

Verantwortungsvolle Unternehmensführung

Swiss Life ist eine Lebensversicherung und sichert die Altersvorsorge – Lebensversicherung wie Altersvorsorge sind gelebte Nachhaltigkeit. Es gibt keine längerfristige Vereinbarung, der Zeithorizont reicht bis an das Lebensende. Nachhaltigkeit bedeutet für Swiss Life aber auch eine verantwortungsvolle Unternehmensführung: Sie verpflichtet gegenüber Kunden, Mitarbeitenden, Gesellschaft und Umwelt und ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmenskultur.

Bei Swiss Life wird ein breites Spektrum an Initiativen und Aktivitäten in allen Organisationseinheiten entfaltet, die verdeutlichen, welche aktive Rolle das Unternehmen in der Gesellschaft einnimmt. Sie sind ein Tatbeweis für gesellschaftliches Verantwortungsbewusstsein.

MITARBEITENDE

Die Mitarbeitenden sind die Basis für den Erfolg von Swiss Life, ihre Kompetenz und ihre Einsatzbereitschaft machen die Qualität der Dienstleistung aus. Das Human Resources Management ist deshalb darauf ausgerichtet, die am besten geeigneten Mitarbeitenden zu finden, sie für Swiss Life zu begeistern, zu halten und gezielt weiterzuentwickeln. Es positioniert Swiss Life als verantwortungsvolle und attraktive Arbeitgeberin.

LEISTUNGSKULTUR – Das Effizienzsteigerungsprogramm zeitigt erste Resultate – Die 2009 lancierte gruppenweite Initiative «My Milestones» nahm 2010 Fahrt auf. Ziel ist es, die Werte von Swiss Life sowie die geforderten Kompetenzen der Mitarbeitenden noch stärker ins Zentrum zu rücken und so die Leistungskultur zu stärken. Jedes Land und jede Markteinheit hat ein Programm lanciert, in dem diese Aspekte mit verschiedenen Massnahmen angegangen werden.

In der Schweiz startete «My Milestones» im April 2010 mit einem dreitägigen Intensivworkshop für das Kader. 29 resultierende Massnahmen sind bereits umgesetzt oder in Bearbeitung. Um Teams auszuzeichnen, die eine besondere Leistung erbracht haben – Kundenservice verbessern, Effizienz erhöhen, Innovation stärken –, hat

Swiss Life in der Schweiz den Team Award «My Milestones» geschaffen. Die erste Auszeichnung ging im September 2010 an ein neunköpfiges IT-Team, das ein Self-Service-Portal für Informatikdienstleistungen geschaffen hat, die den Alltag erleichtern. Den zweiten Award erhielten im Dezember 2010 zwei Mitarbeitende in der Westschweiz für ihre Verbesserungen in der Zusammenarbeit von Aussen- und Kundendienst.

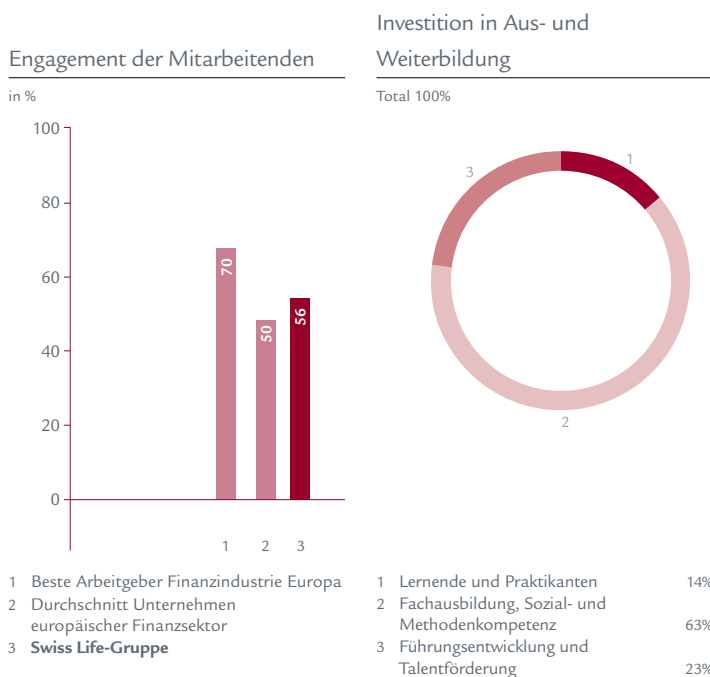
Die Leistungsbeurteilung der Mitarbeitenden ist standardisiert im Group Performance System (GPS), das Mitarbeitergespräche, Zielvereinbarungen, Beurteilungen sowie Entscheide über Salär und Beförderungen konsistent und im Sinne der Leistungskultur regelt. In allen Konzernbereichen wurde 2010 besonderer Wert auf eine noch stärker differenzierte und damit leistungsgerechtere Mitarbeiterbeurteilung gelegt; die Führungskräfte wurden entsprechend weitergebildet.

