

Nachhaltigkeit @ Liip

Nachhaltigkeitsbericht (Daten 2022)

Übersicht

Vorwort	3	3. Sozialer und wirtschaftlicher Impact	14	4.2 Progress Metric	20
Einleitung	4	3.1 Work-Life-Balance	15	Progress Metric: So funktioniert es	21
0. Unser Impact	5	3.2 Diversität am Arbeitsplatz	15	4.3 Kundenportfolio heute und morgen	22
1. Governance und Engagement	7	3.3 Bildung und Entwicklung	15	5. Nachhaltigkeitsinitiativen	23
1.1 Governance	8	3.4 Glückliche und gesunde Mitarbeitende	16	5.1 Weiterbildung und Awareness	24
1.2 Selbstorganisation	8	3.5 Lohnmodell und Transparenz	16	5.2 Von der Awareness zu konkreten Schritten	24
1.3 Ein zweckorientiertes Unternehmen	8	3.6 Lohngleichheit	16	Eine unvergleichliche Woche	25
1.4 Unsere Leitprinzipien	8	Neues Lohnsystem	17	6. Zertifizierungen und Mitgliedschaften	26
2. Ökologischer Fussabdruck	9	3.7 Bonus und Beteiligungen	18	6.1 ISO-Zertifizierungen	27
2.1 Unsere CO2-Emissionen	10	3.8 Nachhaltige Pensionskasse	18	6.2 Swiss Triple Impact	27
2.2 Stromverbrauch	10	3.9 Rolle und Bedeutung von Nachhaltigkeit	18	6.3 B Impact Assessment	27
2.3 Heizung	11	3.10 Langfristige Kundenbeziehungen	18	6.4 Swiss Board for Agenda 2030	28
2.4 Mobilität	11	4. Handabdruck: Kundenprojekt	19	6.5 myclimate	28
Das Velo + Liip: eine Lovestory	12	4.1 Vom Fuss- zum Handabdruck	20	7. Wie geht es weiter?	29
2.5 Elektronische Geräte	13			Ausblick auf die nächsten 3 Jahre	
2.6 Abfall und Recycling	13			Anhang	31
2.7 Fair Trade and lokale Anbieter	13				

Vorwort

Langfristigen ökologischen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Wert, durch digitalen menschlichen Fortschritt zu schaffen, das ist die Ambition, die Sinnhaftigkeit unserer Firma. Mit der ungebremsten Klimaerhitzung, dem massiven Artenschwund und den globalen, geopolitischen Verwerfungen und Ungleichheiten, wird diese Ambition zur Pflicht der Wirtschaft. Schliesslich ist die Wirtschaft für uns Menschen da, nicht umgekehrt.

Unternehmen entfalten eine enorme Wirkung. Dem Gemeinwohl verpflichtet, sind sie Teil dringend notwendiger Lösungen für eine lebenswerte Zukunft unserer und der kommenden Generationen. Natürlich sind die politischen Rahmenbedingungen wesentlich. Solange die Kosten der Umweltzerstörung nicht zwingend in die Preise der Produkte und Leistungen der Unternehmen einfließen müssen, bleibt die Wirkung gehemmt. Wenn Schäden wirtschaftlicher Tätigkeit der Allgemeinheit aufgebürdet werden können, ist der Wettbewerb unfair. Das darf Vorreiterunternehmen aber nicht davon abhalten, die Basis progressiven Wirtschaftens zu legen. Mit konkreten Lösungsvorschlägen und mutigen Experimenten voranzugehen, ist von enormer Bedeutung.

Unsere Glaubwürdigkeit begründet sich entsprechend in den letzten 20 Jahren kontinuierlicher Arbeit – nicht im hier vorliegenden Bericht. Darüber formell berichtet haben wir hingegen nie. Auch im Wissen, dass eine, für ein Dienstleistungs-KMU, handliche und dennoch ganzheitliche Systematik nicht wirklich besteht. Deshalb ist der vorliegende Bericht auch ein erster Versuch eines Beitrags dazu. Im Wissen darum, dass er als solcher noch unvollständig, fehleranfällig und unhandlich bleiben wird. Und nach dem ersten Bericht ist vor dem nächsten Bericht. Wir bleiben dran. Unterdessen viel Vergnügen bei der Lektüre!

Gerhard Andrey, Mitgründer & Verwaltungsrat

Einleitung

Was du gerade in den Händen hältst – oder hoffentlich auf deinem Bildschirm anschaust – ist unser erster Nachhaltigkeitsbericht. Nachhaltigkeit liegt in unserer Natur und wir setzen uns seit unserer Gründung 2007 dafür ein. Trotzdem haben wir bis heute nicht darüber berichtet. Wir publizierten auch eher wenig zu diesem Thema, da es nie in unserem Interesse war, damit anzugeben. Natürlich haben wir viel zu Nachhaltigkeit beigetragen. Mehr als andere und auch schon länger. Doch das reicht angesichts der aktuellen Weltlage offensichtlich noch nicht.

Natürlich haben wir viel zur Nachhaltigkeit beigetragen. Mehr als andere und auch schon länger. Doch das reicht angesichts der aktuellen Weltlage offensichtlich noch nicht.

Mit diesem Bericht und den darin aufgeführten Daten liefern wir nun einen transparenten Überblick unseres

Beitrags. Du siehst darin, wo wir bezüglich Nachhaltigkeit stehen. Die Fakten und Daten beziehen sich auf das Jahr 2022 und – wo Daten verfügbar waren – auch auf frühere Jahre. Doch der Bericht ist nicht nur ein Rückblick, sondern steht auch für unsere Vision einer nachhaltigen Zukunft.

Die Klimathematik erhält endlich mehr Beachtung, was natürlich positiv ist. Eine ganzheitliche und nachhaltige Entwicklung beinhaltet aber auch viele soziale und wirtschaftliche Aspekte. Auch hier dürfen wir sagen, dass wir als Unternehmen in Bezug auf gute Arbeitsbedingungen, Diversität, Lohngleichheit sowie körperliche und geistige Gesundheit viel erreicht haben.

Nach einem Blick auf unseren Impact ([Kapitel 0](#)), die Governance und unser Engagement ([Kapitel 1](#)), befasst sich [Kapitel 2](#) mit unserem ökologischen Fussabdruck. Der Nachhaltigkeitsbericht führt danach alles Wichtige zu den sozialen und finanziellen Nachhaltigkeitsaspekten der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft auf ([Kapitel 3](#)).

Unser Fokus lag bisher auf unserem ökologischen Fussabdruck, also unserem eigenen Impact, und den sozialen und finanziellen Aspekten von Nachhaltigkeit. Seit 2021 achten wir auch äusserst genau auf unseren Handabdruck,

also den Impact unserer Services aus Kundenprojekten ([Kapitel 4](#)). Dazu entwickelten wir eigens die Progress Metric. Das Tool stützt sich auf die Sustainable Development Goals der UNO. Im Zentrum unserer Arbeit stehen immer die Projekte unserer Kund*innen. Neben den finanziellen Aspekten wollten wir deshalb auch klare Fakten zu den Nachhaltigkeitszielen schaffen. Die Progress Metric dient zudem als Tool zur Bewertung der Fortschritte bei der Umstellung unseres Portfolios – um einen noch positiveren Output zu erreichen. Eine solche Umstellung braucht ein hohes Engagement für Nachhaltigkeit ([Kapitel 5](#)) sowie Zertifizierungen, um unser Monitoring und unsere Prozesse zu verbessern ([Kapitel 6](#)). Dieser Bericht beleuchtet unsere geleistete Arbeit in diesen Bereichen. Im letzten Kapitel schauen wir nach vorne, um zu sehen, wie wir Liip in Zukunft noch nachhaltiger gestalten können ([Kapitel 7](#)).

0. Unser Impact



0. Unser Impact

Wir sind eine mittelgrosse Schweizer Digitalagentur (224 Mitarbeitende Ende 2022) und arbeiten hauptsächlich mit Schweizer Kund*innen. Unsere Kund*innen kaufen bei uns hauptsächlich die Arbeitsstunden unserer Liipers, die in eingespielten Teams ihre wertvolle Leistung erbringen. Diese Teams entwickeln modernste Apps, Plattformen oder Websites. Wir entwickeln und unterhalten jedes Jahr etwa 250 digitale Produkte. Die meisten davon werden mit Open-Source-Software entwickelt. Die Produkte hosten wir meist nicht selbst, wir liefern nur das Meisterstück: den Code.

