

B/S/H/

beständig verantwortlich

Konzern-Nachhaltigkeitsbericht 2014



Zum Bericht

Seit 1992 informiert die BSH Hausgeräte GmbH ihre Stakeholder jährlich, wie sie ihre nachhaltige Unternehmensstrategie umsetzt. Der Konzern entstand 1967 als Gemeinschaftsunternehmen der Robert Bosch GmbH (Stuttgart) und der Siemens AG (München). Seit Januar 2015 gehört die BSH ausschließlich zur Bosch Gruppe. Der vorliegende Bericht bezieht den Hauptsitz in München sowie alle BSH-Standorte weltweit ein und stellt Ereignisse, Entwicklungen sowie die umwelt- und mitarbeiterbezogenen Kennzahlen des Geschäftsjahres 2014 vor. Redaktionsschluss war der 24. April 2015. 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 2014 und unter:

→ www.bsh-group.de

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



Ausgewählte Auszeichnungen 2014 und 2015



„Nationale Innovatie- en Duurzaamheidsprijs Wonen“ (Nationaler Innovations- und Nachhaltigkeitspreis Wohnen), Niederlande



„Energy Star® Sustained Excellence Award“, USA



„Plant Maintenance Award“ für Umweltschutz, Polen



Top Employers Institute „Top Employer Europe“ Award



„Outstanding Contribution Award“ Kundenservice, China



„Best Home Appliance Brand Award“, Großbritannien

BSH weltweit



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

Stand: April 2015

Nach ISO 14001 zertifizierte Standorte

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

* Standorte mit zusätzlicher Zertifizierung des Energiemanagementsystems nach ISO 50001
 Standort in Rzeszów (Polen) wird 2015 nach ISO 14001 zertifiziert. Stand: April 2015

Meilensteine 1967–2014



Inhalt



Innovative Produkte und Technologien sowie die Fokussierung auf die Bedürfnisse der Konsumenten haben die BSH zu einem weltweit führenden Hausgerätehersteller gemacht. Gleichzeitig entwickeln wir uns ständig weiter, um den sich wandelnden Ansprüchen gerecht zu werden. Unseren Kunden bieten wir über vernetzte Hausgeräte völlig neue Möglichkeiten und gleichzeitig einen verantwortungsvollen Umgang mit ihren Daten. Auch auf unser ökologisches und soziales Engagement können sie sich verlassen: Den Energieverbrauch unserer Geräte senken wir kontinuierlich, während wir ihren Recyclinganteil erhöhen wollen. In unserer Lieferkette lassen wir die Einhaltung von Menschenrechts- und Umweltstandards durch Audits überprüfen.

Vorwort	2
Das Unternehmen	
Die BSH 2014 auf einen Blick	4
Verantwortung	6
Nachhaltige Unternehmensführung	8
Unsere Compliance-Organisation sowie den Dialog mit Stakeholdern haben wir 2014 ausgebaut. Sie sind wichtiger Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsstrategie.	
Governance, Risk und Compliance – Wachstum mit Integrität	8
Stakeholderdialog – Austausch für den nachhaltigen Erfolg	10
Schwerpunkte 2014	12
Pro Handlungsfeld der BSH-Nachhaltigkeitsstrategie haben wir 2014 den Fokus auf ein konzernweites zentrales Projekt gelegt.	
Ressourcenexzellenz – Kreisläufe schließen	14
Geschäftspartner – Verantwortung in der Lieferkette	16
Konsumenten und Produkte – Digitaler Verbraucherschutz	18
Personalpolitik – Arbeitswelt im Wandel	20
Status 2014	22
Kennzahlen und konzernweit erfasste Daten belegen den Fortschritt unserer Nachhaltigkeitsleistung im Berichtsjahr.	
Ökonomie	24
Umwelt	25
Verbraucherinteressen	29
Mitarbeiter	31
Nachhaltigkeitsziele	36
Ansprechpartner	37
GRI-Index	Klappe hinten



Von links nach rechts: Dr. Michael Schöllhorn, Johannes Närgler, Dr. Karsten Ottenberg und Matthias Ginthum

Verehrte Leserinnen und Leser,

beständig verantwortlich – die außergewöhnliche, fast 50-jährige Erfolgsgeschichte der BSH ist das Ergebnis einer nachhaltigen, wertorientierten Unternehmensführung. Innovationskraft, unsere starken Marken sowie die Fokussierung auf unsere Kunden haben uns zu dem gemacht, was wir heute sind: Marktführer in Europa und die Nummer drei weltweit. 2014 konnten wir unseren Umsatz auf 11,4 Milliarden Euro steigern, weltweit arbeiten rund 53.000 Mitarbeiter für die BSH.

In Bewegung bleiben – das ist die Herausforderung, die es zeitgleich zu meistern gilt. Denn Märkte, Trends und Technologien ändern sich ebenso wie die Ansprüche der Konsumenten an die Produkte und Leistungen der BSH. Unsere strategische Ausrichtung schafft die Voraussetzungen, mit denen wir die nächste Erfolgsstufe erreichen wollen: einen Umsatz von 20 Milliarden Euro bis 2025.

Beständigkeit und Bewegung in Einklang zu bringen, war, ist und bleibt die Grundlage unseres Erfolgs. Dies setzt voraus, dass wir neben den wirtschaftlichen auch die ökologischen und sozialen Aspekte unseres Handelns stets im Blick haben und diesen Anspruch auch konsequent in die Tat umsetzen. Der mittlerweile 23. Nachhaltigkeitsbericht der BSH zeigt, wie wir das tun, und orientiert sich an den internationalen Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI).

Wertebasierte Führung ist die Grundlage unserer Unternehmenskultur und Compliance fester Bestandteil der gesamten Wertschöpfungskette. Deshalb haben wir im vergangenen Jahr unser Governance-Risk-Compliance-Modell weiter ausgebaut und konzernweit verankert. Darauf aufbauend haben wir unser Social-Compliance-

Programm erweitert. So wollen wir sicherstellen, dass bei all unseren Lieferanten Standards bezüglich Arbeitsbedingungen und Umweltschutz eingehalten werden.

Angesichts der zunehmenden Erschöpfung wichtiger Ressourcen und steigender Belastungen des Ökosystems suchen wir kontinuierlich nach neuen Lösungen, um die ökologischen Auswirkungen unserer Produkte, aber auch der Prozesse bei der Herstellung auf ein Minimum zu reduzieren.

Große Chancen bietet uns schon jetzt der digitale Wandel. Denn vernetzte Hausgeräte erleichtern den Alltag der Konsumenten. Damit wir als Hausgerätehersteller hier erfolgreich sein können, müssen uns unsere Kunden im Umgang mit ihren Daten vertrauen. Deshalb haben wir die Bedürfnisse beim Thema vernetzte Hausgeräte im vergangenen Jahr im Rahmen einer groß angelegten Studie in Deutschland und Österreich untersucht und in unserem Consumer Data Trust Report veröffentlicht. Mit der von uns entwickelten App Home Connect für die Vernetzung von Hausgeräten verschiedener Marken werden wir der Anforderung nach höchsten Sicherheitsstandards gerecht.

Im Wandel ist nicht zuletzt auch die Arbeitswelt. Unser Konzernprojekt „Demografischer Wandel in der Fertigung“ soll dazu beitragen, eine ausgewogene Altersstruktur in der Belegschaft zu fördern und zukunftsfähige alters- und gesundheitsgerechte Arbeitsbedingungen zu schaffen.

Wir wünschen Ihnen eine aufschlussreiche und informative Lektüre und freuen uns über Ihre Anmerkungen unter corporate.communications@bshg.com.



Dr. Karsten Ottenberg
Vorsitzender der
Geschäftsführung



Matthias Ginthum
Markenmanagement
und Vertrieb



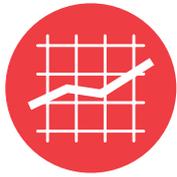
Johannes Närgel
Finanzen und
Arbeitsdirektor



Dr. Michael Schöllhorn
Fertigung und Entwicklung
sowie Supply Chain

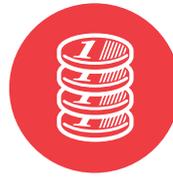
Die BSH 2014 auf einen Blick

Auf Wachstumskurs ...



+8,4 %

Umsatz*



705 Mio.

Euro Ergebnis vor Zinsen
und Steuern



3.335

neue Mitarbeiter*



Rund **58 Mio.**

produzierte Geräte

- Umsatz 2014:
11,4 Mrd. Euro
- Drittgrößter Hausgeräte-
hersteller der Welt
- Nummer eins in Europa

- Mitarbeiter: ca. 53.000
- 43 Fabriken in 13 Ländern
- Fast 80 Gesellschaften in
rund 50 Ländern
- Eine neue Fabrik in Chennai (Indien)*

... mit weniger Ressourcenverbrauch



-9 %

spezifische
CO₂-Emissionen
in Produktion
und Entwicklung*



-5,4 %

spezifischer
Energieverbrauch
in Produktion
und Verwaltung*



Für ihr Ressourcen-
exzellenzprogramm
2015 erhielt die BSH
den „Energy Efficiency
Award“ der Deutschen
Energie-Agentur.

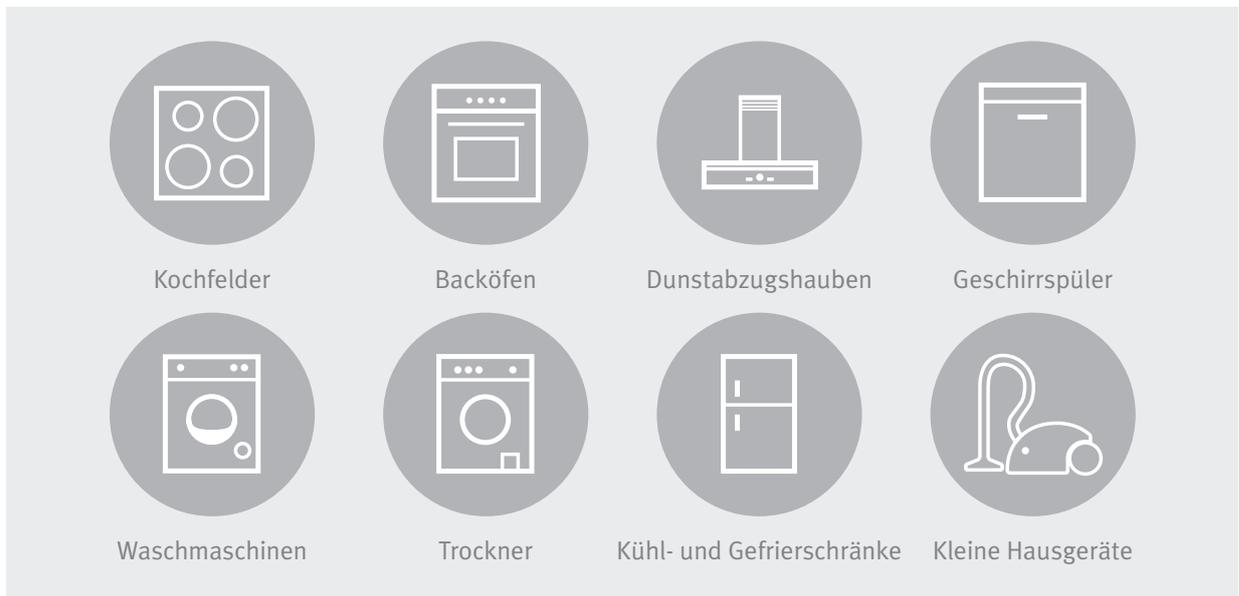
Ziel

Die BSH will bis Ende 2015 den spezifi-
schen Energie- und Wasserverbrauch an
ihren Produktions- und Verwaltungs-
standorten gegenüber 2010 um

25 % reduzieren.

* Im Vergleich zum Berichtsjahr 2013

Produkte und Marken



373 Mio.
Euro für Forschung
und Entwicklung



Im Berichtsjahr stellte die BSH
in insgesamt 154 Produkttests
unabhängiger europäischer Fach-
magazine 90 Mal den Testsieger.

Hausgeräte unter den

Hauptmarken



Spezialmarken

GAGGENAU



Thermador★

Constructa

viva

ufesa

JUNKER

zelmer

Regionalmarken



PITSOS

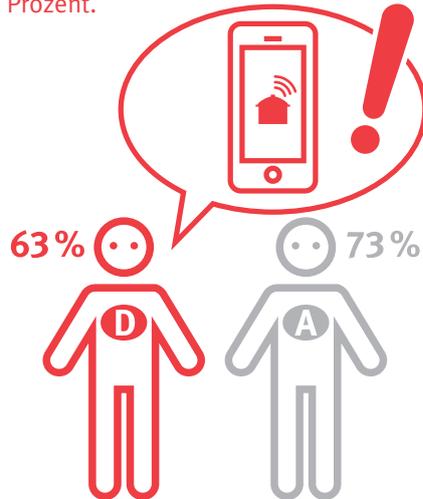
PROFILO

Coldex

Verantwortung

... bei Digitalisierung und Konsumenten

63 Prozent der befragten Tablet- und Smartphone-Nutzer in Deutschland finden App-Features für das vernetzte Heim interessant. In Österreich sind es sogar 73 Prozent.*



Mehr als die Hälfte der Befragten in Deutschland und Österreich befürchten, dass über vernetzte Hausgeräte mehr private Daten gesammelt werden als notwendig.*



* BSH Consumer Data Trust Report 2014

Die BSH hat 2014 die weltweit erste marken- und geräteübergreifende App* zur Steuerung von Hausgeräten auf den Markt gebracht.

* Datensicherheit von Experten bestätigt und vom TÜV-TRUST-IT geprüft

Backofen

Umfangreiche Rezeptdatenbank – zugeschnitten auf das vernetzte Gerät und verknüpft mit jeweils passenden Zubereitungs-einstellungen am Backofen – und vieles mehr



Kühlschrank**

Kamera zeigt Inhalt des Kühlschranks – und vieles mehr



Geschirrspüler

Fernsteuerung und Kontrolle von unterwegs, inklusive Push-Benachrichtigung bei Programmende sowie bei Wartungshinweisen – und vieles mehr



Waschmaschine/ Trockner**

Informationen zum Energiemanagement (Wasser- und Energieverbrauch je Programmauswahl) – und vieles mehr



Kaffeevollautomat**

Voreinstellung und Individualisierung des persönlichen Lieblingskaffees – und vieles mehr



** Markteinführung sukzessive

... bei Mitarbeitern



Ein klar beschriebenes Governance-Risk-Compliance-Modell sowie Führungskräfte als Vorbilder geben Orientierung.



Weltweit über **400** Präsenz- und **22.000** webbasierte Trainings zu Compliance

Arbeitswelt der Zukunft:
Das Konzernprojekt „Demografischer Wandel in der Fertigung“ liefert Best-Practice-Ansätze für unterschiedliche Lebensphasen.



... über die gesamte Wertschöpfungskette



All unsere **90.000** weltweiten Zulieferer müssen den BSH Code of Conduct für Lieferanten anerkennen.



Die BSH plant, jedes Jahr weltweit **200** bestehende Lieferanten von Produktionsmaterial auditieren zu lassen.



Governance, Risk und Compliance

••••• Wachstum mit Integrität

Die BSH hat sich 2014 strategisch neu ausgerichtet und sich das anspruchsvolle Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2025 den Umsatz auf 20 Milliarden Euro zu steigern. Dieses Wachstum soll ohne Einschränkung unserer ökologischen und sozialen Verantwortung erfolgen. In diesem Spannungsfeld geben das im Leitbild verankerte Werteverständnis der BSH sowie ein klar beschriebenes Governance-Risk-Compliance-Modell Orientierung. Für die erfolgreiche Umsetzung durch die Mitarbeiter sind gerade in Zeiten der Veränderung unsere Führungskräfte wichtige Vorbilder.

Integriertes Governance-Risk-Compliance-Modell

Verlässlichkeit, Fairness und Integrität im internen Umgang und im Kontakt mit Geschäftspartnern und Konsumenten sind ein fester Bestandteil unseres Unternehmensleitbildes und die Basis für langfristigen Erfolg. Wo immer wir tätig sind, ist es unser Anspruch, im Einklang mit anwendbarem Recht zu handeln. Klare Strukturen und Verantwortlichkeiten sowie Richtlinien unterstützen die Einhaltung von Recht und Gesetz in allen Bereichen und Prozessen des Unternehmens. Dafür haben wir in den Jahren 2013 und 2014 konzernweit ein integriertes Governance-Risk-Compliance-Modell entwickelt. Es bildet die Basis, um mögliche Risiken unserer Geschäftstätigkeit im Blick zu behalten und veränderte Anforderungen an die Geschäftssteuerung abzuleiten. Die Konzernbereiche Corporate Compliance, Corporate Internal Audit sowie Corporate Risk Management/ Internal Control System sind direkt dem Vorsitzenden der Geschäftsführung zugeordnet.

