

B/S/H/

Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft
2008



Zum Bericht

Seit 1992 informiert die BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH ihre Stakeholder jährlich, wie sie ihre Strategie der nachhaltigen Entwicklung umsetzt. Der vorliegende Bericht – mittlerweile der siebzehnte – bezieht alle BSH-Standorte weltweit ein und stellt Ereignisse, Entwicklungen sowie die umwelt- und mitarbeiterbezogenen Kennzahlen des Geschäftsjahrs 2008 vor. Redaktionsschluss ist der 31. März 2009. 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 aktuellen Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI G3) und stellt gleichzeitig den Fortschrittsbericht der BSH an den UN Global Compact dar. Eine detaillierte GRI-Bilanz mit zusätzlichen Informationen ist im Internet abrufbar, ebenso eine übersichtliche Zusammenstellung unserer Fortschritte zur Umsetzung der Global-Compact-Prinzipien:

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

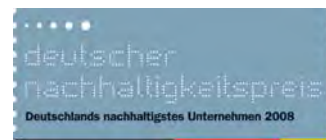
© BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH, 2009





Der Bericht ist auf Galaxi Keramik gedruckt.
Dieses Papier ist nach FSC (Forest Stewardship Council) zertifiziert.



Mix

Produktgruppe aus vorbildlich bewirtschafteten Wäldern und anderen kontrollierten Herkünften
www.fsc.org Zert.-Nr. GFA-COC-001374
© 1996 Forest Stewardship Council



Vorwort	Bestes Unternehmen der Branche zu sein ist unser Ziel – bei Innovation, Qualität, Umweltschutz und gesellschaftlicher Verantwortung.	Seite 4
Das Unternehmen	Die BSH steht als ein führender Hausgerätehersteller der Welt seit ihrer Gründung für Konsequenz und Kontinuität in dem, was sie tut.	Seite 6
Unsere Strategie	hat ein klares Ziel: bestes Unternehmen der Branche zu sein und so den Geschäftserfolg dauerhaft zu sichern.	Seite 8
	Special „BSH erhält ersten Deutschen Nachhaltigkeitspreis“ Am 5. Dezember 2008 wurde die BSH mit dem erstmals vergebenen Preis als Deutschlands nachhaltigstes Unternehmen ausgezeichnet.	Seite 11
Für die Gesellschaft	ist es wichtiger denn je, dass Unternehmen ihr Handeln am Leitbild der nachhaltigen Entwicklung ausrichten.	Seite 12
	Special „Neue Kühlschränke in Brasiliens Armenvierteln“ Wie sich Klimaschutz mit sozialem Engagement verknüpfen lässt, zeigt der von der BSH initiierte Austausch von Kühlschränken in Brasilien.	Seite 15
Für die Mitarbeiter	bieten wir weltweit beste Arbeitsbedingungen und für den Nachwuchs attraktive Entwicklungsmöglichkeiten.	Seite 16
	Special „Unsere weltweit gültigen Führungsgrundsätze“ Eine klare Führung spiegelt sich in motivierten Mitarbeitern wider. Gemeinsame Grundsätze helfen, dies auch weltweit konsequent zu leben.	Seite 19
Für die Umwelt	setzen wir entlang der gesamten Wertschöpfungskette durchgängig auf anspruchsvolle Standards.	Seite 20
	Special „Energieeffizienz für mehr Klimaschutz“ Mit energieeffizienten Hausgeräten leistet die BSH einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz und schafft nachhaltigen Nutzen für Verbraucher und Gesellschaft.	Seite 22
Kennzahlen	in den Bereichen Ökonomie, Ökologie und Soziales belegen, wie sich die BSH stetig und nachhaltig entwickelt.	Seite 24
Programm	Die BSH stellt dar, welche Konzernziele 2008 erreicht werden konnten und welche Ziele sie sich für die Zukunft gesetzt hat.	Seite 33
Unsere Standorte	im Überblick und Status der Zertifizierung des Umweltmanagements.	Seite 34
Ansprechpartner	in der BSH-Konzernzentrale in München sowie in Spanien, China und den USA.	Seite 35



„Die BSH ist auf Langfristigkeit ausgerichtet. Deshalb achten wir früh auf die Veränderung von Rahmenbedingungen und nehmen gesellschaftliche Anforderungen ernst. Klimaschutz, Energieeffizienz und Ressourcenschonung werden die wichtigsten Themen der Zukunft sein. Darauf sind wir gut vorbereitet; und diese Entwicklung werden wir maßgeblich mitgestalten.“

Dr. Kurt-Ludwig Gutberlet



„Umweltschutz und Ressourcenschonung sind für die BSH seit über 20 Jahren Aufgaben, die wir nachhaltig angehen. Das heißt, dass wir Standards, Managementsysteme und neue Entwicklungen konsequent an allen Standorten realisieren und die Effizienz unserer Produkte durch innovative Techniken kontinuierlich verbessern. Das stellt einen immer wichtigeren Wettbewerbsvorteil dar.“

Prof. Werner Vogt

Verehrte Leserinnen und Leser,

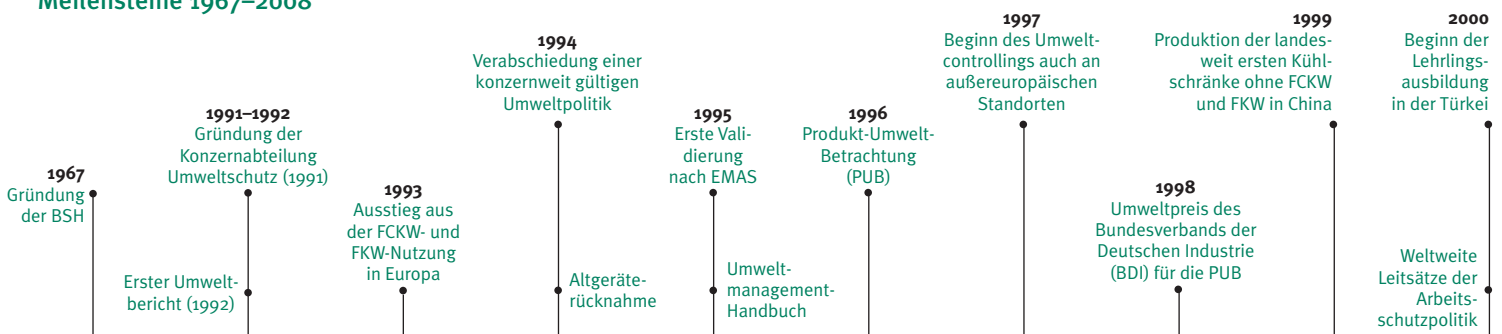
bestes Unternehmen der Branche zu sein ist unser Ziel – bei Innovation, Qualität, Umweltschutz und gesellschaftlicher Verantwortung. Die Auszeichnung als Deutschlands nachhaltigstes Unternehmen im Dezember 2008 bestätigt unsere Anstrengungen. Besonders beeindruckend konnten wir die Jury durch die Kontinuität, mit der wir umweltbewusstes und verantwortungsvolles Handeln weltweit und über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg umsetzen.

Konsequenz und Kontinuität sind nur möglich, wenn engagierte und motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sich jeden Tag neu für den nachhaltigen Unternehmenserfolg einsetzen. Ihnen gebührt deshalb der Preis und unser Dank. Und für uns alle bei der BSH soll der Award ein Ansporn sein, auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten nicht von unseren Zielen und unseren Werten abzurücken.

Im Gegenteil: Jetzt müssen wir die Chancen, die sich aus unserer führenden Position im Bereich energieeffizienter Geräte ergeben, konsequent nutzen. Dazu haben wir im vergangenen Jahr die unternehmensweite „Energy Excellence Initiative“ gestartet. Mit einem Multiplikatorennetzwerk in allen Ländern, in denen wir tätig sind, wollen wir aus unserem Anliegen ein weltweites Engagement für den Klimaschutz entwickeln und unseren Kunden die finanziellen und ökologischen Vorteile energieeffizienter Geräte deutlich machen.

Manche stellen uns jetzt die Frage, ob wir unser Bekenntnis und unsere Aktivitäten zur Nachhaltigkeit auch in der Krise aufrechterhalten. Für die BSH ist Nachhaltigkeit aber kein Luxus, den man sich in guten Zeiten leistet, sondern seit vielen Jahren integraler Bestandteil und Basis unseres Wirtschaftens. Das gilt für Energieeffizienz, Umweltschutz und Arbeitssicherheit ebenso wie für Ausbildung, Mitarbeiterführung und die Zusammenarbeit mit Lieferanten.

Meilensteine 1967–2008



Nachhaltigkeit bedeutet für uns als Hersteller vor allem eine breit verstandene Produktverantwortung, die uns immer wieder neu überlegen lässt: Wie tragen wir mit unseren Produkten, unseren Vertriebsmöglichkeiten und unserem Know-how am besten zu einer weltweit nachhaltigen Entwicklung bei? Neue oder bessere Antworten finden wir nur durch stete Verbesserung auf Basis unserer Werte. Dies treibt uns, innovativ zu sein, und sichert unsere Zukunftsfähigkeit – und damit unseren langfristigen Unternehmenserfolg.

Das Vertrauen in unser Unternehmen und unsere Marken kommt deshalb nicht von ungefähr. Dass unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Kunden, Geschäftspartner, Lieferanten und Behörden uns als zuverlässigen und zukunftsorientierten Partner wahrnehmen, ist für uns von höchstem Wert. Wir wollen sie mit dem vorliegenden Bericht deshalb offen informieren und ihnen unsere sozialen und ökologischen Leistungen anhand von Kennzahlen darstellen. Der Bericht orientiert sich an den Leitlinien der Global Reporting Initiative und stellt gleichzeitig unsere Fortschrittsmitteilung gegenüber dem UN Global Compact dar.

Wir wünschen allen Leserinnen und Lesern eine informative Lektüre und freuen uns über Ihre Anregungen.



„Ökonomische Nachhaltigkeit bedeutet für die BSH: Wir wollen Benchmark der Branche sein – bei der Gestaltung der Märkte, bei den Innovationen und in Hinblick auf die Ertragskraft. Die wertorientierte Unternehmensführung ist auf dem Weg dorthin unser Kompass. Wertorientierte Unternehmensführung funktioniert nur, wenn sie von jedem Einzelnen im Unternehmen gelebt wird. Und sie kommt jedem Einzelnen zugute.“
 Dr. Wolfgang Colberg



„Unsere Marken stehen für Vertrauen. Das ist unser wichtigstes Kapital. Dieses zu wahren und zu steigern ist unser Anliegen über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg, vor allem aber im Vertrieb und im Kundendienst. Energieeffizienz ist in den vergangenen Jahren weltweit ein immer wichtigeres Thema geworden und für uns neben Qualität und Innovation ein zentrales Verkaufsargument.“

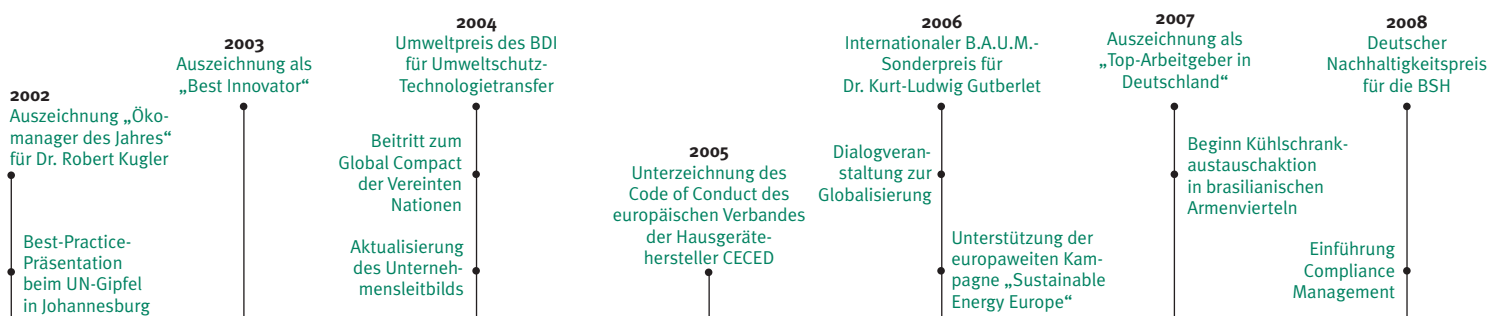
Jean Dufour

Dr. Kurt-Ludwig Gutberlet,
 Vorsitzender der
 BSH-Geschäftsführung

Dr. Wolfgang Colberg,
 verantwortlich für Finanzen
 und zentrale Unternehmens-
 entwicklung sowie Arbeitsdi-
 rektor

Jean Dufour,
 verantwortlich für Vertrieb,
 Marken-Management und
 Logistik

Prof. Werner Vogt,
 verantwortlich für Produkte
 und für den Umweltschutz



Die BSH steht als ein führender Hausgerätehersteller der Welt seit ihrer Gründung für Konsequenz und Kontinuität in dem, was sie tut.



Die BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH wurde 1967 als Joint Venture zwischen der Robert Bosch GmbH, Stuttgart, und der Siemens AG, Berlin/München, gegründet. Heute ist die BSH drittgrößter Hausgerätehersteller der Welt und in Europa die Nummer eins. Das Produktportfolio des Konzerns umfasst das gesamte Spektrum moderner Hausgeräte. Kochen, Spülen, Waschen, Trocknen, Kühlen und Gefrieren gehören ebenso dazu wie Wäsche- und Bodenpflege und kleine Hausgeräte. Zum 31. Dezember 2008 gehörten zur BSH 43 Fabriken in Europa, Asien, Nord- und Südamerika sowie ein weltumspannendes Netz von Vertriebs- und Kundendienstgesellschaften in mehr als 40 Ländern. In über 70 Gesellschaften sind heute mehr als 40.000 Mitarbeiter für die BSH tätig, davon über 70 Prozent in Europa.

Starke Marken und innovative Produkte

Mit ihrem breiten Markenportfolio kann die BSH die Bedürfnisse unterschiedlichster Zielgruppen „maßgeschneidert“ erfüllen. Während Bosch für „spürbare Qualität“ steht, spricht Siemens die Kunden mit „innovativem Design“ an. Ein einzigartiges Markenprofil zeichnet auch die Spezialmarken wie Neff oder Gaggenau sowie die Regionalmarken in den einzelnen Ländern aus. Ihr Angebot konnte die BSH im Jahr 2008 um mehrere Innovationen erweitern: Auf der Internationalen Funkausstellung (IFA) in Berlin, die im August 2008 erstmals auch Hausgeräte präsentierte, stellten wir unsere neuen, besonders sparsamen Geschirrspüler und Kältegeräte vor. Höhepunkt war der neue Wäschetrockner, dessen Stromverbrauch unsere Ingenieure mit einer neu entwickelten Wärmepumpe um 40 Prozent gegenüber der besten Effizienzklasse A reduzieren konnten.

Mehr über die BSH und ihre Marken erfahren Sie im BSH-Konzern-Geschäftsbericht 2008 und unter: www.bsh-group.de Zahlen und Fakten

Hauptmarken



SIEMENS

Spezialmarken

GAGGENAU



Thermador®

Constructa

VIVA

ufesa

Regionalmarken



LYNX

PITSOS

PROFILO



COLDEX

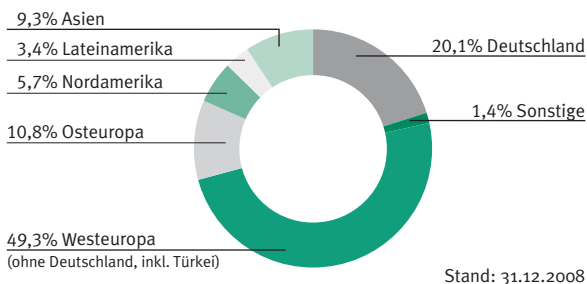
Innovationsorientierung und Qualitätsbewusstsein wurden uns im Jahr 2008 erneut von unabhängigen Organisationen bestätigt: Aus 95 verschiedenen deutschen und europäischen Produkttests gingen BSH-Geräte 56-mal als „Testsieger“ oder „Bester Kauf“ hervor. Unsere führende Position im Wettbewerb konnten wir auch beim „Supplier of the Year Award“ der Euronics International behaupten: Zum dritten Mal in Folge erhielt die BSH im Sommer 2008 den begehrten Award, der Produktqualität, Liefertreue und Kundendienst würdigt. Die Basis für diese Erfolge ist unsere konsequente Innovationspolitik. 2008 hat die BSH weltweit insgesamt knapp 1.000 Erst-Patentanmeldungen eingereicht – davon rund 800 mit Wirkung für Deutschland. Damit gehört die BSH zu den innovativsten Unternehmen der Branche und steht im Ranking des Deutschen Patent- und Markenamtes bei den aktivsten Patentanmeldern auf Platz 13.