In Frankreich hat Swiss Life Mitte Jahr erstmals allen rund 2000 Mitarbeitenden eine individuelle Sozialbilanz ausgehändigt. Aus dieser Zusammenstellung ersieht jeder Mitarbeitende für sich persönlich, was er vom Arbeitgeber insgesamt an Salär, aber auch an nicht geldwerten sozialen Vorteilen erhält. Die individuelle Sozialbilanz erhöht die Identifikation des Mitarbeitenden mit dem Arbeitgeber. 94% der Mitarbeitenden beurteilten sie als positiv.

In Deutschland führte Swiss Life 2010 Lean Management ein. 21 zuvor zu Lean Managers ausgebildete Mitarbeitende aus sämtlichen Ressorts zeigten in den Fachbereichen in Lean Workshops auf, wie Prozesse möglichst verschwen-

dungsarm und wertschöpfend zu gestalten sind. Erste Prozessverbesserungen wurden bereits implementiert.

PERSÖNLICHES ENGAGEMENT – Die Mitarbeitenden setzen sich überdurchschnittlich ein – 2010 führte Swiss Life erstmals konzernweit eine Mitarbeiterumfrage nach neuem Konzept durch. Hauptsächliches Ziel der Umfrage war es, die Einstellung der Mitarbeitenden zu Leistung, Kundenorientierung, Innovation und Veränderung, Zusammenarbeit und Führung zu bewerten. Ausserdem sollte deren Verständnis für die Ziele und Strategien des Unternehmens ersichtlich werden. Die Rücklaufquote der Umfrage war mit 79% in der Gruppe sehr hoch.



Der Engagementwert für die Swiss Life-Gruppe beträgt 56%. Er liegt deutlich über dem Durchschnitt der Unternehmen aus dem europäischen Finanzsektor (50%), aber unter jenem der erfolgreichsten Unternehmen der Vergleichsgruppe (70%). Bei den Key Performance Indicators (KPI) «Teamworkorientierung» und «Empowerment» ergaben sich für die Swiss Life-Gruppe Werte, die sogar über dem Durchschnitt der besten Unternehmen des europäischen Finanzsektors liegen. Bei «Leadership» und

«Ergebnisorientierung» wurden ebenfalls überdurchschnittliche Werte erzielt, einzig bei «Kundenorientierung» und «Innovationsfähigkeit» zeigten sich geringfügige Defizite.

Als Folge der Umfrageergebnisse wurden in allen Einheiten der Swiss Life-Gruppe Massnahmen ergriffen, um Verbesserungen einzuleiten. Das Programm «My Milestones» wie auch die Mitarbeiterumfrage verfolgen das Ziel, das Unternehmen und die Mitarbeitenden noch stärker dahingehend zu entwickeln, dass sich eine konsequent auf die Unternehmensstrategie abgestimmte Performancekultur etabliert.

TALENTENTWICKLUNG – Nachwuchskräfte und die Generation «55+» werden zielgerichtet gefördert – Mitarbeitende und Führungskräfte kontinuierlich weiterzuentwickeln und sie zu motivieren, im Unternehmen zu bleiben, hat für Swiss Life hohe Priorität. Jedes Jahr nominiert das Unternehmen Mitarbeitende mit einem hohen Leistungsausweis und Potenzial dezentral für das Talent Development (Manager Pool, MP). Die künftigen Führungskräfte der ersten und zweiten Führungsstufe (Teamleiter und Abteilungsleiter) werden während 18 Monaten in Ausbildungsmodulen und Projektarbeiten auf ihre künftige Aufgabe vorbereitet.

Für Führungskräfte, die für das höhere Management vorgesehen sind, besteht in der Swiss Life-Gruppe das Senior Management Program (SMP). Die Teilnehmenden aus allen Ländern und Einheiten erarbeiten in fünf Modulen strategisch relevante Themen und bearbeiten strategische Projekte. 2010 waren unter den 17 Teilnehmenden des Programms auch 4 Frauen. 90% aller bisher im Senior Management Program geförderten Führungskräfte sind bei Swiss Life geblieben.

Swiss Life hat die Leadership- und Führungsfähigkeiten auf der Stufe Topmanagement gezielt weiter verbessert, indem sie in den letzten 24 Monaten 40% der Top-Hundert-Funktionen neu besetzte. 60% der neuen Topmanager kamen von ausserhalb der Firma. Ziel war es, das Team mit zusätzlichen Fähigkeiten und Erfahrungsschätzen zu ergänzen.