Global mit Werten führen – Compliance Summit 2014

Das Vertrauen der Konsumenten und Mitarbeiter in unser Unternehmen und unsere Marken ist essenziell, deshalb verankern wir Compliance in allen Geschäftsprozessen und Entscheidungen. Um dies weiter zu vertiefen, diskutierte die BSH-Geschäftsführung im Rahmen des 2014 erstmals durchgeführten Compliance Summit mit den 100 obersten globalen Führungskräften die Compliance-Strategie des Konzerns. Die Teilnehmer tauschten sich darüber aus, wie Compliance heute im Unternehmen wahrgenommen wird, welche Instrumente wirkungsvoll etabliert sind und welche Prozesse weiter verbessert werden können.

Eine zentrale Stellung nahm der wertebasierte Führungsansatz ein: Denn Compliance kann nur erfolgreich sein, wenn die Führungskräfte eines Unternehmens sie entschlossen ins Tagesgeschäft integrieren. Als Vorbilder unterstützen sie Mitarbeiter dabei, sich rechtmäßig zu verhalten und sich mit den BSH Business Conduct Guidelines zu identifizieren. Praxisnahe Vorträge, wie zum Beispiel zu Compliance im Vertrieb, verdeutlichten – mit umsatz-, wettbewerbs-, marken- und imagerelevanten Aspekten – das Zusammenspiel zwischen unseren Werten und Geschäftsprozessen.

Die Geschäftsführung unterstrich auf dem Compliance Summit 2014 das Ziel, eine Unternehmenskultur zu etablieren, die Compliance als integralen Bestandteil der Wertschöpfungskette ansieht. Die Einhaltung gesetzlicher und betrieblicher Regelungen ist ein wesentliches Element in unserem Werteverständnis und die Basis für alle geschäftlichen Entscheidungen. Nur so können



wir dauerhaft Vertrauen in unser Unternehmen und damit unser internationales Wachstum sichern.

Compliance – konzernweit etabliert

Die Neuausrichtung der BSH stärkt die Regionalgesellschaften und erfordert somit auch eine Anpassung der lokalen und regionalen Compliance-Strukturen. Für jede der fünf BSH-Regionen – Europa, North America, Türkei/Mittlerer Osten/Afrika/GUS sowie Greater China und Asia/Pazifik – zeichnet seit 2014 ein Regional Compliance Officer verantwortlich. Weiterhin wurden in Subregionen hauptberufliche Compliance Officer installiert. Darüber hinaus haben alle Tochtergesellschaften designierte Compliance Officer als Ansprechpartner für ihre lokalen Belange. Sie alle berichten fachlich an Corporate Compliance in der Konzernzentrale und arbeiten eng zusammen. Mitarbeiter, die einen Verstoß melden wollen, können sich vertraulich und gegebenenfalls auch anonym entweder an den unabhängigen Vertrauensanwalt wenden oder das IT-basierte Hinweisgebersystem „Trust and Tell“ nutzen.

Bedarfsgerechtes Compliance-Training

Wir wollen, dass sich unsere Mitarbeiter in ihrem Aufgabenbereich bei schwierigen Entscheidungen fragen: Ist meine Entscheidung konsistent mit unseren Werten und internen Standards? Ist sie gesetzeskonform? Vorbilder und Ansprechpartner sind in diesen Fragen zunächst die Führungskräfte. Mit Richtlinien und bedarfsorientierten Trainings geben wir unseren Mitarbeitern zudem Instrumente an die Hand, mit denen sie schwierige Situationen besser erkennen und richtig reagieren können. Das hierfür entwickelte Compliance-

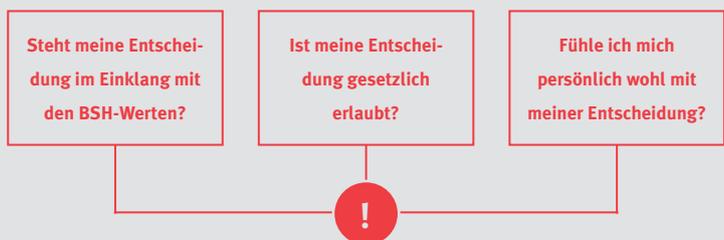
Trainingsprogramm wurde 2014 konzernweit weiter ausgebaut. Es bietet – abhängig von Tätigkeits- und damit verbundenen Risikoprofilen der Mitarbeiter – zielgerichtete Schulungsbausteine. 2014 wurden knapp 22.000 webbasierte Compliance-Trainings und über 400 Präsenztrainings durchgeführt.

Systematische Risikoermittlung

Risikobeauftragte in allen BSH-Gesellschaften unterstützen unser Corporate Risk Management bei der konzernweit einheitlichen Risikoermittlung. Verantwortlich für das Risikomanagement der jeweiligen Organisationseinheit ist deren Leitung. Anhand eines regelmäßig überprüften allgemeinen Risikokatalogs 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 dient als Hilfestellung bei der Risikoidentifikation und ist zugleich Grundlage für die Erstellung von sogenannten Risikolandkarten für den Konzern. Webbasierte Informationen, themenspezifische Workshops und Schulungen stellen die Implementierung unserer Risiko-Management-Strategie sicher. Das mit zwei Mitgliedern der Geschäftsführung sowie Zentralbereichsleitern besetzte Risk-Management-Committee tagt im Halbjahresrhythmus.

Verantwortungsvoll Entscheidungen treffen

Bei ihren Entscheidungen hilft unseren Mitarbeitern die Beantwortung folgender Fragen:



Falls sich unsere Mitarbeiter bei mindestens einer der Fragen nicht sicher sind, sollten sie Unterstützung bei ihrem Vorgesetzten oder der Compliance-Abteilung suchen.



Stakeholderdialog

••••• Austausch für den nachhaltigen Erfolg

Den Dialog mit Interessengruppen betrachtet die BSH als Voraussetzung ihres nachhaltigen Erfolges. Denn nur im Austausch können wir unsere Wachstumsstrategie mit regulatorischen, gesellschaftspolitischen und ethischen Ansprüchen aus Politik und Gesellschaft in Einklang bringen. Im politischen Diskurs setzen wir uns für eine nachhaltige Entwicklung und förderliche wirtschaftliche Rahmenbedingungen ein.

Verantwortungsvolle Interessenvertretung

Als global agierendes Unternehmen vertreten wir unsere Interessen und Positionen in nationalen und europäischen Branchenverbänden und im Kontakt mit Politikern. Wir suchen ebenso den Austausch mit Umwelt- und Verbraucherverbänden sowie Nichtregierungsorganisationen. Weiterhin wirken wir weltweit in Gremien der technischen Regulierung und Normung mit. 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 vertreten, Compliance-Schulungen absolviert.

Schwerpunkte 2014

Auch 2014 wirkten wir an der Weiterentwicklung des EU-Energielabels mit. Wir setzen uns dafür ein, dass dieses wichtige und mittlerweile im Markt etablierte Informationsinstrument für den Kunden und Handel im Sinne einer transparenten

Verbraucherinformation gestärkt wird. Um Produkte besser unterscheiden zu können, empfehlen wir, die Bewertungssystematik auf Energieeffizienz zu fokussieren und eine ambitionierte Skalierung der Energieeffizienzklassen einzuführen. Uns als Hersteller verspricht die Richtlinie eine hohe Planungssicherheit.

Bei den Eco-Designvorgaben auf dem Energielabel für Staubsauger plädierten wir für die Ergänzung um Angaben zur Staubaufnahmeleistung. Diese Information ist ein wichtiges Kriterium für die Kaufentscheidung der Konsumenten.

Um die hohe Akzeptanz der Kennzeichnung mit dem EU-Energielabel auch in Zukunft sicherzustellen, engagieren wir uns in Branchengremien, beispielsweise im Vorstandskreis Umwelt, Energie und Klima des Zentralverbands Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e.V. (ZVEI), und darüber hinaus in übergreifenden Organisationen wie dem Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. (vzbv). Auf europäischer Ebene führen wir den Dialog mit Verbraucher- und Umweltschutzverbänden wie dem European Association for the Coordination of Consumer Representation in Standardisation (ANEC), dem Bureau Européen des Unions de Consommateurs (BEUC), dem European Environmental Bureau (EEB) und der European Environmental Citizens' Organisation for Standardisation (ECOS).

Engagement für Nachhaltigkeit und Klimaschutz

Die BSH engagiert sich seit Anfang 2014 in der „Stiftung 2 Grad“, die nach dem wichtigsten Klimaschutzziel benannt ist: Die durchschnittlich globale Erderwärmung auf zwei Grad zu beschränken. Dabei setzt die Stiftung auf langfristiges unternehmerisches Engagement. Gemeinsam mit Wissenschaft, Gesellschaft und Politik arbeiten die Unterstützer an konkreten Lösungen für einen ambitionierten und effizienten Klimaschutz.

Die Stiftung „Neue Verantwortung“ dient als Plattform für interdisziplinäres und sektorübergreifendes Denken entlang der wichtigsten gesellschaftspolitischen Themen und Herausforderungen im 21. Jahrhundert. BSH-CEO Dr. Karsten Ottenberg ist Mitglied des Präsidiums. Programmschwerpunkte der Stiftung sind unter anderem die europäische digitale Agenda sowie die Themen Energie und Ressourcen.

Die BSH hat sich mit der Einführung von Home Connect als Innovationsführer im Bereich der vernetzten Hausgeräte positioniert und wirkt deshalb auch an der gesellschaftlichen Debatte zur Digitalisierung mit. So diskutierte BSH-Chef Dr. Ottenberg im Rahmen des Innovationsforums an der Goethe-Universität in Frankfurt mit Studierenden über die Themen Innovation, Datability und Verantwortung: Dabei ging es unter anderem um den Nutzen von Innovationen und die Verantwortung von Unternehmen im Umgang mit neuen Technologien – insbesondere im Zusammenhang mit Fragen über Datenschutz und Datensicherheit (siehe Kapitel „Konsumenten und Produkte“, S. 18).

Laut dem Umweltbundesamt entstehen rund 20 Prozent der deutschen Treibhausgasemissionen in der Produktion. Der BSH-Standort Traunreut ist deshalb Pilotbetrieb des vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit geförderten Forschungsprojekts „Produktionsbezogene Nachhaltigkeitskompetenz“ (Pro-NaK). Ziel dabei ist es, Potenziale der Mitarbeiter zu erschließen und Nachhaltigkeitskompetenz zu entwickeln, um in der produzierenden Industrie CO₂-Emissionen zu reduzieren und damit dem Klimawandel zu begegnen. Aufgrund ihres relativ hohen Energieverbrauchs und der vermuteten großen Einsparpotenziale wurde die Kunststofffertigung als Pilotabteilung ausgewählt. In Workshops erarbeiten die beteiligten Mitarbeiter Maßnahmen und werten Ergebnisse aus. Erste Einsparungen wurden bereits erzielt.

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

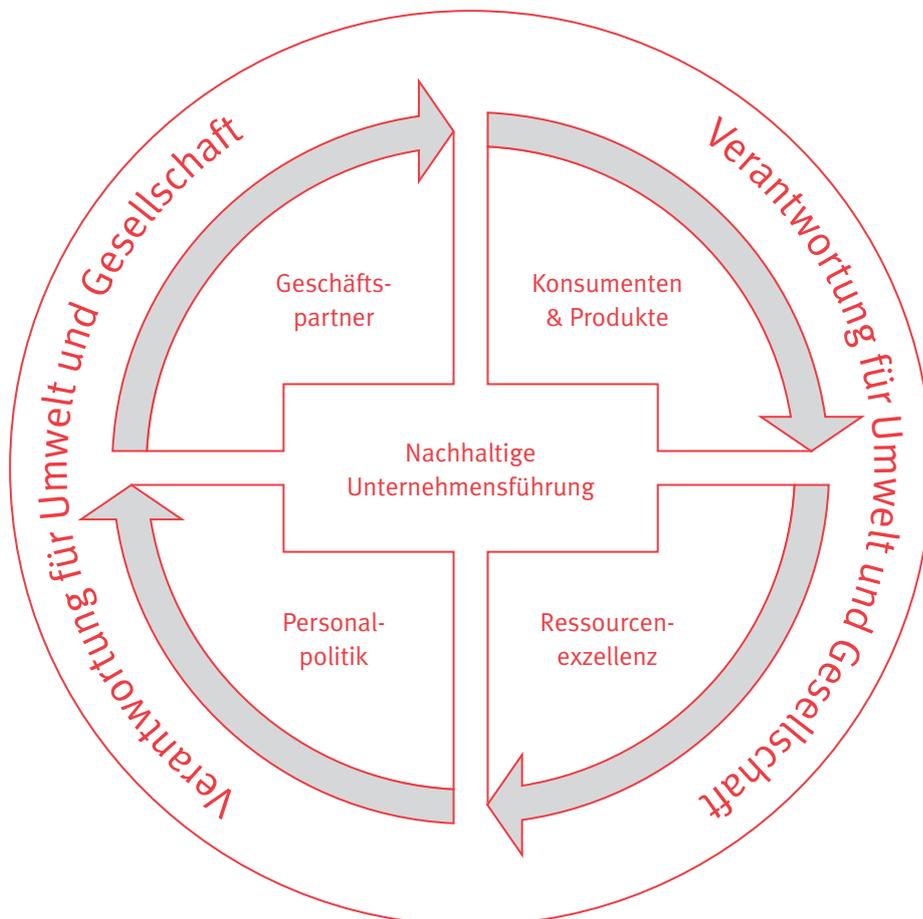
Die BSH-Tochtergesellschaft in Spanien ist Mitgründer des 2002 ins Leben gerufenen Unternehmensverbands „Club de Excelencia de Sostenibilidad“ (Club der Nachhaltigkeitsexzellenz), einem national anerkannten Dialogpartner der Politik und der öffentlichen Hand. Wir engagieren uns dort in fünf Arbeitsgruppen, um Erfahrungen und Best-Practice-Projekte auszutauschen. Darüber hinaus unterstützte die BSH Spanien eine branchenübergreifende Studie, in deren Rahmen 150 Unternehmen zum Thema Nachhaltigkeit in Spanien befragt wurden, und beteiligte sich 2014 am viertägigen „National Congress of Environment“.

Austausch mit Lieferanten

Über das Engagement in Verbänden und Stiftungen hinaus legen wir großen Wert auf den systematischen Austausch mit unseren Zulieferern: Im Rahmen des Supplier Day tauschte sich die BSH-Geschäftsführung im Oktober 2014 mit 30 ihrer wichtigsten Lieferanten zur BSH-Wachstumsstrategie aus. Anlässlich der Tagung wurden außerdem die besten Zulieferer in sechs verschiedenen Kategorien ausgezeichnet. Bei der Bewertung wurden erstmals auch die Kriterien „Compliance“ sowie „Umwelt- und soziale Verantwortung“ berücksichtigt.

Handlungsfelder für Corporate Responsibility

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie erarbeiteten wir auf Basis des BSH-Leitbildes sowie einer umfassenden Stakeholderbefragung. In vier Handlungsfeldern werden die Schwerpunktthemen für die konzernweiten Nachhaltigkeitsaktivitäten festgelegt und vorangetrieben. Zudem definieren sie die inhaltlichen Schwerpunkte des vorliegenden Berichts. Anfang 2015 wurde Corporate Responsibility der Abteilung Public Affairs angegliedert. Die Geschäftsführung wird regelmäßig zu Entwicklungen und Fortschritten in den Handlungsfeldern informiert und bezieht dies in ihre Entscheidungen ein.





Schwerpunkte 2014

Ressourcenexzellenz:

Kreisläufe schließen

Geschäftspartner:

Verantwortung in der Lieferkette

Konsumenten und Produkte:

Digitaler Verbraucherschutz

Personalpolitik:

Arbeitswelt im Wandel

Verschiedene Lösungsansätze der BSH

Dennoch prüft die BSH derzeit für ihre gesamte Produktpalette den Ersatz von Primärkunststoffen durch Rezyklate. Dabei haben wir den unabdingbaren Anspruch, dass die wiederverwendeten Materialien stets den gleichen hohen Qualitätsanforderungen genügen müssen. Bisher nutzen wir deshalb in unserer Produktion lediglich Rezyklate direkt aus den industriellen Rückständen der Kunststoffverarbeitung, sogenannte Post-Industrial-Rezyklate. Rezyklate, die aus Altgeräten oder anderen Abfallströmen entnommen werden, sogenannte Post-Consumer-Rezyklate, sind aufgrund der vielfältigen Zusammensetzung unterschiedlichster Materialien noch nicht geeignet.