Gute Basis für schwierige Zeiten

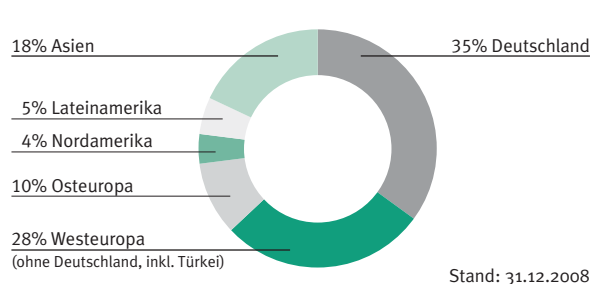
In den vergangenen Jahren hat die BSH ihre Aktivitäten in Deutschland und weltweit weiter ausgebaut. Im Jahr 2008 wurde eine neue Fabrik in Hortolândia, Brasilien, errichtet, und der Personalstand erhöhte sich um 1.300 Mitarbeiter. Die 2007 erbaute Fabrik in St. Petersburg, Russland, wird 2009 bereits erweitert. Insgesamt haben wir im Jahr 2008 rund 226 Millionen Euro in den Ausbau unserer Produktionsanlagen investiert. Doch der weltweite Wirtschaftsabschwung macht sich seit Ende des vergangenen Jahres auch bei der BSH bemerkbar. Der Umsatz 2008 blieb mit 8,758 Milliarden Euro um 0,7 Prozent unter dem Vorjahreswert, das Ergebnis vor Steuern betrug 510 Millionen Euro. Mit unseren energieeffizienten Geräten und einer Eigenkapitalquote von rund 39 Prozent sind wir für die wirtschaftlich schwierige Phase allerdings gut gerüstet. Vor allem in Deutschland verkaufen sich angesichts steigender Strompreise unsere neuen energieeffizienten Geräte ausgesprochen gut, obwohl sie etwas mehr kosten.



Umsatz nach Regionen 2008



Mitarbeiter nach Regionen 2008



Unsere Strategie hat ein klares Ziel: bestes Unternehmen der Branche zu sein und so den Geschäftserfolg dauerhaft zu sichern.

Im Dezember 2008 wurde die BSH mit dem ersten Deutschen Nachhaltigkeitspreis als Deutschlands nachhaltigstes Unternehmen ausgezeichnet. Dieser Award bestätigt unsere Strategie. Sie ist von drei Handlungsfeldern bestimmt, in denen wir führend sein wollen. Denn je besser wir darin sind, desto mehr Wert schaffen wir für uns und für die Gesellschaft.

Zentrale Handlungsfelder

Um die aus ökologischen und gesellschaftlichen Anforderungen resultierenden Chancen zu nutzen, haben wir 2006 drei zentrale Handlungsfelder festgelegt:

1. **Energieeffizienz:** Mit ressourcenschonenden und innovativen Lösungen bei den Produkten und in der Produktion zur Ressourcenschonung und zum Klimaschutz beitragen und Maßstäbe für die Branche weltweit setzen.
2. **Produktverantwortung:** Im Dialog mit Politik, Händlern, Konsumenten, Lieferanten und Entsorgern den Umwelt- und Gesundheitsschutz über den gesamten Produktlebensweg ständig verbessern.
3. **Know-how-Transfer:** Durch die Übertragung von Standards und Erfahrungen in Entwicklung, Produktgestaltung sowie Aus- und Weiterbildung in der BSH-Welt den Menschen weltweit bestmögliche Lebens- und Arbeitsbedingungen bieten.

Bedeutung für den Unternehmenserfolg

Für unseren Unternehmenserfolg ist die konsequente Umsetzung dieser strategischen Ziele heute wichtiger denn je. Denn vor dem Hintergrund des Klimawandels sowie steigender Energiepreise erschließen wir uns mit besonders energieeffizienten Geräten ein wachsendes Marktsegment. Und unsere Produktverantwortung, die über die gesamte Wertschöpfungskette reicht, sichert nicht nur die hohe Qualität unserer Produkte, sondern auch unsere weltweite Reputation als Markenhersteller. Gleiches gilt für den Know-how-Transfer: Schon bei der Errichtung unserer ersten ausländischen Produktionsstätten in den 1980er Jahren war uns bewusst, dass die konsequente Übertragung bewährter Standards eine entscheidende Voraussetzung ist, mit innovativen Produkten weltweit zu expandieren.

Rahmenbedingungen unseres Handelns

Galten manche unserer Maßnahmen vor 20 Jahren vielleicht noch als ungewöhnlich, sind sie heute unerlässlich. Denn die Rahmenbedingungen unseres wirtschaftlichen Handelns haben sich seither verschärft: Dies reicht von der Verknappung qualifizierten Nachwuchses



Unser Leitbild

- Unsere Kunden können uns vertrauen. ■
- Als Innovationsführer gehen wir unserer Branche voraus. ■
- Grundlage unseres Erfolgs sind unsere Mitarbeiter. ■
- Wir steigern den Wert unseres Unternehmens. ■
- Wir übernehmen Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft. ■

Das Unternehmensleitbild, die Umweltpolitik, die Leitsätze der Arbeitsschutzpolitik und die Business Conduct Guidelines sind nachzulesen unter:

www.bsh-group.de
 ↳ Das Unternehmen

in Deutschland und Europa über gesetzliche Vorgaben zum Recycling und zur Produktgestaltung bis hin zu globalen Leitlinien, die Nachweise für verantwortliches Handeln bis in die Lieferkette fordern. Überzeugt, dass proaktives Handeln richtig ist, sind wir vielfach als gutes Beispiel vorangegangen – ob beim FCKW-Ausstieg, bei der energieeffizienten Produktgestaltung oder bei Rücknahme und Recycling. Dies kam uns schon oft zugute: als Know-how-Vorsprung und als Erfahrung, die wir in Regulierungsvorhaben einbringen konnten, beispielsweise bei der Entwicklung eines Energielabels in China oder bei der europaweiten Ausgestaltung von Rücknahmesystemen.

Unsere Grundsätze und Werte

Wie ein Unternehmen seine Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft lebt, hängt von seinen Werten, von der obersten Führung und von geeigneten Strukturen ab. Bei der BSH, die den Umweltschutz schon 1989 in ihr Unternehmensleitbild aufgenommen hat, besteht ein klares Bekenntnis der Geschäftsführung. Dies drückt sich auch in dem stabilen Fundament aus, das wir in den vergangenen Jahren für unseren langfristigen Unternehmenserfolg gelegt haben: mit dem Unternehmensleitbild, der Umweltpolitik, den Leitsätzen der Arbeitsschutzpolitik und unseren Business Conduct Guidelines. Im Jahr 2004 haben wir uns zudem den Prinzipien des **Global Compact** der Vereinten Nationen verpflichtet, 2005 den darauf basierenden Verhaltenskodex des europäischen Verbandes der Hausgerätehersteller **CECED** maßgeblich mitgestaltet und auf dieser Basis 2006 eigene Business Conduct Guidelines erarbeitet und unternehmensweit implementiert.

Steuerung unserer Nachhaltigkeitsleistung

Klare Strukturen und definierte Abläufe sind die Basis, um unsere anspruchsvollen Ziele umzusetzen. Dies gilt für alle Bereiche – von Qualität über Forschung und Entwicklung sowie Umweltschutz und Arbeitssicherheit bis hin zum Personalmanagement. Unsere Produkt-Umwelt-Betrachtung (PUB) integriert Ziele zur Ressourcenschonung und Energieeffizienz seit 1996 zwingend in jedes Entwicklungsvorhaben. Alle umweltrelevanten BSH-Standorte sind sowohl nach **ISO 9001** (Qualität) als auch nach **ISO 14001** (Umweltschutz) zertifiziert und messen ihre Umweltleistung seit vielen Jahren anhand von Kennzahlen (siehe Seite 34); die Regelungen für das Arbeitsschutzmanagement der BSH richten sich seit Anfang 2009 strikt am internationalen Standard **OHSAS 18001** aus.

Mit dem Ziel, Abläufe zu harmonisieren, setzt unser 2006 eingeführtes Produktionssystem weltweit Standards und erstreckt sich über die gesamte Wertschöpfungskette – vom Einkauf der Rohmaterialien und Komponenten über Lagerhaltung, Transportlogistik, Fertigung und Montage bis hin zur Auslieferung der Produkte und zum Kundendienst. Vorgesehen sind regelmäßige interne Zertifizierungen. Denn standardisierte Abläufe helfen uns nicht nur, Produktions- und Produktrisiken zu vermeiden, sondern auch, Prozesse zu beschleunigen – angesichts immer kürzerer Innovationszyklen ein wichtiger Wettbewerbsfaktor.



Die BSH-Prinzipien konsequent umgesetzt haben unsere Ingenieure beim neuen Geschirrspüler. Für den erstmaligen Einsatz des Minerals Zeolith in Hausgeräten wurden sie bereits ausgezeichnet. Denn sie entwickelten damit eine innovative Trocknungstechnologie, die nur halb so viel Zeit und deutlich weniger Energie benötigt.

UN Global Compact

www.unglobalcompact.org

CECED (European Committee of Domestic Equipment Manufacturers)

www.ceced.org

ISO (International Organization for Standardization)

www.iso.org

OHSAS (Occupational Health and Safety Assessment Series)

www.bsigroup.com



Ziel des Produktionssystems ist es, die Transparenz von Prozessen entlang der Wertschöpfungskette zu erhöhen und dadurch deren Qualität und Effizienz kontinuierlich zu verbessern. Alle BSH-Fabriken haben begonnen, das System einzuführen.


 Stiftung Warentest
www.test.de

Unternehmerische Verantwortung als Querschnittsaufgabe

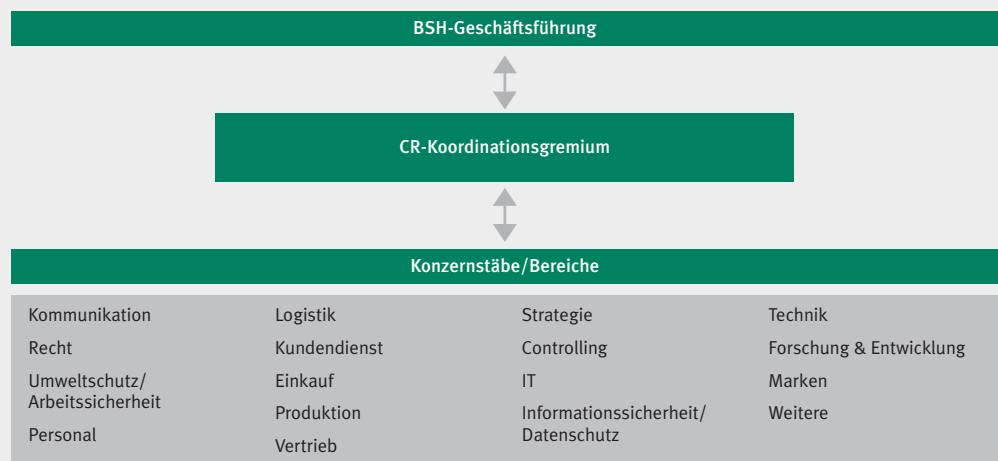
Die Verantwortung für Umwelt, Mitarbeiter und Gesellschaft trägt die Geschäftsführung der BSH. Um sie bei dieser Aufgabe zu unterstützen, wurde im Jahr 2005 ein Koordinationsgremium für Corporate Responsibility eingerichtet. Die regelmäßigen Arbeitstreffen dienen dem Informationsaustausch und der Abstimmung von Aktivitäten. Außerdem bewertet das Gremium neue Anforderungen im Bereich unternehmerischer Verantwortung und Nachhaltigkeit und erarbeitet Entscheidungsvorlagen für die Geschäftsführung.

Herausforderungen und Stakeholderdialog

Wir gehen davon aus, dass die Rahmenbedingungen unseres Handelns künftig durch zunehmende Restriktionen des Energieverbrauchs und der Treibhausgasemissionen sowie erneut steigende Rohstoffpreise geprägt sein werden. Auch die Erwartungen unserer Stakeholder – insbesondere Kunden, Mitarbeiter und Nachwuchs – werden zunehmen und eine wichtige Leitplanke für unsere zukünftige Entwicklung darstellen. Um sie frühzeitig zu erfassen und in das wirtschaftliche Handeln zu integrieren, pflegen wir weltweit Kontakt zur Politik, zu Verbraucher- und Umweltschutzorganisationen, zur Wissenschaft sowie zu Kunden, Behörden und Anwohnern – durch direkte Gespräche, Tage der offenen Tür an unseren Standorten, bei Messen sowie durch unsere Mitgliedschaft in Branchenverbänden und im deutschen Global-Compact-Netzwerk.

Auch im vergangenen Jahr haben wir wieder zahlreiche Anfragen von Verbänden und Verbraucherorganisationen erhalten und beantwortet. Sie boten uns gleichzeitig wichtige Hinweise auf neue gesellschaftliche Anforderungen. Offen und detailliert Auskunft gaben wir auch, als die **Stiftung Warentest** im vergangenen Jahr erstmals ihren „CSR-Test“ bei Waschmaschinen durchführte. Ihre Prüfer besuchten neben der Zentrale in München auch die BSH-Standorte in Cerkezköy, Türkei, La Cartuja, Spanien, und Łódź, Polen, um Einblick in unsere Nachhaltigkeitsstrategie, Produktionsbedingungen und CSR-Aktivitäten zu gewinnen. Unter den acht Herstellern, die verglichen wurden, erreichte die BSH die höchste Punktzahl und die Bewertung „stark engagiert“.

Koordination von Corporate Responsibility (CR)



BSH erhält ersten Deutschen Nachhaltigkeitspreis



Am 5. Dezember 2008 wurde die BSH mit dem erstmals vergebenen Preis als Deutschlands nachhaltigstes Unternehmen ausgezeichnet. Der Vorsitzende der BSH-Geschäftsführung, Dr. Kurt-Ludwig Gutberlet, der den Preis von Günther Verheugen, Vizepräsident der Europäischen Kommission, entgegennahm, betonte in seiner Rede: „Diese Auszeichnung ist ein schöner Beleg für unsere auf ökonomische, ökologische und soziale Nachhaltigkeit ausgerichtete Unternehmensstrategie.“

Anspruchsvolles Auswahlverfahren

Beleg für ein anspruchsvolles Nachhaltigkeitskonzept und funktionierende Prozesse ist der Preis tatsächlich. Denn das Auswahlverfahren erstreckte sich über mehrere Runden und durchleuchtete die teilnehmenden Unternehmen anhand zahlreicher Kriterien bis ins Detail. Als Sieger kann die BSH gewiss sein, ein umfassendes und strenges Nachhaltigkeitsaudit bestanden zu haben. Gemessen und beurteilt wurden die Leistungen in den Bereichen Wirtschaft, Umwelt und Soziales, und zwar über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg – vom Einkauf über Entwicklung, Produktion und Logistik bis hin zu Marketing, Vertrieb und Entsorgung. Besonderes Augenmerk der Prüfungskommission galt der Nachhaltigkeitsstrategie und dem systematischen Management aller relevanten Prozesse anhand von Leistungskennzahlen.

Rundum überzeugte Jury

Das letzte Wort hatte eine Jury, der Experten angehörten wie Dr. Volker Hauff, Vorsitzender des Rates für Nachhaltige Entwicklung, Prof. Dr. Hans Joachim Schellnhuber, Direktor des Potsdam-Instituts für Klimafolgenforschung, und Prof. Dr. Klaus Töpfer, ehemaliger Exekutivdirektor des Umweltprogramms der Vereinten Nationen (UNEP). Maßgebend für ihre Entscheidung war der Beweis, dass sich „mit Nachhaltigkeit Geld verdienen lässt, und dies nicht nur in einigen Nischen“, so Dr. Hauff. Das konsequente Nachhaltigkeitsmanagement und die umfassende Kommunikation zu Nachhaltigkeitsthemen hat die Jury von unserem langfristig angelegten Geschäftsmodell ebenso überzeugt wie von unserem Engagement. Und so attestierten uns die Juroren: „Die BSH fördert in besonderer Weise den Gedanken einer zukunftsfähigen Gesellschaft.“



Dr. Volker Hauff, Mitglied der Jury und Vorsitzender des Rates für Nachhaltige Entwicklung

» Wer Hausgeräte herstellt, arbeitet in einem Markt, der immer noch von dem grundfalschen Motto ‚Geiz ist geil‘ geprägt ist. Umso bemerkenswerter ist die BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH, die Nachhaltigkeitskriterien in der gesamten Wertschöpfungskette, in allen Unternehmensfunktionen und über Projekte in Dritte-Welt-Ländern erfüllt.«

Für die Gesellschaft ist es wichtiger denn je, dass Unternehmen ihr Handeln am Leitbild der nachhaltigen Entwicklung ausrichten.