Mit dem Ziel, das Know-how im Unternehmen zu sichern und die Leistungsfähigkeit der Mitarbeitenden zu erhalten, hat Swiss Life in Frankreich das Programm «55+» lanciert. Es beinhaltet die Verpflichtung, der Altersgruppe ab 55 Jahren 12% der Stellen zu reservieren. Gleichzeitig werden die älteren Mitarbeitenden ermuntert, ihr Fachwissen als Tutoren weiterzugeben. «55+» ermöglicht eine flexible Arbeitszeitreduktion mit teilweisem Gehaltsausgleich im letzten Arbeitsjahr.

AUS- UND WEITERBILDUNG – Hohe Investitionen in die Entwicklung aller Mitarbeitenden – Nicht nur der Schulung des Führungsnachwuchses schenkt Swiss Life hohe Beachtung. Auch die interne oder externe Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden ohne Führungsaufgabe ist dem Konzern wichtig. Fachspezialisten oder Projektleiter werden zielgerichtet geschult. Swiss Life in der Schweiz übernimmt die Ausbildungsgebühren für die Höhere Fachschule Versicherungen (HFV) und die Gebühren für die Ausbildung zum Versicherungsfachmann mit eidgenössischem Fachausweis vollständig. Ausserdem qualifizieren sich 56 junge Menschen in drei Berufen zu Fachleuten und 16 Praktikanten oder Trainees sammeln Berufserfahrung im Lebensversicherungsgeschäft.

Die Aus- und Weiterbildung für alle Mitarbeitenden fokussiert sich neben der Fachausbildung auf massgeschneiderte Angebote, die sich meist mit Themen der Sozial- und Methodenkompetenz befassen. Die Aufwendungen für die Aus- und Weiterbildung in der Gruppe beliefen sich 2010 auf CHF 16 Millionen – rund CHF 2250 je Mitarbeitenden. Im Verhältnis zum Personalaufwand entspricht der Schulungsaufwand 2,4%.

SOZIALPARTNERSCHAFT – Arbeitgeber und Arbeitnehmer arbeiten vorbildlich zusammen – Die Zusammenarbeit mit dem Europäischen Betriebsrat, dem Europa Forum, wurde 2010 weiter vertieft. Das neunköpfige Gremium mit Vertretern aus vier Ländern trifft sich in der Regel mehrmals pro Jahr. Es beschäftigt sich mit der transnationalen Information und Konsultation zu Themen, die alle Swiss Life-Mitarbeitenden betreffen. Das Europa Forum wurde 1996 ins Leben gerufen. Es erhielt 2006 eine neue Satzung, die in Europa zu den führenden Vereinbarungen auf freiwilliger Basis zählt und anderen europäischen Unternehmen als Vorbild dient.

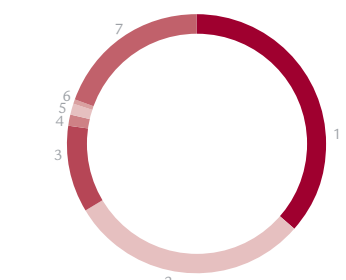
Hauptthema 2010 des Europa Forums war MILESTONE, das im Herbst 2009 gestartete Massnahmenpaket für die gruppenweite Effizienzsteigerung.

Am Standort Schweiz bedeutet das MILESTONE-Programm unter anderem einen Abbau von 520 Stellen bis 2012. Swiss Life begleitet den Abbauprozess mit dem seit 2005 gültigen, zwischen den Sozialpartnern vereinbarten Massnahmenplan. 2010 waren in der Schweiz 273 Mitarbeitende von der beruflichen Neuorientierung betroffen. Sie wurden durch ein Team von Fachleuten individuell begleitet und unterstützt. Das interne Begleitprogramm für die berufliche Neuorientierung wird von den betroffenen Mitarbeitenden äusserst positiv eingestuft (5,7 von 6 Punkten).

Gruppenweit sank die Anzahl Vollzeitstellen 2010 im Vergleich zum Vorjahr um 337 auf 7483. Bei 1094 Austritten betrug der Wert der unerwünschten Abgänge (Nettofluktuation) 5,6%.

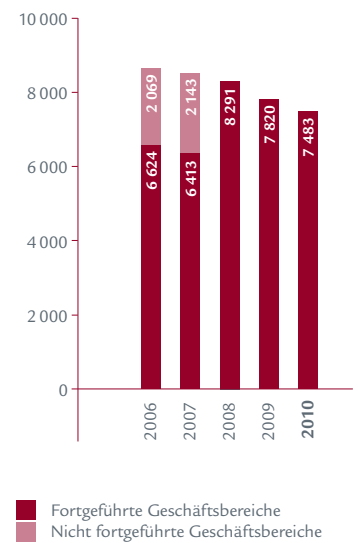
Mitarbeitende nach Ländern und AWD

Total 7483 Vollzeitstellen per 31.12.2010



1	Schweiz	2 732
2	Frankreich	2 255
3	Deutschland	792
4	Luxemburg	124
5	Liechtenstein	91
6	Übrige	44
7	AWD	1 445

Mitarbeitende (Vollzeitstellen)