Der Markt von Kunststoffgranulaten ist hinsichtlich verfügbarer Mengen, Arten und Spezifikationen noch sehr eingeschränkt. Die BSH tauscht sich deshalb unter anderem mit dem deutschen Umweltbundesamt über neue Möglichkeiten der Wiederverwendung aus und arbeitet an branchenübergreifenden, wirtschaftlich und ökologisch sinnvollen Lösungen. Zudem führen wir Gespräche mit Kunststofflieferanten, Verwertern anderer Branchen sowie mit Recyclern. Dieser Erfahrungsaustausch sowie Kooperationen entlang der Wertschöpfungskette werden entscheidend sein, um nachhaltige Lösungen für die Wiederverwendung von Materialien zu finden.

Entsorgung und Verwertung

2012 wurde die Rücknahme und Verwertung von Elektro-Hausgeräten in der Europäischen Union neu geregelt. Die Mitgliedstaaten können Mindestqualitätsnormen für die Behandlung von gesammelten Elektro- und Elektronik-Altgeräten festlegen.

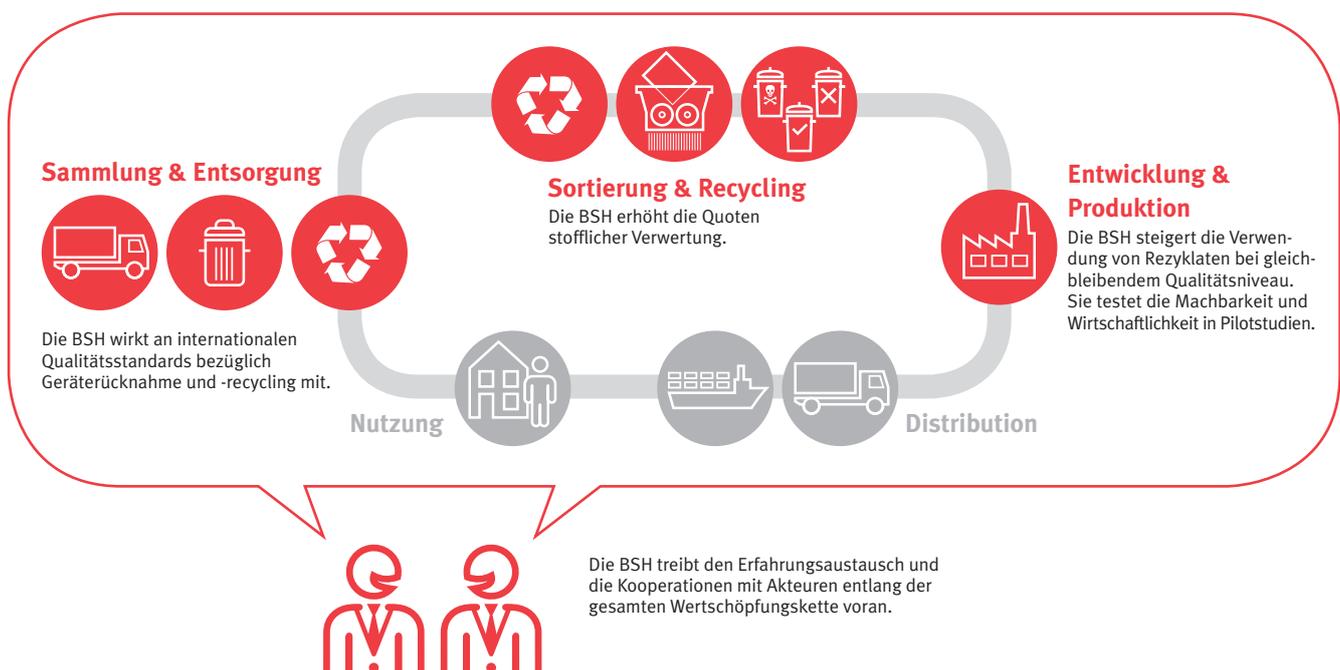
Als größter Hausgerätehersteller in Europa ist die BSH in über 20 nationalen Rücknahmesystemen vertreten und hat bereits 2008 ein zertifiziertes Qualitätssicherungssystem etabliert, das den Kältegeräte-Recyclingprozess bei den Betrieben unserer Entsorgungsdienstleister in Deutschland prüft.

Um europaweit einheitliche Qualitätsanforderungen an die Rücknahme und Verwertung zu gewährleisten, setzt sich die BSH dafür ein, diese zukünftigen Standards verpflichtend in die jeweilige nationale Gesetzgebung einzubinden.

Pilotprojekte mit Recyclingmaterialien

Ein neues Staubsaugermodell, dessen wesentliche Bauteile aus recycelten Kunststoffen bestehen, konnte die BSH 2014 in die Serienfertigung bringen. In einem Gemeinschaftsprojekt mit einem großen internationalen Chemieunternehmen prüfen wir zudem die Einsatzmöglichkeiten biologisch abbaubarer Kunststoffe für die Transportverpackung unserer Geräte.

Lebenszyklus Hausgeräte: Materialkreisläufe schließen





Geschäftspartner

••••• Verantwortung in der Lieferkette

Ökologisch und sozial einwandfrei entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu handeln – das ist Teil unserer Verantwortung. Mit unserem Social-Compliance-Programm verfolgen wir seit 2013 das Ziel, dass bei allen unseren Lieferanten Mindeststandards bezüglich Arbeitsbedingungen und Umweltschutz eingehalten werden.

Code of Conduct als Grundlage

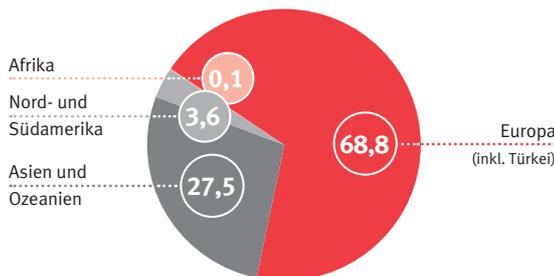
Im Sinne einer nachhaltigen Wertschöpfung arbeiten wir mit unseren Lieferanten auf der Grundlage eines fairen Wettbewerbs zusammen. Die BSH berücksichtigt nur jene, die auch der Verantwortung für Umweltschutz, Menschenrechte, Arbeitssicherheit und Gesundheit einen hohen Stellenwert einräumen. Diese Prinzipien für den Umgang mit unseren Geschäftspartnern sind im BSH Code of Conduct verankert (s. roter Kasten).

Vielfältige Lieferkette

Das Zulieferportfolio der BSH reicht von Herstellern von Kunststoffgranulaten oder Stahl – meist große Konzerne, die weltweit tätig sind – bis hin zum hoch spezialisierten, mittelständischen Produktionsbetrieb komplexer Baugruppen. Besonders arbeitsintensive Prozesse bei unseren Lieferanten, wie die Herstellung von Kunststoff-, Gummi- oder Metallteilen, bergen das Risiko, dass Vorkehrungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheit ungenügend sind. Bei anderen Herstellungsverfahren muss besonders auf die Einhaltung von Umweltauflagen geachtet werden.

Einkaufsvolumen nach Regionen

In Prozent

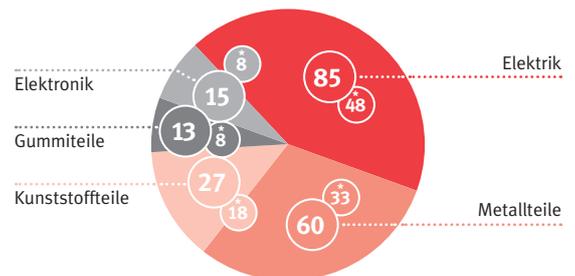


Stand: 31.12.2014

Anzahl Lieferanten mit Social-Compliance-Audits

Anzahl

* davon bis 31.12.2014 abgeschlossen



Stand: 31.12.2014

Social-Compliance-Programm

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

2013 haben wir mit der systematischen Überprüfung unserer rund 3.000 bestehenden Lieferanten von Produktionsmaterial begonnen. Von 2014 an plant die BSH, jedes Jahr 200 bestehende Lieferanten auditieren zu lassen. Ihre Auswahl richtet sich dabei nach der Risikoeinstufung von Materialgruppen und Ländern. Zudem werden seit 2013 bereits vor Vertragsabschluss alle potenziellen Lieferanten der BSH überprüft.

Systematische Social Audits

Die Social Audits werden direkt vom jeweiligen Lieferanten in Auftrag gegeben. Die BSH erhält die Auditergebnisse inklusive erforderlicher Korrekturmaßnahmen. Auf Basis eines vierstufigen Rankings – kritisch, große Abweichungen, geringe Abweichungen, konform – ist für Lieferanten mit kritischer Bewertung oder bei Abweichungen eine entsprechende Eskalation vorgesehen, die zu einem erneuten Audit bis hin zur Beendigung der Geschäftsbeziehung führen kann. Ein spezialisiertes Fachteam im Konzernbereich Einkauf kontrolliert die Einhaltung dieser Rahmenvorgaben und verantwortet außerdem die jährliche Auditierung. Über die Ergebnisse wird intern quartalsweise berichtet. Im Berichtsjahr gab es in wenigen Fällen Beanstandungen bezüglich Gesundheit und Arbeitssicherheit oder Arbeitszeiten, die spätestens bei den Folge-Audits behoben waren.

Kommunikation und Training aller Beteiligten

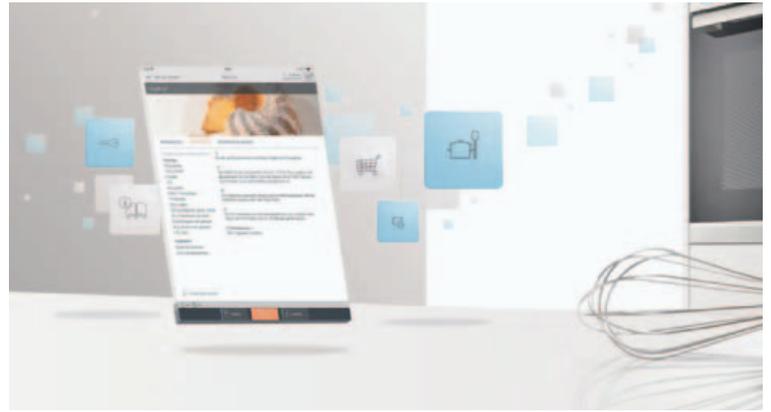
Entscheidend für den Erfolg des Social-Compliance-Programms sind die frühe Einbindung und fachliche Unterstützung der verantwortlichen Einkäufer sowie eine klare und umfassende Kommunikation an die teilnehmenden Partner. Damit alle Beteiligten über den Auditprozess sowie die Ratings informiert sind, hat das CR-Team im Einkauf ein Handbuch für BSH-Einkäufer entwickelt. Weitere Unterlagen zur Orientierung sind ein Katalog mit den am häufigsten gestellten Fragen, ein Steckbrief zu sozialen Kriterien und seit 2014 ein Social-Compliance-Newsletter. Interne und externe Trainings ergänzen die Information zu Nachhaltigkeitsthemen.

BSH Code of Conduct – Prinzipien

- Beachtung lokal geltender Gesetze und Bestimmungen
- Verbot von Zwangs- und Kinderarbeit
- Antidiskriminierung
- Arbeitszeitbegrenzung
- Gerechte Entlohnung
- Arbeitssicherheit und Gesundheit
- Versammlungsfreiheit und Recht auf Kollektivvereinbarungen
- Umweltbewusstsein

Procurement Governance

Mit der neuen Corporate-Supply-Chain-Organisation hat die BSH Anfang 2015 die Grundlage für konzernweit einheitliche und transparente Beschaffungsprozesse sowie klare und durchgängige Verantwortlichkeiten und Berichtsstrukturen geschaffen. Die wichtigsten Elemente aus dem vorangegangenen Konzernprogramm Procurement Governance bilden hierfür den Rahmen. So geben die BSH Business Conduct Guidelines unseren Mitarbeitern weltweit verbindliche Regeln für den verantwortungsvollen Umgang mit Kunden und Geschäftspartnern vor. Sie schaffen Orientierung bezüglich Wettbewerbs- und Kartellrecht, Anti-Korruption oder zur Vermeidung von Interessenkonflikten. Um eine Integration des Social-Compliance-Programms über die gesamte Wertschöpfungskette sicherzustellen, ist das zuständige Fachteam dem Bereich Corporate Supply Chain zugeordnet. 2016 wollen wir unsere Beschaffungsprozesse durch einen unabhängigen Dritten als „Safe & Clean“ auditieren lassen.



Konsumenten und Produkte

••••• Digitaler Verbraucherschutz

Vernetzte Hausgeräte bieten Kunden weltweit neue Möglichkeiten. Die ferngesteuerte Bedienung der Waschmaschine mit dem Smartphone oder individuelle Energiespartipps können den Alltag bereichern. Für diese neuen Services sind Hersteller auf entsprechende Kundendaten angewiesen. Deshalb hängt der Erfolg vernetzter Hausgeräte neben überzeugenden Technologien auch vom verantwortungsvollen Umgang mit diesen Daten ab. Die BSH sucht dafür im Austausch mit ihren Kunden nach nutzerfreundlichen und zugleich sicheren Lösungen.

Kundenbedürfnisse genau hinterfragen

Wenn es um den Haushalt geht, wünschen sich unsere Kunden vor allem, dass sich ihr Alltag erleichtert. Zum Beispiel durch einen Kühlschrank, der die Einkaufsliste an das Smartphone schickt, oder einen Herd, der kulinarische Vorlieben kennt und entsprechende Rezepte parat hat. Auch beim Stromsparen können Hausgeräte und Smartphone oder Tablet dank cleverer Tipps zukünftig unterstützen. Damit Kunden diese Zusatzleistungen nutzen können, müssen sie jedoch bereit sein, Daten von sich anzugeben. In Zeiten von Big Data und Datenmissbrauch-Skandalen gibt es verständlicherweise Bedenken. Diese muss die BSH kennen.

„Consumer Data Trust Report“

Nur wenn wir als Hersteller genau über die Bedürfnisse, aber auch Sorgen unserer Kunden informiert sind, können wir mit unseren Produkten erfolgreich sein. Mit der Studie „Consumer Data Trust Report“ zum Thema vernetzte Hausgeräte und Datensicherheit hat die BSH 2014 erhoben, wie Menschen über Digitalisierung und vernetzte

Hausgeräte denken. Gemeinsam mit einem Meinungsforschungsinstitut hat sie dafür 2.000 Personen in Deutschland und Österreich online befragt. Für uns als Hersteller waren dabei vier Punkte besonders wichtig: Zunächst wollten wir wissen, wie technikaffin die Konsumenten sind und über welche Haushaltsausstattung sie bereits verfügen. Außerdem baten wir sie um Auskunft darüber, was sie sich von neuen Technologien und Vernetzung erhoffen und welchen Mehrwert sie im Alltag erwarten. Auch Herausforderungen der technischen Gestaltung von Angeboten hat die BSH genauer unter die Lupe genommen. Entscheidend für den Erfolg der Digitalisierung im Haushalt ist jedoch, dass wir vor allem Produkte und Services entwickeln, die sich die Konsumenten wünschen. Dabei wollen wir stets verantwortungsvoll mit ihren Daten umgehen. Dafür muss die BSH wissen, unter welchen Voraussetzungen Konsumenten Daten angeben und wann die Sicherheitsbedenken besonders groß sind.

Home Connect:

Technische Innovation und Datensicherheit

Die Ergebnisse des „Consumer Data Trust Report“ verdeutlichen ein für die BSH zentrales Spannungsverhältnis zwischen den Vorzügen von Digitalisierung und Bedenken hinsichtlich Datenschutz: So finden rund zwei Drittel der befragten Tablet- und Smartphone-Nutzer in Deutschland und Österreich App-Features für das vernetzte Heim interessant. Allerdings befürchteten auch mehr als die Hälfte der Befragten in beiden Ländern, dass über vernetzte Hausgeräte mehr pri-

vate Daten gesammelt werden als notwendig. Diese Ergebnisse nimmt die BSH sehr ernst. Sie sind gleichzeitig die Bestätigung, mit unserer Anwendung Home Connect den bisherigen systematischen Ansatz von Datensicherheit und innovativen Funktionen weiter zu verfolgen. Zur IFA 2014 hat die BSH mit Home Connect die erste Lösung weltweit vorgestellt, bei der sich unterschiedliche Geräte von mehr als einer Hausgerätemarke mit einer einzigen App steuern lassen. Sie stützt sich auf die Betriebssysteme iOS und Android (Markteinführung in Kürze). Ende letzten Jahres haben wir vernetzte Backöfen und Geschirrspüler der Marken Bosch und Siemens in Deutschland und Österreich auf den Markt gebracht. Auch in anderen Produktkategorien wird es ab Herbst 2015 sukzessive vernetzte Geräte geben – also Waschmaschinen, Trockner, Kühlschränke und Kaffeevollautomaten.

