

B/S/H/

Transparenz schaffen

Konzern-Nachhaltigkeitsbericht
2013

Zum Bericht

Seit 1992 informiert die BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH ihre Stakeholder jährlich, wie sie ihre nachhaltige Unternehmensstrategie umsetzt. Der vorliegende Bericht bezieht alle BSH-Standorte weltweit ein und stellt Ereignisse, Entwicklungen sowie die umwelt- und mitarbeiterbezogenen Kennzahlen des Geschäftsjahres 2013 vor. Redaktionsschluss ist der 30. April 2014. Der Einfachheit halber sprechen wir im Bericht durchgängig von Mitarbeitern. Damit meinen wir selbstverständlich unsere weiblichen und männlichen Mitarbeiter. Der Bericht orientiert sich an den Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI G3) und stellt gleichzeitig den Fortschrittsbericht der BSH an den UN Global Compact dar. Eine übersichtliche Zusammenstellung unserer Fortschritte zur Umsetzung der Global Compact-Prinzipien ist im Internet abrufbar:

Mehr über die BSH und ihre Marken erfahren Sie im BSH-Konzern-Geschäftsbericht 2013 und unter:

➔ www.bsh-group.de

➔ www.bsh-group.de ➔ Wofür wir stehen ➔ Verantwortung ➔ Global Compact



Ausgewählte Auszeichnungen 2013 und 2014



„XV Premio Medio Ambiente Aragón 2013“ für Umweltschutz, Spanien



„E.ON Energy Conservation Prize“, Ungarn



„Investor des Jahres“ der Amerikanischen Handelskammer, Russland



„Stern des Kundendienstes“, Polen



„Deutscher Bildungspreis“, Deutschland



Top Employers Institute „Top Employer Europe“ Award

BSH weltweit



● Konzernzentrale • Tochtergesellschaften/Standorte
 Fabriken: ■ Kochen ■ Kühlen/Gefrieren ■ Spülen ■ Waschen/Trocknen ■ Consumer Products ■ Motoren/Pumpen

Nach ISO 14001 zertifizierte Standorte

China	Wuxi Chuzhou Nanjing	Frankreich	Lipsheim	Spanien	Esquiroz Estella La Cartuja Montañana Santander Vitoria
		Griechenland	Athen		
		Peru	Callao (Lima)		
Deutschland	Bad Neustadt Bretten* Dillingen Giengen Nauen* Traunreut*	Polen	Lodz (2)		
		Russland	St. Petersburg		
		Slowakei	Michalovce	Türkei	Çerkezköy
		Slowenien	Nazarje	USA	New Bern LaFollette

* Standorte mit zusätzlicher Zertifizierung des Energiemanagementsystems nach ISO 50001

Stand: Mai 2014

Hauptmarken



Spezialmarken



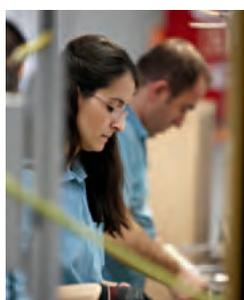
Regionalmarken



Meilensteine 1967–2013



Inhalt



15



07



25

Qualitativ hochwertige Hausgeräte und bedingungslose Kundenorientierung machen die BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH aus. Gleichzeitig setzen wir bei unseren eigenen Prozessen auf Ressourcenexzellenz: die Entkopplung unseres Ressourcenverbrauchs vom weiteren BSH-Wachstum. Dies beginnt bereits mit einer umweltorientierten Produktentwicklung, die den Einsatz kritischer Stoffe vermindert und den Einsatz von recyceltem Material steigert. Damit wir den vielfältigen Anforderungen aus Umwelt und Gesellschaft gerecht werden, befinden wir uns in einem ständigen Austausch mit Kunden, Mitarbeitern, Geschäftspartnern, Politik, Forschungseinrichtungen und Nichtregierungsorganisationen.

Vorwort 2

Das Unternehmen

Benchmark in Qualität und Verantwortung 4

Nachhaltige Unternehmensführung 7

2013 haben wir unsere Governance deutlich weiterentwickelt, um zukünftigen Nachhaltigkeitsherausforderungen noch strategischer begegnen zu können.

Nachhaltigkeit verlässlich steuern 8

Governance, Risk und Compliance als Basis 10

Verantwortungsvolle Interessenvertretung 12

Schwerpunkte 2013 15

Pro Handlungsfeld der BSH-Nachhaltigkeitsstrategie haben wir 2013 den Fokus auf ein konzernweites zentrales Projekt gelegt.

Ressourcenexzellenz – Entkopplung von Wachstum und Ressourcenverbrauch 16

Geschäftspartner – Nachhaltige Wertschöpfung 18

Konsumenten und Produkte – Mit Qualität begeistern 20

Personalpolitik – Meinung schafft Mehrwert 22

Status 2013 25

Kennzahlen und konzernweit erfasste Daten belegen den Fortschritt unserer Nachhaltigkeitsleistung im Berichtsjahr.

Ökonomie 26

Umwelt 27

Verbraucherinteressen 31

Mitarbeiter 33

Engagement in den Regionen 38

Nachhaltigkeitsziele 40

Ansprechpartner 41

GRI-Index Klappe hinten



„Nicht nur als Hersteller hochwertiger Hausgeräte wollen wir Vorreiter sein. Weltweit ist es unser Anspruch, ökonomische, ökologische und soziale Anforderungen in Einklang zu bringen – und ein verlässlicher Partner entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu sein.“

Dr. Karsten Ottenberg

Verehrte Leserinnen und Leser,

aus unserer unternehmerischen Tradition als Hersteller langlebiger und qualitativ hochwertiger Hausgeräte haben wir uns dem Prinzip der Nachhaltigkeit verpflichtet. Sie ist integraler Bestandteil unserer Unternehmensstrategie und beschreibt unseren Weg zum Erfolg. Dieses strategische Verständnis setzt voraus, dass wir die wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Aspekte unseres Handelns in Einklang bringen. Dabei ist unser Anspruch, Vorreiter und Benchmark in der Branche zu sein.

Angesichts des Wachstums der BSH, ihrer zunehmenden Internationalisierung und der damit verbundenen Komplexität bedarf es dafür eines zielgerichteten Nachhaltigkeitsmanagements. Unsere Schwerpunkte legen wir auf die Etablierung einer durchgängigen und effizienten Governance entlang der Wertschöpfungskette, innovative und energieeffiziente Produkte und auf den schonenden Umgang mit Ressourcen. Im offenen Dialog mit unseren Stakeholdern erkennen wir zukünftige Herausforderungen und erarbeiten neue Lösungsmodelle.

2013 sind wir bezüglich der Erreichung unserer Nachhaltigkeitsziele gut vorangekommen. Nicht zuletzt unterstreicht dies unser Erfolg im Markt: Der Absatz unseres Supereffizienz-Portfolios ist gegenüber dem Vorjahr um 15 Prozent auf 4,6 Mio. Geräte angestiegen. Trotz schwieriger Marktbedingungen ist es uns gelungen, den Konzernumsatz zu steigern – auf mittlerweile 10,5 Mrd. Euro.

Unser Ziel ist es, das Verständnis von nachhaltiger Unternehmensführung konzernweit zu verankern. Dabei konnten wir im Berichtsjahr wesentliche Meilensteine setzen. Durch die Neuausrichtung und Verstärkung unserer Governance-Risk-Compliance-Organisation haben wir die Voraussetzungen für ein konzernweites Dachkonzept geschaffen. Es bewirkt mehr Transparenz und lässt uns frühzeitig die Risiken unserer Geschäftstätigkeit umfassend erkennen. Für eine bessere Wahrnehmung und Steuerung all unserer Nachhaltigkeitsmaßnahmen sorgen vier Handlungsfelder, die auch den vorliegenden Bericht strukturieren: Ressourcenexzellenz, Geschäftspartner,



„Unseren Kunden bieten wir qualitativ hochwertige und langlebige Produkte. Zufriedenheit garantieren wir außerdem durch Erreichbarkeit über viele Kanäle und umfassenden Service. Um uns stetig zu verbessern, holen wir immer wieder das Feedback unserer Kunden ein.“

Matthias Ginthum



„Die BSH befindet sich auf einem kontinuierlichen Wachstums- und Internationalisierungskurs. Um offene Stellen weltweit mit den am besten geeigneten Mitarbeitern zu besetzen, bieten wir vielfältige Qualifizierungs- und Entwicklungsprogramme.“

Johannes Närger

Konsumenten und Produkte sowie Personalpolitik. Diese Fokussierung erlaubt uns, im Sinne einer verantwortungsvollen Unternehmensführung, die Interessen unserer Stakeholder noch besser zu berücksichtigen. Wie ernst wir es mit Verbraucherschutz und einer transparenten Informationspolitik meinen, haben wir im vergangenen Jahr mit der größten freiwilligen Produktsicherheitsmaßnahme der Unternehmensgeschichte in über 80 Ländern gezeigt.

Der aktuelle Nachhaltigkeitsbericht, mittlerweile der 22., ist für uns ein wichtiges Instrument der Stakeholderinformation. Er orientiert sich an den internationalen Leitlinien der Global Reporting Initiative

(GRI) und ist zugleich ein Fortschrittsbericht gegenüber dem Global Compact der Vereinten Nationen. In vier Schwerpunkten berichten wir unter anderem über den Ausbau unserer Klimaberichterstattung, die Einhaltung von sozialen und ökologischen Standards entlang der vorgelagerten Wertschöpfungsstufe, unsere freiwillige Produktsicherheitsmaßnahme und über unsere Mitarbeiterbefragung, die wir 2013 erstmals weltweit und zeitgleich durchgeführt haben.

Wir wünschen Ihnen eine informative Lektüre und freuen uns über Anregungen unter der E-Mail-Adresse corporate.communications@bshg.com.

Dr. Karsten Ottenberg
Vorsitzender der
Geschäftsführung

Matthias Ginthum
Markenmanagement,
Vertrieb und Logistik

Johannes Närger
Finanzen und
Arbeitsdirektor



Das Unternehmen

Benchmark in Qualität und Verantwortung

Die BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH ist der größte Hausgerätehersteller in Europa und gehört zu den weltweit führenden Unternehmen der Branche. Der Konzern, mit Hauptsitz in München, entstand 1967 als Gemeinschaftsunternehmen der Robert Bosch GmbH (Stuttgart) und der Siemens AG (München). Heute fertigt die BSH in 41 Fabriken an 28 Standorten in 13 Ländern in Europa, den USA, Lateinamerika und Asien. Hinzu kommt ein weltweites Netz von Vertriebs- und Kundendienstgesellschaften. 2013 waren fast 50.000 Mitarbeiter in 47 Ländern für die mehr als 80 Gesellschaften des BSH-Konzerns tätig.

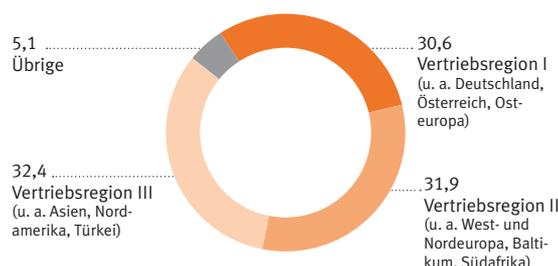
Mehrwert schaffen, Vielfalt bieten

Unser Anspruch ist, Benchmark in unserer Branche zu sein. Wir wollen durch Qualität, Design, Innovation, Nutzen und Gebrauchswert überzeugen und damit für unsere Kunden, Mitarbeiter und Gesellschafter einen Mehrwert schaffen. Dabei stellt Nachhaltigkeit einen integralen Bestandteil der Konzernstrategie und des Geschäftsmodells der BSH dar.

Mit einem vielfältigen Marken- und Produktportfolio bedienen wir unterschiedliche Verbraucherswünsche. Unsere Hauptmarken sind Bosch und Siemens. Sie werden ergänzt durch acht Spezialmarken für individuelle Zielgruppen und Konsumentenbedürfnisse (Gaggenau, Neff, Thermador, Constructa, Viva, Ufesa, Junker und Zelmer) sowie vier Regionalmarken (Balay, Pitsos, Profilo und Coldex), die für breite Präsenz in ihren jeweiligen Heimatmärkten sorgen. Unser Produktportfolio umfasst das gesamte Spektrum moderner Hausgeräte. Es reicht von Herden, Backöfen und Dunstabzugshauben über Geschirrspüler, Waschmaschinen, Trockner, Kühl- und Gefrierschränke bis hin zu kleinen Hausgeräten (Consumer Products) wie Staubsaugern, Kaffeevollautomaten, Wasserkochern, Bügeleisen oder Haartrocknern.

Umsatz nach Vertriebsregionen

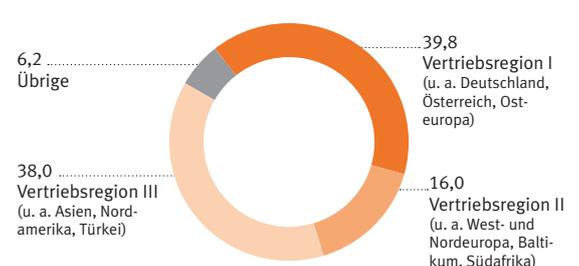
In Prozent



Geschäftsjahr 2013

Mitarbeiter nach Vertriebsregionen

In Prozent



Stand: 31.12.2013



Wachstum in allen Regionen

Trotz schwachen globalen Wirtschaftswachstums erzielte die BSH im Geschäftsjahr 2013 einen neuen Rekordumsatz von 10,5 Mrd. Euro und übertraf damit den Vorjahreswert um 7,2 Prozent. Alle weltweiten Vertriebsregionen, aber auch die sonstigen Aktivitäten des Konzerns (z.B. Geschäfte mit Komponenten und Handelswaren) trugen zum Wachstum bei. Das Konzernergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) beträgt mit 509 Mio. Euro 4,8 Prozent vom Umsatz.

Auch im Berichtsjahr setzte die BSH weiter auf Internationalisierung: Der Konzern erwarb im Berichtsjahr den polnischen Kleingerätehersteller Zelmer S.A., der rund 1.350 Mitarbeiter beschäftigt. Im März 2013 eröffneten wir eine neue Produktionsstätte für Consumer Products in Cerkezköy (Türkei). Dort und in Nanjing (China) wurden außerdem die Produktionskapazitäten für den Produktbereich Kochen weiter ausgebaut. In Chuzhou (China) wurden 2013 die Produktionsanlagen für Kältegeräte in der neu gebauten zweiten Fabrik installiert. Im April 2014 fand die Eröffnung statt. Ein weiterer Auf- und Ausbau unserer Produktionskapazitäten erfolgte unter anderem an Standorten in der Türkei, Polen, Russland, den USA, Indien und China. Planmäßig geschlossen wurde unsere Waschmaschinenfabrik im thailändischen Kabinburi. Die Versorgung des südostasiatischen Raums soll ab Herbst 2014 aus der neuen Produktionsstätte in Chennai (Indien) heraus erfolgen. Zeitgleich wird dort ein Entwicklungszentrum für Gaskochfelder und Dunstabzugshauben für die Region gebaut.

Die Ratingagentur Standard & Poor's bestätigte für die BSH im Oktober 2013 das langfristige Rating „A“ sowie das kurzfristige Rating „A-1“. Der Ausblick wurde mit „stable“ bewertet, basierend auf hohen und stabilen operativen Ergebnissen und Cashflows. Diese Bewertungen unterstreichen die hervorragende Bonität der BSH.

Ausgezeichnet

Jahr für Jahr überzeugen BSH-Produkte mit technischer Innovation und Qualität. Bosch steht dabei vor allem für „Zuverlässigkeit, Nachhaltigkeit und ausgereifte Technologien“, während Siemens unsere Kunden mit „Pioniergeist, intelligenten Innovationen und Fortschritt im Dienste der Menschheit“ gewinnt. Auch die BSH-Spezialmarken wie Neff und Gaggenau sowie unsere Regionalmarken in den Ländern sind Garant unseres Erfolgs: 2013 war die BSH erneut führend in den vergleichenden Produktbewertungen innerhalb Europas. In insgesamt 164 Tests wurden BSH-Geräte von unabhängigen Fachmagazinen innerhalb Europas, wie der Stiftung Warentest, geprüft. Dabei konnten wir mit 110 Testsiegern das bereits sehr gute Ergebnis des Vorjahres (91) noch übertreffen. Dreimal die Note 1,9 – und damit die beste Note im Test – erzielten die Spüler der Marken Bosch, Siemens und Neff durch ihre sehr gute Reinigungsleistung, ihre Energieeffizienz und die geringe Geräuschbelastung. Die BSH in Ungarn konnte sich auch 2013 über zwei Auszeichnungen beim E.ON Energy Conservation Prize für energieeffiziente Hausgeräte freuen. In den zwei Kategorien „Trockner mit mehr als 6 Kilo Kapazität“ und „Einbaubacköfen mit Umluft“ stellte sie die Gewinner. In Spanien erzielte die BSH in einer Verbraucherstudie des New Yorker Reputation Institute – verglichen mit anderen Konzernen – die Spitzenposition in den Kategorien Unternehmensführung und gesellschaftliches Engagement. Die BSH Russland wurde von der Amerikanischen Handelskammer in Russland, St. Petersburg zum zweiten Mal einstimmig zum „Investor des Jahres“ gewählt. Gewürdigt wurden damit ihr Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung der Region, ihre soziale Verantwortung sowie ihre Attraktivität als Arbeitgeber.



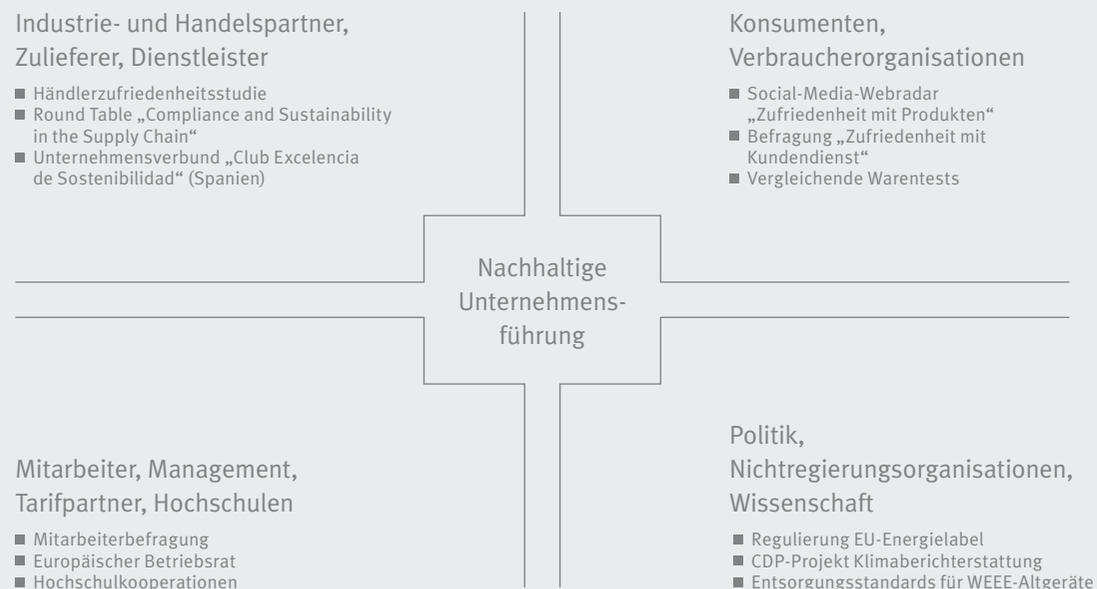
Wie kommuniziert
die BSH mit ihren
Stakeholdern?

Vielfältiger Dialog mit Stakeholdern

Nachhaltige und verantwortungsvolle Geschäftsbeziehungen entwickeln wir mit unseren Handelspartnern und Lieferanten kontinuierlich weiter. In Kooperationsprojekten mit Akteuren aus Industrie, Forschungseinrichtungen und Nichtregierungsorganisationen untersuchen wir systematisch die Anforderungen unserer Stakeholder und erarbeiten neue Lösungsmodelle. Die BSH bringt ihre Expertise bei Fragen der Energieeffizienz und der Energiewende aktiv in diversen Gremien, Kongressen und Veranstaltungen und im direkten Kontakt mit der Politik ein. Mit Verbraucher- und Umweltschutzorganisationen stehen wir weltweit im Austausch.

