

NACHHALTIG- KEITSBERICHT 2020



Nachhaltigkeitsbericht

Vorwort	3
Wesentlichkeitsanalyse	4
Nachhaltigkeitsstrategie	6
Mitarbeitende	7
Kunden	12
Smartphone-Kreislauf	14
Umwelt-Management	16
GRI-Index	18



Liebe Leserin, lieber Leser

Unternehmen werden nicht alleine an ihrer wirtschaftlichen Leistung gemessen. Vielmehr werden sie auch danach beurteilt, in welcher Art und Weise sie ihre Resultate erreichen. mobilezone sieht es als Selbstverständlichkeit an, dass ihr wirtschaftlicher Erfolg im Einklang mit einer nachhaltigen und verantwortungsvollen Geschäftspraxis steht. Entsprechend haben wir das Thema Nachhaltigkeit in unserer Strategie verankert. Unser Ziel ist es, die Nachhaltigkeit, welche für uns bereits heute einen hohen Stellenwert hat, noch stärker zu leben und uns stetig zu verbessern. Für mobilezone steht deshalb die Vereinbarkeit beider Bereiche an oberster Stelle.

Die Aktualität des Themas Nachhaltigkeit und der starke Fokus auf Nachhaltigkeitsthemen entlang unserer Wertschöpfungskette in der breiten Öffentlichkeit sind uns bewusst. Nachhaltigkeitsaspekte spielen eine zunehmend wichtige Rolle, etwa bei der Suche nach einem verantwortungsvollen Arbeitgeber, der Wahl eines Anbieters, der Verwendung von Produkten über deren Lebenszyklus hinaus oder beim Umgang mit Ressourcen. Diesen Themen stellen wir uns.

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie ist auf lange Sicht ausgelegt. Sie gilt für die gesamte mobilezone Gruppe und manifestiert sich in allen Tochtergesellschaften und Geschäftsbereichen des Unternehmens in der Schweiz und in Deutschland. Sie fusst auf den vier Säulen «Mitarbeitende», «Kunden», «Smartphone-Kreislauf» und «Umwelt-Management». Dabei behalten wir unseren wichtigsten Grundsatz stets im Blick: Unsere Nachhaltigkeitsstrategie bewegt sich im Einklang mit unserem Kerngeschäft. Denn nur so können wir glaubhaft, effizient und wirkungsvoll etwas bewegen.

Wir sehen uns in einer direkten Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeitenden,

Kunden, Partnern und Aktionären und möchten zugleich einen Beitrag für unsere Umwelt und die Gesellschaft leisten. Deshalb richten wir unser Verhalten auch an den Interessen unserer Stakeholder-Gruppen aus. Unsere Mitarbeitenden sind motivierter, wenn sie für ein nachhaltig agierendes Unternehmen arbeiten. Wir streben eine systematische Messung und Auswertung der Zufriedenheit und des Engagements aller Mitarbeitenden an, um anschliessend Massnahmen zur weiteren Verbesserung entwickeln zu können. Unsere Aufgabe als Ausbildungsbetrieb nehmen wir auch in Zukunft wahr, indem wir weiterhin Lernende ausbilden und das Trainee-Programm im neuen Jahr weiterführen.

Das Thema Nachhaltigkeit ist auch eine Chance für unser Business: In Zeiten von teuer werdenden Rohstoffen können wir aufgrund unserer Positionierung mit unserer Reparaturpartnerin mobiletouch in Kombination mit mobilezone und ihrer Infrastruktur die Lebensdauer von unseren Geräten verlängern. Hier wollen wir die Anzahl verkaufter justit-Geräte gezielt steigern, ebenso die Anzahl der Rücknahmen von nicht mehr benötigten Geräten.

Um unser nachhaltiges Verhalten transparent, glaubwürdig und nachvollziehbar berichten zu können, haben wir uns entschieden, unseren Nachhaltigkeitsbericht 2020 nach den Standards der Global Reporting Initiative (GRI) zu gestalten. Wir sind stolz, das Resultat auf den folgenden Seiten präsentieren zu können.