Unsere Mitarbeitenden: Nach diesen Zeilen ist dir sicher bereits aufgefallen, dass unsere Mitarbeitenden unser Herzstück und unser Schlüssel zum Erfolg sind. Wir sehen den engen Kontakt zwischen den Liipers und unseren Kund*innen als wichtigen Erfolgsfaktor. Darum arbeiten fast alle unserer Mitarbeitenden von der Schweiz aus. So tragen wir zur Schaffung von Arbeitsplätzen und zum Wirtschaftswachstum in der Schweiz bei. Auch das Wohlergehen unserer Mitarbeitenden liegt uns sehr am Herzen. Mehr dazu erfährst du in [Kapitel 3](#).

Unsere Kund*innen: Unsere Kund*innen: Wir sehen uns nicht als Provider. Wir sind in erster Linie Partner, meistens auf lange Sicht. Eine starke, vertrauensvolle Bindung zu

unseren Kund*innen ist stark in unseren Werten verankert. Darum haben wir von Anfang an viel Energie in den Aufbau langfristiger Kundenbindungen investiert. Wir scheuen keine Mühe, um immer wieder ein prüfendes Auge auf unsere Partnerschaften zu werfen und sie wo nötig anzupassen. Mehr dazu unter [Punkt 3.10](#).

Unser Planet: Unser ökologischer Fussabdruck ist ziemlich tief, da wir keine Hardware produzieren oder benötigen. Wir brauchen im Grunde nur Laptops, Büros und Verkehrsmittel, hauptsächlich innerhalb der Schweiz. Mehr dazu in [Kapitel 2](#).

Unsere Shareholder: Die Beteiligung an unserem Unternehmen in Form von Aktien stand stets nur unseren Mitarbeitenden offen (mehr dazu unter [Punkt 3.7](#)). Mit dieser strikten Regelung stärken wir die Bindung zwischen Mitarbeitenden und Unternehmen. Zudem können wir uns auf unsere Mission konzentrieren, ohne Kompromisse eingehen und finanzielle Erwartungen von externen Akteuren erfüllen zu müssen.

Unsere digitale Community: Wir arbeiten seit Tag eins hauptsächlich mit Open-Source-Lösungen. Dabei profitieren wir viel von der Community und wollen dieser auch etwas zurückgeben. Wir beteiligen uns aktiv an der

Weiterentwicklung von Open-Source Projekten. Zudem sind wir ein aktiver Teil der Communities, organisieren selbst Events und treten an Konferenzen auf.

Unsere Zulieferer: Leistungen und Produkte beziehen wir hauptsächlich von unseren Vermieter*innen, dem ÖV, lokalen Lebensmittelanbietern, Anbietern von digitalen Geräten und Services sowie Finanzinstituten oder Pensionskassen. Wir wählen diese Zulieferer bewusst und nach bestimmten Kriterien aus (mehr dazu in [2.7](#)).

Unsere Produkte: Wir entwickeln digitale Lösungen für End-User*innen. Die meisten unserer Produkte werden von Millionen von Leuten genutzt. Und genau hier haben wir den grössten Impact. Wir haben viel Zeit damit verbracht, unseren eigenen Fussabdruck zu verringern, und arbeiten deshalb nicht mit Kund*innen wie Ölkonzernen zusammen, die in nicht nachhaltigen Branchen tätig sind. Nun wollen wir mit digitalen Lösungen, die zu einer nachhaltigeren und resilienten Gesellschaft führen, unseren Handabdruck vergrössern. In unseren Augen spielt die Digitalisierung eine gewichtige Rolle bei der Unterstützung von Personen und Unternehmen hin zu mehr Nachhaltigkeit (mehr dazu in [Kapitel 4](#)).

1. Governance und Engagement



1. Governance und Engagement

1.1 Governance

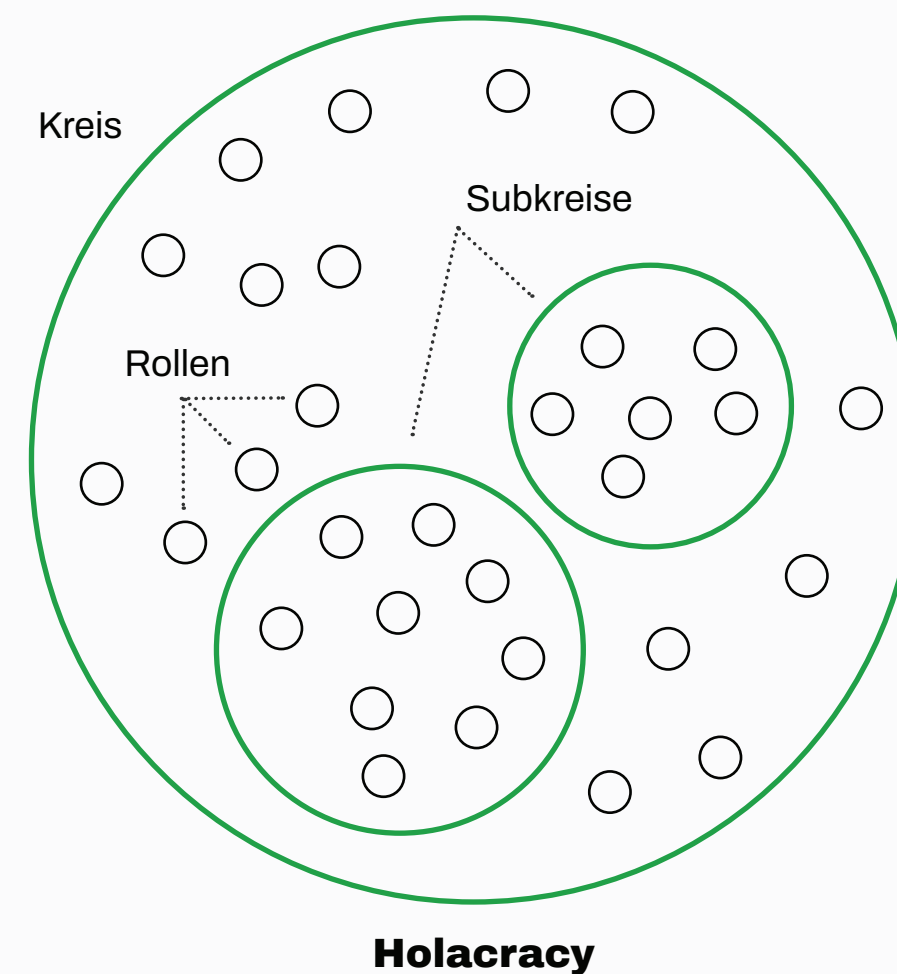
Wir haben uns als selbstorganisiertes Unternehmen aufgestellt. Statt einer Pyramide mit einem CEO und Verwaltungsrat an der Spitze arbeiten wir mit einem Kreise-Modell. Jeder Kreis hat einen Lead-Link, so auch der grösste Kreis (General Company Circle oder GCC), der bei uns seit 2023 Liip Circle heisst. In einem zweckorientierten Unternehmen (siehe 1.3) vertritt der Lead-Link des GCC den übergeordneten Zweck. Liip ist eine AG/SA, unsere Aktionär*innen sind ausschliesslich Liipers (siehe 3.7). Der Verwaltungsrat besteht aus 8 Mitgliedern: 5 Liipers und 3 externe Personen.

Unser selbstorganisiertes Modell ohne traditionelle Führungsstruktur verortet die Zuständigkeit und Verantwortung bei allen Mitarbeitenden gemäss ihren Bedürfnissen und Fähigkeiten. Das stärkt auch die Selbstbestimmung. Selbstorganisation ist ein wesentlicher Aspekt der Arbeitszufriedenheit. Liipers sind insgesamt sehr zufrieden, wobei sich 81 % der Befragten als zufrieden einstufen. (SDGs: 8, 10)¹

1.2 Selbstorganisation

Wir sind ein selbstorganisiertes Unternehmen und haben 2016 als eine der ersten Firmen in der Schweiz Holacracy eingeführt (andere Firmen wie Freitag und Qoqa taten es uns gleich). Anstelle einer Organisationspyramide haben wir eine Kreisorganisation.

Holacracy verleiht allen Mitarbeitenden mehr Autorität und Entscheidungsmacht. Diese Kreise oder Teams bilden sich um spezifische Projekte oder Aufgaben. Jedes Teammitglied kann dabei innerhalb des Aufgabengebiets frei Entscheidungen treffen. Holacracy macht uns agiler und anpassungsfähiger. (SDGs: 8, 9, 10)



1.3 Ein zweckorientiertes Unternehmen

Unser Purpose steht für uns an erster Stelle. Wir setzen uns für «digital human progress» ein und schaffen so gemeinsam sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Mehrwert. Nachhaltigkeit ist daher kein Nebeneffekt unserer Arbeit, sondern unser Antrieb. (SDGs: alle)

1.4 Unsere Leitprinzipien

Unser Fokus auf Nachhaltigkeit zeigt sich auch in unseren Leitprinzipien. «Purpose over Profits» (Der Zweck kommt vor dem Gewinn) zeigt klar auf, wo unsere Prioritäten bezüglich Zweck und finanziellen Aspekten liegen, sollten diese im Konflikt stehen. Aus Erfahrung wissen wir, dass das nicht immer der Fall sein muss. (SDGs: 8, 12)



¹ In jedem Abschnitt geben wir als Referenz die relevanten Sustainable Development Goals (SDGs) an. Weitere Informationen zu den SDGs im [Anhang](#).

