

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2022



Nachhaltigkeitsbericht

Vorwort

Wesentlichkeitsanalyse

Nachhaltigkeits-Management


Mitarbeitende

Kunden

Smartphone-Kreislauf

Umwelt-Management

GRI-Index

A man in a dark pinstriped suit, light blue shirt, and red patterned tie is smiling and looking towards a woman with blonde hair in a ponytail. He is holding a brown paper shopping bag with the 'mobilezone' logo. The background shows shelves stocked with mobile phone accessories in a store.

Piero Bontich

Financial Manager
Kunde des mobilezone Shops Lugano Peri

Weshalb bin ich Kunde von mobilezone?

Ich bin meinem guten Freund Gilles Rodari, dem Storemanager des Shops in Lugano, gefolgt, als er seine frühere Stelle aufgab. Wir kennen uns seit rund 10 Jahren. In Gilles habe ich einen echten Profi gefunden, der immer ein offenes Ohr für meine Bedürfnisse hat. Er ist in der Lage, sowohl die wirtschaftlichen als auch die persönlichen Bedürfnisse des Kunden perfekt zu erfassen, denn er hat ein Gespür dafür, was man als Kunde braucht.

Was schätze ich besonders an mobilezone?

Ich schätze vor allem die Freundlichkeit und Verfügbarkeit des gesamten Teams in Lugano. Ich muss nie auf etwas warten. Wenn ich zum Beispiel einen neuen Handyvertrag benötige, übernimmt das Team und sorgt mit dem Mobilfunkanbieter dafür, dass alles funktioniert, einschliesslich der zugehörigen Dienstleistungen, und sorgt so dafür, dass wir Kunden keine Aufwände haben. Meine Tochter wünschte sich einmal ein sehr beliebtes Mobiltelefon-Modell. Obwohl es schwierig war, das spezifische Modell zu bekommen, haben die Jungs hier in Lugano die Angelegenheit so gut geregelt und das Telefon in einer mehr als akzeptablen Zeit organisiert. Abschliessend möchte ich noch anmerken, dass mobilezone mit Zubehör und Wearables perfekt aufgestellt ist, man findet alles, was man braucht.

Liebe Leserin, lieber Leser

Als Telekommunikationsunternehmen mit einem umfassenden Angebot an Produkten, Abos, Services und weiteren Dienstleistungen tragen wir eine grosse Verantwortung: Lieferverfügbarkeiten, einwandfrei funktionierende Geräte, passendes Zubehör, massgeschneiderte Abos und ergänzende Services; darauf verlassen sich unsere Anspruchsgruppen. Sie verlassen sich aber auch auf eine faire und umfassende Beratung in der komplexen Welt der Telekommunikation. Gerade die vergangenen Pandemiejahre, in denen der direkte Kontakt nicht mehr ohne Weiteres möglich war, hat gezeigt, wie wichtig mobilezone für ihre Kunden ist, indem sie diese im Rahmen der Grundversorgung mit Telekommunikationsprodukten und -dienstleistungen versorgen konnte. So konnte der Kontakt mit der Familie, mit Freunden oder Arbeitskollegen weiterhin aufrechterhalten werden.

Das Nachhaltigkeitsjahr 2022 stand ganz im Zeichen der Fokussierung auf die Kernstrategie. An einem länderübergreifenden Management Workshop im Sommer 2022 wurde das Thema Nachhaltigkeit in seinen vier Fokusbereichen genauer betrachtet und das Bekenntnis zum Thema nochmals bekräftigt. Mit diesem Workshop hat das oberste Management des Unternehmens auch seine Verpflichtung gegenüber dem Thema nochmals bekräftigt. Diese Verpflichtung spiegelt sich in der Vergütung der Geschäftsleitungsmitglieder wider: Ein Teil der Vergütung ist auch von der Mitarbeiterzufriedenheit und der Kundenzufriedenheit abhängig.

mobilezone hat das Thema Nachhaltigkeit nicht nur strategisch, sondern auch organisatorisch im Unternehmen verankert, indem das Sustainability Committee gegründet wurde. Dieses ist im Verwaltungsrat angesiedelt, wird von diesem überwacht und von der Konzernleitung strategisch begleitet. Ein Nachhaltigkeitsgremium kümmert sich um die operative Bewirtschaftung des Themas und befindet sich im Austausch mit den einzelnen Geschäftsbereichen in der Schweiz und in Deutschland. Mit der Schaffung dieser Struktur wird sichergestellt, dass das Thema Nachhaltigkeit im Konzern in den einzelnen Geschäftsbereichen verankert und breit abgestützt ist sowie strategisch vorangetrieben wird.

Die Nachhaltigkeitsanstrengungen des Unternehmens wurden insofern belohnt, als die mobilezone Gruppe in die ersten nachhaltigen Indizes der Schweizer Börse, SPI ESG und SPI ESG Weighted, die nachhaltigen Pendanten zum Schweizer Leitindex SPI, aufgenommen wurde. Um in die Indizes aufgenommen zu werden, muss ein Unternehmen definierte ökologische, soziale und ethische Standards einhalten und entsprechend von Inrate, der von der Schweizer Börse SIX bestimmten Ratingagentur, eine Bewertung von mindestens C+ erhalten. Die Index-Komponenten des SPI ESG und des SPI ESG Weighted werden anhand der SPI-Index-Methodik selektiert. Die Komponenten werden nach ihrer Freefloat-Marktkapitalisierung gewichtet.

Im aktuellen Jahr 2023 möchten wir die Mitarbeiterzufriedenheit weiter verbessern, es sind zahlreiche Massnahmen zu ihrer Verbesserung geplant. Im Bereich Smartphone-Kreislauf in der Schweiz kann nach zwei Jahren eine sehr positive Bilanz gezogen werden: Die Nachfrage nach gebrauchten wiederaufbereiteten Smartphones ist ungebrochen vorhanden. Die positiven Entwicklungen wurden zum Anlass genommen, auch in Deutschland ein Angebot an Refurbished Smartphones zu etablieren. Die Erfahrungen seit Start im November 2022 lassen uns optimistisch in die Zukunft blicken. Und wir sind dabei, eine gruppenweite CO₂-Bilanz zu erstellen, um in einem weiteren Schritt Einsparungspotential in diesem Bereich zu eruieren und umsetzen zu können.

Auf den folgenden Seiten erfahren Sie mehr über die Nachhaltigkeitsstrategie von mobilezone sowie über die vier Fokusthemen und die dazugehörigen Massnahmen.



Olaf Swantee
Verwaltungsratspräsident



Markus Bernhard
Chief Executive Officer



Martina Högger
Verantwortliche Nachhaltigkeit

Wesentlichkeitsanalyse

Die Entwicklung einer Wesentlichkeitsanalyse betrachten wir als wichtige Voraussetzung für die Entwicklung einer Nachhaltigkeitsstrategie. Unter Berücksichtigung der Standards der Global Reporting Initiative (GRI) haben wir im Sommer 2020 eine solche Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt. Sie diente dazu, diejenigen Themen, welche aus Sicht von mobilezone am relevantesten sind, zu ermitteln, zu bewerten und miteinander zu verknüpfen. Die Ergebnisse dieser Analyse wurden in einer Wesentlichkeitsmatrix zusammengeführt. Die Wesentlichkeitsanalyse wurde wie folgt durchgeführt:

- ✓ Stakeholder Interviews 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

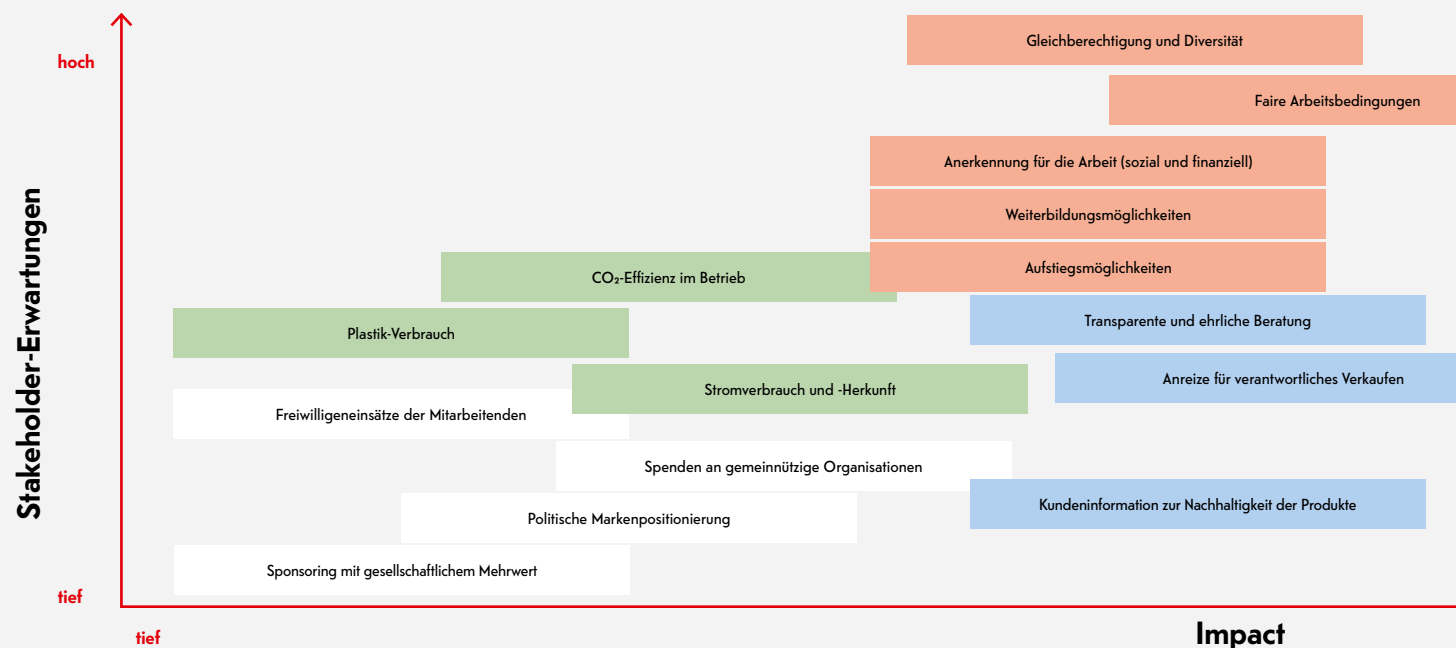
Von den gewählten Themen wurden anschliessend die vier aus Unternehmenssicht wichtigsten Themen ausgewählt. Folgende Gründe waren ausschlaggebend für die Konzentration auf die vier Fokusthemen «Mitarbeitende», «Kunden», «Smartphone-Kreislauf» und «Umwelt-Management»:

- ✓ In diesen Bereichen können wir am meisten bewirken.
- ✓ Unser oberstes Credo ist die Glaubwürdigkeit unserer Nachhaltigkeitsmassnahmen. Dementsprechend wurden Handlungsfelder evaluiert, innerhalb derer wir glaubhaft Massnahmen umsetzen können.
- ✓ Massnahmen, welche wir innerhalb unserer Nachhaltigkeitsstrategie umsetzen, müssen sich lohnen. Entsprechend müssen sie stets mit unserem Kerngeschäft abgestimmt sein.

In der Wesentlichkeitsanalyse 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.