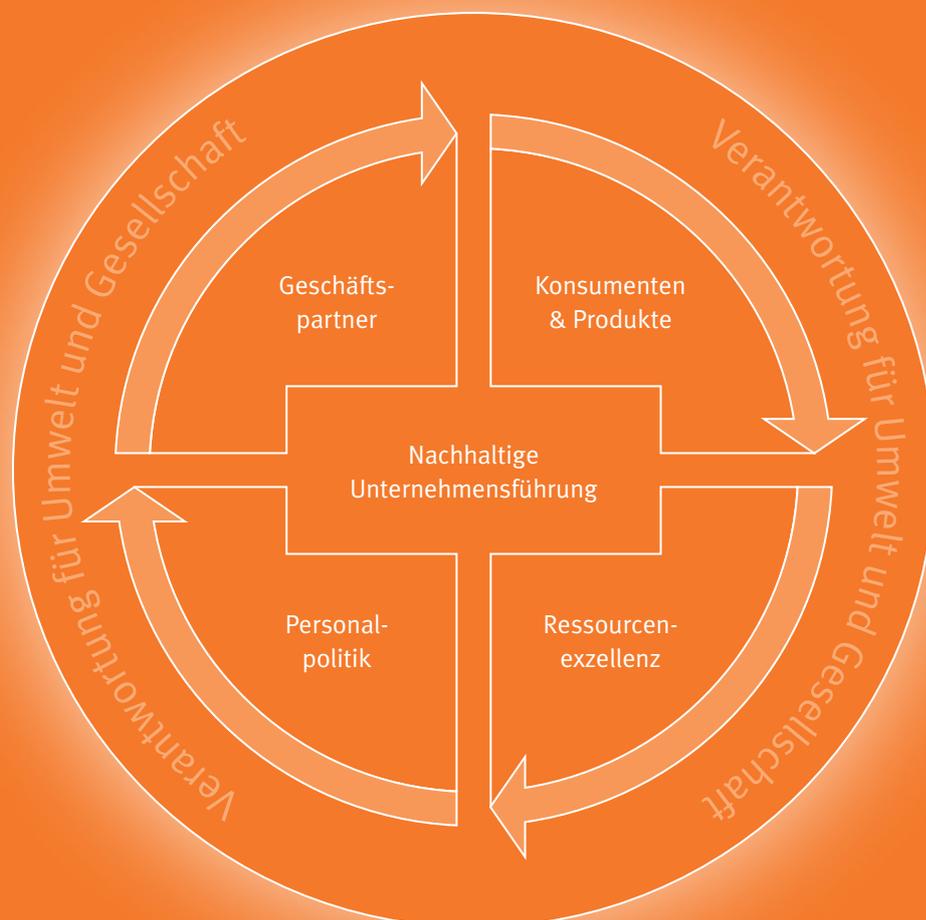
Wie kommuniziert die BSH mit ihren Stakeholdern?

Stakeholder – Dialog und Kooperationen



Nachhaltige Unternehmensführung

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie erarbeiteten wir 2011 auf Basis des BSH-Leitbildes sowie einer umfassenden Stakeholderbefragung. Das im Jahr 2013 neu entwickelte Konzept repräsentiert noch klarer die vier zentralen Handlungsfelder der BSH für verantwortungsvolle Unternehmensführung.





Nachhaltige Unternehmensführung

Nachhaltigkeit verlässlich steuern

Die BSH steht als einer der führenden Hausgerätehersteller der Welt für Innovation, Qualität und Zuverlässigkeit. Glaubwürdigkeit und das Vertrauen unserer Partner und Kunden sind eine wichtige Basis für unseren Geschäftserfolg. Dafür ist es notwendig, dass wir ökonomische, ökologische und soziale Aspekte gleichermaßen in unseren Geschäftstätigkeiten berücksichtigen. Nachhaltigkeit ist integraler Bestandteil der Konzernstrategie sowie des Leitbildes und in der Konzernorganisation fest verankert, Schwerpunktthemen steuern wir langfristig und gezielt.

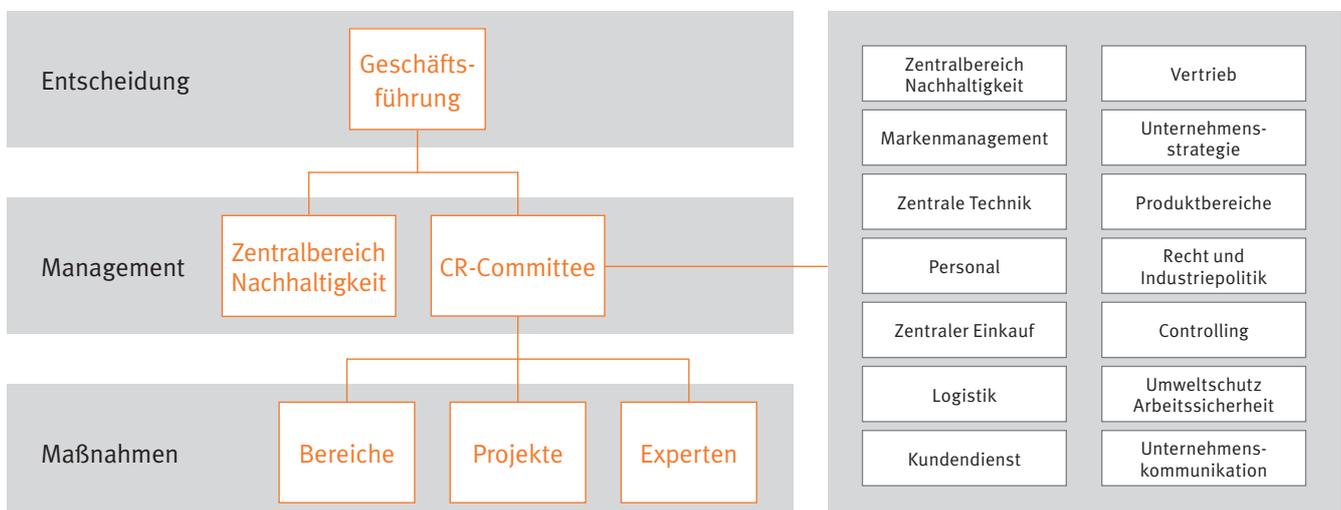
Nachhaltigkeit im Unternehmen verankert

Der Leiter des Anfang 2011 eingerichteten Zentralbereichs Nachhaltigkeit ist für das Nachhaltigkeitsmanagement der BSH und für die Steuerung der Schwerpunktmaßnahmen auf Konzernebene verantwortlich. Er berichtet direkt an den Vorsitzenden der Geschäftsführung. Der Bereich Nach-

haltigkeit ist konzernweiter Impulsgeber für nachhaltigkeitsrelevante Themen und bringt seine Expertise in verschiedenen Projekten mit internen und externen Partnern ein. Das 2011 eingerichtete CR-Committee ist das unternehmensweite Entscheidungsgremium zur nachhaltigen Positionierung und Ausrichtung der BSH. Es setzt sich aus den Verantwortlichen aus 14 Unternehmensbereichen zusammen und tagte unter der Leitung des Zentralbereichs Nachhaltigkeit 2013 sieben Mal.

Die Konzerngeschäftsführung legt in jährlichen Workshops die Schwerpunkte der konzernweiten Nachhaltigkeitsaktivitäten fest. Sie wird regelmäßig über den Fortschritt der Programme unterrichtet. Die inhaltlichen Schwerpunkte des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichts wurden entsprechend

Organisatorische Verankerung von Corporate Responsibility (CR)



den vier Handlungsfeldern der weiterentwickelten Nachhaltigkeitsstrategie gesetzt. Der Bericht wird von der Geschäftsführung verabschiedet.

Vier zentrale Handlungsfelder

Die BSH hat 2011 ausgehend vom Unternehmensleitbild die Handlungsfelder ihrer Nachhaltigkeitsstrategie auf Basis einer umfassenden Stakeholderbefragung entwickelt. Die Fokusthemen wurden mittels einer Wesentlichkeitsbetrachtung festgelegt. Der Austausch zu wichtigen Zukunftsthemen wird in einem intensiven Dialog mit unseren Anspruchsgruppen und innerhalb des Unternehmens fortgeführt. Ergebnis der kontinuierlichen Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategie sind vier zentrale Handlungsfelder und die dazugehörigen strategischen Schwerpunkte (siehe Grafik).

Steuerung von Nachhaltigkeit

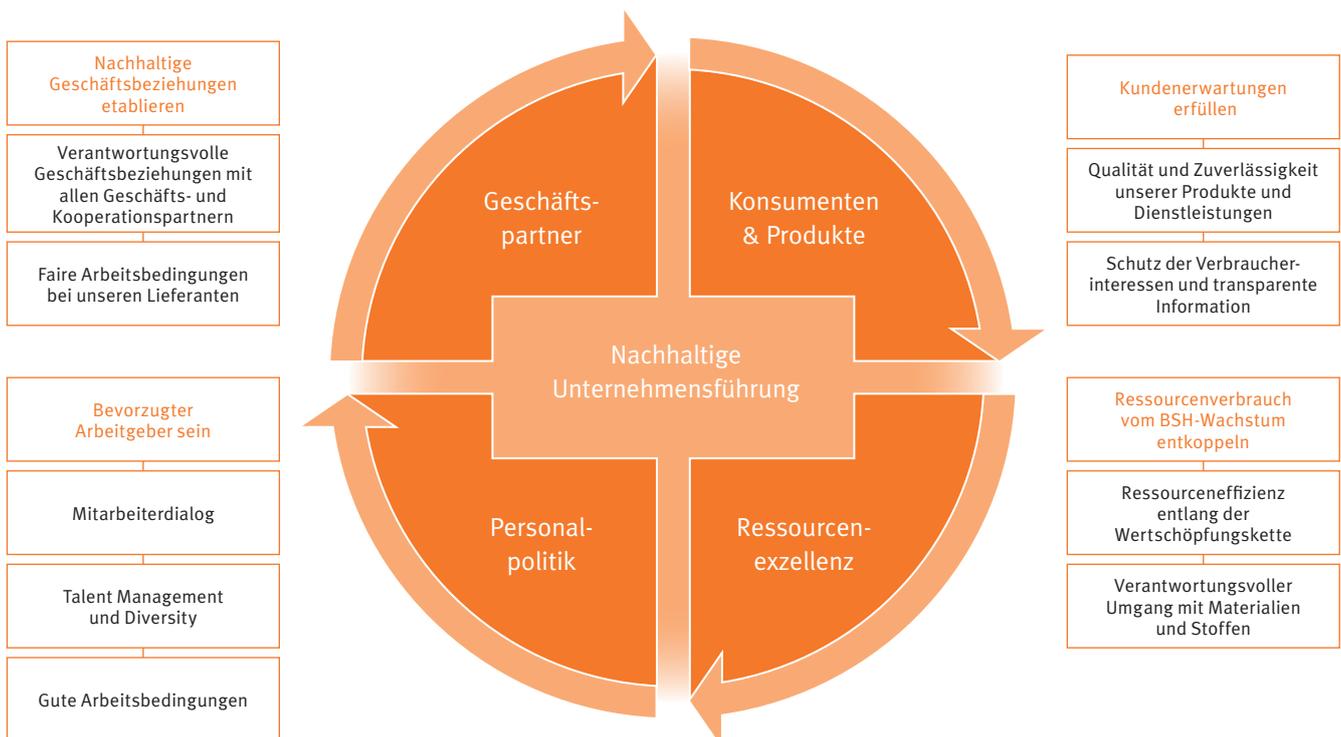
Die BSH versteht ihre Unternehmensverantwortung im Sinn einer permanenten Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsleistung. Diesen Managementprozess steuert sie nach dem Ansatz „Plan-Do-Check-Act“: Planen, einführen, messen, handeln (siehe S. 14). Dadurch werden Aktivitäten gebündelt und strategisch ausgerichtet. Ausgewählte mittelfristige Nachhaltigkeitsziele werden in die BSH-Businessplanung mit einem Planungshori-

zont von fünf Jahren integriert. Die relevanten Steuerungsgrößen, sogenannte KPIs (Key Performance Indicators), werden im Rahmen der Businessplangespräche einem Soll-Ist-Vergleich unterzogen und bei Bedarf neu justiert. 2013 neu aufgenommen in die Businessplanung wurden weitere mittelfristige Nachhaltigkeitsziele zur Kundenzufriedenheit.

Beteiligung der Mitarbeiter

Für ein erfolgreiches Nachhaltigkeitsmanagement sind neben der kennzahlengestützten Steuerung ebenso Partizipation und Dialog mit den Mitarbeitern wichtig. Die BSH nutzt vielfältige Instrumente, um das Verständnis für Nachhaltigkeit zu fördern und im Unternehmen zu verankern. Workshops zu Nachhaltigkeit mit lokalen Führungskräften und Mitarbeitern in Spanien, der Türkei, Belgien und Polen haben gezeigt, dass es trotz lokaler Besonderheiten eine entscheidende Gemeinsamkeit gibt: Die BSH trägt an den Betriebsstandorten zur wirtschaftlichen und nachhaltigen Entwicklung der jeweiligen Region bei. Dies vor allem als Arbeitgeber, mit der Ausbildung junger Menschen, im Umweltschutz, in der Förderung von Hochschulen und Studenten, im Dialog mit Politik und Verbänden sowie bei der Unterstützung von lokalen und sozialen Initiativen und Programmen.

Handlungsfelder und Schwerpunktthemen der BSH-Nachhaltigkeitsstrategie





Nachhaltige Unternehmensführung

Governance, Risk und Compliance als Basis

Verlässlichkeit, Fairness und Integrität im internen Umgang und im Kontakt mit Geschäftspartnern und Konsumenten sind ein fester Bestandteil des Unternehmensleitbildes der BSH und die Basis für langfristigen Erfolg. Wo immer wir tätig sind, steht unser Handeln im Einklang mit gültigem Recht. Klare Strukturen und Verantwortlichkeiten sowie Richtlinien unterstützen die Einhaltung in allen Bereichen und Prozessen des Unternehmens.

Als weltweit tätiges Unternehmen leistet die BSH einen Beitrag zur Schaffung von fairen Arbeitsbedingungen sowie zum Umweltschutz. Sie hat sich im Jahr 2004 mit dem Beitritt zum Global Compact der Vereinten Nationen zur Förderung seiner zehn Prinzipien bezüglich Menschenrechten, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung verpflichtet. Im Jahr 2005 unterzeichneten wir den Verhaltenskodex des europäischen Verbands der Hausgerätehersteller, CECED, an dessen Ausarbeitung wir maßgeblich beteiligt waren.

Integrierter Ansatz

„Governance-Risk-Compliance“

Nachhaltige Unternehmensführung bedeutet für uns auch, dass wir die sich verändernden Anforderungen an Unternehmenssteuerung und -überwachung sowie die möglichen Risiken unserer Geschäftstätigkeit im Blick behalten – über alle Organisationseinheiten und Länder hinweg. Die dafür notwendigen Strukturen haben wir 2013 weiter ausgebaut und etablieren derzeit ein übergreifendes Betriebsmodell für die konzernweite Governance-Risk-Compliance-Arbeit. Sie legt einen unternehmensweiten Ordnungsrahmen für das Geschäft fest. Die Bereiche Compliance, Interne Revision und der neue Bereich Risikomanagement sind direkt dem Vorsitzenden der Geschäftsführung zugeordnet.

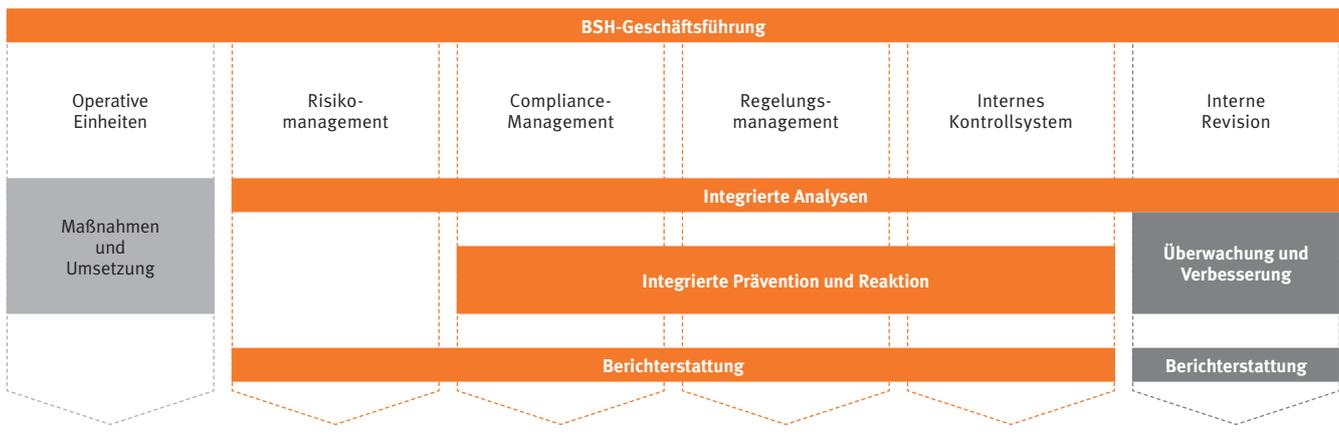
Risikomanagement ausgebaut

Ein besonderer Schwerpunkt lag in den Jahren 2012 und 2013 auf der Neuausrichtung unseres Risikomanagements. Insbesondere wurde ein Zentralbereich geschaffen und Ressourcen deutlich ausgebaut. Das mit zwei Mitgliedern der Geschäftsführung sowie Zentralbereichsleitern besetzte Risk-Management-Committee tagt im Halbjahresrhythmus. In einem neu angelegten Katalog zur Risikokategorisierung erfassen wir alle spezifischen Risiken unserer Geschäftstätigkeit: Strategische, rechtliche und regulatorische Themen finden sich darin ebenso wieder wie Compliance-, Steuer-, Nachhaltigkeits- und Reputationsaspekte. Betrachtet werden außerdem produkt-, fertigungs- und vertriebsbezogene sowie länderspezifische Risiken.

Der Katalog umfasst mittlerweile rund 100 Themen, die im Zuge der zweimal jährlich stattfindenden Abfrage von Risiken, aber auch im kontinuierlichen Austausch mit den Zentral- und Produktbereichen sowie den Tochtergesellschaften aktualisiert werden. Er dient den Organisationseinheiten als Hilfestellung bei der Risikoidentifikation und ist zugleich Grundlage für die Erstellung von sogenannten Risikolandkarten für den Konzern.

Risikomanager in allen BSH-Gesellschaften unterstützen bei der konzernweit einheitlichen Anwendung der Risikoerfassung. Verantwortlich für das Risikomanagement der jeweiligen Organisationseinheit ist deren Leitung. Der erfolgreiche Roll-out dieser Neuausrichtung des BSH-Risikomanagements wurde gestützt durch webbasierte Infor-

Integrierter Ansatz „Governance-Risk-Compliance“



mationen, themenspezifische Workshops und intensive Schulungen, an denen mehr als 100 Mitarbeiter teilnahmen.

Präventionsansatz bei Compliance gestärkt

Compliance verstehen wir bei der BSH als ein Instrument zur Risikoreduktion und zur Sicherstellung einer wertorientierten Unternehmensführung. Deshalb legen wir den Fokus unserer Aktivitäten in diesem Bereich auf die Förderung des Verständnisses für regelkonformes Verhalten, die Verbesserung der Transparenz und die Vereinfachung von Geschäftsprozessen. Auch hier verstärkten wir im Jahr 2013 unsere Ressourcen: Zu den Aufgaben des Zentralbereichs Compliance gehören nun Präventionsprogramme, interne Beratung der Funktionen und Regionen sowie Entwicklung von Trainingskonzepten. Diese decken inhaltlich die vier Kerngebiete von Compliance – Antikorruption, Kartellrecht, Datenschutzrecht und Geldwäscheprävention – ab.

Compliance-Officer in der Konzernzentrale und in den Ländern, in denen die BSH Tochtergesellschaften unterhält, stellen eine durchgängige Verankerung sicher. Mitarbeiter, die einen Verstoß melden wollen, können sich an einen unabhängigen, externen Ombudsman wenden oder das IT-basierte anonyme Hinweisgebersystem „Trust and Tell“ nutzen. 2013 nahmen fast 19.500 Mitarbeiter an webbasierten Compliance-Trainings teil. Neben der Zusammenführung und Vereinfachung aller Compliance-Richtlinien wollen wir 2014 die Erprobungsphase von IT-gestützten Compliance-Tools zur Integritätsprüfung unserer Geschäftspartner sowie Hochrisikotransaktionen abschließen. Der konzernweit standardisierte Prozess zur

Integritätsprüfung unterstützt Mitarbeiter vor beziehungsweise während der Vertragsanbahnung mit potenziellen Geschäftspartnern. Zudem werden durch ein weiteres Tool Hochrisikotransaktionen im Zahlungsverkehr des Konzerns identifiziert, plausibilisiert und im Bedarfsfall zusätzlich durch die Fachabteilung geprüft.

Interne Revision als dritter Schwerpunkt

Zu den Aufgaben der Internen Revision gehört es, Gefährdungspotenziale im Unternehmen frühzeitig zu erkennen, um Haftungsrisiken für die Geschäftsführung zu mindern. Sie bildet damit den dritten Schwerpunkt innerhalb der Governance-Risk-Compliance-Struktur der BSH. Sie prüft einer jährlichen Planung folgend – unabhängig und neutral – Themen und Aktivitäten, die für die BSH als relevant erfasst worden sind.

Um die Einhaltung der Revisionsmethoden durchgängig sicherzustellen und dem Wachstum der BSH sowie der damit verbundenen Komplexität Rechnung zu tragen, wurden 2013 die regionalen Revisionsabteilungen in der Türkei, China, der Region Asia Pacific und den USA fachlich an den Zentralbereich Interne Revision angehängt. Beispiele für Prüfungen im Jahr 2013 waren Themen wie Scheinselbständigkeit, die Einhaltung der EU-Richtlinie Waste of Electrical and Electronic Equipment (WEEE) in den Ländern oder Verantwortung und Compliance im Einkauf.



Nachhaltige Unternehmensführung

Verantwortungsvolle Interessenvertretung

Nachhaltige Unternehmensführung muss die regulatorischen, gesellschaftspolitischen und ethischen Ansprüche aus Politik und Gesellschaft berücksichtigen und mit den Unternehmenszielen in Einklang bringen. Dazu treten wir zunehmend in den Dialog mit Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen sowie Umwelt- und Verbraucherverbänden. Wir beteiligen uns am politischen Diskurs und setzen uns für eine nachhaltige Entwicklung und förderliche Rahmenbedingungen für wirtschaftliches Handeln ein.