Vernetzung mit den höchsten Sicherheitsstandards

Home Connect bietet zum einen Funktionen, die den Alltag der Nutzer spürbar erleichtern – beispielsweise die Fernkontrolle von Hausgeräten. Zum anderen besticht das Vernetzungssystem durch ein neu entwickeltes Protokoll mit einem besonderen Datenschutz- und Datensicherheitskonzept. Denn nicht zuletzt aus dem „Consumer Data Trust Report“ wissen wir: Nichts ist privater als das eigene Zuhause. Deshalb wurde die Home Connect App mit ausgewählten Datensicherheitsexperten entwickelt, von professionellen Hackern getestet und vom TÜV-TRUST-IT geprüft. Sie entspricht damit höchsten Sicherheitsanforderungen. Der Austausch gerätespezifischer Informationen und die Übermittlung persönlicher Daten erfolgen verschlüsselt. Zudem ist der Zugriff auf die App und die mit ihr verbundenen Geräte nur über einen persönlichen, passwortgeschützten Benutzerzugang möglich. Die BSH verpflichtet sich zudem dem Grundsatz der Datensparsamkeit und erhebt nur die Konsumentendaten, die einen echten Mehrwert für den persönlichen Nutzen der Verbraucher schaffen.

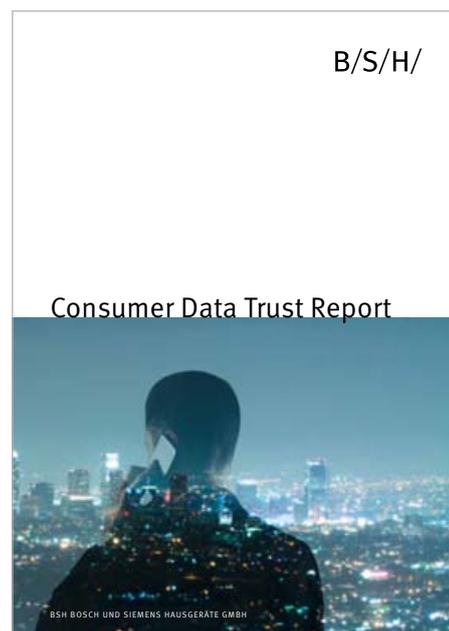
Kundenwünsche im Fokus

Dank unserer genauen Kenntnisse der Kundenwünsche können wir die Services und Funktionen umsetzen, die Konsumenten wollen und die einen echten Nutzen bieten. So kann man ab sofort bequem den Energieverbrauch und Programmstatus des Geschirrspülers überprüfen, passende Rezepte erhalten, die die Temperatur- und Zeiteinstellungen direkt an den Backofen senden, und

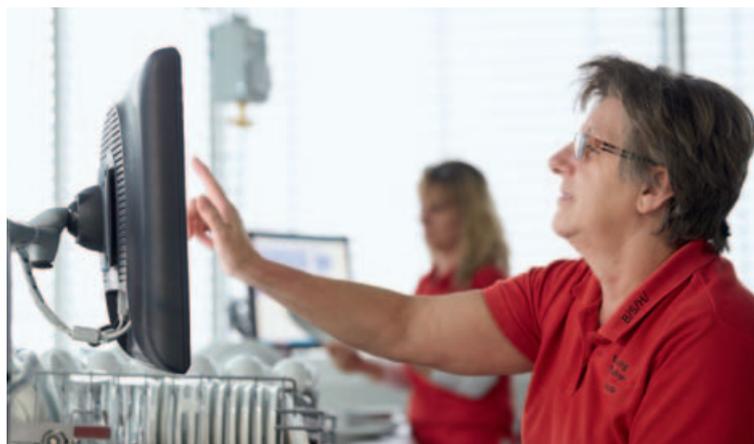
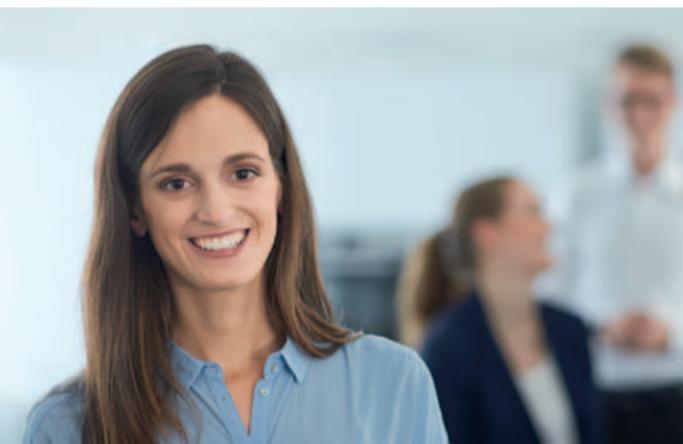
Nachrichten wie „Wäsche ist fertig“ empfangen. Voraussichtlich ab Herbst 2015 können Kunden der BSH Bilder aus dem Kühlschränken abrufen, um zu sehen, welche Lebensmittel vorrätig sind oder nicht. Mit der Home Connect App können Konsumenten ihre Geräte von unterwegs aus starten oder stoppen. Über eine reine Fernbedienung gehen die Funktionen weit hinaus: Geräte melden beispielsweise eigenständig Servicebedarf an, zudem bietet die App zahlreiche Tipps & Tricks und den direkten Zugriff auf die Gebrauchsanleitungen.

Herstellerübergreifende Lösungen

90 Prozent aller Haushalte verfügen über Hausgeräte von mehr als einer Marke. Darauf hat die BSH reagiert und Home Connect als offene Plattform konzipiert. Unter dem Motto „One app for all appliances and all brands“ wird Home Connect nicht nur Produkte und Marken der BSH miteinander vernetzen, sondern ist offen für andere Hersteller sowie weitere Services und Dienstleistungen. Mit diesem marken- und geräteübergreifenden Ansatz werden wir schon jetzt Kundenbedürfnissen gerecht und bieten einen Service, der sich stetig weiterentwickelt. Zudem werden einfache Bedienbarkeit und Übersichtlichkeit durch einen einheitlichen Standard garantiert. Damit kommt die BSH nicht nur langfristig den Wünschen der Konsumenten nach, sondern setzt auch international einen bedeutenden Maßstab für die Branche.



Die Anforderungen unserer Konsumenten an vernetzte Hausgeräte und Datensicherheit sind von zentraler Bedeutung. Gemeinsam mit einem Meinungsforschungsinstitut haben wir im Berichtsjahr 2.000 Personen in Deutschland und Österreich dazu befragt.



Personalpolitik

••••• Arbeitswelt im Wandel

Als technologie- und innovationsgetriebenes Unternehmen im internationalen Wettbewerb bauen wir auf engagierte und leistungsfähige Mitarbeiter. Mit ihnen will die BSH zukunftsfähige Arbeitswelten gestalten und bedarfsgerechte Lösungen entwickeln, die Flexibilität in unterschiedlichen Lebensphasen ermöglichen. Zugleich stehen wir auf den internationalen Arbeitsmärkten vor verschiedensten Herausforderungen: Je nach Region sind dies beispielsweise unausgewogene Altersstrukturen oder erhöhte Fluktuation von Mitarbeitern.

Konsequente Einbeziehung von Mitarbeitern

Hohe Beteiligungsraten und sehr gute Ergebnisse der Mitarbeiterbefragungen der vergangenen Jahre belegen ein überdurchschnittliches Zugehörigkeitsgefühl und hohes Engagement unserer Mitarbeiter. Die Attraktivität als Arbeitgeber ist dafür ein Schlüsselfaktor und damit entscheidend für den nachhaltigen Erfolg der BSH. Ihn sichern wir, indem wir die Meinung unserer Mitarbeiter auf verschiedenen Wegen einholen und daran arbeiten, uns stetig zu verbessern.

Lebensphasenorientierte Lösungen

Das Durchschnittsalter der BSH-Belegschaft liegt derzeit konzernweit bei 38,5 – in Deutschland insgesamt bei 42,2 Jahren. Dort ist ein Mitarbeiter in der Fertigung sogar durchschnittlich 43,4 Jahre alt. Dies stellt die BSH hinsichtlich einer ausgewogenen Altersstruktur vor große Herausforderungen. Mit dem Ziel, unterschiedliche Bedürfnisse und Leistungsfähigkeit in den verschiedenen Lebensphasen zu berücksichtigen, starteten wir im Mai 2013 das Konzernprojekt „Demografischer Wan-

del in der Fertigung“, das sich zunächst auf die sechs Fertigungsstandorte der BSH in Deutschland konzentrieren wird. Das bisherige breite Angebot der BSH zu Gesundheitsvorsorge, Arbeitszeitmodellen und Ergonomie sowie Programme des betrieblichen Gesundheitsmanagements werden darin gebündelt. Mit diesem integrativen Ansatz können Best-Practice-Lösungen herausgearbeitet und neue, bedarfsgerechte Konzepte entwickelt werden. Vier Teilprojekte mit den Schwerpunkten Ergonomie, Arbeitsorganisation, Altersstruktur sowie Change Management und Führung bilden die Projektstruktur und -inhalte ab (s. roter Kasten). Für jedes dieser Teilprojekte wurden konkrete Konzepte und Programme erarbeitet, die zukünftig als Modell an den BSH-Standorten dienen sollen.

Pilotprojekt im Werk Dillingen

An einer von sieben Fertigungslinien werden im Geschirrspülerwerk Dillingen seit November 2014 für zwölf Monate neue Schichtmodelle mit späteren Anfangs- und früheren Endzeiten getestet. Direkt an den Arbeitsplätzen finden zudem Gymnastikprogramme statt oder Mitarbeiter können Gesundheits- und Vorsorgemaßnahmen nutzen, die mit einem Zeitguthaben belohnt werden. Besonders wichtig sind der BSH dabei die Meinungen und Erfahrungen der teilnehmenden Mitarbeiter, die während des gesamten Pilotprojektes Feedback geben können. Als nächster Schritt ist geplant, Erfahrungen und erfolgreiche Instrumente mit anderen deutschen Fertigungsstandorten zu teilen und umzusetzen.



Umfassendes Angebot für die Gesundheit

Gesundheit ist das höchste Gut für eine berufliche Entwicklung und ein glückliches Privatleben. Deswegen unterstützt die BSH über übliche betriebliche Maßnahmen hinaus das Engagement ihrer Mitarbeiter, sich gesund zu ernähren und Sport zu treiben. Dazu gehört für uns, sie zu motivieren, aber auch ein vielfältiges Programm anzubieten, um für die eigene Gesundheit aktiv zu werden. Eine wichtige Rolle spielt dabei einerseits die Selbstverantwortung des Mitarbeiters, aber auch die Vorbildfunktion der Führungskräfte, die sich direkt mit ihren Teams zu Gesundheitsthemen austauschen.

Instrumente wie ein kostenloser Gesundheitscheck oder eine ausgewogene Betriebsverpflegung sind ebenso Bausteine des betrieblichen Gesundheitsmanagements der BSH wie Sozial- und Suchtberatungen. Zudem können unsere Mitarbeiter an den Standorten Geräte für Kraft, Ausdauer und Stärkung der Rückenmuskulatur, Sportgruppen oder spezielle Aktionen in Zusammenarbeit mit den Krankenkassen nutzen. Dabei ist Ziel der BSH, die gesamte Belegschaft in Prozesse und Veränderungen der betrieblichen Gesundheitsförderung und Krankheitsprävention einzubeziehen.

Mit diesem umfassenden Angebot finden Mitarbeiter einen wertvollen Ausgleich zu Belastungen des Arbeitslebens. Eine gelungene Work-Life-Balance steigert ihre Zufriedenheit und erhält ihre Leistungsfähigkeit – was Arbeitnehmer und Arbeitgeber langfristig zugutekommt.

Konzernprojekt „Demografischer Wandel in der Fertigung“

In vier Teilprojekten verfolgen wir das Ziel, alle Aspekte zukunftsfähiger Arbeitssysteme abzubilden:

Ergonomie

- Ergonomische Planung von Arbeitsplätzen
- Fertigungsgerechte Konstruktion im Produktentstehungsprozess (PEP)

Arbeitsorganisation

- Angepasste Schicht- und Arbeitszeitmodelle
- Häufigerer Wechsel der Arbeitsplätze

Altersstruktur

- Berücksichtigung einer ausgewogenen Altersstruktur bei der Standortentwicklung

Change Management und Führung

- Gesundheit und Selbstverantwortung
- Vorbildfunktion der Führungskraft
- Veränderungsfähigkeit

B/S/H/

Gesundheit:
Ich geh' voran!



Das Konzernprojekt „Demografischer Wandel in der Fertigung“ ist nur erfolgreich, wenn wir unsere Mitarbeiter an den Standorten aktiv einbeziehen.



*Schon heute wissen wir:
Verschiedenste Ressourcen
werden weltweit knapper.*

Dem wollen wir strategisch begegnen und setzen bei ressourcenschonenden Produkten und Prozessen an. Vom Einsatz von Sekundärrohstoffen in unseren Geräten bis hin zur Einsparung von Energie in der Produktion leisten wir unseren Beitrag.

*Volker Korten
(Head of Environment, Resources,
Occupational Safety)*





Status 2014

11,4 Milliarden Euro Umsatz

14,8 Millionen Euro für den
betrieblichen Umweltschutz

905 junge Menschen weltweit
in der Ausbildung

7.900 Kundendienstmitarbeiter
weltweit

Status 2014

Ökonomie

Im Berichtsjahr hat die BSH ihre neue Strategie weiter vorangetrieben: Als Marktführer in Europa bauen wir noch stärker auf Innovationskraft und nachhaltige Umsatzsteigerung. Mit dem bisher höchsten Konzernumsatz von 11,4 Mrd. Euro haben wir 2014 dafür eine solide Basis gelegt.

Umsatzentwicklung

Ihren Konzernumsatz steigerte die BSH gegenüber dem Vorjahr um 8,4 Prozent auf 11,4 Mrd. Euro. Davon erzielte sie knapp 80 Prozent außerhalb Deutschlands. In der Vertriebsregion I, die im Wesentlichen die europäischen Länder umfasst, konnte die BSH den Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 11,6 Prozent auf 6,8 Mrd. Euro steigern. In der Vertriebsregion II, die Russland, den Mittleren Osten sowie Afrika abbildet, blieb der Umsatzverlauf mit 1,6 Mrd. Euro um 3,1 Prozent unter dem Niveau des Vorjahres. Die Vertriebsregion III umfasst die Regionen Greater China, Nordamerika und Asien/Pazifik. Der Umsatz lag dort mit 2,9 Mrd. Euro 14,5 Prozent über dem Vorjahr.

Umsatzentwicklung

In Mrd. Euro



Ergebnis, Steuern, Subventionen und Spenden

Im Berichtsjahr betrug das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)* 705 Mio. Euro (Vorjahr 512 Mio. Euro), was 6,2 Prozent des Konzernumsatzes (Vorjahr 4,9 Prozent) entspricht. Konzernweit lag die Steuerquote 2014 bei 29,8 Prozent (Vorjahr 29,6 Prozent). Von den insgesamt 190 Mio. Euro Ertragssteueraufwand im Konzern entfallen 54 Prozent auf Westeuropa, 9 Prozent auf Osteuropa und 37 Prozent auf Asien und Amerika.

Unter anderem für Forschung und Entwicklung erhielt die BSH 2014 weltweit 6,8 Mio. Euro an staatlichen Subventionen. Wir fördern weltweit seit vielen Jahren mit Geld- und Sachspenden

Projekte zu Umweltschutz sowie gemeinnützige Initiativen. Mittel- bis langfristige humanitäre Hilfe leistet die BSH, auch mit Spenden ihrer Mitarbeiter, über den Verein BSH Katastrophenhilfe e.V.

EBIT*

In Mio. Euro



* Die Definition des EBITs wurde zu Beginn des Berichtsjahres leicht geändert und berechnet sich nun aus dem in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesenen Ergebnis vor Ertragsteuern abzüglich des Saldos aus Finanzierungserträgen und -aufwendungen sowie dem übrigen Finanzergebnis. Die Vorjahre wurden entsprechend angepasst.