Evaluation Nachhaltigkeitsthemen

Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie

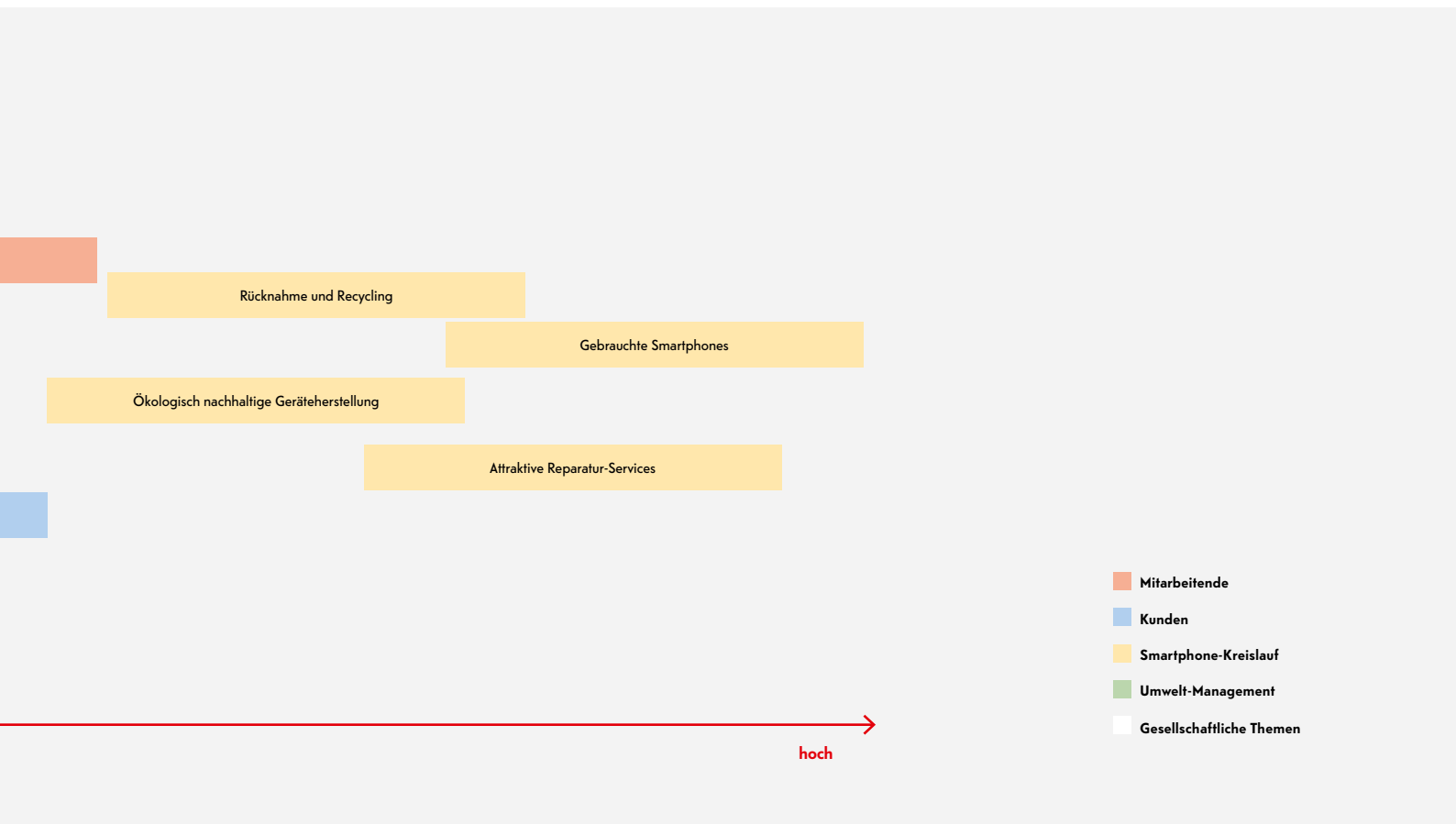


Alle evaluierten Themen im Rahmen der Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie von mobilezone und deren Gewichtung zusammengefasst in einer Wesentlichkeitsmatrix.

mobilezone kann hier Einfluss nehmen, indem sie Angebote macht, welche die Nutzungsdauer der Geräte verlängert, was zu einem tieferen Ressourcenbedarf 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 Zufriedenheit und damit letztlich die Motivation und die Bindung ans Unternehmen. Die Zufriedenheit unse-

rer **Kunden** steht im Mittelpunkt unseres Handelns. Nicht nur unter dem Gesichtspunkt der Nachhaltigkeit 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.



Das Nachhaltigkeits-Management

Das Thema Nachhaltigkeit ist Teil der Unternehmensstrategie der mobilezone Gruppe. Das Nachhaltigkeits-Management definiert organisatorische und funktionale Rahmenbedingungen zur Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie. Es umfasst die Punkte Organisation und Verantwortlichkeiten, Kommunikation sowie Monitoring und Reporting.

Organisation und Verantwortlichkeiten

Das Sustainability Committee agiert als oberstes Entscheidungsgremium und verabschiedet die Nachhaltigkeitsstrategie. Zweimal jährlich tagt dieses zum Thema Nachhaltigkeit mit dem Ziel, die Nachhaltigkeitsstrategie voranzutreiben. Als oberster Verantwortlicher für die Nachhaltigkeitsstrategie fungiert der CEO der mobilezone Gruppe. Zusammen mit der Konzernleitung leitet er Nachhaltigkeitsthemen an den Verwaltungsrat weiter. Um das Thema Nachhaltigkeit operativ im Unternehmen voranzutreiben, wurde ein fünfköpfiges Nachhaltigkeitsgremium, bestehend aus Mitarbeitenden und Führungspersonen der deutschen und der Schweizer Organisation gegründet, welches die folgenden Verantwortungsbereiche hat:

- ✓ Operative Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie
- ✓ Entwicklung einer Roadmap
- ✓ Sammlung von Nachhaltigkeitsthemen in der Organisation und Definition der Wichtigkeit der Themen
- ✓ Entwicklung einer Kommunikationsstrategie für das Thema Nachhaltigkeit
- ✓ Monitoring
- ✓ Reporting an die Konzernleitung
- ✓ Anlaufstelle für Mitarbeitende

Es findet ein regelmässiger Austausch zwischen der Konzernleitung und dem Nachhaltigkeitsgremium statt sowie mit dem Nachhaltigkeitsgremium und den Verantwortlichen aus dem Business beider Länder.

Kommunikation

mobilezone legt Wert auf eine transparente Kommunikation ihrer Nachhaltigkeitsmassnahmen. Entsprechend publiziert das Unternehmen jährlich einen ausführlichen Nachhaltigkeitsbericht nach den Standards der Global Reporting Initiative (GRI).

Über die Massnahmen und Fortschritte innerhalb der vier Fokusthemen wird intern und extern kommuniziert. Interne Zielgruppen werden an Mitarbeiterinformationen via Info-Screens und interne Newsletter informiert. Um das Thema im Unternehmen weiter zu verankern, wird die Kommunikation mit den Mitarbeitenden stetig überprüft, gemessen und wo nötig, werden Anpassungen gemacht.

Für externe Zielgruppen werden die Informationen im vorliegenden Geschäftsbericht zur Verfügung gestellt. Weiterhin finden bilaterale Gespräche mit Analysten und weiteren interessierten Stakeholdern statt. Auch die Kommunikation mit den Anspruchsgruppen wird regelmässig überprüft und kontinuierlich verbessert.

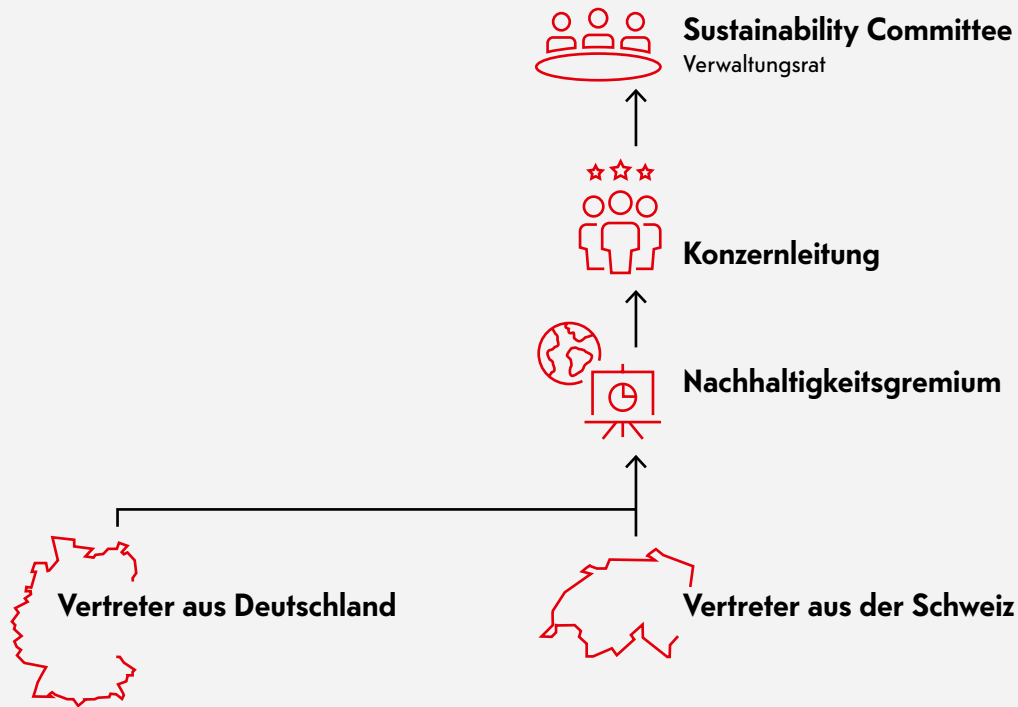
Nachhaltigkeits-Monitoring und -Reporting

Das Nachhaltigkeits-Monitoring ist zentral aufgebaut und die entsprechenden Kennzahlen werden mindestens einmal jährlich erhoben und ausgewertet. Das Monitoring erfolgt als Teil des internen Nachhaltigkeits-Managementsystems, 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 Nachhaltigkeitsgremium evaluiert. Im Weiteren soll der Nachhaltigkeitsbericht stetig weiterentwickelt und ergänzt werden.

Strategie

Das Thema Nachhaltigkeit ist Teil der Konzernstrategie von mobilezone. Daraus abgeleitet wird die Nachhaltigkeitsstrategie von mobilezone. Sie 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». Die Nachhaltigkeitsstrategie von mobilezone ist abgestimmt mit ihrem Kerngeschäft.

Organisatorischer Aufbau des Nachhaltigkeits-Managements



Die vier Säulen der Nachhaltigkeitsstrategie



Mitarbeitende

- Offene Kommunikationskultur
- Arbeitssicherheit & Gesundheitsschutz
- Ausbildungsbetrieb
- Ethik & Verhalten

Kunden

- Kundenvorteilsprogramm «mobilezone Club»
- Systematische Messung der Kundenzufriedenheit
- Verbesserung der Kundenzufriedenheit

Smartphone-Kreislauf

- Geräterücknahme und Recycling
- Zentrales und dezentrales Reparaturangebot
- Verkauf gebrauchter Smartphones

Umwelt-Management

- Energie-Management
- Verpackungen und Versand



Karl Trautmann

Geschäftsführender Direktor bei ElectronicPartner,
Kunde von mobilezone handel

Weshalb bin ich Kunde von mobilezone?

Wenn Profis mit Profis arbeiten, ist das Resultat davon Erfolg. Damit die Unternehmerinnen und Unternehmer der Verbundgruppe ElectronicPartner auch im anspruchsvollen Mobilfunkgeschäft mit gewerblichen und privaten (End-)Kunden die beste Unterstützung erhalten, haben wir uns für eine Partnerschaft mit mobilezone entschieden.

Was schätze ich besonders an mobilezone?

Ich schätze den Top-Service der kompetenten Mitarbeitenden, die verlässliche Logistikleistung und die kreative Marktbearbeitung des Unternehmens.

Mitarbeitende

Die Mitarbeitenden der mobilezone Gruppe stehen im Zentrum unseres Handelns. Wir sind überzeugt, dass der nachhaltige Erfolg des Unternehmens nur möglich ist, wenn unsere Mitarbeitenden zufrieden, motiviert sowie mit den entsprechenden Fähigkeiten und Arbeitsmitteln ausgestattet sind. Entsprechend bieten wir ihnen Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten, die sie zur Ausübung ihrer Aufgaben benötigen. Wir möchten Talente früh erkennen und für uns gewinnen – dies tun wir unter anderem als Ausbildungsbetrieb, indem wir Lernende und Trainees ausbilden und fördern. Flache Hierarchien ermöglichen schnelle und effiziente Entscheidungen. Eine Kommunikationskultur auf Augenhöhe über alle Hierarchiestufen hinweg begründet die Kultur von mobilezone.

Offene Kommunikationskultur

Eine offene Kommunikation unabhängig der Hierarchiestufe inklusive Du-Kultur ist ein wichtiges Merkmal der mobilezone Kultur. Sie manifestiert sich in verschiedenen Massnahmen, welche das Unternehmen über alle Abteilungen und Business Units hinweg umsetzt.

Regelmässige Mitarbeitergespräche

Die regelmässig stattfindenden Gespräche zwischen Mitarbeitenden und Vorgesetzten bieten die Möglichkeit, Feedback zu geben, die Überprüfung der gemeinsamen Ziele sowie eine Standortbestimmung mit dem Ziel einer gegenseitigen Bewertung.