Markus Bernhard
CEO mobilezone Gruppe

Martina Högger
Verantwortliche Nachhaltigkeit

mobilezone
better be clever

Wesentlichkeitsanalyse

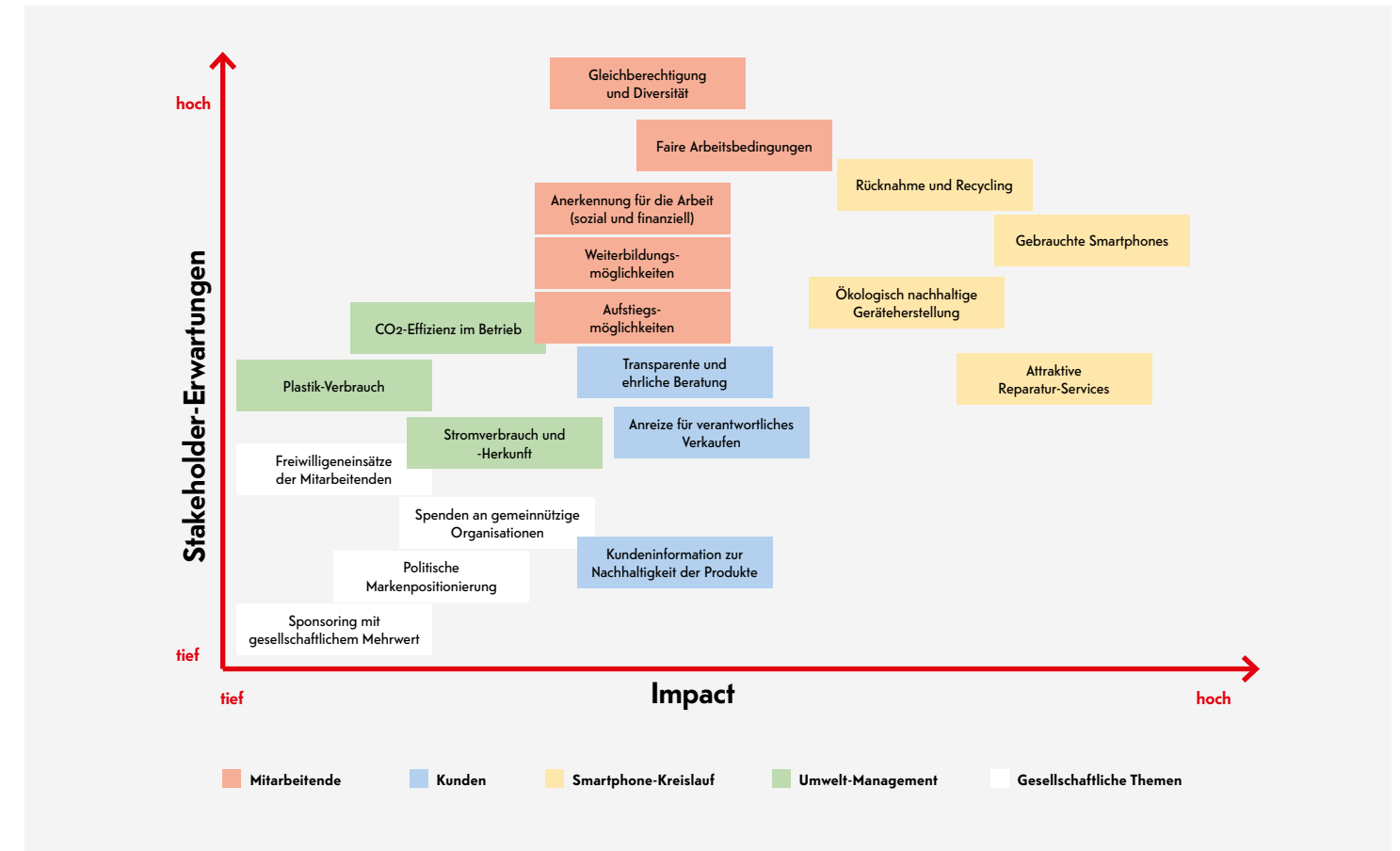
Zur Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie von mobilezone haben wir eine Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt. Die Wesentlichkeitsanalyse wurde in vier Schritten umgesetzt. Es wurden Stakeholderinterviews mit ausgewählten Analysten, Entscheidungsträgern bei Mobilfunkanbietern und Geräteherstellern, Mitgliedern des Verwaltungsrats und des Managements, Mitarbeitenden sowie Verbänden, Kunden und Journalisten geführt. Weiterhin wurde eine konzernweite Mitarbeiterbefragung zum Thema Nachhaltigkeit im Unternehmen sowie eine Impact-Analyse der verschiedenen Geschäftsaktivitäten der mobilezone Gruppe durchgeführt. Zum Schluss wurde ein Workshop mit Mitgliedern des Managements sowie Mitarbeitenden durchgeführt, welcher zur Diskussion der Ergebnisse aus den ersten drei Rechenschritten sowie zum Abgleich der Themen mit der Unternehmensstrategie führte.

In einer 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 insbesondere Einfluss nehmen, indem sie Angebote macht, welche die Nutzungsdauer der Geräte verlängert. Dies führt zu weniger Ressourcen-Bedarf.

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, denn die dazugehörigen Massnahmen steigern die Mitarbeiterzufriedenheit und damit letztlich Motivation und Bindung ans Unternehmen.



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

- Die Zufriedenheit unserer **Kunden** steht im Mittelpunkt zahlreicher Massnahmen. 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,

gern, adressieren wir das Thema mit dem grössten ökologischen Einfluss. Wir fassen die dazugehörigen Businessaktivitäten im Bereich **Smartphone-Kreislauf** zusammen.

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



Nachhaltigkeitsstrategie

mobilezone hat ihre Nachhaltigkeitsstrategie im Geschäftsjahr 2020 entwickelt. Sie gilt für alle Gesellschaften der mobilezone Gruppe in der Schweiz und in Deutschland. Sie lehnt sich an das Kernbusiness von mobilezone in ihrem Kernmarkt Telekommunikation an.

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 obersten Nachhaltigkeitsverantwortlichen und dem Nachhaltigkeitsteam 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 quartalsweise 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 laufend geprüft, in welchen Bereichen weitere Massnahmen für eine erfolgreiche Zielerreichung umgesetzt werden müssen. Dies wird im Rahmen des regelmässigen Austauschs im Nachhaltigkeitsteam 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 Mailings abgeholt. Für externe Zielgruppen werden die Informationen im vorliegenden Geschäftsbericht sowie via Medienmitteilungen zur Verfügung gestellt. Weiterhin finden auf Nachfrage bilaterale Gespräche mit Analysten statt.