WERTE

Swiss Life ist einer der führenden Anbieter von Vorsorgeleistungen und Lebensversicherungen. Viele Menschen und Institutionen schenken ihr daher ihr Vertrauen: Kunden, Geschäftspartner, Aktionäre, staatliche Organe, Mitarbeitende. Swiss Life fühlt sich diesem Vertrauen verpflichtet. Um dieses Vertrauen zu bilden und zu fördern, hat sich das Unternehmen auf fünf Grundwerte festgelegt:

- Expertise: Fachkompetenz und Erfahrung
- Nähe: enge Beziehungen zu Kunden und Geschäftspartnern
- Offenheit: Pflege eines offenen Dialogs nach innen und aussen
- Klarheit: eindeutige Kommunikation und Anbieten von verständlichen Produkten
- Engagement: Einsatz mit Begeisterung für die Ziele der Kunden, Mitarbeitenden und Aktionäre.

Das gewünschte strategie- und wertorientierte Verhalten der Mitarbeitenden wird im Group Competency Model (GCM) beschrieben, das 2009 aufgrund der neuen Unternehmensstrategie angepasst worden ist. Aspekte wie Innovationsfähigkeit, Umgang mit Veränderungen und Kundenorientierung sind im aktualisierten Kompetenzmodell stärker akzentuiert.

AWD hat im Januar 2010 ein neues Unternehmensleitbild implementiert. Es basiert auf den Werten Kundenorientierung, Qualität, Professionalität, Vertrauen und Teamgeist. Um das Verständnis des Leitbilds zu erhöhen, erklärt AWD jedes Jahr zu einem «Wert»-Jahr. 2010 war das Jahr des Teamgeistes, 2011 heisst der Leitwert Professionalität.

INTEGRITÄT UND COMPLIANCE – Ethisch und rechtlich korrekte Geschäftstätigkeit im Zentrum – Seit 2006 ist bei Swiss Life ein Code of Compliance in Kraft. Darin hat das Unternehmen konkrete Verhaltensregeln erlassen, die den Mitarbeitenden zeigen, was sie in Bezug auf die gesetzlichen und aufsichtsrechtlichen Vorschriften sowie die internen Anweisungen beachten müssen. Die Einhaltung dieser Regeln ist eine entscheidende Voraussetzung für eine rechtlich und ethisch korrekte Geschäftstätigkeit, der Swiss Life zwingend verpflichtet nachlebt.

Swiss Life beschäftigt mehrere Compliance Officers, sowohl auf Gruppenebene als auch in den operativen Einheiten. Durch Beratung, Ausbildung und Kontrolltätigkeit schaffen sie die Grundlage für eine rechtzeitige Erkennung und Vermeidung von regulatorischen und reputationsschädigenden Risiken. Beispiele sind die speziellen Sorgfaltspflichten und Präventivmassnahmen zur Bekämpfung von Geldwäscherei und Terrorismusfinanzierung. Von den Compliance-Fachleuten ebenfalls sichergestellt ist, dass der Datenschutz des Kunden beziehungsweise der Schutz von Geschäftsgeheimnissen gewährleistet wird. Reputation und Vertrauen sind das Kapital einer Versicherungsgesellschaft. Die Compliance-Einheiten sorgen dafür, dass dieses Kapital durch die Sicherheit der Daten sowie jederzeit gesetzskonformes Verhalten erhalten bleibt. Swiss Life ist ein aktives Mitglied des Vereins Unternehmensdatenschutz (VUD).

GESELLSCHAFT

Als traditionelles Schweizer Unternehmen, das seit über 150 Jahren Vorsorgedienstleistungen erbringt und in der Schweiz und im übrigen Europa mehr als zwei Millionen Kunden zählt, steht Swiss Life mitten im öffentlichen Leben. Der Konzern ist sich seiner gesellschaftlichen Verantwortung bewusst. Er unterstützt das Gemeinwesen in vielfältiger Form und bemüht sich um stetige Verbesserung seiner Umweltbilanz.

GEMEINNÜTZIGES ENGAGEMENT – Mitfühlende Unterstützung für Menschen in Not – In allen Ländergesellschaften unterstützen Swiss Life und ihre Mitarbeitenden Menschen in Not und eine Vielzahl sinnvoller Projekte. In der Schweiz fördert die Stiftung «Perspektiven» gemeinnützige inländische Initiativen in den Bereichen Gesundheit, Wissenschaft, Bildung, Kultur und Sport, mit Schwerpunkt Integration und Bildung. Anlässlich des 150-Jahre-Jubiläums von Swiss Life 2005 gegründet, schüttet die Stiftung jährlich etwas mehr als CHF 1 Million aus. 2010 wurden 85 Projekte berücksichtigt. Die Stiftung überwies Hilfswerken auch namhafte Beiträge zur Soforthilfe nach dem Erdbeben in Haiti und der Flut in Pakistan. Ausserdem unterstützte der Swiss Life-Aussendienst lokale Organisationen. Der Bereich Immobilien von Swiss Life zeigt ebenfalls soziales Engagement: Er erstellt in Winterthur ein Studentenwohnheim, das 105 Studenten preisgünstigen Wohnraum bietet.