Der ehemalige UN-Generalsekretär Kofi Annan mit Dr. Kurt-Ludwig Gutberlet. Die BSH ist seit 2004 Mitglied des von Annan gegründeten Global Compact zur weltweiten Verbesserung der Arbeits- und Lebensbedingungen.

Die weltweite Finanzkrise hat deutlich gemacht, dass kurzfristige Gewinnorientierung kein Maßstab für unternehmerischen Erfolg ist. Nun rücken Werte wie Integrität und Langfristigkeit wieder in den Vordergrund – zentrale Leitplanken einer nachhaltigen Entwicklung, wie sie die Brundtland-Kommission 1987 erstmals beschrieben hat.

Grundsätze, Werte und Gesetze

Werteorientiertes, integriertes und rechtskonformes Handeln ist bei der BSH seit jeher Basis der Unternehmenskultur. Das allein verschafft in einer globalen Wirtschaft aber noch keine Sicherheit, zumal wir in vielen Ländern mit unterschiedlichen Kulturen und Rechtsvorschriften tätig sind. Wir haben unsere Werte,

die den Umgang untereinander und mit unseren Geschäftspartnern prägen, im Jahr 2006 deshalb in einem Verhaltenskodex festgeschrieben, der weltweit für alle Mitarbeiter verbindlich ist.

Um die konsequente Umsetzung dieser Business Conduct Guidelines in den Unternehmensbereichen und an den Standorten zu unterstützen, führten wir Anfang 2008 ein Compliance Management ein. Es besteht aus dem Corporate Compliance Committee, dem Office des Compliance Committee, regionalen Compliance Officers und einem unabhängigen Ombudsmann. An diesen können sich alle BSH-Mitarbeiter und auch Dritte anonym wenden, um Verstöße zu melden. Im Geschäftsjahr 2008 hat die BSH-Compliance-Organisation in elf Fällen ermittelt, von denen drei auf Hinweise an den Ombudsmann zurückgingen. In fünf Fällen erwiesen sich die Hinweise nicht als substantiell. Soweit es sich bei den anderen Vorgängen nicht nur um einfache Verstöße gegen interne Richtlinien handelte, wurden die Verfehlungen entsprechend nachverfolgt und geahndet.

Schulungen zu Business Conduct Guidelines und Anti-Korruption

Um die Bedeutung von Werten und Compliance im Bewusstsein aller Mitarbeiter zu verankern, verfasste Dr. Kurt-Ludwig Gutberlet, Vorsitzender der BSH-Geschäftsführung, Mitte 2008 eine Videobotschaft. Diese ist auch im BSH-Intranet verfügbar und Teil der internetbasierten Compliance-Trainings. Wir haben seit 2008 umfassende internetbasierte Schulungsprogramme in mehreren Sprachen, die im Berichtsjahr über 7.300 BSH-Mitarbeiter absolviert haben. Nutzen können diese Schulungsprogramme alle Mitarbeiter. Für einige, darunter vor allem Führungskräfte und Mitarbeiter mit Kunden- und Lieferantenkontakt, sind sie verpflichtend. Um Erfahrungen auszutauschen und gemeinsam zu bewerten, trafen sich die 36 Regional Compliance Officers (RCO) der BSH im Sommer 2008 zum ersten „Global RCO Meeting“.

Management der Lieferkette

Die Verpflichtung zu integrem und rechtskonformem Verhalten reicht auch in unsere Lieferkette hinein. Da wir jährlich für mehr als vier Milliarden Euro Rohstoffe und Materialien beziehen, davon 40 Prozent aus sogenannten Low Cost Countries, besitzen wir hier beträchtliche Möglichkeiten. Und wir nutzen sie: Der auf dem UN Global Compact und den Konventionen der International Labour Organization (ILO) fußende Code of Conduct für BSH-Lieferanten ist seit 2007 Bestandteil der Lieferverträge und verpflichtet alle Zulieferer, nach den Grundsätzen der BSH zu handeln. Das heißt unter anderem: Menschenrechte achten, auf Kinderarbeit verzichten, gute Arbeitsbedingungen schaffen, den Umweltschutz fördern und Korruption vermeiden.

 ILO (International Labour Organization)
 → www.ilo.org

Eine entsprechende Verpflichtungserklärung hatten bis Ende 2008 sowohl unsere A- als auch unsere B-Lieferanten für Produktionsmaterial unterzeichnet, die zusammen für 90 Prozent des Einkaufsvolumens stehen. Neue Lieferanten nehmen wir nur auf, wenn sie den Code of Conduct anerkennen; außerdem führen wir bei ihnen ein Basisaudit durch, das auch auf soziale und umweltbezogene Aspekte achtet. Bereits seit langem Bestandteil unserer Lieferbeziehungen ist das Thema Umweltschutz: Von unseren A- und B-Lieferanten erwarten wir, dass sie über ein Umweltmanagementsystem verfügen. Bei der Auswahl neuer Lieferanten ist dies ein wichtiges Kriterium.

Verantwortung für die Regionen

Als meist großer Arbeit- und Auftraggeber hat die BSH an all ihren Standorten einen beträchtlichen Einfluss auf die Entwicklung vor Ort. Daraus resultiert eine besondere Verantwortung für die Regionen, in denen wir tätig sind. Wir kommen dieser nicht nur durch die ordnungsgemäße Abführung von Steuern und Abgaben gemäß der am Standort tatsächlich getätigten Wertschöpfung nach, sondern auch durch Infrastrukturleistungen und Spenden für gemeinnützige Organisationen vor Ort. Für unsere weltweit 29 Einkaufsstandorte gilt es grundsätzlich, einheimische Lieferanten einzusetzen, auch um Währungsrisiken und Zollgebühren zu vermeiden und die Transportwege kurz zu halten. Insbesondere in neuen Märkten und in Schwellenländern fördern wir die Ansiedlung von Zulieferern an unseren Standorten und unterstützen diese – im Interesse unserer eigenen Qualitätsstandards – beispielsweise bei der Einführung von Umweltmanagementsystemen.

Die Produktionsqualität sichern und gleichzeitig zu einer zukunftsorientierten Entwicklung beitragen können wir vor allem mit einer qualifizierten Ausbildung. Bereits 1997 haben wir das in Deutschland bewährte duale Ausbildungssystem an unsere chinesischen Standorte trans-

Qualifizierte Ausbildung, Ansiedlung einheimischer Lieferanten und faire Einkaufsbedingungen prägen die regionale Verantwortung, die die BSH weltweit an allen Standorten übernimmt.





Die zweite Generation des Pflanzenölkochers Protos, die Mitte 2009 in die Serienproduktion geht, wird in der Handhabung noch einfacher sein und noch weniger Energie brauchen.

☞ ZVEI (Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e.V.)
 ↳ www.zvei.org

☞ VDE (Verband der Elektrotechnik, Elektronik, Informationstechnik e.V.)
 ↳ www.vde.com

feriert und gemeinsam mit deutschen und chinesischen Behörden Lehrpläne erarbeitet, damit die dort absolvierten Abschlüsse mit einem deutschen vergleichbar sind. Das erfolgreiche Modell wurde 2000 auch in unseren Fabriken in der Türkei verwirklicht und mit einem – rege genutzten – Ausbildungsangebot für den Nachwuchs unserer dortigen Zulieferer verknüpft.

Einsatz für den Klimaschutz

Den wirksamsten Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten Unternehmen, wenn sie ihre Produkte konsequent umwelt- und ressourcenschonend gestalten. Schon beim FCKW-Ausstieg blieb die BSH nicht auf halbem Wege stehen, sondern ging freiwillig weiter und führte ein Verfahren ein, das auch auf klimaschädliche Fluorkohlenwasserstoffe (FKW) als Ersatzstoffe verzichtete – obwohl Klimaschutz zu dieser Zeit noch kein großes Thema und die Umstellung teuer war. Heute setzt sich die BSH ebenso konsequent für Energieeffizienz ein.

Denn angesichts des fortschreitenden Klimawandels gilt es, auf einen raschen Austausch veralteter und energieineffizienter Geräte hinzuwirken. Pro Jahr ließen sich etwa 22 Millionen Tonnen Kohlendioxid (CO₂) – so viel, wie fünf Steinkohlekraftwerke erzeugen – einsparen, wenn die rund 188 Millionen Altgeräte, die in europäischen Haushalten noch im Einsatz sind, durch modernste hocheffiziente Geräte ersetzt würden. Als Präsident des europäischen Verbandes der Hausgerätehersteller CECED sowie über die Energieeffizienzinitiative des deutschen Branchenverbandes ZVEI setzt sich BSH-Chef Dr. Kurt-Ludwig Gutberlet bei der Europäischen Kommission und bei der Bundesregierung deshalb für entsprechende Anreizprogramme ein (siehe Seite 22).

Engagement für eine nachhaltige Entwicklung

Dem Grundsatz folgend, dass Unternehmen am wirkungsvollsten zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen, wenn sie dafür ihr Know-how und ihre Möglichkeiten nutzen, hat die BSH das Konzept des Pflanzenölkochers weiterentwickelt und zur Marktreife gebracht. Dort, wo in Entwicklungsländern bis heute für die Nahrungszubereitung Holz verbrannt wird, soll der Pflanzenölkocher Protos gesundheits-schädliche Rauchgase vermeiden und die Abholzung der Wälder begrenzen. Verknüpft ist dies mit einem lokalen Erzeugungs- und Vermarktungskonzept, das Arbeitsplätze in der Herstellung von Öl aus heimischen Pflanzen, in der Fertigung des Kochers sowie im Verkauf schafft. Derzeit kommt der Protos auf den Philippinen zum Einsatz, Mitte 2009 läuft die Serienproduktion der zweiten Kocher-Generation in Indonesien an.

Bedienfreundliche Geräte, die das Leben älterer oder behinderter Menschen erleichtern, sind vor allem in Europa immer gefragter. Die BSH verfolgt deshalb das Konzept „Design for all“ und wurde dafür bereits mit zahlreichen Designpreisen belohnt. Prof. Werner Vogt, Mitglied der BSH-Geschäftsführung, hat im vergangenen Jahr an der Erarbeitung eines entsprechenden Positionspapiers des VDE mitgewirkt. Neben Zukunftsszenarien für den Hausgerätebereich zeigt es auf, wie sich die Lebenssituation älterer Menschen durch Technik verbessern lässt.

Neue Kühlschränke in Brasiliens Armenvierteln



Wie sich Klimaschutz mit sozialem Engagement verknüpfen lässt, zeigt der von der BSH initiierte Austausch von Kühlschränken in Brasilien. In den Favelas, den Armenvierteln brasilianischer Städte, ersetzen wir alte „Stromfresser“ durch modernste energieeffiziente Geräte.

Ein echtes Win-Win-Projekt

Das 2007 gestartete Projekt hat mit der Unterstützung der brasilianischen Regierung inzwischen zum Austausch von mehr als 80.000 veralteten Kühlgeräten geführt – und zu einer jährlichen CO₂-Einsparung von circa 20.000 Tonnen. Grundlage dieses Win-Win-Projekts ist eine gesetzliche Vorschrift, die brasilianische Energieversorger verpflichtet, ein halbes Prozent ihres Umsatzes in Energiesparmaßnahmen zu investieren, und festlegt, dass die Hälfte davon den Armenvierteln zugute kommen muss. Die von der BSH angeregte Austauschaktion stieß bei den Energieversorgern Brasiliens deshalb auf „offene Türen“. Besonders überzeugt hat sie das Komplettangebot der BSH, das von der Logistik bis zur Altgeräteentsorgung reicht. Und da ein kostenloses Gerät nur bekommt, wer auch seine – nun freilich niedrige – Stromrechnung bezahlt, rechnet sich das Projekt auch für die Energieversorger. Denn ihnen gehen durch illegales Anzapfen der Leitungen jährlich etwa 18 Prozent des Haushaltsstroms verloren. Dafür, dass die neuen Geräte bei Familien landen, die tatsächlich bedürftig sind, sorgen Entwicklungsorganisationen vor Ort.

Anerkennung durch die Vereinten Nationen

Anfang 2009 wurde der Kühlschranktausch von den Vereinten Nationen als sogenannte CDM-Maßnahme anerkannt. Als Clean Development Mechanism (CDM) gelten gemäß Kyoto-Protokoll Projekte, die in Schwellen- und Entwicklungsländern zur Emissionsreduktion beitragen und deshalb mit Emissionszertifikaten belohnt werden. Je nachdem, wie die Tonne CO₂ an der Emissionsbörse notiert, kann dies pro Kühlschrank zu einem Erlös von 50 Euro führen. Mit diesem Erlös könnte die BSH die Kosten für die Altgeräteentsorgung decken und gleichzeitig den Preis der Neugeräte senken. Den aufwendigen Antrag zur Anerkennung hatte als Partner der BSH die Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) gestellt. Volkmar Hasse, Klimaexperte bei der GTZ, ist überzeugt: „Letztendlich profitiert das globale Klima sowohl durch die Reduktion von indirekten CO₂-Emissionen als auch durch die Rückgewinnung klimaschädlicher Kältemittel aus alten Kühlschränken.“



Volkmar Hasse,
Programmierer GTZ-Proklima
International

» Dieses Modellprojekt ist seiner Zeit voraus. Doch die Entwicklung verläuft rasant und muss intensiv verfolgt werden, um Chancen wahrzunehmen und den Anschluss nicht zu verlieren. Andere Länder haben ähnliche Probleme mit der ordnungsgemäßen Rücknahme von Altgeräten und Potenziale, die Energieeffizienz zu verbessern. Es ist zu prüfen, welche Aktivitäten sich übertragen lassen.«

Für die Mitarbeiter bieten wir weltweit beste Arbeitsbedingungen und für den Nachwuchs attraktive Entwicklungsmöglichkeiten.

In den Kategorien Vergütung und Work-Life-Balance gab es für die BSH beim Arbeitgeber-Ranking 2009 des Magazins „Karriere“ die volle Punktzahl. Unter 105 Teilnehmern erzielte die BSH den zwölften Platz, was unseren Ruf als Top-Arbeitgeber bestätigt. Dies hilft uns insbesondere in Deutschland, qualifizierte Nachwuchskräfte zu gewinnen.

Zufriedenheit der Mitarbeiter

Erstmals im Jahr 2007 hatte die BSH deutschlandweit eine Mitarbeiterbefragung durchgeführt. Beachtliches Ergebnis: Am meisten von den Mitarbeitern geschätzt wurde das Engagement der BSH für Umwelt und Gesellschaft. Und: Die Mitarbeiter möchten gerne mehr bewegen! Die BSH stieß daraufhin verschiedene Maßnahmen an, wie das Feedback für Führungskräfte oder Workshops zur Teamentwicklung. Nun wird die Mitarbeiterbefragung sukzessive auf weitere Länder ausgedehnt: 2008 fand eine Befragung in Polen und in der Türkei statt, wo die Beteiligung mit 78 Prozent beziehungsweise 81 Prozent erfreulich hoch ausfiel. Dass die Fluktuationsquote der BSH in Deutschland im Jahr 2008 bei 3,3 gegenüber 4,7 Prozent in 2007 lag, bestätigt die Attraktivität der BSH als Arbeitgeber.

Aus- und Weiterbildung als Pluspunkt

Die BSH setzt weltweit auf eine exzellente Qualifizierung des Nachwuchses und bildet seit vielen Jahren in Deutschland über den eigenen Bedarf aus. Ein großer Pool an Auszubildenden ermöglicht uns gleichzeitig, die besten für eine BSH-Karriere auszusuchen. Eine solche bieten wir auch im technischen Bereich an: Um attraktive Entwicklungsperspektiven aufzeigen zu können, haben wir einen Karrierepfad für Projektleiter konzipiert und mit dem Pilotprojekt „PROFI“ im Produktbereich Wäschepflege erfolgreich eingeführt. Als innovatives Element der kaufmännischen Ausbildung wurde Anfang 2007 in der Münchner Hauptverwaltung die BSH JuniorFirma ins Leben gerufen. Mit diesem bewährten Konzept gewinnen Auszubildende und Studenten der Berufsakademie bei der BSH seither erste Erfahrungen im eigenverantwortlichen unternehmerischen Handeln.