Mitarbeitende

Die Kompetenzen und die Motivation unserer Mitarbeitenden ist ein entscheidender Faktor für den nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg von mobilezone. Flache Hierarchien und eine Matrixorganisation unterstützen den Wirkungsradius jedes Einzelnen. Für eine hohe Mitarbeiterzufriedenheit spielen viele Aspekte eine Rolle, wie Aufstiegschancen, Gleichberechtigung und Diversität sowie die Anerkennung für die geleistete Arbeit, denen wir Rechnung tragen.

Die folgenden Massnahmen sind beispielhaft für unser Bemühen, die Mitarbeiterzufriedenheit kontinuierlich zu steigern:

Offene Kommunikationskultur

mobilezone pflegt eine offene Kommunikationskultur, in welcher das Thema Feedback einen hohen Stellenwert hat. Im Rahmen des Onboardings für neue Führungskräfte nimmt das Thema eine wichtige Rolle ein und wird auch aktiv erläutert. Mitarbeitende werden dazu angeregt, sich gegenseitig Rückmeldungen zu geben, unabhängig von Hierarchiestufen. Diese Feedback-Kultur manifestiert sich auch in den jährlich stattfindenden Mitarbeitergesprächen, in welchen die Mitarbeitenden von ihren Vorgesetzten bewertet werden und umgekehrt die Vorgesetzten auch von den Mitarbeitenden.

mobilezone hat explizit nach einer Möglichkeit gesucht, auch anonym Rückmeldung zu erhalten, um ein möglichst breites Bild über die Bedürfnisse der Mitarbeitenden zu erhalten. mobilezone hat deshalb am Hauptsitz in Rotkreuz Mitte 2020 die Möglichkeit des Feedback-Briefkastens geschaffen. Verbesserungsvorschläge sind bereits eingegangen. Diese werden systematisch erfasst und gebündelt, um eine detaillierte Auswertung für das Geschäftsjahr 2021 abgeben zu können.

Ziele

Ein wichtiges Ziel von mobilezone ist die Zufriedenheit ihrer Mitarbeitenden. Um diese messen und Verbesserungen erreichen zu können, möchten wir ab dem Jahr 2021 in einer einmal jährlich stattfindenden Mitarbeiterbefragung die Zufriedenheit und das Engagement der Mitarbeitenden messen. Resultierend aus dieser Befragung sollen Massnahmen abgeleitet werden. Der Startschuss zur Mitarbeiterbefragung ist mit einer konzernweiten Befragung zum Thema Nachhaltigkeit bereits im Geschäftsjahr 2020 erfolgt und wird im Jahr 2021 mit dem employee-NPS erweitert.

Ausbildungsbetrieb

LERNENDE

mobilezone sorgt bereits heute für die Fachkräfte von morgen. Das Unternehmen bildet in der Schweiz seit 2001 Lernende aus dem kaufmännischen Bereich, in der Informatik (Systemtechnik) und in 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 mit Schwerpunkt Applikationsentwicklung zum Ausbildungsangebot hinzugekommen.

2020 haben 62 Lernende bei mobilezone angefangen, im Vergleich zum Jahr 2019 mit 45 Lehnanfängern ist dies eine Steigerung um 38 Prozent.

Im Jahr 2020 beschäftigt mobilezone in der Schweiz insgesamt 134 Lernende. Davon konnten wir 30 Lernenden im Jahr 2020 zum erfolgreichen Abschluss ihrer Ausbildung gratulieren (2019: 41 Lernende) und mehr als die Hälfte innerhalb des Unternehmens weiterbeschäftigen.

In den deutschen Tochterunternehmen bildet mobilezone seit rund 10 Jahren Lernende im kaufmännischen Bereich, in der IT und der Logistik aus.

Ziele

Wir stellen jedes Jahr zwischen 40 und 50 neue Lernende ein.

Ein weiteres Ziel ist es, 2/3 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 anschliessend nach einer passenden Anschlusslösung.

TRAINEES

Anfang Juli 2020 hat mobilezone das Trainee-Programm «mobilezone Pioneers» gestartet. Sechs Hochschulabsolventen absolvierten während sechs Monaten im Bereich «Management Support» ein Trainee-Programm. Damit sollen leistungsfähige Nachwuchstalente gewonnen und ins Unternehmen integriert werden sowie die Möglichkeit für die Kandidaten geschaffen werden, sich im praktischen Arbeitsumfeld persönlich weiterzuentwickeln. Von den sechs Trainees, die im Geschäftsjahr 2020 das Programm absolviert haben, wurden fünf übernommen.

Ziele

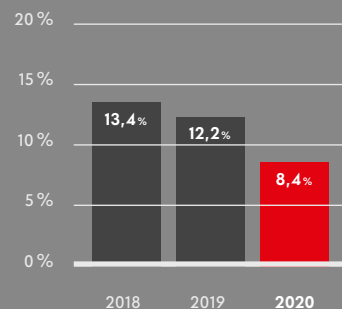
Wir führen das Trainee-Programm im Geschäftsjahr 2021 fort.

Ein weiteres Ziel ist es, 60 Prozent der Trainees nach Ablauf des Programms im Unternehmen zu behalten.

Verhaltenskodex

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 überarbeiteten, für alle Gesellschaften verbindlichen Verhaltenskodex eingeführt. Dessen Inhalte werden ab dem Jahr 2021 in einem jährlichen E-Learning abgefragt sowie von jedem neuen Mitarbeitenden zusammen mit dem Arbeitsvertrag unterschrieben. Weiterhin hat mobilezone einen Kanal geschaffen, über welchen Mitarbeitende Verstösse gegen den Verhaltenskodex melden können.