Forschung & Entwicklung

Um Innovationen zu stärken, hat die BSH im Bereich Forschung und Entwicklung (F&E) im Berichtsjahr 373 Mio. Euro und damit 11,7 Prozent mehr als im Vorjahr aufgewendet. Mit einem F&E-Anteil von 3,3 Prozent am Umsatz sind wir im internationalen Wettbewerb gut aufgestellt. Weltweit stieg der Anteil unserer Mitarbeiter im Bereich F&E um 10,8 Prozent auf 3.478, davon arbeiten 1.887 in Deutschland. Im Produktportfolio liegt der F&E-Schwerpunkt auf zukunftsweisenden Technologien mit kundenorientierten, digitalen Funktionen und innovativen Service- und Geschäftsmodellen. Im Berichtsjahr wurde zudem in neue Gebäude für Forschung und Entwicklung investiert.

Aufwand für Forschung und Entwicklung

In Mio. Euro



Status 2014

Umwelt

Umfassender Umweltschutz ist seit über 20 Jahren fester Bestandteil unserer Wertschöpfungskette und eine wichtige Quelle für Innovationen. Dies beginnt bereits im eigenen Unternehmen: Unser ehrgeiziges Programm, bis Ende 2015 den spezifischen Verbrauch von Energie und Wasser sowie Abfall signifikant zu reduzieren, erweist sich schon jetzt als Motor für Verbesserungen und messbare Einsparungen. In der Logistik arbeiten wir weiter an innovativen Lösungen, um die CO₂-Emissionen systematisch zu senken. Grundlage dafür sind motivierte Mitarbeiter, die Umweltschutz nicht nur als Aufgabe, sondern als Auftrag verstehen.

Konzernprojekt Ressourceneffizienz 2015

Mit dem Konzernprojekt Ressourceneffizienz 2015 hatte sich die BSH 2010 das Ziel gesetzt, bis Ende 2015 den spezifischen Verbrauch von Energie und Wasser um 25 Prozent sowie das spezifische Abfallaufkommen um 10 Prozent gegenüber dem Basisjahr 2010 zu senken. Als Beleg für unsere konkreten Ziele und Leistungen haben wir hierfür 2014 den „Energy-Efficiency Award“ der Deutschen Energie-Agentur erhalten. Im Berichtsjahr hat die BSH an ihren Standorten alle ressourcenintensiven Prozesse systematisch analysiert und Einsparpotenziale identifiziert. Dabei war die Einbindung der Mitarbeiter vor Ort ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Wir haben vielfältige Maßnahmen umgesetzt, wie beispielsweise die bedarfsbedingte Abschaltung von Anlagen, die Senkung von Prozesswassertemperaturen oder die Erneuerung von Beleuchtungssystemen. Auch die Modernisierung der Druckluftversorgung, die Vermeidung von Leckagen oder der Einbau von Frequenzregelungen bei Pumpen und Druckluftkompressoren zeigten Wirkung. Ebenso investierte die BSH in den Einbau energieeffizienter Fördertechnik für die Montagelinien sowie in die Optimierung der Infrastruktur, wie Heizung, Klimatisierung und Lüftung.

Aufgrund der Ausweitung der Produktion um 9,6 Prozent stiegen der Gesamtenergieverbrauch um 3,6 Prozent, der Wasserbedarf um 8,9 Prozent und die Gesamtabfallmenge um 16,5 Prozent (vgl. Input-Output-Bilanz S. 28). Durch die BSH-Effizienzmaßnahmen konnte der spezifische Energieverbrauch jedoch um 5,4 Prozent auf 509 Kilowattstunden (kWh) pro Tonne Produkt abgesenkt werden. Damit haben wir den für das Jahr 2014 gesetzten Zielwert von 521 kWh pro Tonne Produkt deutlich unterschritten.

Energieeinsatz

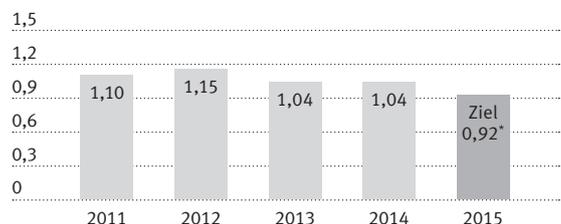
Je Tonne Produkt in kWh



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

Aufgrund von Mehrverbräuchen bei Geräteprüfungen blieb der spezifische Wasserverbrauch je Tonne Produkt auf dem Vorjahresniveau von 1,04 m³. Der Zielwert für 2014 von 0,98 m³ pro Tonne Produkt wurde damit nicht erreicht.

Wassernutzung

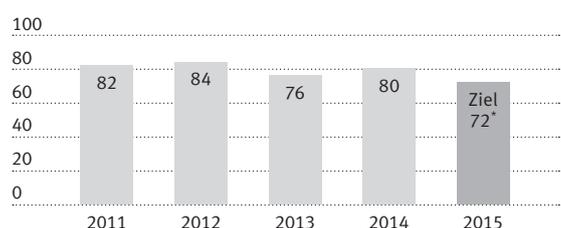
Je Tonne Produkt in m³

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

Das spezifische Abfallaufkommen stieg gegenüber dem Vorjahr um 6,3 Prozent auf 80,5 kg Abfall pro Tonne Produkt. Maßgeblich dafür waren Designänderungen bei einigen Produkten. Unseren Zielwert für das Berichtsjahr von 74 kg pro Tonne Produkt konnten wir somit nicht erreichen.

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. 82 Prozent des Gesamtabwassers wurden kommunalen Kläranlagen zugeführt, 18 Prozent wurden nach innerbetrieblicher Reinigung in oberflächennahe Gewässer eingeleitet.

Die getrennte Sammlung von Papier und Kartonaugen, Kunststoffen und Folien, Glas, Holz und Metallabfällen ist in allen Fabriken Standard. Der wiederverwertbare Anteil der Gesamtabfallmenge lag auch 2014 mit 93 Prozent auf hohem Niveau. Der Anteil an gefährlichen Abfällen betrug 1,4 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 sanken 2014 auf 95 Tonnen (Vorjahr 99 Tonnen). Schwefeldioxidemissionen werden angesichts des überwiegenden Einsatzes von schwefelarmem Gas und Heizöl nicht gesondert erfasst. Stickoxidemissionen aus Wärmeerzeugungsprozessen stiegen gegenüber dem Vorjahr um 16 Prozent auf 37 Tonnen.

Umweltmanagement und Zertifizierungen

Ziel der BSH ist es, an allen BSH-Produktions- und Logistikstandorten in der Europäischen Union sukzessive ein Energiemanagementsystem nach ISO 50001 einzuführen. Ende des Berichtsjahres waren bereits alle deutschen Produktions- und Logistikstandorte sowie unser Standort in der Türkei zertifiziert. Zudem erfüllen bisher 42 Fabriken der BSH den Standard des internationalen Umweltmanagementsystems ISO 14001. Nach der Übernahme des polnischen Hausgeräteherstellers Zelmer wurde der Standort Rzeszów 2014 in das BSH-Umweltmanagementsystem integriert und soll 2015 zertifiziert werden. An allen unseren 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.

Ausgaben für betrieblichen Umweltschutz

Die laufenden Ausgaben für den betrieblichen Umweltschutz umfassen Betriebsaufwand, Kapital- und Personalaufwand sowie Gebühren. Sie stiegen 2014 konzernweit um 4 Prozent auf

14,8 Mio. Euro. Schwerpunkte waren die Kosten für Abfallwirtschaft (50 Prozent) sowie für Boden- und Gewässerschutz (33 Prozent), die Kosten für Luftreinhaltung, Klimaschutz und Lärmschutz beliefen sich auf 17 Prozent. Die Umweltschutzinvestitionen liegen wie 2013 bei 4,1 Mio. Euro.

Umweltschutzkosten und -investitionen

In Mio. Euro



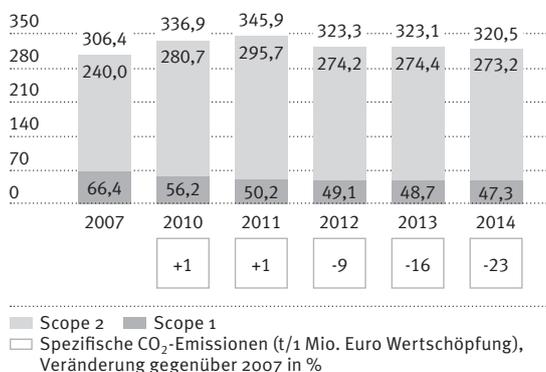
CO₂-Bilanz der BSH

Den konzernweiten CO₂-Fußabdruck zu reduzieren, ist für die BSH ein wichtiger Beitrag zu mehr Klimaschutz. Für die zukünftige Vergleichbarkeit haben wir im Zuge der vollständigen Übernahme der BSH durch die Robert Bosch GmbH Anfang 2015 unsere CO₂-Bilanzierung von 2007 (Basisjahr) bis 2014 auf die Erfassungssystematik des Mutterkonzerns umgestellt. Alle Scope-1- und -2-Emissionen beziehen sich damit auf die Entwicklungs- und Produktionsstandorte und werden mit den Emissionsfaktoren der Internationalen Energieagentur (IEA: CO₂ Emissions from Fuel Combustion, 2008) berechnet:

- Scope 1: Öl- und Gasverbrauch der Standorte
- Scope 2: Strom- und Fernwärmeverbrauch

Corporate Carbon Footprint der BSH (Scope 1 und 2)

In Tsd. Tonnen



2014 lag der konzernweite Carbon Footprint der BSH (Scope 1 und 2) bei 320.000 Tonnen CO₂ und damit um 1 Prozent niedriger als 2013 (angepasst

323.000 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 auf dem Niveau von 2012 und 2013 gehalten werden, vor allem durch die Einsparmaßnahmen in den Fabriken im Zuge des Projekts Ressourceneffizienz 2015 (vgl. S. 25). Die Kenngröße zur Steuerung unserer Aktivitäten ist seit 2014 der spezifische CO₂-Ausstoß (Scope 1 und 2) pro Wertschöpfung von einer Million Euro. Diesen konnten wir gegenüber dem Basisjahr 2007 um 23 Prozent reduzieren.

Pilotprojekt zur ganzheitlichen Erfassung der CO₂-Emissionen

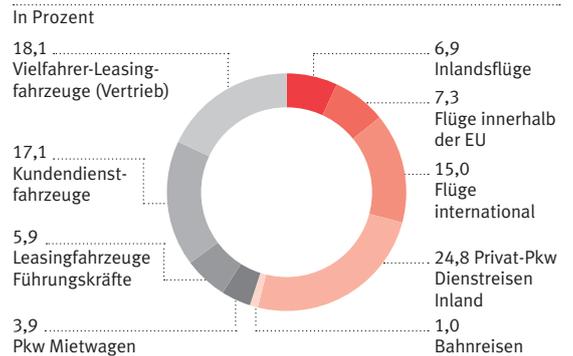
Ihre CO₂-bezogenen Auswirkungen will die BSH ganzheitlich im Blick haben. Wir beteiligten uns an der Erstellung des Leitfadens Klimareporting des World Wide Fund For Nature (WWF) und des Carbon Disclosure Project (CDP) und unternahmen eine Abschätzung der 15 Kategorien von Scope-3-Emissionen, die vor- oder nachgelagert unserer direkten Wertschöpfung entstehen. Die mit Abstand meisten CO₂-Emissionen entfallen mit fast 82 Prozent auf die Produktnutzung beim Kunden sowie mit knapp 17 Prozent auf vorgelagerte Produkte und Prozesse, die die BSH einkauft. Demgegenüber liegen die Emissionen, die in den Prozessen der BSH direkt anfallen (Scope 1 und 2) bei lediglich 0,85 Prozent der Gesamtemissionen. Für die BSH bedeutet das, dass sie vor allem mit ressourceneffizienten Produkten den größten Beitrag zur Senkung der CO₂-Emissionen leisten kann.

Von den Scope-3-Kategorien berücksichtigen wir im Folgenden nur die Emissionen, die die BSH unmittelbar beeinflussen kann und für die eine ausreichende Datenbasis zur Berechnung vorliegt. Dazu zählen die Transporte unserer Fertigeräte, die Kundendienstaktivitäten sowie die Dienstreisen unserer Mitarbeiter und der Vertrieb, jeweils in und ausgehend von Deutschland.

CO₂-Emissionen aus Reisetätigkeiten und Kundendienstfahrten

Die CO₂-Emissionen aus Reisetätigkeiten in und ausgehend von Deutschland und Kundendienstfahrten in Deutschland betragen im Berichtsjahr 16.000 Tonnen. Von diesen verursachten Flugreisen 29 Prozent, Pkw-Fahrten 70 Prozent und Bahnreisen ein Prozent. In Deutschland nutzen die Kundendienst-Service-Techniker verbrauchsarme Diesel-Fahrzeuge.

CO₂-Emissionen aus Reisetätigkeiten

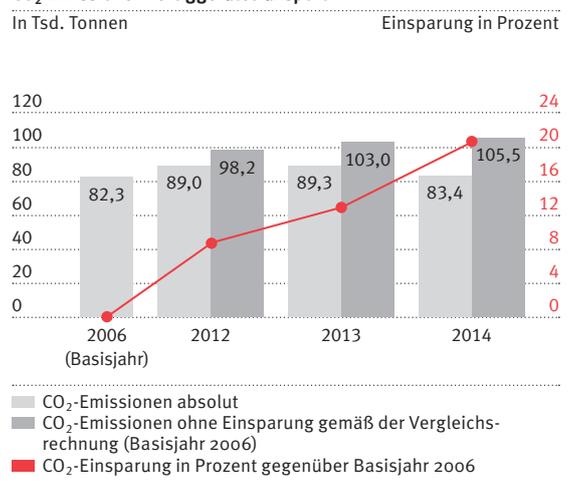


CO₂-Emissionen aus dem Fertigerätetransport

Als weltweit agierendes Unternehmen bewegen wir gewaltige Warenströme. Aufgrund ihres großen Einflusses auf unseren Carbon Footprint wollen wir unsere CO₂-Emissionen aus Warentransporten bis 2020 gegenüber 2006 um 20 Prozent senken. Für alle Transporte von deutschen Lagerstandorten zu unseren deutschen Handelspartnern und unsere weltweite Belieferung der Regionalläger wurden im Berichtsjahr 83.364 Tonnen CO₂ emittiert.

Im Vergleich zum Jahr 2013 hat die BSH mehr Volumen transportiert. Vor allem durch einen geringeren Luftfrachtanteil, durch den Einsatz von höheren XXL-Paletten und Strukturänderungen der Transporte von den regionalen Umschlagspunkten zu unseren Kunden sind die CO₂-Emissionen jedoch nur geringfügig gestiegen. Aufgrund der Geschwindigkeitsreduktion der Linienschifffahrt und der damit verbundenen Anpassung

CO₂-Emissionen Fertigerätetransport*



* Auswirkungen veränderter Lager- und Transportwegestrukturen oder auch Volumenänderungen berücksichtigt. Infolge der Aktualisierung der Datenbasis in der Schifffahrt wurden die Daten für 2013 angepasst. Als Berechnungsgrundlage dient uns seit 2006 die europäische Norm EN 16258.

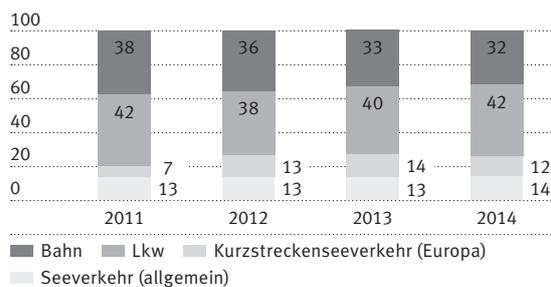
der Treibstoffverbrauchswerte ist diese Steigerung allerdings nicht ersichtlich. Alles in allem konnte die CO₂-Einsparung bezogen auf das Basisjahr 2006 auf 21 Prozent, also um etwa 8 Prozent gegenüber 2013, erhöht werden. Damit wurde bereits 2014 unser Ziel für 2020 erreicht.

Logistik und Fuhrpark

Die BSH setzt auf multimodale Logistikkonzepte, die verschiedene Verkehrsträger wie Lkw, Bahn und Schiff optimal kombinieren. Bei der Nutzung von Lkw achten wir auf den Einsatz moderner, schadstoffarmer Modelle. 2014 stieg der Anteil an Fahrzeugen mit Euro-Norm V oder besser auf 91 Prozent und übertrifft damit den Bundesdurchschnitt um 6 Prozent.