Swiss Life in Frankreich hat seit 2009 ihre eigene Stiftung, die Fondation Swiss Life. 2010 unterstützte diese das Institut Curie (Forschungsinstitut zur Krebsbekämpfung und Krankenhaus) und die Association France Alzheimer (Training für Alzheimer-Patienten). Sie sprach Geld für Konzerte und Kunstausstellungen, die Menschen in Pflegeheimen, kranke Kinder und Demenzpatienten erfreuten. Schliesslich förderte die Fondation vier karitative Projekte für behinderte oder an Leukämie erkrankte Kinder, die von Swiss Life-Mitarbeitenden geleitet werden.

In Deutschland unterstützt Swiss Life seit 2007 die Nicolaidis-Stiftung, eine gemeinnützige Einrichtung für verwitwete Mütter, Väter und deren Kinder.

AWD hilft seit 1991 Kindern in Not durch die gemeinnützige AWD-Kinderstiftung in Deutschland, an der sich auch die regionalen AWD-Gesellschaften in Österreich, der Schweiz und Tschechien beteiligen. Die Stiftung wird im Wesentlichen von Lohnbeiträgen der AWD-Mitarbeitenden getragen. Zwei eigene operative Grossprojekte betreibt die Kinderstiftung. Das Noma-Projekt der deutschen AWD-Kinderstiftung im westafrikanischen Sokoto widmet sich der chirurgischen Rehabilitation von Opfern einer durch Infektionen verursachten Erkrankung, die zu schwersten Gesichtsdefekten führt. Die Schweizer AWD-Kinderstiftung baut in Bischkek in Kirgistan ein Behandlungszentrum auf für Kinder mit Gesichtsfehlbildungen (Spalten), an das allein 2010 EUR 100 000 gingen. Insgesamt EUR 122 000 spendeten die AWD-Mitarbeitenden 2010 überdies für die Erdbebenopfer in Haiti und die Flutopfer in Pakistan.

DIENST AN DER GEMEINSCHAFT – Volle Unterstützung von Freiwilligenarbeit – Swiss Life sieht sich dem Milizgedanken verpflichtet. Als Unternehmen, das im Sozialversicherungsbereich tätig ist, hat sie Interesse an einer gut funktionierenden, integrativen Gesellschaft. Miliz bedeutet aktives, eigenhändiges Eintreten für öffentliche Belange, eine freiwillige Mitarbeit in der staatlichen Gemeinschaft. Die ausserberufliche Selbstverpflichtung in Gesellschaft und Wirtschaft fördert den Sinn für das Gemeinsame und die öffentliche Wohlfahrt und damit auch die Sozialkompetenz des Einzelnen.

Swiss Life ist überzeugt: Eine höhere Sozialkompetenz der einzelnen Mitarbeitenden bedeutet auch eine gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens. Mitarbeitende, die sich gesellschaftlich oder im Militär engagieren, handeln somit im Interesse der Firma. Swiss Life begrüsst daher deren Engagement im Dienst des Gemeinwesens. Im Personalreglement wird den Mitarbeitenden ausdrücklich eine Betätigung in politischen und militärischen Gremien zugestanden. Das Unternehmen bietet Unterstützung im Rahmen der Verhältnismässigkeit, etwa durch Flexibilität bei der Arbeitszeit.

In der Schweiz üben beispielsweise rund 40 Mitarbeitende ein politisches oder richterliches Mandat aus. Sie bekleiden Ämter in Exekutiven, Legislativen und Gerichten auf kommunaler und kantonaler Ebene, in Schul- und Kirchenpflegen sowie in Fürsorgebehörden. Weitere Mitarbeitende arbeiten in den Vorständen politischer Parteien in Gemeinden und Kantonen mit. Diese Verantwortungsträger gehören sämtlichen Parteien an, etwa ein Drittel bezeichnet sich als parteilos. Für ihre Mandatsträger veranstaltet Swiss Life jährlich einen Anlass. Thema im September 2010 waren die aktuellen Veränderungen in der schweizerischen Parteienlandschaft.