Fair und transparent

Als global agierendes Unternehmen vertreten wir unsere Interessen und Positionen in nationalen, europäischen und internationalen Branchenverbänden und durch direkte Politikkontakte. Weiterhin wirken wir weltweit in Gremien der technischen Regulierung und Normung mit. Aktuelle Themen der Verbandsarbeit sind unter anderem die Revision des europäischen Energielabels, aber auch Standardisierung in den Bereichen Produktsicherheit und Gebrauchstauglichkeit. Unseren Beitrag zur politischen und gesellschaftlichen Meinungsbildung leisten wir konstruktiv und verantwortungsvoll. Um sicherzustellen, dass dies im Einklang mit unseren Werten und Prinzipien geschieht, haben alle Mitarbeiter, die die Interessen der BSH gegenüber Anspruchsgruppen vertreten, Compliance-Schulungen absolviert.

Positionen und Impulse 2013

Das EU-Energielabel hat sich im Markt als ein wichtiges und sinnvolles Informationsinstrument für den Kunden und Handel etabliert. Die darauf enthaltenen Informationen umfassen heute neben den Energieeffizienzklassen auch – je nach Produkttyp – weitere wesentliche Leistungsmerkmale, wie beispielsweise den Wasserverbrauch. Für den Konsumenten ist es wichtig, dass diese ausgewie-

senen Merkmale eine eindeutige Differenzierung des Produktangebotes erlauben. Nur so können fundierte und informierte Kaufentscheidungen getroffen werden. So hat das EU-Energielabel bisher in sehr hohem Maße dazu beigetragen, dass der Kunde sich für energieeffiziente Geräte interessiert und entscheidet. Aber auch auf Seiten der Hersteller zeigt die transparente Kennzeichnung Wirkung: Seit Einführung des Energielabels ist die Stromeffizienz der Hausgeräte stetig gestiegen. So haben wir beispielsweise den Stromverbrauch einer Kühl- und Gefrierkombination in den vergangenen 15 Jahren um 75 Prozent reduziert und damit einen wesentlichen Beitrag zum Klimaschutz geleistet.

Für die 2014 anstehende Revision des EU-Energielabels fordern wir im Sinne einer transparenten Verbraucherinformation und zur Planungssicherheit die Beibehaltung der Fokussierung auf Energieeffizienz sowie die ambitionierte Skalierung der Energieeffizienzklassen. Um die hohe Akzeptanz der Kennzeichnung auch in Zukunft sicherzustellen, stehen wir hierzu nicht nur innerhalb unserer Branche, beispielsweise im Vorstandskreis Umwelt, Energie und Klima des Zentralverbands Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e.V. (ZVEI), im Austausch, sondern auch mit übergreifenden Organisationen wie dem Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv). Auf europäischer Ebene führen wir mit Verbraucherverbänden wie dem European Association for the Co-ordination of Consumer Representation in Standardisation (ANEC) und dem Bureau Européen des Unions de Consommateurs (BEUC) einen zukunftsorientierten Dialog. In die aktuelle politische und gesellschaftliche Diskussion zur Energiewende bringen wir vor allem

unsere Expertise bezüglich Energieeffizienz aktiv ein. So setzen wir uns hinsichtlich der EU-Energieeffizienzrichtlinie für die Einführung marktbasierter Anreizsysteme ein.

Kooperationen und Partnerschaften

Wir wollen über bestehende Produktkennzeichnungen hinausgehen und mehr Transparenz schaffen. Die Einführung sogenannter Stromeffizienzklassen für Haushalte könnte den Gesamtstromverbrauch transparent machen und künftig dabei helfen, die richtigen Maßnahmen zum Stromsparen im Haushalt zu ergreifen. Das neue Label entwickelt die BSH als Praxispartner in einem Forschungsprojekt unter der Leitung des ISOE – Institut für sozial-ökologische Forschung gemeinsam mit dem Öko-Institut e.V. sowie Stromanbietern und Verbraucherschützern. Durch die übergreifende Beteiligung am Forschungsprozess können bedarfsgerechte technische Lösungen, neue Geschäftsmodelle und maßgeschneiderte Beratungsangebote entwickelt werden. Gefördert wird das Projekt vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF).

In Kooperation mit der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule (RWTH) Aachen untersuchen wir derzeit im Projekt „Kundennutzen und Zahlungsbereitschaft für ökologiebezogene Produktmerkmale“ die Konsumentenperspektive am Beispiel von Waschmaschinen und Kühlgeräten. Die Studienergebnisse werden in unsere Vermarktung zukünftiger ressourcenschonender Technologien einfließen. Mit dem Vorhaben „SmartEnergy Region Oberland“ untersuchen drei bayerische Landkreise, Stadtwerke, Forschungseinrichtungen, eine Bürgerinitiative und mehrere Unternehmen, inwieweit die dezentrale Energieversorgung auf kommunaler Ebene ausgebaut werden kann. Hierbei stehen die Themen Erneuerbare Energien und Energieeffizienzmaßnahmen im Mittelpunkt. Als Kooperationspartner unterstützt die BSH dabei ein lokales Pilotprojekt, das zum Ziel hat, in privaten Haushalten und Gewerbebetrieben jährlich bis zu 20 Prozent Strom einzusparen.

Außerdem engagiert sich die BSH im Rahmen ihrer Mitgliedschaft beim Bundesdeutschen Arbeitskreis Umweltbewusstes Management (B.A.U.M. e.V.) im Fachbeirat „Ressourcen und Kreislaufwirtschaft“ sowie im Münchener Klimaschutzbündnis und beim Energieeffizienzpakt Bayern.

Wesentliche Mitgliedschaften in Branchenverbänden

- CECED** – European Committee of Domestic Equipment Manufacturers
- ZVEI** – Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e.V., Deutschland
- AMDEA** – Association of Manufacturers of Domestic Appliances, UK
- AHAM** – Association of Home Appliance Manufacturers, USA
- CHEAA** – China Household Electrical Appliances Association, China
- EuropElectro** – Representation of European Electrical and Electronics Industry, China

Engagement in Normungsorganisationen

- IEC** – International Electrotechnical Commission
- CENELEC** – European Committee for Electrotechnical Standardization
- DIN** – Deutsches Institut für Normung

Transparente Effizienz

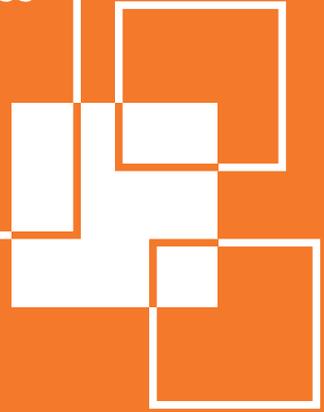
Das neue europäische Energie-label macht die Energieeffizienz für Hausgeräte seit 2011 noch besser sichtbar. Zusätzliche Energieeffizienzklassen, Jahresangaben zum Strom- und Wasserverbrauch, sprachneutrale Piktogramme, Informationen zu Geräuschemissionen und viele weitere Details: Besonders effiziente Hausgeräte können Kunden so auf den ersten Blick erkennen.



Beispiel aktuelles Energielabel für Waschmaschinen



Wie stellt die
BSH sicher, dass
sie ihre Ziele
erreicht?



Wie stellt die BSH sicher, dass sie ihre Ziele erreicht?

Unser Anspruch: Stetige Verbesserung der Umweltleistung

Die BSH entwickelt ihre Nachhaltigkeitsleistung permanent weiter und steuert diesen Managementprozess gemäß dem Plan-Do-Check-Act-Ansatz (PDCA). So stellen wir sicher, dass Ziele im ganzen Unternehmen verbindlich festgelegt sowie verlässlich umgesetzt und nachverfolgt werden. Die aus der Stakeholderbefragung und intern identifizierten Themen sind Grundlage für unsere Umweltstrategie „Ressourcenexzellenz“. Darauf basierend legen wir umweltbezogene Programme und Maßnahmen fest. Ein internes Kontrollsystem sowie eine systematische Überprüfung unserer Prozesse und Ziele vervollständigen den PDCA-Ansatz.

PDCA-Ansatz am Beispiel Ressourcenexzellenz



Schwerpunkte 2013

Ressourcenexzellenz:

Entkopplung von Wachstum und Ressourcenverbrauch

Geschäftspartner:

Nachhaltige Wertschöpfung

Konsumenten und Produkte:

Mit Qualität begeistern

Personalpolitik:

Meinung schafft Mehrwert



Schwerpunkte 2013

Ressourcenexzellenz

Entkopplung von Wachstum und Ressourcenverbrauch

Umweltberichterstattung, FCKW-Ausstieg, energieeffiziente Geräte – in Sachen Umweltschutz und Senkung des Ressourcenverbrauchs ist die BSH in ihrer Branche schon immer ein Vorreiter gewesen. Diesen Anspruch verfolgen wir konsequent weiter. Unser Ziel Ressourcenexzellenz erreichen wir durch die Entkopplung weiteren BSH-Wachstums vom Ressourcenverbrauch. Wir wollen zukünftig noch mehr Transparenz schaffen, um die ökologischen und ökonomischen Auswirkungen unseres Handelns besser bewerten zu können. Einen ersten wichtigen Schritt gehen wir in der Klimaberichterstattung.

Vorreiter bleiben

Der Schutz der Umwelt und der Ressourcen ist fester Bestandteil des Unternehmensleitbildes der BSH. Als einer der weltweit führenden Hersteller von Hausgeräten können wir wesentlich

zum schonenden Umgang mit Ressourcen und zum Umweltschutz beitragen. Unsere Fortschritte dokumentieren wir seit Anfang der 1990er Jahre im jährlich erscheinenden Nachhaltigkeitsbericht. Vorreiter in unserer Branche waren wir bereits 1993 mit dem frühen Ausstieg aus der Verwendung von FCKW in unseren Kältegeräten in Europa, später auch in China und Lateinamerika. Die von uns entwickelte Produkt-Umwelt-Betrachtung (PUB) (siehe S. 27) ist bei jeder Produktentwicklung verpflichtend anzuwenden. Mit einem breiten Spektrum an energieeffizienten Geräten nehmen wir unsere Verantwortung für den Klimaschutz wahr und tragen maßgeblich zur Verringerung des Stromverbrauchs in den Haushalten bei.

Corporate Carbon Footprint der BSH

In Tsd. Tonnen



Seit 2006 weisen wir den Corporate Carbon Footprint nach dem internationalen Standard des Greenhouse Gas Protocol aus. Die Kenngröße spezifischer CO₂-Ausstoß pro Tonne Produkt berechnen wir auf Basis der Werte aus Scope 1 und 2. Scope-3-Aktivitäten umfassen derzeit Fertigerätetransporte ausgehend von Deutschland, weltweite Kundendienstfahrten sowie Dienstreisen. Eine Weiterentwicklung der Scope-3-Betrachtung ist für die nächsten Jahre geplant.

Ressourcenzellenz als Programm

Angesichts steigender Belastungen der Ökosysteme und der zunehmenden Erschöpfung wichtiger Ressourcen wollen wir langfristig unser Wachstum vom Ressourcenverbrauch entkoppeln. Unter Ressourcenzellenz verstehen wir den sparsamen Umgang mit Materialien und Energie in der gesamten Wertschöpfungskette, also nicht nur in unseren Fabriken und in der Logistik, sondern auch in der Nutzungsphase unserer Produkte sowie bei der Rücknahme und Verwertung von Altgeräten. Genauso wichtig sind der verantwortungsvolle Umgang mit Materialien, die Vermeidung kritischer Stoffe in unseren Geräten, die Verbesserung ihrer Recycelbarkeit und das Schließen von Stoffkreisläufen. Den konzernweiten CO₂-Fußabdruck zu reduzieren, ist ein weiterer wichtiger Beitrag zu mehr Klimaschutz.

CO₂-Emissionen weiter senken

Die BSH erfasst ihren CO₂-Ausstoß für betriebliche Konzerntätigkeiten bereits seit 2006 nach dem internationalen Standard des Greenhouse Gas Protocol. Wir berichten zu folgenden Bereichen:

- Scope 1: Öl- und Gasverbrauch der BSH-Standorte
- Scope 2: Strom- und Fernwärmeverbrauch
- Scope 3: Fertigerätetransporte sowie Reise-tätigkeit und Kundendienstfahrten

2013 lag der konzernweite Carbon Footprint der BSH (Scope 1 und 2) bei 299.000 Tonnen CO₂ und damit 4,8 Prozent niedriger als 2012 (314.000 Tonnen). Rund 15 Prozent sind direkte Emissionen und stammen aus dem Öl- und Gasverbrauch der BSH-Standorte (Scope 1). Die indirekten Emissionen (Scope 2) konnten gegenüber dem Vorjahr um 5,5 Prozent gesenkt werden. Dazu trugen insbesondere der Bezug von Elektrizität aus regenerativen Quellen in den spanischen Fabriken sowie die Reduzierung des absoluten Stromverbrauchs an den Produktionsstandorten durch Maßnahmen des Projekts Ressourceneffizienz 2015 bei.

Die Kenngröße zur Steuerung unserer Klimastrategie ist der spezifische CO₂-Ausstoß (Scope 1 und 2) pro Tonne Produkt. Diesen konnten wir gegenüber dem Vorjahr um 12,8 Prozent auf 212 Kilogramm pro Tonne Produkt reduzieren. Einem 60 Kilogramm schweren Hausgerät aus BSH-Produktion können so durchschnittlich rund 13 Kilogramm CO₂-Emissionen (Vorjahr 15 Kilogramm) zugerechnet werden.

Ein Leitfaden für mehr CO₂-Transparenz

Die Europäische Union hat sich das Ziel gesetzt, bis 2050 den Ausstoß von Treibhausgasen gegenüber 1990 um 80 Prozent zu reduzieren. Bisher mangelt es Unternehmen in Deutschland jedoch an Leitlinien und Vorschlägen, wie sie ihren Beitrag leisten und effiziente Maßnahmen umsetzen können. Die BSH hat sich deshalb im Jahr 2013 an einem Projekt unter Leitung des World Wide Fund For Nature (WWF) und des Carbon Disclosure Project (CDP) beteiligt, welches bis Anfang 2014 eine einheitliche Methodik der Klimaberichterstattung erarbeitet hat. Unternehmen erhalten in Form eines Leitfadens umfangreiche Hilfestellungen, um relevante, emissionstreibende Prozesse zu identifizieren, zu berechnen und verständlich zu kommunizieren. Mehr Informationen unter: www.klimareporting.de

Auf Basis der neu gewonnenen Erkenntnisse werden wir die Erhebung und Berechnung unseres eigenen Corporate Carbon Footprint überarbeiten, um die Gesamtheit der ökologischen und ökonomischen Effekte unserer Geschäftstätigkeiten noch besser zu erfassen und für unsere Anspruchsgruppen verständlich darstellen zu können.

CO₂-Emissionen aus Verkehr und Transport

Aus den Scope-3-Kategorien berücksichtigen wir nur die Emissionen, die die BSH unmittelbar beeinflussen kann. Dazu zählen die Transporte unserer Fertigeräte, die Kundendienstaktivitäten sowie die Dienstreisen unserer Mitarbeiter und der Vertrieb. Als weltweit agierendes Unternehmen bewegen wir gewaltige Warenströme, um unsere Handelspartner und Regionalläger zu versorgen. Aufgrund ihres großen Einflusses auf unseren Carbon Footprint wollen wir unsere CO₂-Emissionen aus Warentransporten bis 2020 gegenüber 2006 um 20 Prozent senken (siehe auch S. 30). Für alle Transporte von deutschen Lagerstandorten zu unseren deutschen Handelspartnern und unsere weltweite Belieferung der Regionalläger wurden im Berichtsjahr 92.200 Tonnen CO₂ emittiert.

Die CO₂-Emissionen aus Reisetätigkeiten und Kundendienstfahrten beliefen sich 2013 auf 53.000 Tonnen. Von diesen verursachten Flugreisen 23, Pkw-Fahrten 76 und Bahnreisen ein Prozent. Die Pkw-Fahrten des Kundendienstes und des Vertriebs sowie die sonstigen Dienstreisen erfolgen überwiegend mit Miet- und Leasingfahrzeugen. In Deutschland nutzen die Kundendienst- Servicetechniker verbrauchsarme Fahrzeuge.



Schwerpunkte 2013

Geschäftspartner

Nachhaltige Wertschöpfung

Verantwortlich zu handeln, heißt für die BSH auch, weltweit zu besseren Arbeits- und Lebensbedingungen beizutragen. Mit dem Beitritt zum UN Global Compact 2004 und der Unterzeichnung des Verhaltenskodex des Verbands der europäischen Hausgerätebranche CECED 2005 hat die BSH früh klare Signale gesetzt. Das 2013 eingeführte Social-Compliance-Programm für unsere Lieferanten soll sicherstellen, dass Mindeststandards bezüglich Arbeitsbedingungen und Umweltschutz auch in der vorgelagerten Wertschöpfungsstufe eingehalten werden.

Herausforderung Lieferkette

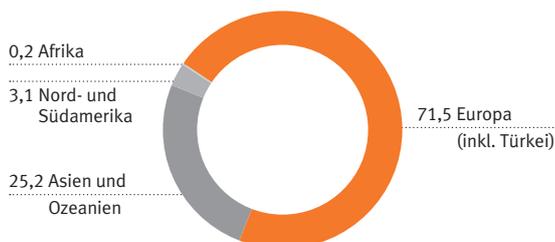
Von einem Premiumanbieter wie der BSH erwarten die Kunden ökologisch, ökonomisch und sozial einwandfreie Geschäftspraktiken. Eine Voraussetzung dafür ist ein nachhaltiges Lieferantenmanagement. Bei der BSH baut dieses auf langfristigen Partnerschaften auf. Nur so können wir auch bezüglich Qualität, Liefertreue, Innovationen und Kosten wettbewerbsfähig sein. Das Zulieferport-

folio reicht vom Hersteller von Kunststoffgranulat oder Stahl, von denen es weltweit nur wenige gibt, bis hin zum hoch spezialisierten Produktionsbetrieb komplexer Baugruppen. Zudem bergen besonders arbeitsintensive Prozesse bei unseren Lieferanten, wie die Herstellung von Kunststoff-, Gummi- oder Metallteilen, ein hohes Risiko bezüglich Arbeitssicherheit und Gesundheit der Arbeitnehmer. Ebenso muss besonders auf die Einhaltung von Umweltauflagen geachtet werden.

Im Sinne einer nachhaltigen Wertschöpfung gestalten wir unsere Geschäftsbeziehungen nach den Regeln des fairen Wettbewerbs und berücksichtigen nur Lieferanten, die auch der Verantwortung für Umweltschutz, Menschenrechte, Arbeitssicherheit und Gesundheit einen hohen Stellenwert einräumen.

Einkaufsvolumen nach Regionen*

In Prozent

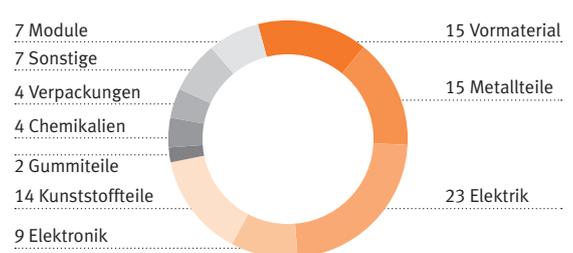


Stand: 31.12.2013

* Aufgrund veränderter Regionenaufteilung ist ein direkter Vergleich mit dem Vorjahr nicht möglich.

Einkaufsvolumen nach Materialgruppen

In Prozent



Stand: 31.12.2013

Konzernprogramm „Procurement Governance“

Mit dem 2013 gestarteten Konzernprogramm Procurement Governance setzt die BSH den Rahmen für konzernweit einheitliche und transparente Beschaffungsprozesse. So werden intern klare und durchgängige Verantwortlichkeiten und Berichtsstrukturen festgelegt und ein Compliance-Management für die Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern implementiert. Grundlage hierfür sind die BSH Business Conduct Guidelines. Sie geben konzernweit verbindliche Regeln für verantwortungsvolles Handeln im Umgang mit Kunden und Geschäftspartnern vor und schaffen Orientierung zu Wettbewerbs- und Kartellrecht, Antikorruption oder zur Vermeidung von Interessenkonflikten. Das Konzernprogramm schließt auch das 2012 aufgesetzte eigenständige Modul Social Compliance in der Lieferkette ein. Seit 2013 verantwortet ein neu aufgebautes Fachteam im Konzernbereich Einkauf BSH-weit die Implementierung dieses Moduls, um die Einhaltung fairer Arbeitsbedingungen in der Lieferkette sicherzustellen. 2016 wollen wir unsere Beschaffungsprozesse durch einen unabhängigen Dritten als „Safe & Clean“ auditieren lassen.

„Social-Compliance“-Programm

Das Social-Compliance-Programm verlangt von unseren Zulieferern die schriftliche Anerkennung des Code of Conduct für Lieferanten der BSH-Gruppe. Zudem müssen sie den Nachweis eines durch einen externen Zertifizierer erfolgreich durchgeführten Social Audits erbringen.

2013 haben wir mit der systematischen Auditierung unserer rund 3.000 bestehenden Lieferanten von Produktionsmaterial begonnen. Dabei haben wir uns zunächst auf 200 Schlüssellieferanten mit besonders arbeitsintensiven oder umweltrelevanten Fertigungsverfahren konzentriert. Basis der Auswahl war eine Risikoanalyse der unterschiedlichen Einkaufsmaterialien sowie Zulieferbranchen, mit der wir die relevanten „Hotspots“ in Bezug auf die zehn Prinzipien des Code of Conduct für Lieferanten der BSH-Gruppe identifiziert haben.