2. Ökologischer Fussabdruck



2. Ökologischer Fussabdruck

2.1 Unsere CO2-Emissionen

Nach der pandemiebedingten Zeit im Home-Office fiel unsere interne Ökobilanz 2022 mit insgesamt 93,4 t CO2 (gegenüber 78,5 t 2021) deutlich höher aus als im Vorjahr. Zum ersten Mal waren die mobilitätsbedingten Emissionen höher als die heizungsbedingten Emissionen. Das hängt teilweise auch mit dem vermehrten Pendeln nach der Pandemie zusammen. Grösstenteils aber mit unserer verbesserten Datenerfassung (bevor wir 2022 die effektiven Daten erhoben, arbeiteten wir mit Durchschnittswerten von myclimate). Mehr Infos zu diesen Punkten in [Kapitel 2.4](#). Schweizweit nehmen wir mit 591 kg CO2e pro Vollzeitäquivalent im Dienstleistungssektor eine vorbildliche Rolle ein. Aus Mangel an aktuelleren Daten können wir die Emissionen des Dienstleistungssektors nur mit denen im Jahr 2002 vergleichen. Nach Angaben des UVEK1 lag der Wert bei 2,5 Tonnen pro Vollzeitäquivalent.²

Wir unterstützen im Abgleich mit unseren eigenen Emissionen Klimaprojekte von myclimate (50 % in der Schweiz, 50 % im Ausland) – dies bereits seit unserer Gründung. (SDGs: 13, 7, 11)

2.2 Stromverbrauch

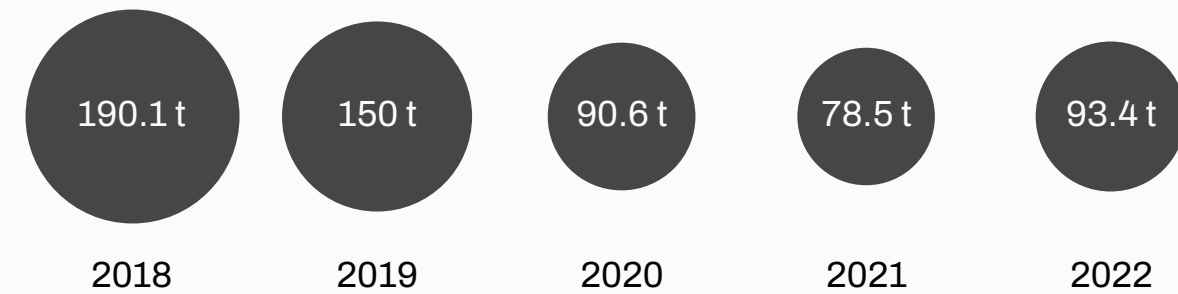
Im Jahr 2022 war unser Stromverbrauch leicht höher als während der Pandemiejahre. Wir liegen aber tiefer als vor Covid (2019), obwohl wir von 2019 bis 2022 über alle Standorte einen Mitarbeiterzuwachs von +9,8 % hatten (+20 % VZÄ im Jahr 2021, -1,9 % VZÄ im Jahr 2020, +2 % VZÄ im Jahr 2019).

Mehr Home-Office bedeutet weniger Verbrauch im Büro. Den Stromverbrauch zu Hause darf man dabei aber nicht vergessen. Die genauen kWh dazu haben wir leider nicht. Wir erfassen die zu Hause geleisteten Stunden jedoch in unserer CO2-Bilanz, da auch das Home-Office CO2-relevant ist.

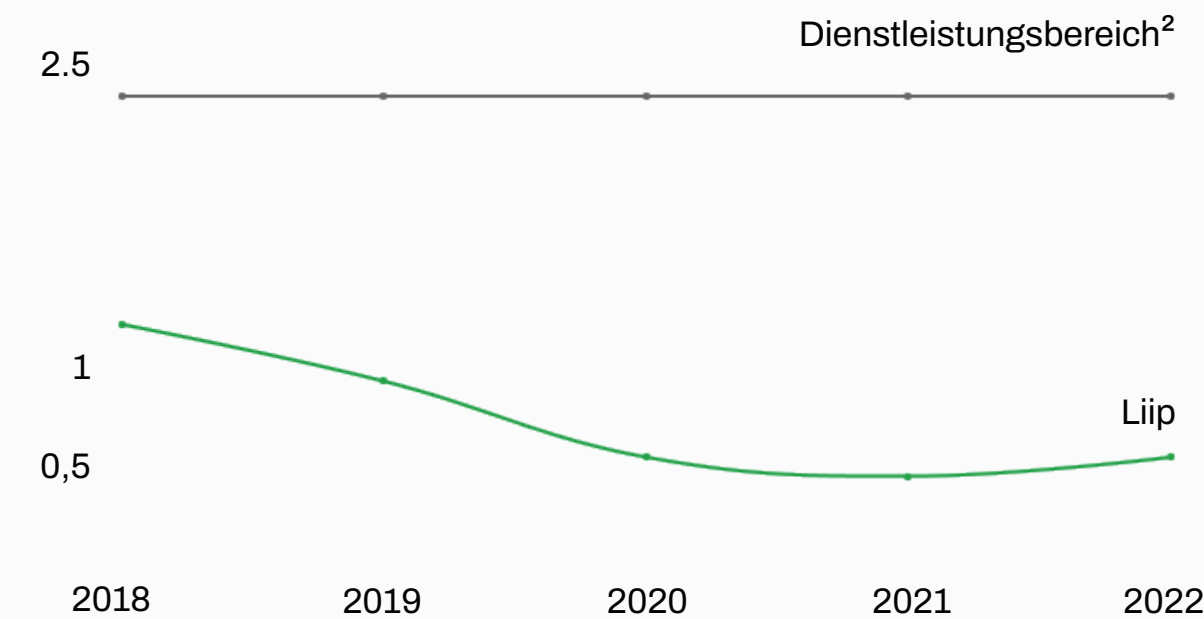
Wir versorgen unsere Büros und Server zudem nur mit zertifiziertem Ökostrom. Die aktuelle Energiesituation ist angespannt, deshalb wollen wir unseren Stromverbrauch stärker überwachen und auch reduzieren.

2022 verstärkten wir die Überwachung unseres Stromverbrauchs und führten in unseren Büros spezifische Rollen ein (weitere Infos dazu in unserem nächsten Bericht).

Bei der Entwicklung digitaler Plattformen ist auch das Hosting ein zentraler Aspekt. Für unsere eigene Website [liip.ch](#) arbeiten wir mit einem Hoster, der von der [Green Web Foundation](#) als Green Provider zertifiziert ist. Wir empfehlen auch allen unseren Kund*innen solche Green Provider. Wir haben auch den Energieverbrauch unserer Webseite optimiert. Dafür arbeiteten wir 2023 und im Frühjahr 2024 an unserem Relaunch – mit nachhaltigeren Best Practices in der Web-Entwicklung. (SDGs: 7, 12, 13, 9)



Tonnen CO2



Tonnen CO2 pro VZÄ

² Quelle: www.bfs.admin.ch

2. Ökologischer Fussabdruck

2.3 Heizung

Unsere Büros mit einer Fläche von 3'232 m² an sechs Standorten müssen alle beheizt werden. Wie wir heizen, bestimmen unsere Vermieter*innen. Eines unserer Büros wird nach wie vor mit Öl beheizt (Fribourg), die anderen mit Fernwärme.

Als Mieter können wir einfach auf erneuerbaren Strom umsteigen, beim Heizen fehlt uns diese Flexibilität. Wir haben wenig Einfluss auf die von den Vermieter*innen gewählte Heizquelle, sind aber im Dialog, damit die Ölheizung ausgetauscht wird.