POLITIK – Swiss Life sucht den Dialog – Den Austausch mit der Politik erachtet Swiss Life als ausserordentlich wichtig. Das Unternehmen bringt seine Expertise in politische Diskussionen ein und vertritt seine Interessen in der politischen Öffentlichkeit in allen Phasen der Entscheidungsfindung professionell. Über den gesamten politischen Zyklus hinweg versucht es, in dem Sinne Einfluss zu nehmen, dass für alle Betroffenen sachdienliche, optimierte Lösungen gefunden werden. Swiss Life berät über ihre Spezialisten die verschiedenen Entscheidungsträger in politischen Parteien, Kommissionen und Parlamenten, sie lässt ihr Expertenwissen von der Ausarbeitung gesetzgebender Texte bis zu Vernehmlassungen einfließen. Das Unternehmen unterstützt zudem einzelne Politiker und ausgesuchte politische Parteien mit finanziellen Beiträgen.

In permanentem Kontakt mit Politikern aller Parteien steht Swiss Life in der Schweiz zum Beispiel in Fragen der Parameter der beruflichen Vorsorge (Umwandlungssatz, Mindestzinssatz, Mindestausschüttungsquote). Aktiv

engagiert ist sie unter anderem bei der Totalrevision des Versicherungsvertragsgesetzes (VVG). Für junge Politiker führt Swiss Life jährlich einen Jungparteianlass mit einem jeweils ebenso attraktiven wie informativen Programm durch.

Den Dialog mit der Öffentlichkeit und Entscheidungsträgern zu vorsorge- und versicherungsrelevanten Themen führt Swiss Life auch über die Verbände und Standesorganisationen. In den Gremien der Berufs- und Fachverbände spielt das Unternehmen eine aktive Rolle. Der Verwaltungsratspräsident von Swiss Life arbeitet im Vorstand des nationalen Wirtschaftsdachverbands Economiesuisse mit, der CEO der Gruppe im Vorstand sowie Vorstandsausschuss des Schweizerischen Versicherungsverbands (SVV). Gerade im SVV ist das Unternehmen stark präsent: Der CEO des Konzernbereichs Schweiz präsidiert den zentralen Ausschuss Leben, der CFO der Gruppe wirkt im Ausschuss Finanz & Regulierung mit, und weitere Experten vertreten Swiss Life in rund 15 Kommissionen und Arbeitsgruppen. Auch in anderen Kernmärkten engagieren sich Vertreter des Swiss Life-Managements in den lokalen Branchenverbänden.

Sichtbares Engagement zeigt Swiss Life überdies bei der Förderung von Hochschulen und Universitäten in Lehre und Forschung. Zum einen erfüllen zahlreiche Mitarbeitende Lehraufträge an verschiedensten Institutionen. Zum anderen betätigt sich Swiss Life als Sponsor des Walter-Saxer-Versicherungs-Hochschulpreises an der ETH Zürich.

In Frankreich organisierte Swiss Life im September 2010 eine viel beachtete Konferenz zur geplanten Rentenreform. In Deutschland tauschten sich bei der Veranstaltungsreihe «Salon Palais Leopold» in München Entscheidungsträger aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Medien mehrmals im Jahr über wichtige gesellschaftspolitische Themen aus. 2010 war Bundeswirtschaftsminister Rainer Brüderle zu Gast. Für Firmenkunden, Geschäftspartner und Experten bietet Swiss Life seit 2007 über die Veranstaltungsreihe «Münchner Fachforum» regelmässig eine Plattform zum Dialog. Auf breites Interesse stiess zudem der vierte deutsche Swiss Life Pension Day im Oktober 2010 mit dem ehemaligen Bundesfinanzminister Peer Steinbrück als Hauptredner.

UMWELT

Swiss Life nimmt ihre Verantwortung gegenüber der Gesellschaft wahr, indem sie natürliche Ressourcen schont und damit einen nachhaltigen Beitrag zur Erhaltung der Umwelt leistet. Seit 1998 ist Swiss Life in der Schweiz Mitglied im Energie-Modell Zürich mit der Verpflichtung, die Energieeffizienz in den Betriebsliegenschaften am Standort Zürich bis 2012 jährlich um mindestens 1,5% zu steigern. Das Unternehmen erreichte dieses Ziel auch 2010 und senkte damit nicht nur den Energieverbrauch und die Emissionen, sondern auch die Kosten.

Swiss Life gehört zu jenen elf Unternehmen, die 2008 die Klimastiftung Schweiz gründeten. Sie spendet den Nettogewinn aus der Rückvergütung der CO₂-Lenkungsabgabe der gemeinnützigen Stiftung. Mit den Beiträgen aller Partnerfirmen unterstützt die Klimastiftung Schweiz Massnahmen zur Verbesserung der Energieeffizienz und zum Klimaschutz bei kleinen und mittleren Unternehmen (KMU).

ÖKOBILANZ – Energieverbrauch und Emissionen sinken –

Die Fachstelle für Umweltmanagement von Swiss Life erstellt seit 2006 für Swiss Life in der Schweiz und seit 2008 für die ganze Swiss Life-Gruppe einen jährlichen Umweltdatenbericht. Darin werden nach dem Standard des Vereins für Umweltmanagement und Nachhaltigkeit in Banken, Sparkassen und Versicherungen (VfU) Daten zu Strom, Wärme, Verkehr, Papier, Wasser und Entsorgung erhoben, analysiert und Verbesserungsmassnahmen abgeleitet. Dank den standardisierten VfU-Kennzahlen lassen sich die Daten mit Mitbewerbern vergleichen.