Fluktuation



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

* 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 von mobilezone aufgelöst wurde.

*** Die natürliche Fluktuation umfasst Abgänge, verursacht durch Pensionierungen, Tod des Arbeitnehmenden oder Ende eines befristeten Vertrags.

Lernende Schweiz

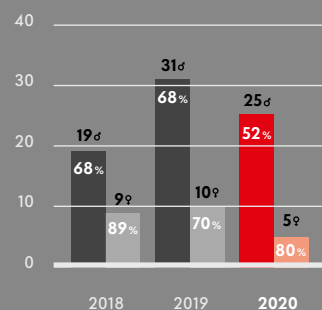
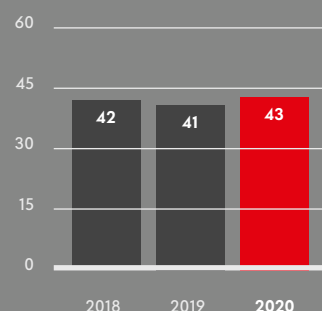


Abbildung: Anzahl Lernende in der Schweiz, die im entsprechenden Jahr die Lehre erfolgreich abgeschlossen haben (absolut) sowie Anzahl Lernende (in %), die ins Unternehmen übernommen wurden.

♂: Männer, ♀: Frauen

Nationalitäten



Anzahl unterschiedlicher Nationalitäten über die gesamte mobilezone Gruppe hinweg

Abgänge und Fluktuationsrate (ungeplant)

Land	Alter (in Jahren)	2020		2019		2018	
		♂ %	♀ %	♂ %	♀ %	♂ %	♀ %
Schweiz	< 25	15 6,5	6 7,6	21 10,3	13 18,4	18 9,2	16 21,8
	25 – 35	13 7,5	11 17,1	26 14,4	13 19,5	23 12,7	11 16,2
	35 – 45	4 4,5	4 19,5	9 10,2	5 20,0	19 21,6	3 10,9
	> 45	3 10,3	1 11,1	3 10,0	0 0,0	4 14,0	3 22,2
	Total	35 6,7	22 12,8	59 11,7	31 18,0	64 13,0	33 18,1
Deutschland	< 25	7 25,0	5 20,8	10 30,3	6 25,5	6 20,7	4 21,6
	25 – 35	6 6,7	8 11,9	8 9,9	8 12,4	11 15,4	8 14,4
	35 – 45	0 0,0	1 3,2	1 1,7	2 6,7	5 7,9	0 0,0
	> 45	1 2,9	1 6,3	0 0,0	0 0,0	1 2,8	2 10,0
Total	14 6,2	15 10,8	19 9,1	16 11,6	23 11,6	14 11,4	
mobilezone Gruppe	Total	49 6,7	37 11,9	78 10,9	47 15,2	87 12,6	47 15,4

GRI 401-1

Andere Abgänge (geplante** und natürliche*** Abgänge):

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% | 2018 Schweiz Männer jünger als 25 J.: 35; 17.9% | 25 – 35 J.: 16; 8.8% | 35 – 45 J.: 10; 11.4% | älter als 45 J.: 7; 24.6%

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% | 2018 Schweiz Frauen jünger als 25 J.: 13; 17.7% | 25 – 35 J.: 5; 7.4% | 35 – 45 J.: 4; 14.5% | älter als 45 J.: 5; 37.0%

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% | 2018 Deutschland Männer jünger als 25 J.: 7; 24.1% | 25 – 35 J.: 12; 16.8% | 35 – 45 J.: 8; 12.7% | älter als 45 J.: 1; 2.8%

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% | 2018 Deutschland Frauen jünger als 25 J.: 11; 59.5% | 25 – 35 J.: 16; 28.8% | 35 – 45 J.: 4; 14.0% | älter als 45 J.: 2; 10%

Neue Mitarbeitende

Land	Alter (in Jahren)	2020		2019		2018	
		♂ %	♀ %	♂ %	♀ %	♂ %	♀ %
Schweiz	< 25	85 36,9	38 48,4	79 38,6	33 46,8	82 41,9	32 43,5
	25 – 35	23 13,3	15 23,3	34 14,9	14 19,5	47 25,9	15 21,1
	35 – 45	10 11,2	5 24,4	13 14,8	6 24,0	12 13,6	3 10,9
	> 45	2 6,9	0 0,0	6 20,0	0 0,0	6 21,1	2 14,8
	Total	120 23,0	58 33,6	132 24,8	53 30,2	147 29,8	52 28,5
Deutschland	< 25	7 22,6	12 50,0	26 78,8	12 51,1	25 86,2	32 173,0
	25 – 35	26 28,4	20 29,6	27 33,5	21 32,6	32 44,8	31 55,9
	35 – 45	12 18,8	8 25,4	4 6,7	5 16,7	8 12,7	5 17,5
	> 45	6 15,8	3 18,8	4 11,0	3 15,4	3 8,5	6 30,0
Total	51 22,7	43 30,9	61 29,1	41 29,8	68 34,2	74 60,4	
mobilezone Gruppe	Total	171 22,9	101 32,4	193 26,1	94 30,0	215 31,0	126 41,3

GRI 401-1

Vertragsart

Land	Alter (in Jahren)	2020		2019		2018	
		♂ %	♀ %	♂ %	♀ %	♂ %	♀ %
Schweiz	befristet*	122 22,9	45 24,7	106 20,9	33 19,9	107 21,4	37 20,8
	unbefristet	411 77,1	137 75,3	402 79,1	133 80,1	392 78,6	141 79,2
	Total	533 100	182 100	508 100	166 100	499 100	178 100
Deutschland	befristet*	9 4,0	6 4,2	18 8,5	18 12,7	34 16,4	18 13,5
	unbefristet	216 96,0	138 95,8	194 91,5	124 87,3	173 83,6	115 86,5
	Total	225 100	144 100	212 100	142 100	207 100	133 100
mobilezone Gruppe	Total	1 084 Mitarbeitende		1 028 Mitarbeitende		1 017 Mitarbeitende	

GRI 102-8

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.