Unser Freiburger Büro liegt im Zentrum der Stadt und ist noch nicht an die Fernwärme angeschlossen. Das ist ein Trade-off, den man für ein Büro in Zentrums- und Bahnhofsnähe in Kauf nehmen muss. Dafür wird das Pendeln für unsere Liipers noch einfacher. (SDGs: 7, 11, 13)

2.4 Mobilität

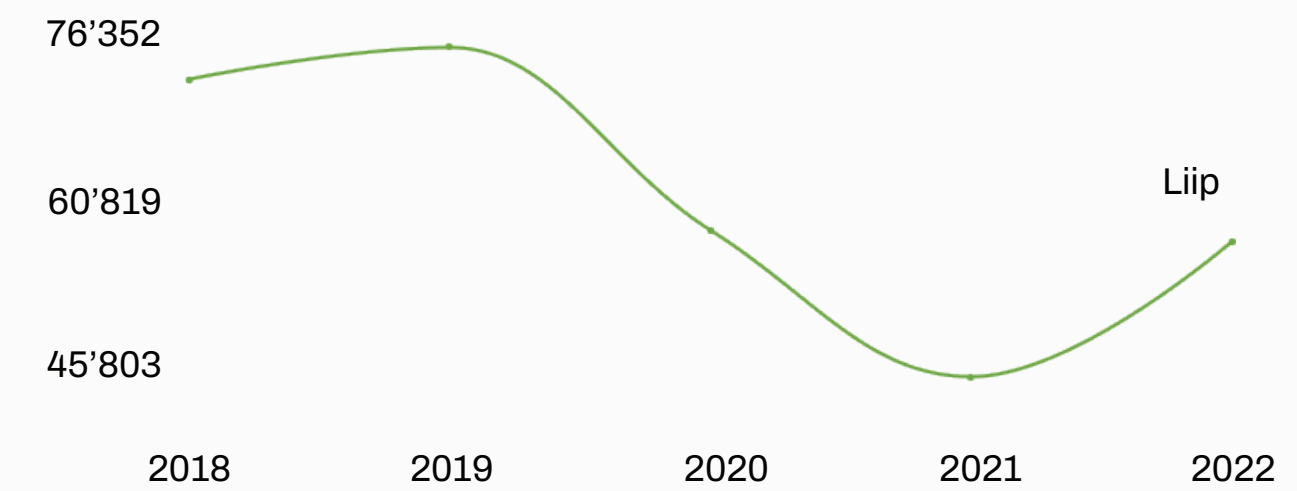
Alle unsere Büros sind zentral gelegen. Mobilität ist ein erheblicher Klimafaktor, deshalb fördern wir unsere Mitarbeitenden aktiv dabei, mit dem ÖV, dem Velo oder zu Fuss zur Arbeit zu kommen. Aus diesem Grund liegen alle unsere Standorte in der Stadtmitte und verfügen über eine optimale ÖV-Anbindung. Wir unterstützen den ÖV, indem wir allen Mitarbeitenden das Halbtax bezahlen. Da wir für unsere Arbeit nicht fliegen müssen, sind Flüge auf Firmenkosten nicht erlaubt. (SDGs: 11, 13, 3)

96,64 %

Pendeln mit öffentlichen Verkehrsmitteln

99,86 %

Geschäftsreisen mit öffentlichen Verkehrsmitteln



Stromverbrauch in kWh

Das Velo + Liip: eine Lovestory

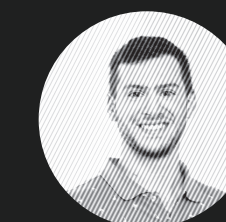


Beim Velofahren tun wir etwas Gutes für Körper, Geist und Klima. Es wirkt sich zudem positiv auf 11 der 17 Sustainable Development Goals der UNO aus. Es überrascht daher wenig, dass Velos für uns genauso wichtig sind wie Laptops. Deshalb unterstützen wir alle Liipers beim Kauf ihres Velos (CHF 500 alle fünf Jahre).

Seit einigen Jahren nehmen wir an der Bike-to-Work Challenge teil, einer landesweiten Gesundheitsförderaktion für Unternehmen, bei der über 80'000 Velofahrer*innen mitmachen. Im Jahr 2022 nahmen über 30 Liipers in 9 Teams daran teil und fuhren im Mai und Juni mit dem Velo zur Arbeit. Wir legten dabei eine Strecke von 8'902 km zurück.

Einigen Liipers war das nicht genug. Sie organisierten deshalb die Liip Bike Grand Tour: eine Velotour durch die Schweiz zu unseren sechs Standorten – von Lausanne nach St. Gallen in fünf Tagen. Die perfekte Art, unser schönes Land zu bereisen und zu entdecken. Die Teilnehmenden wurden an jedem Standort herzlich empfangen. Während manche Liipers eine Etappe in Angriff nahmen, bewältigten ein paar Zweiradbegeisterte die gesamten 375 km der Tour.

«Es macht mich stolz, Teil eines Unternehmens zu sein, in dem Velofahren gelebt und geliebt wird und die Mitarbeitenden begeistert an der Bike-to-Work-Challenge und der Liip Grand Tour teilnehmen. Velofahren macht nicht nur Spass, sondern ist eine Sportart für alle, die sich auch noch positiv auf unsere körperliche und geistige Gesundheit auswirkt. Und ausserdem ist es äusserst umweltverträglich.»



Daniel Bensason,
Digital Analytics & Performance Consultant.

2. Ökologischer Fussabdruck

2.5 Elektronische Geräte

Als Software-Unternehmen sind wir auf Hardware angewiesen. Wir fahren eine Bring-your-own-Device-Strategie und minimieren so den Kauf von neuen Laptops und Smartphones. Lipers werden finanziell entschädigt, wenn sie ihre eigenen Geräte für die Arbeit verwenden. So vermeiden wir den unnötigen Kauf von neuen Geräten. (SDG: 12)

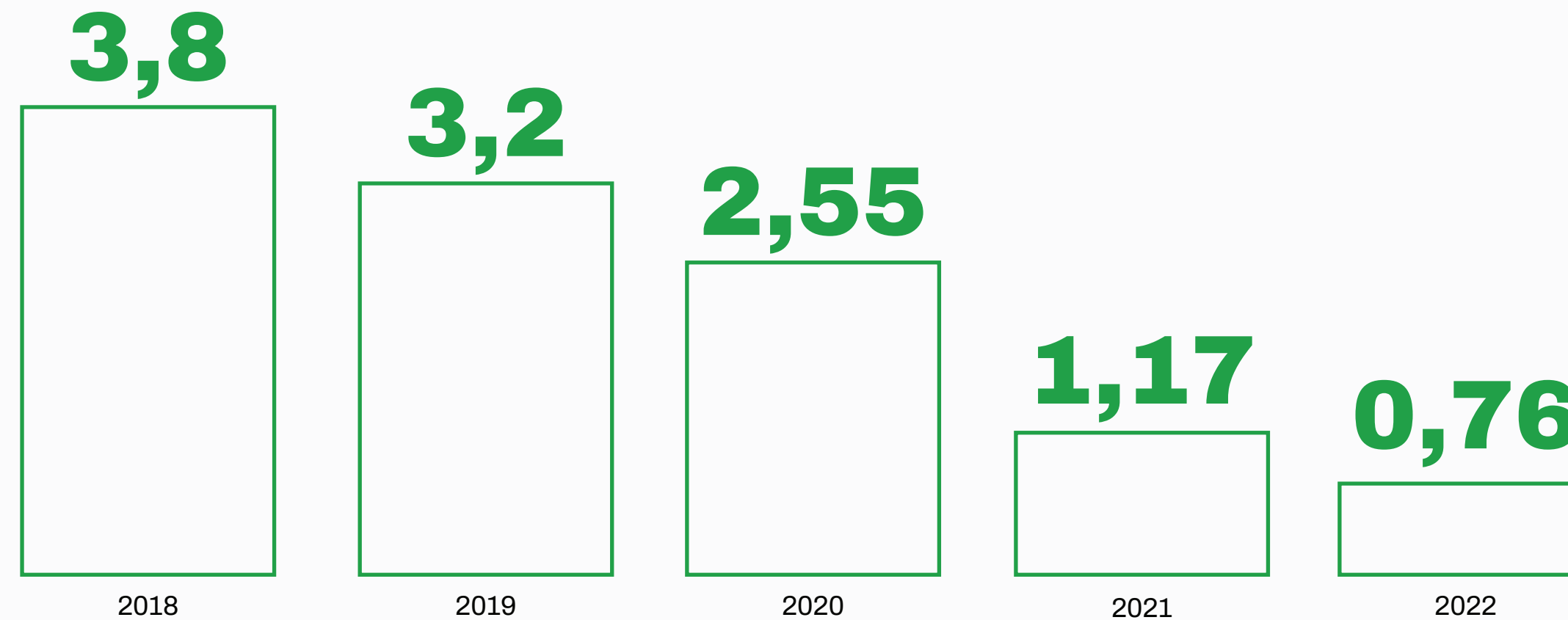


2.6 Abfall und Recycling

Als Digitalagentur halten wir den Papierverbrauch so gering wie möglich. Insgesamt verbrauchten wir im Jahr 2022 57,5 kg Papier – also fast sieben Mal weniger als 2019 (weniger Drucken bedeutet auch weniger Tonerverbrauch. 2022 war der Verbrauch fast sechs Mal kleiner als noch 2019). Unser Papier recyceln wir natürlich. Und auch den nicht-recyclebaren Abfall konnten wir über die Jahre massiv reduzieren. (SDGs: 12)