Feedback-Briefkasten

Mit dem Feedback-Briefkasten wurde die Möglichkeit geschaffen, auch Themen anzusprechen, die lieber im anonymen Rahmen geäussert werden wollen. mobilezone hat deshalb im Jahr 2020 am Hauptsitz in Rotkreuz mit dem Feedback-Briefkasten einen Kanal geschaffen, anonym Wünsche zu äussern und Rückmeldung zu geben. Damit möchte mobilezone sicherstellen, die Bedürfnisse der Mitarbeitenden schnell und unbürokratisch zu erfassen und, wo möglich, zu lösen. Im Geschäftsjahr 2022 sind insgesamt 16 Feedbacks zu unterschiedlichen Themen eingegangen.

Ziele

Für den Feedback-Briefkasten wurde das folgende Ziel definiert:

- ✓ Aktuell ist der Hauptsitz in Rotkreuz der einzige Standort, der mit einem Feedback-Briefkasten ausgerüstet ist. Ziel 2023 ist es, diese Idee künftig auch auf andere Standorte auszuweiten. Die Mitarbeitenden aller Standorte sind dazu eingeladen, positive wie negative Kritik und Wünsche zu äussern, was wichtig für die individuelle Weiterentwicklung der Teams und letztlich des Unternehmens ist.

Mitarbeiterveranstaltungen

Neben der schriftlichen Information der Mitarbeitenden über digitale Kanäle finden in regelmässigen Abständen Mitarbeiterveranstaltungen statt. Diese Veranstaltungen dienen dazu, Informationen mit mehr Erklärungsbedarf zu vermitteln und die Möglichkeit für direktes Feedback und Rückfragen zu bieten. Die Veranstaltungen finden in Form von digitalen und analogen All Hands Meetings, Mitarbeiterfrühstücken und weiteren Veranstaltungsformaten statt.

In diesem Zusammenhang soll auch das Thema Nachhaltigkeit bei der Belegschaft verankert werden. Neben der externen Kommunikation hat sich mobilezone zum Ziel gesetzt, auch die interne Kommunikation in Bezug auf das Thema Nachhaltigkeit zu verbessern. An Mitarbeiterveranstaltungen wird das Thema Nachhaltigkeit regelmässig kommuniziert und es wird über aktuelle Massnahmen berichtet. Mitarbeitende werden dazu ermutigt, Vorschläge einzubringen oder Rückmeldung zum Thema Nachhaltigkeit zu geben. So stellen wir als Unternehmen sicher, dass die Nachhaltigkeit im Unternehmen verankert ist. Mit weiteren Veranstaltungen, wie Weihnachtsfeiern, Apéros, dem «mobilezone Fussballturnier», Skitagen und Teamausflügen wird den Mitarbeitenden an den Standorten sowohl Wertschätzung ausgedrückt, wie auch der (abteilungsübergreifende) Team-Zusammenhalt gefördert.

Ziele

Mit den Mitarbeiterveranstaltungen verfolgen wir das folgende Ziel:

- ✓ Mit diesen transparenten Kommunikationsformaten steht die Vertrauensbildung und die Steigerung der Motivation bei den Mitarbeitenden sowie das bessere Verständnis von komplexen Sachverhalten und der Ausdruck von Wertschätzung für die geleistete Arbeit im Fokus. Die Weiterentwicklung des Gefässes «Mitarbeiterveranstaltungen» soll in den nächsten Jahren vorangetrieben werden.

Mitarbeiterbefragung

mobilezone befragt ihre Mitarbeitenden jährlich anonym. Ihre Zufriedenheit ist ein zentraler Bestandteil der Umfrage. Dabei werden alle Mitarbeitenden über alle Hierarchiestufen hinweg mittels standardisierten Fragebogens befragt. Die anschliessende mehrstufige Auswertung wird in kurz-, mittel- und langfristig umzusetzende Massnahmen eingeteilt. Innerhalb der Mitarbeiterbefragung wurde den Mitarbeitenden Fragen zu Zufriedenheit, Motivation, Entwicklungsmöglichkeiten, aber auch zu Änderungsvorschlägen, welche das Unternehmen betreffen, gestellt. Generell hat die Mitarbeiterbefragung über die gesamte Gruppe hinweg eine Zufriedenheitsquote von über 90 Prozent ergeben.

Ziele

Im Bereich der Mitarbeiterzufriedenheit sollen die folgenden Ziele erreicht werden:

- ✓ Wir führen auch im Jahr 2023 eine gruppenweite Mitarbeiterbefragung durch.
- ✓ Die gruppenweite Zufriedenheit der Mitarbeitenden steht im Fokus.

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Unterstützung von Sportangeboten

Eine ausgeglichene Work-Life-Balance unserer Mitarbeitenden ist uns wichtig. Entsprechend werden Sportangebote in verschiedenster Form unterstützt. Innerhalb der mobilezone Gruppe sind mehrere Laufgruppen aktiv. Ebenfalls unterstützt mobilezone die Teilnahme der Mitarbeitenden an Initiativen wie «Bike to Work» oder Lauf-Events wie beispielsweise den «Business Run» in Köln oder Bochum. Mitarbeitende können zudem teilweise von vergünstigten Fitness-Abos profitieren.

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

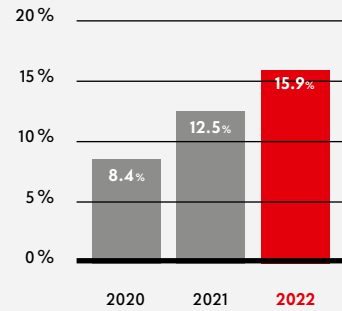
Die Unversehrtheit, die Gesundheit und das Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden stehen an erster Stelle. Wir stellen die Sicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeitenden durch eine zweckmässige Arbeitsorganisation, Führung und Ausbildung sicher. Damit die Mitarbeitenden von mobilezone an allen Standorten ihre Aufgaben sicher und effizient erledigen können, wurde ein Sicherheitskonzept entwickelt sowie dessen regelmässige Überprüfung und Trainings sichergestellt.

Die meisten Büroarbeitsplätze an den mobilezone Standorten sind mit höhenverstellbaren Schreibtischen ausgestattet, um Rückenbeschwerden vorzubeugen. In den Abteilungen Logistik und Technik finden regelmässige Schulungen zur Einhaltung von Sicherheitsvorgaben statt, deren Grundlagen auf dem Sicherheitskonzept von mobilezone basieren.

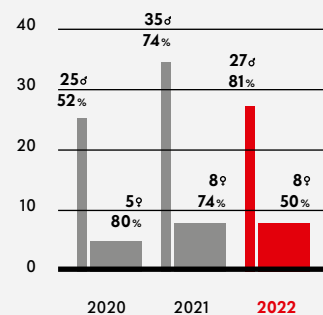
Informationssicherheit

Die Informationssicherheit eines Unternehmens dient der Sicherstellung von Vertraulichkeit, Integrität und Verfügbarkeit. mobilezone verfügt über eine IT-Sicherheitscharta, welche klare Verhaltensregeln für den Einsatz und die Nutzung der ICT-Systeme enthält. Mittels Flyer und E-Learnings werden die Mitarbeitenden regelmässig in Bezug auf mögliche Cyber-Gefahren sensibilisiert und entsprechend geschult.

Fluktuation (ungeplant)¹

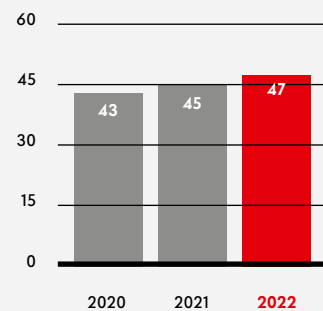


Lernende Schweiz



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

¹ 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.

Vertragsart GRI 102-8

Land		2022		2021		2020	
		♂ %	♀ %	♂ %	♀ %	♂ %	♀ %
Schweiz	befristet ⁴	130 25.5	51 30.2	125 24.1	52 29.7	122 22.9	45 24.7
	unbefristet	380 74.5	118 69.8	393 75.9	123 70.3	411 77.1	137 75.3
	Total	510 100	169 100	518 100	175 100	533 100	182 100
Deutschland	befristet ⁴	6 2.7	8 5.5	4 1.8	3 2.1	9 4.0	6 4.2
	unbefristet	214 97.3	138 94.5	218 98.2	140 97.9	216 96.0	138 95.8
	Total	220 100	146 100	222 100	143 100	225 100	144 100
mobilezone Gruppe	Total	1 045 Mitarbeitende		1 058 Mitarbeitende		1 084 Mitarbeitende	

¹ 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.

² Die geplante Fluktuation umfasst alle Abgänge, bei denen das Arbeitsverhältnis vonseiten mobilezone aufgelöst wurde.

³ Die natürliche Fluktuation umfasst Abgänge, verursacht durch Pensionierungen, Tod des Arbeitnehmenden oder Ende eines befristeten Vertrags.

⁴ Zu den befristeten Vertragsarten gehören auch Lernende.

Abgänge und Fluktuationsrate (ungeplant) ¹ GRI 401-1

Land	Alter (in Jahren)	2022		2021		2020	
		♂ %	♀ %	♂ %	♀ %	♂ %	♀ %
Schweiz	< 25	24 11.0	13 16.6	14 7.2	14 19.1	15 6.5	6 7.6
	25–35	41 23.6	20 32.0	33 17.1	17 23.6	13 7.5	11 17.1
	35–45	14 15.0	4 20.0	10 10.0	6 27.3	4 4.5	4 19.5
	> 45	6 20.3	3 28.6	4 11.4	2 16.0	3 10.3	1 11.1
	Total	85 16.5	40 23.3	61 11.7	39 21.7	35 6.7	22 12.8
Deutschland	< 25	2 18.2	3 18.8	3 35.3	1 8.3	7 25.0	5 20.8
	25–35	17 22.4	7 11.2	16 18.5	5 7.6	6 6.7	8 11.9
	35–45	5 6.1	6 13.2	8 10.3	1 2.2	0 0.0	1 3.2
	> 45	2 3.8	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 2.9	1 6.3
	Total	26 11.7	16 11.1	27 12.1	7 4.9	14 6.2	15 10.8
mobilezone Gruppe	Total	111 15.1	56 17.7	88 11.8	46 14.2	49 6.7	37 11.9

Andere Abgänge (geplante² und natürliche³ Abgänge):

2022 Schweiz: Männer jünger als 25 J.: 30; 13.8% | 25–35 J.: 26; 14.9% | 35–45 J.: 12; 12.8% | älter als 45 J.: 7; 23.7% | 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%

2022 Schweiz: Frauen jünger als 25 J.: 19; 24.2% | 25–35 J.: 11; 17.6% | 35–45 J.: 2; 10.0% | älter als 45 J.: 1; 9.5% | 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; 11.9%

2022 Deutschland: Männer jünger als 25 J.: 2; 18.2% | 25–35 J.: 4; 5.3% | 35–45 J.: 8; 9.8% | älter als 45 J.: 5; 9.5% | 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%

2022 Deutschland: Frauen jünger als 25 J.: 4; 25.0% | 25–35 J.: 10; 16.0% | 35–45 J.: 5; 11.0% | älter als 45 J.: 2; 10.0% | 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.: 17.8% | 35–45 J.: 3; 9.5% | älter als 45 J.: 7; 43.8%

Neue Mitarbeitende GRI 401-1

Land	Alter (in Jahren)	2022		2021		2020	
		♂ %	♀ %	♂ %	♀ %	♂ %	♀ %
Schweiz	< 25	91 41.8	43 54.8	74 37.9	31 42.2	85 36.9	38 48.4
	25–35	37 21.3	18 28.8	40 20.7	24 33.3	23 13.3	15 23.3
	35–45	21 22.5	4 20.0	8 8.0	7 31.8	10 11.2	5 24.4
	> 45	2 6.8	3 28.6	10 28.6	2 16.0	2 6.9	0 0.0
	Total	151 29.3	68 39.7	132 25.2	64 35.6	120 23.0	58 33.6
Deutschland	< 25	10 90.9	13 81.3	4 47.1	6 50.0	7 22.6	12 50.0
	25–35	13 17.1	20 32.0	17 19.7	11 16.8	26 28.4	20 29.6
	35–45	15 18.3	6 13.2	18 23.1	11 24.2	12 18.8	8 25.4
	> 45	4 7.6	2 10.0	11 21.6	0 0.0	6 15.8	3 18.8
	Total	42 19.0	41 28.5	50 22.3	28 19.5	51 22.7	43 30.9
mobilezone Gruppe	Total	193 26.2	109 34.5	182 24.4	92 28.4	171 22.9	101 32.4

%-Angabe zeigt Rate neuer Mitarbeitender im Verhältnis zur durchschnittlichen Mitarbeiteranzahl während des Berichtszeitraums nach Altersgruppe, Geschlecht und Region.