Ziel

Wir streben eine Teilnahme von 100 Prozent am E-Learning zur Abfrage der Inhalte des Verhaltenskodexes an.

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. Dort streben wir an, die Anzahl der Frauen von aktuell 10,6 Prozent bis 2025 auf 25 Prozent zu erhöhen.

Wir streben bei der Nettofluktuation (ungeplante Fluktuation) einen Wert von unter 10 Prozent im Jahr 2021 an.

Bewertung & Ausblick

Die Nettofluktuation lag im Geschäftsjahr 2020 coronabedingt bei niedrigen 8,4 Prozent, was im Vergleich zu 2018 (13,4 Prozent) und 2019 (12,2 Prozent) nicht repräsentativ ist. Entsprechend haben wir unser Ziel mit 10 Prozent nach oben angepasst. Sowohl Fluktuation als auch Mitarbeiterzufriedenheit, welche in einer Befragung im Jahr 2020 erhoben wurde, bewegen sich auf gutem Niveau, können aber dennoch weiter verbessert werden. Die grosse Diversität in Bezug auf Nationalitäten entspricht unseren Märkten und unserer Kultur. Der Geschlechtermix sollte aber langfristig noch verbessert werden.

Mit der Mitarbeiterumfrage planen wir, möglichst viele Informationen bezüglich des Wohlbefindens unserer Mitarbeitenden zu sammeln. Entsprechend der Resultate werden wir unser Verbesserungspotenzial identifizieren und Massnahmen treffen, um die Zufriedenheit und das Engagement zu verbessern. Dies sollte uns ermöglichen, die gesetzten Mitarbeiterbindungs- und Fluktuationsziele zu erreichen.



Teilzeit/Vollzeit

Geschlecht	Arbeitspensum	2020		2019		2018	
		Mitarbeitende	%	Mitarbeitende	%	Mitarbeitende	%
♂	Teilzeit	41	5,4	57	7,9	47	6,7
	Vollzeit	717	94,6	663	92,1	659	93,3
	Total	758	100	720	100	706	100
♀	Teilzeit	80	24,5	71	23,1	72	23,2
	Vollzeit	246	75,5	237	76,9	239	76,8
	Total	326	100	308	100	311	100
mobilezone Gruppe	Total	1 084		1 028		1 017	

GRI 102-8

Altersstruktur

Land	Alter (in Jahren)	2020				2019				2018			
		♂	%	♀	%	♂	%	♀	%	♂	%	♀	%
Schweiz	< 25	248	46,5	89	48,9	212	41,7	69	41,6	197	39,5	72	40,4
	25 – 35	171	32,1	65	35,7	174	34,3	65	39,2	188	37,7	68	38,2
	35 – 45	87	16,3	20	11,0	91	17,9	22	13,3	85	17,0	28	15,7
	> 45	27	5,1	8	4,4	31	6,1	10	6,0	29	5,8	10	5,6
	Total	533	100	182	100	508	100	166	100	499	100	178	100
Deutschland	< 25	26	11,6	26	18,1	33	15,6	23	16,2	33	15,9	24	18,0
	25 – 35	97	43,1	69	47,9	84	39,6	69	48,6	77	37,2	60	45,1
	35 – 45	65	28,9	34	23,6	59	27,8	30	21,1	60	29,0	30	22,6
	> 45	37	16,4	15	10,4	36	17,0	20	14,1	37	17,9	19	14,3
	Total	225	100	144	100	212	100	142	100	207	100	133	100
mobilezone Gruppe	Total	1 084				1 028				1 017			

GRI 405-1

Diversität

Stellung im Unternehmen	Alter (in Jahren)	2020			
		♂	%	♀	%
Oberes Kader	< 25	0	0,0	0	0,0
	25 – 35	2	6,3	1	3,1
	35 – 45	16	50,0	1	3,1
	> 45	10	31,3	2	6,3
	Total	28	87,5	4	12,5
Unteres Kader	< 25	0	0,0	0	0,0
	25 – 35	10	21,3	3	6,4
	35 – 45	26	55,3	1	2,1
	> 45	6	12,8	1	2,1
	Total	42	89,4	5	10,6
Mitarbeitende	< 25	176	20,3	81	9,4
	25 – 35	251	29,0	128	14,8
	35 – 45	110	12,7	52	6,0
	> 45	48	5,5	20	2,3
	Total	585	67,6	281	32,4
Auszubildende	< 25	98	70,5	34	24,5
	25 – 35	5	3,6	2	1,4
	35 – 45	0	0,0	0	0,0
	> 45	0	0,0	0	0,0
	Total	103	74,1	36	25,9
mobilezone Gruppe	Total	758	69,9	326	30,1

GRI 405-1

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.