Die Ergebnisse der Swiss Life-Gruppe fallen ermutigend aus. Der Energieverbrauch (Strom und Wärme) ist im Jahr 2009 – die Zahlen für 2010 liegen noch nicht vor – gegenüber dem Vorjahr um rund 1,7 Millionen kWh zurückgegangen. Beim Geschäftsverkehr fand bei gleichbleibendem Kilometeraufwand eine Verlagerung vom Flug auf den Bahn- und Strassenverkehr statt. Hauptsächlich dank den Verbesserungen in den Kategorien Energie und Verkehr, den grössten Verursachern von Treibhausgas-(THG-)Emissionen, wurde der THG-Ausstoss 2009 um rund 1000 t reduziert. 2009 betrugen die THG-Emissionen insgesamt noch 12 700 t. Für den Bericht des Jahres 2010, der Mitte 2011 erscheint, werden erstmals die Daten sämtlicher Konzernbereiche, auch jene der Tochtergesellschaft AWD, einfließen.

ÖKOLOGISCHER FUSSABDRUCK – Stetige Verbesserung dank Einsatz von alternativen Energien – Es gibt mehrere Gründe für die verbesserten Umweltkennzahlen: die energetische Optimierung der Betriebsgebäude, der Bezug von ökologisch hochwertigem Strom aus erneuerbaren Energien und ein aktives Umweltmanagement.

Seit 2006 bezieht Swiss Life den Strom in der Schweiz zu 100% aus erneuerbaren Energiequellen. Damit reduzierte das Unternehmen die THG-Emissionen seither um rund 5650 t; es verursacht durch den Stromverbrauch der Betriebsgebäude nahezu keine THG-Emissionen mehr. In Deutschland stammt der Strom seit Januar 2010 ebenfalls vollständig aus erneuerbaren Energiequellen. Damit sind dort die THG-Emissionen um zusätzlich rund 1000 t reduziert worden.

2010 wurde die Kühlung des Rechenzentrums von Swiss Life in der Schweiz reduziert, wodurch sich 300 000 kWh Strom sparen liessen. Der Stromverbrauch in der Gruppe sinkt seit Jahren kontinuierlich, genauso wie der Frischwasserverbrauch. Swiss Life verwendet teilweise Regenwasser für die sanitären Anlagen, in Zürich wurden wassersparende Armaturen installiert, was 2010 Einsparungen von drei Millionen Litern Wasser gegenüber dem Vorjahr brachte.

Swiss Life in Frankreich lancierte 2010 eine Umweltinformationskampagne über den sparsamen Umgang mit Papier und Büromaterialien. Liegenschaften wurden mit Massnahmen saniert, die über die umweltrelevanten Standards hinausgehen. Die Ländergesellschaft beteiligte sich überdies am Projekt 10:10 der Umweltorganisation Good Planet. Das Projekt beabsichtigt, den CO₂-Ausstoss in Unternehmen um 3% pro Jahr zu reduzieren.

Swiss Life in Deutschland nimmt seit 2008 am Klimaschutzprogramm «Ökoprotit» teil. Dank dessen Massnahmen spart sie am Standort München jährlich 91 000 kWh Strom und reduziert die CO₂-Emissionen um 58 t. Für ihr aussergewöhnliches Engagement beim betrieblichen Umweltschutz wurde das Unternehmen im Dezember 2010 erneut mit dem Zertifikat «Münchner Ökoprotit-Betrieb 2009/2010» geehrt. AWD realisiert kontinuierlich Verbesserungen und Erneuerungen der technischen Anlagen. Durch zahlreiche Massnahmen konnten seit 2001

Einsparungen bei der Energie von über 4,5 Millionen kWh realisiert werden.

Die Swiss Life-Gruppe ist eine der führenden privaten Immobilieneigentümerinnen in der Schweiz. Im Rahmen der Swiss Life-Umweltinitiativen hat sie in den letzten sechs Jahren 10 000 ihrer Mietobjekte mit Erfassungsgeräten zur verbrauchsabhängigen Wasserkostenabrechnung ausgerüstet. 2010 wurden für mehrere Liegenschaften in Zürich Verträge abgeschlossen, um sie mit Seewasser zu heizen und zu kühlen. Bei verschiedenen Sanierungen wird der Einsatz alternativer Energien geprüft.