Elternzeit GRI 401-3

Land		2022		2021		2020	
		♂ %	♀ %	♂ %	♀ %	♂ %	♀ %
Schweiz	Gesamtzahl Anspruch Elternzeit	10	3	5	4	0	12
	Gesamtzahl Elternzeit genommen	10	3	5	4	0	12
	Rückkehr nach Elternzeit an Arbeitsplatz	10 *100	3 *100	5 *100	4 *100	0 *n.a.	7 *58.3
	12 Monate n. Rückkehr noch beschäftigt	n.a. **n.a.	n.a. **n.a.	0 **0.0	1 **25.0	n.a. **n.a.	n.a. **n.a.
Deutschland	Gesamtzahl Anspruch Elternzeit	7	15	5	15	4	7
	Gesamtzahl Elternzeit genommen	7	15	2	15	0	7
	Rückkehr nach Elternzeit an Arbeitsplatz	5 *71.4	9 *60.0	2 *100	3 *20.0	0 *n.a.	3 *42.9
	12 Monate n. Rückkehr noch beschäftigt	n.a. **n.a.	n.a. **n.a.	2 **100	3 **100	n.a. **n.a.	n.a. **n.a.

Die Elternzeit ist an den Standorten der mobilezone Gruppe gemäss den lokalen Gesetzen unterschiedlich geregelt. In der Schweiz wurde der Vaterschaftsurlaub per 1. Januar 2021 eingeführt.

* Rückkehrrate: Anzahl Frauen und Männer, die nach der Elternzeit an den Arbeitsplatz zurückgekehrt sind im Verhältnis zur gesamthaff vereinbarten Rückkehr an den Arbeitsplatz.

** Verbleiberate: Anzahl Frauen und Männer, die 12 Monate nach Rückkehr an den Arbeitsplatz noch beschäftigt waren im Verhältnis zu an Arbeitsplatz zurückgekehrten Frauen und Männer. Ausweisung Werte jeweils im Jahr der beanspruchten Elternzeit (2022 ausstehend). Kennzahl erstmals per 2021 erhoben.

♂: Männer ♀: Frauen

Ausbildungsbetrieb

mobilezone ist ein Ausbildungsbetrieb und bildet seit 2001 Lernende aus. Damit stellen wir sicher, dass wir bereits heute die Fachkräfte von morgen gewinnen, ausbilden und nach dem erfolgreichen Ausbildungsabschluss in die Organisation übernehmen können. Die lang anhaltende erfolgreiche Ausbildungstradition in der Schweiz hat mobilezone Deutschland dazu bewogen, ebenfalls Lernende auszubilden und das Trainee-Programm einzuführen.

Ausbildung von Lernenden in der Schweiz

mobilezone sorgt bereits heute für die Fachkräfte von morgen und bildet in der Schweiz seit über 20 Jahren Lernende im kaufmännischen Bereich, der Informatik (Systemtechnik und Applikationsentwicklung), Logistik, Detailhandel sowie im Kundendialog aus.

Im Berichtsjahr haben 51 Lernende bei mobilezone in der Schweiz ihre Lehre begonnen. Die Zielsetzung für das Geschäftsjahr 2022 lautete, dass wir in der Schweiz jedes Jahr zwischen 40 und 50 neue Lernende einstellen. Dieses Ziel wurde erreicht. Per Ende Geschäftsjahr 2022 beschäftigte mobilezone in der Schweiz insgesamt 143 Lernende. Davon konnten wir 35 Lernenden zum erfolgreichen Abschluss ihrer Ausbildung gratulieren (Vorjahr: 43 Lernende). Von den erfolgreichen Absolventen konnte mobilezone 26 Personen innerhalb des Unternehmens weiterbeschäftigen. Das gesetzte Ziel, zwei Drittel der Lernenden, die ihre Ausbildung erfolgreich abgeschlossen haben, zu übernehmen, wurde mit 74 Prozent erreicht.

Im Sinne einer frühzeitigen Talentförderung sind unsere Ausbilder darin geschult, geeignete Kandidaten für den Übertritt in ein festes Arbeitsverhältnis bereits während der Ausbildung zu erkennen. Im Jahr des Lehrabschlusses tritt das Unternehmen dann mit den Personen in Dialog und sucht nach einer passenden Anschlusslösung.

Ziele

In der Schweiz hat mobilezone für das Jahr 2023 die folgenden Ziele in Bezug auf die Lehrlingsausbildung definiert:

- ✔ Wir stellen mindestens 45 Lernende in der Schweiz ein.
- ✔ Wir beschäftigen mindestens 60 Prozent der Lernenden nach erfolgreichem Abschluss im Unternehmen weiter.

Ausbildung von Lernenden in Deutschland

mobilezone Deutschland bildet seit Sommer 2022 drei Lernende aus – zwei Fachinformatiker und eine Bürokauffrau. Damit kann dem Fachkräftemangel entgegengetreten werden, und junge Talente können früh gefördert und ins Unternehmen eingebunden werden. Im aktuellen Geschäftsjahr werden Lernende mit weiteren Profilen eingestellt. Es sind dies Fachkräfte für Lagerlogistik, Gross- und Aussenhandelskaufleute und Kaufleute für Dialogmarketing.

Ziele

In Deutschland hat sich mobilezone für das Jahr 2023 die folgenden Ziele in Bezug auf die Lehrlingsausbildung gesetzt:

- ✔ Im Jahr 2023 sollen fünf bis acht zusätzliche Lernende eingestellt werden. Damit werden in den deutschen Gesellschaften bis Ende des Jahres insgesamt zirka zehn Lernende tätig sein.

Trainee-Programm «mobilezone Young Talents»

Im Sommer 2020 wurde das Trainee-Programm in der Schweiz eingeführt. Dessen Ziel ist es, leistungsfähige Nachwuchstalente, welche eine Ausbildung auf Hochschul- oder Universitätsstufe erfolgreich absolviert haben, zu gewinnen und ins Unternehmen zu integrieren. Die Kandidaten erhalten die Möglichkeit, sich im praktischen Arbeitsumfeld persönlich weiterzuentwickeln und anschliessend in ein fixes Arbeitsverhältnis überzutreten. Das Programm wurde aufgrund seines Erfolgs in der Schweiz, in Deutschland ebenfalls eingeführt, indem im vergangenen Geschäftsjahr zwei Trainees eingestellt wurden.

Von den fünf Trainees, die im Geschäftsjahr 2021 das Programm in der Schweiz absolviert haben, wurden im Jahr 2022 alle angestellt. Im Sommer 2022 starteten zwei Trainees – einer im Marketing und einer im Business-Bereich. Beide wurden in der Zwischenzeit ebenfalls angestellt.

Ziele

Mit dem Trainee-Programm verfolgt mobilezone die folgenden Ziele:

- ✔ Mit den jungen, gut ausgebildeten künftigen Fachkräften holt mobilezone Wissen sowie neue Sichtweisen und frische Ideen ins Unternehmen. Entsprechend wird das Trainee-Programm im Geschäftsjahr 2023 weitergeführt.
- ✔ Es sollen weiterhin mindestens 60 Prozent der Trainees im Unternehmen behalten werden.
- ✔ Mit der frühen Heranführung von jungen Fachkräften ans Unternehmen soll vertieftes Wissen über das Unternehmen und seine Prozesse und damit eine Bindung ans Unternehmen erreicht werden.

Diversität

Die mobilezone Kultur ist stark geprägt von ihrer Vielfalt. Über alle Standorte hinweg beschäftigte das Unternehmen im vergangenen Jahr Menschen aus 47 Nationen. Wir sehen diese Vielfalt als Chance für unsere Kunden, welche, über alle persönlichen Kontaktpunkte hinweg, beispielsweise von der Sprachenvielfalt unserer Mitarbeitenden profitieren. Wir fördern den interdisziplinären Austausch und damit das gegenseitige Verständnis füreinander und für die unterschiedlichen Arbeitssituationen, indem wir beispielsweise Einsätze in anderen Abteilungen fördern.

Krankheits- und Unfalltage

Land		2022	2021	2020
Schweiz	Anzahl KHT	3 075	4 656	4 252
	Ø Anzahl Mitarbeitende	673	704	695
	KHT pro Mitarbeitender	4.6	6.6	6.1
Deutschland	Anzahl KHT	4 890	3 392	3 287
	Ø Anzahl Mitarbeitende	362	367	362
	KHT pro Mitarbeitender	13.5	9.2	9.1

KHT: Krankheitstage

Teilzeit/Vollzeit GRI 102-8

Geschlecht	Arbeitspensum	2022		2021		2020	
		Mitarbeitende	%	Mitarbeitende	%	Mitarbeitende	%
♂	Teilzeit	40	5.5	43	5.8	41	5.4
	Vollzeit	690	94.5	697	94.2	717	94.6
	Total	730	100	740	100	758	100
♀	Teilzeit	84	26.7	75	23.6	80	24.5
	Vollzeit	231	73.3	243	76.4	246	75.5
	Total	315	100	318	100	326	100
mobilezone Gruppe	Total	1 045		1 058		1 084	

Altersstruktur GRI 405-1

Land	Alter (in Jahren)	2022				2021				2020			
		♂	%	♀	%	♂	%	♀	%	♂	%	♀	%
Schweiz	< 25	236	46.3	84	49.7	198	38.2	74	42.3	248	46.5	89	48.9
	25-35	159	31.2	56	33.1	189	36.5	69	39.4	171	32.1	65	35.7
	35-45	91	17.8	19	11.3	96	18.5	21	12.0	87	16.3	20	11.0
	> 45	24	4.7	10	5.9	35	6.8	11	6.3	27	5.1	8	4.4
	Total	510	100	169	100	518	100	175	100	533	100	182	100
Deutschland	< 25	14	6.4	19	13.0	8	3.6	13	9.1	26	11.6	26	18.1
	25-35	72	32.7	64	43.8	80	36.0	61	42.7	97	43.1	69	47.9
	35-45	83	37.7	43	29.5	80	36.0	49	34.3	65	28.9	34	23.6
	> 45	51	23.2	20	13.7	54	24.3	20	14.0	37	16.4	15	10.4
	Total	220	100	146	100	222	100	143	100	225	100	144	100
mobilezone Gruppe	Total	1 045		Mitarbeitende		1 058		Mitarbeitende		1 084		Mitarbeitende	

Diversität GRI 405-1

Stellung im Unternehmen	Alter (in Jahren)	2022				2021				2020			
		♂	%	♀	%	♂	%	♀	%	♂	%	♀	%
Oberes Kader	< 25	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	25-35	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	6.3	1	3.1
	35-45	9	50.0	0	0.0	6	37.5	0	0.0	16	50.0	1	3.1
	> 45	7	38.9	2	11.1	9	56.3	1	6.3	10	31.3	2	6.3
	Total	16	88.9	2	11.1	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	0	0.0	0	0.0
	25-35	9	11.3	11	13.8	14	16.1	5	5.8	10	21.3	3	6.4
	35-45	39	48.8	6	7.5	44	50.6	6	6.9	26	55.3	1	2.1
	> 45	12	0.2	3	3.7	15	17.2	3	3.5	6	12.8	1	2.1
	Total	60	75.0	20	25.0	73	83.9	14	16.1	42	89.4	5	10.6
Mitarbeitende	< 25	138	25.8	49	6.4	105	13.3	44	5.6	176	20.3	81	9.4
	25-35	214	40.1	102	13.3	243	30.7	118	14.9	251	29.0	128	14.8
	35-45	126	23.6	56	7.3	126	15.9	64	8.1	110	12.7	52	6.0
	> 45	56	10.5	25	3.3	64	8.1	27	3.4	48	5.5	20	2.3
	Total	534	69.7	232	30.3	538	68.0	253	32.0	585	67.6	281	32.4
Auszubildende	< 25	112	93.3	54	88.5	101	61.6	43	26.2	98	70.5	34	24.5
	25-35	8	6.7	7	11.5	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	0	0.0	0	0.0
	> 45	0	0.0	0	0.0	1	0.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	Total	120	66.3	61	33.7	114	69.5	50	30.5	103	74.1	36	25.9
mobilezone Gruppe	Total	730	69.9	315	30.1	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

Neben Deutsch sind Französisch, Italienisch und Englisch die Sprachen, mit denen mobilezone mit seinen Mitarbeitenden kommuniziert.