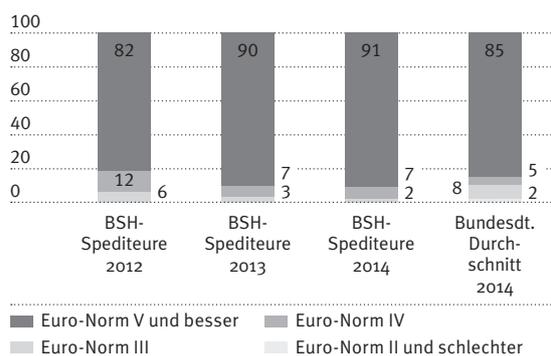
Transportaufkommen Export

In Prozent des Gesamttransportvolumens (ab Deutschland)



Anteil Euro-Norm II bis V

In Prozent der eingesetzten Lkw



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 31.12.2014) produzierte, erfasst. 2014 kamen die Produktionsstandorte Chennai (Indien), Chuzhou (2. Standort, China) und Rzeszów (Polen) hinzu. Die Datenerfassung entspricht der internationalen Norm ISO 14031 zur Umweltleistungsbewertung.

Input-Ströme

	2012	2013	2014	Einheit
A Anlagegüter				
A.1 Boden	4.278.568	4.277.260	4.915.457	m ²
A.1.1 überbaute Fläche	2.096.897	2.042.029	2.328.278	m ²
A.1.2 unbebaute Fläche	2.181.671	2.235.231	2.587.179	m ²
A.2 Bebauungsgrad	49	48	47	%
B Umlaufgüter (ohne Zukaufteile)				
B.1 Rohstoffe*	756.644	785.280	932.453	t
B.2 Hilfsstoffe**	13.681	28.981	42.654	t
B.3 Betriebsstoffe***	5.589	1.959	1.581	t
B.4 Energie	774.816	757.777	784.873	MWh
B.4.1 Elektrische Energie	450.465	422.824	483.556	MWh
B.4.2 Leichtes Heizöl	2.887	405	845	MWh
B.4.3 Gas	239.178	240.591	233.238	MWh
B.4.4 Sonstige (Fernwärme, Biomasse etc.)	82.286	93.957	67.234	MWh
B.5 Wasser	1.489.619	1.466.009	1.596.915	m ³
B.5.1 aus öffentlichem Netz	973.870	1.003.788	1.150.621	m ³
B.5.2 aus eigener Förderung****	515.749	462.221	446.294	m ³

Output-Ströme

C Produkte				
C.1 Produkte (Anzahl)	47.018	54.313	57.958	Tsd. Stck.
C.2 Produkte (Tonnen)	1.294.326	1.407.776	1.542.165	t
C.3 Verpackungen	85.531	91.786	98.969	t
D Abfälle	108.464	106.515	124.076	t
D.1 Abfälle zur Beseitigung	7.819	7.317	8.676	t
D.1.1 davon gefährliche Abfälle	1.721	1.315	1.789	t
D.2 Abfälle zur Verwertung	100.645	99.198	115.400	t
D.3 Verwertungsanteil	93	93	93	%
E Abwasser	1.186.203	1.164.255	1.067.723	m ³
E.1 Direkteinleitung	179.324	229.272	197.278	m ³
E.2 Indirekteinleitung	1.006.879	934.983	870.445	m ³
E.3 behandelt in Neutralisationsanlagen	495.956	190.805	363.181	m ³
F Emissionen				
F.1 flüchtige organische Kohlenstoffe (VOC)	77	99	95	t
F.2 Stickstoffoxide	31	32	37	t
F.3 Kohlendioxid (Scope 1)	49.075*****	48.698*****	47.330	t

* Metalle, Kunststoffgranulate ** Lacke, Emalle (Wert 2012 wurde berichtet)
 *** Öle, Emulsion, Lösungsmittel, Säuren, Laugen **** Aus eigenen Brunnen
 ***** Im Zuge der vollständigen Übernahme der BSH durch die Robert Bosch GmbH angepasste Werte durch Umstellung der Erfassungssystematik der CO₂-Emissionen

Status 2014

Verbraucherinteressen

Mit Qualität, Ressourceneffizienz und einer langen Produktlebensdauer unserer Geräte schaffen wir Nutzen für unsere Kunden. Ihre Bedürfnisse erfassen wir genau und lassen sie in die Entwicklung neuer Geräte, über die Produktion bis hin zu umfassenden Tests vor Produkteinführung einfließen. Sollten unsere Kunden dennoch Unterstützung benötigen – seien es Produktinformationen, Tipps zur Selbsthilfe, Ersatzteilanfragen oder ein konkreter Reparaturfall –, erhalten sie im Regelfall innerhalb von 48 Stunden eine qualifizierte Antwort. Immer wichtiger werden Informationen und die Erreichbarkeit im Internet. Alleine die Marken Bosch, Siemens und Neff stehen weltweit mit mittlerweile mehr als 2,4 Mio. Konsumenten auf Social-Media-Plattformen wie Facebook, Twitter und YouTube im direkten kontinuierlichen Austausch.

Weltweit verlässlicher Kundendienst

Vor und nach dem Gerätekauf ist unser Kundendienst kompetenter Ansprechpartner vor Ort. Technikertermine und Zubehör können telefonisch und online, rund um die Uhr an sieben Tagen in der Woche vereinbart beziehungsweise angefragt werden. Wir stellen sicher, dass besonders problematische Fälle auch am Wochenende bearbeitet werden. Unsere weltweit 7.900 BSH-eigenen Kundendienstmitarbeiter sowie ausgewählte Servicepartner betreuen unsere Kunden schnell und kompetent. Unsere Servicespezialisten schulen wir regelmäßig und umfassend zu den neuesten Technologien, aber auch zu professionellem Serviceverhalten. So wurde die BSH zum dritten Mal in Folge in Deutschlands größter Kundenbefragung durch ServiceValue, die Zeitung Die Welt und die Goethe-Universität Frankfurt am Main zum ServiceChampion gewählt.

Effiziente Hilfe für den Kunden

Wir sind stets erreichbar, wollen aber im Interesse der Kunden und Umwelt zeit- und kostenaufwendige Kundendienstesätze vermeiden. Ziel ist es, Reparaturen vor Ort nur dann durchzuführen, wenn sie tatsächlich notwendig sind. Mittels Ferndiagnose – 2014 beantwortete die BSH weltweit rund 20 Mio. telefonische und Online-Anfragen – beraten wir Kunden so, dass sie sich selbst helfen können. Auf diese Weise vermied die BSH im Berichtsjahr alleine in Deutschland 22.000 Kundenbesuche. Ist doch einmal der Einsatz des Servicetechnikers gefragt, ist eine rasche und unkomplizierte Reparaturbuchung wichtig. Unser Ziel ist es, Reparaturfälle bereits beim ersten Ein-

satz zu beheben. Dies ist uns 2014 in Deutschland wie im Vorjahr bei 85 Prozent der Serviceeinsätze gelungen. Der Service der BSH reicht noch weiter: Funktionsrelevante Ersatzteile halten wir grundsätzlich mindestens zehn Jahre lang verfügbar und liefern diese im Bedarfsfall, dank des engen Logistiknetzes der BSH, in der Regel innerhalb von 48 Stunden. Diese Maßnahmen zahlen sich auch für die Umwelt aus. Eine vorausschauende Tourenplanung, ein dichtes Technikernetz, eine effiziente Ersatzteilversorgung und eine hohe Ersterledigungsquote sorgen für eine stete Verbesserung unserer Klimabilanz im Kundendienst. 2014 sanken die gefahrenen Kilometer pro Serviceeinsatz gegenüber dem Vorjahr um 3 Prozent auf 18 Kilometer.

Transparenz und Datenschutz

Das Internet wird zunehmend zur Informationsquelle für Kaufentscheidungen. Die Marken der BSH begleiten Verbraucher aktiv im Internet und stellen aktuelle Daten über Produkte, Zubehör und Serviceleistungen bereit. Für noch mehr Transparenz werden wir zukünftig zusätzlich zu den Kundenbewertungen auf unserer Webseite auch die Bewertungen von den mit uns vernetzten Online-Händlern anzeigen.

Die BSH ist zudem als einer der innovativsten Hersteller für Hausgeräte weltweit mit ihren Produkten, Marken, Trends und als Arbeitgeber auf den größten Social-Media-Plattformen vertreten. Ein konzernweites Netz von Social-Media-Verantwortlichen koordiniert diese Aktivitäten. Verbesserungsvorschläge und Kritiken zu Produkten und Dienstleistungen werten wir in zwölf Ländern strukturiert aus und stellen die Ergebnisse der Produktentwicklung, dem Qualitätsmanagement und unseren Vertriebsgesellschaften zur Verfügung.

Datenschutz garantieren wir auf vielen Ebenen. Die Verarbeitung personenbezogener Daten erfolgt generell unter strikter Einhaltung des Bundesdatenschutzgesetzes und des Telemediengesetzes. Werden personenbezogene Daten beispielsweise für Apps, e-Shops oder Umfragen erhoben, verarbeitet oder genutzt, stellt die BSH Zweckbindung und Datensparsamkeit sicher. Persönliche Kundendaten werden vertraulich behandelt und ohne Einverständnis des Kunden nicht an Dritte weiter-

gegeben oder zu Werbezwecken genutzt. Nur wenn der Kunde ausdrücklich zustimmt, wird er weitere Informationen von uns erhalten. Mitarbeiter, die mit personenbezogenen Daten umgehen, sind zuvor auf die Wahrung des Datengeheimnisses verpflichtet worden. Die besonderen Datenschutz-Herausforderungen bei der digitalen Vernetzung von Hausgeräten berücksichtigt die BSH bereits in ihren Forschungs- und Entwicklungsarbeiten (vgl. S. 18).

Freiwillige Produktsicherheitsmaßnahme

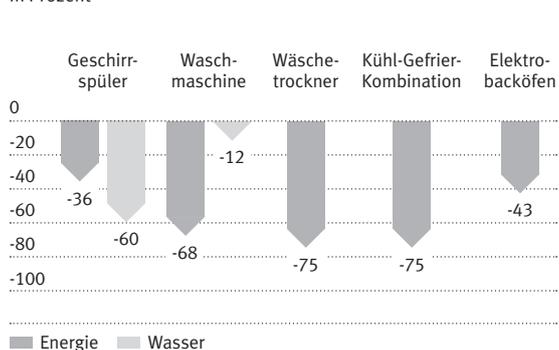
Über ein konsequentes Qualitätsmanagement stellen wir sicher, dass all unsere Geräte zu jeder Zeit hohen internationalen Sicherheits- und Qualitätsstandards genügen. Verbraucherschutz und eine umfassende Informationspolitik prägen zudem unser Verhältnis zum Kunden. Das haben wir in den vergangenen beiden Jahren mit zwei voneinander unabhängigen Sicherheitsmaßnahmen bewiesen. Im Berichtsjahr handelte es sich um zwölf Jahre alte Wäschetrockner der Marke Siemens, die vor allem in Europa verkauft wurden. Eine begrenzte Anzahl an Geräten aus dem Produktionszeitraum Januar bis Mai 2002 kann aufgrund eines fehlerhaften Bauteils im Bedienteil möglicherweise überhitzen, was in seltenen Fällen zu einem potenziellen Brandrisiko führen kann. Bereits 2013 hatten wir in über 80 Ländern eine Sicherheitsmaßnahme für rund 5 Mio. Geschirrspüler der Marken Bosch, Siemens, Neff, Constructa und Junker+Ruh – hergestellt zwischen 1999 und 2005 – begonnen. Beide Aktionen dauern unbefristet an. Anhand der Modell-, Chargen- und Seriennummer können sich die Konsumenten informieren, ob ihr Gerät betroffen ist, und sich registrieren. Um weltweit so viele Kunden wie möglich zu erreichen, haben wir in kürzester Zeit eine Infrastruktur aufgesetzt, die neben speziellen Webseiten und Call-Centern auch die Social-Media-Plattformen der Marken umfasste. Außerdem wurde die Öffentlichkeit über breit angelegte Anzeigenkampagnen in unterschiedlichsten Medien informiert. Soweit Gerätedaten und Adressen vorhanden waren, haben wir die Käufer auch direkt angeschrieben. Betroffenen Kunden reparieren wir die Geräte kostenlos, dazu wird ein zusätzliches Bauteil in die jeweilige Elektronik eingebaut. Bis Ende 2014 haben sich allein für die Sicherheitsmaßnahme für Geschirrspüler rund 645.000 Kunden registrieren lassen. Für eine erfolgreiche Umsetzung arbeiten wir von Beginn an eng mit den jeweiligen lokalen Behörden zusammen.

Ressourceneffiziente Produkte

Energieeffizienz bei Hausgeräten bleibt ein Schwerpunktthema für Konsumenten und damit für die BSH. Die Verbrauchswerte unserer Geräte gingen infolge einer konsequenten Innovationsstrategie in den vergangenen 15 Jahren signifikant zurück. Heute ist die BSH Marktführer in Europa beim Absatz hocheffizienter Geräte der Energieeffizienzklasse A+++ . Mit diesen nach der besten Effizienzklasse des EU-Energielabels gekennzeichneten Hausgeräten können unsere Kunden Kosten sparen und gleichzeitig zum Klimaschutz beitragen. Einen besonderen Ausweis unseres Absatzes hocheffizienter Geräte – ehemals Supereffizienz-Portfolio – erachten wir als nicht mehr notwendig.

Als Innovationsführer der Branche setzte die BSH auch 2014 wieder Maßstäbe bezüglich Design, Komfort und Ressourceneinsparung. So benötigten die neuen Kühl-Gefrier-Kombinationen der Serie I 8 von Bosch mit der Energieeffizienzklasse A+++ nahezu die Hälfte des Stroms vergleichbarer Geräte der Energieeffizienzklasse A+. Ressourcenschonende Lagerung von Fisch und Fleisch ist in der Chiller-Box möglich, die Lebensmittel bis zu zweimal länger frisch hält. Den Wasserverbrauch der sparsamsten Geschirrspüler konnten wir gegenüber 2000 um 60 Prozent reduzieren.

Reduktion des Ressourcenverbrauchs 2000 bis 2015
In Prozent*



* Vergleich der nach Normprogramm ermittelten Verbrauchswerte unserer besten Geräte (Bosch und Siemens) aus März 2015 mit den nach Normprogramm ermittelten Verbrauchswerten vergleichbarer Geräte (Bosch und Siemens) aus dem Jahr 2000 (Elektrobacköfen 1999)

Status 2014

Mitarbeiter

Die BSH will weltweit weiter wachsen und stellt dabei stets die Konsumenten und ihre Bedürfnisse in den Fokus. Entscheidend dafür ist es, die am besten geeigneten Mitarbeiter zu gewinnen und an das Unternehmen zu binden. Deshalb bietet die BSH ein weltweites Talent Management, vielfältige Qualifizierungs- und Entwicklungsprogramme sowie ein strategisches Diversity- und Gesundheitsmanagement. Für verschiedenste Lebensphasen entwickeln wir bedarfsgerechte Lösungen – auch zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie.

Beschäftigung und Mitarbeiterstruktur

Zum Stichtag 31. Dezember 2014 beschäftigte die BSH weltweit 53.211 Mitarbeiter einschließlich der Auszubildenden (Vorjahr 49.876). Das sind 6,7 Prozent mehr Mitarbeiter als im Vorjahr. Insgesamt waren 37.224 Beschäftigte im Ausland (Vorjahr 34.718) und 15.987 (Vorjahr 15.158) in Deutschland tätig.

Durch vorausschauende Personalpolitik unter adäquater Einbindung der Arbeitnehmervertreter ist es der BSH 2014 gelungen, im laufenden Geschäft eine weltweite Neuorganisation über viele Ebenen und Bereiche erfolgreich umzusetzen. In Deutschland haben sich Firmenleitung und Gesamtbetriebsrat in einer Rahmenvereinbarung über einen Interessenausgleich verständigt, Regelungen zur Beschäftigungssicherung vereinbart sowie einen freiwilligen Sozialplan abgeschlossen.

Weltweit hat der Wachstumskurs in allen BSH-Regionen zu einem Beschäftigungsaufbau geführt. So erfolgte insbesondere in China ein Personalaufbau von 1.124, in Deutschland von 830 und in der Türkei von 475 Mitarbeitern. Zuwächse gab es auch in Spanien, Indien, den USA und Großbritannien. Die gestiegene Mitarbeiterzahl in Deutschland ist im Produktionsbereich unter anderem auf eine verstärkte Übernahme von Leiharbeitnehmern zurückzuführen.