2.7 Fair Trade und lokale Anbieter

Kaffee ist bei Liip ein wichtiger Treibstoff. Aber nicht diese Kapseln, die manche Kaffee nennen. Da Kaffeeanbau in der Schweiz (noch?) nicht möglich ist, setzen wir zumindest auf lokale Röstereien und Fair-Trade-Kaffee. Was beim Kaffee gilt, gilt auch für unsere anderen Lieferant*innen. Wir haben eine Liste lokaler und/oder Fair-Trade-/Bio-Anbieter, auf die wir bei unseren Einkäufen zählen. (SDGs: 8, 12, 15)



Nicht-recyclebarer Abfall in Tonnen

3. Sozialer und wirtschaftlicher Impact



3. Sozialer und wirtschaftlicher Impact

Die Nachhaltigkeitsziele der UNO umfassen nicht nur Umweltaspekte, sondern auch soziale und wirtschaftliche Themen, die für Arbeitgeber*innen entscheidend sind. Diese beiden Komponenten sind eng miteinander verknüpft, weshalb sie auch im selben Kapitel erscheinen.

3.1 Work-Life-Balance

Wir machen das Arbeiten im Teilzeitpensum möglichst zugänglich. Ein Angebot, das 2022 von 69 % der Mitarbeitenden genutzt wurde (Liipers können den Beschäftigungsgrad bis zu zweimal pro Jahr anpassen). Teilzeitarbeit hat keine negativen Auswirkungen auf die Sozialleistungen unserer Mitarbeitenden und ist kein Hindernis für das Übernehmen von Verantwortung. Wir gestalten unsere Arbeitszeiten, -orte und -pensen flexibel. Geleistete Überstunden werden finanziell vergütet oder ausgeglichen.

Seit unserer Gründung gibt es bei uns einen Vaterschaftsurlaub von vier Wochen. Den gesetzlichen Mutterschaftsurlaub haben wir finanziell im gleichen Umfang ausgebaut. Alle Liipers können (nach einem Jahr) sechs Monate unbezahlten Urlaub beziehen, bei voller Arbeitsplatzsicherheit. (SDGs: 3, 5, 8)

32 %

Frauen bei Liip

18 %

Frauen in der Techbranche³

«Ich nahm mir eine sechsmonatige Auszeit und konnte neue Dinge ausprobieren. In einem alten Gemeinschaftssofen backte ich mit Weizenmehl aus Urgetreide Sauerteigbrot. Ich lernte von Bäckern, Müllern und Landwirten, die nachhaltige Praktiken anwenden, um altes und vergessenes Wissen wiederzubeleben».



Ludovic Turmel, Front-end Developer

3.2 Diversität am Arbeitsplatz

Die Förderung von Teilzeitarbeit, Vaterschaftsurlaub und flexiblen Arbeitszeiten wirkt sich auch positiv auf unsere Diversität aus. Die Schweizer Techbranche ist beim Thema Diversität nicht gerade ein Vorbild. Bei gleich qualifizierten Kandidat*innen erhalten weniger repräsentierte Gender bei uns den Vorzug.

In unserer Holacracy kommt der Lead-Link eines Kreises der Funktion eines Managers oder einer Führungsposition am nächsten. Die meisten Lead-Links werden mit Liipers zwischen 45 und 54 Jahren besetzt. Erfahrung und Seniorität scheinen also für diese Rolle ein Vorteil zu sein. Die Geschlechterverteilung der Lead-Links ist relativ proportional zur Bevölkerung. (SDGs: 5, 8, 10)

3.3 Bildung und Entwicklung

Aus- und Weiterbildungen sind in unserer Branche essenziell – deshalb bieten wir sie auch allen Liipers an. Wir investieren viel in interne Ausbildungen. Ein spezieller Kreis ist für die Aus- und Weiterbildungen sowie für Schulungsangebote von externen Partner zuständig. Die meisten Schulungen drehen sich um unser Kerngeschäft: Entwicklung, Design oder Analytics. Wir schulen unsere Liipers aber auch in Soft Skills, die unser tägliches Leben besser machen. Dazu gehören Feedback-Kultur oder die Kunst des Nein-Sagens. Im Jahr 2022 bildeten wir 13 Lernende aus, von denen zwei ihre Ausbildung abschlossen.

Wir geben unseren Mitarbeitenden Feedback zu ihrer Arbeit und beraten sie zum Thema berufliche Entwicklung. Dafür schufen wir die interne Rolle People Developer (ab 2023 Peer Coach), die unsere Liipers dazu befähigen soll, ihre Peers als Mentor*innen und Berater*innen zu betreuen und bei der beruflichen Entwicklung zu unterstützen. (SDG: 4)

54 Std.

Weiterbildung im Durchschnitt pro Jahr und Mitarbeitenden

CHF 133'519.43

Ausgaben für individuelle Schulungen

³ Quelle: www.ictjournal.ch

3. Sozialer und wirtschaftlicher Impact

3.4 Glückliche und gesunde Mitarbeitende

Wir bieten an jedem unserer Standorte kostenlose Sportangebote und Massagen an. Wir sitzen die meiste Zeit am Bildschirm, darum erhalten alle neuen Mitarbeitenden beim Onboarding eine Ergonomieschulung.

Unser Gesundheitsgedanke geht aber über die körperliche Gesundheit hinaus. Mit unserem Partner Proitera bieten wir Sozialberatungen an, um alle Liipers bei sozialen Problemen zu unterstützen. Proitera ist eine neutrale, externe Anlaufstelle. Die Beratung ist streng vertraulich und für alle Liipers kostenlos.

Die Zufriedenheit und Gesundheit unserer Liipers behalten wir durch regelmässige Befragungen im Auge. 2022 führten wir unsere Zufriedenheitsumfrage zum zweiten Mal durch, wobei wir die jährliche Umfrage zur psychologischen Sicherheit miteinbezogen. Unsere Liipers sind insgesamt sehr zufrieden: 81 % der Befragten sind zufrieden, und die allgemeine Zufriedenheit ist seit 2020 deutlich gestiegen. Die Ergebnisse der Umfrage zur psychologischen Sicherheit waren positiv und in vielen Bereichen besser als 2020 (letzte Umfrage). (SDG: 3)

3.5 Lohnmodell und Transparenz

Unsere nicht-materiellen Benefits tragen zu unserer Attraktivität als Arbeitgeber bei. Trotzdem ist das Thema Lohn in vielerlei Hinsicht sehr wichtig.

Der Unterschied zwischen dem niedrigsten und dem höchsten Gehalt beläuft sich auf den Faktor 2,5 (das höchste Gehalt bei Liip ist also nicht mehr als 2,5 mal so hoch wie das niedrigste Gehalt). Solche Werte findet man bei fast keinem anderen KMU im digitalen oder Dienstleistungssektor.

Das höchste Gehalt bei Liip ist nicht mehr als 2,5 mal so hoch wie das niedrigste Gehalt.

Bei Grossunternehmen, die solche Zahlen veröffentlichen, lag das Verhältnis 2022 im Schnitt bei 1:139⁴.

Das Lohnmodell und die individuelle Einstufung sind für alle Mitarbeitenden transparent einsehbar. 2022 führten wir ein neues vereinfachtes Lohnmodell ein, das besser zu unserer Selbstorganisation passt. (SDGs: 10, 8)

3.6 Lohngleichheit

Lohngleichheit ist ein essenzieller Teil unserer Diversitätskultur. Ab 2022 sind Unternehmen mit über 100 Mitarbeitenden durch das Bundesgesetz über die Gleichstellung von Frau und Mann verpflichtet, ihre Lohnmodelle von einer unabhängigen Stelle prüfen zu lassen und intern zu publizieren. Liip führt diese Analyse bereits seit 2015 freiwillig durch und schnitt dabei immer gut ab. Unsere letzte Analyse führten wir im Juni 2022 durch (Referenzmonat: Mai 2022) und erfüllten auch hier alle Anforderungen.

Der verbleibende Lohnunterschied, der weder durch persönliche Qualifikationen noch durch aufgabenspezifische Merkmale erklärt werden kann, ist statistisch nicht signifikant. Bei Liip bestehen also keine unerklärbaren Lohnungleichheiten zwischen Frauen und Männern im engeren Sinne. (SDGs: 5, 8)

Bei Liip verdienen Frauen -3.3 % weniger als Männer⁵

In der Schweiz verdienen Frauen -8.6 % weniger als Männer

⁴ Quelle: www.unia.ch

⁵ Unter Berücksichtigung von unterschiedlichen Qualifikationen und aufgabenspezifischen Merkmalen.