Die Ausgewogenheit zwischen Männern und Frauen in allen Bereichen des Unternehmens ist uns wichtig. So möchten wir eine Erhöhung des Frauenanteils in den Führungsfunktionen mittel- und langfristig erreichen. Dies erreichen wir mit den entsprechenden Voraussetzungen im Unternehmen, um den vielfältigen Ansprüchen in Bezug auf Lebens- und Familiensituationen gerecht werden zu können. So bietet mobilezone seinen Mitarbeitenden unter anderem Teilzeitarbeitsmöglichkeiten sowie die Möglichkeit, je nach Jobprofil und Aufgabengebiet, flexibel remote zu arbeiten.

Unabhängig vom Geschlecht stellt mobilezone die am besten qualifizierte Person ein, wobei das frühzeitige Erkennen und die entsprechende Förderung der individuellen Person im Vordergrund steht. Im vergangenen Geschäftsjahr konnte der Frauenanteil im unteren Kader von 16,1 auf 25,0 Prozent erhöht werden. Damit wurde das gesetzte Ziel fürs Jahr 2025 bereits erreicht. Als Gründe für diese Zielerreichung kann unter anderem genannt werden, dass eine frühzeitige Förderung bei geeigneten Kandidatinnen erfolgte und diese eine Beförderung zur Folge hatte.

Ziele

Im Bereich Diversität wurde das folgende Ziele definiert:

- ✔ Die weitere Förderung der Diversität auf verschiedenen Ebenen und in verschiedenen Bereichen ist ein Fokusthema im Rahmen der Nachhaltigkeit.

Fluktuation

Die Fluktuation ist eine wichtige Kennzahl für ein Unternehmen, um zu erkennen, wie zufrieden dessen Belegschaft ist. Die Nettofluktuation (ungeplante Fluktuation) lag im Geschäftsjahr 2022 bei 15,8 Prozent und ist damit höher als im vergangenen Jahr (2021: 12,5 Prozent). Diese erhöhte Fluktuation kann damit erklärt werden, dass im Rahmen der Pandemie viele Personen in ihren Positionen verblieben. Nach der Normalisierung der Lage konnte eine höhere Wechselbereitschaft beobachtet werden. Im vergangenen Geschäftsjahr 2021 haben wir uns zum Ziel gesetzt, bei der Nettofluktuation einen Wert zwischen 8 und 12,5 Prozent zu erreichen. Dieses Ziel wurde nicht erreicht.

Ziele

In Bezug auf die Fluktuation wurde das folgende Ziele definiert:

- ✔ Künftig soll die Fluktuation auch heruntergebrochen auf die einzelnen Business Units bewertet werden. Eine öffentliche Kommunikation dieser Ergebnisse ist nicht vorgesehen.

- ✔ Je nach Ergebnis sollen für die einzelnen Business Units/Abteilungen die Ursachen der Fluktuation bewertet und entsprechende Massnahmen zur Verbesserung der verschiedenen Kennzahlen gewonnen werden.

Ethik und Verhalten

Der wirtschaftliche Erfolg von mobilezone soll in Einklang mit einer nachhaltigen und verantwortungsvollen Geschäftspraxis stehen. Um dies zu erreichen, haben wir mit der Überarbeitung des Verhaltenskodexes eine neue gemeinsame und verbindliche Wertebasis für alle Mitarbeitenden in der Schweiz und in Deutschland geschaffen. Die Inhalte des Verhaltenskodexes wurden im vergangenen Geschäftsjahr in den verschiedenen Abteilungen und Business Units wiederholt geschult. Im Zusammenhang mit der Einführung des EU-Hinweisgeberschutzgesetzes wurde zudem konzernweit die «Ethik-Hotline» eingeführt. Die Verantwortung zur Betreuung und Bearbeitung der Ethik-Hotline liegt beim CFO beziehungsweise beim Director HR. Damit können Verstösse gegen den Verhaltenskodex anonym gemeldet werden. Das angekündigte E-Learning zur Abfrage des Verhaltenskodexes konnte noch nicht umgesetzt werden, ist aber im Rahmen der Einführung einer neuen E-Learning-Plattform in Planung.

Ziele

Die Schulung des Verhaltenskodexes wird auch im Geschäftsjahr 2023 einen hohen Stellenwert haben. Entsprechend wurden die folgenden Ziele definiert:

- ✔ Jeder neue Mitarbeitende hat den Kodex gelesen und dies mit der Unterzeichnung des Arbeitsvertrags bestätigt.
- ✔ In der Verkaufsorganisation in der Schweiz wird der Verhaltenskodex regelmässig im Rahmen der Eintrittsschulungen geschult.
- ✔ An den Standorten wird der Kodex im Geschäftsjahr 2023 weiterhin geschult und mit Anschauungsbeispielen aus der Praxis illustriert.

Bewertung und Ausblick

Den Fokus im Bereich Nachhaltigkeit legt mobilezone auch in Zukunft auf die Mitarbeitenden. Neben den bestehenden und beschriebenen Massnahmen, welche stetig weiterentwickelt werden, werden auch neue Massnahmen entwickelt. Der Bereich Talentmanagement wird weiter ausgebaut, mit dem Ziel, die Mitarbeiterbindung zu stärken.

Kennzahlen wie die Mitarbeiterzufriedenheit oder die geplante und die ungeplante Fluktuationsrate sollen künftig systematischer überwacht werden. Daraus sollen Ziele und die entsprechenden Massnahmen auch unterjährig abgeleitet werden, um in den Bereichen Verbesserungen zu erreichen.

Der weitere Ausbau der Kommunikation mit den Mitarbeitenden steht auch 2023 im Zentrum.



mobilezone

Linn Hirschke

Projektmanagerin, Kundin von mobilezone Deutschland

Weshalb bin ich Kundin von mobilezone?

Weil mich das Preis-Leistungs-Verhältnis von Anfang an überzeugt hat, ich eine super Netzabdeckung habe und mich auf einen Kundenservice verlassen kann, der immer erreichbar ist, wenn ich ihn brauche.

Was schätze ich besonders an mobilezone?

Ich schätze die Nähe des Unternehmens zum Kunden und die Art und Anzahl an Informationen zu meinem genutzten Tarif. Zudem profitiere ich von einer wirklich guten Netzabdeckung.

Kunden

Für mobilezone bildet eine hohe Kundenzufriedenheit die Grundlage für nachhaltige Kundenbeziehungen. Entsprechend ist die «Kundenzentrierung» in der Nachhaltigkeitsstrategie ein wichtiger Pfeiler. Dies bedeutet, dass das Thema Kunden auch ein Fokus-thema der Unternehmensführung ist. Führungskräfte mit variablen Vergütungsmodellen werden seit dem Jahr 2022 auch an der Kundenzufriedenheit gemessen.

Die Kundenzufriedenheit hängt massgeblich davon ab, wie die Kunden das Einkaufserlebnis bei mobilezone bewerten. Entsprechend lautet das Ziel von mobilezone, den Kunden bei jeder Gelegenheit ein Top-Kundenerlebnis zu bieten. Hierfür setzen wir seit vielen Jahren Massnahmen über alle Kontaktpunkte hinweg um, entwickeln diese weiter und etablieren neue, um die Kundenzufriedenheit hochzuhalten und weiter zu steigern.

Kundenvorteilsprogramm mobilezone Club in der Schweiz

mobilezone Schweiz hat im Jahr 2020 den mobilezone Club ins Leben gerufen. Kunden, die Mitglied des Kundenvorteilsprogramms sind, profitieren von attraktiven Preisreduktionen und Sonderangeboten sowie von der Priorisierung beim Verkaufsstart von Mobilgeräten. Zudem können bei jedem Einkauf Punkte gesammelt werden, welche bei künftigen Einkäufen zur Zahlung verwendet werden. Im vergangenen Geschäftsjahr konnte die Zusammenarbeit mit verschiedenen Partnern ausgebaut werden: mobilezone Club Kunden profitieren von zahlreichen attraktiven Freizeitangeboten, Rabatten und Angeboten ausserhalb der Telekommunikationswelt. Zudem erhalten Club Mitglieder neu auch ein Geburtstagsgeschenk.

Der mobilezone Club verzeichnete Ende Jahr 2022 165'000 Mitglieder (Vorjahr: 75'000). Damit wurde das gesetzte Ziel von 150'000 Mitgliedern übertroffen. Das erfreuliche Ergebnis kann auf die bereits beschriebene Attraktivitätssteigerung des Clubs zurückgeführt werden.

Ziele

Für den mobilezone Club wurden die folgenden Ziele definiert:

- ✔ Wir wollen per Ende 2023 250'000 mobilezone Club Kunden ausweisen. Dies erreichen wir mit einer weiteren Attraktivitätssteigerung des Clubs, wie beispielsweise Kooperationen.
- ✔ Bis 2025 wollen wir 400'000 mobilezone Club Kunden.

Schulungen Verkaufspersonal von mobilezone Schweiz

mobilezone berät ihre Kunden umfassend und transparent zu Produkten und Dienstleistungen und offeriert Lösungen, die dem Kundenbedürfnis optimal entsprechen und aus Kundensicht einen langfristigen Nutzen bieten. Hauptsächlich verantwortlich dafür ist die Verkaufs-Crew an der Front, welche täglich in der gesamten Schweiz Kunden bedient. mobilezone ist in der Schweiz mit 124 Shops in allen grossen Städten und allen Sprachregionen präsent. Auch für Kunden, die vom einmaligen mobilezone Verkaufsservice profitieren, jedoch lieber eine telefonische Beratung in Anspruch nehmen möchten, steht mobilezone zur Verfügung. Die Verkaufsmitarbeitenden des Inhouse Sales-Teams sind in die Verkaufsorganisation eingegliedert und erhalten dieselben Trainings wie die Verkaufsmitarbeitenden in den Shops.

Neben dem Wissen über technisch immer höher entwickeltere Geräte und Zubehörartikel muss das Verkaufspersonal stets auf dem neusten Stand in Bezug auf das breite Angebot von Mobil-, Festnetz-, TV- und Internet-Abos sowie deren Kombination mit Geräten sein. Um die Kunden bedürfnisgerecht und über ihren Erwartungen zu bedienen, kommt der Aus- und Weiterbildung der Verkaufsmitarbeitenden grosse Bedeutung zu. Unter der Leitung des Head of Sales Education haben im Geschäftsjahr 2022 insgesamt 165 Verkaufsmitarbeitende an 30 Präsenz-Schulungen teilgenommen.

Das hybride Angebot an physischen und digitalen Schulungen wird stetig ausgebaut. Neben den physischen Schulungen wurden im vergangenen Jahr rund 30 weitere Schulungsformate umgesetzt, unter anderem E-Learnings, an welchen jeweils sämtliche Verkaufsmitarbeitende teilnehmen.

Zudem wurde ein Schulungskonzept entwickelt, welches sich insbesondere auf die Bereiche «Beratungskompetenz», «Verbesserung der Kundenzufriedenheit» sowie «Mitarbeiterentwicklung und Nachwuchsförderung» fokussiert.

Der Schwerpunkt der Schulungen liegt auf dem Verkaufsprozess, der Mitarbeiterführung, der Organisation und dem Wissenstransfer. Damit das Verkaufspersonal auf die individuellen Bedürfnisse der Kunden eingehen, für sie das bestmögliche Angebot finden und ihnen damit ein optimales Kundenerlebnis bieten kann, werden sie laufend in verschiedenen Verkaufsprozessen sowie zu den neusten Trends im Bereich der Telekommunikation geschult. Unser 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. mobilezone bildet seit über 20 Jahren Lernende aus – seit 15 Jahren auch Lernende im Detailhandel. Dass die Nachwuchs- und Talent-

förderung funktioniert, zeigt sich darin, dass rund 20 ehemalige Lernende mittlerweile als Store Manager tätig sind und damit ihr fundiertes Wissen an den Nachwuchs weitergeben. Um das Schulungsangebot weiter zu professionalisieren, wird das Ausbildungsteam durch Trainer aus der Verkaufs-Crew ergänzt, welche in den Verkaufsregionen «on the job» Verkaufsmitarbeitende schulen.

Ziele

Im Bereich der Ausbildung der Verkaufsmitarbeitenden wurden die folgenden Ziele gesetzt:

- ✓ Das Schulungskonzept für die Verkaufsmitarbeitenden von mobilezone, welches umfangreiche bedürfnisgerechte Schulungen umfasst, wird stetig weiterentwickelt und an die neusten Gegebenheiten rund um die Telekommunikationsprodukte angepasst.
- ✓ Jeder Store Manager besucht einschliesslich des Jahres 2025 mindestens zwei Schulungen pro Jahr.

