standards 42, 43
Smartphone-Kreislauf		
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	44, 45
103-2	Managementansatz und seine Bestandteile	44, 45
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	44, 45
301-3	Wiederverwertete Produkte und ihre Verpackungsmaterialien	Unter Berücksichtigung der Grösse der Auswirkungen berichten wir nur über zurückgekaufte, wiederaufbereitete und verkaufte Smartphones, nicht über Verpackungen. 44, 45
Umwelt-Management		
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	46, 47
103-2	Managementansatz und seine Bestandteile	46, 47
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	46, 47
302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	46