♂: Männer, ♀: Frauen

Kunden

Unsere Kunden sind uns wichtig. Durch eine faire und ehrliche Beratung schaffen wir einen Mehrwert an der Schnittstelle zwischen Kunden, Mobilfunkanbietern und Geräteherstellern. Unsere Tätigkeiten zielen auf eine hohe Kundenzufriedenheit ab. Zusätzlich haben wir spezifische Massnahmen entwickelt, die ausgehend von Kennzahlen gezielt die Zufriedenheit steigern sollen.

Kundenvorteilsprogramm «mobilezone Club»

In der Schweiz wurde 2020 der mobilezone Club lanciert, welcher attraktive Vorteile für Stammkunden bietet. Bisher haben sich rund 15'000 Kunden registriert und profitieren unter anderem von attraktiven Preisreduktionen und speziellen Club-Angeboten, Rabattpunkten und Priorisierung bei Verkaufstarts.

Ziele

Im Geschäftsjahr 2021 streben wir an, dass 100'000 unserer Schweizer Kunden Club-Mitglieder sind. Bis im Jahr 2025 sind 40 Prozent unserer Kunden Teil unseres Clubs.

Schulungen Verkaufspersonal

Seit 2019 hat mobilezone die Schulung des Verkaufspersonals ausgebaut. Seither haben insgesamt über 300 Verkäuferinnen und Verkäufer an einer von über 30 Schulungen teilgenommen.

In den Schulungen der Storemanager liegt der Schwerpunkt auf dem Verkaufsprozess, in der Mitarbeiterführung und Organisation. 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 den neusten Trends geschult. Ein E-Learning-Portal stellt sicher, dass das Verkaufspersonal jederzeit umfassend über neue Produkte, Dienstleistungen oder Tarifpläne informiert ist.

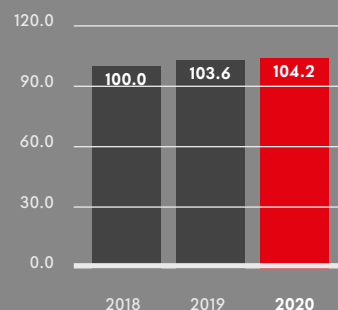
Im Geschäftsjahr 2020 konnten die Schulungen des Verkaufspersonals wegen Corona nicht wie bis anhin durchgeführt werden. Es ist mobilezone jedoch wichtig, das Verkaufspersonal an der Front mittels Schulungen zu unterstützen und bestmöglich auszustatten.

Ziele

Ziel ist es, im Geschäftsjahr 2021 ein Schulungskonzept auf die Beine zu stellen, 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.

Erhebung der Kundenzufriedenheit

Wir erheben kontinuierlich die Kundenzufriedenheit durch Befragungen und beobachten bereichsspezifische Kennzahlen wie den Net Promoter Score (NPS) und den Customer Satisfaction Score (CSAT). Bei schlechten Bewertungen fragen wir bei Kunden telefonisch nach und versuchen ihnen den bestmöglichen Service zu bieten. Weiterhin beobachten wir Online-Rezensionen und beachten bei den deutschen Online-Stores die Bewertungen beispielsweise bei TrustedShops sehr genau.

Ziele

Wir verbessern den Index unserer Kunden-Feedback-Scores um eine Einheit bis 2021 (von 104.2 im Jahr 2020 auf 105.2 im Jahr 2021). Dieser Index beinhaltet verschiedene Net Promoter Scores (NPS), Customer Satisfaction Scores (CSAT) und Online-Rezensionen (Trusted Shops). Die Resultate der verschiedenen 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.

Bewertung & Ausblick

Der Index zur Messung unserer Kundenzufriedenheit hat sich seit 2018 auf hohem Niveau weiterhin positiv entwickelt. Unser Ansatz hat sich daher bestätigt und wird in den nächsten Jahren weiterverfolgt.

Smartphone-Kreislauf

Im letzten Jahr hat mobilezone in der Schweiz 270'000 Smartphones verkauft. Laut Fraunhofer Institut werden für die Herstellung eines Smartphones 14 Kilogramm an Ressourcen benötigt und 58 kg CO₂ emittiert. Damit ist die Herstellung mit grossen ökologischen Auswirkungen verbunden. Zusätzlich können die Arbeitsbedingungen im Rohstoffabbau und in den Herstellungsbetrieben problematisch sein.

Der Bereich Rücknahme und Wiederverkauf von gebrauchten Smartphones bezieht sich in erster Linie auf die Schweiz. In Deutschland nimmt mobilezone ebenfalls Geräte zurück, jedoch im kleinen Rahmen und mit externem Partner. Hier werden wir in Zukunft weitere Massnahmen prüfen.

mobilezone sucht den Dialog mit den Herstellern und nimmt dort direkten Einfluss, wo sie kann. Dazu gehören Angebote, welche die Nutzungsdauer der Geräte verlängern, da so weniger Ressourcen benötigt werden.

Verkauf von gebrauchten Geräten

jusit (get-jusit.ch) ist die neue Schweizer Marke für gebrauchte Smartphones, die 2020 von mobilezone lanciert wurde. Die am Markt zurückgekauften Geräte werden von zertifizierten mobilezone Mitarbeitenden ausschliesslich mit Originalteilen repariert und wiederaufbereitet und mit 100-prozentiger Leistungsfähigkeit verkauft. Seit Septem-

ber 2020 werden jusit-Geräte online auf get-jusit.ch und in ausgewählten mobilezone Shops verkauft. Von zu Beginn vier Shops haben wir das jusit Angebot auf zehn Shops in allen Sprachregionen der Schweiz ausgebaut. Mit dem Angebot gehen wir auf die Bedürfnisse derjenigen Kunden ein, die auf eine nachhaltige Lebensweise achten.