Konsequente Personalentwicklung

Die Potenziale unserer Nachwuchskräfte fördern wir weltweit mit unserem Junior Executive Pool (JEP) und unserem International Executive Pool (IEP). Im Jahr 2008 zählte der JEP 525 BSH-Nachwuchskräfte, die Hälfte davon stammte aus internationalen BSH-Gesellschaften. Der Nachwuchs für internationale Managementfunktionen ist im IEP zusammengefasst, wo der Anteil der Frauen 2008 bei 17 Prozent lag. Um die



Den Nachwuchs zu fördern und besonders auch für Mädchen und Frauen interessante Berufsbilder und Karrierepfade aufzuzeigen, hat sich die BSH zur Aufgabe gemacht.



Entwicklung aller Mitarbeiter gezielt zu fördern, hat die BSH ein Modell entwickelt, das jene Kompetenzen in den Vordergrund stellt, die für die BSH besonders erfolgsrelevant sind. Damit die Umsetzung dieses Kompetenzmodells in den Schulungen und Trainings vor Ort gewährleistet ist, wurde weltweit an jedem Standort ein Multiplikator benannt und intensiv geschult.

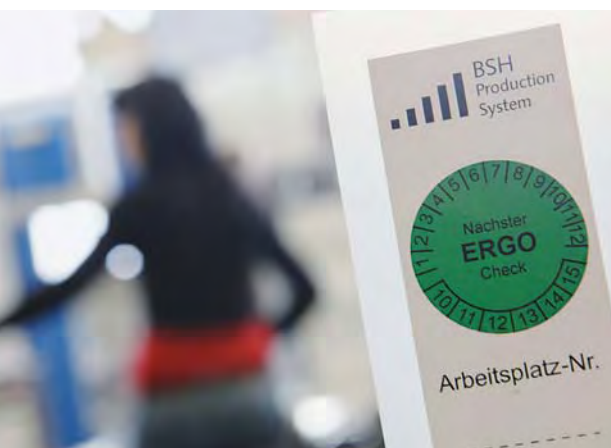
Vielfältige Weiterbildungsmöglichkeiten für Fach- und Führungskräfte bieten die BSH Academy, unsere unternehmenseigene Weiterbildungsorganisation, und unsere internetbasierte Lernplattform in den Sprachversionen Deutsch und Englisch an. Spezialtrainings zum Thema Compliance gibt es auch in Chinesisch, Spanisch und Türkisch. Auch für Positionen im Top-Management gibt es ein eigenes Programm: Das 2007 initiierte „Senior Executive Program“ wurde im vergangenen Jahr für ausgewählte Mitglieder des oberen Führungskreises erfolgreich umgesetzt.

Vielfalt als Wettbewerbsvorteil

Auf den Nutzen kultureller Vielfalt hat die BSH als internationales Unternehmen schon bei vielen Entwicklungsprojekten gesetzt und gemischte Teams gebildet, die verschiedene Erfahrungen und Sichtweisen integrieren. Beispielsweise bei der Entwicklung des „Euro-Waschers“ 1998, der europaweit bis 2007 verkauft wurde. Inzwischen wurde Vielfalt als ein zentraler Grundsatz im Human-Resources-Leitbild der BSH festgeschrieben und der Austausch von Know-how in der BSH-Welt mit der erklärten Unterstützung der Geschäftsführung deutlich verstärkt. Für interkulturell besetzte Projektteams bietet die BSH Academy zudem ein spezielles Training für den erfolgreichen Einstieg in die gemeinsame Arbeit an.

Derzeit sind 216 deutsche Mitarbeiter im Ausland (Expatriates) sowie 65 Mitarbeiter verschiedener Nationen in BSH-Gesellschaften jeweils anderer Länder beschäftigt (Inbounds und Cross Countries). Unsere Business Conduct Guidelines betonen gegenseitigen Respekt, Ehrlichkeit und Integrität als Grundlage der Zusammenarbeit in der BSH. Das heißt, dass wir die persönliche Würde, die Privatsphäre und die Persönlichkeitsrechte jedes Einzelnen respektieren, mit Mitarbeitern und Geschäftspartnern unterschiedlicher Nationalität, ethnischer Herkunft, Hautfarbe, Kultur, Religion und Weltanschauung zusammenarbeiten und keine Diskriminierung dulden.





Modellhaft erprobt wurde der Ergo-Check für Standorte zunächst in der Fabrik Traunreut. Nach erfolgreicher Umsetzung wird er nun auch in anderen BSH-Fabriken eingeführt.

Chancengleichheit als Prinzip

Frauen und Männern gleiche Möglichkeiten zu bieten, ist für die BSH selbstverständlich. Weltweit achten wir darauf, dass Frauen für gleiche Arbeit den gleichen Lohn wie Männer erhalten. Wir bieten Frauen attraktive Karrierepfade an. Wir nehmen regelmäßig am bundesweiten Girls' Day teil, um Mädchen für eine Ausbildung bei der BSH zu gewinnen. 18 Prozent unserer Auszubildenden sind weiblich. Mit flexiblen Arbeitszeiten, Teilzeitmodellen und Elternzeit an den meisten unserer Standorte bieten wir gute Voraussetzungen, Beruf und Familie besser miteinander zu vereinbaren – Argumente, die bei unserem intensiven Hochschulmarketing auch gegenüber männlichen Bewerbern immer wichtiger werden.

Initiative „Wir gestalten unsere Zukunft“

Um die Auswirkungen des demografischen Wandels zu beherrschen, müssen vor allem die deutschen und die europäischen BSH-Standorte auf die anstehenden Herausforderungen vorbereitet werden. Eine eigens dafür eingesetzte Arbeitsgruppe untersuchte Möglichkeiten in drei übergreifenden Handlungsfeldern: „Gesundheit und Arbeitsplatzgestaltung“, „Qualifizierung und Wissenstransfer“ sowie „Kommunikation zu individueller und betrieblicher Altersvorsorge“. Mehr als 20 konkrete Maßnahmen konnte sie bisher erarbeiten: vom „Ergo-Check“, der die ergonomische Gestaltung der Arbeitsplätze gewährleistet, bis zum integrierten BSH-weiten Gesundheitsmanagement.

Achtung von Arbeitnehmerrechten

Grundlage für die Zusammenarbeit aller BSH-Beschäftigten sind unsere weltweit gültigen Business Conduct Guidelines. Bereits 1996 wurde das European Committee der BSH gegründet, in dem sich einmal jährlich die Arbeitnehmervertreter europäischer Standorte treffen, um ihre Meinungen zu strukturellen Entscheidungen genauso wie zu Mitarbeiterthemen länderübergreifend zu bündeln und in den Dialog mit der BSH-Geschäftsführung einzubringen. Leiharbeiter fordert die BSH nur von Unternehmen an, die ihre Mitarbeiter nach einem geltenden Tarifvertrag beschäftigen.

Sensibilisierung für Verantwortung

Im Jahr 2007 haben wir unseren intern ausgelobten BSH Best Practice Award um eine neue Kategorie ergänzt: Engagement im Bereich Mitarbeiter, Umwelt und Gesellschaft. Dieser Special Award zeichnet alle drei Jahre unternehmensweit Mitarbeiterprojekte aus, die unsere ökologische und gesellschaftliche Verantwortung in konkretes Handeln umsetzen und sichtbar machen – und damit den guten Ruf der BSH weltweit stärken. Für den ersten Special Award, der 2008 verliehen wurde, gingen Bewerbungen aus 13 Standorten ein. Sieger wurde das Umweltteam der BSH Brasilien in Hortolândia mit einem ambitionierten Konzept für Nachhaltigkeitsmanagement.

Unsere weltweit gültigen Führungsgrundsätze



Eine klare Führung spiegelt sich in motivierten Mitarbeitern wider. Gemeinsame Grundsätze helfen, dies auch weltweit konsequent zu leben.

Unterstützung für die tägliche Arbeit

Unsere BSH-Führungsgrundsätze wurden in einem mehrstufigen Vorgehen erarbeitet. Denn die Grundsätze sollten kein abgehobenes Konzept sein, sondern die Kultur der BSH ausdrücken und weiterentwickeln. Und natürlich sollten sie so abgefasst sein, dass jede Führungskraft damit eine Unterstützung für die tägliche Arbeit erhält.

Kommunikationskonzept zur Umsetzung

Inzwischen sind die Führungsgrundsätze in Deutsch und Englisch veröffentlicht und prägen an allen BSH-Standorten den Umgang mit den Mitarbeitern. Die Führungskräfte werden dabei durch ein weltweites Kommunikationskonzept unterstützt. Dazu zählen intensive Workshops, in denen die Führungskräfte mit ihren Kollegen diskutieren, wie sie die Grundsätze in ihrer täglichen Arbeit umsetzen. Für Malgorzata Jardzioch, Leiterin der Trocknerfabrik Łódź, wo im Dezember 2008 ein Training stattfand, heißt dies: „Vorbild zu sein und die Mitarbeiter sowie mich selbst immer wieder zu motivieren.“ Da die Grundsätze künftig fester Bestandteil der Qualifizierungsmaßnahmen für alle BSH-Führungskräfte sein sollen, werden die Führungskrafttrainings der BSH Academy derzeit grundlegend überarbeitet.

Die Führungsgrundsätze der BSH

1. Die BSH bekennt sich zu ihrer gesellschaftlichen Verantwortung und gesetzestreuem Verhalten.
2. Unsere Führungskräfte vereinbaren mit ihren Mitarbeitern konkrete und herausfordernde Ziele, die aus den Strategien und Zielen des Unternehmens abgeleitet sind.
3. Alle Führungskräfte stehen in einer besonderen Verantwortung, die am besten geeigneten Mitarbeiter für unser Unternehmen zu gewinnen, sie zu binden und zu fördern.
4. Unsere Führungskräfte leben eine Führungskultur, die von Wertschätzung und Respekt geprägt ist. Sie führen den Dialog mit ihren Mitarbeitern regelmäßig und aktiv und geben notwendige Informationen rechtzeitig weiter.
5. Nur wer sich selbst führen kann, kann andere glaubwürdig führen.



Malgorzata Jardzioch,
Leiterin der Trocknerfabrik Łódź,
Polen

» Eine große Herausforderung ist es, sich als Führungskraft auf verschiedene Menschen einzustellen und auch in Fremdsprachen wie Englisch und Deutsch fehlerfrei zu kommunizieren, um Missverständnisse zu vermeiden. Die Führungsgrundsätze helfen bei der Kommunikation, indem sie Regeln strukturieren und klare Statements bieten.«

Für die Umwelt setzen wir entlang der gesamten Wertschöpfungskette durchgängig auf anspruchsvolle Standards.

Bei der Geräteentwicklung bezieht die BSH seit vielen Jahren sämtliche mit dem Produktlebensweg verbundenen Umweltaspekte ein und hat für Analyse und Planung eigene Instrumente geschaffen. Mit der Erfassung des eigenen „Carbon Footprint“ ist die BSH erneut Vorreiter in der Branche (siehe Seite 28).

Umweltorientierte Produktentwicklung

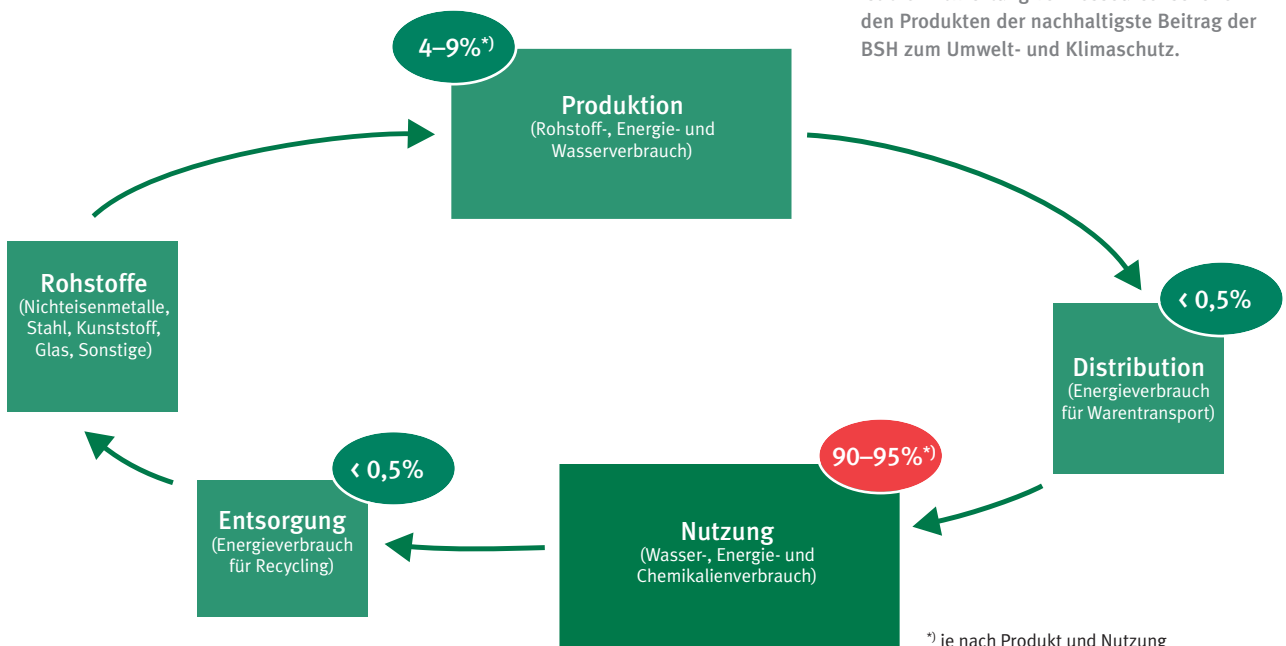
Ökobilanzen ausgewählter Produkte und Materialien brachten früh die Gewissheit, dass die Nutzungsphase der Geräte entscheidend ist: An den gesamten Umweltbelastungen, die im Laufe eines Produktlebens entstehen, hat sie einen Anteil von über 90 Prozent. Damit die Forscher und Entwickler der BSH bei neuen Projekten die Umweltziele sowie die recyclingfreundliche Gestaltung im Blick behalten, etablierten wir mit der Produkt-Umwelt-Betrachtung (PUB) bereits in den 1990er Jahren ein geeignetes Steuerungsinstrument – und erhielten vom Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. (BDI) 1998 dafür einen Umweltpreis.



Nachhaltigkeit in der Produktion

In der Produktion gehen Anliegen des Umweltschutzes und der Arbeitssicherheit häufig Hand in Hand. Die BSH hat die Aufgaben deshalb konsequent gebündelt. Die Zentralabteilung für Umweltschutz und

Auf die Nutzungsphase eines Hausgerätes entfallen 90 Prozent der Umweltbelastungen, die im Produktlebensweg entstehen. Deshalb ist die Entwicklung von ressourcenschonenden Produkten der nachhaltigste Beitrag der BSH zum Umwelt- und Klimaschutz.



Arbeitssicherheit erstellt verbindliche Konzernrichtlinien und überwacht deren Erfüllung durch interne Audits. Über die Ergebnisse und den Umweltschutz informiert sie regelmäßig die Geschäftsführung. An allen BSH-Standorten sind Fachkräfte für Arbeitsschutz sowie Umweltschutzbeauftragte benannt, die an die Fachabteilung berichten. Dank konzernweit einheitlicher Standards für Planung und Bau der Produktionsstätten können wir seit vielen Jahren weltweit auf umweltverträgliche sowie ergonomisch und sicher gestaltete Fertigungsprozesse verweisen. Diese reichen von material- und energieeffizienten Produktionsverfahren über Kaskadenspülung zur Wassereinsparung bis hin zum Einsatz lösemittelfreier Lacke. Beim Arbeitsschutz, der weit stärker vom individuellen Verhalten der Mitarbeiter abhängt, ließen sich in den vergangenen Jahren entscheidende Verbesserungen durch Schulungen, bewusstseinsbildende Maßnahmen und ein einheitliches Management erzielen. Heute hat der Arbeitsschutz bei der BSH in Europa, China, Brasilien oder in den USA ein vergleichbar hohes Niveau.

Umweltschutz bei Logistik und Kundendienst

Rund 13 Prozent der CO₂-Emissionen aus BSH-Tätigkeiten entfallen auf die Logistik und den Kundendienst. Ziel ist es deshalb, die Waren- auslieferung ständig zu optimieren durch emissionsarme Fahrzeuge, Bündelung von Transporten, effiziente Frachtraumausnutzung oder die Wahl des geeignetsten Verkehrsmittels (siehe Seite 27). Schwieriger ist die Reduzierung der verkehrsbedingten CO₂-Emissionen im Kundendienst. Zwar sorgt eine Routenplanung für die Optimierung der Fahrten, und beim Einkauf der Fahrzeuge wird auf benzinsparende Modelle geachtet. Dennoch steht hier der zufriedene Kunde im Zentrum, dem rasch und flexibel zu helfen ist. Dass die Reparaturquote der BSH-Geräte die niedrigste der Branche ist, wie das Servicebarometer 2007 der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) ergab, ist deshalb auch für die Umwelt ein Vorteil.