Optimierung Customer Experience auf den Online-Plattformen

Um über alle Kontaktpunkte hinweg ein Top-Kundenerlebnis zu schaffen, entwickelt mobilezone ihre Online-Plattformen sowie die digitale Kundenkommunikation stetig weiter. Im Vordergrund stehen neben stetigen Investitionen in neue technische Lösungen und

Prozesse die Optimierung der Interaktionsmöglichkeiten der Kunden auf den Online-Portalen von mobilezone wie die Verbesserung der Navigation und die Suchfunktion.

Ziele

Im Bereich der Optimierung der Customer Experience setzen wir uns die folgenden Ziele:

- ✓ Die verbesserte digitale Kundenkommunikation, welche die Kunden über den aktuellen Beststellungsstand beziehungsweise die Lieferverfügbarkeiten informiert, wird im Geschäftsjahr 2023 implementiert, was das Kundenerlebnis weiter verbessert. Weiterhin werden diverse technische Anpassungen an den Webportalen in Bezug auf Usability umgesetzt, wie eine intuitivere Navigation, eine optimierte Suchfunktion oder bessere Filtermöglichkeiten.

Umfassender Kundenservice über alle Kanäle hinweg

mobilezone ist über zahlreiche Kontaktpunkte physisch und digital für ihre Kunden da, welche in Form einer Kommunikationskaskade miteinander abgestimmt sind. Dieser ganzheitliche Umgang mit den Anliegen der Kunden, welche mobilezone im Rahmen der Omnichannel-Strategie verfolgt, wird im Rahmen eines Monitorings stetig verbessert. In diesem Zusammenhang wurde ein Customer Experience Board ins Leben gerufen. Dieses besteht aus

Wer sind unsere Kunden?

Was braucht ein Unternehmen, um gute Kundenerlebnisse zu bieten?



Mitgliedern der Geschäftsleitung und des Management Teams und entwickelt und verabschiedet, wo notwendig, regelmässig Massnahmen zur Verbesserung des Kundenerlebnisses.

Der Kundendienst steht telefonisch bei Fragen und Anliegen zur Verfügung, wobei stetige Trainings der Kundendienstmitarbeitenden sowie die entsprechende Ressourcenplanung im Fokus stehen. Dem Kunden stehen weitere Kontaktmöglichkeiten, wie Chats oder ein digitales Helpdesk, zur Verfügung. In der Schweiz werden Kunden zudem in jedem der 124 mobilezone Shops bei Fragen und Anliegen unterstützt.

Für die Betreuung der Business-Kunden ist der jeweilige Aussendienst verantwortlich. Dieser wird regelmässig geschult und mit den entsprechenden Werkzeugen ausgestattet, um die Geschäftskunden entsprechend beraten und unterstützen zu können.

Ziele

Die Ziele, welche sich positiv auf den Kundenservice auswirken, wurden im Rahmen einer umfassenden Weiterentwicklungs- und Qualitätsinitiative definiert:

- ✔ Die Zusammenarbeit des Customer Experience Board wird stetig ausgebaut und Prozesse werden, wo notwendig, angepasst.
- ✔ Die gesamte Customer Journey wird regelmässig analysiert und mögliche Verbesserungen und Optimierungen werden laufend geprüft und umgesetzt.

Systematische Messung der Kundenzufriedenheit

mobilezone erhebt gruppenweit kontinuierlich die Kundenzufriedenheit durch Befragungen und beobachtet bereichsspezifische Kennzahlen. Daraus entsteht der gewichtete gruppenweite Kundenzufriedenheitsindex. Dieser hat sich seit der Einführung auf hohem Niveau positiv entwickelt. Er setzt sich zusammen aus verschiedenen Kennzahlen wie dem CSAT, dem NPS oder Bewertungen auf Trusted Shops bei den verschiedenen Marken der mobilezone Gruppe.

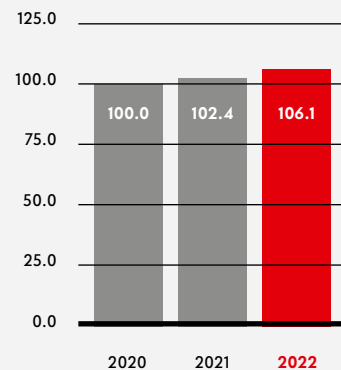
Im Geschäftsjahr 2022 hat sich der Kundenzufriedenheitsindex im Vergleich zum Vorjahr von 102.4 auf 106.1 verändert. Damit wurde das gesetzte Ziel eines Scores von 106.0 erreicht.

Ziele

Im Bereich Kundenzufriedenheit wurde das folgende Ziel definiert:

- ✔ Für das Geschäftsjahr 2023 setzt die mobilezone Gruppe sich das Ziel, den Score des Kundenzufriedenheitsindex weiter leicht zu steigern.

Kundenzufriedenheit



Konsolidierter Index aller Kundenzufriedenheitsbefragungen über die gesamte mobilezone Gruppe hinweg (Basis 2020: 100).

Verbesserung der Kundenzufriedenheit

Die Verbesserung der Kundenzufriedenheit wird durch eine regelmässige Schulung und Weiterentwicklung der Mitarbeitenden an der Front und im Kundendienst, die frühzeitige Erkennung und Förderung von Talenten sowie die Weiterentwicklung von Führungskräften erreicht. Die stetige Weiterentwicklung der technischen Möglichkeiten, in erster Linie im Bereich Verfügbarkeits- und Lieferkommunikation sowie User Experience der Onlineshops, um die Kunden dort abzuholen, wo sie Bedarf haben, hat ebenfalls einen hohen strategischen Stellenwert im Unternehmen.

Um aus Fehlern lernen zu können, werden alle negativen Bewertungen erfasst. Die Kunden werden anschliessend kontaktiert und systematisch dazu befragt, weshalb sie mit ihrem Erlebnis im Zusammenhang mit mobilezone unzufrieden sind. Dazu wurde in der Schweiz die Stelle der «Associate Customer Satisfaction» geschaffen, welche durch Nachfrage den Ursprung negativer Bewertungen ausfindig macht, Antworten kategorisiert und sammelt. Mittels Auswertung wird ein Reporting an das Management zusammengestellt. Ausgehend von diesem Reporting werden im Customer Experience Board Massnahmen zu Verbesserungen in der gesamten Customer Journey definiert.

Coachings und Trainings für Kundendienstmitarbeitende

Die Coachings und Trainings von Kundendienstmitarbeitenden ist ein wichtiger Bestandteil der Massnahmen zur Steigerung der Kundenzufriedenheit. Gruppenweit wurden im vergangenen Jahr zahlreiche Massnahmen zur Verbesserung des Kundenservice umgesetzt. So wurden Trainings der Kundendienstmitarbeitenden und Führungskräfte im Kundendienst weitergeführt. Ein durchgehendes Qualitätsmonitoring stellt sicher, dass Kundenfeedback dauerhaft beobachtet, evaluiert und Verbesserungspotenzial eruiert wird, um den Kundendienst weiter zu verbessern.

Ziele

Im Bereich der Kundenzufriedenheit wurden die folgenden Ziele definiert:

- ✓ Das Service Level im Kundendienst wird stetig erhöht, beispielsweise durch die Sicherstellung einer noch besseren Erreichbarkeit.
- ✓ Beim MVNO HIGH wird der NPS sowie eine NPS-Messung im Geschäftsjahr 2023 eingeführt.

Bewertung & Ausblick

Nach dem Grundsatz «Alles für die mobile Welt» spricht mobilezone mit ihrem breiten und vielfältigen Produkt- und Dienstleistungsangebot eine breite Zielgruppe an. Entsprechend gibt es nicht den «keinen» mobilezone Kunden. Vielmehr werden Kunden jeden Alters und Geschlechts angesprochen. mobilezone will ihren Kunden ein stets aktuelles und umfassendes Sortiment an Smartphones, Tablets, Smartwatches, Zubehör, Abos und ergänzenden Dienstleistungen bieten, die den Bedürfnissen entsprechen, und dabei stets einen Schritt voraus sein, um dem Credo «Über den Erwartungen bedienen» gerecht zu werden. Darüber hinaus wollen wir unsere Mitarbeitenden mit den entsprechenden Werkzeugen und dem entsprechenden Knowhow ausstatten und sie weiterbilden, sodass sie unsere Kunden entsprechend bedienen können. Und zum Schluss wollen wir auch unsere Systeme in Bezug auf ihre technischen Möglichkeiten stetig weiterentwickeln. Diese drei Pfeiler, welche sich positiv auf die Kundenzufriedenheit auswirken, wollen wir weiter festigen.

Smartphone-Kreislauf

In einem Smartphone sind 60 verschiedene Stoffe enthalten, davon 30 unterschiedliche, häufig sehr wertvolle Metalle wie Gold oder Palladium. Diese sind selten und ihre Gewinnung sowie der Transport an die Produktionsstätten ist energieintensiv, ebenso die Herstellung und das Recycling der Geräte. Entsprechend wichtig ist ein schonungsvoller Umgang mit Ressourcen und Materialien.

Die mobilezone Gruppe will im Bereich Nachhaltigkeit dort Einfluss nehmen, wo sie am meisten bewirken kann. Diesen Hebel sehen wir bei unserem Kerngeschäft. Dazu gehören auch Angebote im Bereich Second Life wie Reparaturen und Refurbishing von Smartphones. Damit leistet mobilezone einen wichtigen Beitrag zur Reduktion von Emissionen sowie des Ressourcenbedarfs.

mobilezone deckt als einziges Unternehmen in der Schweiz die gesamte Wertschöpfungskette inhouse ab, vom Verkauf der Neugeräte in ihren Shops und über diverse Online-Portale über die Rücknahme in den Shops bis zur Wiederaufbereitung und zum Wiederverkauf über eigene Kanäle. Damit sorgt das Unternehmen dafür, dass der Produktlebenszyklus des wertvollen Erzeugnisses Smartphone verlängert und Ressourcen entsprechend geschont werden. Der Bereich Rücknahme in den Shops, die Wiederaufbereitung und der Wiederverkauf von gebrauchten Smartphones bezieht sich auf die Schweizer Gesellschaften.

Die Gesellschaften des deutschen Marktgebietes profitieren von den Erfahrungen in der Schweiz. Seit November 2022 werden auch in Deutschland Refurbished Smartphones verkauft.

Verkauf von gebrauchten Smartphones

jusit.ch – Refurbished Smartphones in der Schweiz

mobilezone Schweiz nimmt seit 2015 Smartphones von Kunden zurück, bereitet sie wieder auf und schenkt ihnen so ein zweites Leben. Dabei hält sich das Unternehmen an höchste Qualitätsstandards und entwickelt den Refurbishing-Prozess laufend weiter. Neben der ausschliesslichen Verwendung von Originalersatzteilen und dem Einsatz von herstellertestifizierten Technikern bei der Reparatur und beim Refurbishing setzt mobilezone neu auf ein Verfahren, mit welchem auch leichte Gebrauchsspuren entfernt werden und die Geräte so in hochwertigerem Zustand wieder dem Handel zugeführt werden können. Weiterhin konnte auch die technische Aufbereitung der Geräte insofern weiterentwickelt werden, dass mehr Geräte in einen zweiten Lebenszyklus überführt werden können. Zudem führt mobilezone seit Juni 2022 bei allen zurückgenommenen und wiederaufbereiteten Geräten eine zertifizierte Datenlöschung durch und stellt damit den Schutz persönlicher Daten sicher.

Seit rund zwei Jahren verkauft mobilezone unter der Marke jusit (jusit.ch) gebrauchte und wiederaufbereitete Smartphones der neuesten Generation. Die am Schweizer Markt zurückgekauften Smartphones werden von zertifizierten Technikern geprüft, gereinigt und, wo notwendig, ausschliesslich mit Originalteilen wiederaufbereitet. Die jusit Kunden sind Personen, welche auf der Suche nach einer nachhaltigen oder preiswerten Alternative zu einem neuen Smartphone sind.

Im vergangenen Geschäftsjahr 2022 hatten wir uns in der Schweiz zum Ziel gesetzt, dass 1,75 Prozent unserer verkauften Smartphones wiederaufbereitete Geräte sind. Dieses Ziel haben wir mit 2,8 Prozent übertroffen und zeigt das Bedürfnis nach gebrauchten Smartphones in hochwertigem Zustand.