Ziele

Wir werden 2021 zum grössten Anbieter von gebrauchten Smartphones in der Schweiz. Für das Jahr 2021 ist es unser Ziel, dass 1 Prozent unserer verkauften Smartphones wiederaufbereitete Geräte sind. Bis 2025 wollen wir, dass 6 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 2021 eine Reparaturquote* von 95 Prozent an.

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

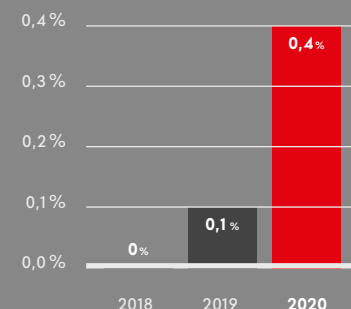
Dezentrales Reparaturangebot

In zehn mobilezone Werkstätten in der Schweiz können Kundinnen und Kunden innerhalb von kurzer Zeit ihr kaputtes Smartphone reparieren lassen. Für die Reparaturen verwenden wir nur Originalteile und erhalten so die Herstellergarantie. Im letzten Jahr haben wir in den Werkstätten 9'000 Geräte repariert. Mit der Smartphone-Reparatur bieten wir eine Alternative für den Kauf eines Neugerätes und vermindern so die Umweltbelastung, welche die Produktion eines neuen Gerätes mit sich bringen würde.

Lebenszyklus eines Smartphones

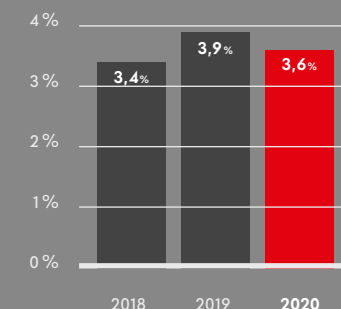


Wiederaufbereitete verkaufte Smartphones



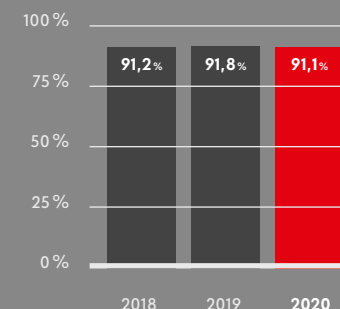
GRI 301-3
Anzahl verkaufter wiederaufbereiteter Smartphones im Verhältnis zu total verkauften neuen Smartphones

Smartphone-Rückkauf



GRI 306-2
Zurückgekaufte Smartphones im Verhältnis zu total verkauften neuen Smartphones

Erfolgreiche Reparaturen



GRI 306-1
Anzahl erfolgreich abgeschlossene Reparaturen im Verhältnis zum Total aller Reparaturaufträge

Ziele

Wir streben im Geschäftsjahr 2021 12'000 Reparaturen in den mobilezone Werkstätten an.

Zentrales Reparaturangebot

Die mobilezone Tochter mobiletouch repariert pro Jahr über 150'000 Smartphones in der Schweiz. Für Mobilfunkanbieter, Elektronikhändler oder Grossunternehmen werden dabei fast alle Marken am Hauptsitz in Zweidlen repariert. mobiletouch bietet ebenfalls an, nicht reparierbare Geräte zu entsorgen, damit die Geräte einen weiteren Nutzen erhalten.

Rücknahmen von Geräten

Über unsere Endkunden-Verkaufskanäle bieten wir Rücknahmeprogramme an, um Smartphones in den Gerätekreislauf zurückzuführen. Dabei verkaufen wir nutzbare Geräte weiter, während alte oder nicht mehr reparierbare Geräte dem Recycling zugeführt werden.

Im letzten Jahr wurden 10'000 Geräte zurückgenommen. Dies entspricht 3,6 Prozent der durch uns verkauften Geräte in der Schweiz.

Ziele

2021 planen wir 5 Prozent der Smartphones zurückzuholen, die wir pro Jahr verkaufen.

Bewertung & Ausblick

Die Wesentlichkeitsanalyse hat aufgezeigt, dass im Bereich wiederaufbereitete Smartphones grosses Potenzial besteht und wir mit der Marke jusit in der Schweiz einen positiven Einfluss auf die Umwelt nehmen können. Die positive Entwicklung mit jusit kann als Indikator für den deutschen Markt dienen. Allerdings haben die deutschen Gesellschaften nicht dieselbe Infrastruktur wie in der Schweiz in Bezug auf Shops zur Rücknahme und Werkstätten zur Wiederaufbereitung. Diesbezüglich sind vertiefte Analysen zu einer möglichen Markteinführung in Deutschland nötig.



Umwelt-Management

Der Verbrauch knapper Ressourcen, die Auswirkungen des Klimawandels und die Belastung der Umwelt durch den Konsum einer wachsenden Weltbevölkerung stellen unsere Gesellschaft vor grosse Herausforderungen und nehmen auch Unternehmen in die Verantwortung. 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 von 253,7 MWh im Jahr 2019 um 30 Prozent auf 177,3 MWh

reduzieren (GRI 302-4). Auf dem neuen Areal 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.

Die Messung unseres internen Energieverbrauchs hat sich aufgrund der Vielzahl an Shop Standorten in der Schweiz als relativ schwierig erwiesen. Der Stromverbrauch entspricht den gesammelten Daten der letzten drei Geschäftsjahre und bildet eine Annäherung an unseren effektiven Stromverbrauch ab. In diesem Bereich müssen in den folgenden Jahren neue Massnahmen definiert werden, damit wir unsere Ziele für 2025 erreichen.

Ziele

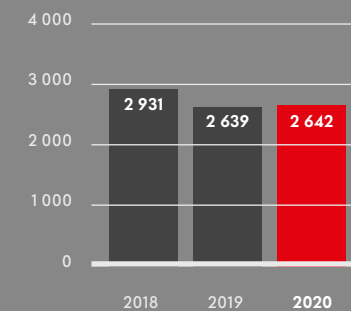
Bis im Jahr 2021 streben wir eine genaue Aufschlüsselung unseres Strommixes an.

Bewertung & Ausblick

Aufgrund der dezentralen Aufstellung von mobilezone (Schweiz und Deutschland, Shops in der gesamten Schweiz) stellt eine genaue Erhebung des Strommixes eine grosse Herausforderung dar. Eine genaue Aufstellung der Zusammensetzung unseres Stroms ist eines unserer Ziele im Bereich Umwelt-Management.

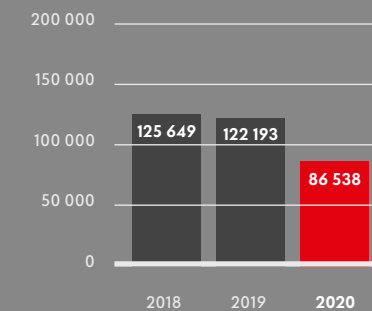


Stromverbrauch der mobilezone Gruppe



Der Stromverbrauch wird in MWh ausgewiesen.

Treibstoffverbrauch der mobilezone Gruppe



Der Treibstoffverbrauch wird in Litern ausgewiesen.

GRI-Inhaltsindex

Der vorliegende Bericht ist der zweite Nachhaltigkeitsbericht der mobilezone holding ag. Es ist der erste 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 2020. Die Umweltkennzahlen beziehen sich auf den Zeitraum 1. Januar 2018 bis 31. Dezember 2020. Die mobilezone Gruppe informiert ihre Stakeholder jährlich über ihre Tätigkeiten und Fortschritte im Bereich der 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.

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		17, 49
102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen		17
102-3	Hauptsitz der Organisation		17
102-4	Betriebsstätten		49
102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform		49–51
102-6	Belieferte Märkte		17–20
102-7	Grösse der Organisation		2, 17
			51
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.	37
102-9	Lieferkette		43
102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	Bis auf den Verkauf des Reparaturgeschäfts in Österreich gab es keine signifikanten Änderungen der Organisation oder ihrer Lieferkette.	12
102-11	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip / Nachhaltigkeitsansatz		30–32
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		29
3. Ethik und Integrität			
102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	Verhaltenskodex: https://www.mobilezone.ch/assets/cms/persistent/9492acc4f5b479ad1555e52cd12e5943893c85ba/Verhaltenskodex_2020_de.pdf	
4. Unternehmensführung			
102-18	Führungsstruktur		51

5. Einbindung von Stakeholdern			
102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen		30, 31
102-41	Tarifverträge	Bei mobilezone arbeiten keine Mitarbeitenden, die einem Tarifvertrag unterstehen.	
102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder		30, 31
102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern		30, 31
102-44	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen		30, 31
6. Vorgehensweise bei der Berichterstattung			
102-45	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten		67
102-46	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen		30, 31
102-47	Liste der wesentlichen Themen		30, 31
102-48	Neudarstellung von Informationen	Keine Neudarstellung	
102-49	Änderungen bei der Berichterstattung	Neu: Berichterstattung nach GRI-Standards	44
102-50	Berichtszeitraum		44
102-51	Datum des letzten Berichts	13. März 2020	44
102-52	Berichtszyklus		44
102-53	Ansprechperson bei Fragen zum Bericht		29, 44
102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards		44
102-55	GRI-Index		44, 45
102-56	Externe Prüfung	Der Nachhaltigkeitsbericht der mobilezone Gruppe wird keiner externen Prüfung unterzogen.	44
Mitarbeitende			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung		33–37
103-2	Managementansatz und seine Bestandteile		33–37
103-3	Beurteilung des Managementansatzes		33–37
401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation		35
405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten		37, 49
Kunden			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung		38, 39
103-2	Managementansatz und seine Bestandteile		38, 39
103-3	Beurteilung des Managementansatzes		38, 39
	Eigener Indikator: Kundenzufriedenheitsindex	Freiwillige Ergänzung der GRI-Standards	38, 39
Smartphone-Kreislauf			
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung		40, 41
103-2	Managementansatz und seine Bestandteile		40, 41
103-3	Beurteilung des Managementansatzes		40, 41
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.	40, 41
Umwelt-Management			
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
302-4	Verringerung des Energieverbrauchs		42



Impressum

Herausgeberin mobilezone holding ag, Rotkreuz

Gestaltung mobilezone holding ag, Rotkreuz

Redaktion mobilezone holding ag, Rotkreuz

©2021 mobilezone holding ag