Umweltverträgliche Entsorgung

Die BSH verzichtet bereits seit Anfang der 1990er Jahre in Europa auf den Einsatz ozonschichtschädigender Gase in der Produktion von Kühlgeräten. Aufgrund der langen Gebrauchsdauer der Geräte kommen bis heute noch FCKW-haltige Kühl- und Gefriergeräte aus den Haushalten zur Entsorgung zurück. Unsere Vertragspartner in Deutschland müssen die hohen Qualitätsstandards des Entsorgungsfachbetriebs für das Recycling erfüllen. Die BSH setzt darüber hinaus unabhängige Gutachter ein, um die Entsorgungsqualität durch regelmäßige Auditierungen jederzeit sicherzustellen. Hierfür hat die BSH ein eigenes Qualitätssicherungssystem entwickelt und zertifizieren lassen.

Um die umweltgerechte Entsorgung auch europaweit zu gewährleisten, hat die BSH 2007 und 2008 freiwillige Industriestandards für Sammlung, Transport, Lagerung, Handhabung und Aufbereitung von Kühl- und Gefriergeräten mit den betroffenen europäischen Verbänden erarbeitet. Die BSH ist europaweit Mitglied in über 20 nationalen Rücknahmesystemen und setzt sich in diesen Organisationen dafür ein, dass die freiwilligen Industriestandards bei der Beauftragung von Entsorgern verbindlicher Vertragsbestandteil werden.



Die Mitarbeiter im Blick hat die BSH bei allen Maßnahmen zum Umweltschutz und zur Arbeitssicherheit. Denn nur, wenn alle Beschäftigten für diese Anliegen sensibilisiert sind und täglich darauf achten, kann sich ein Unternehmen kontinuierlich verbessern.

Energieeffizienz für mehr Klimaschutz



Mit energieeffizienten Hausgeräten leistet die BSH einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz und schafft nachhaltigen Nutzen für Verbraucher und Gesellschaft. Studien unabhängiger Institute zeigen, dass unsere Produkte einen maßgeblichen Beitrag zur Reduzierung des Energieverbrauchs und der globalen Erwärmung leisten.

Das gilt aber nur dann, wenn die neuen hocheffizienten Geräte auch zum Einsatz kommen. Doch trotz aller Bemühungen, verfügbare CO₂-Reduktionspotenziale rasch zu heben, stehen beispielsweise in europäischen Haushalten immer noch rund 188 Millionen Hausgeräte, die älter als zehn Jahre sind. Bei Kühlgeräten heißt dies, dass sie bis zu fünfmal so viel Energie verbrauchen wie ein vergleichbares neues Gerät – und zwar rund um die Uhr. Gegenüber 1990 konnte die BSH den Stromverbrauch ihrer Kältegeräte um bis zu 80 Prozent reduzieren (siehe Seite 25). Würden europaweit alle Altgeräte durch neue hocheffiziente Modelle ersetzt, ließen sich jährlich rund 22 Millionen Tonnen CO₂ einsparen. Das sind etwa sechs Prozent der im Kyoto-Protokoll durch die Europäische Union zugesagten Reduzierung.

Time to go für Altgeräte

Unter dem Motto „Time to go“ setzte sich die BSH deshalb gemeinsam mit anderen Hausgeräteherstellern im europäischen Branchenverband CECED dafür ein, den Austausch von Altgeräten durch Anreize für die Konsumenten zu beschleunigen. Dieser Ansatz wird auch von Umwelt- und Verbraucherverbänden unterstützt. Mögliche Maßnahmen reichen von der Subventionierung des Neukaufs eines hocheffizienten Geräts über kostenlose Stromlieferungen der Energieversorger bis zu Steuernachlässen für die Hersteller, die sich an der verkauften Menge besonders stromsparender Geräte ausrichten.

Neue Energieeffizienzklassen

Seit 1995 bietet in der EU das Energielabel eine verlässliche Orientierung für die Verbraucher. Die technischen Fortschritte bei der Senkung der Energieverbräuche haben allerdings dazu geführt, dass immer mehr Produkte die besten Label-Klassen erreichten. Dies ist zwar insgesamt ein erfreulicher Trend, die mangelnde Differenzierung führt jedoch letztlich zu einer Verunsicherung der Verbraucher. Um wieder eine verlässliche Klassifizierung zu haben und die Kunden transparent zu informieren, setzt sich BSH-Chef Dr. Kurt-Ludwig Gutberlet im Rahmen seiner CECED-Präsidentschaft für eine Neujustierung des europäischen Energielabels ein.



Energieeffizienz ist heute schon ein Verkaufsargument. Die BSH setzt sich deshalb für eine transparente Information der Konsumenten ein.



Auch wenn heute die Ausgestaltung eines revidierten Labels noch nicht final entschieden ist, sehen wir in einer möglichst objektiven Verbraucherinformation den zentralen Schlüssel für die weite Verbreitung besonders energieeffizienter Geräte und werden den Prozess der Ausgestaltung in den europäischen Gremien weiter aktiv begleiten.

Energy Excellence Initiative

Obwohl wir uns seit vielen Jahren mit dem Thema Energieeffizienz beschäftigen, hat die BSH Mitte 2008 noch einmal eine konzertierte Aktion unter dem Titel „Energy Excellence Initiative“ gestartet. Ziel dabei ist, Energieeffizienz international in allen Tochtergesellschaften zu einem maßgeblichen Handlungsprinzip zu machen und die BSH als führenden Anbieter energieeffizienter Produkte weltweit zu positionieren. Dabei richten wir unser Augenmerk nicht nur auf marktbezogene Aktivitäten, sondern unterstützen beispielsweise in China auch die Behörden aktiv dabei, ein Energielabel nach europäischem Vorbild zu konzipieren und einzuführen und damit eine transparente Information der Verbraucher aufzubauen. Die BSH Energy Excellence Initiative, die Dr. Peter Böhm zentral steuert, wird in jedem Land von einem sogenannten „Energy Champion“ unterstützt, der die lokalen Aktivitäten in Marketing und Vertrieb bündelt.

Mittlerweile haben die BSH-Marken das Thema Energieeffizienz weltweit zu einem zentralen Argument in der Produktvermarktung gemacht. In den USA erhielt Bosch für die engagierte Vermarktung der energieeffizienten Geräte zweimal in Folge den „Excellence in Energy Star Promotion Award“. In diesem Jahr wurde Bosch vom Department of Energy und der US-amerikanischen Umweltbehörde EPA als „Energy Star Partner of the Year“ ausgezeichnet, da das gesamte Bosch-Sortiment den strengen Anforderungen des „Energy Star“ entspricht.

Kooperation mit Stakeholdern

Um die Bedeutung der Energieeffizienz breit in der Gesellschaft zu verankern, kooperiert die BSH eng mit ihren Stakeholdern. So sind wir beispielsweise Gründungsmitglied der Initiative „Hausgeräte +“, in der die führenden deutschen Hausgerätehersteller seit drei Jahren gemeinsam mit Energieversorgungsunternehmen verschiedene Aktivitäten zur Verbraucherinformation entwickeln. Zusätzlich zu den Energieberatungsangeboten auf den Internetseiten unserer Marken unterstützen wir auch wichtige unabhängige Energieberatungsportale mit Informationen und Produktdaten.

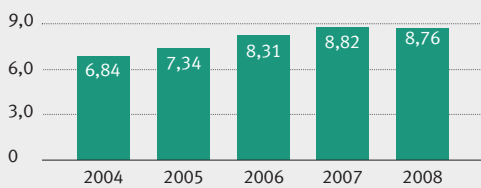


Dr. Peter Böhm, Leiter der BSH Energy Excellence Initiative

» Die größte Herausforderung besteht darin, die Kunden am Point of Sale zu überzeugen. Deshalb können wir mit unseren energieeffizienten Geräten nur erfolgreich sein, wenn die Verkäufer im Handel die Bedeutung des Themas Energieeffizienz wirklich verstanden haben. Mit einem umfassenden Trainingsangebot unterstützen die BSH-Marken deshalb die Aktivitäten ihrer Handelspartner zur Mitarbeiterqualifizierung.«

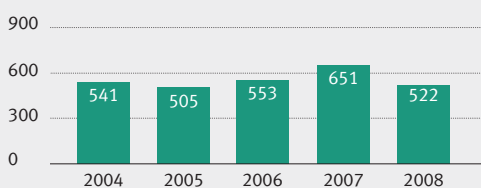
Umsatzentwicklung

In Mrd. EUR



EBIT

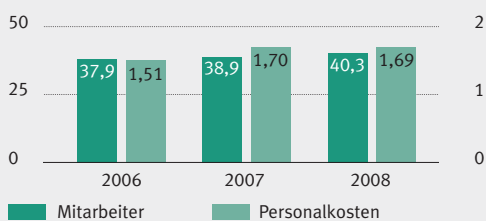
In Mio. EUR



Mitarbeiter und Personalkosten

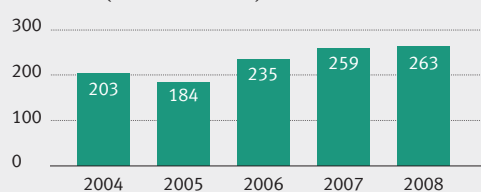
Mitarbeiter in Tsd.

Personalkosten in Mrd. EUR



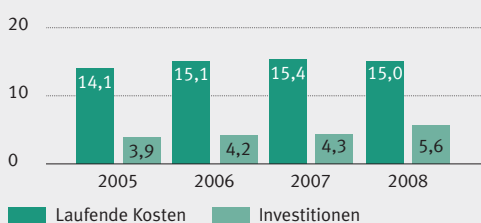
Aufwand in Forschung und Entwicklung

In Mio. EUR (ohne Investitionen)



Umweltschutzkosten

In Mio. EUR



Umsatzentwicklung

Der Konzernumsatz der BSH betrug im Berichtsjahr 8,758 Mrd. Euro und lag somit 0,7 Prozent unter dem Vorjahresniveau. In Deutschland erzielte der Konzern mit 1,765 Mrd. EUR eine Umsatzsteigerung von 2,9 Prozent. Infolgedessen reduzierte sich der Auslandsanteil des Konzernumsatzes auf 79,9 Prozent (Vorjahr: 80,5 Prozent).

Ergebnis, Steuern und Subventionen

2008 betrug das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) 522 Mio. Euro. Das entspricht sechs Prozent des Umsatzes. Konzernweit lag die Steuerquote 2008 bei 39 Prozent. Von den insgesamt 199 Mio. Euro Ertragssteueraufwand im Konzern entfallen rund 38 Prozent auf Europa. Im Ausland entfallen 7,5 Prozent auf Großbritannien, 8,5 Prozent auf Osteuropa und fünf Prozent auf Asien. Für Investitionen haben wir im Berichtszeitraum weltweit knapp 200.000 Euro an staatlichen Subventionen in Anspruch genommen.

Mitarbeiter und Personalkosten

Zum Stichtag 31.12.2008 beschäftigte der Konzern weltweit 40.286 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (in Deutschland 14.196, im Ausland 26.090) einschließlich Auszubildender. Das sind rund 3,4 Prozent mehr als Ende Dezember 2007. Der Zuwachs entfiel im Wesentlichen auf die Gesellschaften in China (rund 1.200 Mitarbeiter), Slowenien, den Niederlanden und Russland. In Spanien, den USA und der Slowakei wurden Personalanpassungen vorgenommen. In Deutschland sind 35 Prozent der Mitarbeiter tätig, 28 Prozent in Westeuropa (ohne Deutschland, inkl. Türkei), 18 Prozent in Asien, fünf Prozent in Lateinamerika, vier Prozent in Nordamerika sowie zehn Prozent in Osteuropa. Der Personalaufwand belief sich insgesamt auf 1,692 Mrd. Euro.

Aufwand in Forschung und Entwicklung

Im Jahr 2008 wendete der Konzern 263 Mio. Euro für Forschung und Entwicklung auf. Das entspricht drei Prozent des Umsatzes (Vorjahr: 2,9 Prozent). Damit ist die BSH im internationalen Wettbewerb gut aufgestellt. 2008 waren im Bereich Forschung und Entwicklung 2.240 Mitarbeiter beschäftigt, davon 1.198 Mitarbeiter in Deutschland.

Umweltschutzkosten

Die BSH erfasst ihre Umweltkosten und -investitionen konzernweit. Die laufenden Ausgaben für den betrieblichen Umweltschutz (Betriebsaufwand, Kapital- und Personalkosten sowie Gebühren) betragen im Jahr 2008 konzernweit 15,0 Millionen Euro. Schwerpunkte waren die Kosten für Abfallwirtschaft (61 Prozent) und für Boden- und Gewässerschutz (30 Prozent), während sich die Kosten für Luftreinhaltung, Klimaschutz und Lärmschutz auf neun Prozent beliefen. 92 Prozent der Umweltkosten der BSH fielen in den europäischen Fabriken an, davon 80 Prozent in Deutschland. Die Umweltschutzinvestitionen beliefen sich in 2008 auf insgesamt 5,6 Millionen Euro. 81 Prozent der Investitionen wurden an europäischen Standorten getätigt, davon 21 Prozent in Deutschland.

Energieeffizienz der Produkte

Unsere Hausgeräte sind in den letzten Jahren immer sparsamer geworden. Der Vergleich der pro Produktkategorie erhobenen marktdurchschnittlichen Energieverbrauchswerte des Jahres 1990 mit den jeweiligen aktuellen Werten unserer energieeffizientesten Geräte spricht für sich. Seit November 2008 ist zudem die neue Geschirrspüler-Generation mit Zeolith-Technologie auf dem Markt, die für 13 Maßgedecke (definierte Vergleichseinheit der Beladung) nur noch 0,83 Kilowattstunden (kWh) pro Spülgang braucht. Unsere energieeffizientesten Waschmaschinen benötigen bei voller Beladung nur noch 0,15 kWh Energie pro Kilogramm (kg) Buntwäsche bei einer Waschtemperatur von 60° Celsius.

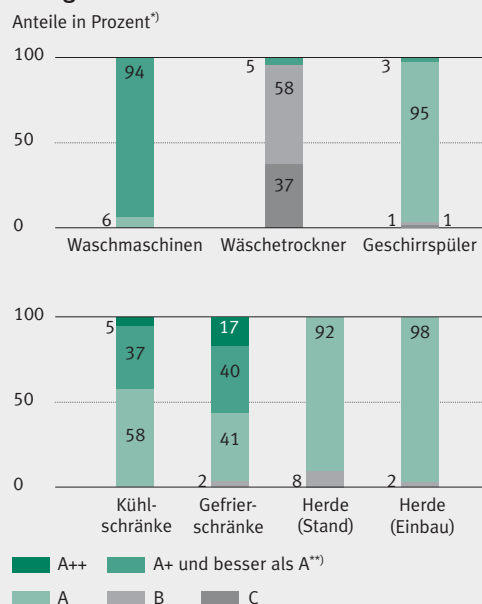
Europaweit informieren sogenannte Energielabel über den Energieverbrauch von Elektrogeräten. Die Geräte sind Effizienzklassen zugeordnet, die von A (niedriger Verbrauch) bis G (hoher Verbrauch) reichen. Um sehr energiesparende Produkte besonders auszuzeichnen, führte die Europäische Union 2004 bei Kältegeräten die neuen Energieeffizienzklassen A+ und A++ ein. Sie kennzeichnen Kühl- und Gefriergeräte, die im Durchschnitt rund 25 beziehungsweise 45 Prozent weniger Energie benötigen als Geräte der Klasse A. Im März 2009 hat die EU-Kommission vorgeschlagen, das bestehende Energielabel künftig auch für andere Geräte zu modifizieren und verbraucherfreundlicher zu gestalten. Geräte, die die Anforderungen der Effizienzklasse A deutlich überschreiten, können – so der Vorschlag – ab 2010 mit den neuen Energieklassen „A minus 20 Prozent“, „A minus 40 Prozent“ und „A minus 60 Prozent“ gekennzeichnet werden. Ab 2011 wäre die neue Kennzeichnung verpflichtend.