Der Personalaufwand belief sich weltweit insgesamt auf 2,373 Mrd. Euro. Das Durchschnittsalter unserer Beschäftigten weltweit ist 2014 leicht auf 38,5 Jahre gesunken. Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit hat sich gegenüber dem Vorjahr geringfügig auf 10,4 Jahre verringert. In

Europa ist sie leicht auf 13,7 Jahre gestiegen. Die Schwerbehindertenquote an den deutschen BSH-Standorten betrug 5,4 Prozent und lag damit leicht über den gesetzlich festgelegten 5 Prozent.

Mitarbeiter und Personalaufwand

Mitarbeiter in Tsd. Personalaufwand in Mrd. Euro

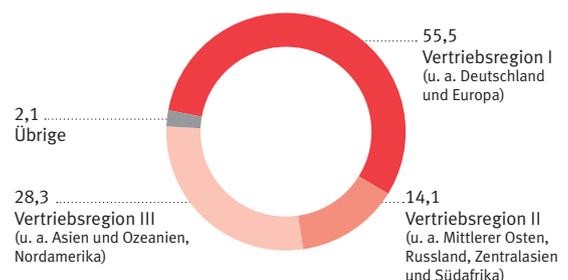


Talent Management

Die Prozesse und Instrumente des Talent Management unterstützen die Führungskraft, Mitarbeiter mit Potenzial zu identifizieren und zu fördern. Dies ist die Voraussetzung dafür, konzernweit die bestmögliche Besetzung von Funktionen sicherzustellen. Der 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 zur beruflichen Weiterentwicklung im internationalen Kontext werden diese Angaben systematisch erfasst und können von allen Personalabteilungen weltweit genutzt werden, um Stellen bestmöglich zu besetzen. Diese internationalen Potenzialträger werden zudem in Förder-

Mitarbeiter nach Vertriebsregionen

In Prozent



Stand: 31.12.2014

programmen – dem Junior Excellence Program (JEP), dem International Executive Program (IEP) sowie dem Senior Executive Program (SEP) – in ihrer beruflichen Entwicklung begleitet. Dabei wurde 2014 beim IEP der Fokus auf einen erfahrungsorientierten Ansatz zur Förderung von Führungs- und Management-Kompetenzen gelegt. Die Ausrichtung auf Kompetenzen, die für internationale Tätigkeiten relevant sind, spiegelt sich auch in der Zusammensetzung der Programme wider: 2014 waren 46 Prozent der JEP-Mitglieder und 44 Prozent der IEP-Mitglieder internationaler Herkunft. Dem JEP gehörten 577 BSH-Nachwuchskräfte an, der Anteil der Frauen lag bei 30 Prozent. Im IEP waren 95 Nachwuchskräfte vertreten, davon 21 Prozent Frauen. Das Senior Executive Program (SEP) für Mitglieder des oberen Führungskreises umfasste 27 Mitarbeiter, davon stammten 37 Prozent aus internationalen Tochtergesellschaften, 19 Prozent waren weiblich. 2014 wurden die Inhalte der einzelnen Programme nochmals hinsichtlich Innovations-, Entscheidungs- und Führungskompetenz geschärft.

Der Karrierepfad Projektmanagement ist inzwischen in acht Ländern etabliert und fördert den Aufbau erfahrener und qualifizierter Projektleiter. Dies erstreckt sich auf Produkt-, Fabrik- und IT-Projekte. Für Mitarbeiter mit ausgeprägter, spezifisch für die BSH wichtiger fachlicher Expertise hat die BSH die Entwicklungsperspektive Experte aufgesetzt. Dafür wurden 2013 weltweit Expertenstellen definiert, 2014 wurden davon 75 besetzt und ein unterstützendes Qualifizierungsprogramm etabliert.

Erfolge zeigen sich auch bei den internationalen Entsendungen. 2014 waren weltweit 332 Mitarbeiter (2013: 326 Mitarbeiter) als Expatriates tätig. Während die Zahl von Mitarbeitern, die nach Deutschland kamen, nahezu konstant blieb, nahm die Zahl der Mitarbeiter, die zwischen den ausländischen Tochtergesellschaften wechselten, 2014 um 6 Prozent zu. Aufgrund der strategischen regionalen Ausrichtung wechselten im Vergleich zum Vorjahr im Senior Management rund 44 Prozent mehr Mitarbeiter ins Ausland. Die 2013 eingeführte professionelle Unterstützung mitausreisender Partner nutzten seither 71 Partner von Expatriates in 22 Ländern. Die parallel aufgesetzte finanzielle Unterstützung bei der Kleinkinderbetreuung nahmen rund 50 Familien in Anspruch.

Die BSH verfolgt eine innovationsgetriebene Wachstumsstrategie, deshalb wird ihre Anerkennung als herausragender Arbeitgeber immer wichtiger. Sie erhielt Anfang 2014 zum achten Mal in Folge die Auszeichnung „Top Arbeitgeber Deutschland“ und wurde bereits zum zweiten Mal in Folge mit dem 1. Platz innerhalb „Top Arbeitgeber Ingenieure“ ausgezeichnet. 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. Zudem wurde Ende 2014 unsere Tochtergesellschaft in China erstmals zum „Top Employer China 2015“ zertifiziert.

Ausbildung

2014 bildete die BSH weltweit 905 junge Menschen aus (Vorjahr 829). In Deutschland erlernten 490 Auszubildende nach dem dualen System verschiedene technische und kaufmännische Berufe oder absolvierten ihr Studium an der Dualen Hochschule. Auch in China, der Slowakei, in Spanien und der Türkei können junge Menschen vor Ort einen qualifizierten Berufsabschluss erwerben. Das internationale Traineeprogramm der BSH absolvierten insgesamt 19 Teilnehmer, davon sechs aus ausländischen Tochtergesellschaften.

Die Aktivitäten im Rahmen des Hochschulmarketings wurden im Berichtsjahr weiter ausgebaut. Neben dem etablierten Deutschlandstipendium, in dem 2014 acht Stipendien vergeben wurden, wurde ein Firmenstipendium mit vorerst vier Stipendien eingeführt. Ein weiterer Ausbau ist geplant. Unter dem Motto „Der Ingenieur als Problemlöser“ fanden unter Beteiligung der BSH an zwei Universitäten Podiumsdiskussionen mit insgesamt mehr als 250 Studenten statt. Die Kooperation mit der Bayerischen EliteAkademie wurde

Auszubildende und Trainees*

Anzahl



erfolgreich fortgeführt – so haben die Studenten auch im Berichtsjahr die chinesische BSH-Tochtergesellschaft in Nanjing besucht. Um mit den Mitgliedern des Studentenbindungsprogramms students@BSH in regelmäßigem Kontakt zu bleiben, fanden auch in diesem Jahr wieder ein Studententag in Dillingen und diverse Trainings statt.

Zielgruppenspezifische Qualifizierungsprogramme

Die Geschäftsstrategie der BSH liefert die Grundlage für das Weiterbildungsangebot der globalen BSH Academy. Die Zusammenarbeit der sieben weltweiten Academies hinsichtlich Trainingsprogrammen, Prozessen und Standards für Qualifizieren und Lernen wurde dabei 2014 stark intensiviert. Internationale Arbeitsgruppen erarbeiteten beispielsweise Konzepte zur Standardisierung der Analyse von Qualifizierungsbedarfen sowie zur Messung der Wirksamkeit von Trainings. Es wurden bereichs- und zielgruppenspezifische Qualifizierungsmaßnahmen konzipiert, auf lokale Bedürfnisse zugeschnitten und international ausgerollt. So zum Beispiel unser Qualifizierungsprogramm für Führungskräfte, das 2014 in 16 Ländern erfolgreich realisiert wurde. 2013 und 2014 wurde die 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 haben die Jury überzeugt.

Diversity Management

Weltweit hat die BSH mehr als 53.000 Mitarbeiter. Die Vielfalt, die sie einbringen, ist für uns von großem Vorteil. Deshalb ist das Diversity Management seit 2011 in der Unternehmensorganisation verankert und in den Personalprozessen integriert. Dabei ist es uns wichtig, bereits bei der Einstellung neuer Mitarbeiter die am besten geeigneten Bewerber unabhängig von Nationalität, Alter oder Geschlecht für die BSH zu gewinnen. Die Entlohnung folgt jeweils denselben Leistungsmaßstäben. Darüber hinaus wollen wir darauf achten, in der gesamten BSH vielfältige Perspektiven als Vorteil zu begreifen, diese zu bewahren und zu fördern.

Für die Gleichstellung von Mitarbeiterinnen engagiert sich die BSH seit Jahren. Bereits 2010 hat sie sich mit der Unterzeichnung des Memorandums für Frauen in Führung klar bekannt. Entsprechend haben wir unseren Anteil an Frauen in Führungspositionen kontinuierlich gesteigert – auf derzeit fast 23 Prozent (Vorjahr 21 Prozent). Insgesamt sind aktuell 30,6 Prozent der BSH-Belegschaft weiblich. Um diesen positiven Trend weiter fortzusetzen, setzen wir an vielen Punkten unserer Personalentwicklung an. So haben wir uns etwa Zielwerte für den Anteil weiblicher Mitarbeiter in unseren Talentprogrammen Junior Excellence Program (JEP) und dem International Executive Program (IEP) gesetzt. In unserem JEP sind mittlerweile 30 Prozent der Teilnehmer weiblich.

Altersvielfalt ist für die BSH von großer Bedeutung – und das nicht nur wegen des demografischen Wandels in den westlichen Gesellschaften. Teams mit einem ausgewogenen Altersmix verfügen über ein Optimum an Wissen und Erfahrungen. Wo Mitarbeiter der Pensionierung näher kommen, ist die gezielte Übergabe von Erfahrungswissen an Kollegen besonders wichtig. Unsere jungen Mitarbeiter bringen hingegen neue Ideen, aber auch Fachwissen in die BSH ein – etwa in unserem Reverse-Mentoring-Programm, bei dem sich junge Mitarbeiter als Mentoren mit erfahrenen Führungskräften austauschen.

Durch ein breites Angebot flexibler Arbeitsmodelle wollen wir unseren Mitarbeitern in jeder Lebensphase ermöglichen, private und berufliche

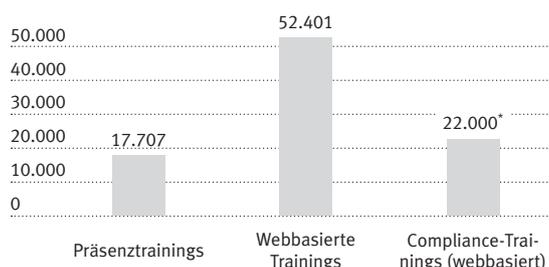
Aufwand für Aus- und Weiterbildung*

In Mio. Euro



BSH Academy Deutschland 2014

Anzahl Teilnehmer



* In bis zu elf verschiedenen Sprachen; Wert gerundet

Wünsche und Anforderungen miteinander zu vereinbaren: Im vergangenen Jahr boten 72 Prozent unserer Gesellschaften ihren Mitarbeitern flexible Arbeitsmodelle wie Gleitzeit an, die Arbeit im Homeoffice ermöglichten 41 Prozent. In Deutschland lag die Teilzeitquote 2014 bei 10,4 Prozent. Wie auch im Vorjahr boten 2014 neben München unsere Standorte Berlin und Traunreut die Möglichkeit der Kinderbetreuung an.

Modelle zur Work-Life-Balance international

Inanspruchnahme durch Anteil Mitarbeiter in Prozent

	2012	2013	2014
Gleitzeitarbeit	38,4	38,3	37,5
Telearbeit/Homeoffice	1,7	1,7	1,9
Teilzeit	4,8	4,9	4,8
Elternzeit	1,4	1,0	2,0
Vertrauensarbeitszeit	3,3	3,4	3,8

Mitarbeiterdialog

Die BSH-Mitarbeiterbefragung findet seit 2013 für alle Mitarbeiter weltweit zeitgleich statt. In einem Rhythmus von zwei Jahren dient sie als zentrales Instrument, um Commitment und Zufriedenheit unserer Mitarbeiter abzufragen. Die globale Rücklaufquote 2013 konnte sich sehen lassen: 88 Prozent unserer Belegschaft haben den Fragebogen beantwortet. Die Themenfelder Compliance, Ziele und Nachhaltigkeit erzielten die besten Ergebnisse. Die nächste weltweite BSH-Mitarbeiterbefragung in allen BSH-Tochtergesellschaften wird im 4. Quartal 2015 stattfinden.

Einen weltweiten Austausch zu Verbesserungsmaßnahmen im Nachgang der Mitarbeiterbefragung ermöglicht das Monitoring-Tool. Bisher wurden weltweit 4.700 Maßnahmen eingetragen, 3.900 davon wurden implementiert oder abgeschlossen. Besonders oft umgesetzt wurden Maßnahmen in den Themenfeldern Arbeitsorganisation, Arbeitsplatz und Arbeitsinhalt, zu denen auch die meisten Best-Practice-Maßnahmen publiziert wurden.

Den offenen Austausch unserer Mitarbeiter untereinander fördern zudem Instrumente wie das Feedback für Führungskräfte oder das Klimabarometer für Mitarbeiter in der Produktion. 2014 wurde Ersteres in zwölf Ländern genutzt (Bulgarien, China, Deutschland, Griechenland, Kroatien, Niederlande, Österreich, Russland, Serbien, Slowenien, Spanien, Türkei), Griechenland und Österreich haben das Tool neu eingeführt. Unsere Mitarbeiter informieren wir regelmäßig zu Entwicklungen

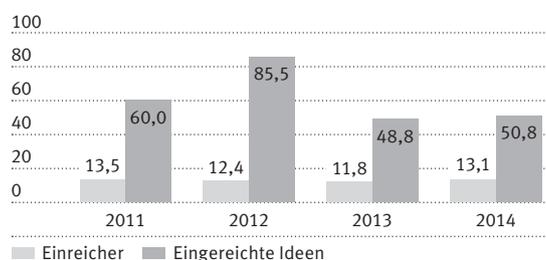
im Unternehmen in den Global News im konzernweiten Intranet sowie in der Mitarbeiterzeitschrift *inform*, die fünf Mal im Jahr in deutscher und englischer Sprache erscheint. Lokale News und lokale Mitarbeiterzeitschriften ergänzen diese Informationen. Mitarbeiter haben zudem die Möglichkeit, Fragen oder Kommentare über E-Mail sowie über die Plattform *Im Dialog* an relevante Stellen – auch an die Geschäftsführung – zu adressieren. Seit Mai 2014 berichten Mitarbeiter auf der deutschen BSH-Facebook-Seite ihren Kollegen, aber auch Bewerbern über ihre Aufgaben, Projekte oder Innovationen und geben authentische Einblicke in den BSH-Arbeitsalltag.

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-idea“ fördert und motiviert als Ideenmanagement unsere Mitarbeiter. 2014 war es in 20 Ländern etabliert. In 17 von ihnen dient die gemeinsame Software „ideaChannel“ als länderübergreifender Ideen-Pool. Im Berichtsjahr reichten über 13.000 Mitarbeiter rund 51.000 Ideen ein. Die Quote der umsetzungsfähigen Verbesserungsvorschläge lag bei 66 Prozent, dabei wurden 2014 Nettoeinsparungen in Höhe von fast 11 Mio. Euro erzielt. In den vergangenen zehn Jahren ergab sich insgesamt ein Nettonutzen von rund 210 Mio. Euro.

Ideenmanagement „top-idea“

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. 2014 hat die BSH die Daten zum Angebot von

zusätzlichen sozialen Leistungen von 58 Gesellschaften in 46 Ländern erfasst. In 90 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 34 weiteren Gesellschaften eine betrieblich geförderte Altersvorsorge. In Deutschland wird die arbeitgeberfinanzierte betriebliche Altersversorgung über das BSH-Pensionskapital geregelt. 2014 betragen die Pensionsverpflichtungen des Konzerns 1.423 Mio. Euro. An ehemalige Mitarbeiter wurden rund 48 Mio. Euro ausgezahlt. In Deutschland hat sich die von der BSH angebotene mitarbeiterfinanzierte Altersversorgung Rente-Plus weiter etabliert. 2014 stieg die Anzahl der einzahlenden Mitarbeiter um rund 10 Prozent. Der Arbeitgeberzuschuss, den die BSH für Mitarbeiter aus den unteren und mittleren Einkommensgruppen im Rahmen ihrer Entgeltumwandlung leistet, blieb auf dem gleichen Niveau wie im Vorjahr.

Zur Abfederung von Produktionsspitzen beschäftigt die BSH Leiharbeitnehmer. Dabei fordern wir Leiharbeitnehmer grundsätzlich nur von Unternehmen an, die ihre Mitarbeiter nach einem geltenden Tarifvertrag beschäftigen. Andernfalls gewährleisten wir die für vergleichbare BSH-Mitarbeiter geltenden Arbeitsbedingungen einschließlich des entsprechenden Entgelts. Nach 24 Monaten Überlassung ist dem Leiharbeitnehmer in Deutschland ein Arbeitsvertrag anzubieten. Als Mitglied der Initiative „Fair Company“ sichern wir überdies zu, Praktikanten angemessen zu bezahlen.