Ziele

Im Bereich des Refurbishings von Smartphones in der Schweiz setzen wir uns die folgenden kurz- und mittelfristigen Ziele:

- ✓ Für das Geschäftsjahr 2023 setzen wir uns zum Ziel, dass 3,0 Prozent unserer verkauften Smartphones wiederaufbereitete Geräte sind.
- ✓ Bis 2025 wollen wir, dass 5,0 Prozent unserer verkauften Smartphones in der Schweiz wiederaufbereitete Geräte sind.
- ✓ Um diese Ziele erreichen zu können, entwickeln wir unsere Massnahmen im Bereich Rückkauf von Smartphones stetig weiter, um den Refurbished-Markt bedienen zu können.

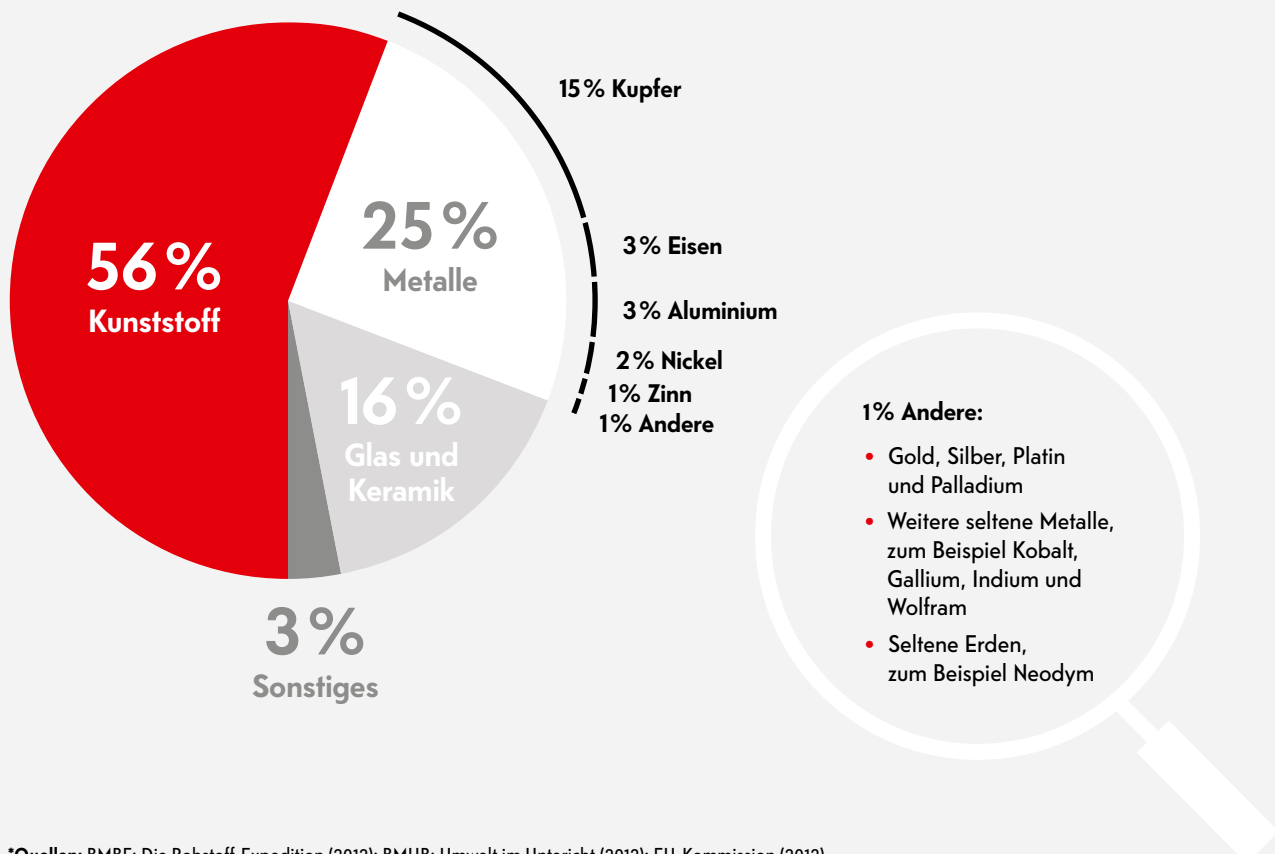
Refurbished Smartphones in Deutschland

Die positive Entwicklung von jusit in der Schweiz in den letzten zwei Jahren diente als Vorbild für den deutschen Markt, ein ähnliches Angebot zu etablieren. Im November 2022 wurde ein vergleichbares Angebot in Deutschland gestartet. Dieses umfasst momentan ausschliesslich Smartphones von Apple, welche im Bundling – sprich ein Gerät in Kombination mit einem Mobilfunkvertrag – angeboten werden. Die Geräte werden ausschliesslich mit Originalersatzteilen wiederaufbereitet und über das Online-Portal Sparhandy verkauft. Die Erkenntnisse in Bezug auf die Kunden und deren Bedürfnisse sowie generell über die Funktionsweisen des Refurbished-Marktes in Deutschland stimmen positiv: Es hat sich gezeigt, dass ein Bedürfnis nach gebrauchten Smartphones mit minimalen oder keinen Gebrauchsspuren besteht. In den nächsten Monaten werden die Erkenntnisse weiter bewertet und als Entscheidungsgrundlage für das weitere Vorgehen im Bereich des Second Life-Geschäfts in Deutschland genutzt.

Der Lebenszyklus eines Smartphones

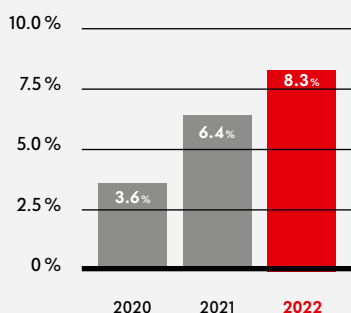


Woraus besteht ein Mobiltelefon?



*Quellen: BMBF: Die Rohstoff-Expedition (2012); BMUB: Umwelt im Unterricht (2012); EU-Kommission (2012)

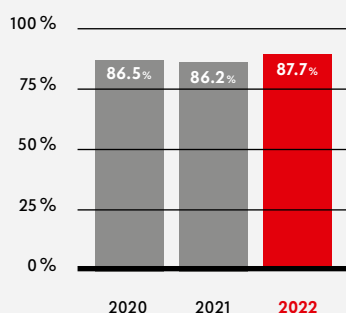
Smartphone-Rückkauf



GRI 306-2

Zurückgekaufte Smartphones im Verhältnis zu total verkauften neuen Smartphones

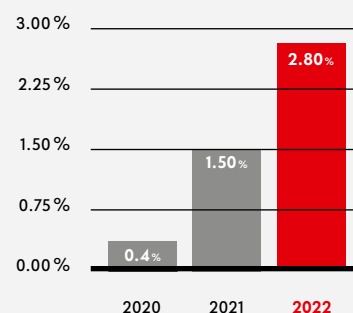
Erfolgreiche Reparaturen



GRI 306-1

Anzahl erfolgreich abgeschlossener Reparaturen im Verhältnis zum Total aller Reparaturaufträge

Wiederaufbereitete verkaufte Smartphones



GRI 301-3

Anzahl verkaufter wiederaufbereiteter Smartphones im Verhältnis zu total verkauften neuen Smartphones

Zentrales und dezentrales Reparaturangebot

Die meisten Smartphone-Reparaturen, welche mobilezone tätigt, werden in der zentralen Werkstatt am Standort in Rotkreuz vorgenommen. Zudem betreibt mobilezone neun dezentrale Werkstätten in mobilezone Shops in allen Sprachregionen der Schweiz und betreibt Repair Centers für Partner.

Neben der Wiederaufbereitung und dem Wiederverkauf eines Smartphones besteht auch die Möglichkeit der Reparatur – auch damit wird der Lebenszyklus verlängert und es werden Ressourcen geschont. In den mobilezone Werkstätten können Kunden innerhalb von kurzer Zeit ihr defektes Smartphone reparieren lassen. Für die Reparaturen werden nur Originalersatzteile der Hersteller verwendet. Entsprechend kann die Herstellergarantie erhalten werden. Mit dem Reparaturangebot bieten wir eine Alternative zum Kauf eines Neugerätes und vermindern so die Umweltbelastung, welche die Produktion eines neuen Geräts mit sich bringen würde.

Für das Jahr 2021 wurde als Ziel definiert, eine Reparaturquote* von 90 Prozent zu erreichen. Mit einem Wert von 87,7 Prozent konnte das Ziel nicht erreicht werden. Insgesamt ist die Anzahl der Reparaturen seit ein paar Jahren rückläufig. Dies ist unter anderem auf die immer besser werdende Qualität der Smartphones zurückzuführen. So weisen die Geräte dank einer neuen Konstruktionsweise kaum mehr Wasserschäden auf. Im vergangenen Jahr wurde als Ziel definiert in den dezentralen Werkstätten 10'000 Reparaturen zu erreichen. Dieses Ziel wurde erreicht.

Ziele

Für den Bereich Reparaturen wurden die folgenden Ziele definiert:

- ✔ Wir wollen auch weiterhin die Nummer 1 für Smartphone-Reparaturen in der Schweiz bleiben, sowohl am Gesamtmarkt als auch für die Netzbetreiber.
- ✔ Wir streben im Jahr 2023 eine Reparaturquote* von 88 Prozent an.

Geräterücknahme und Recycling

Den Kunden wird über alle Kontaktpunkte hinweg die Möglichkeit geboten, nicht mehr benötigte Smartphones zum Eintauschwert zu verkaufen. So können diese in allen Shops in der Schweiz abgegeben oder online angemeldet und eingeschickt werden. mobilezone erstattet den Restwert des Geräts. Die Rücknahmeprogramme dienen dazu, die Nachfrage nach gebrauchten Smartphones zu decken. Dabei werden nutzbare Geräte wiederaufbereitet und weiterverkauft, während alte oder nicht mehr reparierbare Geräte dem Recycling zugeführt werden. Im Geschäftsjahr 2022 haben wir uns zum Ziel gesetzt, 6,5 Prozent der Smartphones zurückzunehmen, die wir pro Jahr verkaufen. Tatsächlich haben wir 8,3 Prozent zurückgenommen und damit das Ziel klar übertroffen. Dieses positive Ergebnis ist unter anderem auf die Verbesserung des Rücknahmeprozesses sowie auf die Sensibilisierung der Verkaufsmitarbeitenden.

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

den zurückzuführen. Trotzdem werden auch weiterhin Massnahmen entwickelt, um das Bewusstsein der Kunden dafür zu steigern, dass das alte Smartphone noch einen Restwert hat beziehungsweise es jemand anderem noch von Nutzen sein könnte. Entsprechend wurde im Geschäftsjahr 2022 eine Sensibilisierungskampagne über Social Media und in den Shops gestartet, um gebrauchte Geräte anzukaufen und via Refurbishing-Prozess in einen zweiten Lebenszyklus zu überführen. Die Vorteile der Geräterücknahme wurden zudem in die Verkäuferschulungen eingebunden.

Geräte, die nicht mehr reparierbar sind oder nicht als Gebrauchtgeräte aufbereitet und in einen zweiten Lebenszyklus überführt werden können, werden Recycling-Partnern übergeben. Defekte Smartphone-Displays, welche von den Technikern zwecks Ersatz ausgebaut werden, werden von Partnerunternehmen übernommen und fachgerecht wiederaufbereitet. Damit wird auch den Displays ein zweites Leben geschenkt. Seit dem Geschäftsjahr 2022 verfügt mobilezone zudem über ein Verfahren, mit welchem leichte Beschädigungen eines Displays, wie leichte Kratzspuren, eliminiert werden können.

Ziele

Im Bereich Geräterücknahme und Recycling wurden die folgenden Ziele definiert:

- ✔ Im Geschäftsjahr 2023 liegt der Fokus im Bereich Geräterückkauf weiterhin darauf, das Bewusstsein bei den Privat- und Geschäftskunden über verschiedene Kanäle zu steigern und sie so dazu anzuregen, ihre Smartphones beziehungsweise ganze Geräteflotten an mobilezone zu verkaufen.
- ✔ Im Geschäftsjahr 2023 wollen wir 9,0 Prozent der Smartphones zurückholen, die wir pro Jahr verkaufen.