Die Social Audits werden direkt vom jeweiligen Lieferanten in Auftrag gegeben und weisen nach, dass die Prinzipien des BSH Code of Conduct unter Beachtung der lokalen Gesetzgebung und Anforderungen eingehalten werden. Während des Auditbesuchs werden die relevanten Fertigungsstandorte des Lieferanten besichtigt und Interviews mit dem Standortmanagement geführt. Mitarbeiter haben üblicherweise Gelegenheit, sich zu

Verhaltenskodex für faire Arbeitsbedingungen

Die BSH war 2005 maßgeblich an der Erstellung des CECED Code of Conduct, dem Verhaltenskodex des europäischen Verbands der Hausgerätehersteller, beteiligt. Dieser bezieht sich unter Beachtung lokal geltender Gesetze und Bestimmungen auf das Verbot von Zwangs- und Kinderarbeit, Antidiskriminierung, Arbeitszeitbegrenzung, gerechte Entlohnung, Arbeitssicherheit, Gesundheit, Versammlungsfreiheit und Recht auf Kollektivvereinbarungen sowie auf Umweltbewusstsein. Diese Prinzipien sind auch Grundlage für den Code of Conduct für Lieferanten der BSH, der seit 2007 Vertragsbestandteil für Lieferanten von Produktionsmaterial ist.

Arbeitsbedingungen, Entlohnung und Mitspracherechten zu äußern. Die BSH erhält die Auditergebnisse inklusive erforderlicher Korrekturmaßnahmen – bewertet nach einem vierstufigen Rating: kritisch, große Abweichungen, geringe Abweichungen, konform. Über diese Ergebnisse und den Programmfortschritt wird quartalsweise an das Steering Committee des Konzernprogramms Procurement Governance berichtet. Für Lieferanten mit kritischem Auditergebnis ist eine entsprechende Eskalation vorgesehen.

Frühe Einbindung der Beteiligten

Entscheidend für den Erfolg des Social-Compliance-Programms sind die frühe Einbindung und fachliche Unterstützung der verantwortlichen Einkäufer und eine klare und umfassende Kommunikation an die beteiligten Partner. Damit alle Beteiligten über den Auditprozess sowie die Ratings informiert sind, hat das CR-Team im Einkauf ein Handbuch für BSH-Einkäufer entwickelt. Eine Broschüre sowie interne und externe Trainings informieren über Nachhaltigkeitsthemen. Das Social-Compliance-Programm war darüber hinaus ein Thema beim jährlichen Treffen aller BSH-Einkäufer und bei der Lieferanten-Tagung 2013 im chinesischen Nanjing.

Bestehende Lieferanten sollen zukünftig in regelmäßigen Audits überprüft werden. Für 2014 werden wir vor allem von Herstellern elektrischer und elektronischer Teile aus China und der Türkei ein Social Audit verlangen.



Schwerpunkte 2013

Konsumenten und Produkte Mit Qualität begeistern

Mit unseren Produkten erfüllen wir gleichermaßen wirtschaftliche, ökologische und soziale Anforderungen unserer Kunden und anderer Stakeholder. Qualität, Zuverlässigkeit, lange Produktlebensdauer und gute Reparaturfähigkeit unserer Geräte sind Garant für Konsumentennutzen. Wie ernst wir es mit dem Schutz von Verbraucherinteressen und transparenten Verbraucherinformationen meinen, haben wir im Berichtsjahr mit einer weltweiten Sicherheitsmaßnahme für Geschirrspüler gezeigt.

Mehrere Stufen der Qualitätssicherung

Hausgeräte sind langlebige Konsumgüter. So beträgt die Erstnutzungsdauer bei Haushaltsgroßgeräten im Durchschnitt 13 Jahre. Die Produktlebensdauer ist häufig viel länger, da die voll funktionsfähigen Geräte teilweise weiterhin genutzt werden. Durch qualitätsorientierte Produktentwicklung, Zuverlässigkeit im Gebrauch, lange Ersatzteilverfügbarkeit und kompetenten Kundendienst stellen wir eine lange Produktlebensdauer sicher. Bereits in der Entwicklungsphase fokussieren wir uns darauf, dass unsere Geräte auch der härtesten Alltagsbeanspruchung gewachsen sind und dem Kunden lange nutzen. In der laufenden

BSH-Kundendienst Deutschland 2013 in Zahlen

- Mehr als 20.000 vermiedene Besuche durch telefonische oder Online-Beratung
- „Ersterledigungsrate“ beim Kunden vor Ort von 85 %

Fertigung unterziehen wir unsere Geräte stichprobenartig einem anspruchsvollen Lebensdauertest. Sollte dennoch einmal eine Reparatur notwendig sein, sind die Geräte der BSH grundsätzlich so konstruiert, dass dies möglichst einfach und wirtschaftlich geschehen kann.

Kundendienst – Beleg des Markenversprechens

Unser Qualitätsanspruch endet nicht mit der Fertigung, sondern erstreckt sich über das gesamte Geräteleben. Vor und nach dem Gerätekauf bietet unser Kundendienst als kompetenter Ansprechpartner rund um die Uhr umfassenden Service für Konsumenten. Weltweit sorgen rund 7.000 BSH-eigene Kundendienstmitarbeiter sowie ausgewählte Servicepartner dafür, dass unsere Kunden schnell und kompetent betreut werden. Dabei rücken die Möglichkeiten der digitalen Kommunikationsplattformen zunehmend in unseren Fokus. 2013 leistete die BSH rund 450.000 telefonische und Online-Beratungen – auch bereits vor dem Kauf. Unsere Servicespezialisten schulen wir mindestens sieben Tage pro Jahr zu den neuesten Technologien, aber auch zu professionellem Serviceverhalten. In Polen wurde unser Kundendienst bereits zum sechsten Mal in Folge in einer unabhängigen Verbraucherstudie zum Sieger im Bereich weiße Ware gewählt.

Vermeidung – Verringerung – Verlängerung

Im Interesse der Kunden wollen wir zeit- und kostenaufwändige Kundendiensteinsätze vermeiden. Ziel ist es, Reparaturen vor Ort nur dann durchzuführen, wenn sie tatsächlich notwendig sind. Mittels Ferndiagnose – telefonisch oder online –

In Klimakammern, Geräusch-, Wasch- und Spüllaboren prüft die BSH, ob ihre Geräte höchste Qualitätsanforderungen erfüllen. Dabei gehen wir weit über die gesetzlichen Bestimmungen und Normen hinaus.



beraten wir Kunden, so dass sie sich selbst helfen können. Ist dennoch der Einsatz des Servicetechnikers gefragt, ist eine rasche und unkomplizierte Reparaturbuchung wichtig. Unser Ziel ist es, Reparaturfälle bereits beim ersten Einsatz zu beheben. Dies ist uns 2013 in Deutschland bei 85 Prozent der Serviceeinsätze gelungen. Unser Service reicht noch weiter: Funktionsrelevante Ersatzteile halten wir grundsätzlich mindestens zehn Jahre lang verfügbar und liefern diese im Bedarfsfall, dank des dichten Logistiknetzes der BSH, in der Regel innerhalb von 48 Stunden. Diese Maßnahmen zahlen sich auch für die Umwelt aus. Außerdem sorgen eine vorausschauende Tourenplanung, ein dichtes Technikernetz, eine effiziente Ersatzteilversorgung und eine hohe Ersterledigungsquote für eine stete Verbesserung unserer Klimabilanz im Kundendienst. 2013 sanken die gefahrenen Kilometer pro Serviceeinsatz gegenüber dem Vorjahr um 5 Prozent auf 19 Kilometer.

Sicherheit für den Kunden geht vor

Wie ernst die BSH es mit dem Verbraucherschutz und einer transparenten Informationspolitik meint, hat sie im vergangenen Jahr mit der größten freiwilligen Produktsicherheitsmaßnahme der Unternehmensgeschichte bewiesen. Mit dieser kosten- und zeitintensiven Aktion wollen wir sicherstellen, dass unsere Produkte auch nach jahrelanger Nutzung unseren hohen Qualitätsansprüchen genügen.

Ausschlaggebend war ein fehlerhaftes elektronisches Bauteil im Bedienfeld einiger von uns zwischen 1999 und 2005 gefertigter Geschirrspüler. Weltweit sind davon potenziell rund fünf Millionen Geräte verschiedener Marken betroffen, die heute zwischen neun und 15 Jahre alt sind. Auch wenn der Fehler nur in äußerst seltenen Fällen zu einem Brandrisiko führen kann, haben wir Ende August 2013 in über 80 Ländern eine breit angelegte Kommunikationskampagne gestartet, um weltweit so viele Kunden wie möglich zu erreichen. Sie beinhaltet neben Anzeigen in überregio-

nalen und regionalen Zeitungen auch Hörfunkbeiträge und Presseinformationen. Außerdem nutzen wir die Social-Media-Plattformen unserer Marken, etwa auf Facebook und Twitter. Soweit Gerätedaten und Adressen vorhanden waren, haben wir die Käufer auch direkt angeschrieben.

Anhand der Modell-, Chargen- und Seriennummer können sich die Konsumenten informieren, ob ihr Gerät betroffen ist, und sich registrieren. Um problemlos erreichbar zu sein, haben wir in kürzester Zeit weltweit eine eigene Infrastruktur aufgesetzt, die neben der Webseite (www.dishcareaction.com) und Call-Centern in Landessprache auch eigens geschulte Servicetechniker umfasst. Betroffenen Kunden reparieren wir das Gerät kostenlos, dazu wird ein zusätzliches Bauteil in die jeweilige Elektronik eingebaut. Bis Ende April 2014 haben sich rund 500.000 Kunden registrieren lassen. Rund 80 Prozent von ihnen entscheiden sich für eine kostenlose Reparatur, der Rest wählt den Austausch gegen ein neues Gerät mit Sonderrabatt. Für eine erfolgreiche Umsetzung arbeiten wir von Beginn an eng mit den jeweiligen lokalen Behörden zusammen.

WICHTIGER SICHERHEITSHINWEIS

MÖGLICHE
BRANDGEFAHR

BEI GESCHIRRSPÜLERN DER MARKEN

Bitte überprüfen Sie Ihren Geschirrspüler!
Nur eine begrenzte Anzahl von Geschirrspülern, die zwischen 1999 und 2005 hergestellt worden sind, ist betroffen. Mit folgenden Maßnahmen überprüfen Sie, ob Ihr Geschirrspüler betroffen ist:

- 1** Notieren Sie sich die Marke, die Modellnummer, die Chargennummer und die Seriennummer, die sich auf dem Typenschild in der Tür des Geschirrspülers befinden (siehe Abbildung rechts).
- 2** Überprüfen Sie dann auf www.dishcareaction.de, ob Ihr Modell betroffen ist. Sie können auch unter der gebührenfreien Nummer **00800-190 819 08** oder **0800-906 010 0** anrufen, wenn Sie weitere Hilfe benötigen. Über diese beiden Kontaktmöglichkeiten erfahren Sie auch, welche Lösungen wir Ihnen anbieten.

Bitte beachten Sie:
Als Vorsichtsmaßnahme empfehlen wir, betroffene Geräte nur unter Aufsicht zu benutzen, d.h. es sollte jemand im Haus sein, wenn der Geschirrspüler in Betrieb ist. Betroffene Geräte sollten insbesondere nicht nachts benutzt werden, wenn Sie schlafen.

Wir entschuldigen uns für etwaige Unannehmlichkeiten, die Ihnen durch diese freiwillige Sicherheitsmaßnahme entstehen können, und danken Ihnen für Ihr Verständnis und Ihre Geduld. Wenn Sie Schwierigkeiten haben, zu überprüfen, ob Ihr Geschirrspüler betroffen ist, oder wenn Sie weitere Fragen haben, kontaktieren Sie uns bitte über die Internetseite oder rufen Sie uns unter der gebührenfreien Nummer an.

www.dishcareaction.de Tel.-Nr. **00800-190 819 08** oder **0800-906 010 0**

„Lieber Geld verlieren als Vertrauen“ – dieser Grundsatz von Robert Bosch wird auch von der BSH vorgelebt, zum Beispiel mit der 2013 gestarteten freiwilligen Sicherheitsmaßnahme für Geschirrspüler. Beispielsweise durch Anzeigen in regionalen und überregionalen Zeitungen informieren wir über das Risiko.



Schwerpunkte 2013

Personalpolitik

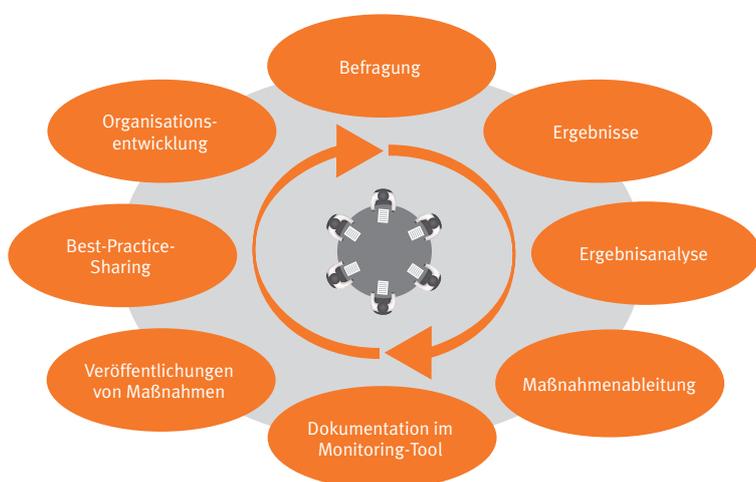
Meinung schafft Mehrwert

Jeder unserer rund 50.000 Mitarbeiter hat eine Meinung zur BSH – und diese Meinung ist uns wichtig. Denn in einem global operierenden Unternehmen mit länderübergreifender Entwicklung und Fertigung ist Zusammenarbeit erfolgsentscheidend. Im Berichtsjahr haben wir erstmals BSH-weit zeitgleich die Mitarbeiter in 47 Ländern befragt. Die Rücklaufquote ist äußerst erfreulich: 88 Prozent aller Mitarbeiter haben sich an der internationalen Umfrage beteiligt. Sie vertrauen diesem Instrument und wissen, dass sie damit etwas bewegen können. Denn für die BSH ist die Mitarbeiterbefragung von Beginn an ein strategisches Instrument für die kontinuierliche Organisations- und Personalentwicklung.

Zufriedene Mitarbeiter als Basis des Erfolgs

Der Wettbewerb um die am besten geeigneten Mitarbeiter nimmt weltweit spürbar zu. Unsere Attraktivität als Arbeitgeber ist ein Schlüsselfaktor für den nachhaltigen Erfolg der BSH. Ihn sichern wir, indem wir unseren Mitarbeitern Gehör schenken, ihre Zufriedenheit messen, vor allem aber auch notwendigen Handlungsbedarf abfragen und daran arbeiten, uns stetig zu verbessern. Bereits in den 1990er Jahren haben wir zunächst in Deutschland eine regelmäßige, anonyme Mitarbeiterbefragung eingeführt, die wir anschließend schrittweise auf andere Länder ausgeweitet haben. Mittlerweile wird sie nach internationalem Standard weltweit durchgeführt – im Herbst 2013 erstmals zeitgleich an allen BSH-Standorten. Die globale Rücklaufquote 2013 kann sich sehen lassen: 88 Prozent unserer Belegschaft haben den Fragebogen beantwortet. Das ist nicht nur die bislang höchste Quote, sondern auch ein Spitzenwert im Vergleich zu Befragungen anderer Unternehmen. Wir erkennen darin das Vertrauen unserer Mitarbeiter – in die BSH, in dieses wirksame Instrument und in unser Versprechen, dass wir das Feedback ernst nehmen. Die internationale Mitarbeiterbefragung wird im Zwei-Jahres-Rhythmus durchgeführt.

Mitarbeiterbefragung als strategisches Instrument zur Organisationsentwicklung



Genau nachgefragt

Seit Einführung der BSH-Mitarbeiterbefragung haben wir stetig an ihrer Qualität und Wirksamkeit als strategisches Instrument unserer Organisationsentwicklung gearbeitet. Ein Standard-Fragebogen reicht uns nicht aus. Jeder inhaltliche Fragenblock zu den Themen Strategie, Organisa-

tion und Prozesse, Unternehmenskultur, Führung, Leistungsanreize und Teamwork beinhaltet gezielt auf unser Unternehmen zugeschnittene Fragestellungen und wird regelmäßig um aktuelle Trends und Themen ergänzt. An erster Stelle wollen wir aber auch wissen, wie unsere Mitarbeiter zum Unternehmen stehen. Zum Beispiel haben im Berichtsjahr 93 Prozent der Mitarbeiter in Deutschland ein starkes Zugehörigkeitsgefühl zur BSH bejaht. In 11 der insgesamt 14 Themenbereiche fielen hier die Bewertungen im Vergleich zur Mitarbeiterbefragung 2011 anhaltend gut aus oder verbesserten sich sogar. Der weltweit einheitliche Fragebogen konnte online oder in Papierform beantwortet werden, umfasste bei der aktuellen Befragung 70 Fragen und wurde in 39 Sprachen übersetzt. Ergänzend hatten die einzelnen Gesellschaften die Möglichkeit, standortbezogene Fragen hinzuzufügen. Gezielt abgefragt haben wir auch Aspekte der Nachhaltigkeit, zum Beispiel zum umweltbewussten Verhalten im Unternehmen, zu unserem gesellschaftlichen Engagement oder zu Diversity. Unsere Mitarbeiterbefragung dient damit auch als Feedbackinstrument, wie Nachhaltigkeit im Unternehmen wahrgenommen wird.

Wertschöpfung aus den Ergebnissen

Die Wertschöpfung beginnt am ersten Tag der Befragung. Nach Abschluss leiten wir aus den Antworten systematisch Maßnahmen ab. Die präzise Auswertung und gezielte Kommunikation sind entscheidend dafür, dass Gutes so bleibt und noch besser wird, aber auch, dass Handlungsbedarf aufgedeckt und Verbesserungsmaßnahmen umgesetzt werden. Das 2009 zunächst in Deutschland eingeführte und mittlerweile BSH-weit implementierte Monitoring-Tool eröffnet uns dabei zahlreiche und effektive Möglichkeiten. Nach dem Top-down-Ansatz werden die Konzerngeschäftsführung und der Gesamtbetriebsrat, die Geschäftsführungen der Tochtergesellschaften und alle Führungskräfte über die Ergebnisse der Mitarbeiterbefragung informiert. Jede Führungskraft erörtert die Ergebnisse mit ihren Mitarbeitern.

Der Ergebnisbericht umfasst darüber hinaus ein Handlungsportfolio für die Themen, bei denen der größte Optimierungsbedarf besteht. Dabei erwarten wir von unserem Management, dass daraus abgeleitete Verbesserungsmaßnahmen im Dialog mit den Mitarbeitern konkretisiert und umgesetzt werden.

BSH-Mitarbeiterbefragung 2013 – wichtige Erkenntnisse in Deutschland

- 88 % der Mitarbeiter würden ihren Freunden eine Tätigkeit bei der BSH empfehlen.
- 95 % der Mitarbeiter wissen, wie sie sich Compliance-gerecht verhalten.
- 84 % attestieren, dass ihr Bereich Verstöße gegen geltende Werte und Regelungen nicht duldet.
- Über 90 % der Befragten sehen die BSH als umweltbewusstes Unternehmen.

Über 4.000 Maßnahmen

Unser Monitoring-Tool ist auch eine wertvolle Datenbank, um Erfahrungen zu teilen. Jede Führungskraft hat die Möglichkeit, ins System eingestellte Verbesserungsmaßnahmen über diese Plattform mit allen anderen Führungskräften zu teilen, so dass die Initiativen BSH-weit nutzbar sind. Die Nachverfolgung wird ebenfalls durch das System unterstützt, da die Führungskraft in einem vierstufigen Prozess den Status der Umsetzung eingeben muss. Infolge der zurückliegenden Mitarbeiterbefragungen wurden weltweit mehr als 4.000 Maßnahmen in das Monitoring-Tool eingestellt.