Erneut beteiligte sich Swiss Life 2010 am Carbon Disclosure Project (CDP), einer unabhängigen Non-Profit-Organisation mit der weltweit grössten Erhebung von Unternehmensinformationen bezüglich Klimawandel. Die gelieferten Daten waren allerdings noch nicht umfassend genug, um im Carbon Disclosure Leaders Index (CDLI) Aufnahme zu finden. Um den Dialog mit den verschiedenen Anspruchsgruppen bezüglich nachhaltiger Unternehmensführung zu verbessern, strebt Swiss Life die Berichterstattung nach dem Standard der Global Reporting Initiative (GRI) auf 2012 an.

«Surprise»-Chancenarbeitsplätze:

Wenn die Türe zur Zukunft sich öffnet



Herr B.: Stabilität und Zuversicht gewonnen.

«Chancenarbeitsplätze» bei «Surprise» geben Menschen eine neue Perspektive:

- Herr S. kam ohne Ausbildung und nennenswerte Berufserfahrung, aber mit grossen persönlichen und sozialen Problemen, als Strassenverkäufer zu Surprise. Trotz Rückschlägen stabilisierte er sich dank der neu gewonnenen Tagesstruktur mehr und mehr. Nach einem Jahr wurde ihm ein «Chancenarbeitsplatz» als Teilzeitmitarbeiter im Surprise-Vertriebsbüro Basel angeboten. Dank finanzieller Unterstützung, arbeitszeitlichem Entgegenkommen und enger Begleitung durch Surprise konnte er eine Ausbildung im kaufmännischen Bereich absolvieren. Das Bürofachdiplom hat er bereits erworben, beim Handelsdiplom steht er vor dem Abschluss. Herr S. konnte Surprise und das «Chancenarbeitsplatz»-Programm in der Zwischenzeit verlassen und eine «richtige» Stelle als kaufmännischer Sachbearbeiter in der Region Basel antreten.
- Herr B. ist 56 Jahre alt und hat einen «Chancenarbeitsplatz» als Mitarbeiter im Vertrieb und im Hausdienst von Surprise. Auch in einer persönlich sehr

schwierigen Phase mit gesundheitlichen und familiären Problemen hat er stets guten Willen gezeigt und seine Arbeit bei Surprise zuverlässig und verantwortungsvoll erledigt. Indem mit ihm realistische und überprüfbare Jahresziele definiert wurden, hat er einen Rahmen erhalten, der ihm Ansporn und Halt gibt. Die Stabilisierung der Gesamtsituation und der Erhalt langfristiger finanzieller Unabhängigkeit sind noch nicht gesichert, aber Fortschritte sind unverkennbar.

- Frau K. ist eine langjährige «Surprise»-Verkäuferin. Sie lebte vom «Surprise»-Verkauf und von einzelnen kleinen Stellen in der Reinigung. Mit zunehmendem Alter fehlten der 54-Jährigen allmählich die Kräfte für besonders anstrengende Reinigungsarbeiten. Seit gut einem Jahr versorgt Frau K. einmal pro Woche die Surprise-Crew mit einem Mittagessen. Mit diesem «Chancenarbeitsplatz» und dem zusätzlichen «Surprise»-Verkauf hat sie ein sicheres, regelmässiges Einkommen und verdient genug, um ohne Sozialhilfe leben zu können.

Die Stiftung «Perspektiven» von Swiss Life unterstützt gemeinnützige Initiativen mit jährlich rund CHF 1 Million. Besonders Integration und Bildung liegen ihr am Herzen. Einen finanziellen Zustupf erhielt 2010 zum Beispiel das Projekt «Chancenarbeitsplätze» des Vereins Surprise.

Surprise hilft seit 1997 Menschen in sozialen Schwierigkeiten, sich aus eigener Kraft aus Abhängigkeiten zu befreien. Die nicht gewinnorientierte Institution aus Basel bietet Integrationsprojekte in den Bereichen Arbeit, Sport und Kultur. Der Verein Surprise finanziert sich durch den Verkauf des Strassenmagazins «Surprise» sowie durch Spenden und Beiträge von Stiftungen und Firmen.

«Surprise» ist das führende Strassenmagazin der Schweiz. Das journalistisch hochwertige Magazin, das alle zwei Wochen erscheint, wird fast ausschliesslich auf der Strasse verkauft. Rund 300 sozial abseits stehende Menschen, denen der reguläre Arbeitsmarkt verschlossen bleibt, erhalten durch diese Beschäftigung eine Tagesstruktur, neues Selbstvertrauen und einen bescheidenen, aber eigenständig erwirtschafteten Verdienst. Für viele ist dies der erste Schritt zurück in die Gesellschaft und eine Hoffnung, wieder ein geregeltes Erwerbsleben zu führen. Für einige Mitarbeitende hat Surprise «Chancenarbeitsplätze» – existenzsichernde Teilzeitstellen – im eigenen Betrieb geschaffen. Surprise leistet damit einen konkreten Beitrag gegen Armut und Ausgrenzung in der Schweiz, den die Stiftung «Perspektiven» von Swiss Life finanziell unterstützt.