Arbeitsicherheit und Gesundheitsmanagement

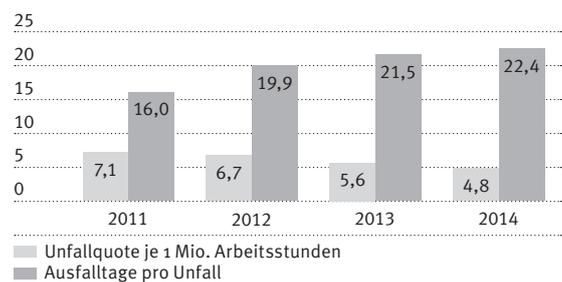
Seit 2000 erfasst die BSH das Unfallgeschehen nach einheitlichen, zentral vorgegebenen Kriterien. Dokumentiert werden alle Unfälle, die sich während der Arbeit in den Fabriken und in den großen Logistik- und Kundendienststeinheiten ereignen und zu mindestens einem unfallbedingten Ausfalltag führen. Die durchschnittliche Unfallquote aller Fabriken pro einer Million geleisteter Arbeitsstunden hat sich in den letzten Jahren kontinuierlich verbessert. Sie konnte von 2004 (12,9) bis 2014 (4,8) um 63 Prozent gesenkt werden, mit einem besonders starken Beitrag der Fabriken in China (1,9) und der Türkei (2,6). Unter den BSH-Mitarbeitern gab es 2014 konzernweit keinen töd-

lichen Betriebsunfall. Der Fahrer einer Spedition verstarb an den Folgen eines Arbeitsunfalls bei Entladearbeiten. Ein BSH-Mitarbeiter verstarb bei einem Wegeunfall.

Alle Fabrikstandorte haben ein Arbeitsschutzmanagementsystem eingeführt, das sich seit 2009 am Standard OHSAS 18001 orientiert. Innerhalb der nächsten drei Jahre wollen wir weitere Maßnahmen definieren und einführen, um technisch bedingte Unfälle komplett zu vermeiden sowie organisatorisch und verhaltensbedingte Unfälle deutlich zu verringern. Die Sicherheitsingenieure unserer Fabriken werden auf Basis entsprechender Feinanalysen der Unfallursachen standortspezifische Einzelmaßnahmen ableiten. Hierzu sind auch eine Zusammenarbeit und ein Austausch von Good Practices mit der Robert Bosch GmbH geplant.

Unfallgeschehen BSH international

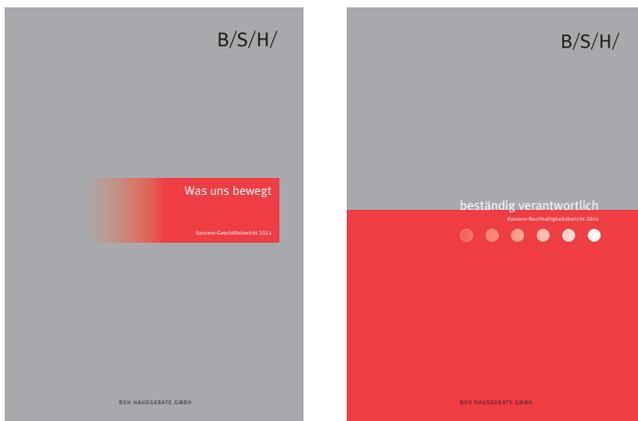
Unfälle mit mindestens einem Tag Arbeitsunfähigkeit



In mehr als der Hälfte der Tochtergesellschaften stehen den Mitarbeitern Programme zur Gesundheitsförderung sowie ein Betriebsarzt zur Verfügung. Mit dem standortübergreifenden Projekt „Demografischer Wandel in der Fertigung“ gehen wir seit 2013 auf die Bedürfnisse der Mitarbeiter in verschiedenen Lebensphasen ein (vgl. Kapitel „Personalpolitik“, S. 20). Um Berufskrankheiten noch besser vorzubeugen, haben wir die Qualifikationsanforderungen an unsere Sicherheitsingenieure hinsichtlich Ergonomie präzisiert. Die Wiedereingliederung nach langer Krankheit oder mit gesundheitlichen Einschränkungen erfolgt auf Basis des betrieblichen Eingliederungsmanagements (BEM).

Nachhaltigkeitsziele 2014 und 2015

Ziele 2014	Zielerreichung 2014	Ziele 2015
Handlungsfeld „Geschäftspartner“		
Social Audits bei weiteren 200 Lieferanten in ausgewählten Regionen (v.a. Elektronik, elektrische Teile, Gummiartikel)	2/3 der Audits bei bestehenden Lieferanten (v.a. Elektronik, elektrische Teile, Gummiartikel) erfolgreich abgeschlossen	Verbleibende 1/3 der Audits abschließen; Vorbereitung und Durchführung Social Audits bei weiteren 200 Lieferanten (v.a. Elektronik, elektrische Teile, Gummiartikel)
Pilotprojekt für Ausweitung des Social-Compliance-Programms auf Lieferanten von Dienstleistungen und Hersteller langlebiger Gebrauchsgüter	Schwerpunkt weiterhin auf Audits für Lieferanten von Produktionsmaterial	
Handlungsfeld „Ressourcenexzellenz“		
Senkung des spezifischen Energie- und Ressourcenverbrauchs gemäß Ressourceneffizienzprogramm 2015 – Zielwert Energie: 521 kWh/t Produkt (-5 % jährliche Reduktion bezogen auf Basis 2010) – Zielwert Wasser: 0,98 m ³ /t Produkt (-5 % jährliche Reduktion bezogen auf Basis 2010) – Zielwert Abfall: 74 kg/t Produkt (-2 % jährliche Reduktion bezogen auf Basis 2010)	Entwicklung des spezifischen Energie- und Ressourcenverbrauchs relativ zu 2014 gesetzten Zielen: – Energie: -3,3 % – Wasser: +6,1 % – Abfall: +8,8 %	Senkung des spezifischen Energie- und Ressourcenverbrauchs gemäß Ressourceneffizienzprogramm 2015 – Zielwert Energie: 488 kWh/t Produkt – Zielwert Wasser: 0,92 m ³ /t Produkt – Zielwert Abfall: 72 kg/t Produkt
Handlungsfeld „Konsumenten & Produkte“		
Absatzanteil supereffizienter Geräte auf 40 % steigern (bis 2016)	Supereffizienz-Programm wurde 2014 eingestellt; Energieeffizienz ist fester Bestandteil aller Geräte (vgl. Absatz „Ressourceneffiziente Produkte“, S. 30)	Weitere Verbesserung der Verbrauchswerte in allen Produktkategorien
Kundenzufriedenheit mit BSH-Kundendienst auf hohem Niveau halten	Kundenzufriedenheit konnte auf dem hohen Niveau von 1,8 (Skala von 1 bis 5 mit 1 = sehr gut) gehalten werden	Kundenzufriedenheit mit BSH-Kundendienst auf hohem Niveau halten
Produktbewertungen auf Social-Media-Plattformen auf hohem Niveau halten	Anstieg des weltweiten Webtraffics um 20 %, gleichzeitige Steigerung der Kundenzufriedenheit	Produktbemerkungen auf relevanten Webseiten auf hohem Niveau halten
Handlungsfeld „Personalpolitik“		
Inhaltliche Verzahnung der neu konzipierten Maßnahmen des Junior Excellence Program (JEP) und konsequente Anwendung der Programmkriterien	Konsequente Prüfung der Teilnahmekriterien; verstärkte internationale Ausrichtung als „Junior Excellence Program“; Verzahnung der Maßnahmen (Orientation Center, JEP Development Modules), um die Kompetenzentwicklung für internationale Tätigkeiten zu unterstützen	Pilotierung des zweiten JEP Development Module; Integration gezielter Maßnahmen zur Unterstützung des Lerntransfers während der Programmmitgliedschaft
Sicherstellung einer durchgängigen Information über Mitarbeiterbefragungs (MAB)-Ergebnisse an alle Mitarbeiter und flächendeckende Erarbeitung von Maßnahmen aus den Ergebnisberichten	Alle Mitarbeiter weltweit zu Ergebnissen der MAB informiert; bisher 4.700 Maßnahmen im Monitoring-Tool, davon 3.900 implementiert	Vorbereitung und Durchführung der Mitarbeiterbefragung 2015
Fortführung der bisherigen „Top Arbeitgeber“-Aktivitäten und internationale Ausweitung auf weitere Länder; HR-seitige Begleitung der Corporate-Social-Media-Aktivitäten	Bisherige nationale und internationale „Top Arbeitgeber“-Aktivitäten erfolgreich fortgeführt; erstmalige Teilnahme und Zertifizierung der BSH China; HR-seitige Betreuung der BSH-Facebook-Seite für Deutschland (Start Mai 2014)	Weitere internationale Positionierung der BSH als attraktiver Arbeitgeber; Ausbau der Social-Media-Aktivitäten (z.B. Blog für Deutschland); Beratung der Tochtergesellschaften zu deren Social-Media-Aktivitäten (unter anderem globaler Standard für Facebook-Seite)
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	Integration von Diversity-Grundsätzen in die BSH-Arbeitgeberauftritte; Konzeption für die Integration von Diversity in das Qualifizierungsprogramm; Anpassung der Diversity-Strategie an das Regionalisierungskonzept; Veröffentlichung der Zielerreichung in den Kern-KPIs, Definition strategischer Zielwerte	Fortführung der Integration von Diversity in das Qualifizierungsprogramm; Weiterentwicklung der Strategie zur Entwicklung von Frauen in Führungspositionen
Erstellung eines HR-Strategiepapiers pro Tochtergesellschaft mit allen relevanten KPIs und Monitoring Key Figures	Im Nachgang zum internen HR-Report 2014 wurde pro Tochtergesellschaft das Übersichtsblatt „HR Business at a glance“ (HR BAG) erstellt; es enthält auf Basis des HR-Reports 7 KPIs, 1 Darstellung der Altersverteilung und 12 Monitoring-Kennzahlen; die HR BAGs wurden den jeweiligen Vertretern der Tochtergesellschaften, die an der Datenerhebung mitgewirkt haben, zur internen Kommunikation zur Verfügung gestellt	Wiederholtes Erstellen und Versenden des HR BAG; erstmalig soll mit der diesjährigen Verteilung der jeweilige Adressat hinsichtlich seiner Einschätzung zur Entwicklung ausgewählter KPIs 2015 befragt werden
		Steigerung der Durchdringung des Leadership Qualification Program und Überarbeitung der inhaltlichen Schwerpunkte hinsichtlich der neuen strategischen Ausrichtung



Bewegung und Beständigkeit

Digitalisierung, Mobilität, Urbanisierung. Globale Trends verändern das Lebensumfeld der Konsumenten. Die Märkte sind im Wandel. Diesen Herausforderungen begegnet die BSH mit Innovationskraft, regional zugeschnittenen Produkten, vielfältigen Dialogangeboten und einer nachhaltigen, werteorientierten Unternehmensführung. Wie es der BSH dabei erfolgreich gelingt, Bewegung und Beständigkeit in Einklang zu bringen, zeigen der Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht 2014. Beide Berichte sind in Deutsch und Englisch erhältlich und stehen als PDF unter publikationen.bsh-group.de bereit.



Den BSH-Geschäftsbericht 2014 gibt es als Online-Version mit ergänzenden Filmen und Bildern unter report2014.bsh-group.de

Bildnachweis

Alle Fotos: BSH Hausgeräte GmbH

BSH Hausgeräte GmbH

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

Pressekontakt:

Corporate Communications
Tel. +49 89 4590-2809
Fax +49 89 4590-2128
corporate.communications@bshg.com

Corporate Responsibility

Tel. +49 89 4590-4350
Fax +49 89 4590-2128
claudia.graziani@bshg.com

Environment, Resources, Occupational Safety

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



ClimatePartner^o klimaneutral

Druck | ID: 11586-1502-1006

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

Änderungen, Irrtümer vorbehalten.
Printed in Germany. Mai 2015.

© BSH Hausgeräte GmbH, 2015

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



GRI-Index

Dieser Index verweist auf die entsprechenden Textstellen im Nachhaltigkeitsbericht sowie im Geschäftsbericht 2014 (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	Index nach GRI 3.0	Erfüllung	Seite
1 Strategie und Analyse			4.5 Zusammenhang zwischen der Bezahlung der Leitungsorgane und der Leistung der Organisation		
1.1	●	2/3	4.6	●	8/9
1.2	●	1, 12–22, 36; GB 57/58	4.7	●	11/12
2 Unternehmensprofil			4.8	●	8/9, 12, 16/17
2.1	●	Titel	4.9	●	8/9, 12, 16/17
2.2	●	5	4.10	●	GB 37/38, 126/127
2.3	●	U3/U4, 5; GB U4	4.11	●	8/9
2.4	●	U3	4.12	●	U2, 10/11, 15, 27
2.5	●	U3/U4, 24	4.13	●	10/11
2.6	●	U2	4.14	●	6/7, 12
2.7	●	U3/U4, 24	4.15	●	10, 12
2.8	●	4, 28, 31; GB 74	4.16	●	10/11, 15, 18–21, 29/30, 34
2.9	●	U2, 4	4.17	●	10/11, 18–21, 29/30
2.10	●	U2, 4/5, 29, 32/33	Ökonomische Leistungsindikatoren		
3 Fakten zum Bericht			Managementansatz		
3.1	●	U2	EC1	●	4, 24
3.2	●	U2	EC2	●	26/27
3.3	●	U2	EC3	●	34/35; GB 103–108
3.4	●	37	EC4	●	24
3.5	●	U2, 12	EC6	●	16
3.6	●	U2, 28	EC7	●	31
3.7	●	U2, 28, 34	EC8	●	24
3.8	●	U2	Ökologische Leistungsindikatoren		
3.9	●	U2, 24, 27/28	Managementansatz		
3.10	●	4–7, 16, 26, 28, 30	EN1	●	14/15, 28
3.11	●	26/27, 30	EN2	●	14/15, 28
3.12	●	U5/U6	EN3	●	25, 28
3.13	●	keine	EN4	●	25, 28
4. Governance, Verpflichtungen und Engagement			EN5	●	25, 30
4.1	●	8/9, 12; GB 37–41			
4.2	●	GB 39–41			
4.3	●	GB 39–41			
4.4	●	34			

Index nach GRI 3.0	Erfüllung	Seite
EN6	●	30
EN7	⦿	25
EN8	●	25, 28
EN11	●	keine
EN12	●	keine
EN16	●	26/27
EN17	●	27
EN18	●	27
EN19	●	
EN20	⦿	26, 28
EN21	⦿	26, 28
EN22	●	25/26, 28
EN23	●	keine
EN26	●	14/15, 30
EN27	○	
EN28	○	
EN29	●	27/28
EN30	●	26
Gesellschaftliche Leistungsindikatoren		
Arbeitsbedingungen und Arbeitsumfeld		
Managementansatz		
LA1	⦿	4, 31
LA2	○	
LA3	⦿	34/35
LA4	⦿	34
LA5	○	
LA7	⦿	35
LA8	●	20/21, 35
LA10	⦿	33
LA11	⦿	20/21, 31–33
LA12	⦿	31
LA13	⦿	33/34; GB 39/40
LA14	⦿	33

Index nach GRI 3.0	Erfüllung	Seite
Menschenrechte		
Managementansatz		
HR1	○	
HR2	●	7, 16/17
HR3	⦿	9, 17
HR4	○	
HR5	●	8/9, 16/17
HR6	●	8/9, 16/17
HR7	●	8/9, 16/17
Gesellschaft		
Managementansatz		
S01	⦿	10/11, 14/15
S02	⦿	8/9
S03	⦿	9
S04	○	
S05	●	10/11
S08	○	
Produktverantwortung		
Managementansatz		
PR1	⦿	18/19, 29/30
PR3	●	10, 29/30
PR5	⦿	29, 36
PR6	⦿	29
PR9	○	

1 2014 keine umweltrelevanten Tätigkeiten in oder angrenzend an Schutzgebiete, keine Auswirkungen
 2 2014 nicht berichtet, da weltweit nur geringe Emissionen von rund 300 kg
 3 2014 keine Vorfälle mit Freisetzung gefährlicher Stoffe

Erfüllungsgrad
 ● vollständig berichtet ⦿ teilweise berichtet ○ nicht berichtet

U = Umschlag