Best Practice für alle sichtbar

Im Sinne eines Erfahrungsaustauschs machen wir über unser Monitoring-Tool Verbesserungsmaßnahmen, die im Nachgang zur BSH-Mitarbeiterbefragung



in einzelnen Abteilungen umgesetzt wurden, weltweit zugänglich. Handlungsschwerpunkte sind Verbesserungen der Kommunikation, der Arbeitsplatzgestaltung sowie des Führungsverhaltens. Besonders oft angenommen und umgesetzt wurden weltweit:

- Erhöhung der Transparenz durch regelmäßige Kommunikation zu Bereichs- und Abteilungszielen auf allen Ebenen
- Verbindliche Zielvereinbarungen mit Mitarbeitern
- Feedback für Führungskräfte, das bisher in zehn BSH-Gesellschaften eingeführt wurde
- Ausweitung von Weiterbildungen und Verbesserung des Lernumfelds am Arbeitsplatz



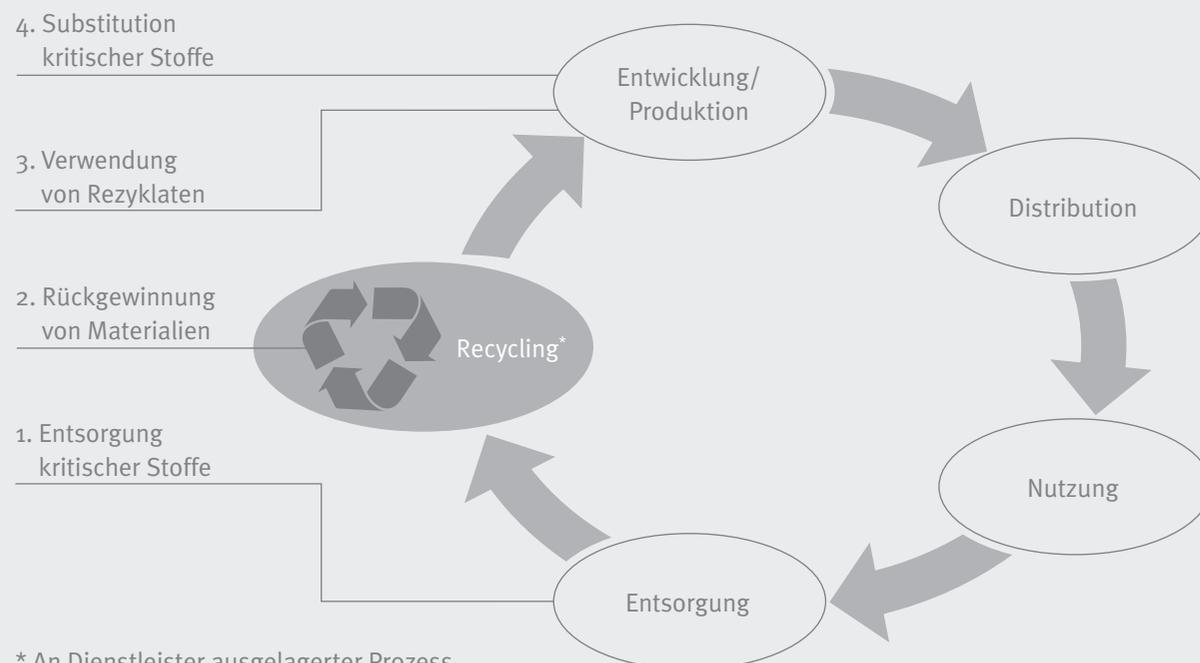
Kann man mit
weniger mehr
erreichen?



Unser Ziel: Geschlossene Stoffkreisläufe

Im Rahmen ihrer Strategie zur Ressourcenexzellenz arbeitet die BSH daran, mit dem Closed-Loop-Ansatz Stoffkreisläufe zu schließen. Dies beginnt bereits mit einer umweltorientierten Produktentwicklung (Design for Environment) und bedeutet für uns, den Einsatz kritischer Stoffe fortlaufend zu bewerten und sie gegebenenfalls zu ersetzen. Außerdem stellen wir mit Pilotprojekten in unserem Entwicklungs- und Produktionsprozess die Weichen für den Einsatz von Sekundärrohstoffen – also von bereits recyceltem Material.

Lifecycle-Betrachtung: Stoffkreisläufe schließen



Kann man mit weniger mehr erreichen?

Status 2013

509 Millionen Euro Gewinn vor Steuern

2.951 neue Mitarbeiter

334 Millionen Euro für Forschung und Entwicklung

4,8 % weniger CO₂-Emissionen

1,6 % weniger Wasserverbrauch

Status 2013

Ökonomie

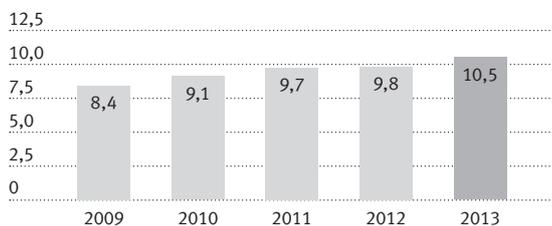
Unser unternehmerisches Handeln ist auf profitables Wachstum und nachhaltige Wertsteigerung ausgerichtet. 2013 erzielten wir mit über 10 Mrd. Euro den bislang höchsten Konzernumsatz. Dadurch schaffen wir uns Handlungsfreiheit für die Gestaltung unserer Zukunft.

Umsatzentwicklung

Der weltweite Markt für Haushaltsgroßgeräte entwickelte sich 2013 in Summe positiv. Regional waren jedoch deutliche Unterschiede zu verzeichnen. Während Deutschland nach 2012 erneut ein solides Wachstum zeigte und die USA sowie China überdurchschnittlich zulegen, blieb die Nachfrage vor allem in Südeuropa weiterhin schwach. Die BSH konnte, zum Teil überproportional, von den positiven Entwicklungen in einzelnen Märkten profitieren. Wir erzielten einen Konzernumsatz von 10,5 Mrd. Euro (davon 79,3 Prozent außerhalb Deutschlands), das entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr um 7,2 Prozent.

Umsatzentwicklung

In Mrd. Euro

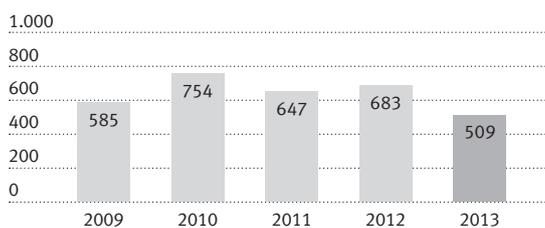


Ergebnis, Steuern und Subventionen

Im Berichtsjahr betrug das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) 509 Mio. Euro (Vorjahr 683 Mio. Euro), das sind 4,8 Prozent des Konzernumsatzes (Vorjahr 7,0 Prozent). Konzernweit lag die Steuerquote 2013 bei 29,6 Prozent (Vorjahr 24,5 Prozent). Von den insgesamt 130 Mio. Euro Ertragssteueraufwand im Konzern entfallen 64 Prozent auf Westeuropa, 17 Prozent auf Osteuropa und 19 Prozent auf Asien und Amerika. Unter anderem für Entwicklung erhielt die BSH 2013 weltweit fast 6,2 Mio. Euro an staatlichen Subventionen.

EBIT

In Mio. Euro



Forschung & Entwicklung

2013 investierten wir in Forschung und Entwicklung (F&E) 334 Mio. Euro. Das sind 2,4 Prozent mehr als im Jahr zuvor. Mit einem F&E-Anteil von 3,2 Prozent am Umsatz sind wir im internationalen Wettbewerb gut aufgestellt. Weltweit stieg der Anteil unserer Mitarbeiter im Bereich F&E um 4,7 Prozent auf 3.140, davon arbeiten 1.745 in Deutschland. Zur Sicherung unserer Technologie- und Innovationsführerschaft wurden unter anderem das BSH-Entwicklungssystem um zusätzliche Methoden erweitert sowie die Absicherung unserer gewerblichen Schutzrechte in technologisch wichtigen und marktrelevanten Bereichen weiter verbessert.

Aufwand für Forschung und Entwicklung

In Mio. Euro (ohne Investitionen)



Status 2013

Umwelt

Eine lange Produktlebensdauer, gute Wiederverwertungsquoten eingesetzter Materialien oder die Vermeidung von Gefahrenstoffen sind ökologische Themen, die in der öffentlichen Diskussion, aber auch für die Kaufentscheidung der Konsumenten immer wichtiger werden. Die BSH stellt sich diesen Anforderungen durch den verantwortungsvollen und sparsamen Umgang mit Ressourcen in ihren Produkten und Prozessen. Dabei reicht unser Ansatz Ressourcenzellenz von der Lebenszyklusanalyse unserer Geräte bis hin zur Verbesserung des betrieblichen Umweltschutzes.

Design for Environment

Mit unserem Design-for-Environment-Ansatz (DfE) beziehen wir bereits in die Konzeption und Herstellung unserer Geräte die Reduzierung von Umweltauswirkungen über den gesamten Lebenszyklus ein. Über die Energieeffizienz hinaus berücksichtigen unsere Entwicklungsingenieure auch Themen wie Gerätehaltbarkeit, Reparaturfreundlichkeit, Verwendung von Sekundärrohstoffen oder recyclinggerechte Produktgestaltung. Ziel ist es, Materialeffizienz zu erhöhen und Stoffkreisläufe zu schließen. Der Arbeitskreis Design for Environment ist für die konzernweite Umsetzung und Weiterentwicklung aller Themen des produktbezogenen Umweltschutzes verantwortlich.

Bei der Entwicklung neuer Gerätegenerationen nutzen wir bereits seit Ende der 1990er Jahre die von uns entworfene Produkt-Umwelt-Betrachtung (PUB), um umweltbezogene Aspekte gegenüber dem Vorgängermodell zu verbessern. Mit Hilfe eines Life-Cycle-Assessments (LCA) werden die ökologischen Auswirkungen in den einzelnen Lebensphasen des Produktlebenszyklus, wie Herstellung, Gebrauch, Transport und Entsorgung, ermittelt. In einem gemeinsamen Projekt mit der Universität Zaragoza (Spanien) haben wir beispielsweise die aktuelle Reihe unserer Induktionsmulden für Herde mittels einer umfassenden LCA-Betrachtung bewertet. Zudem wurde eine vereinfachte LCA-Anwendung für Produktdesigner erarbeitet, die bei der Entwicklung neuer Kochfelder eingesetzt werden kann.

Umweltmanagement und Zertifizierungen

Seit Anfang 2013 sind 40 Fabriken der BSH nach dem internationalen Standard für Umweltmanagementsysteme ISO 14001 zertifiziert. An allen BSH-Standorten sind Umweltschutzbeauftragte

sowie Fachkräfte für Arbeitssicherheit benannt, die an die Abteilung für Umweltschutz und Arbeitssicherheit in der Konzernzentrale berichten. Diese erstellt verbindliche Konzernrichtlinien und überwacht deren Erfüllung durch interne Audits.

2013 führte die BSH an drei Produktionsstandorten in Deutschland die Zertifizierung nach dem Energiemanagementsystem ISO 50001 durch. Die Fabriken des 2013 übernommenen polnischen Hausgeräteherstellers Zelmer werden 2014 in das BSH-Umweltmanagementsystem integriert.

Entsorgung und Verwertung

Als größter Hausgerätehersteller in Europa ist die BSH in über 20 nationalen Rücknahmesystemen vertreten. Unsere Verantwortung nehmen wir umfassend wahr und haben dazu beispielsweise 2008 ein zertifiziertes Qualitätssicherungssystem etabliert, um den Kältegeräte-Recyclingprozess bei den Betrieben unserer Entsorgungsdienstleister in Deutschland zu prüfen. Aufgrund der positiven Erfahrung engagieren wir uns bei dem Normungsinstitut European Committee for Electrotechnical Standardization (CENELEC) für ein europaweit einheitliches Auditsystem zur Sicherstellung der Recyclingqualität.

2012 wurde die Rücknahme und Verwertung von Elektro-Hausgeräten in der Europäischen Union neu geregelt. Seither können die Mitgliedstaaten Mindestqualitätsnormen für die Behandlung von gesammelten Elektro- und Elektronik-Altgeräten festlegen. Bei der Umsetzung der Richtlinie in den Mitgliedstaaten setzt sich die BSH weiterhin dafür ein, diese zukünftigen Standards verpflichtend in die jeweilige nationale Gesetzgebung einzubinden, um europaweit einheitliche Qualitätsanforderungen an die Rücknahme und Verwertung zu gewährleisten.

Konzernprojekt „Ressourceneffizienz 2015“

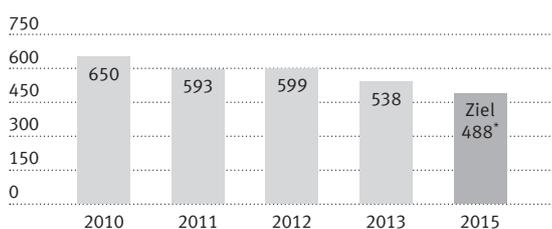
Die BSH hat sich 2012 als Mitglied der Initiative „Klimaschutz-Unternehmen“ freiwillig zu messbaren und ambitionierten Zielen bei Klimaschutz und Energieeffizienz verpflichtet. Zusammen mit 22 weiteren Firmen bilden wir ein deutschlandweites und branchenübergreifendes Exzellenznetzwerk. Dieses Commitment nach außen belegen wir mit konkreten Zielen und Maßnahmen: Im Rahmen des Konzernprojektes Ressourceneffizienz 2015 will die BSH bis Ende 2015 den spezifischen Energie- und Wasserverbrauch an ihren Produktions- und Verwaltungsstandorten um 25 Prozent gegenüber den Vergleichswerten von 2010 reduzieren. Das spezifische Abfallaufkommen soll im gleichen Zeitraum um 10 Prozent verringert werden. Im Rahmen des Konzernprojektes haben wir mit externen und internen Spezialisten Leitfäden für ressourcen- und energieintensive Prozesse von Maschinen und Anlagen entwickelt, wie beispielsweise Spritzgießen von Kunststoffen, Emaillieren oder Pressen. Weitere technische Anleitungen gibt es unter anderem auch für innerbetriebliche Fördersysteme sowie Lüftungs- und Beleuchtungsanlagen.

Mit diesen Maßnahmen konnte die BSH 2013 ihre absoluten Verbrauchs- und Abfallmengen gegenüber dem Vorjahr verringern. Der Gesamtenergieverbrauch sank um 2,2 Prozent, der Wasserbedarf um 1,6 Prozent und die Gesamtabfallmenge um 1,8 Prozent (vgl. Input-Output-Bilanz S. 29). Aufgrund dieser absoluten Einsparungen bei gleichzeitiger Steigerung der Produktionsmengen konnte der spezifische Energie- und Wasserverbrauch je Tonne Produkt weiter verbessert werden.

Insbesondere durch Einsparungen beim Verbrauch elektrischer Energie konnte der spezifische Energieverbrauch um 10,2 Prozent auf 538 Kilowatt-

Energieeinsatz

Je Tonne Produkt in kWh



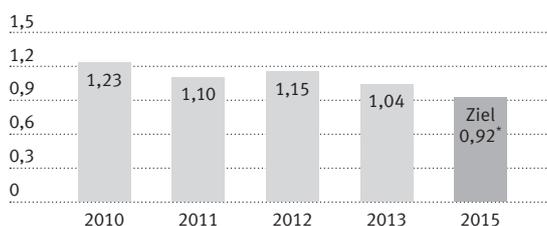
* Senkung des spezifischen Energieverbrauchs um 25 Prozent von 2010 bis 2015

stunden (kWh) pro Tonne Produkt gesenkt werden. Der Zielwert für 2013 von 553 kWh pro Tonne Produkt wurde damit deutlich unterschritten.

Der spezifische Wasserverbrauch sank gegenüber dem Vorjahr um 9,6 Prozent auf 1,04 m³ pro Tonne Produkt, womit wir unseren Zielwert für 2013 erreicht haben.

Wassernutzung

Je Tonne Produkt in m³

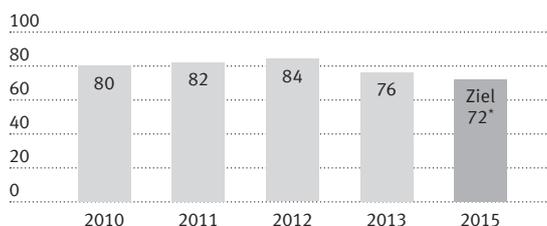


* Senkung des spezifischen Wasserverbrauchs um 25 Prozent von 2010 bis 2015

Das spezifische Abfallaufkommen konnten wir gegenüber 2012 um 9,9 Prozent auf 76 kg Abfall pro Tonne Produkt reduzieren. Damit haben wir unseren Zielwert für das Berichtsjahr erreicht.

Abfälle

Je Tonne Produkt in kg



* Senkung des spezifischen Abfallaufkommens um 10 Prozent von 2010 bis 2015

Betrieblicher Umweltschutz

Das Abwasser aus den BSH-Produktionsprozessen in den Fabriken wird einer chemisch-physikalischen Vorbehandlung unterzogen. 20 Prozent des Gesamtabwassers wurden gereinigt in oberflächennahe Gewässer eingeleitet, der größere Anteil von 80 Prozent wurde kommunalen Kläranlagen zugeführt.

Die getrennte Sammlung von Papier und Kartonagen, Kunststoffen und Folien, Glas, Holz und Metallabfällen ist in allen Fabriken Standard. Der wiederverwertbare Anteil der Gesamtabfallmenge liegt auch 2013 mit 93 Prozent auf hohem Niveau. Der Anteil an gefährlichen Abfällen reduzierte sich leicht auf 1,2 Prozent des Gesamtabfallaufkommens.

Die Freisetzung flüchtiger organischer Stoffe (VOC) ist gering, da die Lackierung von Blechen in eigenen Fabriken überwiegend mit Pulverlacken oder wässrig erfolgt. Die VOC-Emissionen stiegen 2013 auf 99 Tonnen (Vorjahr 77 Tonnen). Schwefeldioxidemissionen werden angesichts des überwiegenden Einsatzes von schwefelarmem Gas und Heizöl nicht gesondert erfasst. Stickoxidemissionen sind durch Heiztechnik beeinflussbar und fielen infolge optimierter Feuerungsanlagen mit gemessenen 32 Tonnen im Jahr 2013 äußerst gering aus. Der Ausstoß von CO₂ an unseren Produktionsstandorten (Scope 1) belief sich 2013 auf 44.000 Tonnen (detaillierter Bericht im Schwerpunkt-kapitel S. 16).

Ausgaben für betrieblichen Umweltschutz

Die laufenden Ausgaben für den betrieblichen Umweltschutz umfassen Betriebsaufwand, Kapital- und Personalaufwand sowie Gebühren. Sie stiegen 2013 konzernweit um 2,2 Prozent auf 14,2 Mio. Euro. Schwerpunkte waren die Kosten für Abfallwirtschaft (38 Prozent) sowie für Boden- und Gewässerschutz (30 Prozent), während sich die Kosten für Luftreinhaltung, Klimaschutz und Lärmschutz auf 14,5 Prozent beliefen. Die Umweltschutzinvestitionen sanken 2013 um 28 Prozent auf insgesamt 4,1 Mio. Euro. Der Hauptanteil von 84 Prozent entfiel auf Projekte für Gewässer- und Bodenschutz, Luftreinhaltung und Klimaschutz.

Umweltschutzkosten und -investitionen

In Mio. Euro



Input-Output-Bilanz

In der Input-Output-Bilanz werden sämtliche umweltrelevanten Stoff- und Energieströme der Konzernzentrale, der Entwicklungsstandorte sowie der Fabrikstandorte, an denen die BSH im Berichtsjahr (Stichtag 31.12.2013) produzierte, erfasst. Die Datenerfassung entspricht der internationalen Norm ISO 14031 zur Umweltleistungsbewertung.

Input-Ströme		2011	2012	2013	Einheit
A	Anlagegüter				
A.1	Boden	4.507.297	4.278.568	4.277.260	m ²
A.1.1	überbaute Fläche	2.083.330	2.096.897	2.042.029	m ²
A.1.2	unbebaute Fläche	2.423.967	2.181.671	2.235.231	m ²
A.2	Bebauungsgrad	46	49	48	%
B	Umlaufgüter (ohne Zukaufteile)				
B.1	Rohstoffe*	817.642	756.644	785.280	t
B.2	Hilfsstoffe**	15.981	13.681	28.981	t
B.3	Betriebsstoffe***	2.828	5.589	1.959	t
B.4	Energie	824.148	774.816	757.777	MWh
B.4.1	Elektrische Energie	463.601	450.465	422.824	MWh
B.4.2	Leichtes Heizöl	481	2.887	405	MWh
B.4.3	Gas	248.915	239.178	240.591	MWh
B.4.4	Sonstige (Fernwärme, Biomasse etc.)	111.151	82.286	93.957	MWh
B.5	Wasser	1.527.665	1.489.619	1.466.009	m ³
B.5.1	aus öffentlichem Netz	1.002.760	973.870	1.003.788	m ³
B.5.2	aus eigener Förderung ****	524.905	515.749	462.221	m ³
Output-Ströme					
C	Produkte				
C.1	Produkte (Anzahl)	48.182	47.018	54.313	Tsd. Stck.
C.2	Produkte (Tonnen)	1.390.132	1.294.326	1.407.776	t
C.3	Verpackungen	89.053	85.531	91.786	t
D	Abfälle	114.046	108.464	106.515	t
D.1	Abfälle zur Beseitigung	8.534	7.819	7.317	t
D.1.1	davon gefährliche Abfälle	2.012	1.721	1.315	t
D.2	Abfälle zur Verwertung	105.512	100.645	99.198	t
D.3	Verwertungsanteil	93	93	93	%
E	Abwasser	1.344.615	1.186.203	1.164.255	m ³
E.1	Direkteinleitung	354.057	179.324	229.272	m ³
E.2	Indirekteinleitung	990.558	1.006.879	934.983	m ³
E.3	behandelt in Neutralisationsanlagen	474.738	495.956	190.805	m ³
F	Emissionen				
F.1	flüchtige organische Kohlenstoffe (VOC)	68	77	99	t
F.2	Stickstoffoxide	38	31	32	t
F.3	Kohlendioxid (Scope 1)	44.252	44.225	43.731	t

* Metalle, Kunststoffgranulate ** Lacke, Emalle (Wert 2012 wurde berichtigt)

*** Öle, Emulsion, Lösungsmittel, Säuren, Laugen **** aus eigenen Brunnen

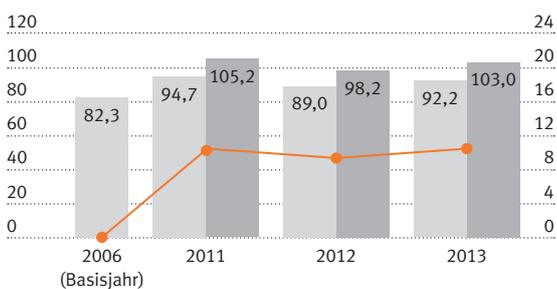
Logistik

Die BSH hat sich das ambitionierte Ziel gesetzt, die CO₂-Emissionen aus Warentransporten bis 2020 um 20 Prozent gegenüber dem Basisjahr 2006 zu senken. Mit Hilfe unserer Vergleichsmethode stellen wir CO₂-Minderungen dar, wobei wir Auswirkungen veränderter Lager- und Transportwegestrukturen oder auch Volumenänderungen berücksichtigen. Als Berechnungsgrundlage dient uns seit 2006 die europäische Norm EN 16258. In der Scope-3-Betrachtung sind derzeit die Fertigerätetransporte von unseren deutschen Lagerstandorten zu unseren weltweiten Empfängern enthalten.