Neues Lohn- system

Das neue Lohnsystem von Liip wurde eigens für die Selbstorganisation entwickelt. Es stellt die Mitarbeitenden in den Mittelpunkt und bleibt dabei transparent. Mit nur 3 Kriterien – Kompetenzen, Impact und Loyalität/Alter – ist es einfach gehalten. Da es zur Berechnung des Basislohns den Lohnrechner verwendet, orientiert es sich zwar am Markt, gewichtet dabei Diplome und klassische Karriereschritte aber weit weniger stark als Kompetenzen und Wissen – und was die Mitarbeitenden damit bei Liip bewirken.

Das Lohnsystem basiert neu auf 6 Stufen. Am Anfang steht eine Selbsteinschätzung, die von drei Peer-Reviewer*innen überprüft und an der Lohnkonferenz bestätigt wird. Das individuelle Salär der Liipers basiert also auf dem Grundgehalt und variiert je nach individuellem Fachwissen, Impact, Alter und Loyalität. Das System und die Löhne sind vollständig transparent – das gilt auch für Gründer*innen und Partner*innen.

The Liip Compensation Package

Salary System

The Base Salary

Equal for all Liipers

+ Your Expertise and your Impact

6 Expertise and 6 Impact level

+ Your Loyalty and your Age

Loyalty starts with your first year at Liip

= Individual monthly salary (13 salaries)

Benefits & Immaterial values

Bonus

14th monthly salary
depending upon annual
profit

«Das System hebt Selbstorganisation und Eigenverantwortung auf eine neue Stufe. Es ist einfach gehalten und unterscheidet nicht zwischen Funktion, Arbeitsbereich oder Geschlecht. Der Lohn ist zu keiner Zeit verhandelbar, was faire Bedingungen für alle schafft und Frauen nicht benachteiligt.»



Nadja Perroulaz
Co-founder, Lead Link People

3. Sozialer und wirtschaftlicher Impact

3.7 Bonus und Beteiligungen

Liip zahlt keine individuellen Boni aus. Je nach Jahresergebnis erhalten alle Liipers oder niemand einen Bonus, wenn möglich in Form eines 14. Monatslohns.

Das Unternehmen befindet sich im alleinigen Besitz der Mitarbeitenden und vermeidet so, sich für die kurzfristigen Ziele externer Shareholder einspannen zu lassen. Stattdessen arbeitet Liip im Sinne seiner Mitarbeitenden und ihrer langfristigen Vision. Ende 2022 waren 35 % der Liipers Aktionär*innen. Wer sich an Liip beteiligen möchte, kann dem Aktionärspool beitreten.

3.8 Nachhaltige Pensionskasse

Die Vorsorge wird beim Thema Nachhaltigkeit oft vergessen. Vorsorgegelder werden meist in möglichst profitable Anlagen investiert. Nachhaltige Optionen oder Vernunft spielen dabei meist keine Rolle. Liip setzt mit Nest auf eine nachhaltige Pensionskasse.

Die Gelder werden verantwortungsvoll und nach ökologischen und ethischen Kriterien angelegt. Liip und Nest teilen beide den Grundsatz, dass wirtschaftlicher Erfolg und Umweltfreundlichkeit miteinander einhergehen können. Der Nest Ethical Fund geht noch weiter und schliesst Unternehmen und Produkte aufgrund von moralischen und ethischen Bedenken aus (z.B. Waffenproduzenten, Raubbau) – genau wie Liip das bei der Wahl seiner Kund*innen auch tut.

Auch bei der Versicherung haben wir mit der Mobiliar eine Partnerin, die sich für ökologische und soziale Projekte einsetzt. Sie ist eine der grössten Versicherungen der Schweiz und besitzt eine Vielzahl an Grundstücken und Immobilien, die sie nachhaltig bewirtschaftet und auf erneuerbare Energien umrüstet. (SDGs: 8, 12)

Unsere Pensionskasse teilt unseren Grundsatz, dass wirtschaftlicher Erfolg und Umweltfreundlichkeit miteinander einhergehen können.

3.9 Rolle und Bedeutung von Nachhaltigkeit

Wir wollen uns weiterhin auf allen Ebenen verbessern und haben 2022 deshalb einen Nachhaltigkeitskreis, den Sustainability Circle, geschaffen. Der Sustainability Circle gehört zum Liip Circle (GCC), dem grössten Kreis unserer Firma. So stellen wir sicher, dass Nachhaltigkeit bereichsübergreifend in allen Bereichen aktiv verankert wird. Mehr zu unseren Nachhaltigkeitsmassnahmen in [Kapitel 5](#). (SDGs: alle)

3.10 Langfristige Kundenbeziehungen

Langfristige und lokale Partnerschaften sind essenziell für die wirtschaftliche Nachhaltigkeit. Wir sind sehr stolz auf unsere treuen Kund*innen, von denen viele seit über zehn Jahren mit uns zusammenarbeiten. Über die Jahre wurden aus den Zusammenarbeiten zwischen uns und unseren Kund*innen wahre Partnerschaften. Auch wenn wir alles dafür tun, dass unseren Kund*innen auf eigenen Beinen stehen (durch Open-Source-Lösungen und durch Verzicht auf Lock-ins), bleiben uns viele von ihnen langfristig treu. (SDG: 8)

35 %

der Liipers sind
Aktionär*innen unserer
Firma

314

Kund*innen insgesamt

5 Jahre

beträgt die
durchschnittliche Dauer
einer Kundenbeziehung^e

15 Jahre

besteht die
Partnerschaft mit unserem
grössten Kunden

^e Ohne die 98 neuen Kund*innen aus dem Jahr 2022.

4. Handabdruck: Kundenprojekte



4. Handabdruck: Kundenprojekte

4.1 Vom Fuss- zum Handabdruck

Als Digitalagentur haben wir einen geringen Fussabdruck. Wir brauchen nur Büros, Laptops, Server und Verkehrsmittel. Unser Fussabdruck ist viel kleiner als der von Produktionsbetrieben oder Lebensmittelherstellern. Und dadurch, dass wir Teil verschiedener Wertschöpfungsketten sind, generieren wir den grössten Impact mit dem, was wir erschaffen. Uns ist darum auch wichtig, wie wir durch unsere Kundenprojekte unseren den Handabdruck verbessern können. Es ist wichtiger, wie wir unser Geld verdienen, als wo wir es ausgeben!

Seit über zehn Jahren prüfen wir unsere Kund*innen auf ihre ethischen Prinzipien. Dafür haben wir eigens eine Rolle geschaffen, die Liipers mit nachvollziehbaren Empfehlungen unterstützt. Diese Ethik-Checks haben unsere Kunden- und Projektportfolios noch nachhaltiger gemacht. Wir wollten aber klare Fakten – zur Nachhaltigkeit und den verschiedenen Facetten unseres Handabdrucks. (SDGs: alle)

Es ist wichtiger, wie wir unser Geld verdienen, als wo wir es ausgeben!

4.2 Progress Metric

Wir suchten zuerst nach bestehenden Lösungen. Ratingagenturen bewerten aber meist die Nachhaltigkeit globaler Konzerne und nicht die von KMUs – unserer grösste Kund*innengruppe. Also entwickelten wir unsere eigene Evaluationsmethode und -plattform: die Progress Metric.

Die Progress Metric stützt sich auf die 2015 von der UNO eingeführten Sustainable Development Goals (SDGs). Diese umfassen 17 Aspekte der Nachhaltigkeit, wie Klimaschutz oder Gleichberechtigung. Da es noch keinen etablierten Standard gab, schienen uns diese Ziele die umfassendste Bewertungsgrundlage zu bieten.

Folglich wurde das Projekt- und Kund*innenportfolio von Liip auf der Basis dieser Ziele bewertet. Wir bildeten 2022 Liipers aus, um unser damaliges Portfolio und mögliche Neukund*innen zu prüfen – mit diesem neuen Verfahren, das neben Ethik auch Nachhaltigkeit miteinbezieht.

Wir kombinierten die Progress Metric mit den bestehenden finanziellen Kennzahlen und erhalten so einen Gesamteindruck unserer Firma. Alle Liipers haben vollen Zugriff auf die wöchentlichen Kennzahlen zu Finanzen und den Nachhaltigkeitsscore der Kreise, der Standorte und der gesamten Firma. (SDGs: alle)

Progress Metric: Die Bewertung

«Ich war 2022 eine der ersten «Progress Metric Evaluators» bei Liip. Der Einstieg fiel mir leicht. Die internen Schulungen und die praktische Erfahrung halfen mir dabei sehr. Bevor wir neue Kund*innen und Projekte evaluiert haben, bewerteten wir unser bestehendes Portfolio. Die passenden SDGs für ein Projekt zu finden, war gar nicht so einfach. Doch auch das haben wir gemeistert. Mit einem klaren Fokus auf Fakten und einer exakten Evaluation. Als UX Designer will man digitale Lösungen immer sinnvoll umsetzen. Unsere Progress Metric hilft uns, die richtigen Entscheidungen zu treffen.»