Bewertung und Ausblick

Die im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie durchgeführte Wesentlichkeitsanalyse vom Sommer 2020 zeigte das grosse Potenzial bei den wiederaufbereiteten Smartphones. Und die Entwicklung von jusit in den vergangenen beiden Jahren beweist, dass eine Nachfrage nach gebrauchten wiederaufbereiteten Smartphones besteht. Aus diesem Grund wurde das Geschäftsmodell im November 2022 auch in Deutschland gestartet. Das aktuelle Geschäftsjahr 2023 dient dazu, den deutschen Markt mit seinen Bedürfnissen im Bereich Second Life Smartphones kennenzulernen, um weitere Schlüsse ziehen zu können.

mobilezone Schweiz kann mit ihrer Infrastruktur den gesamten Kreislauf inklusive des Wiederaufbereitens inhouse abdecken. Gleichzeitig werden Smartphones technisch immer hochentwickelter und qualitativ besser und es ist sinnvoll, dieses Produkt so lange wie möglich im Gerätekreislauf zu behalten. Entsprechend logisch war die Einführung von jusit als erste Schweizer Marke für wiederaufbereitete Smartphones. Das Geschäft hat sich inzwischen zu einem nachhaltig wichtigen Geschäftsbereich von mobilezone entwickelt, der langfristig Arbeitsplätze sichert und weitere schafft. So wird in weitere Entwicklungen, Prozesse, Marketingmassnahmen und in den Bereich Geräterücknahme investiert, um den Markt mit Gebrauchtgeräten bedienen zu können und den Refurbishing- und Second Life-Bereich fit für die Zukunft zu machen.

Umwelt-Management

Es ist uns bewusst, dass wir als Unternehmen zu einem schonungsvollen Umgang mit Ressourcen beitragen müssen. Entsprechend nehmen wir unsere Verantwortung in Bezug auf die Umwelt wahr und haben verschiedene Initiativen und Projekte lanciert, um ökologisch nachhaltiger zu agieren.

Gruppenweites Energie-Management

Im Rahmen der Entwicklung unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung haben wir definiert, dass wir den gruppenweiten Verbrauch von Strom und Benzin deklarieren. Im Hinblick auf die Weiterentwicklung des Nachhaltigkeitsberichts von mobilezone wollen wir die beiden Kennzahlen ab dem Geschäftsjahr 2023 innerhalb einer gruppenweiten Energiebilanz publizieren, um den CO₂-Fussabdruck von mobilezone entsprechend erheben und abbilden zu können.

Im Jahr 2018 verlegte das Unternehmen seinen Hauptsitz ins Suurstoffi-Areal in Rotkreuz, welches darauf ausgelegt ist, mittels solarer Nutzung, dynamischer Erdspeicher und einem Energienetz in Bezug auf die Primärenergie für Heizung und Wasseraufbereitung selbstversorgend zu sein. Der Standort von mobilezone business in Urnäsch verfügt über eine Solaranlage mit einer Leistung von 12 kWp (Kilowatt-Peak) oder 12'000 Watt. Auch der Standort in Bochum ist mit Solaranlagen mit Leistungen von insgesamt 90,3 kWp ausgestattet. Im Geschäftsjahr 2022 hat die mobilezone Gruppe insgesamt 2'708 MWh Strom verbraucht, davon konnte sie 57 MWh mit den eigenen Solaranlagen decken und so den Strombezug aus übrigen Quellen um rund 2,1 Prozent verringern (GRI 302-4).

Im Hinblick auf die Energieknappheit wurde entschieden, die Lichter in allen Shops in der Schweiz früher zu löschen. Die modernen Hauptstandorte sind grösstenteils mit Lichtsensoren ausgestattet, sodass das Licht ausgeht, sobald sich niemand mehr im Bereich befindet. Weiterhin wurden die Mitarbeitenden dahingehend sensibilisiert, nicht benötigte Computerscreens, Laptops und weitere Geräte auszuschalten. Insgesamt hat sich der Stromverbrauch der Gruppe trotzdem leicht erhöht, was man auf die Normalisierung der Pandemielage beziehungsweise auf die damit verbundene vermehrte Rückkehr an den Arbeitsplatz erklären kann.

Verpackungen und Versand

Nachhaltige Versandverpackungen

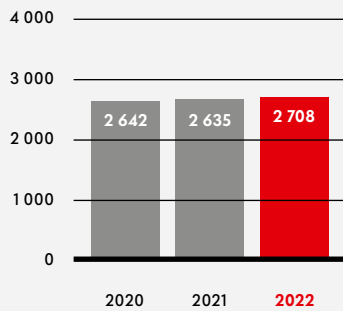
Im Bereich Nachhaltigkeit wollen wir dort etwas bewirken, wo wir Einfluss nehmen können. Da mobilezone auf die Produktverpackungen nur bedingt Einfluss nehmen kann, wurde entschieden, Möglichkeiten zu prüfen, die Versandverpackungen durch nachhaltige Alternativen zu ersetzen. In einem ersten Schritt wurde eine Analyse der bestehenden Verpackungen, inklusive Stopfmaterial, vorgenommen. Diese Analyse hat ergeben, dass der Versand bereits heute fast plastiklos erfolgt. Dort, wo trotzdem noch Plastik eingesetzt wird, handelt es sich um Luftkissen, die von Lieferanten stammen und von mobilezone wiederverwendet werden sowie die Plastikfolie, in welcher der Lieferschein mit Adresse am Paket angebracht ist. In einem weiteren Schritt wurden nachhaltige Verpackungsmaterialien evaluiert.

Nachhaltige Produktverpackungen von Eigenmarken und Fokus nachhaltiges Zubehör

Unter der Eigenmarke «itStyle» verkauft mobilezone seit rund sieben Jahren Smartphone-Hüllen, Ladekabel, Kopfhörer und weiteres Zubehör. Im vergangenen Geschäftsjahr 2022 wurden die Verpackungen der herkömmlichen Produktlinie nachhaltiger gestaltet. Das Papier der neuen Produktverpackung stammt zu 100 Prozent aus recycelten Quellen. Die Farbe zur Bedruckung ist pflanzenbasiert und somit biologisch abbaubar. Die ersten Produkte mit der neuen Verpackung werden im Laufe des aktuellen Jahres 2023 in den Handel gelangen.

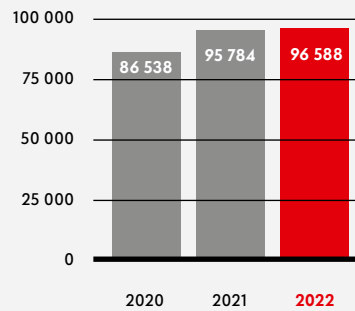
Im Bereich Zubehör für Smartphones und Tablets möchte mobilezone wachsen. Rückmeldungen von Kunden zeigen, dass das Bedürfnis nach Zubehör aus nachhaltigen Materialien, wie Holz oder recyceltem Plastik, vorhanden ist. Hier wurde das Angebot stark ausgebaut und um Marken ergänzt, welche unsere Anforderungen an das Thema Nachhaltigkeit erfüllen. Diese Anforderungen sollen im Geschäftsjahr 2023 weiter ausformuliert werden, sodass die Kunden über Parameter verfügen, nach denen sie das entsprechende Zubehör auswählen können.

Stromverbrauch der mobilezone Gruppe



Der Stromverbrauch wird in MWh ausgewiesen.

Treibstoffverbrauch der mobilezone Gruppe



Der Treibstoffverbrauch wird in Litern ausgewiesen.

Ziele

Im Bereich nachhaltige Versand- und Produktverpackungen sowie nachhaltiges Zubehör wurden die folgenden Ziele definiert:

- ✓ Das gesamte Versandverpackungsmaterial soll in der Schweiz und Deutschland plastikfrei gestaltet werden. Die Umsetzung erfolgt im Laufe des aktuellen Geschäftsjahres 2023.
- ✓ Das nachhaltige Zubehörsortiment wird im Jahr 2023 ausgebaut.
- ✓ Es werden spezifische Parameter aufgestellt, welche Produkte bei mobilezone erfüllen müssen, um als nachhaltig eingestuft zu werden.

Klimaneutraler Paketversand

In Deutschland versendet mobilezone jährlich rund 600'000 Pakete. Seit 2018 verschickt das Unternehmen diese mittels des GoGreen-Angebots von DHL klimaneutral, wobei die transportbedingten CO₂-Emissionen ausgeglichen werden. Mit der GoGreen-Initiative werden Klimaschutzprojekte unterstützt.

Bewertung und Ausblick

Die Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung haben sich verändert. Im Hinblick auf die Verordnung zur verbindlichen Klimaberichterstattung, welche am 1. Januar 2024 in Kraft tritt, müssen Unternehmen künftig quantitative CO₂-Ziele sowie sämtliche Treibhausgasemissionen publizieren. In diesem Zusammenhang wollen wir künftig eine genauere Auswertung unseres Ressourcenverbrauchs erstellen. Entsprechend wird im Nachhaltigkeitsbericht 2023 die erste gruppenweite CO₂-Bilanz abgebildet. Ausgehend von den Ergebnissen dieser CO₂-Bilanz wird die Basis für Ziele und Massnahmen im Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit der mobilezone Gruppe gelegt.

Mit HIGH green will mobilezone in Deutschland das erste grüne Mobilabo lancieren. Ziel eines solchen Abos wäre es, das CO₂, welches mit einem Mobilabo ausgestossen wird, zu kompensieren. Gegenwärtig wird im Rahmen einer Machbarkeitsstudie geprüft, inwiefern dies möglich ist, welche Kompensationsmöglichkeiten es gibt, welche Zielgruppen damit angesprochen und welche Ziele damit erreicht werden sollen. Ebenfalls soll der Zeithorizont der Umsetzung im aktuellen Geschäftsjahr 2023 geprüft werden.

GRI-Inhaltsindex

Der vorliegende Bericht ist der vierte Nachhaltigkeitsbericht der mobilezone holding ag und der dritte 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 2022. Die Umweltkennzahlen beziehen sich auf den Zeitraum 1. Januar 2020 bis 31. Dezember 2022. 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		62
102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen		21–31
102-3	Hauptsitz der Organisation		21
102-4	Betriebsstätten		62
102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform		62–65
102-6	Belieferte Märkte		21–31
102-7	Grösse der Organisation		21, 62
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.	42
102-9	Lieferkette		53
102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	Im Geschäftsjahr 2022 erfolgten keine signifikanten Änderungen in der Organisation und in der Lieferkette.	62
102-11	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip / Nachhaltigkeitsansatz		35–39
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		35
	3. Ethik und Integrität		
102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	https://www.mobilezoneholding.ch/de/ueber-uns/unsere-werte.html	
	4. Unternehmensführung		
102-18	Führungsstruktur		66–71

5. Einbindung von Stakeholdern			
102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen	36–38	
102-41	Tarifverträge	Bei mobilezone arbeiten keine Mitarbeitenden, die einem Tarifvertrag unterstehen.	
102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	36	
102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	38	
102-44	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	36–38	
6. Vorgehensweise bei der Berichterstattung			
102-45	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	91	
102-46	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	36–38	
102-47	Liste der wesentlichen Themen	36–38	
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 2022 wurde die Gewichtung angepasst, weil sich die strategische Wichtigkeit unserer Business Units verändert hat. Neu ist, dass die Gewichtung der beiden Ländergesellschaften von ⅓ Deutschland, ⅔ Schweiz zu einer 50/50-Gewichtung verändert wurde. Anpassung Basisjahr von 2018 auf 2020. Innerhalb der Länder wird eine relevante Gewichtung der Scores angewendet.	50, 51
		Anpassung Zahlen «Erfolgreiche Reparaturen»: Die Zahlen wurden rückwirkend korrigiert, weil die Datenbasis angepasst wurde.	54
102-49	Änderungen bei der Berichterstattung	Ergänzung des GRI-Standards Nr. 401-3 «Elternzeit» um Rückkehr- und Verbleiberate.	43
102-50	Berichtszeitraum		48
102-51	Datum des letzten Berichts	8. März 2023	58–60
102-52	Berichtszyklus		48–50
102-53	Ansprechperson bei Fragen zum Bericht		58
102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards		58–60
102-55	GRI-Index		58–60
102-56	Externe Prüfung	Der Nachhaltigkeitsbericht der mobilezone Gruppe wird keiner externen Prüfung unterzogen.	58

Mitarbeitende		
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	41–46
103-2	Managementansatz und seine Bestandteile	41–46
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	41–46
401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	42, 46
401-3	Elternzeit	43
405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	45, 68, 70
Kunden		
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	48–51
103-2	Managementansatz und seine Bestandteile	48–51
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	48–51
	Eigener Indikator: Kundenzufriedenheitsindex	Freiwillige Ergänzung der GRI-Standards 48–51
Smartphone-Kreislauf		
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	52–55
103-2	Managementansatz und seine Bestandteile	52–55
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	52–55
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. 52–55
Umwelt-Management		
103-1	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	56, 57
103-2	Managementansatz und seine Bestandteile	56, 57
103-3	Beurteilung des Managementansatzes	56, 57
302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	56