Im Vergleich zum Jahr 2012 hat die BSH etwas mehr Volumen transportiert. Dieses hat jedoch durch Verlagerungen der Verkehrsträger, Erhöhung des Direktlieferungsanteils zu unseren Kunden und Verkehrsverlagerungen nicht zu einer Erhöhung der CO₂-Emissionen geführt. Hauptsächlich durch einen höheren Luftfrachtanteil nach China sind die absoluten CO₂-Emissionen 2013 auf insgesamt 92.241 Tonnen gestiegen. Die CO₂-Einsparung in Bezug auf das Basisjahr 2006 konnte auf 10,4 Prozent (Vorjahr 9,3 Prozent), also um etwa ein Prozent gegenüber 2012, erhöht werden.

CO₂-Emissionen Fertigerätetransport

In Tsd. Tonnen Einsparung in Prozent



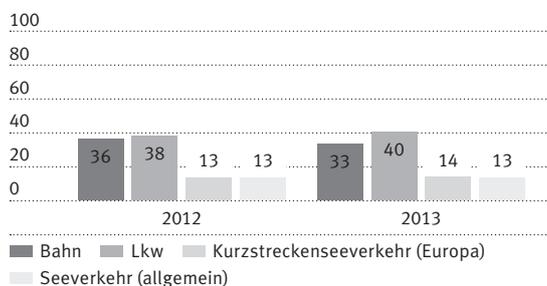
CO₂-Emissionen absolut
 CO₂-Emissionen ohne Einsparung gemäß der Vergleichsrechnung (Basisjahr 2006)
 CO₂-Einsparung in Prozent gegenüber Basisjahr 2006

Als Folge der Wirtschaftskrise 2008, verbunden mit einem Überangebot an Schiffskapazitäten, wurden die Geschwindigkeiten in der Linienschifffahrt gedrosselt und dadurch erhebliche Treibstoffreduzierungen im Seeverkehr erreicht.

Die dadurch eingesparten CO₂-Emissionen beziehen wir erst nach der entsprechenden Anpassung der von uns verwendeten Berechnungsnorm EN 16258 ein. Neben den Fertigerätetransporten wird seit 2009 auch die Versorgung der Werke mit Produktionsmaterialien innerhalb Europas koordiniert. Dadurch werden paarige Volumenströme von Produktionsmaterialien und Fertigeräten möglich. Diese Transporte werden durch Ganzzugkonzepte realisiert, die im Vergleich zu den bisherigen Lkw-Transporten erhebliche CO₂-Einsparungen bringen.

Transportaufkommen Export

In Prozent des Gesamttransportvolumens (ab Deutschland)

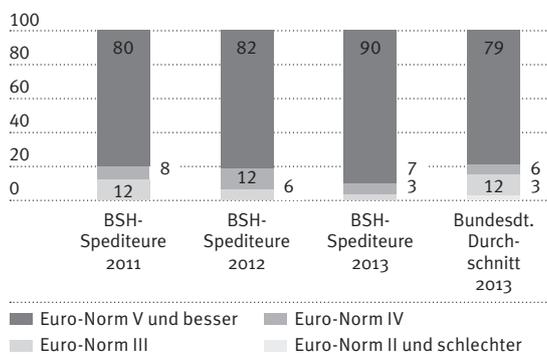


Fuhrpark

Wie bereits in den vergangenen Jahren unterbieten die Lastkraftwagen im Fuhrpark der BSH-Spediteure hinsichtlich Lärm- und Schadstoffemissionen deutlich den deutschlandweiten Durchschnitt. 2013 stieg der Anteil an Fahrzeugen mit Euro-Norm V oder besser auf 90 Prozent und übertrifft damit den Bundesdurchschnitt um 11 Prozent.

Anteil Euro-Norm II bis V

In Prozent der eingesetzten Lkw



Status 2013

Verbraucherinteressen

Wir setzen alles daran, dass Handel und Konsumenten uns weltweit als verlässlichen, kompetenten und fairen Partner erleben. Dies haben wir in unserem Leitbild verankert und es gilt für unsere Instrumente der Verbraucherinformation, die wir transparent, offen und sicher gestalten. Für den Dialog mit unseren Kunden nutzen wir verstärkt die Möglichkeiten, die uns Social Media eröffnet.

Social Media

Über Plattformen wie Facebook, Twitter oder YouTube bieten wir unseren Kunden die Möglichkeit, in den direkten Austausch mit unseren Marken zu treten. Unsere Social-Media-Strategie zielt darauf ab, über diese Kanäle Mehrwert für Kunden und Unternehmen zu schaffen. Ein mittlerweile konzernweit installiertes Netz von Social-Media-Verantwortlichen koordiniert alle entsprechenden Aktivitäten der BSH. Es garantiert eine schnelle Reaktion auf Anliegen unserer Kunden und ermöglicht eine gezielte Analyse der Kundenzufriedenheit bezüglich unserer Produkte und Dienstleistungen.

Verbesserungsvorschläge und Kritiken zu Produkten werten wir aus und stellen diese wichtigen Hinweise für die Entwicklung und Vermarktung den Produktbereichen, dem Qualitätsmanagement und unseren Vertriebsgesellschaften zur Verfügung.

Kundenbewertungen

In Europa greifen 73 Prozent der Konsumenten beim Hausgerätekauf auf Informationen aus dem Internet zurück, in rund 18 Prozent der Fälle werden die Geräte auch online gekauft. Über Blogs, Kundenbewertungen und Empfehlungen verschaffen sich Verbraucher ein Bild zu Angebot, Qualität und Preisen. Positive Käuferbewertungen der Produkte sind dabei nach persönlichem Rat die beste Empfehlung. Die Marken der BSH begleiten die Verbraucher aktiv in ihrem Kaufentscheidungsprozess und stellen stets aktuelle Daten über Produkte, Zubehör und Serviceleistungen bereit. Diese Angebote werden gerne genutzt: 48 Prozent der Verbraucher, die sich für ein neues Hausgerät interessieren, besuchen vor dem Kauf auch die Internetseiten unserer Marken. Darüber hinaus werten wir das Online-Feedback unserer Kunden in zehn Ländern strukturiert aus, leiten daraus Handlungsempfehlungen ab und reagieren entsprechend.

Datensicherheit

Datenschutz nehmen wir ernst. Die digitale Anwendung myBosch bietet dem Kunden über die Markenwebsite oder als App die Möglichkeit, alle relevanten Daten für seine Haushaltsgeräte abzufragen und zu finden. So entfällt die lästige Suche nach Bedienungsanleitungen, Selbsthilfetipps können leicht abgerufen oder Gerätepässe hinterlegt werden. Die dazu erforderlichen persönlichen Kundendaten werden vertraulich behandelt und nicht weitergegeben. Nur wenn der Kunde ausdrücklich zustimmt, wird er weitere Informationen von uns erhalten. Eine besondere Sicherheitsherausforderung stellt zukünftig die digitale Vernetzung von Hausgeräten und deren automatische Steuerung dar. Bereits jetzt beziehen wir diese neuen Anforderungen mit in unsere Forschungs- und Entwicklungsarbeit ein.

Qualifizierte und schnelle Hilfe

Immer öfter ist unser Kundendienst die erste Anlaufstelle für Kundenanliegen. Seien es Produktinformationen, Tipps zur Selbsthilfe, Ersatzteilanfragen oder ein konkreter Reparaturfall – im Regelfall erhalten unsere Kunden innerhalb von 48 Stunden eine qualifizierte Antwort. Wir stellen sicher, dass besonders problematische Fälle auch am Wochenende bearbeitet werden.

Ergänzend stellen unsere Marken über ihre Webseiten auch Selbsthilfevideos bereit, um kleine Störungen zu beheben – beispielsweise für den Austausch der Innenbeleuchtungslampe eines Backofens. Aufgrund steigender Nachfrage haben wir 2013 die Anzahl der bereitgestellten Videos weiter erhöht. Auch Technikertermine und Zubehör können online, rund um die Uhr an sieben Tagen in der Woche vereinbart beziehungsweise angefragt werden. Der digitale Produktbegleiter myBosch vereint 24-Stunden-Erreichbarkeit, ständige Verfügbarkeit sämtlicher Produktinformationen und Vorteilsangebote in einer Anwendung.

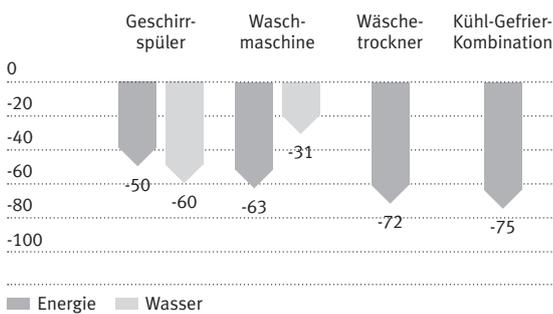
Ressourceneffiziente Produkte

Als Innovationsführer der Branche setzte die BSH auch 2013 Maßstäbe beim Thema Energieeffizienz. Wir sind europaweit der Anbieter mit dem größten A+++ Sortiment. Mit diesen nach der besten Effizienzklasse des EU-Energielabels gekennzeichneten Hausgeräten können unsere Kunden Kosten sparen, aber auch zum Klimaschutz beitragen. In der Produktentwicklung verfolgen wir das Ziel, die Effizienz unserer Geräte über den gesamten Produktlebensweg hinweg stetig zu verbessern.

Die Verbrauchswerte unserer Geräte gingen infolge einer konsequenten Innovationsstrategie in den vergangenen 15 Jahren signifikant zurück: Beispielsweise verbraucht unser Wäschetrockner der neuesten, supereffizienten Generation 72 Prozent weniger Strom als ein 15 Jahre älteres Modell, die aktuellen Kühlgeräte kommen mit bis zu 75 Prozent weniger Strom aus. Auf der IFA 2013, der globalen Leitmesse für Unterhaltungselektronik und Hausgeräte, präsentierten wir unter anderem eine Waschmaschine, die den Grenzwert zur Energieeffizienzklasse A+++ nochmals um 50 Prozent unterbietet. Den Wasserverbrauch der sparsamsten Geschirrspüler konnten wir gegenüber 1998 um 60 Prozent reduzieren.

Reduktion des Ressourcenverbrauchs 1998 bis 2013

In Prozent*



* Vergleich der nach Normprogramm ermittelten Verbrauchswerte unserer besten Geräte (Bosch und Siemens) aus 2013 mit den nach Normprogramm ermittelten Verbrauchswerten vergleichbarer Geräte (Bosch und Siemens) aus dem Jahr 1998

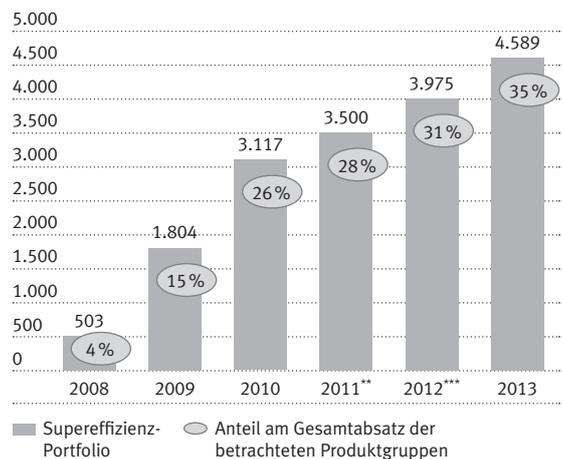
Supereffizienz-Portfolio

Im sechsten Jahr in Folge fasst die BSH ihre Geräte der besten Energieeffizienzklassen im Supereffizienz-Portfolio zusammen. Als „supereffizient“ werden ausschließlich Produkte mit der besten Energieeffizienz gemäß EU-Energieverbrauchsbezeichnung am Markt bezeichnet. Hierzu wird die beste am Markt erhältliche Energieeffizienzklasse der jeweiligen Produktkategorie betrachtet und gegebenenfalls zusätzlich die nachfolgende mit einbezogen. Dies allerdings nur dann, wenn der Marktstrukturanteil der besten Energieeffizienzklassen 15 Prozent nicht überschreitet.

So setzen wir mit dem Supereffizienz-Portfolio jährlich strengere Maßstäbe. Für dieses Portfolio erhält die BSH jedes Jahr eine von Wirtschaftsprüfern ausgestellte Bescheinigung. Seit 2008 steigt der Verkaufsanteil kontinuierlich an, 2013 haben wir insgesamt 4,6 Mio. supereffiziente Geräte in Europa verkauft, was einem Anteil von 35 Prozent unseres Gesamtabsatzes entspricht. Damit haben wir unsere für 2015 geplante Zielmarke bereits vorzeitig erreicht.

Absatz unserer supereffizienten Geräte

Absatz in den betrachteten Ländern in Tsd. Stück*



* EU-28, Norwegen, Schweiz (ab 2012 zzgl. Türkei)

Eingeschränkte Vergleichbarkeit:

** gegenüber 2010 durch anspruchsvollere Auswahlkriterien (2010 Änderung des EU-Energielabels)

*** Ab 2012 wurden die Produktkategorie Elektrobacköfen und die Türkei in die Betrachtung mit aufgenommen.

Status 2013

Mitarbeiter

Die Personalpolitik der BSH begegnet Wachstum und Internationalisierung sowie dem zunehmenden Fachkräftemangel mit einem Mix aus einem weltweiten Talent Management, vielfältigen Qualifizierungs- und Entwicklungsprogrammen sowie einem strategischen Diversity- und Gesundheitsmanagement. Darüber hinaus stärken wir unsere Position als attraktiver Arbeitgeber mit einem konsistenten Employer Branding. Die auf Konzernebene entwickelten Standards kommen zunehmend weltweit in unseren Landesgesellschaften zum Einsatz.

Beschäftigung und Mitarbeiterstruktur

Zum Stichtag 31. Dezember 2013 beschäftigte die BSH weltweit 49.876 Mitarbeiter, einschließlich der Auszubildenden (Vorjahr 46.925). Das sind 6,3 Prozent mehr Mitarbeiter als im Vorjahr. Insgesamt waren 34.718 Beschäftigte im Ausland (Vorjahr 32.283) und 15.158 (Vorjahr 14.642) in Deutschland tätig. Durch erfolgreiche Personalpolitik unter Wahrung unserer gesellschaftspolitischen Verantwortung ist es uns 2013 erneut gelungen, auch an Hochlohnstandorten die Beschäftigung zu sichern oder sogar weiter auszubauen. Zusätzlich konnten weitere Arbeitsplätze in unterschiedlichen Funktionen nicht nur in Deutschland, sondern insbesondere auch in China, der Türkei und Spanien besetzt werden. Ein leichter Rückgang der Beschäftigtenzahl war dagegen in Griechenland, Thailand und in der Slowakei zu verzeichnen. Der Personalaufwand belief sich insgesamt auf 2,195 Mrd. Euro.

Das Durchschnittsalter unserer Beschäftigten weltweit ist 2013 leicht auf 38,6 Jahre gestiegen. Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit hat sich gegenüber dem Vorjahr geringfügig auf 10,7 Jahre erhöht. Besonders hoch ist sie mit etwa 16 Jahren in Deutschland, in Europa ist der Durchschnittswert leicht auf 12,6 Jahre gestiegen. Die Schwer-

behindertenquote an den deutschen BSH-Standorten betrug 5,1 Prozent und lag damit leicht über den gesetzlich festgelegten 5 Prozent.

Talent Management

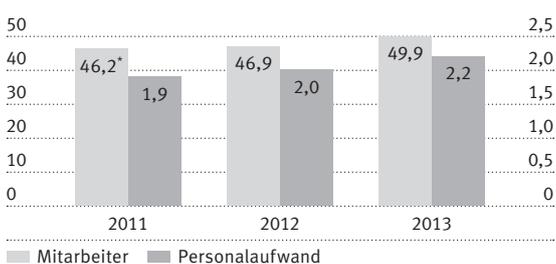
Die Entwicklung der Mitarbeiter ist eine wesentliche Kernaufgabe der BSH-Führungskräfte. Unterstützt durch weltweit einheitliche Personalprozesse und -instrumente identifizieren sie Mitarbeiter mit Potenzial zur beruflichen Weiterentwicklung im Sinne der BSH-Anforderungen. Die lokalen Personalabteilungen begleiten die Führungskräfte dabei intensiv durch vielfältige Kommunikations- und Trainingsmaßnahmen. Um dabei auch die globale Perspektive zu wahren und im Sinne der BSH eine zielgerichtete Personalentwicklung zu unterstützen, tauschen sich die zuständigen Personalmitarbeiter jährlich intensiv über Ziele, Ausgestaltung und Inhalte der Personalentwicklung aus.

Der wesentliche Ausgangspunkt für Talent Management ist ein fundiertes und zielgerichtetes, jährliches Mitarbeitergespräch, in dem Perspektiven zur beruflichen Entwicklung sowie der Qualifizierungsbedarf besprochen werden. Für Talente mit Potenzial für eine berufliche Weiterentwicklung im internationalen Kontext werden diese Angaben auch systemtechnisch erfasst und können von allen Personalabteilungen weltweit genutzt werden. Diese internationalen Potenzialträger werden zudem in Förderprogrammen – dem Junior Executive Pool (JEP) und dem International Executive Pool (IEP) – in ihrer beruflichen Entwicklung begleitet. Dabei wurde 2013 insbesondere an der Schärfung der Programme hinsichtlich der internationalen und strategischen Ausrichtung der BSH gearbeitet.

2013 stammten 45 Prozent der JEP-Mitglieder und 41 Prozent der IEP-Mitglieder aus internationalen BSH-Gesellschaften. Dem JEP gehörten 616 BSH-

Mitarbeiter und Personalaufwand

Mitarbeiter in Tsd. Personalaufwand in Mrd. Euro



* Anzahl der Mitarbeiter aufgrund einer Änderung der Personalrichtlinie angepasst

Nachwuchskräfte an, der Anteil der Frauen lag bei 30 Prozent. Im IEP waren 91 Nachwuchskräfte vertreten, davon 23 Prozent Frauen. Das Senior Executive Program (SEP) für Mitglieder des oberen Führungskreises umfasste 28 Mitarbeiter, davon stammten 54 Prozent aus internationalen Tochtergesellschaften, 14 Prozent waren weiblich. 2013 wurden die Inhalte der einzelnen Programme nochmals bezüglich wertorientierter Führung im internationalen Kontext, aber auch hinsichtlich strategischer und unternehmerischer Fähigkeiten sowie der Verankerung von Diversity geschärft.

Der Karrierepfad Projektmanagement ist inzwischen in acht Ländern etabliert und fördert den Aufbau erfahrener und qualifizierter Projektleiter. Dies erstreckt sich auf Produkt- und Fabrikprojekte sowie Projekte mit IT-Beteiligung. Für Mitarbeiter mit ausgeprägter, spezifisch für die BSH wichtiger fachlicher Expertise hat die BSH die Entwicklungsperspektive Experte aufgesetzt. Dafür wurden 2013 in einem weltweiten Prozess Expertenstellen definiert. 2014 wird die operative Umsetzung der Entwicklungsperspektive erfolgen.

Erfolge zeigen sich unter anderem auch in der positiven Entwicklung internationaler Entsendungen. 2013 waren weltweit 326 Mitarbeiter als Expatriates im Rahmen von Auslandsversetzungen tätig. Während die Zahl von Mitarbeitern, die nach Deutschland kamen oder aus Deutschland ins Ausland wechselten, nahezu konstant blieb, nahm die Zahl der Mitarbeiter, die zwischen den ausländischen Tochtergesellschaften wechselten, 2013 um 16 Prozent zu. Die erstmalig eingeführte professionelle Unterstützung mitausreisender Partner sowie die finanzielle Unterstützung auch bei der Kleinkinderbetreuung im Ausland wurden positiv angenommen.

Insbesondere für höchste Standards in unserem Personalmanagement und herausragende Arbeitsbedingungen erhielten wir Anfang 2014 zum achten Mal in Folge die Auszeichnung „Top Arbeitgeber Deutschland“ des unabhängigen Top Employers Institute. Bei der Zertifizierung „Top Arbeitgeber Ingenieure“ erzielten wir im Gesamtranking aller in Deutschland teilnehmenden Unternehmen zum zweiten Mal den ersten Platz. Auch unsere Tochtergesellschaften in Belgien, den Niederlanden, Polen, Spanien und der Türkei konnten sich auf lokaler Ebene zum „Top

Arbeitgeber“ zertifizieren. Damit erhielt die BSH zusätzlich den internationalen „Top Employer Europe“ Award.