Von den im Jahr 2008 von der BSH in Europa produzierten Kältegeräten gehörten 42 Prozent (Vorjahr: 30 Prozent) der Kühlschränke und Kühl-Gefrier-Kombinationen sowie 57 Prozent (Vorjahr: 47 Prozent) der Gefrierschränke den Energieeffizienzklassen A+ und A++ an. Auch bei den Elektroherden hat sich der Anteil energiesparender Geräte nochmals gesteigert und beträgt nun 98 Prozent bei Einbau- und 92 Prozent bei Standherden (Vorjahr: beide 91 Prozent). 98 Prozent der 2008 in Europa produzierten Geschirrspüler konnten als A-Geräte auf den Markt gebracht werden, wobei die Geschirrspüler der neuen Gerätegeneration bereits einen Anteil von drei Prozent erreichten. Diese liegen um bis zu 20 Prozent über den Werten der Kategorie A. Bei den Waschmaschinen erfüllen 100 Prozent die Anforderungen der Kategorie A, 94 Prozent davon liegen um bis zu 20 Prozent darüber. Über die Hälfte der Wäschetrockner trägt das Energielabel B, der neue A-Label-Wärmepumpentrockner hat bereits einen Anteil von fünf Prozent. Die Angaben dieses Abschnitts beziehen sich auf die Produktionszahlen der europäischen BSH-Fabriken (inkl. Türkei und Russland).

Reduktion des Wasserverbrauchs

Die kontinuierliche Weiterentwicklung der Geschirrspüler und Waschmaschinen hat den Wasserverbrauch unserer Geräte gegenüber 1990 um mehr als die Hälfte reduziert. Unsere sparsamsten Geschirrspüler benötigen nur noch 0,71 Liter Wasser pro Maßgedeck, das entspricht einem Verbrauch von neun bis zehn Litern Wasser pro Spülgang je nach Beladung und Verschmutzungsgrad. Die effizientesten Waschmaschinen verbrauchen mit einer Beladung von bis zu acht Kilogramm (kg) nur noch sieben Liter Wasser pro kg Wäsche.

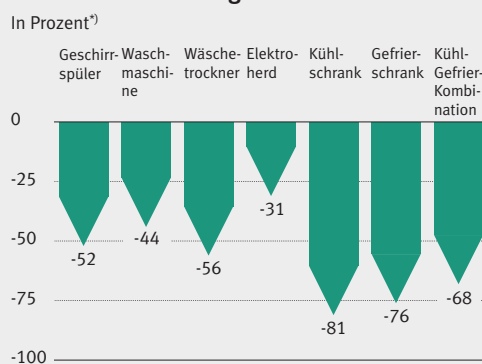
Energieeffizienzklassen 2008



¹⁾ Maßgebend für die Prozentangaben zu den einzelnen Energieeffizienzklassen sind die Produktionszahlen der europäischen BSH-Fabriken (inkl. Türkei und Russland) im Jahr 2008.

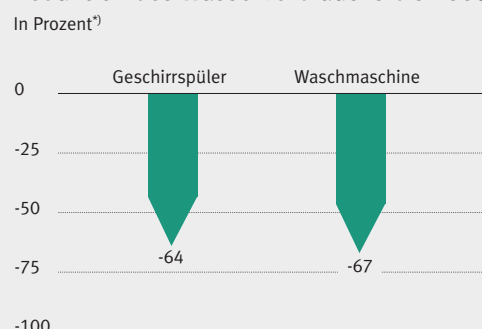
²⁾ Hier erfassen wir Kältegeräte der Kategorie A+ sowie andere Hausgeräte, die die Vorgaben an die Klasse A um mindestens 10% übertreffen.

Reduktion des Energieverbrauchs bis 2008



¹⁾ Vergleich der marktdurchschnittlichen Energieverbrauchswerte pro Produktkategorie im Jahr 1990 mit dem Energieverbrauch unserer energieeffizientesten Geräte im Jahr 2008 (Wäschetrockner: Vergleich mit 1994).

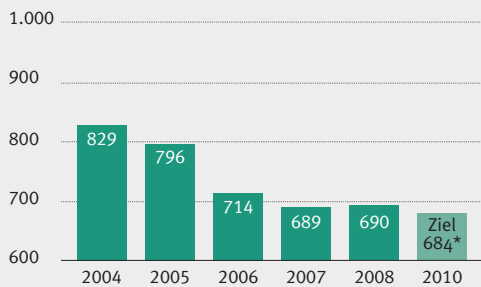
Reduktion des Wasserverbrauchs bis 2008



¹⁾ Vergleich der marktdurchschnittlichen Wasserverbrauchswerte pro Produktkategorie im Jahr 1990 mit dem Wasserverbrauch unserer sparsamsten Geräte im Jahr 2008.

Energieeinsatz

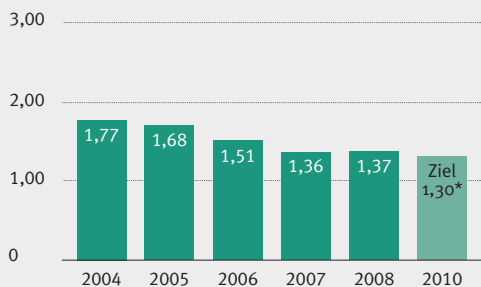
Je Tonne Produkt in kWh



*) Senkung des spezifischen Energieverbrauchs um jährlich drei Prozent im Zeitraum 2005 – 2010.

Wassernutzung

Je Tonne Produkt in m³



*) Senkung des spezifischen Wasserverbrauchs um jährlich fünf Prozent im Zeitraum 2005 – 2010.

Abfälle

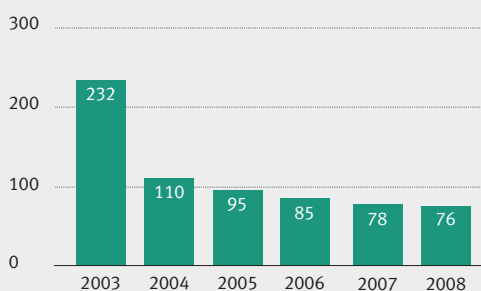
Je Tonne Produkt in kg



*) Senkung des spezifischen Abfallaufkommens um jährlich zwei Prozent im Zeitraum 2005 – 2010.

VOC-Emissionen

In Tonnen



Energieeinsatz

Der Gesamtenergieverbrauch betrug im Berichtsjahr 859 Gigawattstunden (GWh) und lag damit um zwei Prozent unter dem Vorjahreswert von 878 GWh. Der Anteil elektrischer Energie blieb mit 52 Prozent auf dem Vorjahresniveau. Der Anteil an Gas, überwiegend für Heizung und Prozesswärme eingesetzt, ging 2008 um ein Prozent auf 36 Prozent zurück. Elf Prozent des Energiebedarfs werden durch Fernwärme abgedeckt, 24 Prozent davon stammen aus Biomasse (Holz). Da die Tonnage der hergestellten Produkte gegenüber dem Vorjahr um zwei Prozent sank, blieb der spezifische Energieverbrauch mit 690 Kilowattstunden (kWh) pro Tonne Produkt etwa auf dem Niveau von 2007 (689 kWh). Der Zielwert für 2008 von 727 kWh pro Tonne Produkt konnte damit deutlich unterschritten werden.

Wassernutzung

Der absolute Wasserbedarf sank 2008 um zwei Prozent auf 1,711 Millionen Kubikmeter (m³). 56 Prozent des Frischwassers beziehen die Fabriken aus dem öffentlichen Netz (Vorjahr: 59 Prozent), 44 Prozent stammen aus eigener Trinkwasserförderung (Vorjahr: 41 Prozent). Das Abwasser aus Produktionsprozessen – mehr als ein Drittel des gesamten Abwassers der Fabriken – wird einer chemisch-physikalischen Vorbehandlung unterzogen. 42 Prozent des Gesamtabwassers werden gereinigt wieder direkt in oberflächennahe Gewässer eingeleitet, der größere Anteil von 58 Prozent wird kommunalen Kläranlagen zur biologischen Behandlung zugeführt. Der spezifische Wasserverbrauch pro Tonne Produkt stieg gegenüber dem Vorjahr um etwa ein Prozent auf 1,37 m³ pro Tonne Produkt. Der Zielwert für 2008 von 1,44 m³ pro Tonne Produkt konnte damit deutlich unterschritten werden.

Abfälle

Die Abfallmenge im Konzern verringerte sich 2008 gegenüber dem Vorjahr um zwei Prozent auf 112.000 Tonnen. Die getrennte Sammlung von Papier und Kartonagen, Kunststoffen und Folien, Glas, Holz und Metallabfällen ist Standard in allen Fabriken. Inzwischen werden so 92 Prozent der Gesamtabfallmenge wiederverwertet. Der Anteil an gefährlichen Abfällen lag unter zwei Prozent des Gesamtabfallaufkommens. Die spezifische Kennzahl liegt wie im Vorjahr bei 90 kg Abfall pro Tonne Produkt. Der Zielwert von 83 kg pro Tonne Produkt konnte nicht erreicht werden.

Emissionen

Substanzen, die das Klima oder die Ozonschicht schädigen, hat die BSH – soweit sicherheitstechnisch möglich – bereits seit langem aus der Produktion von Kältegeräten verbannt und durch reine Kohlenwasserstoffe ersetzt. Schwefeldioxidemissionen resultieren aus dem Schwefelgehalt fossiler Energieträger und werden angesichts des Einsatzes von schwefelarmem Gas und Heizöl nicht gesondert erfasst. Stickoxidemissionen sind durch Heiztechnik beeinflussbar und infolge optimierter Feuerungsanlagen mit gemessenen 54 Tonnen äußerst gering. Die Freisetzung flüchtiger organischer Stoffe (VOC) ist dank des überwiegenden Einsatzes von Pulverlacken, wässrigen Lacksystemen und vorbeschichteten Blechen stark rückläufig. Der produktionsbedingte Ausstoß von CO₂ an den Standorten wird auf Seite 28 berichtet.

Verkehrsaufkommen und Distributionslogistik

Ziel der BSH-Logistik ist es, die Warentransporte von den Fabriken zu den Kunden möglichst umweltverträglich zu gestalten; das heißt, die Transportwege Schiene, Straße und Wasser optimal zu verknüpfen. 2008 sanken die Transportvolumina bei Lieferungen in die von der Wirtschaftskrise betroffenen Länder deutlich – darunter einige Länder mit hohem Bahnanteil. Deshalb verschoben sich die Transportaufkommen nach Verkehrsmitteln leider zulasten der Bahn in Richtung Straßen-, aber auch Hochseeverkehr. Es ist uns dennoch gelungen, den Lkw-Anteil an den Transporten unter 50 Prozent zu halten. Besonders erfreulich ist die Entwicklung bei Lieferungen aus Polen: In Zusammenarbeit mit der Deutschen Bahn und anderen Anbietern konnte die BSH Mitte 2008 einen Ganzzugverkehr von Polen nach Nauen etablieren. Der Bahnanteil ließ sich für diese Strecke im Vergleich zu den Vorjahren dadurch mehr als verdoppeln.

Um Lärm- und Schadstoffemissionen aus dem Lkw-Transport in Deutschland zu reduzieren, gilt bei der BSH „Euro-Norm II und besser“ seit 2001 als Standard. Im Fuhrpark der BSH-Spediteure erfüllen inzwischen sogar 64 Prozent der insgesamt eingesetzten Laster die nochmals schadstoffreduzierten Euro-Normen IV oder V. Im Güternahverkehr stieg der Anteil an Fahrzeugen mit Euro-Norm III und besser von 91 Prozent im Vorjahr auf 98 Prozent. 67 Prozent (Vorjahr: 22 Prozent) davon entsprechen sogar den Vorschriften der Euro-Normen IV und V. Und im Fernverkehr konnten wir 2008 zu 100 Prozent umweltfreundliche Lkw mit Euro-Norm III oder besser einsetzen, 60 Prozent davon entsprachen den Euro-Normen IV und V.

Frachtraumoptimierung

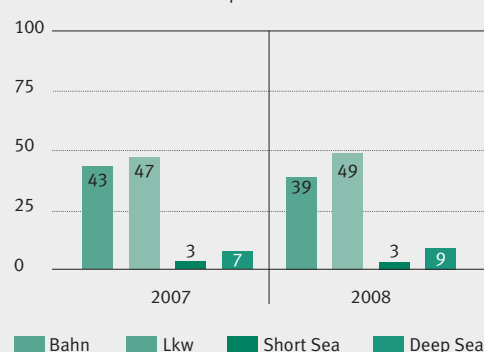
Durch die Steigerung der Frachtraumausnutzung ist es der BSH immer wieder gelungen, die Anzahl der Transporte zu reduzieren. 2008 haben wir die im Vorjahr erprobte 4-breit-Verladung großer Hausgeräte für Transporte nach Deutschland, Spanien, Großbritannien, Niederlande und Frankreich erfolgreich eingeführt. Obwohl dieses gemeinsam mit Spediteuren und Fahrzeugherstellern entwickelte Verladekonzept 2008 nur anteilig zum Tragen kam, konnten 719 Lkw auf diese Weise beladen und so etwa 200 Lkw-Transporte vermieden werden. 2008 wurde außerdem das Konzept „modularer Paletten“ für den Transport von Kleingeräten zur Serienreife entwickelt.

Transportverpackungen

Um Verpackungen und Geräte auf die unterschiedlichen Anforderungen insbesondere bei Langstreckentransporten ausrichten zu können, werden Transportbedingungen wie Rüttelbewegungen oder Ladeprozesse unter realen Verhältnissen aufgezeichnet und im Labor simuliert. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse fließen in das Verpackungskonzept ein. Das Durchschnittsgewicht von Transportverpackungen konnte die BSH 2008 von 2,65 kg im Vorjahr auf 2,21 kg senken. Die Anteile der eingesetzten Materialien blieben weitgehend unverändert. Bei kleinen Hausgeräten stieg das durchschnittliche Gewicht unserer Verkaufsverpackungen aufgrund neuer Materialien auf 655 Gramm (Vorjahr: 613 Gramm).

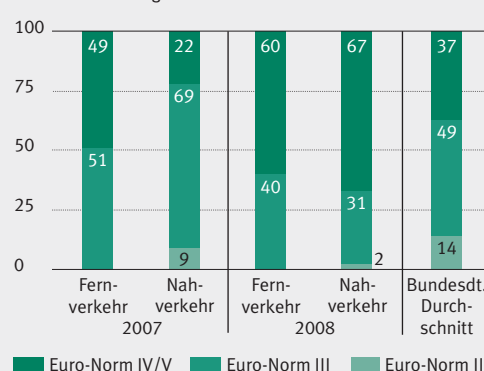
Transportaufkommen Export

In Prozent des Gesamttransportvolumens



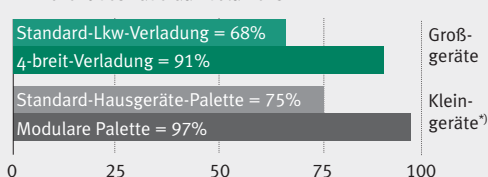
Anteil Euro-Norm II bis V

In Prozent der eingesetzten Lkw



Transportmittelauslastung

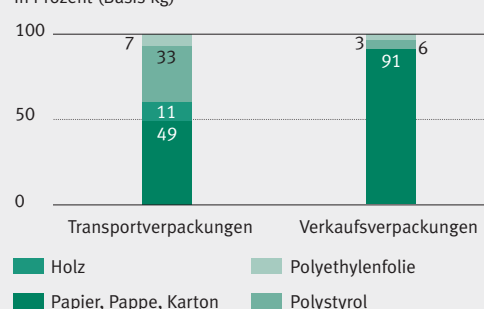
In Prozent des Laderaumvolumens



^{*)} Durch das Aufpacken zusätzlicher Lagen auf die Standard-Hausgeräte-Palette kann die Ladehöhe der Lkw fast vollständig genutzt werden.