Clarissa Küchler
UX Designer & Progress Metric Evaluator

Den CO2-Verbrauch können wir einfach messen. Aber wie misst man Nachhaltigkeit? Unser Assessment basiert auf subjektiven, aber strukturierten und klar gegliederten Bewertungen. Die Beratungsagentur [Projets21](#) unterstützte uns bei der Entwicklung unserer Assessment-Strategie. Zuerst beschreiben wir das Unternehmen und seine Produkte.

Mithilfe von KI-Tools analysieren dann wir die Nachhaltigkeitswirkung von Unternehmen/Produkten und setzen sie in Relation zu den SDGs. Abschliessend betrachten wir mögliche nächste Schritte, die das Unternehmen noch nachhaltiger aufstellen. Ausserdem beurteilen wir, inwiefern das Projekt mit dem Kerngeschäft des Unternehmens korreliert. Jedes dieser Kriterien wird auf einer Skala von -2 bis +2 bewertet. Daraus ergibt sich ein Produktwert, ebenfalls auf einer Skala von -2 bis +2.



4. Handabdruck: Kundenprojekte

4.3 Kundenportfolio heute und morgen

Die meisten Projekte helfen uns bei der Erreichung unserer Nachhaltigkeitsziele, oder stellen sich zumindest bewusst der Herausforderung.

Auch wir wollen uns stetig verbessern. Und wir wollen mit unserem Portfolio die Nachhaltigkeit noch weiter fördern. Anhand der Progress Metric wird dieser Wandel auch sichtbar. (SDGs: alle)



Zwei Projekte aus dem Jahr 2022 mit einem positiven Impact

Terre des hommes ist das führende Schweizer Kinderhilfswerk. Wir haben sie bei der Entwicklung ihrer neuen Website unterstützt, mit dem Fokus, mehr junge und digital-affine Menschen zu erreichen. Der Fokus lag dabei klar auf Online-Spenden.

Besondere Freude haben wir an der Zusammenarbeit mit der **Swiss Bike Park** Foundation. Sie steht für ein gesundes und sicheres Bike-Erlebnis für Jung und Alt, ist aber auch Tourismusmagnet und ein Ort der Innovation.

Wir arbeiteten am Relaunch der App des Swiss Bike Park, dem grössten Bikepark der Schweiz. Die App ist der perfekte Begleiter für Biker. Sie bietet Erklärvideos, Wettervorhersagen, Timerfunktionen und Videoanalysen deiner Sprünge.

5. Nachhaltigkeits- initiativen



5. Nachhaltigkeitsinitiativen

5.1 Weiterbildung und Awareness

Mit dem neuen Sustainability Circle (siehe [3.9](#)) stieg 2022 auch das Engagement für mehr Nachhaltigkeit. Wir setzten uns zum Ziel, die Themen Nachhaltigkeit und Klimakrise zentral in unserer Unternehmenskultur aufnehmen. Der erste Schritt zur Veränderung ist das Bewusstsein und Verständnis der aktuellen Situation. Auch wenn Nachhaltigkeit und Klimawandel in den Medien omnipräsent waren, wollten wir mehr tun und uns auf diesem Gebiet weiterbilden.

Wir organisierten Sustainability Lunches und schauten zusammen kurze Dokumentationen oder TED-Talks, um die Inhalte dann zu diskutieren. Beim gemeinsamen Mittagessen setzten wir stets auf Biolebensmittel – ohne Food Waste. An den vier Events, die wir 2022 an unseren sechs Standorten durchführten, nahmen etwa 100 Liipers teil.

Die LiipConf ist unser jährliches Treffen mit Input-Sessions, Diskussionen und Workshops von Liipers für Liipers. 2022

stand sie unter dem Motto «Nachhaltigkeit und Mut». Dazu luden wir externe Referent*innen zum Thema Klimawandel ein. So z.B. Andreas Fischlin, Professor an der ETH Zürich und Mitglied des Weltklimarats [IPCC](#). Im Zentrum stand auch die Frage, wie digitale Akteur*innen die aktuellen Herausforderungen angehen können. Wir sprachen über konkrete Tools und Apps, um die lokale Bio-Landwirtschaft zu unterstützen. (SDGs: 4, 12, 13)

5.2 Von der Awareness zu konkreten Schritten

Die gemeinsame Kultur und das gemeinsame Bewusstsein sind die Basis, um aktiv zu werden. Unsere Sustainability Lunches und das Programm «The Week» waren unsere ersten Schritte in diese Richtung. 2022 legten wir zudem den Grundstein für das Beitragsprogramm «Liipers' fund», das wir 2023 lancierten.

Wir unterstützen NGOs einerseits durch Firmenspenden, geben unseren Liipers aber auch die Möglichkeit, den Wert ihres Geburtstagsgeschenks an eine NGO ihrer Wahl zu

spenden. Verschiedene Kultureinrichtungen und NGOs unterstützen wir auch durch kostenlose Arbeit.

Mit unserem neuen Beitragsprogramm wollen wir diesen Ansatz für alle Liipers ausbauen. Alle Mitarbeitenden verfügen über ein monatliches Stundenbudget, das von den Finanzergebnissen des Vormonats abhängig ist. Diese Stunden können für eigene Projekte aufgewendet, gespart oder an ein anderes Projektteam gesponsert werden. Dieses Programm wurde in Zusammenarbeit mit den Kreisen Finance, People und Production vom Sustainability Circle initiiert. (SDGs: 4, 12, 17)

Die gemeinsame Kultur und das gemeinsame Bewusstsein sind die Basis, um aktiv zu werden.

Eine unvergleichliche Woche

Frédéric Laloux und seine Frau Helene haben ein Programm namens "The Week" entwickelt. Unsere Liipers durften den Prototypen des Programms nutzen und Feedback dazu abgeben.

Wie es der Name schon verrät, dauert das Programm eine Woche. Es besteht aus vier Sitzungen, die am besten in Kleingruppen durchgeführt werden. Zu Beginn jeder Sitzung schaut man sich gemeinsam einen Film an, der dann als Diskussionsgrundlage dient.

Die vier Sitzungen folgen einer U-förmigen Dramaturgie. In der ersten Sitzung werden die Gruppen mit dem gesamten Ausmass der Klimakrise konfrontiert. In der zweiten Sitzung geht man dem Problem auf den Grund: Was sind die Hauptursachen für die Klimakrise? Wie kann man diese dramatische Entwicklung stoppen? In der dritten Sitzung bewegt sich die Gruppe im «U» wieder nach oben: Die Gründer von The Week wollen die Teilnehmenden dazu

motivieren, ihre negativen Gefühle in konstruktiven Aktivismus umzuwandeln.

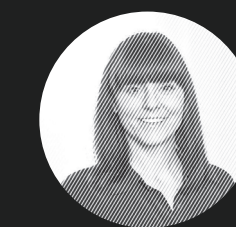
Sie zeigen den Gruppen auf, wie sie auf persönlicher Ebene aktiv werden können: bei der Arbeit, innerhalb ihrer Familie, ihrer Nachbarschaft oder in der Politik. Die vierte Sitzung befasste sich konkret mit dem Thema Nachhaltigkeit bei Liip.

Mittlerweile ist das Programm ein fester Bestandteil unseres Ausbildungsangebots. 2022 nahmen bereits Dutzende Liipers an dem Programm teil.

Die kollektive Dimension des Programms ist entscheidend, denn diese gesellschaftlichen und ökologischen Herausforderungen sollen nicht nur individuell getragen und erlebt werden. Unternehmen spielen dabei eine wichtige Rolle und können eine Plattform für solche Themen bieten. The Week ist dabei ein guter Startpunkt, um über Nachhaltigkeit zu diskutieren und aktiv zu werden.



«Nach The Week habe ich mich entschieden, mein Profil umfassend zu verändern, und mich voll und ganz Nachhaltigkeitsfragen zu widmen. Dass ich diesen Weg bei Liip weiterführen kann, ist mein persönlicher «Liip-Deal».»



Stephanie Grubenmann
Content Strategist & Business Developer

6. Zertifizierungen und Mitgliedschaften

6. Zertifizierungen und Mitgliedschaften

6.1 ISO-Zertifizierungen

2022 erhielten wir unsere erste ISO 14001:2015-Zertifizierung von Umweltmanagementsystemen. Sie definiert Kriterien für effiziente und wirksame Umweltmanagementsysteme zur Verbesserung der Umweltleistung von Unternehmen.