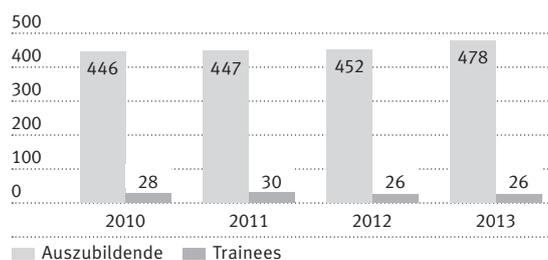
Ausbildung

2013 bildete die BSH weltweit 829 junge Menschen aus (Vorjahr 812). In Deutschland erlernten 478 Auszubildende nach dem dualen System 17 verschiedene technische und kaufmännische Berufe oder absolvierten ihr Studium an der Dualen Hochschule. Auch in China, der Türkei, der Slowakei und in Spanien können junge Menschen vor Ort einen qualifizierten Berufsabschluss erwerben. Das internationale Traineeprogramm der BSH absolvierten insgesamt 26 Teilnehmer, davon 16 aus Deutschland und 10 aus unseren ausländischen Tochtergesellschaften.

Weiter verstärkt haben wir unsere Kooperationen mit Hochschulen. 2013 verdoppelten wir nahezu die Anzahl der Deutschlandstipendien auf 15. Für die Mitglieder des Studentenbindungsprogramms students@BSH fanden Veranstaltungen wie der Studententag an einem Produktionsstandort sowie Trainings zum Thema Kommunikation statt. Um junge Mädchen für technische Berufe zu begeistern, nehmen einige deutsche Standorte der BSH am jährlichen Girls' Day teil.

Auszubildende und Trainees*

Anzahl



* Nur in Deutschland

Zielgruppenspezifische Qualifizierungsprogramme

Das Weiterbildungsangebot der BSH Academy orientiert sich inhaltlich an der Geschäftsstrategie und wird zunehmend internationalisiert. Auf Basis einer Corporate Learning Landscape definieren wir Standards für Qualifizieren und Lernen bei der BSH. Auf lokale Bedürfnisse zugeschnitten, werden diese dann weltweit über sieben regionale BSH Academies an allen Standorten umgesetzt. So zum Beispiel unser BSH-Qualifizierungsprogramm für Führungskräfte, das 2013 in elf Län-

dem erfolgreich durchgeführt wurde und 2014 in weiteren Ländern ausgerollt werden soll. Unser Ziel ist es, durch vielfältige Lernmethoden unterschiedliche Lerntypen bestmöglich anzusprechen sowie einen hohen Bezug zur Arbeitsrealität herzustellen, um dadurch einen möglichst hohen Lernerfolg zu erreichen. Deshalb passen wir die Methoden gezielt an Zielgruppen, Inhalte und Rahmenbedingungen an. 2013 und 2014 wurde unsere BSH Academy Corporate beim Deutschen Bildungspreis der TÜV SÜD Akademie und des Marktforschungsunternehmens EuPD Research Sustainable als Exzellenzunternehmen ausgezeichnet. Vor allem das vielfältige Portfolio und die internationale Aufstellung der BSH Academy Corporate haben die Jury überzeugt.

Aufwand für Aus- und Weiterbildung*

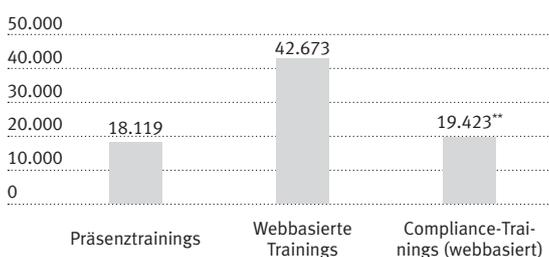
In Mio. Euro



* Nur in Deutschland

BSH Academy Deutschland 2013*

Anzahl Teilnehmer



* Aufgrund der Regionalisierung des Weiterbildungsangebots werden die Kennzahlen ab 2011 für alle BSH Academies an deutschen Standorten subsumiert veröffentlicht. Ein direkter Vergleich mit den Kennzahlen aus vorhergehenden Jahren ist daher nicht möglich.

** In bis zu elf verschiedenen Sprachen

Diversity Management

Diversity Management ist seit 2011 organisatorisch im Konzern verankert und fester Bestandteil unserer Personalstrategie. Es umfasst die Dimensionen Geschlecht, Internationalität sowie Altersstruktur. Wir fokussieren uns darauf, Vielfalt in der Basis zu etablieren, unterschiedliche Karrie-

ren zu fördern sowie den Fortschritt in der Umsetzung von Diversity im Rahmen der jährlichen Businessplanung zu messen und daraus gezielte Maßnahmen abzuleiten. Um eine weltweite Harmonisierung anzustreben, wurden 2013 in Spanien und der Türkei erste Workshops für lokale Diversity-Konzepte durchgeführt.

Wir haben bereits in zahlreichen Ländern (China, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Niederlande, Polen, Russland, skandinavische Länder, Spanien, Türkei und USA) selbstgesteckte Ziele für den Anteil internationaler sowie weiblicher Mitarbeiter festgelegt. Die Erreichung dieser Ziele wird jährlich überprüft und mit der Geschäftsführung diskutiert. Derzeit sind 30,5 Prozent der BSH-Belegschaft weiblich (Vorjahr 29,4 Prozent), bei den Führungskräften sind es weltweit 20,7 Prozent (Vorjahr 18,7 Prozent). Die Personalauswahl erfolgt unabhängig vom Geschlecht der Bewerber und die Entlohnung der Mitarbeiter nach denselben Leistungsmaßstäben. Für unsere Nachwuchsförderprogramme JEP und IEP haben wir ambitionierte Ziele für den Anteil weiblicher Mitglieder formuliert. Darüber hinaus werden weibliche Führungskräfte in einem unternehmensübergreifenden Mentoringprogramm gezielt unterstützt.

Im Sinne einer Kultur der Vereinbarkeit von Familie und Beruf legten wir 2013 einen Schwerpunkt auf den Bereich Work-Life-Integration. Dazu haben wir beispielsweise in Deutschland mit der Broschüre „Perspektive Teilzeit“ unseren Mitarbeitern lebensphasenorientierte Angebote flexibler Arbeitszeitgestaltung nähergebracht – darunter Eltern- und Pflegezeiten, Rahmenbedingungen für ein Sabbatical und die Möglichkeit, Teile der Arbeitsleistung von zu Hause zu erbringen (Homeoffice).

Modelle zur Work-Life-Balance international*

Inanspruchnahme durch Anteil Mitarbeiter in Prozent

	2011	2012**	2013
Gleitzeitarbeit	45,4	38,4	38,3
Telearbeit/Homeoffice	1,8	1,7	1,7
Teilzeit	4,8	4,8	4,9
Elternzeit	1,0	1,4	1,0
Vertrauensarbeitszeit	2,1	3,3	3,4

* Die genannten Beschäftigungsformen stellen nur eine Auswahl an Möglichkeiten zur Unterstützung der Work-Life-Integration dar.

** Durch eine Korrektur der Datenerfassung, vor allem in China und den USA, ist eine Vergleichbarkeit mit den Werten aus 2011 nicht möglich.

Im vergangenen Jahr ermöglichten 83 Prozent (Vorjahr rund 73 Prozent) unserer Gesellschaften ihren Mitarbeitern flexible Arbeitsmodelle wie Gleitzeit, die Arbeit im Homeoffice boten 53 Prozent an. In Deutschland lag die Teilzeitquote 2013 bei 10,9 Prozent. Seit 2013 bieten neben München nun auch unsere Standorte Berlin und Traunreut die Möglichkeit der Kinderbetreuung an. Insgesamt haben wir die Zahl unserer Betreuungsplätze gegenüber dem Vorjahr erhöht.

Mitarbeiterdialog

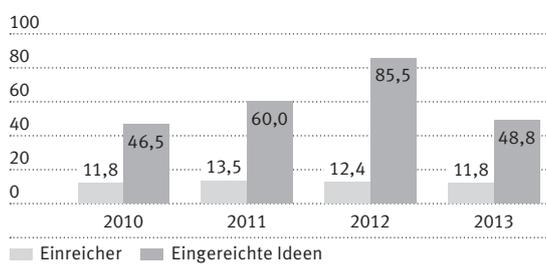
Zentrales Instrument, um Commitment und Zufriedenheit unserer Mitarbeiter abzufragen und Verbesserungspotenziale zu erkennen, ist die alle zwei Jahre durchgeführte BSH-Mitarbeiterbefragung, die 2013 erstmals zeitgleich und weltweit stattfand (s. Kapitel Schwerpunkte S. 22). Den offenen Austausch untereinander fördern auch Instrumente wie das Klimabarometer für Mitarbeiter in der Produktion oder das Feedback für Führungskräfte. 2013 wurde letzteres Instrument von zehn Ländern genutzt (China, Deutschland, Frankreich, Niederlande, Polen, Russland, Slowenien, Spanien, Türkei und Ukraine). Die Möglichkeit, Fragen an die Geschäftsführung zu stellen, haben unsere Mitarbeiter mit der Online-Plattform „Im Dialog“. Die Mitarbeiterzeitschrift „inform“ erscheint bis zu sechs Mal jährlich in deutscher und englischer Sprache und steht den Mitarbeitern über das Intranet zur Verfügung.

Gelegenheit zum Austausch der Mitarbeitervertreter mit der BSH-Geschäftsführung besteht länderübergreifend im Rahmen des 1996 gegründeten European Committee. In diesem Informations- und Konsultationsgremium sind die Arbeitnehmervertreter europäischer Landesgesellschaften mit mehr als 100 Mitarbeitern vertreten.

Das konzernweit implementierte Tool „top-idee“ ist ein wichtiges Instrument zur Förderung des betrieblichen Vorschlagswesens. 2013 war es in 16 Ländern etabliert. In 14 von ihnen dient die gemeinsame Software „idea-channel“ als länderübergreifender Ideen-Pool. Im Berichtsjahr reichten 11.785 Mitarbeiter rund 48.800 Ideen ein. Die Quote der umsetzungsfähigen Verbesserungsvorschläge lag bei 60 Prozent, dabei wurden 2013 Nettoeinsparungen in Höhe von 11,6 Mio. Euro erzielt. In den vergangenen zehn Jahren ergab sich insgesamt ein Nettonutzen von rund 220 Mio. Euro.

Betriebliches Vorschlagswesen

Einreicher und eingereichte Ideen in Tsd.



Soziale Leistungen und Altersversorgung

Landesspezifisch ausgestaltete Sozialleistungen, die über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehen, sind freiwillig und erfolgen unter Berücksichtigung der regionalen Rahmenbedingungen. 2013 hat die BSH die Daten zum Angebot von zusätzlichen sozialen Leistungen von 61 Gesellschaften in 48 Ländern erfasst. In 95 Prozent dieser Gesellschaften werden Sozialleistungen überwiegend über Beiträge zur staatlichen Sozialversicherung erbracht. Darüber hinaus bieten wir zusätzliche freiwillige Leistungen an. So können zum Beispiel unsere Mitarbeiter in fast zwei Drittel der Gesellschaften eine zusätzliche Krankenversicherung in Anspruch nehmen.

Neben den deutschen Gesellschaften bieten wir in 37 weiteren Gesellschaften eine betrieblich geförderte Altersvorsorge. In Deutschland wird die arbeitgeberfinanzierte betriebliche Altersversorgung über das BSH-Pensionskapital geregelt. 2013 betrug die Pensionsverpflichtungen des Konzerns 1.131 Mio. Euro. An ehemalige Mitarbeiter wurden rund 46 Mio. Euro ausgezahlt. In Deutschland hat sich die von der BSH angebotene mitarbeiterfinanzierte Altersversorgung Rente-Plus etabliert. 2013 stieg die Anzahl der Mitarbeiter, die hierin einzahlen, um rund 10 Prozent. Der Arbeitgeberzuschuss, den die BSH für Mitarbeiter aus den unteren und mittleren Einkommensgruppen im Rahmen ihrer Entgeltumwandlung leistet, stieg um rund 3,2 Prozent.

Zur Abfederung von Produktionsspitzen beschäftigt die BSH Leiharbeiter. Dabei fordern wir Leiharbeiter grundsätzlich nur von Unternehmen an, die ihre Mitarbeiter nach einem geltenden Tarifvertrag beschäftigen. Andernfalls gewähren wir die für vergleichbare BSH-Mitarbeiter geltenden Arbeitsbedingungen einschließlich des entsprechenden Entgelts. Nach 24 Monaten Überlassung ist dem Leiharbeiter in Deutsch-

land ein Arbeitsvertrag anzubieten. Als Mitglied der Initiative „Fair Company“ sichern wir überdies zu, Praktikanten angemessen zu bezahlen.

Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement

Seit 2000 erfasst die BSH das Unfallgeschehen nach einheitlichen, zentral vorgegebenen Kriterien. Dokumentiert werden alle Unfälle, die sich während der Arbeit in den Fabriken und in den großen Logistik- und Kundendiensteinheiten ereignen und zu mindestens einem unfallbedingten Ausfalltag führen. Die durchschnittliche Unfallquote aller Fabriken pro einer Million geleisteter Arbeitsstunden hat sich in den letzten Jahren kontinuierlich verbessert. Sie konnte von 2004 (12,9) bis 2013 (5,6) um 57 Prozent gesenkt werden. Einen besonders starken Beitrag hierzu leistete der türkische Standort Cerkezköy, wo die Unfallquote 2013 nur 2,8 betrug und damit noch deutlich unter dem Durchschnitt der BSH-Fabriken lag. Unter den BSH-Mitarbeitern gab es 2013 konzernweit keinen tödlichen Betriebsunfall.

Alle Fabrikstandorte haben ein Arbeitsschutzmanagementsystem eingeführt, das sich seit 2009 am Standard OHSAS 18001 orientiert. Innerhalb der nächsten drei Jahre wollen wir im Rahmen unserer „Vision Zero“ technisch bedingte Unfälle komplett vermeiden sowie organisatorisch und verhaltensbedingte Unfälle deutlich verringern. Die Sicherheitsingenieure unserer Fabriken haben auf Basis einer Feinanalyse der Unfallursachen der vergangenen drei Jahre 2013 insgesamt zehn Einzelmaßnahmen abgeleitet. Unser langfristiges Ziel ist es, dass Sicherheitskultur konzernweit als Teil der Führungskultur verstanden wird.

setzungen für eine hohe Produktivität. Der demografische Wandel stellt nicht nur in den deutschen Fabrikstandorten, hier aber aufgrund der Altersstruktur in besonderem Maße, neue Anforderungen an die ergonomische und sichere Gestaltung von Arbeitsplätzen. Die Fertigungsplaner, Betriebsärzte und Sicherheitsingenieure der BSH arbeiten sowohl bei der Planung neuer Arbeitsplätze als auch bei der Umgestaltung bestehender Fertigungslinien interdisziplinär zusammen. Um die Wirkung unserer langjährigen unternehmensweiten Initiative „Perspektive 67“ zu stärken, haben wir 2013 das weltweite Projekt „Demografie in der Produktion“ gestartet, das konkrete Vereinbarungen zu zukünftigen Personalstrukturen und Arbeitsplatzgestaltungen vorsieht.

In mehr als der Hälfte unserer Tochtergesellschaften stehen den Mitarbeitern Programme zur Gesundheitsförderung sowie ein Betriebsarzt zur Verfügung. Standortspezifische Angebote und Schulungen zu Ernährung, Bewegung und Stressbewältigung entwickeln wir kontinuierlich weiter. Die stufenweise Wiedereingliederung von Mitarbeitern nach langer Krankheit oder mit gesundheitlichen Einschränkungen erfolgt bei der BSH auf Basis des betrieblichen Eingliederungsmanagements (BEM).

Unfallgeschehen BSH international

Unfälle mit mindestens einem Tag Arbeitsunfähigkeit



Die Beachtung ergonomischer Erkenntnisse und Standards trägt einerseits zur Erhaltung der Gesundheit und Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiter bei und schafft andererseits die Voraus-

Status 2013

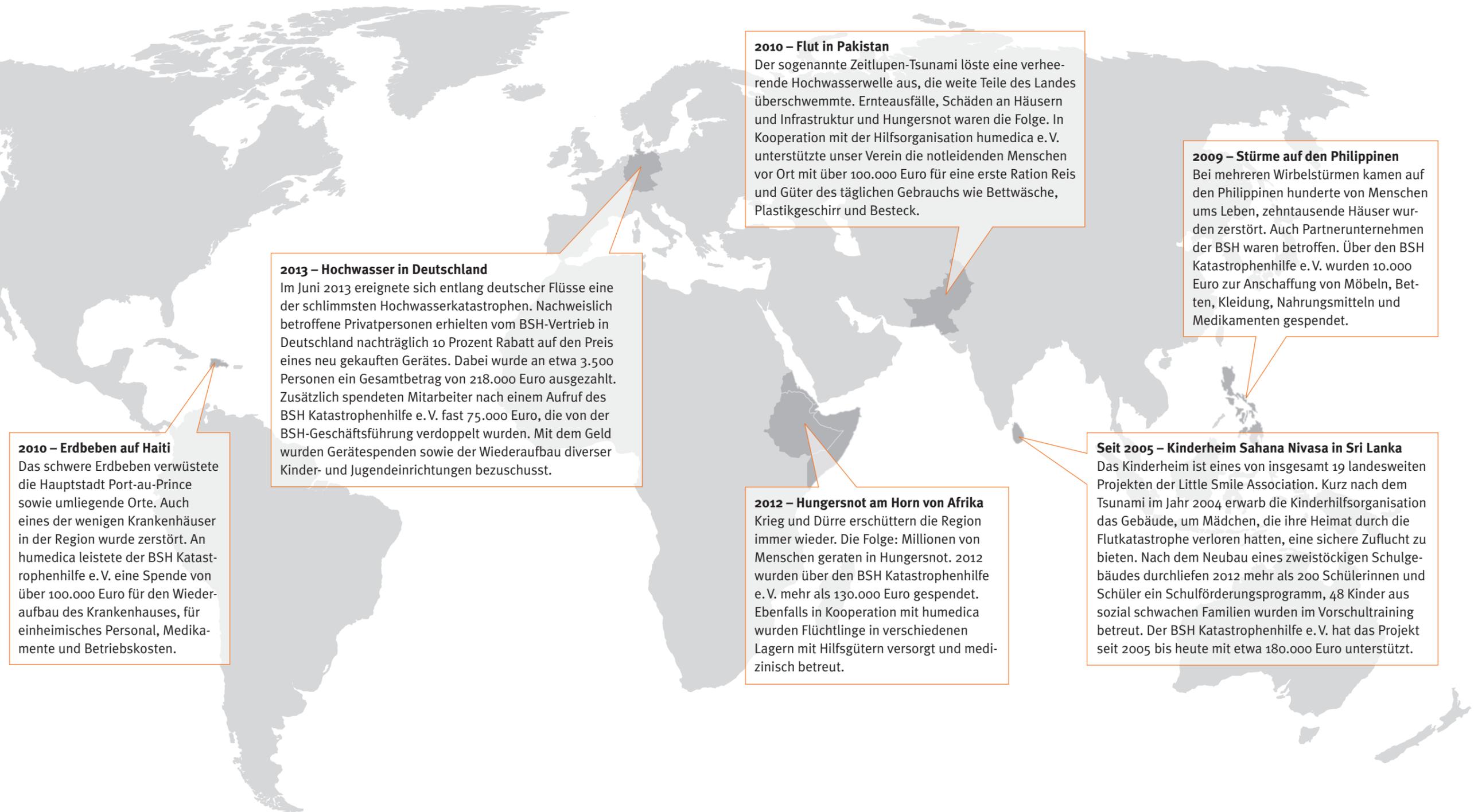
Engagement in den Regionen

Über unsere Werkstore hinaus engagieren wir uns für die wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung unseres Umfelds. Dabei ist die Wirkung vielseitig: Wir schaffen Arbeitsplätze, bilden junge Menschen aus, tragen zum Umweltschutz bei, fördern Bildungseinrichtungen und suchen den konstruktiven Dialog mit örtlichen Gemeinden und regionalen Verbänden. Darüber hinaus unterstützen wir lokale Initiativen und Projekte auf der ganzen Welt, oftmals auch durch Gerätespenden.

BSH Katastrophenhilfe e. V.

Nach einem schweren Erdbeben 1999 in der Türkei gründeten Mitarbeiter der BSH mit Unterstützung der Geschäftsführung den gemeinnützigen Verein BSH Katastrophenhilfe e. V. Damit unterstützen wir Menschen in Katastrophengebieten durch konkrete mittel- bis langfristige Hilfsprojekte – beispielsweise mit dem Bau, der Ausrüstung oder dem Betrieb von

Schulen, Kindergärten, Waisenhäusern oder Krankenhäusern. In der Regel erfolgt die Finanzierung über gezielte Spendenaktionen durch Mitarbeiter und das Unternehmen. Seit der Gründung des Vereins wurden über den BSH Katastrophenhilfe e. V. mehr als 3,5 Mio. Euro gespendet. Ohne Abzug von Verwaltungskosten kommen die Mittel vollständig den Hilfsprojekten zugute.



2010 – Erdbeben auf Haiti

Das schwere Erdbeben verwüstete die Hauptstadt Port-au-Prince sowie umliegende Orte. Auch eines der wenigen Krankenhäuser in der Region wurde zerstört. An humedica leistete der BSH Katastrophenhilfe e. V. eine Spende von über 100.000 Euro für den Wiederaufbau des Krankenhauses, für einheimisches Personal, Medikamente und Betriebskosten.

2013 – Hochwasser in Deutschland

Im Juni 2013 ereignete sich entlang deutscher Flüsse eine der schlimmsten Hochwasserkatastrophen. Nachweislich betroffene Privatpersonen erhielten vom BSH-Vertrieb in Deutschland nachträglich 10 Prozent Rabatt auf den Preis eines neu gekauften Gerätes. Dabei wurde an etwa 3.500 Personen ein Gesamtbetrag von 218.000 Euro ausgezahlt. Zusätzlich spendeten Mitarbeiter nach einem Aufruf des BSH Katastrophenhilfe e. V. fast 75.000 Euro, die von der BSH-Geschäftsführung verdoppelt wurden. Mit dem Geld wurden Gerätespenden sowie der Wiederaufbau diverser Kinder- und Jugendeinrichtungen bezuschusst.

2010 – Flut in Pakistan

Der sogenannte Zeitlupen-Tsunami löste eine verheerende Hochwasserwelle aus, die weite Teile des Landes überschwemmte. Ernteauffälle, Schäden an Häusern und Infrastruktur und Hungersnot waren die Folge. In Kooperation mit der Hilfsorganisation humedica e. V. unterstützte unser Verein die notleidenden Menschen vor Ort mit über 100.000 Euro für eine erste Ration Reis und Güter des täglichen Gebrauchs wie Bettwäsche, Plastikgeschirr und Besteck.

2009 – Stürme auf den Philippinen

Bei mehreren Wirbelstürmen kamen auf den Philippinen hunderte von Menschen ums Leben, zehntausende Häuser wurden zerstört. Auch Partnerunternehmen der BSH waren betroffen. Über den BSH Katastrophenhilfe e. V. wurden 10.000 Euro zur Anschaffung von Möbeln, Betten, Kleidung, Nahrungsmitteln und Medikamenten gespendet.

2012 – Hungersnot am Horn von Afrika

Krieg und Dürre erschüttern die Region immer wieder. Die Folge: Millionen von Menschen geraten in Hungersnot. 2012 wurden über den BSH Katastrophenhilfe e. V. mehr als 130.000 Euro gespendet. Ebenfalls in Kooperation mit humedica wurden Flüchtlinge in verschiedenen Lagern mit Hilfsgütern versorgt und medizinisch betreut.

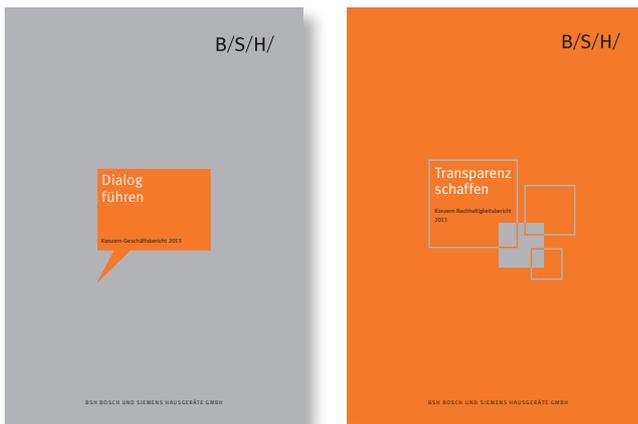
Seit 2005 – Kinderheim Sahana Nivasa in Sri Lanka

Das Kinderheim ist eines von insgesamt 19 landesweiten Projekten der Little Smile Association. Kurz nach dem Tsunami im Jahr 2004 erwarb die Kinderhilfsorganisation das Gebäude, um Mädchen, die ihre Heimat durch die Flutkatastrophe verloren hatten, eine sichere Zuflucht zu bieten. Nach dem Neubau eines zweistöckigen Schulgebäudes durchliefen 2012 mehr als 200 Schülerinnen und Schüler ein Schulförderungsprogramm, 48 Kinder aus sozial schwachen Familien wurden im Vorschultraining betreut. Der BSH Katastrophenhilfe e. V. hat das Projekt seit 2005 bis heute mit etwa 180.000 Euro unterstützt.

Nachhaltigkeitsziele 2013 und 2014

Ziele 2013*	Zielerreichung 2013	Ziele 2014
Handlungsfeld „Geschäftspartner“		
		Social Audits bei weiteren 200 Lieferanten in ausgewählten Regionen (v.a. Elektronik, elektrische Teile, Gummiartikel)
		Pilotprojekt für Ausweitung des Social-Compliance-Programms auf Lieferanten von Dienstleistungen und Hersteller langlebiger Gebrauchsgüter
Handlungsfeld „Ressourcenexzellenz“		
Senkung des spezifischen Energie- und Ressourcenverbrauchs gemäß Ressourceneffizienzprogramm 2015	Entwicklung des spezifischen Energie- und Ressourcenverbrauchs relativ zu 2013 gesetzten Zielen:	Senkung des spezifischen Energie- und Ressourcenverbrauchs gemäß Ressourceneffizienzprogramm 2015
– Zielwert Energie: 553 kWh/t (-5 % jährliche Reduktion bezogen auf Basis 2010)	– Energie: -10% (538 kWh/t)	– Zielwert Energie: 521 kWh/t Produkt
– Zielwert Wasser: 1,04 m ³ /t (-5 % jährliche Reduktion bezogen auf Basis 2010)	– Wasser: -10% (1,04 m ³ /t)	– Zielwert Wasser: 0,98 m ³ /t Produkt
– Zielwert Abfall: 76 kg/t (-2 % jährliche Reduktion bezogen auf Basis 2010)	– Abfall: -10% (76 kg/t)	– Zielwert Abfall: 74 kg/t Produkt
		Klimaberichterstattung/CO ₂ -Bilanz: Weiterentwicklung der Scope-3-Betrachtung für BSH Corporate Carbon Footprint
Handlungsfeld „Konsumenten und Produkte“		
Absatzanteil supereffizienter Geräte auf 35 % steigern (bis 2015)	Absatzanteil supereffizienter Geräte auf 35 % gesteigert	Absatzanteil supereffizienter Geräte auf 40 % steigern (bis 2016)
		Kundenzufriedenheit mit BSH-Kundendienst auf hohem Niveau halten
		Produktatings auf Social-Media-Plattformen auf hohem Niveau halten
Handlungsfeld „Personalpolitik“		
Neukonzeption des Junior Executive Pools (JEP) mit Fokus auf Internationalität; Neukonzeption der Qualifizierungsmaßnahmen für den International Executive Pool (IEP) hinsichtlich aktueller Trends	Neukonzeption des JEP-Orientations-Centers und -Qualifizierungsmaßnahmen; Aktualisierung der Regelung zur internationalen Potenzialerhebung inklusive Kriterien JEP und IEP; Einführung Englisch-Test und „Motivated for JEP“ für JEP-Nominierungsprozess 2014	Inhaltliche Verzahnung der neukonzipierten Maßnahmen des JEP und konsequente Anwendung der Programmkriterien
Mitarbeiterbefragung (MAB) in 47 Ländern (rund 47.000 Mitarbeiter), weiterer Roll-out des Monitoring-Tools	Erstmalig internationale MAB in allen Ländern der BSH zeitgleich durchgeführt; weltweiter Einsatz des Monitoring-Tools in allen Ländern der BSH	Sicherstellung einer durchgängigen Information über MAB-Ergebnisse an alle Mitarbeiter und flächendeckende Erarbeitung von Verbesserungsmaßnahmen aus den Ergebnisberichten
Zertifizierung als „Top Arbeitgeber“ in Belgien sowie Auszeichnung als „Top Employer Europe“ (Top Employers Institute)	Erneute Zertifizierung als „Top Arbeitgeber“ in Belgien, Deutschland, den Niederlanden, Polen, Spanien sowie erstmalige Zertifizierung in der Türkei; Auszeichnung als „Top Employer Europe“, 1. Platz im Gesamtranking für „Top Arbeitgeber Ingenieure“	Fortführung der bisherigen „Top Arbeitgeber“-Aktivitäten und internationale Ausweitung auf weitere Länder; HR-seitige Begleitung der Corporate Social-Media-Aktivitäten
Internationaler Roll-out von Diversity und Verstärkung der Kommunikation über Diversity; Publikation Broschüre „Perspektive Teilzeit“; Ausbau der Unterstützung begleitender Partner von Expatriates; Ausbau der Kinderbetreuungsplätze in München	Erste Workshops in Spanien und der Türkei durchgeführt, Prozessverbesserung & Kommentierung der Diversity-KPIs im Businessplan, interne Kommunikation ausgebaut; „Perspektive Teilzeit“ deutschlandweit ausgerollt; „Spouses support“ eingeführt; Angebot an Kinderbetreuung in München um mehr als 50 % erweitert	Ausweitung von Recruiting & Employer Branding sowie Qualifizierung hinsichtlich Diversity; weitere Fokussierung auf die Dimension „International Diversity“; Fortsetzung internationaler Roll-out des Diversity-Konzepts; Implementierung eines internen Forums zur Steuerung der Diversity-KPIs
Aufbau eines internationalen Human Resources (HR)-Kennzahlensystems zur Unterstützung und Steuerung der HR-Strategien: Schwerpunkte sind eindeutige Kennzahlendefinition sowie deren einheitliche Erhebung	Konzeption und weltweiter Roll-out eines Kennzahlensystems mit Kennzahlenkatalog; Etablierung konzernweit gültiger KPIs und Monitoring Key Figures im HR-Bereich	Erstellung eines HR-Strategiepapiers pro Tochtergesellschaft mit allen relevanten KPIs und Monitoring Key Figures

* eingeschränkte Vergleichbarkeit mit Zieletabelle 2012, da Anpassung der Ziele 2013 an neu definierte CR-Handlungsfelder



Dialog führen. Transparenz schaffen.

In einer vernetzten Welt sind Dialog und Transparenz wichtiger denn je. Nur wenn wir die Bedürfnisse der Konsumenten kennen, können wir ihnen die besten Lösungen bieten. Deshalb nutzen wir intensiv unsere Kommunikationskanäle, um den Konsumenten vor, während und nach dem Kauf alle wichtigen Informationen und Servicedienstleistungen zu liefern. Denn Transparenz und Offenheit im Austausch mit unseren Stakeholdern sind wesentliche Elemente unserer nachhaltigen Unternehmensstrategie. Wie wir diesen Dialog führen, stellen wir in unserem Geschäfts- und in unserem Nachhaltigkeitsbericht dar.

Beide Berichte stehen als PDF unter publikationen.bsh-group.de, der Geschäftsbericht auch als iPad-App im App-Store bereit.

BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH

Carl-Wery-Straße 34, 81739 München
Tel. +49 89 4590-01
Fax +49 89 4590-2347
www.bsh-group.de

Pressekontakt:
Zentralbereich Unternehmenskommunikation
Tel. +49 89 4590-2809
Fax +49 89 4590-2128
corporate.communications@bshg.com

Nachhaltigkeitsmanagement
Tel. +49 89 4590-4350
Fax +49 89 4590-4490
claudia.graziani@bshg.com

Umweltschutz und Arbeitssicherheit
Tel. +49 89 4590-2447
Fax +49 89 4590-2148
volker.korten@bshg.com

Der Nachhaltigkeitsbericht und folgende weitere Publikationen sind in Deutsch und Englisch erhältlich:

- Konzern-Geschäftsbericht 2013
- BSH im Überblick 2014

Bildnachweis

S. 10 © goodluz – fotolia.com

ClimatePartner[®]
klimaneutral

Druck | ID: 53116-1404-1008



Dieser Bericht wurde klimaneutral auf FSC®-zertifiziertem Hello Silk Papier gedruckt.

Änderungen, Irrtümer vorbehalten.
Printed in Germany. Juni 2014.

© BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH, 2014

Nachdruck sowie Verwendung in allen Medien ist auch auszugsweise nur mit Genehmigung gestattet.



GRI-Index

Dieser Index verweist auf die entsprechenden Textstellen im Nachhaltigkeitsbericht sowie im Geschäftsbericht 2013 (GB). Alle Kernindikatoren sowie erfüllte Zusatzindikatoren (in Grau) sind abgebildet. Wir schätzen den Erfüllungsgrad der GRI-G3-Leitlinien selbst mit „B“ ein.

Index nach GRI 3.0	Erfüllung	Seite
1 Strategie und Analyse		
1.1 Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	●	2/3
1.2 Zentrale Nachhaltigkeitsrisiken, -chancen und -folgen	●	1, 8–11, 40; GB 44
2 Unternehmensprofil		
2.1 Name des Unternehmens	●	4
2.2 Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen	●	4
2.3 Geschäftsbereiche und Unternehmensstruktur	●	U3/U4, 4; GB 118
2.4 Hauptsitz des Unternehmens	●	4
2.5 Länder mit Geschäftstätigkeitsschwerpunkt	●	U3/U4, 4/5
2.6 Eigentümerstruktur und Rechtsform	●	4
2.7 Bediente Märkte	●	U3/U4, 4/5
2.8 Größe der berichtenden Organisationen	●	4/5, 29, 33; GB 62, 64/65
2.9 Wichtige Änderungen im Berichtszeitraum	●	5
2.10 Auszeichnungen im Berichtszeitraum	●	U2, 5, 34
3 Fakten zum Bericht		
3.1 Berichtszeitraum	●	U2
3.2 Datum des letzten Berichts	●	U2
3.3 Berichterstattungszyklus	●	U2
3.4 Ansprechpartner für Fragen zum Bericht	●	41
3.5 Vorgehensweise bei der Bestimmung des Berichtsinhalts	●	U2, 8/9
3.6 Bilanzgrenzen des Berichts	●	U2, 4
3.7 Beschränkungen/Grenzen des Berichts	●	U2, 4, 36
3.8 Grundlage der Berichterstattung über Joint Ventures, Tochtergesellschaften etc.	●	U2, 4
3.9 Erhebungsmethoden und Grundlagen der Datenerfassung	●	U2, 4, 17, 36
3.10 Änderungen gegenüber früheren Berichten hinsichtlich neuer Darstellungen	●	29, 33
3.11 Änderungen gegenüber früheren Berichten hinsichtlich Themen, Umfang, Messmethoden	●	18, 35
3.12 GRI-Index-Tabelle	●	U5/U6
3.13 Externe Prüfung der Aussagen	●	32
4 Governance, Verpflichtungen und Engagement		
4.1 Führungsstruktur und Nachhaltigkeitsverantwortung	●	8/9; GB 24–29
4.2 Unabhängigkeit des Aufsichtsratsvorsitzenden	●	GB 28–29
4.3 Höchstes Leitungsorgan bei Unternehmen ohne Aufsichtsrat	●	GB 28–29
4.4 Verfahren für den Dialog zwischen Aktionären und Mitarbeitern mit dem Aufsichtsrat/Vorstand	●	22/23, 36

Index nach GRI 3.0	Erfüllung	Seite
4.5 Zusammenhang zwischen der Bezahlung der Leitungsorgane und der Leistung der Organisation	●	GB 112
4.6 Verfahren der Leitungsgremien zur Vermeidung von Interessenkonflikten	●	10/11
4.7 Qualifikationen und Expertise der Leitungsgremien im Bereich Nachhaltigkeit	●	8/9
4.8 Leitbild, Unternehmenswerte und Verhaltenskodizes	●	8–11
4.9 Verfahren in Vorstand und Aufsichtsrat zur Steuerung und Kontrolle der Nachhaltigkeitsleistung	●	8–10
4.10 Verfahren zur Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistungen des Vorstands	●	GB 24–27, 112
4.11 Umsetzung des Vorsorgeprinzips	●	10/11
4.12 Unterstützung von externen Standards, Vereinbarungen und Initiativen	●	10, 13, 17, 19
4.13 Mitgliedschaften in Verbänden und Interessengruppen	●	10, 12/13, 28
4.14 Liste der einbezogenen Stakeholdergruppen	●	6
4.15 Vorgehensweise zur Identifizierung der Stakeholder	●	9, 12
4.16 Ansätze des Stakeholderdialogs	●	6, 12/13, 22, 31
4.17 Stellungnahme zu zentralen Anliegen der Stakeholder	●	12, 16, 18, 20, 23, 31
Ökonomische Leistungsindikatoren		
Managementansatz	●	4/5, 26
EC1 Angaben zum wirtschaftlichen Ertrag	●	5, 26, 33
EC2 Finanzielle Folgen, Risiken und Chancen des Klimawandels	●	16/17, 27, 32
EC3 Umfang der betrieblichen sozialen Zuwendungen	●	36; GB 91–97
EC4 Zuwendungen der öffentlichen Hand	●	26
EC6 Beschaffung bei Zulieferern vor Ort	●	18/19
EC7 Einstellung von lokalem Personal	●	34
EC8 Investitionen in das Gemeinwohl vor Ort	●	38/39
Ökologische Leistungsindikatoren		
Managementansatz	●	U3, 14, 16, 24, 27, 40
EN1 Eingesetzte Materialien	●	18, 29
EN2 Anteil Recyclingmaterial	●	24, 27
EN3 Direkter Energieverbrauch	●	17, 29
EN4 Indirekter Energieverbrauch	●	17, 29
EN5 Energiesparmaßnahmen	●	28, 30

Index nach GRI 3.0	Erfüllung	Seite
EN6 Energiesparmaßnahmen bei Produkten	●	27, 32
EN7 Reduzierung des indirekten Energieverbrauchs	●	28
EN8 Wasserverbrauch und -quellen	●	28/29
EN11 Tätigkeiten in Schutzgebieten ¹	●	keine
EN12 Auswirkungen auf Schutzgebiete und Biodiversität ¹	●	keine
EN16 Direkte und indirekte Treibhausgasemissionen	●	16/17
EN17 Sonstige Treibhausgasemissionen	●	16/17, 30
EN18 Initiativen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen	●	16/17, 30
EN19 Emissionen von Ozon abbauenden Stoffen ²	●	
EN20 Weitere Emissionen in die Luft	●	29
EN21 Abwassereinleitungen	●	28/29
EN22 Abfallaufkommen	●	28/29
EN23 Freisetzungen gefährlicher Stoffe ³	●	keine
EN26 Initiativen zur Verringerung von Umweltauswirkungen der Produkte und Dienstleistungen	●	24, 27, 32
EN27 Zurückgenommene Produkte und Verpackungen	○	
EN28 Bußgelder und Sanktionen aufgrund von Umweltverstößen ⁴	●	keine
EN29 Transportbedingte Umweltauswirkungen	●	17, 30
EN30 Betriebsausgaben und Investitionen für den Umweltschutz	●	29
Gesellschaftliche Leistungsindikatoren		
Arbeitsbedingungen und Arbeitsumfeld		
Managementansatz	●	33, 36/37, 40
LA1 Angaben zur Gesamtbelegschaft	●	4, 33, 35/36
LA2 Mitarbeiterfluktuation	○	
LA3 Betriebliche Leistungen für Vollzeitbeschäftigte	●	36
LA4 Mitarbeiter, die unter Kollektivvereinbarungen fallen	●	23, 36
LA5 Mitteilungsfristen hinsichtlich betrieblicher Veränderungen	○	
LA7 Unfallstatistik	●	37
LA8 Angebote des betrieblichen Gesundheitsmanagements	●	37
LA10 Weiterbildungsstatistik	●	35
LA11 Lebenslanges Lernen und Wissensmanagement	●	33–35
LA12 Prozentsatz der Leistungsbeurteilungen und Entwicklungsplanungen	●	33
LA13 Vielfalt des oberen Managements und Mitarbeiterstruktur	●	34/35; GB 28/29
LA14 Durchschnittliche Entlohnung nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie	●	35
Menschenrechte		
Managementansatz	●	10, 18/19, 40
HR1 Investitionsvereinbarungen mit Menschenrechtsklauseln	○	
HR2 Anteil der unter Menschenrechtsaspekten geprüften Zulieferer und Auftragnehmer	●	19

Index nach GRI 3.0	Erfüllung	Seite
HR3 Schulungen von Mitarbeitern zu Menschenrechtsaspekten	●	11, 19, 35
HR4 Vorfälle von Diskriminierung und ergriffene Maßnahmen	○	
HR5 Geschäftstätigkeiten mit erheblichem Risiko für die Vereinigungsfreiheit der Mitarbeiter	●	10, 18/19, 23, 36
HR6 Geschäftstätigkeiten mit erheblichem Risiko der Kinderarbeit	●	10, 18/19
HR7 Geschäftstätigkeiten mit erheblichem Risiko der Zwangsarbeit	●	10, 18/19
Gesellschaft		
Managementansatz	●	9–12, 38
SO1 Folgen der Geschäftstätigkeit für das Gemeinwesen	●	9, 38/39
SO2 Prozentsatz der auf Korruptionsrisiken untersuchten Geschäftseinheiten	●	10/11
SO3 Prozentsatz der zu Korruptionsrisiken geschulten Mitarbeiter	●	11, 35
SO4 Ergriffene Maßnahmen infolge von Korruptionsfällen	○	
SO5 Teilnahme an der politischen Willensbildung	●	12/13
SO8 Bußgelder oder Sanktionen aufgrund von Rechtsverstößen	○	
Produktverantwortung		
Managementansatz	●	20, 31, 40
PR1 Verantwortung für Gesundheit und Sicherheit	●	20/21
PR3 Informationspflichten zur Produktverantwortung	●	12/13, 27, 32
PR5 Verfahren zur Ermittlung der Kundenzufriedenheit	●	31
PR6 Standards für Werbung, Marketing und Sponsoring	●	31
PR9 Bußgelder und Sanktionen aufgrund von Verletzungen gesetzlicher Vorschriften zur Nutzung von Produkten und Dienstleistungen	○	

1 2013 keine Tätigkeiten in oder angrenzend an Schutzgebieten
 2 nicht berichtet, da 2013 weltweit geringer Ausstoß von rund 310 kg
 3 2013 keine Vorfälle mit Freisetzung gefährlicher Stoffe
 4 2013 keine Bußgelder und Sanktionen

Erfüllungsgrad
 ● vollständig erfüllt ● teilweise erfüllt ○ nicht erfüllt

U = Umschlag