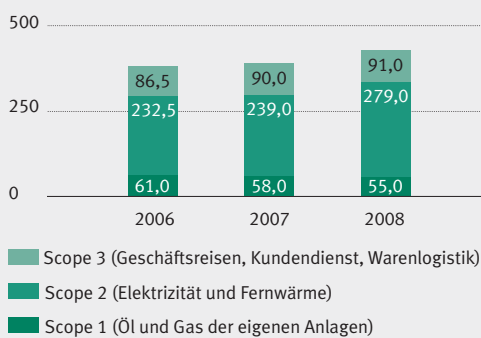
Anteile Verpackungsmaterialien 2008

In Prozent (Basis kg)

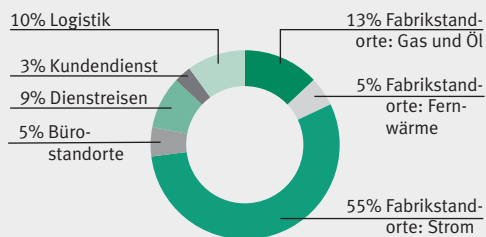


CO₂-Emissionen

In Tsd. Tonnen



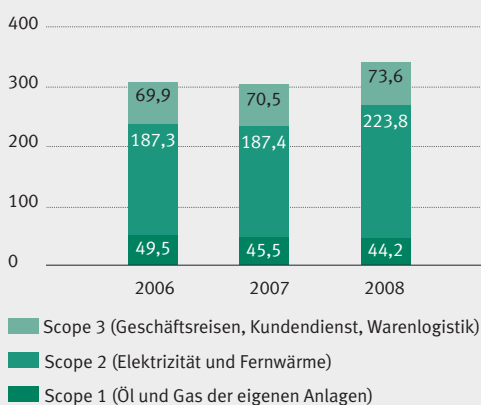
CO₂-Bilanz 2008 (Carbon Footprint)



Die CO₂-Emissionen aus der Stromerzeugung beinhalten nicht die Verluste bei der Energieverteilung. Nicht im Bilanzrahmen enthalten sind die CO₂-Emissionen aus der Herstellung von Gebäuden und Anlagen, der Materialien und Zulieferteile sowie deren Transporte. Die Abfallentsorgung sowie die Rücknahme und Entsorgung von Altgeräten ist ebenso nicht bilanziert.

Spezifische CO₂-Emissionen

In kg je Tonne Produkt



Carbon Footprint

Seit 2006 ermittelt die BSH den „Carbon Footprint“ für die betrieblichen Konzerntätigkeiten nach den Kriterien des Greenhouse Gas Protocol des World Business Council for Sustainable Development/World Resources Institut (WBCSD/WRI). Der Carbon Footprint umfasst sämtliche CO₂-Emissionen eines Unternehmens: die „direkten Emissionen“ aus dem Öl- und Gasverbrauch (sogenannter Scope 1); die „indirekten Emissionen“ aus dem Strom- und Fernwärmeverbrauch der Produktions- und Bürostandorte (Scope 2); die „sonstigen indirekten Emissionen“ aus den Reisetätigkeiten, den Kundendienstaktivitäten und den Warentransporten zu den Kunden (Scope 3).

Der Carbon Footprint 2008 beträgt 425.000 Tonnen CO₂ (Vorjahr: 387.000 Tonnen), das ist ein Zuwachs von zehn Prozent. Dieser Anstieg resultiert aus einer Verbesserung der Datenbasis: Für 2008 wurden die fabrikspezifischen Kohlendioxid-Emissionswerte für Strom und Fernwärme durch direkte Nachfrage beim Energieerzeuger ermittelt, während 2006 und 2007 noch die länderspezifischen Daten der internationalen Energieagentur (IEA) zugrunde gelegt wurden. 65 Prozent der CO₂-Emissionen sind indirekte Emissionen und stammen aus dem Energieverbrauch der Produktions- und Bürostandorte. Rund 13 Prozent resultieren aus den direkten Emissionen der BSH-Fabriken durch Öl- und Gasverbrauch. Die Warenverteilung durch die Logistik sowie Kundendienst- und Reisetätigkeiten haben einen Anteil von 22 Prozent.

CO₂-Emissionen aus Reisetätigkeiten

Die CO₂-Erfassung aus Reisetätigkeiten beinhaltet die Flugreisen, Dienstreisen mit Pkw und Bahn sowie die Fahrten mit Vertriebs- und Kundendienstfahrzeugen. Die Daten für diese Scope 3-Bilanzierung wurden aus gesicherten regionalen Erfassungen (Deutschland und Europa) hochgerechnet. 32 Prozent der CO₂-Emissionen resultieren aus Flugreisen, 67 Prozent aus Pkw-Dienstreisen und ein Prozent aus Bahnreisen. Die Pkw-Geschäftsreisen des Kundendienstes, des Vertriebs und die sonstigen Dienstreisen werden überwiegend mit Miet- und Leasingfahrzeugen durchgeführt.

Spezifischer Carbon Footprint

Die spezifische BSH-Kennzahl – das heißt der auf die Produktionsmenge bezogene CO₂-Ausstoß – liegt bei 342 kg CO₂ je Tonne Produkt (Vorjahr: 303 kg). Diese Erhöhung ist nahezu ausschließlich auf die geänderte Datenlage von Scope 2 zurückzuführen. Einem 50 kg schweren Hausgerät können so durchschnittlich rund 17 kg CO₂-Emissionen aus den Tätigkeiten der BSH zugerechnet werden. Der spezifische Wert von 44,2 kg CO₂ pro Tonne Produkt beinhaltet die direkten CO₂-Freisetzungen der Energieträger Gas und Heizöl an den Produktions- und Entwicklungsstandorten. Gegenüber dem Vorjahr bedeutet dies einen Rückgang um drei Prozent.

Input-Ströme		2006	2007	2008	Einheiten
A	Anlagegüter				
I.	Boden	4.684.155	4.965.940	4.931.140	m²
	1. Überbaute Fläche	1.846.281	2.031.754	2.070.458	m ²
	2. Unbebaute Fläche	2.837.874	2.934.186	2.860.682	m ²
II.	Bebauungsgrad	39	41	42	%
B	Umlaufgüter				
I.	Stoffe mit Umweltrelevanz				
	1. Rohstoffe ¹	716.385	713.391	702.502	t
	2. Hilfsstoffe ²	19.458	19.116	17.614	t
	3. Betriebsstoffe ³	3.131	3.043	3.241	t
II.	Energie	883.580	878.284	859.224	MWh
	1. Elektrische Energie	446.874	459.620	451.032	MWh
	2. Leichtes Heizöl	5.265	3.695	860	MWh
	3. Gas	342.262	323.578	313.068	MWh
	4. Sonstige (Fernwärme, Holz etc.)	89.179	91.391	94.264	MWh
III.	Wasser	1.871.951	1.737.973	1.711.432	m³
	1. aus öffentlichem Netz	1.146.424	1.033.437	963.262	m ³
	2. aus eigener Förderung	725.527	704.536	748.170	m ³
Output-Ströme					
A	Produkte				
I.	Produkte (Anzahl)	41.372	41.230	41.251	Tsd. Stck.
II.	Produkte (Tonnage)	1.238	1.275	1.245	Tsd. t
III.	Verpackungen	78.124	79.468	81.698	t
B	Abfälle	109.033	114.619	112.125	t
I.	Abfälle zur Beseitigung	9.808	10.633	9.362	t
	davon gefährliche Abfälle	1.694	2.269	1.965	t
II.	Abfälle zur Verwertung	99.225	103.986	102.763	t
III.	Verwertungsanteil	91	91	92	%
C	Abwasser	1.557.472	1.485.387	1.389.662	m³
I.	davon Direkteinleitung	591.969	698.545	582.695	m³
II.	davon Indirekteinleitung	965.503	786.842	806.967	m³
III.	Abwasser, behandelt in Neutralisationsanlagen	510.807	522.196	517.438	m³
D	Dampf-/gasförmige Emissionen				
I.	Organische Stoffe	85	78	76	t
	1. Flüchtige organische Stoffe (VOC)	85	78	76	t
II.	Anorganische Stoffe	61.351	57.667	55.069	t
	1. Stickstoffoxide	61	60	54	t
	2. Kohlendioxid ⁴	61.290	57.607	55.015	t

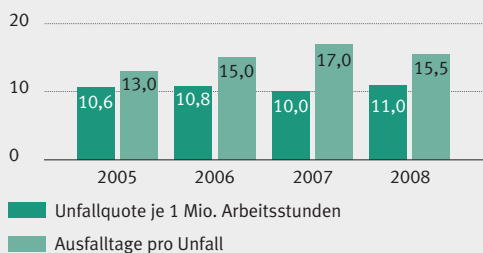
¹ Metalle (Stahl, Kupfer) und Kunststoffgranulate² Lacke, Emaille³ Öle, Emulsion, Lösungsmittel, Säuren, Laugen⁴ Ohne elektrische Energie, Fernwärme und Transportvorgänge

Die Darstellung der Input-Output-Ströme umfasst alle Standorte und Fabriken, an denen die BSH im Berichtsjahr (Stichtag: 31.12.2008) produzierte. In der Statistik 2008 ist der Standort São Paulo (Brasilien) aufgrund des Umzugs der Herde-Produktion nach Hortolândia nicht mehr enthalten. Anhand der Input-Output-Bilanz erfasst die BSH alle umweltrelevanten Stoff- und Energieströme, die unsere Werkstore passieren. Damit stellen wir die wesentlichen Umweltaspekte unserer Tätigkeiten an den Standorten zahlenmäßig dar. Die kontinuierliche und strukturierte

Erfassung der umweltrelevanten Daten ist eine wesentliche Voraussetzung, um Verbesserungspotenziale aufzuzeigen. Aus den Gesamtmengen bilden wir spezifische Kennzahlen, indem wir Verbrauch und Emissionen auf die hergestellte Gerätetonnage umrechnen. Dies ermöglicht eine Bewertung der Umweltleistung unabhängig von Schwankungen in der Produktionsmenge. Damit entspricht die BSH in ihrer Datenerfassung der internationalen Norm ISO 14031 zur Umweltleistungsbewertung.

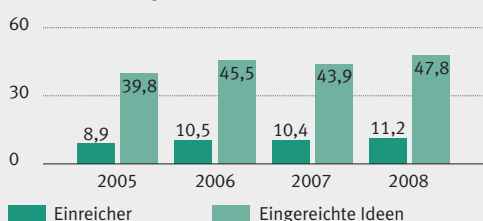
Unfallgeschehen BSH international

Unfälle mit mindestens einem Tag Arbeitsunfähigkeit



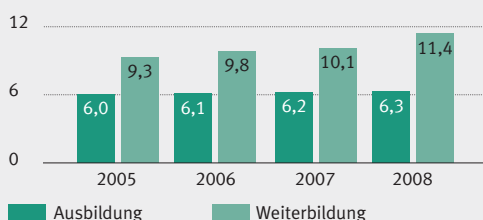
Betriebliches Vorschlagswesen

Einreicher und eingereichte Ideen in Tsd.



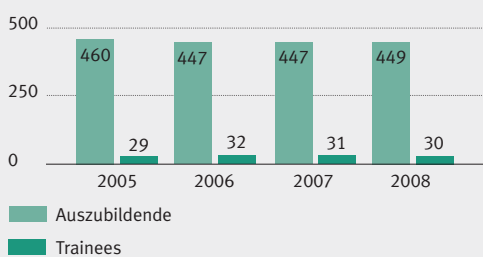
Aufwand für Aus- und Weiterbildung

In Mio. EUR



Auszubildende und Trainees*)

Anzahl



*) nur Deutschland

Arbeitssicherheit

Seit 2000 dokumentiert die BSH das Unfallgeschehen in allen Fabriken weltweit. Die Statistik erfasst Unfälle, die sich während der Arbeit ereigneten und die zu mindestens einem unfallbedingten Ausfalltag führten. Die Unfallquote je eine Million Arbeitsstunden ist gegenüber dem Vorjahr gestiegen, während die durchschnittliche Ausfallzeit je Unfall – als Maß für die Unfallschwere – im Vergleich zum Vorjahr gesunken ist. Unfälle von Fremdfirmen werden im Rahmen der BSH-Arbeitsschutzstatistik seit 2007 gesondert miterfasst, sodass auch bei unseren Dienstleistern Arbeitssicherheit und Unfallprävention stärkere Berücksichtigung finden. 2008 ereignete sich ein schwerer Wegeunfall, bei dem eine BSH-Mitarbeiterin ohne eigenes Verschulden auf tragische Weise ums Leben kam.

Betriebliches Vorschlagswesen

Das betriebliche Vorschlagswesen der BSH („top-idee“) war 2008 in zwölf Ländern etabliert. 11.184 Mitarbeiter reichten 47.832 top-ideen ein. Damit beteiligten sich 37,9 Prozent aller Mitarbeiter mit durchschnittlich 1,6 Ideen aktiv an „top-idee“. Die Anzahl eingereicherter Ideen hat sich seit 2000 mehr als vervierfacht (Faktor 4,5). Die daraus resultierenden Einsparungen haben sich sogar versechsfacht (Faktor 6,4). Rund 24.000 Ideen wurden 2008 umgesetzt und führten zu einer errechneten Jahresnettoeinsparung von insgesamt 30 Mio. Euro.

Aus- und Weiterbildung

Leistungsfähige und motivierte Mitarbeiter sowie eine exzellente Führung sind elementare Grundlagen für die nachhaltige Sicherung des Unternehmenserfolgs. Umfassende Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen ermöglichen der BSH, die für das Unternehmen besten Mitarbeiter zu finden, zu fördern und an die BSH zu binden. Die BSH setzt hier auf moderne Konzepte. So lernen beispielsweise Auszubildende und Studenten seit Anfang 2007 im Rahmen der BSH JuniorFirma frühzeitig eigenverantwortliches Handeln und unternehmerisches Denken. Außerdem nehmen die Online-Lernangebote kontinuierlich zu. Die Investitionen in Aus- und Weiterbildung beliefen sich 2008 deutschlandweit auf insgesamt 17,7 Mio. Euro.

Berufseinstieg nach Maß

„Einstieg nach Maß“ nennt die BSH ihre Einstiegsprogramme, die Schulabgängern und Hochschulabsolventen vielfältige Möglichkeiten für den Berufsstart bieten. Ein wesentlicher Baustein ist die duale Berufsausbildung in verschiedenen Berufen wie beispielsweise Mechatroniker, Elektroniker, Industriekaufmann/-frau oder Fachinformatiker. Die BSH setzt dieses Berufsausbildungskonzept neben Deutschland unter anderem auch in China und der Türkei ein, sodass 2008 weltweit 733 Auszubildende einen Beruf bei der BSH erlernten. Daneben ermöglicht die BSH engagierten Abiturienten, im Rahmen eines Ausbildungsvertrages an einer Berufsakademie zu studieren. Verschiedene Traineeprogramme, die Hochschulabsolventen gezielt auf spätere Fach- und Führungsaufgaben vorbereiten, runden das Portfolio der Einstiegsprogramme ab.

Weiterbildung

Um Wissen als entscheidenden Wertschöpfungsfaktor optimal zu nutzen, setzt die BSH Academy auf eine intensivere Verzahnung von multimedialen Lernwegen und -medien sowie didaktischen Konzepten. In der betrieblichen Weiterbildung wurde die Etablierung und effiziente Nutzung des Internetportals in den Konzernsprachen Englisch und Deutsch vorangetrieben. Web Based Trainings zum Compliance Management gibt es mittlerweile – neben Englisch und Deutsch – auch in Chinesisch, Spanisch und Türkisch.

Mitarbeiterstruktur und Beschäftigung

Der demografische Wandel wirkt sich auch auf die BSH aus: Das Durchschnittsalter unserer Beschäftigten weltweit blieb nahezu konstant bei etwa 38,6 Jahren. Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit lag unverändert bei rund elf Jahren. Besonders hoch ist sie mit 17 Jahren in Deutschland, gefolgt von Österreich mit 15 Jahren. Die Zahl der Auszubildenden und Trainees betrug 2008 763 (Vorjahr: 713); insgesamt wurde der Personalbestand der BSH 2008 weltweit um 1.300 Mitarbeiter erweitert. In Deutschland, wo die berufliche Erstausbildung einen besonders hohen Stellenwert hat, bildet die BSH weiterhin über den eigenen Bedarf aus.

Internationalisierung

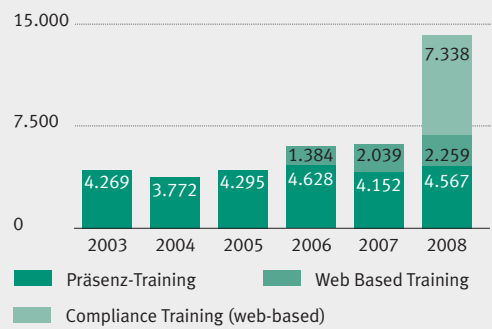
Die Zahl der im Ausland tätigen Mitarbeiter steigt an. Zum 31. Dezember 2008 befanden sich 216 Expatriates (Vorjahr: 201) in 31 verschiedenen Ländern sowie 46 Inbounds an deutschen BSH-Standorten (Vorjahr: 50). Weiterhin waren 19 Cross Countries – Entsendungen zwischen den Ländern – zu verzeichnen (Vorjahr: 21). Die Inbounds und Cross Countries wurden aus insgesamt acht verschiedenen Ländern entsandt. Internationale, konzernübergreifende Personalpools dienen dazu, weltweit geeignete Führungskräfte gezielt zu erkennen und zu fördern, beispielsweise durch Cross-Country-Transfers, die bereits 2007 gemeinsam mit den Human-Resources-Verantwortlichen der beteiligten Länder einheitliche Regelungen und Verträge erarbeitet und etabliert haben.

Beruf und Familie

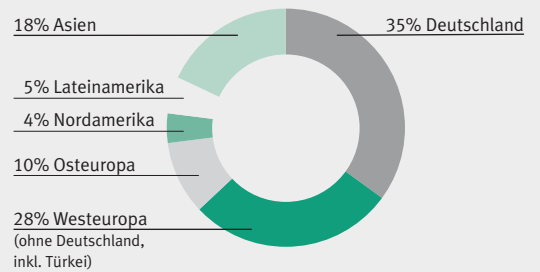
Flexible Arbeitszeitmodelle, die die Vereinbarkeit von Beruf und Familie erleichtern, sind in 17 der 20 größten BSH-Landesgesellschaften und damit für 96 Prozent der Mitarbeiter eingeführt. Teilzeitarbeit ist für rund 70 Prozent der BSH-Mitarbeiter in 15 Ländern möglich, Telearbeit können über 56 Prozent der BSH-Mitarbeiter nutzen. Über 95 Prozent der BSH-Mitarbeiter haben die Möglichkeit, Elternzeit in Anspruch zu nehmen.

BSH Academy

Anzahl Teilnehmer



Mitarbeiter nach Regionen



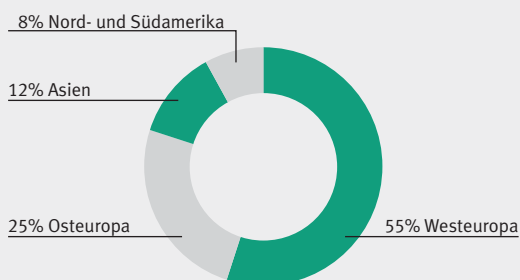
Stand: 31.12.2008

Überblick Mitarbeiterleistungen 2008

	Anteil der Mitarbeiter in Prozent ^{*)}
Flexible Arbeitszeitmodelle:	
Gleitzeitarbeit	96,1
Telearbeit/Home Office	56,1
Teilzeit	69,6
Elternzeit	95,4
Sabbatical	2,4
Vertrauensarbeitszeit	11,0
Soziale Grundsicherung	
Staatliche Grundsicherung	98,8
Betriebliche Altersvorsorge	70,9
Zusätzliche freiwillige Krankenversicherung	82,4
Weitere freiwillige Leistungen	92,5
Programme zur Gesundheitsvorsorge	94,5
Betriebsarzt	58,9

^{*)} Abdeckungsgrad: Die Zahlen betreffen die 20 größten BSH-Gesellschaften, das heißt 96,2 Prozent der Gesamtmitarbeiterzahl.

Einkauf von Fertigungsmaterial nach Regionen



Chancengleichheit

Von den rund 40.000 Mitarbeitern der BSH sind etwa 28 Prozent weiblich. Ihnen gleiche Chancen wie Männern einzuräumen ist ein Grundsatz der BSH, den viele Landesgesellschaften schriftlich formuliert haben. Bei Neueinstellungen dürfen Bewerber weder aufgrund ihres Geschlechts noch ihres Alters, ihrer Religion oder ihrer Herkunft benachteiligt werden. Konzernweit verbindlich gemacht hat die BSH dies mit ihrer Unterzeichnung des Global Compact der Vereinten Nationen im Jahr 2004.

Soziale Grundsicherung

Freiwillige soziale Leistungen hängen von den regionalen Anforderungen und Rahmenbedingungen ab. So finanziert die BSH in Deutschland beispielsweise die betriebliche Altersversorgung. Darüber hinaus bietet sie die Vergabe von Darlehen an Mitarbeiter, Jubiläumszahlungen sowie Sonderurlaube an. Insgesamt werden derzeit 42,3 Mio. Euro an Firmensionen an ehemalige BSH-Mitarbeiter bezahlt. Zum 01. Januar 2006 wurde die betriebliche Altersversorgung auf ein beitragsorientiertes Verfahren umgestellt. Bei den Mitarbeitern stieß dies aufgrund der dadurch garantierten langfristigen Sicherung auf hohe Akzeptanz.

Spenden und Sponsoring

Die BSH-Katastrophenhilfe e.V. wurde 1999 gegründet und ist weltweit tätig. Seither haben die BSH-Mitarbeiter und die Geschäftsführung über eine Million Euro für Menschen in Katastrophengebieten gespendet. Im vergangenen Jahr galt die Unterstützung schwerpunktmäßig den Katastrophengebieten in Peru und China. Die BSH-Standorte und -Regionalgesellschaften sind darüber hinaus in zahlreichen lokalen Projekten engagiert und spenden unter anderem auch Hausgeräte für soziale Zwecke. Die BSH selbst fördert vor allem Maßnahmen, um Jugendliche für die Bedeutung von Klimaschutz und Energieeffizienz zu sensibilisieren. Dazu gehört beispielsweise das Projekt „Focus macht Schule“, an dem die BSH als exklusiver Sponsorpartner beteiligt ist. Insgesamt hat die BSH in Deutschland im Berichtszeitraum für Geld- und Sachspenden rund 170.000 Euro ausgegeben. Die BSH plant, zukünftig die Aufwendungen für Spenden und Sponsoring auch international systematisch zu erfassen.

Lieferkette

Weltweit kauft die BSH jährlich für rund vier Mrd. Euro Fertigungsmaterialien ein. Der größte Anteil davon stammt aus Deutschland und Westeuropa, da sich hier die meisten BSH-Standorte befinden. Das Prinzip „Einkauf vor Ort“ gilt grundsätzlich. Auch in Regionen wie China und Südamerika beziehen wir den überwiegenden Anteil unserer Materialien von lokalen Lieferanten.

Ziele 2008*)

Zielerreichung 2008

Ziele 2009

Umweltmanagement

- | | | |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Zentrale Audits an sechs Standorten | <ul style="list-style-type: none"> ■ Vier Audits durchgeführt | <ul style="list-style-type: none"> ■ Durchführung zentraler Audits an den verbliebenen zwei und weiteren zwei Standorten |
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Standorte St. Petersburg, Callao, La Follette zur Erst-Zertifizierung qualifizieren | <ul style="list-style-type: none"> ■ Erreicht | <ul style="list-style-type: none"> ■ ISO 14001-Zertifizierung der Standorte St. Petersburg, Callao, La Follette |
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Datenqualität der CO₂-Bilanzierung verbessern | <ul style="list-style-type: none"> ■ CO₂-Emissionswerte von Strom, Gas, Öl und Fernwärme fabrikspezifisch erhoben | <ul style="list-style-type: none"> ■ Datenqualität der CO₂-Bilanzierung von Warentransport, Kundendienst und Bürostandorten verbessern |

Standortbezogener Umweltschutz

- | | | |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Senkung des spezifischen Energie- und Ressourcenverbrauchs gemäß BSH-Zielen (2005 – 2010) <ul style="list-style-type: none"> – Zielwert Energie: 727 kWh/t (-3% pro Jahr) – Zielwert Wasser: 1.441 l/t (-5% pro Jahr) – Zielwert Abfall: 83 kg/t (-2% pro Jahr) | <ul style="list-style-type: none"> ■ Infolge des konjunkturbedingten Produktionsrückgangs im letzten Quartal 2008 konnten die angestrebten Verbesserungen nicht realisiert werden. Die Erreichung des Kennzahlenniveaus vom Vorjahr kann als großer Erfolg gewertet werden | <ul style="list-style-type: none"> ■ Fortführung |
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Standortspezifische Umweltziele und Programme auf den Gebieten Immissionschutz, Boden- und Gewässerschutz, Abfallwirtschaft und Kommunikation realisieren | <ul style="list-style-type: none"> ■ 42% der Fabriken übertrafen die Zielwerte für Energie, 40% die Zielwerte für Wasser und 49% die Zielwerte für Abfall | <ul style="list-style-type: none"> ■ Fortführung |

Produktbezogener Umweltschutz

- | | | |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ EU-Produktstudien zu Eco-Design elektrischer Geräte (EuP) weiterhin im Sinne der BSH begleiten | <ul style="list-style-type: none"> ■ EuP-Studien zu Kältegeräten, Geschirrspülern, Waschmaschinen, Warmwassergeräten, Staubsaugern, Stand-by | <ul style="list-style-type: none"> ■ Mitarbeit bei der Erarbeitung harmonisierter Standards zu Eco-Design |
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Verbrauchswerte (Energieeffizienzklassen) bei Geschirrspülern und Trocknern weiter verbessern | <ul style="list-style-type: none"> ■ Erreicht | <ul style="list-style-type: none"> ■ Verbrauchswerte insbesondere bei Kältegeräten weiter verbessern |
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Revision der EU-Richtlinien über Elektro- und Elektronik-Altgeräte und die Beschränkung der Verwendung bestimmter gefährlicher Stoffe in Elektro- und Elektronikgeräten aktiv über die Verbandsarbeit mitgestalten | <ul style="list-style-type: none"> ■ Umgesetzt | <ul style="list-style-type: none"> ■ Fortführung |

Mitarbeiter

- | | | |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Maßnahmen zur Gewinnung und Bindung von Fach- und Führungskräften im internationalen Umfeld entwickeln | <ul style="list-style-type: none"> ■ Erreicht | <ul style="list-style-type: none"> ■ Fortführung, insbesondere bei Ingenieuren und Projektleitern |
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Entgeltrahmenabkommen (ERA) etablieren und langfristige Grundsätze für die Entgeltfindung definieren | <ul style="list-style-type: none"> ■ Entgeltstrukturreferate aufgebaut | <ul style="list-style-type: none"> ■ Weiterentwicklung der Entgeltsysteme |
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Das 2007 entwickelte Kompetenzmodell sowie die Führungsgrundsätze unternehmensweit implementieren | <ul style="list-style-type: none"> ■ In nahezu alle zentralen Personalentwicklungsinstrumente integriert, Multiplikatorenschulungen durchgeführt | <ul style="list-style-type: none"> ■ Weitere Integration der strategisch relevanten Personalthemen in die übergeordneten Anforderungen des BSH-Geschäfts |
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Ausbau und Nutzung von Lernportalen intensivieren | <ul style="list-style-type: none"> ■ Verstärkte Internationalisierung; Trainingsoffensive zum Thema Compliance | <ul style="list-style-type: none"> ■ Fortführung |
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Unternehmensweite BSH-Initiative zum demografischen Wandel | <ul style="list-style-type: none"> ■ Erste Pilotprojekte erfolgreich abgeschlossen | <ul style="list-style-type: none"> ■ Betriebsinterne Maßnahmen zur Lösung der Herausforderungen des demografischen Wandels |
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Mitarbeiterbefragung weiter internationalisieren | <ul style="list-style-type: none"> ■ Mitarbeiterbefragung in Polen und der Türkei durchgeführt | <ul style="list-style-type: none"> ■ Mitarbeiterbefragung 2009 in Deutschland sowie in 13 weiteren Ländern |

Nachhaltigkeitsmanagement

- Durchführung einer Stakeholderbefragung

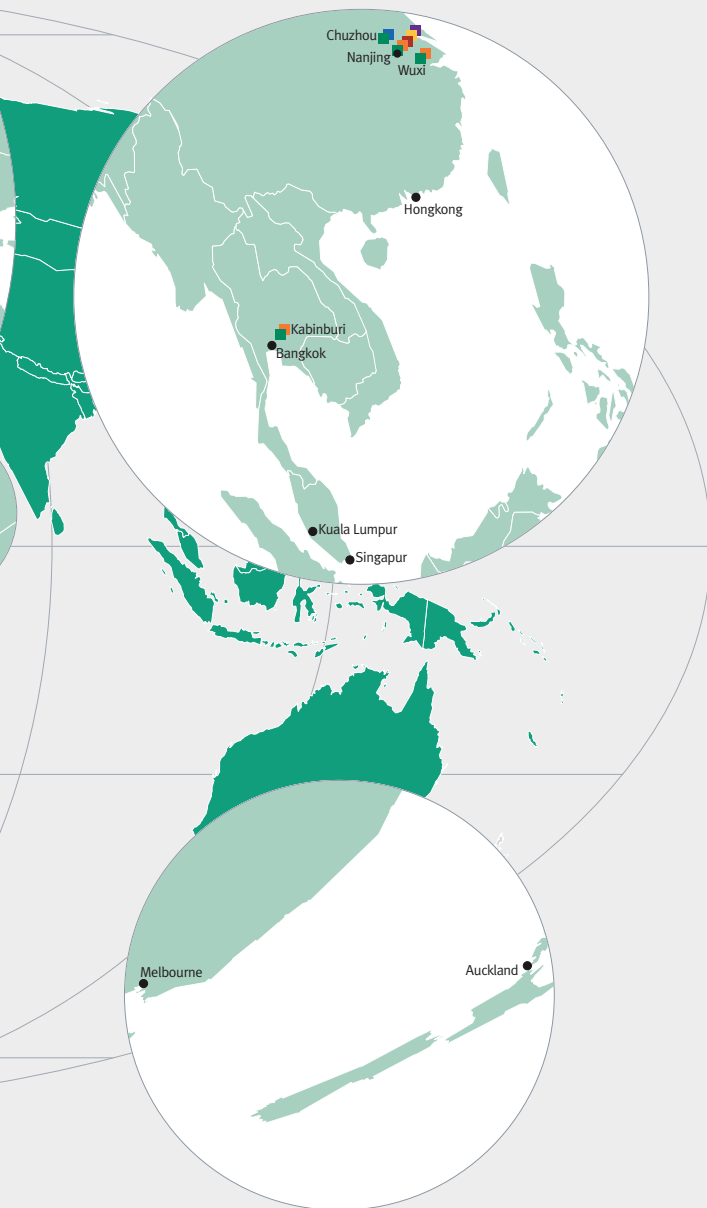
*) wie im Nachhaltigkeitsbericht 2007 veröffentlicht



Nach ISO 14001 zertifizierte Standorte

Brasilien:	■ Hortolândia
China:	■ Wuxi ■ Chuzhou ■ Nanjing
Deutschland:	■ Bad Neustadt ■ Berlin ■ Bretten ■ Dillingen ■ Giengen ■ Nauen ■ Traunreut
Frankreich:	■ Lipsheim
Griechenland:	■ Athen

Polen:	■ Łódź
Slowakei:	■ Michalovce
Slowenien:	■ Nazarje
Spanien:	■ Esquíroz ■ Estella ■ La Cartuja ■ Montañana ■ Santander ■ Vitoria
Thailand:	■ Kabinburi
Türkei:	■ Çerkezköy
USA:	■ New Bern



- Konzernzentrale
- Tochtergesellschaften

Fabriken

- | | |
|--------------------|---------------------|
| ■ Kochen | ■ Waschen/Trocknen |
| ■ Kühlen/Gefrieren | ■ Consumer Products |
| ■ Spülen | ■ Motoren, Pumpen |

Flächendeckendes Vertriebs- und Kundendienstnetz

Stand: März 2009

BSH-Konzern

BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH
 Zentrale Technik Umweltschutz
 und Arbeitssicherheit
 Dr. Herbert Mrotzek
 Carl-Wery-Straße 34
 D-81739 München
 Telefon +49 89 45 90-21 95
 Telefax +49 89 45 90-21 48
 E-Mail herbert.mrotzek@bshg.com

BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH
 Zentralbereich Unternehmenskommunikation
 Eva Delabre
 Carl-Wery-Straße 34
 D-81739 München
 Telefon +49 89 45 90-22 31
 Telefax +49 89 45 90-21 28
 E-Mail eva.delabre@bshg.com

Umweltmanagementbeauftragte in den Regionen

BSH in Spanien

BSH Electrodomésticos España, S.A.
 José Angel Ruperez
 Telefon +34 9 76 57-81 13
 E-Mail jose-angel.ruperez@bshg.com

BSH in China

BSH Home Appliances Co., Ltd.
 Baocheng Sang
 Telefon +86 025 85 43 99 88-71 00
 E-Mail baocheng.sang@bshg.com

BSH in den USA

BSH Home Appliances Corporation
 Ricky Tucker
 Telefon +1 25 26 36-43 24
 E-Mail richard.tucker@bshg.com

BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH

Carl-Wery-Straße 34
D-81739 München

Telefon +49 89 45 90-01
Telefax +49 89 45 90-23 47

www.bsh-group.de

Allgemeine Informationen und Bestellung folgender Berichte:

- Konzern-Geschäftsbericht 2008
- Group Annual Report 2008
- Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft 2008
- Environmental and Corporate Responsibility 2008

Zentralbereich Unternehmenskommunikation

Telefon +49 89 45 90-28 09

Telefax +49 89 45 90-21 28

E-Mail corporate.communications@bshg.com