Die ISO 14001:2015 richtet sich an Organisationen, die ihre Umweltverantwortung systematisch angehen und damit einen Beitrag zur ökologischen Nachhaltigkeit leisten wollen. Im Rahmen des Audits erhielten wir einen umfassenden Überblick zu unseren Standorten. Diese ISO-Zertifizierung ist zentral für unsere Nachhaltigkeitsarbeit und ergänzt unsere bestehenden ISO-Zertifizierungen 9001 und 27001. (SDGs: 3,12,13)



6.2 Swiss Triple Impact

Swiss Triple Impact ist ein einzigartiges Programm, das Schweizer Organisationen in drei Workshops dabei unterstützt, eine klare Nachhaltigkeitsstrategie zu entwickeln. Der letzte Schritt ist der Eintrag in das STI-Verzeichnis, in dem Unternehmen drei bis sechs ehrgeizige Ziele und die entsprechenden Massnahmen veröffentlichen. Wir nutzten diese Chance, um konkrete Ziele und Massnahmen für Liip auszuarbeiten.

Momentan sind wir in der finalen Phase der Ziel- und Massnahmendefinition. Wir werden diese 2024 veröffentlichen. (SDGs: alle)



6.3 B Impact Assessment

Zertifizierte B Corps sind Unternehmen, die nachweislich hohe Standards bezüglich Unternehmensverantwortung, Transparenz, Sozialleistungen, Spenden und Umweltverträglichkeit ihrer Lieferketten und Ausgangsmaterialien erfüllen. Wir nutzen die Plattform von B Impact Assessment, die uns auch bei der Strukturierung dieses Nachhaltigkeitsberichts half. 2023/2024 streben wir die «B Corp Zertifizierung» an. Wir sind sehr zuversichtlich, dass wir dieses Ziel 2024 erreichen. (SDGs: alle)



6. Zertifizierungen und Mitgliedschaften

6.4 Swiss Boards for Agenda 2030

Um Unternehmen bei ihren Nachhaltigkeitsmassnahmen zu unterstützen und die internationale Wettbewerbsfähigkeit von Schweizer Unternehmen zu stärken, haben B Lab Schweiz und InTent die Swiss Boards for Agenda 2030 (#SBA2030) entwickelt: eine Allianz von Schweizer CEOs und Verwaltungsratsmitgliedern, die ihre Unternehmen unter Einhaltung der SDGs zum Handeln verpflichten, Änderungen ihrer Vorschriften vornehmen und sich mit Schulungen für einen positiven Wandel und die Förderung der Nachhaltigkeit einsetzen.

Liip war 2022 eines der Gründungsmitglieder dieser Allianz, neben anderen Unternehmen wie Alternative Bank und

Roche. Das #SBA2030 skizziert die Verbesserungen, die in den Bereichen Governance, Strategie und Umsetzung vorgenommen werden müssen, damit Unternehmen und ihre Wertschöpfungsketten die SDGs bis 2030 erreichen. #SBA2030-Unternehmen verpflichten ihre Vorstandsmitglieder zu IMD-Schulungen, die ihnen ein besseres Verständnis von Nachhaltigkeit vermitteln. Liip verpflichtet sich zudem, seine soziale und ökologische Verantwortung zu stärken. Deshalb haben wir 2023 den Zweck unseres Unternehmens ins Handelsregister eintragen lassen. Wir werden zudem die für uns wichtigsten SDGs definieren und eine jährliche Gesprächsrunde dazu durchführen. (SDGs: alle)



6.5 myclimate

Seit unserer Gründung erfassen wir unseren CO₂-Fussabdruck in Zusammenarbeit mit myclimate (siehe [Kapitel 1](#)). 2022 führte myclimate das Label «Wirkt. Nachhaltig» für Unternehmen ein. Dabei werden die direkten und indirekten klimarelevanten Emissionen aus den jährlichen Aktivitäten eines Unternehmens errechnet. Je nach Höhe der errechneten CO₂-Emissionen spenden wir an verschiedene Klimaschutzprojekte von myclimate. Diese Projekte tragen nicht nur zur Reduktion von Treibhausgasemissionen bei, sondern tragen auch zur sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Entwicklung in der jeweiligen Region bei. (SDGs: 13, 17)



7. Wie geht es weiter? Ausblick 2024/2025



7. Wie geht es weiter? Ausblick 2024/2025

Wir haben 2022 und schon einiges erreicht. Doch uns ist auch klar, dass Nachhaltigkeit ein fortlaufender Verbesserungsprozess ist. 2023 lancierten wir die Beitragsprogramme «Liip contributes» und «Liipers' fund». Wir werden diese Punkte im nächsten Nachhaltigkeitsbericht vertiefen. Mit diesen Programmen helfen wir unseren Mitarbeitenden, aktiv zu werden und unser Portfolio nachhaltiger zu gestalten.

Einen Kreis zu haben, der sich Nachhaltigkeitsfragen widmet, war ein Schritt in die richtige Richtung. Wir sind jedoch überzeugt, dass Nachhaltigkeit in der gesamten Unternehmensstruktur verankert sein muss. Darum ist es unser Ziel, eine tiefgreifende Transformation im Unternehmen zu erreichen, dass es den Kreis mittelfristig nicht mehr brauchen wird. Entsprechende Arbeiten mit den Teams von Finance und Production haben 2023 begonnen und werden in den kommenden Jahren fortgesetzt.

Nachhaltigkeit ist nicht etwas, das wir erreichen, sondern etwas, an dem wir kontinuierlich arbeiten.

Vielleicht hast du schon vom [Klimaschatten](#) gehört, einer Erweiterung des bekannten ökologischen Fussabdrucks. Der Klimaschatten geht einen Schritt weiter als der Fussabdruck und umfasst Aspekte wie politische Haltung, aktive Kommunikation zum Thema Nachhaltigkeit oder wie man sein Geld investiert. Wie viele Unternehmen und Einzelpersonen haben auch wir jahrelang unseren Fussabdruck verkleinert und werden dies auch weiterhin tun. In den nächsten Jahren fokussieren wir uns aber vermehrt auf unsere Produktion, unseren Handabdruck und unseren Klimaschatten. Das Wichtigste ist dabei, WAS wir machen und WIE wir es machen.

Für das WIE halten wir uns eng an die neuen [Web Sustainability Guidelines](#) 1.0 des World Wide Web Consortiums (W3C). Diese Richtlinien dienen uns als Leitplanken bei der Entwicklung neuer Schulungen und der Ausrichtung unserer Produkte. So können wir alle unsere Mitarbeitenden noch stärker in dieses Thema einbinden. Zusammen mit The Week können wir unser Unternehmen so gezielter auf die Herausforderungen einer nachhaltigen Zukunft ausrichten.

Es reicht uns aber nicht, nachhaltige digitale Produkte zu entwickeln. Das WAS ist dabei genauso wichtig und wir

werden unser Portfolio deshalb noch weiter diversifizieren. Wir setzen dabei auf Arbeitsgruppen zu Themen wie Biodiversität, Kreislaufwirtschaft oder Energieversorgung. Das geht natürlich nicht von heute auf morgen, doch wir bleiben dran und säen kontinuierlich unsere Ideen, die uns auf lange Sicht dabei helfen werden, unsere Ziele zu verwirklichen.

Der Bericht, den du gerade gelesen hast, ist eine unserer ersten öffentlichen Initiativen, um uns öffentlich für mehr Nachhaltigkeit einzusetzen. Viele der Inhalte beziehen sich zwar darauf, was wir intern unternommen und erreicht haben, doch wir möchten auch das teilen. Für mehr Glaubwürdigkeit, Verantwortungsbewusstsein und für unseren Ruf. Aber auch, weil wir eine Vorbildrolle einnehmen wollen. Wir sind klar der Meinung, dass sich mehr Unternehmen engagieren müssen. Dass sich mehr KMU, nicht nur Grosskonzerne, zu den sozialen und ökologischen Herausforderungen und den notwendigen Lösungen äussern müssen.

David Jeanmonod, Sustainability Circle Lead Link

Methodik

Im Vorfeld dieses Berichts untersuchten und bewerteten wir verschiedene Richtlinien und Standards wie die SDGs, GRI (Global Reporting Initiative) und B Impact Assessment. Wir entschieden uns dann für eine Gliederung nach Themenbereichen. Die Struktur basiert teilweise auf den Richtlinien von B-Lab und den SDGs.

Sustainable Development Goals (SDGs)

2015 entwickelten die Vereinten Nationen (UNO) 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung, auch SDGs genannt. Im Fokus stehen ökologische, soziale und wirtschaftliche Aspekte von Nachhaltigkeit. Sie sind zudem ein wichtiger Teil der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung.

ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG

