

B/S/H/

Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft  
2010







BSH BOSCH UND SIEMENS HAUSGERÄTE GMBH



## 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 bezieht alle BSH Standorte weltweit ein und stellt Ereignisse, Entwicklungen sowie die umwelt- und mitarbeiterbezogenen Kennzahlen des Geschäftsjahrs 2010 vor. Redaktionsschluss ist der 30. April 2011. 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](http://www.bsh-group.de)  Wofür wir stehen  Verantwortung  Global Compact

Mehr über die BSH und ihre Marken erfahren Sie im BSH Konzern-Geschäftsbericht 2010 und unter:  [www.bsh-group.de](http://www.bsh-group.de)  Zahlen und Fakten

### Hauptmarken







### Spezialmarken



### Regionalmarken



Stand: 31.12.2010

<b>Vorwort</b>	2010 war ein erfolgreiches Jahr. Wir haben Marktanteile hinzugewonnen und neue Arbeitsplätze geschaffen.	Seite 4
<b>Die BSH</b>	steht als einer der führenden Hausgerätehersteller der Welt für Werte wie Innovation, Qualität und Zuverlässigkeit.	Seite 6
<b>Unsere Strategie</b>	richtet sich am Leitbild der Nachhaltigkeit aus und schafft Mehrwert für das Unternehmen, die Mitarbeiter und die Gesellschaft.	Seite 8
	Special „Nachhaltigkeitsengagement strategisch ausrichten“ Aktivitäten bündeln, strategisch ausrichten und sichtbar machen – mit diesem Auftrag hat Anfang 2011 der neu geschaffene Bereich Corporate Responsibility seine Arbeit aufgenommen.	Seite 11
<b>Für die Gesellschaft</b>	wollen wir ein zuverlässiger Partner sein, der integer handelt und neue Möglichkeiten erschließt.	Seite 12
	Special „Neue Konsummuster fördern Energieeffizienz“ Internetplattformen, Einkaufsratgeber und Guerilla-Aktionen im Einzelhandel zeigen: Verbraucher sind bewusster geworden und hinterfragen ihre Konsumgewohnheiten.	Seite 15
<b>Für die Mitarbeiter</b>	sind wir ein attraktiver Arbeitgeber, der weltweit umfassende Qualifizierungsmöglichkeiten bietet.	Seite 16
	Special „Nicht weniger, sondern einfacher arbeiten“ Der demografische Wandel macht es notwendig, Abläufe in den Produktionsbereichen kritisch zu hinterfragen. Denn die Belegschaft wird insgesamt älter.	Seite 19
<b>Für die Umwelt</b>	setzen wir konsequent auf Energieeffizienz und Ressourcenschonung – bei unseren Produkten und in der Produktion.	Seite 20
	Special „Neue Wege in der Logistik“ Wie wir Verkehrsträger nach Kosten- und Umweltaspekten optimal kombinieren und mehr Transporte auf die Schiene verlagern, zeigen neue Konzepte an den Standorten Nauen und Giengen.	Seite 23
<b>Kennzahlen</b>	in den Bereichen Ökonomie, Ökologie und Soziales belegen, wie sich die BSH stetig und nachhaltig entwickelt.	Seite 24
<b>Programm</b>	Die BSH hat 2010 wichtige Konzernziele erreicht und sich ehrgeizige Ziele für die Zukunft gesetzt.	Seite 33
<b>Unsere Standorte</b>	im Überblick und Status der Zertifizierung des Umweltmanagements.	Seite 34
<b>Ansprechpartner</b>	in der BSH Konzernzentrale in München sowie in Spanien, der Türkei, China und den USA.	Seite 35



„Unsere führende Position beim Thema Energieeffizienz haben wir ausgebaut. Jetzt machen wir unsere supereffizienten Geräte für immer breitere Verbraucherschichten zugänglich. So tragen wir als Hausgerätehersteller direkt zum Klimaschutz bei. Die steigende Nachfrage nach supereffizienten Geräten zeigt uns, dass sie aktuelle Bedürfnisse ansprechen.“

Dr. Kurt-Ludwig Gutberlet



„In unserer globalisierten Welt wird Effizienz immer wichtiger: vom sparsamen Umgang mit Ressourcen bis hin zum Faktor Zeit. Um wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen wir immer effizienter produzieren, bessere Geräte entwickeln und Innovationen rascher umsetzen – Ziele, auf die wir unsere Entwicklungs- und Produktionsprozesse konsequent ausgerichtet haben und stetig optimieren.“

Winfried Seitz

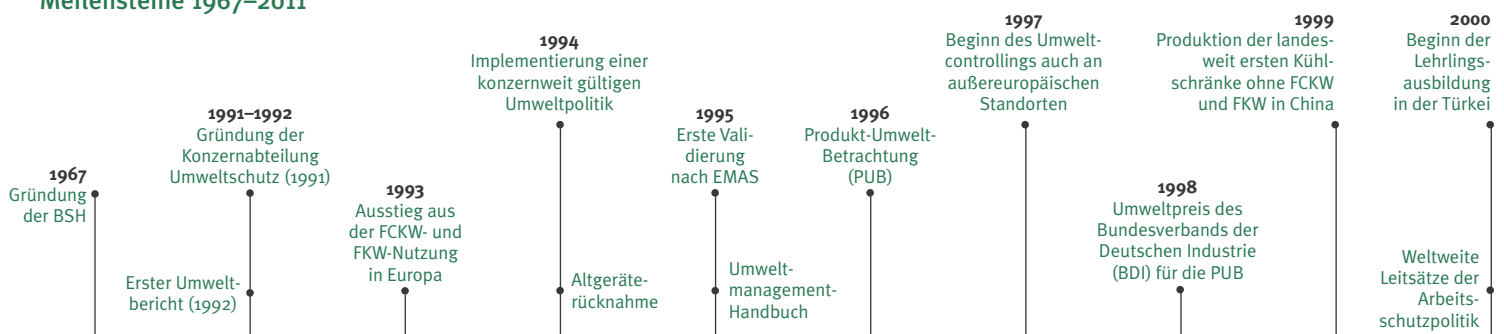
## Verehrte Leserinnen und Leser,

2010 war ein erfolgreiches Jahr. Wir haben Marktanteile hinzugewonnen und neue Arbeitsplätze geschaffen. Unser Supereffizienz-Portfolio entwickelte sich noch besser als erhofft und hat die Ziele weit übertroffen: 30 Prozent unseres Umsatzes in Europa haben wir im vergangenen Jahr mit besonders effizienten Hausgeräten erzielt. Unsere Kunden sparen damit bis zu 1,9 Milliarden Kilowattstunden Strom und entsprechend auch CO<sub>2</sub>-Emissionen ein. Diese Zahlen haben wir extern überprüfen und bestätigen lassen.

Wir gehen entschlossen die notwendigen Schritte hin zu einer „low-carbon economy“ an. Und wir stellen uns als international tätiges Unternehmen weiterhin der Herausforderung, mit effizienten und umweltverträglichen Hausgeräten einen breiten Markt zu erschließen. Denn für uns ist Umweltschutz kein Modetrend, sondern Kern des Geschäfts. Wir wollen mit unseren Produkten und unserem Handeln einen messbaren Beitrag zu einer weltweit nachhaltigen Entwicklung und einer zukunftsfähigen Gesellschaft leisten. Wir sind überzeugt, dass dies den Unternehmenserfolg sichert. Auch für die Produktion haben wir uns ehrgeizige Ziele gesetzt: In den kommenden fünf Jahren wollen wir konzernweit beispielsweise den Verbrauch von Energie und Wasser um weitere 25 Prozent reduzieren.

Um unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten zu bündeln, zu koordinieren und gezielt zu steuern, haben wir zum 1. Januar 2011 den Bereich Corporate Responsibility (CR) geschaffen. Der CR Officer berichtet direkt an den Vorsitzenden der Geschäftsführung und wird von einem regelmäßig tagenden CR Committee sowie von projektbezogenen Arbeitsgruppen unterstützt. Wir versprechen uns davon klare Ziele für die Weiterentwicklung der BSH, Impulse für das Innovationsmanagement und einen intensiveren Dialog mit unseren Anspruchsgruppen. Denn die Erwar-

## Meilensteine 1967–2011





tungen an Unternehmen steigen – in Europa, der Türkei und Asien ebenso wie in den USA – und prägen den Rahmen unseres weltweiten Wirtschaftens entscheidend. Immer wichtiger wird damit auch der systematische Nachweis verantwortlichen Handelns in der Lieferkette – ein komplexes Thema, dem wir uns noch stärker widmen werden.

Zu den künftigen Herausforderungen gehört auch der demografische Wandel. Qualifizierte Nachwuchskräfte zu gewinnen, wird schwieriger. Gleichzeitig müssen wir auf die Bedürfnisse älterer Mitarbeiter achten, um ihre Gesundheit und ihre Arbeitskraft zu erhalten. Wir setzen deshalb eine Vielzahl von ergonomischen Maßnahmen um und haben beispielsweise in Traunreut eine neue Montagelinie für ältere Mitarbeiter mit gesundheitlichen Einschränkungen eingerichtet. Dass wir im Frühjahr 2011 im Gesamtranking mit Platz 6 und im Ranking für Ingenieure mit Platz 4 erneut in die Spitzengruppe von Deutschlands attraktivsten Arbeitgebern gewählt wurden, bestätigt unsere zukunftsorientierte und verantwortungsbewusste Personalarbeit.

Mit allem, was wir tun, schaffen wir Wert für das Unternehmen, für unsere Mitarbeiter und für die Gesellschaft. Glaubwürdigkeit und das Vertrauen unserer Partner und Kunden sind dafür eine wichtige Basis. Der vorliegende Bericht informiert darüber, welche Leistungen wir erzielen konnten und was wir künftig erreichen wollen. Er orientiert sich an den Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) und stellt gleichzeitig unseren Fortschrittsbericht gegenüber dem Global Compact der Vereinten Nationen dar.

Wir wünschen allen Leserinnen und Lesern eine informative Lektüre und freuen uns über Ihre Anregungen unter [corporate.communications@bshg.com](mailto:corporate.communications@bshg.com)



„Der demografische Wandel stellt uns vor eine große Herausforderung. Aber wir haben bereits wichtige Maßnahmen erfolgreich angestoßen – vom Ergonomiecheck der Arbeitsplätze bis hin zur lebenslangen Qualifizierung der Mitarbeiter. Gleichzeitig bieten wir als einer von Deutschlands anerkannt besten Arbeitgebern auch Nachwuchskräften attraktive Entwicklungsmöglichkeiten.“

Johannes Närger



„Weltweit vertrauen Kunden unseren Produkten, weil sie für höchste Qualität stehen. Als Unternehmen werden wir aber zunehmend auch danach beurteilt, wie umweltbewusst wir Produktion und Logistik gestalten und wie fair wir mit Partnern umgehen. Unsere Marken stehen für beides: ressourcenschonende Herstellung und maximalen Kundennutzen.“

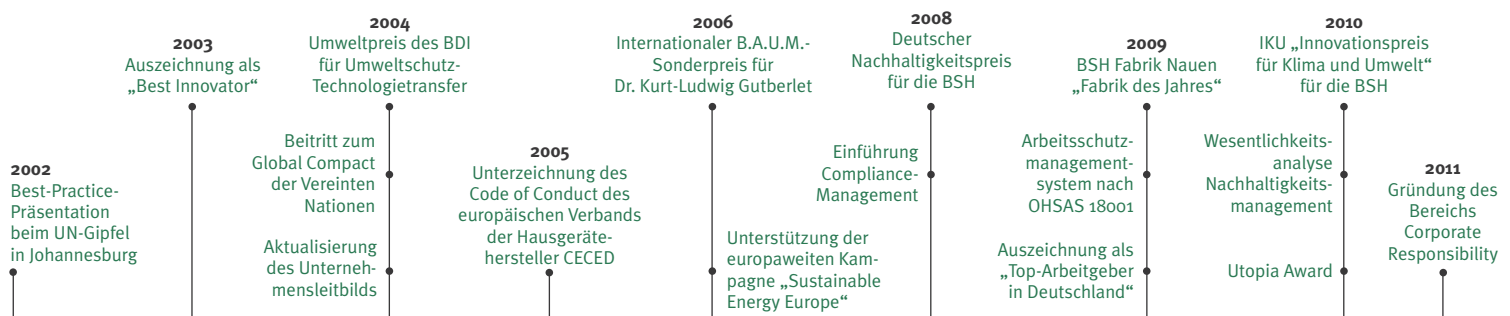
Jean Dufour

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

*Jean Dufour*  
Jean Dufour  
Marken-Management,  
Vertrieb und Logistik

*J. Närger*  
Johannes Närger  
Finanzen, zentrale  
Unternehmensentwicklung  
und Arbeitsdirektor

*W. Seitz*  
Winfried Seitz  
Produktentwicklung,  
zentrale Technik, Fabriken  
und Umweltschutz



## Die BSH steht als einer der führenden Hausgerätehersteller der Welt für Werte wie Innovation, Qualität und Zuverlässigkeit.

Die BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH wurde 1967 als Gemeinschaftsunternehmen 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 umfasst das gesamte Spektrum moderner Hausgeräte von Kochen, Spülen, Waschen, Trocknen, Kühlen und Gefrieren bis hin zu Wäsche- und Bodenpflege sowie Consumer Products. Zum 31. Dezember 2010 gehörten zur BSH 42 Fabriken in Europa, Asien und Nordamerika sowie ein weltumspannendes Netz von Vertriebs- und Kundendienstgesellschaften in mehr als 40 Ländern. Im Juni 2010 wurde in Berlin der Grundstein für das neue Technologiezentrum Wäschepflege gelegt, in dem künftig rund 700 Mitarbeiter beschäftigt sein werden. Am Standort St. Petersburg (Russland) wurde die Kältefabrik weiter ausgebaut und die neue Montagelinie für Waschmaschinen, die mehr als 70 Menschen Arbeit bietet, in Betrieb genommen. Außerdem begann der Bau einer neuen Waschmaschinenfabrik, die ab Juni 2012 mehr als 200 Mitarbeiter beschäftigen wird. Insgesamt waren bei der BSH 2010 mit 42.841 Mitarbeitern rund 3.000 Menschen mehr beschäftigt als im Vorjahr, davon mehr als 70 Prozent in Europa.

### Wachstum durch Innovation

Von der weltweiten Erholung der Wirtschaft profitierte auch die BSH. Der Umsatz lag 2010 mit rund 9,1 Milliarden Euro um knapp acht Prozent über dem Vorjahreswert; das Ergebnis vor Steuern war mit über 700 Millionen Euro das bislang beste in der BSH Geschichte. Zwar verlief die Geschäftsentwicklung von Markt zu Markt recht unterschiedlich – etwas schwierig in Osteuropa, aber hervorragend in Asien, insbesondere in China. Die BSH investierte dort 7,5 Millionen Euro, weihte im März 2011 ein neues Kompetenzzentrum für Kältegeräte in Nanjing ein und legte den Grundstein für eine neue Kältefabrik in Chuzhou.



### Ausgewählte Auszeichnungen 2010 und 2011



Innovationspreis  
für Klima und  
Umwelt (IKU)  
Deutschland



Energy Star Award  
USA



Spain Reputation Pulse  
Spanien



Utopia Award  
Deutschland



Innovative Green Design  
Award  
USA



Most Trusted Brand  
Polen



„365 Orte im Land  
der Ideen“  
Deutschland



Outstanding Contribu-  
tion Award of Water  
Heater Market  
(Energy Efficiency)  
China



Most Trusted Brand  
Russland

Insgesamt konnte die BSH 2010 Marktanteile hinzugewinnen; der Absatz im Bereich der supereffizienten Hausgeräte stieg um 70 Prozent gegenüber dem Vorjahr und liegt in Europa inzwischen bei 26 Prozent. Damit hat sich das jährlich von Wirtschaftsprüfern validierte Supereffizienz-Portfolio noch besser entwickelt als erwartet. Die Bedürfnisse unterschiedlichster Zielgruppen erfüllt die BSH mit einem breiten Markenspektrum: Während Bosch für „überlegene Qualität und absolute Zuverlässigkeit“ steht, spricht Siemens die Kunden mit „faszinierenden Innovationen und wegweisendem Fortschritt“ an. Ein klares Markenprofil zeichnet auch die Spezialmarken wie Neff oder Gaggenau sowie die Regionalmarken in den einzelnen Ländern aus.

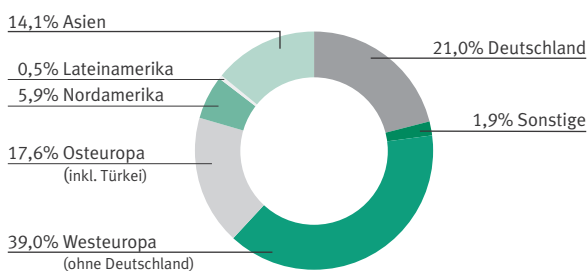
### Erfolgreich im Wettbewerb

Für ihre innovativen und energiesparenden Geräte erhielt die BSH 2010 erneut wichtige Auszeichnungen wie beispielsweise den Designpreis der Bundesrepublik Deutschland in Gold (Neff) und Silber (Bosch) sowie den Award der kritischen Verbraucherplattform Utopia für den Zeolith-Geschirrspüler. Auch stellte die BSH die größte Zahl von Testsiegern unter den Hausgeräten: Aus 80 Prozent der rund 125 Tests gingen BSH Geräte mit der Auszeichnung „Bester Kauf“ oder „Testsieger“ hervor. Zum fünften Mal in Folge wählten die Fachhändler von Euronics International die BSH zum „Lieferanten des Jahres“ und belohnten damit Liefertreue, Produktqualität und Kundendienst.

Die Basis für diese Erfolge legt unser konsequentes Innovationsmanagement, das 2010 mit 931 Erstpatentanmeldungen einen Rekord erzielte und zu insgesamt mehr als 600 neu angemeldeten Patenten führte. Damit gehört die BSH branchenübergreifend zu den 50 innovativsten Unternehmen in Deutschland und liegt weit vor ihren Wettbewerbern. Beim Deutschen Patent- und Markenamt steht die BSH im aktuellen Patentranking 2010 auf Platz 6, europaweit belegt sie Platz 28 unter den aktivsten Patentanmeldern. Die guten Ergebnisse und der noch bessere Ausblick veranlassten die Ratingagentur Standard & Poor's im August 2010, das Rating für die BSH von A- auf A anzuheben. Sie würdigte damit das Geschäftsmodell der BSH, die erfolgreiche Bewältigung der Wirtschaftskrise und die stabilen Finanzverhältnisse.

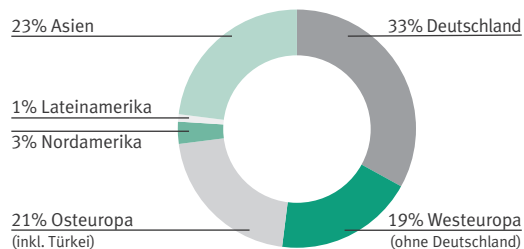


### Umsatz nach Regionen 2010



Stand: 31.12.2010

### Mitarbeiter nach Regionen 2010



Stand: 31.12.2010

## Unsere Strategie richtet sich am Leitbild der Nachhaltigkeit aus und schafft Mehrwert für das Unternehmen, die Mitarbeiter und die Gesellschaft.

Vielfältige Herausforderungen prägen die Zukunft und verlangen nach neuem Denken und innovativen Lösungen. Unternehmen, die sich darauf konsequent einlassen, positionieren sich frühzeitig in wichtigen Zukunftsmärkten und erschließen sich so neue Wachstumschancen. Die BSH trägt als international tätiges Unternehmen zu einer weltweit nachhaltigen Entwicklung bei und sichert dadurch auch den eigenen langfristigen Erfolg. Im Mittelpunkt stehen für uns Klimaschutz und Energieeffizienz. Auch Trinkwassermangel und der demografische Wandel stellen Herausforderungen dar, denen wir uns mit neuen Ideen und innovativen Lösungen stellen.

### Grundsätze verpflichten

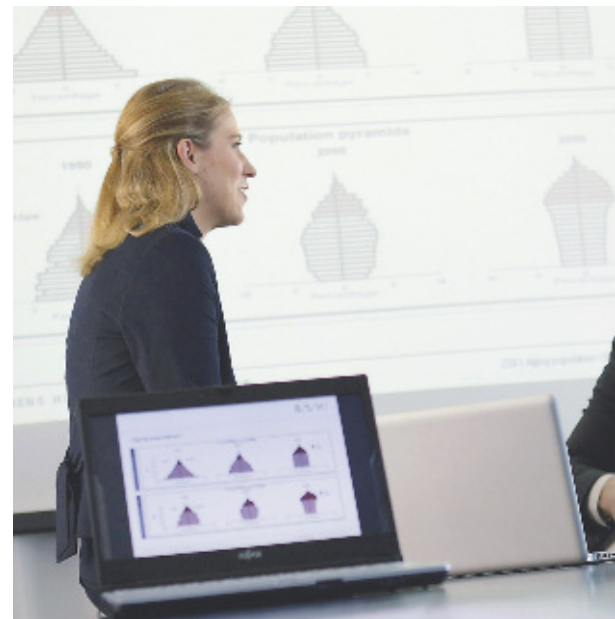
Die Strategie, mit der wir unsere unternehmerische Verantwortung (Corporate Responsibility) künftig steuern und umsetzen werden, knüpft an die Grundsätze unseres Unternehmensleitbilds an (siehe Seite 11). Als Handlungsfelder haben wir die sechs Bereiche Kunden, Produkte, Mitarbeiter, Unternehmen, Gesellschaft und Umwelt definiert. Zu den Grundsätzen, die für alle Mitarbeiter und auf allen Stufen der Wertschöpfungskette der BSH gelten, gehören neben dem Unternehmensleitbild auch die Umweltpolitik, die Leitsätze der Arbeitsschutzpolitik und unsere Business Conduct Guidelines. 2004 hat die BSH sich zudem den Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen verpflichtet. 2005 unterzeichneten wir den Verhaltenskodex des europäischen Verbands der Hausgerätehersteller CECED, an dem wir maßgeblich mitgewirkt haben. Die Auszeichnung als Deutschlands nachhaltigstes Unternehmen, der im Jahr 2008 ein umfassendes Bewerbungs- und Prüfverfahren vorangegangen war, bestätigt unsere Strategie und unser Handeln.

### Verantwortung organisatorisch verankern

Die Verantwortung für Umwelt, Mitarbeiter und Gesellschaft trägt die Geschäftsführung der BSH. Um sie bei dieser Aufgabe zu unterstützen, wurde – neben Zentralabteilungen wie Umweltschutz und Arbeitssicherheit oder Personal – Anfang 2011 ein Chief Corporate Responsibility Officer berufen, der direkt an den Vorsitzenden der Geschäftsführung berichtet. Er wird unterstützt von einem CR Committee, in dem die Verantwortlichen aus 15 Unternehmensbereichen vertreten sind. Dieses Gremium trifft sich monatlich, um Projekte zu beschließen und Entscheidungsvorlagen vorzubereiten.

### Herausforderungen und Erwartungen kennen

Im vergangenen Jahr hat die BSH eine internationale Befragung unter ihren Stakeholdern durchgeführt, um deren Erwartungen besser einzuschätzen. Die Auswertung der rund 70 Antworten ergab für das Nach-



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

🔗 [www.bsh-group.de](http://www.bsh-group.de)

➡ Wofür wir stehen

🔗 UN Global Compact

➡ [www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org)

🔗 CECED (European Committee of Domestic Equipment Manufacturers)

➡ [www.cecled.org](http://www.cecled.org)





haltigkeitsmanagement der BSH eine gute Beurteilung: 61 Prozent der Befragten halten es für überdurchschnittlich, 33 Prozent für angemessen. Danach befragt, wo die BSH am stärksten in der Verantwortung stehe, nannten die meisten den produkt- und produktionsbezogenen Umweltschutz, Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit sowie Informationen für Verbraucher. Als wichtige Handlungsfelder für die BSH galten den Befragten auch die Sicherung von Arbeitsplätzen, Verantwortung in der Zulieferkette sowie Aus- und Weiterbildung. Als wichtigstes Zukunftsthema identifizierten die Teilnehmer die Bedienfreundlichkeit von Hausgeräten.

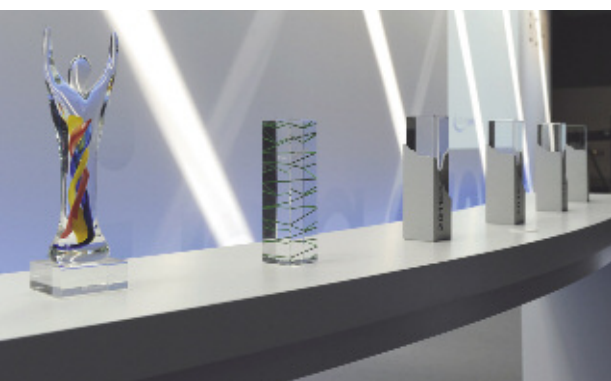
#### Wesentliche Themen identifizieren

Die Erwartungen der Stakeholder und eine interne Bestandsaufnahme in allen Unternehmensbereichen bildeten die Grundlage für die Bewertung der wesentlichen Themen (Wesentlichkeitsanalyse, siehe Grafik) im neu eingerichteten CR Committee. Diese Analyse ist der Kompass für die Weiterentwicklung unserer CR Strategie und wird künftig regelmäßig wiederholt.

#### Wesentlichkeitsanalyse

Erwartungen der Stakeholder und Bewertung der Geschäftsrelevanz





Die Ziele Ressourcenschonung und Energieeffizienz prägen die tägliche Arbeit unserer Mitarbeiter. Die regelmäßige Verleihung des Best Practice Awards motiviert zusätzlich zu nachhaltigem Handeln.

ISO (International Organization for Standardization)  
[www.iso.org](http://www.iso.org)

OHSAS (Occupational Health and Safety Assessment Series)  
[www.bsigroup.com](http://www.bsigroup.com)

IÖW/future-Ranking der Nachhaltigkeitsberichte  
[www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de](http://www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de)

### Nachhaltigkeitsleistung steuern und verbessern

Klare Strukturen und definierte Abläufe sind bei der BSH in allen Bereichen etabliert, um unsere anspruchsvollen Ziele umzusetzen. So integriert die Produktumweltbetrachtung seit 1996 Vorgaben zur Ressourcenschonung und Energieeffizienz zwingend in jedes Entwicklungsvorhaben. Nahezu alle BSH Standorte sind sowohl nach ISO 9001 (Qualität) und ISO 14001 (Umweltschutz) zertifiziert. Standorte und Fabriken 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.

Zur kontinuierlichen Verbesserung der Abläufe trägt auch der BSH Best Practice Award bei, mit dem wir Ideen unserer Mitarbeiter weltweit auszeichnen. Er wurde 2011 zum dritten Mal verliehen und hatte bei der Ausschreibung noch stärker als bisher den Schwerpunkt auf Prozessorientierung und Nachhaltigkeit gelegt. Insgesamt waren 116 Bewerbungen eingegangen. Den Special Award für Mitarbeiter, Umwelt und Gesellschaft erhielt der Produktbereich Herde für seine Initiative zur Steigerung der Energieeffizienz in den Fabriken.

### Den Austausch mit Stakeholdern pflegen

Die steigenden Erwartungen unserer Stakeholder geben uns wichtige Hinweise für künftige Entwicklungen. Um sie frühzeitig zu erfassen und in unser Handeln zu integrieren, pflegen wir weltweit Kontakt 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.

In intensivem Kontakt stehen wir zu Verbraucherverbänden und -organisationen, die Anfragen zu verschiedensten Themen an die BSH richten. So müssen wir den Nachweis erbringen, dass die hohen Umwelt- und Qualitätsanforderungen an unsere Produkte auch in der gesamten Wertschöpfungskette berücksichtigt werden. Eine wichtige Grundlage sowie Bestandteil des Dialogs mit unseren Stakeholdern ist der jährlich erscheinende Nachhaltigkeitsbericht. Er richtet sich an den international anerkannten Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) aus und macht unser Handeln auch mittels Kennzahlen nachvollziehbar und vergleichbar.

Im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte der 150 größten deutschen Unternehmen belegte unser Bericht 2008 den achten Platz. Damit wurde er von future e.V. und dem Institut für ökologische Wirtschaftsforschung, die das Ranking mit Unterstützung des Rates für Nachhaltige Entwicklung und des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales durchführen, als bester Bericht der Hausgerätebranche ausgezeichnet.

## Nachhaltigkeitsengagement strategisch ausrichten



Aktivitäten bündeln, strategisch ausrichten und sichtbar machen – mit diesem Auftrag hat Anfang 2011 der neu geschaffene Bereich Corporate Responsibility seine Arbeit aufgenommen. Dr. Peter Böhm, der den Bereich leitet und zuvor bei der BSH für die Energy Excellence Initiative verantwortlich war, berichtet in Sachen unternehmerischer Verantwortung (CR) und Nachhaltigkeit direkt an den Vorsitzenden der Geschäftsführung, Dr. Kurt-Ludwig Gutberlet.

### CR Committee eingerichtet

Der Einrichtung dieser neuen Konzernfunktion ging eine breit angelegte Bestandsaufnahme voraus: Alle Unternehmensbereiche zeigten auf, wo sie ihre Schwerpunkte sehen, um die Vorreiterrolle der BSH zu festigen und weiter auszubauen. Stärken wurden ebenso ehrlich und offen benannt wie Schwächen. „Dass wir bei der BSH insgesamt schon weit sind, hat die Wahl zu Deutschlands nachhaltigstem Unternehmen 2008 bewiesen. Aber wir müssen unsere Aktivitäten noch stringenter ausrichten und steuern“, so Böhm. Im Februar 2011 tagte erstmals das 15-köpfige CR Committee; künftig treffen sich die Verantwortlichen aus allen Unternehmensbereichen monatlich. Auf der Agenda stehen Projekte und Entscheidungen, die abteilungsübergreifend zu diskutieren sind oder eine strategische Weichenstellung bedeuten.

### Geeignete Messgrößen definieren

Für die Umsetzung wurden in allen sechs Handlungsbereichen – Kunden, Produkte, Mitarbeiter, Unternehmen, Gesellschaft und Umwelt – Arbeitsgruppen benannt. „Wir achten darauf, dass für alle CR Aktivitäten der Bezug zum Geschäftszweck, sprich den Hausgeräten, hergestellt ist. So können wir einen konstruktiven Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung leisten“, sagt Böhm. Schließlich gehe es um glaubwürdiges unternehmerisches Handeln. Und dafür bedürfe es auch geeigneter Messgrößen, denn „nur, was gemessen werden kann, lässt sich zielorientiert verbessern.“ Böhm spricht aus Erfahrung: Die konzernweite Energy Excellence Initiative hat gezeigt, was möglich ist, wenn ein Querschnittsthema in Businessplanung, Zielvereinbarung und Prozesse integriert wird: Das Thema Energieeffizienz zieht sich heute durch die gesamte Wertschöpfungskette und prägt das Image der BSH und ihrer Marken.



Dr. Peter Böhm  
Corporate Responsibility Officer  
der BSH

» Den wirtschaftlichen Unternehmenserfolg stellen wir langfristig nur sicher, wenn wir auch die ökologischen und gesellschaftlichen Anforderungen erfüllen. Dies immer im Blick zu haben, ist Aufgabe unserer CR Strategie, die Wert schafft für die BSH und für die Gesellschaft. Sie trägt intern wie extern zu Akzeptanz und Vertrauen bei und eröffnet Chancen für neue zukunftsfähige Geschäftsmodelle.«

Für die Gesellschaft wollen wir ein zuverlässiger Partner sein, der integer handelt und neue Möglichkeiten erschließt.

Die Wirtschaftskrise ist vorbei, doch die Kluft zwischen Arm und Reich tut sich international weiter auf. In vielen Regionen der Welt steht die Gesellschaft vor einer Zerreißprobe. Werte wie Integrität, Mäßigung und Verantwortung, die in der Krise an Bedeutung gewannen, bleiben deshalb weiter wichtig. Sie sind Voraussetzung für gesellschaftliche Stabilität, ohne die die Wirtschaft dauerhaft nicht funktionieren kann.

#### **Integrität leben**

Integres und rechtskonformes Handeln ist bei der BSH Bestandteil der Unternehmenskultur. Klare Regelungen, wie die seit 2006 unternehmensweit geltenden Business Conduct Guidelines und Mitarbeiterschulungen gehören ebenso zu unserem Compliance-Management wie die konsequente Aufklärung von Rechtsverstößen. Um diese Prozesse zuverlässig im Unternehmen zu verankern, wurde das Compliance Team Anfang 2010 personell verstärkt. Die Sachverhalte des im Vorjahr gegen die BSH eingeleiteten Ermittlungsverfahrens der Staatsanwaltschaft München wegen unlauterer Verkaufsförderungsmaßnahmen konnten von der Compliance Organisation umfassend aufgeklärt werden. Das Verfahren gegen das Unternehmen wurde zum Ende des Berichtsjahres abgeschlossen.

#### **Weltweit vorbildlich handeln**

Die BSH Business Conduct Guidelines schreiben unsere Werte und Grundsätze im Umgang miteinander sowie mit Geschäftspartnern fest. Sie sind für alle Mitarbeiter weltweit verbindlich und geben Orientierung beim täglichen Handeln. Das ist umso wichtiger, da wir in vielen Ländern mit unterschiedlichen Kulturen und Rechtsvorschriften tätig sind. Unterstützt wird deren Umsetzung durch unser Compliance-Management mit weltweit rund 50 Compliance Verantwortlichen an den Standorten. Mitarbeiter, die einen Verstoß melden wollen, können sich an diese Experten oder an einen unabhängigen Ombudsmann wenden.

Um die Bedeutung von Werten und rechtskonformem Handeln im Bewusstsein aller Mitarbeiter zu verankern, haben wir 2008 ein umfassendes webbasiertes Schulungsprogramm in mehreren Sprachen gestartet. Für die oberen und mittleren Führungskräfte, Handlungsbevollmächtigte und Mitarbeiter mit Kunden- und Lieferantenkontakt ist die Teilnahme Pflicht. Nutzen können es aber alle Beschäftigten. International haben 2010 über 10.000 Mitarbeiter webbasierte Compliance Trainings absolviert. Seit 2009 ist Compliance fester Bestandteil der von der BSH Academy angebotenen Führungskräfte trainings.



Integres, umweltorientiertes und verantwortungsbewusstes Handeln entlang der gesamten Wertschöpfungskette trägt zu einer nachhaltigen Entwicklung bei – für die Gesellschaft und das Unternehmen.



### Standards in der Lieferkette setzen

Jährlich beziehen wir für mehr als vier Milliarden Euro Rohstoffe und Materialien, davon rund 50 Prozent aus sogenannten Low Cost Countries. Unsere Möglichkeiten, auf sozial und ökologisch verantwortliches Handeln bei unseren Lieferanten hinzuwirken, nutzen wir: Der Code of Conduct für BSH Lieferanten ist seit 2007 Bestandteil unserer Lieferantenverträge und verpflichtet alle Zulieferer, nach den Grundsätzen der BSH zu handeln. Er fußt auf dem Global Compact der Vereinten Nationen sowie den Konventionen der International Labour Organization (ILO).

Unsere Vorzugslieferanten für Produktionsmaterial haben eine entsprechende Verpflichtungserklärung unterzeichnet. Sie stehen für mehr als 95 Prozent unseres gesamten Einkaufsvolumens. Von ihnen erwarten wir auch, dass sie ein Umweltmanagementsystem implementiert haben. Neue Lieferanten müssen unseren Code of Conduct anerkennen; außerdem führen wir bei ihnen ein Basisaudit durch, das soziale und umweltbezogene Aspekte berücksichtigt. Seit 2009 beteiligt sich die BSH an dem Projekt YADE der Deutschen Investitions- und Entwicklungsgesellschaft (DEG) zur Qualifizierung von Lieferanten in China: Workshops und Schulungen vermitteln Know-how bei den Themen Produktionsorganisation, Qualitätssicherung, Umweltschutz, Arbeitssicherheit und Sozialstandards. Bisher wurden 54 chinesische Unternehmen einbezogen; außerdem haben alle Partner gemeinsam einen Leitfaden für Arbeitsschutz erarbeitet.

### Zur wirtschaftlichen Entwicklung in den Regionen beitragen

In den meisten Regionen, in denen die BSH tätig ist, stellt sie einen wesentlichen Teil der Ausbildungs- und Arbeitsplätze und ist für die heimische Wirtschaft ein wichtiger Auftraggeber. Damit verbunden ist eine große Verantwortung für die Zukunftsfähigkeit des regionalen Umfelds. Wir kommen dieser durch die korrekte Bezahlung von Steuern und Abgaben gemäß der am Standort tatsächlich erzeugten Wertschöpfung nach. Und wir investieren in die Infrastruktur vor Ort: Für unsere weltweit 29 Einkaufsstandorte gilt die grundsätzliche Vorgabe, einheimische Lieferanten zu bevorzugen und die Transportwege kurz zu halten. Insbesondere in neuen Märkten und Schwellenländern fördern wir die Ansiedelung von Zulieferern an unseren Standorten und unterstützen diese beispielsweise bei der Einführung von Umweltmanagementsystemen und bei der Arbeitssicherheit.

### Qualifizierung und Know-how fördern

Der größte und immer wichtigere Beitrag, den wir zur Zukunftsfähigkeit in den Regionen leisten, ist unser Aus- und Weiterbildungsangebot. Bereits 1997 haben wir das in Deutschland bewährte duale Ausbildungssystem auf unsere chinesischen Standorte übertragen. Das erfolgreiche Modell wurde 2000 auch in den Fabriken in der Türkei verwirklicht und mit einem intensiv genutzten Ausbildungsangebot für den Nachwuchs unserer dortigen Zulieferer verknüpft. Know-how



Die faire Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten und eine qualifizierte Ausbildung an den Standorten sind die Voraussetzung für hochwertige Produkte und das Vertrauen unserer Kunden.

International Labor  
Organization (ILO)  
www.ilo.org



Menschen durch Wissen, Know-how und neue Produktkonzepte zu nachhaltigem Handeln zu befähigen, ist ein Anliegen, das die BSH weltweit verfolgt. Mit dem Pflanzenölkocher Protos schaffen wir zugleich Arbeitsplätze.

gibt die BSH auch in ihrem Umfeld weiter: beispielsweise in Spanien, wo Jugendliche durch von der BSH geförderte Energiesparprojekte in Schulen mehr über Energieeffizienz lernen, oder in Deutschland mit dem Projekt „Focus macht Schule“, das Unterrichtsmaterialien für Lehrer bietet. In der Türkei kommen Energieexperten unserer Marke Profilo zu Informationsveranstaltungen ins Haus der Kunden, die dazu Nachbarn und Freunde einladen. Alle Teilnehmer erhalten ein Energiespar-Handbuch und lernen, wie sie im Haushalt Strom sparen können.

#### **Geräte bedienfreundlich gestalten**

Bedienfreundliche Geräte, die den besonderen Anforderungen älterer oder behinderter Menschen entsprechen, werden immer gefragter. Denn das Prinzip des „barrierefreien Designs“ erleichtert letztlich allen Menschen den Umgang mit komplizierter Technik. Die BSH verfolgt deshalb das Konzept „Design for all“ und erhielt dafür bereits mehrere Designpreise. Gemeinsam mit anderen Hausgeräteherstellern, Verbraucherorganisationen und Wissenschaftlern arbeitet die BSH an der Entwicklung internationaler Normen, die sich an den spezifischen Anforderungen dieser Nutzergruppen orientieren.

#### **Produkte für mehr Nachhaltigkeit entwickeln**

Die Serienproduktion der zweiten und technisch überarbeiteten Generation unseres Pflanzenölkochers Protos lief im vergangenen Jahr in Indonesien an. Die Geräte werden von einem lokalen Hersteller produziert. Bislang sind bereits mehr als 1.000 Kocher in indonesischen Haushalten im Einsatz. Der Pflanzenölkocher stellt in Entwicklungsländern, wo bis heute für die Nahrungszubereitung Holz verbrannt wird, eine umwelt- und gesundheitsverträgliche Alternative dar. Damit verknüpft ist ein lokales Erzeugungs- und Vermarktungskonzept, das Arbeitsplätze in der Herstellung von Öl aus heimischen Pflanzen, der Fertigung des Kochers sowie im Verkauf schafft.

#### **Konsumenten verlässlich informieren**

Angestoßen vom europäischen Verband der Hausgerätehersteller CECED und der Europäischen Kommission wurde im Rahmen des Projekts ATLETE (Appliance Testing for Energy Label Evaluation) europaweit die Kennzeichnung von insgesamt 80 Kühl- und Gefriergeräten in unabhängigen Labors geprüft. Im April 2011 stellte CECED die Ergebnisse vor: Die vier getesteten Modelle der Marken Bosch, Siemens und Balay waren in sämtlichen Kategorien des europäischen Energielabels korrekt ausgezeichnet. Dies galt jedoch nicht für alle 80 getesteten Geräte. Die BSH wird sich deshalb weiter für eine funktionierende Marktüberwachung einsetzen, um Energieeffizienz als Kaufargument zu stärken, das Vertrauen der Konsumenten zu bewahren und für einen fairen Wettbewerb zu sorgen.

## Neue Konsummuster fördern Energieeffizienz



Internetplattformen, Einkaufsratgeber und Guerilla-Aktionen im Einzelhandel zeigen: Verbraucher sind bewusster geworden und hinterfragen ihre Konsumgewohnheiten. Ökologische und soziale Kriterien prägen nicht nur die Wunschliste der sogenannten LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability). Auch für andere Verbrauchergruppen ist beispielsweise Energieeffizienz inzwischen ein wichtiges Kaufargument.

### Supereffiziente Geräte liegen im Trend

Mit dem Supereffizienz-Portfolio, das nur die sparsamsten Geräte zusammenfasst, hat sich die BSH als Vorreiter im Markt positioniert. Für Neuentwicklungen in diesem Bereich gab es zahlreiche Preise. Vor allem der Zeolith-Geschirrspüler, der durch ein innovatives Trocknungssystem bis zu 30 Prozent weniger Strom braucht als die bislang sparsamsten Geschirrspüler, überzeugte Politik und Verbraucher: Im Februar 2010 vom Bundesumweltministerium mit dem „Innovationspreis für Klima und Umweltschutz (IKU)“ ausgezeichnet, erhielt er im Oktober den Award der kritischen Verbraucherplattform Utopia. Die Jury lobte ihn als „Teil der Revolution in Sachen Haushaltsgeräte und Umweltschutz“, der den Geldbeutel der Nutzer erheblich schone und durch die innovative Zeolith-Technologie Energieeffizienz auf ein neues Niveau hebe.

### Energiesparen als Verkaufsargument

Dass die supereffizienten BSH Geräte aktuelle Bedürfnisse ansprechen, ist auch angesichts der stetig steigenden Strompreise nachvollziehbar. Dass sich der Absatz in diesem BSH Segment aber so positiv entwickeln würde, hatte niemand vorhergesehen: Mit 3,1 Millionen Geräten stieg er 2010 in Europa gegenüber dem Vorjahr um 70 Prozent. Damit erzielte die BSH in Europa rund 30 Prozent ihres Umsatzes mit supereffizienten Geräten. Doch der Unterschied zwischen den einzelnen Ländern ist groß und auch in Deutschland, wo 63 Prozent der Verbraucher „grüne Produkte“ bevorzugen, sind 58 Prozent der Meinung, sie wären zu teuer, so die Studie „Green Brands 2010“ von Landor Associates. Deshalb müssen die Hersteller auch bei supereffizienten Geräten handfeste monetäre Vorteile durch signifikant niedrigere Betriebskosten bieten. Solche Win-win-Situationen wollen wir in Zukunft noch besser kommunizieren und dadurch Wandel bewusst unterstützen.



Prof. Dr. Lucia A. Reisch  
Copenhagen Business School und  
Mitglied des Kuratoriums der  
Utopia-Stiftung

» Unternehmen müssen den Konsumenten die Dinge einfach und verständlich erklären. Dazu gehört auch, den Gewinn stärker herauszustellen, den diese durch Wandel haben. Dann werden die Kosten der notwendigen Veränderungen eher akzeptiert. Deshalb sollten beispielsweise bei Elektrogeräten neben dem Kaufpreis auch die durchschnittlichen Energiekosten für deren Betrieb genannt werden. Dann sähe manches vermeintlich preisgünstige Modell ziemlich teuer aus.«



## Für die Mitarbeiter sind wir ein attraktiver Arbeitgeber, der weltweit umfassende Qualifizierungsmöglichkeiten bietet.

Vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten, gute Arbeitsbedingungen und eine werteorientierte Unternehmenskultur prägen den Ruf der BSH. Diesen Grundsätzen sind wir auch in der Wirtschaftskrise gefolgt und haben darauf geachtet, Mitarbeiter zu binden und ihnen interessante berufliche Perspektiven zu bieten. Heute beschäftigt die BSH weltweit rund 3.000 Mitarbeiter mehr als im Vorjahr. Vor allem in China, aber auch in Deutschland, der Türkei sowie in Süd- und Osteuropa wurden neue Stellen geschaffen – insbesondere in der Fertigung und in der Entwicklung. Allein in Deutschland stellte die BSH im vergangenen Jahr mehr als 100 Ingenieure ein.

### Qualifizierte Nachwuchskräfte gewinnen

Um die BSH am Arbeitsmarkt als attraktiven Arbeitgeber zu positionieren und weiterhin qualifizierte Nachwuchskräfte zu gewinnen, nehmen wir jährlich an der Ausschreibung „Top Arbeitgeber Deutschland“ des CRF-Instituts teil: Unter mehr als 100 qualifizierten Unternehmen belegte die BSH im Frühjahr 2011 den 6. Platz. Erstmals beteiligten wir uns zusätzlich an dem Ranking „Top Arbeitgeber Ingenieure“ (CRF) und erreichten dabei den 4. Platz. In der Kategorie „Innovationsmanagement“ erzielte die BSH die volle Punktzahl und damit die Spitzenposition. Diese Ergebnisse unterstützen auch unsere Aktivitäten zur frühzeitigen Bindung von Talenten, die wir Anfang 2011 mit dem neuen Studentenbindungsprogramm „students@BSH“ verstärkt haben. Unsere Attraktivität als Arbeitgeber belegt die niedrige Fluktuationsquote: Bei der BSH Deutschland lag sie im vergangenen Jahr bei 2,6 Prozent.

### Personalentwicklung von Anfang an

Schul- und Hochschulabsolventen bieten wir seit vielen Jahren mit attraktiven Programmen einen maßgeschneiderten Einstieg bei der BSH. Die Potenziale unserer Nachwuchskräfte fördern wir weltweit mit dem Junior Executive Pool (JEP) und dem International Executive Pool (IEP). 2010 zählte der JEP 575 BSH Nachwuchskräfte, 40 Prozent stammten aus internationalen BSH Gesellschaften, der Anteil der Frauen lag bei 29 Prozent. Im IEP waren rund 100 Nachwuchskräfte für internationale Managementfunktionen vertreten, davon 15 Prozent Frauen. Im Senior Executive Programm (SEP) für Mitglieder des oberen Führungskreises lag der Anteil an weiblichen Führungskräften bei 13 Prozent. Attraktive Entwicklungspfade bietet die BSH in allen Bereichen. Mit der „Projektleiter-Karriere“ können Mitarbeiter ihre Erfahrung und Qualifikation im Projektmanagement für Produkt- und IT-Projekte systematisch aufbauen und sich zum Projekt Manager, zum Senior Projekt Manager oder zum Projekt Direktor entwickeln.



Den Mitarbeitern lebenslanges Lernen zu ermöglichen und eine offene Kommunikation untereinander zu fördern, gehört zur Unternehmenskultur der BSH.







### **Zehnjähriges Jubiläum der BSH Academy Corporate**

Die BSH Academy Corporate feierte 2010 ihr zehnjähriges Bestehen. Sie bietet Führungskräften und Mitarbeitern konzernweit ein breites Spektrum an Qualifizierungsmöglichkeiten und unterstützt beim lebenslangen Lernen. Ein Schwerpunkt war 2010 die Erweiterung des bedarfsorientierten Qualifizierungsangebots. Zur kontinuierlichen Verbesserung der Führungskompetenz wurde weltweit ein Qualifizierungsprogramm für alle Führungskräfte implementiert. Multimediale Lernangebote stehen vielen Mitarbeitern in ihrer Muttersprache zur Verfügung. So gibt es beispielsweise spezielle Trainings zum Thema Compliance in elf Sprachen. Neben der eigenen Bildungsstätte im Kloster Zangberg (Deutschland) ist die BSH Academy an allen deutschen sowie an vielen internationalen Standorten vertreten und bietet ein Intranetportal zur Online-Buchung von Qualifizierungsangeboten. Diese bilden die Infrastruktur für Qualifizieren und Lernen in der BSH.

### **Kommunikation stärkt Unternehmenskultur**

Die 2007 eingeführte Mitarbeiterbefragung nach internationalem Standard wurde sukzessive erweitert und 2010 in 22 Ländern durchgeführt. Damit sind nun alle BSH Länder in die systematische Erhebung einbezogen. Die durchschnittliche Beteiligungsquote lag 2010 bei 85 Prozent (Vorjahr 82 Prozent). Sie belegt nicht nur die hohe Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen, sondern auch das große Interesse, den Erfolg der BSH mitzugestalten. Ein Monitoringsystem zur Dokumentation und Nachverfolgung der aus der Befragung resultierenden Maßnahmen wurde 2010 in Deutschland, Slowenien, Großbritannien und Spanien eingeführt, weitere Länder folgen. In Deutschland wurden bereits über 1.600 Maßnahmen erfasst und bearbeitet.

Eine der Maßnahmen, die aus der BSH Mitarbeiterbefragung resultieren, ist das 2010 zunächst in Deutschland, Polen und Russland eingeführte Feedback für Führungskräfte. Für die Mitarbeiter in der Produktion haben wir analog dazu das international eingesetzte „Klimabaro-meter“ überarbeitet. Wie das Feedback für Führungskräfte ermöglicht es eine anonyme Einschätzung des Führungsverhaltens und der Zusammenarbeit. Eine offene Kommunikation fördert die BSH Geschäftsführung auch mit der Dialogplattform „Direkt zur Geschäftsführung“, die seit Ende 2010 für alle Mitarbeiter weltweit im BSH Intranet bereitsteht. Dort können Mitarbeiter Fragen an die Geschäftsführung stellen.





Als international tätiges Unternehmen achtet die BSH auf kulturellen Austausch, Vielfalt und Chancengleichheit – Aspekte, die in Zukunft noch wichtiger werden.

### **Vielfalt als Nutzen verstehen**

Kulturelle Vielfalt stellt für die BSH als international tätiges Unternehmen eine Quelle für kreative Lösungen dar. So bilden wir bei vielen Entwicklungsprojekten gemischte Teams, die verschiedene Erfahrungen und Sichtweisen integrieren. Vielfalt und gegenseitiger Respekt sind zentrale Grundsätze unseres Human-Resources-Leitbilds und unserer Business Conduct Guidelines. Die BSH Geschäftsführung unterstützt explizit den Austausch von Know-how in der BSH Welt: Derzeit sind 199 deutsche Mitarbeiter im Ausland (Expats) sowie 111 Mitarbeiter verschiedener Nationen in BSH Gesellschaften jeweils anderer Ländern beschäftigt (Inbounds und Cross-Country-Transfers). Diskriminierungen aufgrund des Geschlechts, des Alters, der Religion oder der ethnischen Herkunft werden bei der BSH nicht geduldet.

### **Gleiche Chancen für Frauen**

Die BSH achtet weltweit darauf, dass Frauen und Männer zu den gleichen Bedingungen beschäftigt werden und die gleichen Chancen in der beruflichen Entwicklung haben. Dies bekräftigten wir im Mai 2010 auch gemeinsam mit anderen Unternehmen durch die Unterzeichnung des „Münchener Memorandum für Frauen in Führung“. Um weiblichen Nachwuchs für Technik zu begeistern, nehmen fast alle deutschen Standorte am bundesweiten Girls' Day teil. Im kaufmännischen Bereich sind 64 Prozent unserer Auszubildenden und Studenten der Dualen Hochschule in Deutschland weiblich, im technischen Bereich ist die Quote allerdings niedriger. Mit flexiblen Arbeitszeiten, Teilzeitmodellen und Telearbeitsmodellen bieten wir gute Voraussetzungen, Beruf und Familie miteinander zu vereinbaren – was auch für männliche Bewerber immer wichtiger wird.

### **Den demografischen Wandel meistern**

Mit dem demografischen Wandel rücken neben der Nachwuchssicherung und der professionellen Personalentwicklung speziell die Bedürfnisse älterer Mitarbeiter ins Blickfeld. Gesundheitsvorsorge, ergonomische Verbesserungen und angepasste Qualifizierungsangebote sind Themen, an denen wir seit 2007 verstärkt arbeiten. Auch hier sind die Ideen unserer Mitarbeiter wertvoll: Vor allem im Bereich Ergonomie wurden beim Best Practice Award 2011 zahlreiche Vorschläge eingereicht. Bereits heute ist der Ergo-Check für Arbeitsplätze an fast allen deutschen und internationalen Produktionsstandorten Standard. An den vier größten deutschen Standorten laufen erfolgreich eigene Montagelinien für ältere Mitarbeiter mit gesundheitlichen Einschränkungen.

### **Im Umgang zählt Fairness**

In dem 1996 gegründeten European Committee informiert die BSH die Arbeitnehmervertreter der europäischen BSH Standorte zu länderübergreifenden Entscheidungen und Mitarbeiterthemen in Europa. Dazu findet jährlich ein Treffen statt, das dem Informationsaustausch und Dialog mit der BSH Geschäftsführung dient.

Leiharbeitnehmer fordert die BSH nur von Unternehmen an, die ihre Mitarbeiter nach einem geltenden Tarifvertrag beschäftigen. Ferner sichert die BSH als Mitglied der Initiative „Fair Company“ beispielsweise zu, Praktikanten angemessen zu bezahlen.

## Nicht weniger, sondern einfacher arbeiten



Der demografische Wandel macht es notwendig, Abläufe in den Produktionsbereichen kritisch zu hinterfragen. Denn die Belegschaft wird insgesamt älter. Daran muss sich die Arbeitswelt orientieren und anpassen. Um sich und die Mitarbeiter auf die anstehenden Herausforderungen vorzubereiten, entwickelte und realisierte die BSH neben vielen anderen Maßnahmen ein Pilotprojekt zu „zukunftsorientierten Arbeitssystemen“.

### Neue Montagelinie bietet Arbeitserleichterung

Anfang 2010 ging am Standort Traunreut eine Montagelinie in Betrieb, deren Arbeitsplätze speziell für die Beschäftigung älterer Mitarbeiter mit gesundheitlichen Einschränkungen geeignet sind. Sie ist das Ergebnis einer erfolgreichen Teamarbeit zwischen Werksarzt, Betriebsrat, Schwerbehindertenvertretung, Personalabteilung, Arbeitsplanern und Werkstattführungskräften. Vor allem aber ist sie die Reaktion auf geänderte Anforderungen an eine angemessene und dauerhafte Beschäftigung immer älter werdender Mitarbeiter. Deshalb ist an der neuen Montagelinie das Arbeiten sowohl im Sitzen als auch im Stehen möglich. Die Bewegungen der Mitarbeiter werden durch Steck- und Schraubhilfen entlastet und das Arbeitstempo durch eine Taktsteuerung gleichmäßig gehalten. Dr. Lothar Gebauer, Leiter Montage und Planung in der Traunreuter Herdefabrik: „An der taktgebundenen Linie arbeiten derzeit 15 Mitarbeiter, die älter als 55 Jahre und gesundheitlich eingeschränkt sind. Ihnen wird aus ergonomischer Sicht jede erdenkliche Unterstützung und damit ein für sie optimaler Arbeitsplatz geboten.“

### Eine Investition, die sich auszahlt

Natürlich muss auch die Wirtschaftlichkeit stimmen. Und dafür sind verschiedene Faktoren entscheidend, die weit über die reine Gestaltung der Arbeitsplätze hinausreichen. So wurden in Traunreut die direkten Führungskräfte mit externer Unterstützung geschult, die Mitarbeiter konnten sich vor Arbeitsbeginn kennenlernen und wurden über mehrere Wochen an die Normalleistung herangeführt. Dass das Konzept stimmt, beweisen sowohl der gesunkene Krankenstand als auch die positiven Ergebnisse der Wirtschaftlichkeitsberechnung. Für Gebauer ist das Pilotprojekt deshalb erst der Anfang: „Gemeinsam mit Wissenschaftlern erarbeiten wir Lösungen, um in Zukunft alle Mitarbeiter altersgerecht einzusetzen.“



Dr. Lothar Gebauer  
Leiter Montage und Planung  
Produktbereich Herde,  
Werk Traunreut

» In Zukunft wird es immer mehr darauf ankommen, Mitarbeiter jeden Alters nach ihren Bedürfnissen einzusetzen. Unsere spezielle Montagelinie für ältere, gesundheitlich eingeschränkte Mitarbeiter zeigt, dass dies auch wirtschaftlich sinnvoll ist. Dass wir alle Parteien in die Entwicklung eingebunden haben, sicherte die Akzeptanz der Beteiligten. So stellen wir uns erfolgreich dem demografischen Wandel.«



Für die Umwelt setzen wir konsequent auf  
Energieeffizienz und Ressourcenschonung –  
bei unseren Produkten und in der Produktion.

Umfassender Umweltschutz auf allen Stufen der Wertschöpfungskette ist bei der BSH Grundsatz der unternehmerischen Verantwortung und gleichzeitig Treiber für Innovationen. Neben den Anforderungen des Klimaschutzes, denen wir durch höchste Energieeffizienz in Produktion und Produkten gerecht werden, trat im vergangenen Jahr das Thema Materialeffizienz verstärkt in den Mittelpunkt. Denn mit weltweit zunehmender Bevölkerung und wachsendem Wohlstand werden wichtige Rohstoffe und Metalle immer knapper.

#### Effiziente Produkte entwickeln

Rund 90 Prozent der Umweltbelastungen, die im Produktlebenszyklus entstehen, werden durch den Verbrauch von Energie, Wasser und Reinigungsmitteln in den Haushalten verursacht. Trotz der bereits erzielten hohen Energieeinsparungen gilt unsere besondere Aufmerksamkeit weiterhin der Nutzungsphase unserer Geräte. Dass diese weltweit zu den sparsamsten gehören, beweisen nicht nur unsere Kennzahlen (siehe Seite 25), sondern auch zahlreiche Produkttests und viele Auszeichnungen. BSH Ingenieure arbeiten täglich an technischen Lösungen, um den Bedienkomfort und die Leistungsfähigkeit der Geräte zu verbessern und gleichzeitig deren Strom- und Wasserverbrauch zu senken. Als Leitfaden nutzen sie dabei die von uns entwickelte systematische Produktumweltbetrachtung.

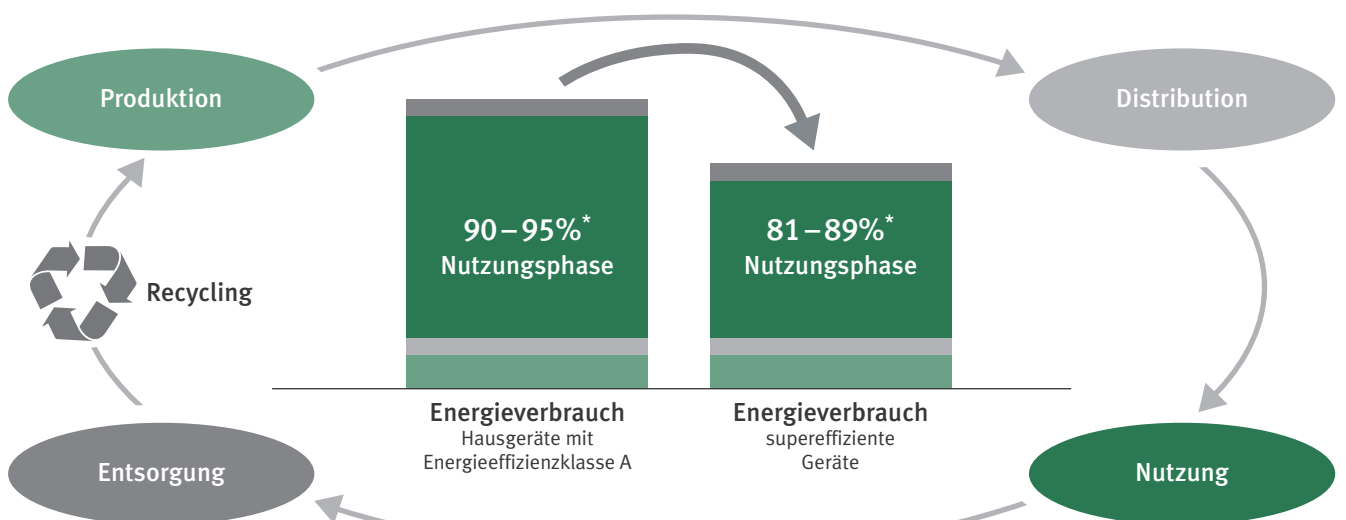
Ein Beispiel dafür, dass ihnen immer wieder wegweisende Innovationen gelingen, ist das neue i-DOS-System für Waschmaschinen: Es ermittelt selbstständig die Beladungsmenge sowie den Verschmut-



Auf die Nutzungsphase eines Hausgeräts entfallen bis zu 95 Prozent der Umweltbelastungen, die im Produktlebenszyklus entstehen. Mit supereffizienten Geräten kann dieser Anteil deutlich verringert werden. Deshalb ist die Entwicklung von ressourcenschonenden Produkten der nachhaltigste Beitrag der BSH zum Umwelt- und Klimaschutz.

#### Umweltschutz über den gesamten Produktlebensweg

Illustrative Darstellung



<sup>\*)</sup> Je nach Gerätekategorie



zungsgrad der Wäsche und dosiert dann nur so viel Flüssigwaschmittel wie für ein optimales Waschergebnis nötig ist. Das spart Wasser und Strom zugleich – gegenüber Waschmaschinen der Energieeffizienzklasse A brauchen die Geräte 30 Prozent weniger Strom und bis zu 7.000 Liter weniger Wasser im Jahr. Angesichts solcher Erfolge begrüßen wir das neu gestaltete Energielabel der Europäischen Union umso mehr. Kunden können somit im Handel das tatsächlich sparsamste Gerät erkennen. Die neue Kennzeichnung gilt seit Ende 2010 für Kühlgeräte, Waschmaschinen und Geschirrspüler.

### Absatz von supereffizienten Geräten erhöhen

Unsere sparsamsten Geräte haben wir zu einem Supereffizienz-Portfolio zusammengefasst und den Absatz dieses Portfolios 2009 erstmals berechnet. 2010 stieg er gegenüber dem Vorjahr in Europa um 70 Prozent, am europaweiten BSH Umsatz hatten die supereffizienten Geräte einen Anteil von 30 Prozent. Künftig wollen wir den Absatz unserer supereffizienten Geräte weiter steigern. Mit ihnen leisten wir einen maßgeblichen und messbaren Beitrag zum Klimaschutz und helfen unseren Kunden, die Stromkosten erheblich zu senken. Anhand der Verkaufszahlen sowie der durchschnittlichen Nutzungsdauer der Geräte haben wir für unser Supereffizienz-Portfolio einen Beitrag zur Reduzierung des Stromverbrauchs von 1,9 Milliarden Kilowattstunden errechnet. Das entspricht dem Bedarf von über 500.000 privaten Haushalten. Die Daten haben wir, wie schon 2009, von einem Wirtschaftsprüfer bestätigen lassen. Im April 2011 erhielt die BSH den Hermes-Innovationspreis des European Institute for Creative Strategies & Innovation, Paris. Die Jury würdigte damit das Supereffizienz-Portfolio, das die BSH als Vorreiter im Markt positioniert.

### Ressourceneffizienz an allen Standorten steigern

Auch in der Produktion haben wir uns ehrgeizige Ziele gesetzt: Mit dem Konzernprojekt „Ressourceneffizienz 2015“ soll in den kommenden fünf Jahren konzernweit der Bedarf an nicht-produktbezogenen Ressourcen um 25 Prozent reduziert werden. Dazu gehören alle Energieformen, Wasser und Flüssigkeiten wie Öle, Fette und Chemikalien sowie Feststoffe von Papier über Kunststoffe bis zu Metallen. Ansätze zum sparsamen Umgang mit Energie und Ressourcen haben BSH Mitarbeiter gemeinsam mit Studenten der technischen Hochschule München in deren Lernfabrik für Energieproduktivität (LEP) ermittelt. Um die ehrgeizigen Reduktionsziele umzusetzen, führt die BSH ein neu strukturiertes, systematisches Energiemanagement ein.

Dass Umweltziele an allen BSH Standorten konsequent verfolgt und umgesetzt werden, belegt auch die Top-Bewertung unserer Informationstechnologie. So ergab eine Expertenuntersuchung der Bereiche Server und Storage im Sommer 2010, dass die BSH Best Practice in Sachen „Green IT“ ist. Beispielsweise konnte die IT durch Virtualisierung die Serverleistung um 100 Prozent steigern, ohne dass dafür mehr Strom gebraucht wird. Die Investition von zwei Millionen Euro in 120 hochauflösende Video-Konferenz-Anlagen spart zudem nicht nur Reisekosten und Zeit, sondern leistet einen erheblichen Beitrag zur Senkung von CO<sub>2</sub>-Emissionen.



Für seine wirtschaftlichen Leistungen in der gesamten Wertschöpfungskette erhielt das BSH Hausgerätewerk Nauen 2010 erneut die Auszeichnung „Fabrik des Jahres“.



Konzepte für Umweltschutz und Arbeitssicherheit realisiert die BSH in allen Bereichen des Unternehmens – von der Aus- und Weiterbildung über die Produktion bis hin zur Logistik.

### **Weltweit Sicherheit am Arbeitsplatz bieten**

Anliegen des Umweltschutzes und der Arbeitssicherheit gehen in der Produktion oft Hand in Hand. Die BSH hat die Aufgaben deshalb gebündelt. Die Abteilung für Umweltschutz und Arbeitssicherheit erstellt verbindliche Konzernrichtlinien und überwacht deren Erfüllung durch interne Audits. An allen BSH Standorten sind Fachkräfte für Arbeitssicherheit sowie Umweltschutzbeauftragte benannt, die an die Zentrale berichten. Dank anspruchsvoller Standards für Planung und Bau neuer Produktionsstätten können wir seit vielen Jahren weltweit auf gesundheitsverträgliche sowie ergonomisch und sicher gestaltete Fertigungsprozesse verweisen. Beim Arbeitsschutz, der weit stärker vom individuellen Verhalten der Mitarbeiter abhängt, erzielten wir in den vergangenen Jahren durch Schulungen, bewusstseinsbildende Maßnahmen und ein einheitliches Management entscheidende Verbesserungen. Heute hat der Arbeitsschutz bei der BSH in allen Ländern, in denen wir tätig sind, ein vergleichbar hohes Niveau.

### **Umweltverträglich entsorgen und verwerten**

Obwohl Kältegeräte seit Anfang der 1990er Jahre in Europa FCKW-frei sind, kommen noch immer zahlreiche FCKW-haltige Altgeräte aus den Haushalten zur Entsorgung zurück. Die Entsorgungsdienstleister der BSH müssen für das Recycling deshalb hohe Qualitätsstandards nach dem Stand der Technik einhalten und nachweisen. Zur Überprüfung dieser Anforderungen hat die BSH in Deutschland 2008 ein extern zertifiziertes Qualitätssicherungssystem etabliert: Unabhängige Gutachter führen im Auftrag der BSH jährlich etwa 100 Audits bei den Entsorgungsbetrieben durch. Damit gehen wir im Rahmen unserer Herstellerverantwortung freiwillig über die gesetzlichen Verpflichtungen hinaus, die den ordnungsgemäßen Betrieb bei Entsorgungsdienstleistungen sicherstellen sollen. Gemeinsam mit Verbänden und Nichtregierungsorganisationen realisierte die BSH 2010 bis 2011 in Deutschland einen Feldversuch, um die tatsächlich im Regelbetrieb repräsentativer Anlagen zurückgewonnenen FCKW-Mengen von einem unabhängigen Gutachter ermitteln zu lassen. Die BSH wird die identifizierten Verbesserungspotenziale aufgreifen und in künftigen Audits berücksichtigen.

Auch die für die BSH europaweit tätigen Rücknahmesysteme verpflichten wir, ihre Vertragspartner nach anerkannten Industriestandards zu überprüfen. Diese Standards entstanden unter der Mitwirkung der BSH und regeln Sammlung, Transport, Lagerung, Handhabung sowie insbesondere die Aufbereitung von Kühl- und Gefriergeräten. Gegenwärtig werden sie innerhalb der Europäischen Normung an den Stand der Technik angepasst und erweitert.

### **Bewusstsein bilden durch Umweltengagement**

Sensibilisierung für Umweltbelange ist bei der BSH Teil der Ausbildung. Am Standort Çerkezköy in der Türkei entwickelte sich daraus eine Tradition: Seit 2001 pflanzen die Auszubildenden dort ein Mal im Jahr gemeinsam Bäume. Jeder von ihnen spendet dafür fünf Setzlinge und die BSH verdoppelt die Anzahl. Die Stadt stellt die ständig wachsende Fläche für den inzwischen rund 9.500 Bäume umfassenden Wald zur Verfügung; die örtliche Forstverwaltung berät bei der Auswahl passender Baumarten. In Zukunft werden alle BSH Mitarbeiter am Standort die Auszubildenden bei ihrer Pflanzaktion tatkräftig unterstützen.



## Neue Wege in der Logistik



Wie wir Verkehrsträger nach Kosten- und Umweltaspekten optimal kombinieren und mehr Transporte auf die Schiene verlagern, zeigen neue Konzepte an den Standorten Nauen und Giengen. Allein in Nauen werden künftig pro Jahr bis zu 400.000 Großgeräte mehr als bisher per Bahn abtransportiert. Und in Giengen setzt die BSH gemeinsam mit der DHL ein multimodales Logistikkonzept um, das verschiedene Verkehrsträger wie Lkw, Bahn und Schiff optimal kombiniert. Ziel dabei ist es, möglichst viele Transporte von der Straße auf das umweltfreundlichste Landverkehrsmittel, die Bahn, zu verlegen.

### Die BSH wird Logistikexperte

In 2010 nahm die BSH Containerterminals in Nauen sowie am weltweit aufkommensstärksten Logistikstandort im baden-württembergischen Giengen in Betrieb. Von dort aus starten die Hausgeräte – anstatt wie früher per Lkw – direkt per Bahn in die europäischen Seehäfen. Künftig werden von dort aus jedes Jahr mehrere hunderttausend Großgeräte in den Export versandt. Das Terminal in Giengen bietet schweren Containern eine Lagerfläche von der Größe eines Fußballfelds; neue Gleise mit einer Gesamtlänge von 700 Metern helfen beim Rangieren. Diese Infrastruktur können auch andere Unternehmen nutzen: „Dass hier durch Umdenken Wertschöpfungsketten aufbrechen und Unternehmen völlig neue Aufgaben übernehmen, finde ich besonders spannend. In dieser Form ist das für uns bisher einzigartig“, so Dr. Jürgen Klenner von DHL.

### Vernetzung spart Kosten und senkt CO<sub>2</sub>-Emissionen

Bei diesem Projekt ist die BSH Kunde und Dienstleister zugleich. Denn sie übernimmt auch die Be- und Entladung sowie die Warenverteilung für weitere Kunden der DHL Niederlassungen in der Region Süd-West. Insgesamt zwei Millionen Euro hat die BSH in diese Logistikkooperation investiert und zehn neue Arbeitsplätze geschaffen. Die Ergebnisse sind beachtlich: Die Verlagerung auf die Schiene sowohl bei der BSH als auch den anderen beteiligten Unternehmen reduziert die CO<sub>2</sub>-Emissionen um bis zu 60 Prozent. Kürzere Transportzeiten und reduzierte Kosten überzeugen alle Beteiligten. Derzeit schließt das erfolgreiche Logistikduo BSH und DHL mit anderen Dienstleistern und Reedereien Verträge ab, um das Terminal dauerhaft und optimal zu nutzen.



Dr. Jürgen Klenner  
Vice President Strategy & Program  
Management, DHL Global  
Forwarding GmbH

» Das neue Containerterminal reduziert CO<sub>2</sub>-Emissionen und Transportkosten. Für beide Unternehmen ist es eine echte Win-win-Situation, die ökologische und ökonomische Ziele perfekt verbindet. Die Kooperation zeigt, wie wichtig das Denken über Organisationsgrenzen hinweg ist. Indem wir den dortigen Unternehmen ermöglichen, von unseren günstigen Verbindungen an die Seehäfen zu profitieren, schaffen wir Mehrwert für die Region.«

### Umsatzentwicklung

In Mrd. Euro



### EBIT

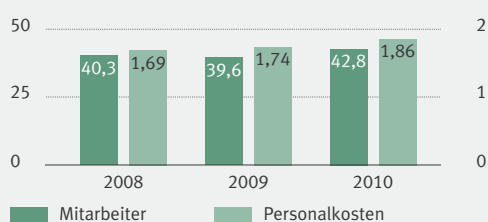
In Mio. Euro



### Mitarbeiter und Personalkosten

Mitarbeiter in Tsd.

Personalkosten in Mrd. Euro



### Aufwand für Forschung und Entwicklung

In Mio. Euro (ohne Investitionen)



### Umweltschutzkosten

In Mio. Euro



### Umsatzentwicklung

Der Konzernumsatz der BSH betrug im Berichtsjahr 9,073 Mrd. Euro und lag somit 7,9 Prozent über dem Vorjahresniveau. In Deutschland erzielte der Konzern mit 1,906 Mrd. Euro eine Umsatzsteigerung von 3,4 Prozent. Insgesamt stieg der Auslandsanteil des Konzernumsatzes auf 79 Prozent (Vorjahr: 78,1 Prozent).

### Ergebnis, Steuern und Subventionen

2010 betrug das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) 703 Mio. Euro. Das entspricht 7,7 Prozent des Umsatzes. Konzernweit lag die Steuerquote 2010 bei 32,5 Prozent. Von den insgesamt 224 Mio. Euro Ertragssteueraufwand im Konzern entfallen 53 Prozent auf Westeuropa, davon 67,6 Prozent auf Deutschland. Im Ausland entfallen 8,9 Prozent auf Osteuropa, 10,9 Prozent auf die Türkei und 8,7 Prozent auf Asien. Im Berichtsjahr hat die BSH 71,3 Mio. Euro an Steuern in Deutschland abgeführt. Für Investitionen haben wir 2010 weltweit rund 2,04 Mio. Euro an staatlichen Subventionen in Anspruch genommen.

### Mitarbeiter und Personalkosten

Zum Stichtag 31.12.2010 beschäftigte der Konzern weltweit 42.841 Mitarbeiter (in Deutschland 14.194, im Ausland 28.647) einschließlich Auszubildender. Das sind rund 8,1 Prozent mehr als Ende Dezember 2009. Zu Personaleinstellungen kam es im Wesentlichen in China, aber auch in der Türkei und Deutschland – in geringfügigem Umfang in Russland, Polen und Slowenien. In Deutschland sind 33 Prozent der Mitarbeiter tätig, 19 Prozent in Westeuropa (ohne Deutschland), 21 Prozent in Osteuropa (inkl. Türkei), 23 Prozent in Asien, drei Prozent in Nordamerika sowie ein Prozent in Lateinamerika. Der Personalaufwand belief sich insgesamt auf 1,858 Mrd. Euro.

### Aufwand für Forschung und Entwicklung

2010 wendete der Konzern für Forschung und Entwicklung (F&E) 283 Mio. Euro auf, das entspricht einer Steigerung von 6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Mit einem F&E-Anteil von 3,1 Prozent des Umsatzes (Vorjahr: 3,2 Prozent) ist die BSH im internationalen Wettbewerb gut aufgestellt. 2010 stieg die Zahl der Mitarbeiter im Bereich F&E auf 2.503, davon rund 1.400 Mitarbeiter in Deutschland.

### Umweltschutzkosten

Die BSH erfasst ihre Umweltschutzkosten und -investitionen konzernweit. Die laufenden Ausgaben für den betrieblichen Umweltschutz (Betriebsaufwand, Kapital- und Personalkosten sowie Gebühren) betrugen 2010 konzernweit 14,8 Mio. Euro. Das entspricht einem Anstieg um acht Prozent gegenüber dem Vorjahr. Schwerpunkte waren die Kosten für Abfallwirtschaft (52 Prozent) und für Boden- und Gewässerschutz (33 Prozent), während sich die Kosten für Luftreinhaltung, Klimaschutz und Lärmschutz auf 14 Prozent beliefen. 93 Prozent der Umweltschutzkosten der BSH fielen in den europäischen Fabriken an, davon 80 Prozent in Deutschland. Die Umweltschutzinvestitionen beliefen sich 2010 auf insgesamt 3,5 Mio. Euro. 95 Prozent der Investitionen wurden an europäischen Standorten getätigt, davon 74 Prozent in Deutschland.



## Energieeffizienz der Produkte

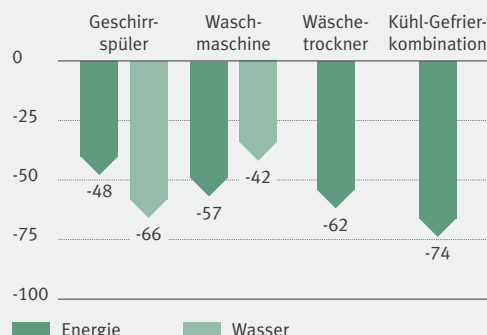
Durch die Entwicklung verbrauchsarmer Hausgeräte leistet die BSH einen maßgeblichen Beitrag zum Klimaschutz und hilft den Kunden, Stromkosten zu sparen. Die Verbrauchswerte unserer Hausgeräte haben wir in den vergangenen Jahren deutlich reduziert: Eine Kühl-Gefrierkombination verbraucht heute bis zu 74 Prozent weniger Strom als ein vergleichbares Gerät vor 15 Jahren. Bei Waschmaschinen und Geschirrspülern ist die – bis zur Einführung des neuen EU-Energie-labels im Dezember 2010 – beste Energieeffizienzklasse A Marktstandard geworden. Unsere sparsamsten Waschmaschinen und Wäschetrockner verbrauchen bis zu 50 Prozent weniger Strom als für die Energieeffizienzklasse A erforderlich, unsere Geschirrspüler mit der mehrfach ausgezeichneten Zeolith-Technologie liegen 30 Prozent unter dem Verbrauch von Geräten der Energieeffizienzklasse A. Auch den Wasserverbrauch unserer Geräte konnten wir in den vergangenen 15 Jahren deutlich reduzieren: Bei Geschirrspülmaschinen beispielsweise um bis zu zwei Drittel. Unsere effizientesten Spülmaschinen benötigen heute nur noch 6,5 Liter Wasser pro Spülgang.

Diese jeweils sparsamsten Geräte bei Kühl- und Gefriergeräten, Waschmaschinen, Wäschetrocknern und Geschirrspülern haben wir deshalb zu einem „Portfolio der supereffizienten Hausgeräte“ zusammengefasst. Den Absatz dieser Geräte haben wir 2010 im Vergleich zum Vorjahr europaweit um 70 Prozent gesteigert. 2010 betrug der Anteil supereffizienter Geräte bereits 26 Prozent am Gesamtabsatz der betrachteten Produktgruppen in Europa (2009: 15 Prozent), der Umsatzanteil dieser Geräte lag sogar bei 30 Prozent. Unsere 2010 in Europa verkauften Geräte des Supereffizienz-Portfolios führen zu einer Stromeinsparung von rund 1,9 Mrd. Kilowattstunden – gerechnet über die durchschnittliche Nutzungsdauer der Geräte. Weitere Informationen zu den Berechnungsgrundlagen finden Sie unter [www.bsh-group.de](http://www.bsh-group.de)

Alle von der BSH 2010 in Europa produzierten und auf den Markt gebrachten Geschirrspüler gehörten der Energieeffizienzklasse A an. Davon waren 28 Prozent sogar um bis zu 30 Prozent sparsamer als für die Energieklasse A gefordert. Bei den Waschmaschinen sind sogar 96 Prozent um bis zu 50 Prozent effizienter als die Energieeffizienzklasse A. Der supereffiziente Wärmepumpentrockner, der bis zu 50 Prozent sparsamer als Energieeffizienzklasse A ist, hat bereits einen Anteil von 25 Prozent (Vorjahr: 17 Prozent).

Zum 20. Dezember 2010 hat die Europäische Union das Energielabel modifiziert, um eine stärkere Differenzierung im Spitzenbereich zu ermöglichen. Für Kältegeräte, Waschmaschinen und Geschirrspüler wurden bis zu drei neue Energieeffizienzklassen (A+, A++ und A+++) eingeführt. Auch Informationen über die Jahresverbrauchswerte zu Energie und Wasser sowie über die Geräuschemissionen eines Gerätes weisen die neuen Label aus. Die Kennzeichnung durch die Hersteller erfolgt zunächst auf freiwilliger Basis, ab Ende 2011 verpflichtend. BSH Geräte der besten Energieeffizienzklassen sind bereits in allen drei Produktkategorien auf dem Markt.

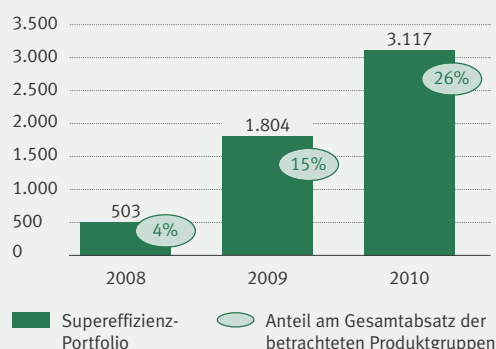
## Reduktion des Energie- und Wasserverbrauchs 1995 bis 2010 In Prozent<sup>\*)</sup>



<sup>\*)</sup> Vergleich der nach Normprogramm ermittelten Verbrauchswerte unserer besten Geräte (Bosch und Siemens) aus 2010 mit den nach Normprogramm ermittelten Verbrauchswerten vergleichbarer Geräte (Bosch und Siemens) aus dem Jahr 1995.

## Absatz unserer supereffizienten Geräte

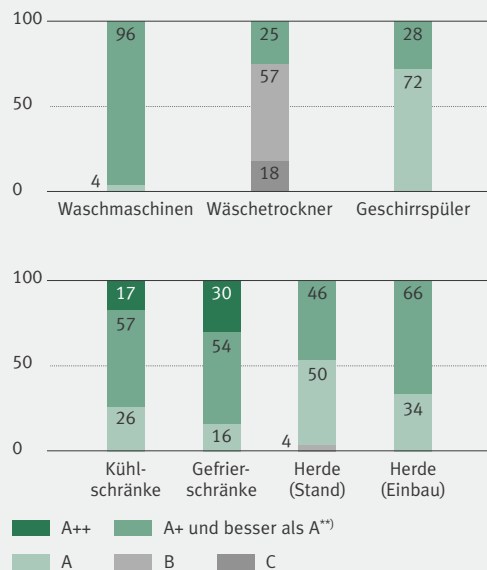
Absatz Europa<sup>\*)</sup> in Tsd. Stück



<sup>\*)</sup> EU, Kroatien, Norwegen und Schweiz

## Energieeffizienzklassen 2010

Anteile in Prozent<sup>\*)</sup>

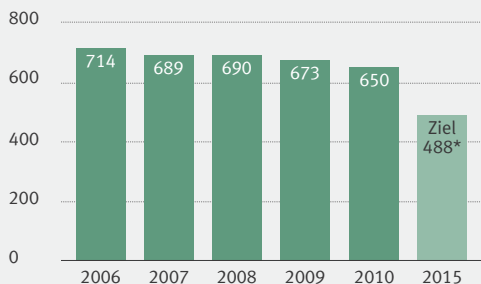


<sup>\*)</sup> Maßgebend für die Prozentangaben zu den einzelnen Energieeffizienzklassen sind die Produktionszahlen der europäischen BSH Fabriken (inkl. Türkei und Russland) im Jahr 2010.

<sup>\*\*)</sup> Hier erfassen wir Kältegeräte der Kategorie A+ und andere Hausgeräte, die die Vorgaben der Energieeffizienzklasse A um mindestens 10% übertreffen.

### Energieeinsatz

Je Tonne Produkt in kWh



\*) Senkung des spezifischen Energieverbrauchs um 25 Prozent bis 2015

### Wassernutzung

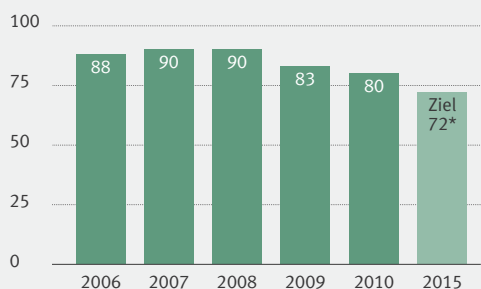
Je Tonne Produkt in m³



\*) Senkung des spezifischen Wasserverbrauchs um 25 Prozent bis 2015

### Abfälle

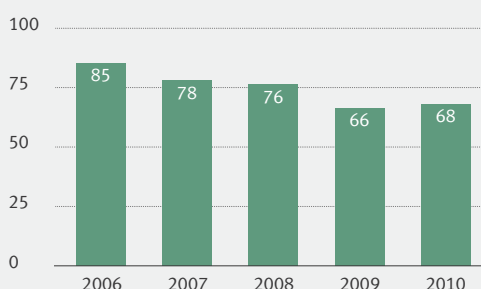
Je Tonne Produkt in kg



\*) Senkung des spezifischen Abfallaufkommens um zehn Prozent bis 2015

### VOC-Emissionen

In Tonnen



### Energieeinsatz

Der Gesamtenergieverbrauch betrug im Berichtsjahr 850 Gigawattstunden (GWh) und lag damit 6,5 Prozent über dem Vorjahreswert von 798 GWh. Der Anteil elektrischer Energie betrug wie im Vorjahr 54 Prozent. Der Verbrauch von Erdgas, das überwiegend für Heizung und Prozesswärme eingesetzt wird, stieg 2010 um sieben Prozent. Der Gasanteil am Energieverbrauch betrug wie im Vorjahr 32 Prozent. 14 Prozent des Energiebedarfs wurden durch Fernwärme abgedeckt, 21 Prozent davon stammten aus regenerativer Biomasse. Der spezifische Energieverbrauch konnte mit 650 Kilowattstunden (kWh) pro Tonne Produkt gegenüber 2009 um 3,4 Prozent verbessert werden. Der Zielwert für 2010 von 684 kWh/t Produkt wurde damit deutlich unterschritten.

### Wassernutzung

Der absolute Wasserbedarf stieg 2010 aufgrund erhöhter Produktion um drei Prozent auf 1,61 Mio. Kubikmeter (m³). 67 Prozent (Vorjahr: 66 Prozent) des Frischwassers bezogen die Fabriken aus dem öffentlichen Netz, 33 Prozent stammten aus eigener Trinkwasserförderung (Vorjahr: 34 Prozent). Das Abwasser aus Produktionsprozessen – 35 Prozent des gesamten Abwassers der Fabriken – wird einer chemisch-physikalischen Vorbehandlung unterzogen. 28 Prozent des Gesamtabwassers wurden gereinigt in oberflächennahe Gewässer eingeleitet, der größere Anteil von 72 Prozent wurde kommunalen Kläranlagen zugeführt. Der spezifische Wasserverbrauch pro Tonne Produkt verringerte sich gegenüber dem Vorjahr um 6,6 Prozent auf 1,23 m³ pro Tonne Produkt. Der Zielwert für 2010 von 1,30 m³ pro Tonne Produkt wurde unterschritten.

### Abfälle

Die Abfallmenge im Konzern stieg um sechs Prozent auf 105.000 Tonnen, die spezifische Kennzahl verringerte sich jedoch um 3,6 Prozent auf 80 kg Abfall pro Tonne Produkt. Die getrennte Sammlung von Papier und Kartonagen, Kunststoffen und Folien, Glas, Holz und Metallabfällen ist in allen Fabriken Standard. So können 92 Prozent der Gesamtabfallmenge wiederverwertet werden. Der Anteil an gefährlichen Abfällen lag 2010 bei zwei Prozent des Gesamtabfallaufkommens. Die spezifische Kennzahl verringerte sich im vergangenen Jahr auf 80,3 kg Abfall pro Tonne Produkt. Der Zielwert von 79 kg pro Tonne Produkt wurde 2010 knapp überschritten.

### Emissionen

Die Freisetzung flüchtiger organischer Stoffe (VOC) ist wegen des überwiegenden Einsatzes von Pulverlacken, wässrigen Lacksystemen und vorbeschichteten Blechen gering. 2010 stiegen die VOC-Emissionen aufgrund der erhöhten Produktion erstmals wieder um zwei Tonnen (drei Prozent) auf 68 Tonnen. Schwefeldioxidemissionen resultieren aus dem Schwefelgehalt fossiler Energieträger und werden angesichts des überwiegenden Einsatzes von schwefelarmem Gas und Heizöl nicht gesondert erfasst. Stickoxidemissionen sind durch Heiztechnik beeinflussbar und infolge optimierter Feuerungsanlagen mit gemessenen 42 Tonnen im Jahr 2010 äußerst gering. Der produktionsbedingte Ausstoß von CO<sub>2</sub> an den Standorten wird auf Seite 28 dargestellt (Scope 1).

### Verkehrsaufkommen und Distributionslogistik

Nach der Wirtschaftskrise nahm die Weltwirtschaft 2010 wieder Fahrt auf. Die starke Nachfrage der Kunden führte in manchen Regionen sogar zu Engpässen auf dem Transportmarkt. Dank der in den vergangenen Jahren umgesetzten Infrastrukturprojekte konnte die BSH jedoch entsprechend flexibel reagieren und die Warentransporte zu Kunden zugleich möglichst umweltverträglich gestalten. Schwerpunkt aller strategischen Transportkonzepte war auch 2010, die verschiedenen Verkehrsträger optimal zu verknüpfen und möglichst viele Transporte von der Straße auf die Schiene oder auf das Schiff zu verlagern. Dadurch wurde das für 2010 gesetzte Ziel erreicht: Die BSH konnte den Lkw-Anteil am gesamten Transportvolumen auf unter 50 Prozent reduzieren. Den europaweit stark rückläufigen Einzelwagenverkehr der Bahnunternehmen kompensiert die BSH gemeinsam mit strategischen Partnern durch den Ausbau mehrerer Containerterminals mit eigener Bahnanbindung. Der Ganzzugverkehr zwischen Deutschland und den Standorten in Polen, der Türkei, Frankreich und Russland wird kontinuierlich ausgebaut. So konnte der Bahnanteil am Transportaufkommen 2010 um zwei Prozent auf 36 Prozent erhöht werden und liegt nun mehr als 50 Prozent über dem EU-Durchschnitt. Allein durch den Ausbau des BSH Containerterminals im baden-württembergischen Giengen und den Ganzzugverkehr zwischen Deutschland und Polen lassen sich jährlich fast 3.000 Tonnen CO<sub>2</sub>-Emissionen einsparen.

### Fuhrpark

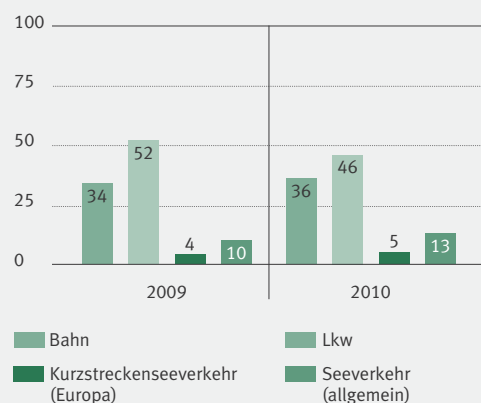
Um Lärm- und Schadstoffemissionen aus dem Lkw-Transport in Deutschland zu reduzieren, gilt bei der BSH „Euro-Norm II und besser“ seit 2001 als Standard. 2009 übertrafen erstmals alle im Fuhrpark der BSH Spediteure eingesetzten Lastwagen die Anforderungen an die Euro-Norm II. 2010 stieg der Anteil an Fahrzeugen mit Euro-Norm IV oder V auf 88 Prozent (Vorjahr: 79 Prozent) und übertrifft damit den deutschlandweiten Durchschnitt, der bei 66 Prozent liegt. Seit 2009 koordiniert die Logistik der BSH neben dem Transport der Produkte auch die Versorgung der Werke mit Produktionsmaterialien. Ein- und ausgehende Sendungen können so optimal miteinander verknüpft werden. Weil auch die Produktionsmaterialien von der besonders umweltfreundlichen Flotte der BSH Spediteure befördert werden, können die CO<sub>2</sub>-Emissionen zusätzlich gesenkt werden.

### Transportverpackungen

Um Verpackungen und Geräte auf die unterschiedlichen Anforderungen insbesondere bei Langstreckentransporten auszurichten, werden Transportbedingungen wie Vibrationen oder Ladeprozesse unter realen Verhältnissen aufgezeichnet und im Labor simuliert. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse fließen in das Verpackungskonzept ein. Zudem haben die Abmessungen der verpackten Geräte einen erheblichen Einfluss auf die Auslastung des Frachtraums und können somit zur Vermeidung von Verkehr beitragen. Da sich jedes Verpackungskonzept neben den simulierten Transportbedingungen auch an diesen transportoptimalen Packstückmaßen orientiert, erhalten wir die größtmögliche Transportsicherheit bei minimalem Verpackungsmaterialeinsatz. Die Anteile der eingesetzten Materialien für Transport- und Verkaufsverpackungen blieben im Wesentlichen unverändert.

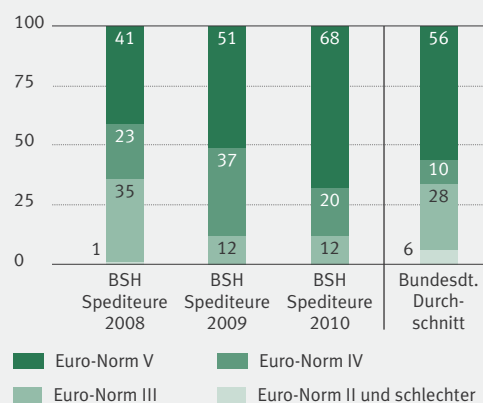
### Transportaufkommen Export

In Prozent des Gesamttransportvolumens



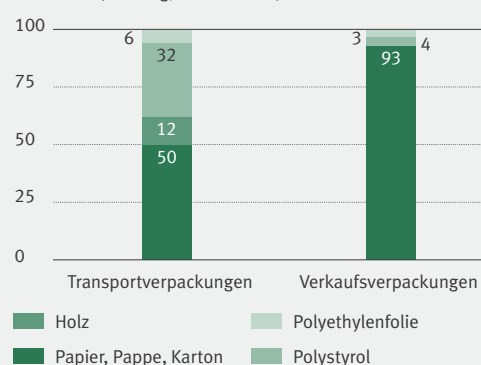
### Anteil Euro-Norm II bis V

In Prozent der eingesetzten Lkw



### Anteile Verpackungsmaterialien 2010

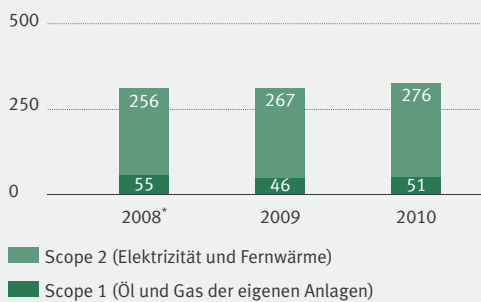
In Prozent (Basis kg, Deutschland)





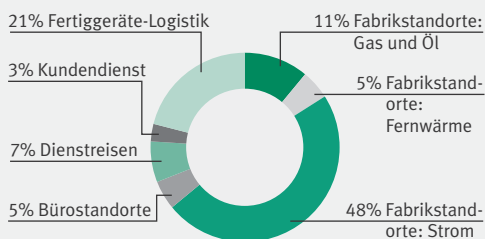
## CO<sub>2</sub>-Emissionen

In Tsd. Tonnen



\*) Daten für 2008 wegen eines Rechenfehlers korrigiert

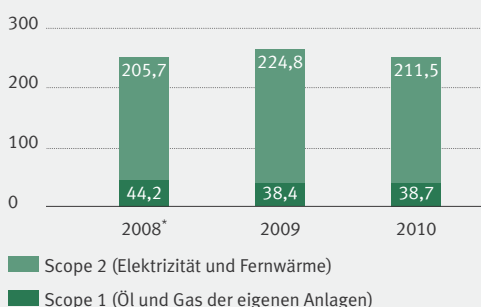
## CO<sub>2</sub>-Bilanz 2010 (Carbon Footprint)



Die CO<sub>2</sub>-Emissionen aus der Stromerzeugung beinhalten nicht die Verluste bei der Energieverteilung. Nicht im Bilanzrahmen enthalten sind die CO<sub>2</sub>-Emissionen aus der Herstellung von Gebäuden und Anlagen, der Materialien und Zulieferteile sowie deren Transporte. Die Abfallentsorgung sowie die Rücknahme und Entsorgung von Altgeräten sind ebenso nicht bilanziert.

## Spezifische CO<sub>2</sub>-Emissionen

In kg je Tonne Produkt



\*) Daten für 2008 wegen eines Rechenfehlers korrigiert

## Carbon Footprint

Den sogenannten Carbon Footprint ermittelt die BSH seit 2006 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 CO<sub>2</sub>-Emissionen eines Unternehmens: die direkten Emissionen aus dem Öl- und Gasverbrauch (Scope 1) sowie die indirekten Emissionen aus dem Strom- und Fernwärmeverbrauch der Produktions- und Bürostandorte (Scope 2). Die standortspezifischen CO<sub>2</sub>-Emissionswerte für den Verbrauch von Strom und Fernwärme werden beim Energieversorgungsunternehmen erfragt. Emissionen aus dem „Corporate Value Chain Standard“ (Scope 3), der 2011 erstmals veröffentlicht wird, sind noch nicht berücksichtigt. Eine Ausnahme sind die indirekten Emissionen aus Tätigkeiten, die im unmittelbaren Einflussbereich der BSH liegen wie Geschäftsreisen, Kundendienstaktivitäten und Warentransporte zu den Kunden.

Der BSH Carbon Footprint 2010 beträgt 475.000 Tonnen CO<sub>2</sub>. Rund elf Prozent sind direkte Emissionen und stammen aus dem Öl- und Gasverbrauch der BSH Fabriken. 58 Prozent sind indirekte Emissionen, die aus dem Stromverbrauch der Produktions- und Bürostandorte sowie dem Fernwärmebezug resultieren. Rund zehn Prozent werden durch Reisetätigkeiten und Kundendienstfahrten verursacht. Die Warenverteilung durch die Logistik hat einen errechneten Anteil von 21 Prozent.

## Verkehrsbedingte CO<sub>2</sub>-Emissionen

Die aus Reisetätigkeiten resultierenden CO<sub>2</sub>-Daten beinhalten Flugreisen, Dienstreisen mit Pkw und Bahn sowie Fahrten mit Vertriebs- und Kundendienstfahrzeugen. 28 Prozent der CO<sub>2</sub>-Emissionen resultieren aus Flugreisen, 71 Prozent aus Pkw-Dienstreisen und Kundendiensttechnikerfahrten und ein Prozent aus Bahnreisen. Die Pkw-Geschäftsreisen des Kundendienstes und des Vertriebs sowie die sonstigen Dienstreisen erfolgen überwiegend mit Miet- und Leasingfahrzeugen. Der Fertigergerätetransport durch die Logistik bezieht sich auf die Distanz zwischen den Produktionsstandorten und den BSH Kunden. Die Daten für diese Scope-3-Bilanzierung wurden aus gesicherten regionalen Erfassungen (Deutschland und Europa) hochgerechnet. Für den weltweiten Warentransport per Lkw, Bahn, Binnenschiff und Schiff zu den Kunden ergeben sich CO<sub>2</sub>-Emissionen von insgesamt 102.000 Tonnen. Diese Menge leitet sich aus einer Hochrechnung aus gemittelten Entfernungen der Verkehrsträger ab.

## Spezifischer Carbon Footprint

Die spezifische BSH Kennzahl – das heißt, der auf die Produktionsmenge bezogene CO<sub>2</sub>-Ausstoß (Scope 1 und Scope 2) liegt bei 250 kg CO<sub>2</sub> je Tonne Produkt (Vorjahr 263 kg). Einem 60 kg schweren Hausgerät können so durchschnittlich rund 15 kg CO<sub>2</sub>-Emissionen aus den Tätigkeiten der BSH zugerechnet werden. Bezogen auf die direkten CO<sub>2</sub>-Emissionen aus dem Gas- und Heizölverbrauch an den Produktions- und Entwicklungsstandorten (nur Scope 1) liegt der spezifische Wert bei 38,7 kg CO<sub>2</sub> pro Tonne Produkt und damit auf vergleichbarem Niveau wie im Vorjahr.

Input-Ströme		2008	2009	2010	Einheiten
<b>A</b>	<b>Anlagegüter</b>				
I.	<b>Boden</b>	4.931.140	4.452.487	4.431.365	m <sup>2</sup>
1.	Überbaute Fläche	2.070.458	1.989.401	1.928.949	m <sup>2</sup>
2.	Unbebaute Fläche	2.860.682	2.463.086	2.502.416	m <sup>2</sup>
II.	<b>Bebauungsgrad</b>	42	45	44	%
<b>B</b>	<b>Umlaufgüter</b>				
I.	<b>Stoffe mit Umweltrelevanz</b>				
1.	Rohstoffe) <sup>1</sup>	702.502	770.756	786.177	t
2.	Hilfsstoffe) <sup>2</sup>	17.614	15.390	16.000	t
3.	Betriebsstoffe) <sup>3</sup>	3.241	3.640	3.012	t
II.	<b>Energie</b>	859.224	797.875	849.770	MWh
1.	Elektrische Energie	451.032	434.282	455.801	MWh
2.	Leichtes Heizöl	860	3.086	3.754	MWh
3.	Gas	313.068	255.677	273.397	MWh
4.	Sonstige (Fernwärme, Holz etc.)	94.264	104.830	116.818	MWh
III.	<b>Wasser</b>	1.711.432	1.559.829	1.605.636	m <sup>3</sup>
1.	aus öffentlichem Netz	963.262	1.033.350	1.083.464	m <sup>3</sup>
2.	aus eigener Förderung	748.170	526.479	522.172	m <sup>3</sup>
<b>Output-Ströme</b>					
<b>A</b>	<b>Produkte</b>				
I.	<b>Produkte (Anzahl)</b>	41.251	40.491	44.746	Tsd. Stck.
II.	<b>Produkte (Tonnage)</b>	1.245	1.186	1.307	Tsd. t
III.	<b>Verpackungen</b>	81.698	77.314	86.671	t
<b>B</b>	<b>Abfälle</b>	112.125	98.738	104.963	t
I.	<b>Abfälle zur Beseitigung</b>	9.362	7.788	8.086	t
	davon gefährliche Abfälle	1.965	2.112	2.227	t
II.	<b>Abfälle zur Verwertung</b>	102.763	90.950	96.877	t
III.	<b>Verwertungsanteil</b>	92	92	92	%
<b>C</b>	<b>Abwasser</b>	1.389.662	1.369.011	1.426.287	m <sup>3</sup>
I.	davon Direkteinleitung	582.695	579.952	402.251	m <sup>3</sup>
II.	davon Indirekteinleitung	806.967	789.059	1.024.036	m <sup>3</sup>
III.	<b>Abwasser, behandelt in Neutralisationsanlagen</b>	517.438	439.055	494.877	m <sup>3</sup>
<b>D</b>	<b>Dampf-/gasförmige Emissionen</b>				
I.	<b>Organische Stoffe</b>	76	66	68	t
1.	Flüchtige organische Stoffe (VOC)	76	66	68	t
II.	<b>Anorganische Stoffe</b>	55.069	45.606	50.574	t
1.	Stickstoffoxide	54	46	42	t
2.	Kohlendioxid <sup>4</sup>	55.015	45.560	50.532	t

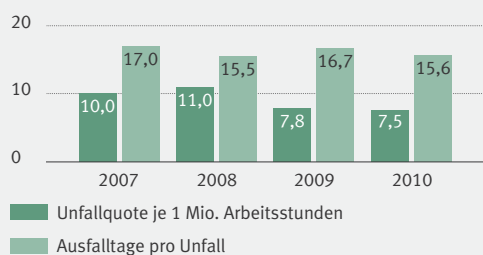
<sup>1</sup> Metalle (Stahl, Kupfer) und Kunststoffgranulate<sup>2</sup> Lacke, Emaille<sup>3</sup> Öle, Emulsion, Lösungsmittel, Säuren, Laugen<sup>4</sup> Ohne elektrische Energie, Fernwärme und Transport

Die Darstellung der Input-Output-Ströme umfasst alle Standorte und Fabriken, an denen die BSH im Berichtsjahr (Stichtag 31.12.2010) produzierte. In der Statistik 2010 ist die neue Montagelinie für Waschmaschinen am Standort St. Petersburg (Russland), die im Juli 2010 in Betrieb ging, noch nicht enthalten. Anhand der Input-Output-Bilanz erfasst die BSH alle umweltrelevanten Stoff- und Energieströme, die unsere Werkstore passieren. So werden alle wesentlichen Umweltaspekte der Tätigkeiten an den BSH Standorten zahlenmäßig dargestellt. Die kontinuierliche

und strukturierte Erfassung der umweltrelevanten Daten ist eine wesentliche Voraussetzung, um Verbesserungspotenziale aufzuzeigen. Aus den Gesamtmengen werden spezifische Kennzahlen gebildet, indem Verbrauch und Emissionen auf die produzierte Gerätetonnage umgerechnet werden. 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

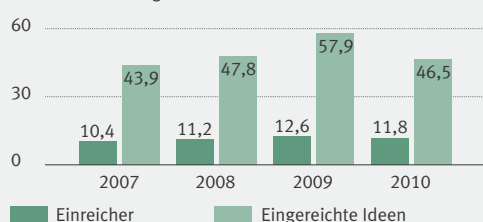


### Arbeitssicherheit

Die BSH erfasst das Unfallgeschehen seit 2000 nach einheitlichen, zentral vorgegebenen Kriterien: Berichtet werden Unfälle, die sich während der Arbeit in den Fabriken ereignen und zu mindestens einem unfallbedingten Ausfalltag führten. Die Quote der Unfälle je einer Million Arbeitsstunden – als Kennzahl für die Unfallhäufigkeit – ist gegenüber dem Vorjahr weiter gesunken. Reduziert hat sich auch die durchschnittliche Ausfallzeit je Unfall als Maß für die Unfallschwere. Zunehmende Bedeutung für die Unfallprävention gewinnt die Erfassung und Auswertung von Beinahe-Unfällen und gefährlichen Situationen. Seit 2007 werden auch Unfälle von Mitarbeitern, die bei Fremdfirmen beschäftigt sind, im Rahmen der BSH Arbeitsschutzstatistik gesondert erfasst, so dass Arbeitssicherheit und Unfallprävention auch bei unseren Dienstleistern stärkere Berücksichtigung finden. Die ermittelten Kennzahlen dienen der Festlegung von Zielgrößen und damit der Steuerung von Maßnahmen im Rahmen der Arbeitsschutzmanagementsysteme, die in den Fabriken gemäß OHSAS 18001 eingerichtet sind. Im Berichtsjahr kam es zu keinem tödlichen Arbeitsunfall.

### Betriebliches Vorschlagswesen

Einreicher und eingereichte Ideen in Tsd.

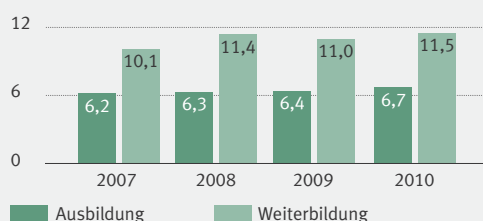


### Betriebliches Vorschlagswesen

Das betriebliche Vorschlagswesen der BSH (top-idea) war 2010 in 15 Ländern etabliert. 11.793 Mitarbeiter reichten 46.517 top-ideen ein. Damit beteiligten sich 33 Prozent aller 36.048 Mitarbeiter, die Zugang zum betrieblichen Vorschlagswesen haben, mit durchschnittlich 1,29 Ideen aktiv an top-idea. 53 Prozent aller Ideen wurden positiv abgeschlossen. Seit 2004 liegt die Quote der umsetzungsfähigen Verbesserungsvorschläge über 50 Prozent. Aus allen Ideen der vergangenen zehn Jahre ergab sich ein jährlicher Nettonutzen von über 200 Mio. Euro für die BSH.

### Aufwand für Aus- und Weiterbildung

In Mio. Euro

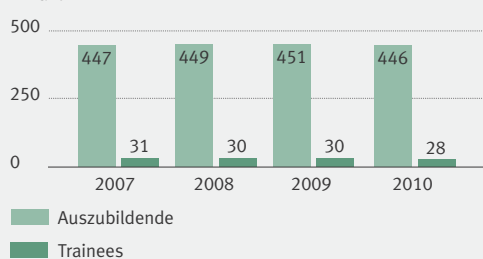


### Aus- und Weiterbildung

Leistungsfähige und motivierte Mitarbeiter sowie eine exzellente Führung sind elementare Grundlagen für die Sicherung des Unternehmenserfolgs. Umfassende Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen ermöglichen der BSH, die für das Unternehmen am besten geeigneten Mitarbeiter zu finden, zu binden und zu fördern. Ein Schwerpunkt war 2010 der Ausbau des bedarfsorientierten Qualifizierungsprogramms. Die Investitionen in Aus- und Weiterbildung beliefen sich 2010 deutschlandweit auf insgesamt 18,2 Mio. Euro (Vorjahr: 17,4 Mio. Euro).

### Auszubildende und Trainees\*)

Anzahl



\*) nur Deutschland

### Berufseinstieg nach Maß

Mit unseren Einstiegsprogrammen bieten wir engagierten Schulabgängern und Hochschulabsolventen einen „Einstieg nach Maß“ mit vielfältigen Möglichkeiten für den Berufsstart. 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 um. 2010 erlernten weltweit 770 Auszubildende einen Beruf bei der BSH (Vorjahr: 735). Engagierten Abiturienten ermöglicht die BSH ein Studium an einer Dualen Hochschule. Verschiedene spezifische Traineeprogramme, die Hochschulabsolventen gezielt auf spätere Fach-, Führungs- und Projektaufgaben vorbereiten, runden das Portfolio der Einstiegsprogramme ab.



## BSH Academy

In den letzten zehn Jahren haben mehr als 90.000 Teilnehmer an Trainings der BSH Academy Corporate teilgenommen. Insgesamt wurden in dieser Zeit 5.440 Präsenztrainings sowie 50.000 webbasierte Trainings durchgeführt. Das Qualifizierungsprogramm der BSH Academy ist über eine Lernplattform in den Konzernsprachen Deutsch und Englisch weltweit für die Mitarbeiter verfügbar. Zur kontinuierlichen Verbesserung der Führungsqualität wurde das 2009 gestartete internationale Qualifizierungsprogramm für Führungskräfte 2010 weltweit implementiert. Das Programm basiert auf den Führungsgrundsätzen und dem BSH Kompetenzmodell und ist praxisorientiert aufgebaut. 2010 haben weltweit 11.209 Teilnehmer ein webbasiertes Compliance Training abgeschlossen. Trainings zu Compliance sind in elf Sprachen verfügbar.

## Mitarbeiterstruktur und Beschäftigung

Das Durchschnittsalter unserer Beschäftigten weltweit ist 2010 auf 38,1 Jahre gesunken (Vorjahr 38,6). Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit hat sich marginal auf 10,5 Jahre verringert. Besonders hoch ist sie mit fast 17 Jahren in Deutschland, gefolgt von Österreich mit 14 Jahren. Insgesamt wurden 2010 rund 3.200 Mitarbeiter aufgebaut. Die Zahl der Auszubildenden und Trainees lag 2010 bei weltweit 798 (Vorjahr: 765).

## Internationalisierung

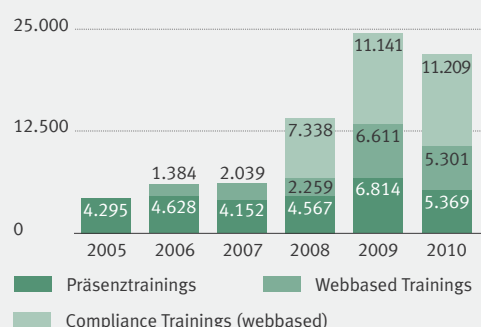
Die Zunahme weltweiter Mitarbeiterereinsätze unterstützt unverändert die Internationalisierung der BSH. Zum 31.12.2010 waren 199 deutsche Expatriates (Vorjahr: 194) in 32 verschiedenen Ländern sowie 86 Inbounds an deutschen BSH Standorten (Vorjahr: 71) tätig. Zudem gab es wie im Vorjahr 25 Cross-Country-Transfers, das heißt Entsendungen zwischen ausländischen Standorten. Insgesamt haben 17 Länder Mitarbeiter entsandt. Internationale, konzernweite Nachwuchspools dienen dazu, weltweit geeignete Potenzialträger gezielt zu erkennen und zu fördern. Der International Executive Pool (IEP) besteht beispielsweise aus 97 Nachwuchsführungskräften aus insgesamt 18 Ländern.

## Beruf und Familie

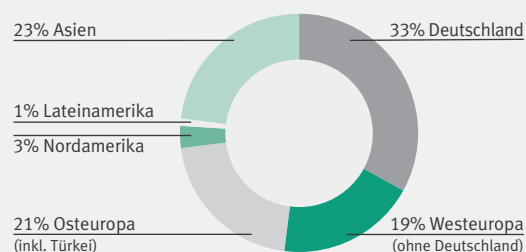
Flexible Arbeitszeitmodelle sind in 19 der 21 größten BSH Gesellschaften und damit für 99 Prozent der Mitarbeiter eingeführt. Diese bieten gute Voraussetzungen, Beruf und Familie zu vereinbaren – ein Thema, das nicht nur für Frauen, sondern auch für Männer immer wichtiger wird. In den 21 größten BSH Gesellschaften ist Teilzeitarbeit für rund 73 Prozent der BSH Mitarbeiter möglich, Telearbeit können rund 61 Prozent der BSH Mitarbeiter in acht Ländern nutzen. In Deutschland liegt die Teilzeitquote bei 9,9 Prozent, weltweit bei rund fünf Prozent. Rund 99 Prozent der BSH Mitarbeiter in den 21 größten Gesellschaften haben die Möglichkeit, Elternzeit oder vergleichbare Instrumente in Anspruch zu nehmen.

## BSH Academy

Anzahl Teilnehmer



## Mitarbeiter nach Regionen 2010



Stand: 31.12.2010

## Überblick Mitarbeiterleistungen 2010

	Anteil der Mitarbeiter in Prozent <sup>*)</sup>	
	2009	2010
<b>Flexible Arbeitszeitmodelle:</b>		
Gleitzeitarbeit	96,6	98,1
Telearbeit/Home Office	65,5	61,4
Teilzeit	77,5	72,9
Elternzeit	95,8	99,2
Sabbatical	13,6	13,3
Vertrauensarbeitszeit	31,9	31,5
<b>Soziale Grundsicherung</b>		
Staatliche Grundsicherung	97,2	98,4
Betriebliche Altersvorsorge	70,3	73,7
Zusätzliche freiwillige Krankenversicherung	68,7	70,7
Weitere freiwillige Leistungen	93,6	96,0
Programme zur Gesundheitsvorsorge	96,4	93,6
Betriebsarzt	94,0	89,1

<sup>\*)</sup> Abdeckungsgrad: Die Zahlen betreffen die 21 größten BSH Gesellschaften, das heißt 99 Prozent der Gesamtmitarbeiterzahl.

## Chancengleichheit

Von den rund 42.800 Mitarbeitern der BSH sind ca. 29 Prozent weiblich. Ihnen gleiche Chancen wie Männern einzuräumen, ist ein Grundsatz der BSH und gelebte Praxis. Der Frauenanteil im mittleren und oberen Management liegt an deutschen Standorten derzeit bei durchschnittlich 13 Prozent. Bei Neueinstellungen dürfen Bewerber nicht aufgrund ihres Geschlechts, 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 2004. Die Beschäftigungsquote für Schwerbehinderte liegt an deutschen Standorten bei 5,7 Prozent.

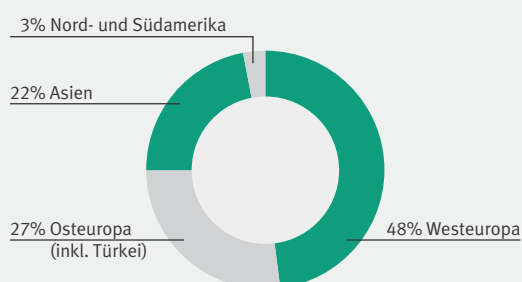
## Soziale Grundsicherung

In den Ländern, in denen die BSH tätig ist, orientiert sich die Vergütung der Mitarbeiter grundsätzlich an den jeweiligen Markteinkommen und an den rechtlichen Rahmenbedingungen. Freiwillige soziale Leistungen sind nicht konzernweiter Standard, sondern hängen von den regionalen Anforderungen und Vorgaben ab. So hat die BSH in Deutschland beispielsweise eine betriebliche Altersversorgung, das sogenannte Pensionskapital. Insgesamt werden hieraus derzeit 43 Mio. Euro an Firm pensions an ehemalige BSH Mitarbeiter bezahlt. Darüber hinaus bietet die BSH attraktive Möglichkeiten der mitarbeiterfinanzierten betrieblichen Altersversorgung sowie der Vergabe von Darlehen an Mitarbeiter, Jubiläumszahlungen sowie Sonderurlaube.

## Spenden und Sponsoring

Der BSH Katastrophenhilfe e.V. wurde 1999 gegründet und ist weltweit tätig. Seither haben die BSH Mitarbeiter und das Unternehmen insgesamt rund 1,3 Mio. Euro für Menschen in Katastrophengebieten gespendet. Im vergangenen Jahr galt die Unterstützung schwerpunktmäßig der Hilfe für die Erdbebenopfer auf Haiti und den Opfern der Flutkatastrophe in Pakistan sowie unserem langfristigen Tsunamihilfsprojekt, dem Kinderheim „Sahana Nivasa“ auf Sri Lanka. Die BSH Standorte und Tochtergesellschaften sind darüber hinaus in zahlreichen lokalen Projekten engagiert und spenden unter anderem auch Produkte für soziale Zwecke. Die BSH selbst fördert vor allem Maßnahmen, um Jugendliche für die Bedeutung von Klimaschutz und Ressourceneffizienz zu sensibilisieren. Dazu gehörte 2010 beispielsweise die Unterstützung eines Unterrichtsprojekts zum Thema Nachhaltigkeit. Insgesamt hat die BSH in Deutschland im Berichtszeitraum für Geld- und Sachspenden rund 250.000 Euro ausgeben.

## Einkauf von Fertigungsmaterial nach Regionen



## Lieferkette

Weltweit kauft die BSH jährlich für mehr als vier Mrd. Euro Fertigungsmaterialien ein. Grundsätzlich gilt das Prinzip „Einkauf vor Ort“: An allen Standorten, auch in China, Osteuropa und Amerika, beziehen wir den überwiegenden Anteil unserer Materialien von lokalen Lieferanten. Seit 2007 ist der Code of Conduct für BSH Lieferanten Bestandteil der Lieferantenverträge und verpflichtet alle Zulieferer, nach den Grundsätzen der BSH zu handeln. Er fußt auf dem Global Compact der Vereinten Nationen sowie den Konventionen der International Labour Organization (ILO). Unsere Vorzugslieferanten für Produktionsmaterial (A- und B-Lieferanten), die für mehr als 95 Prozent unseres gesamten Einkaufsvolumens stehen, haben eine entsprechende Verpflichtungserklärung unterzeichnet.

Ziele 2010 <sup>*)</sup>	Zielerreichung 2010	Ziele 2011
<b>Nachhaltigkeitsmanagement</b>		
■ Materialitätsanalyse (Analyse der Themen, die für das Nachhaltigkeitsmanagement wesentlich sind)	■ Umgesetzt	■ Implementierung einer unternehmensspezifischen Nachhaltigkeitsstrategie
<b>Umweltmanagement</b>		
■ Durchführung zentraler Audits an fünf Standorten	■ Erreicht, sechs Standorte	■ Durchführung zentraler Audits an fünf Standorten
■ ISO 14001-Zertifizierung des Standorts St. Petersburg	■ Auf September 2011 verschoben	■ ISO 14001-Zertifizierung des Standorts St. Petersburg
■ Datenqualität der CO <sub>2</sub> -Bilanzierung von Warentransport, Kundendienst und Bürostandorten weiter verbessern	■ Erreicht bei Warentransport und Kundendienst; Bürostandorte auf 2011 verschoben	■ Verbesserung der Datenqualität für Bürostandorte und eigene Lager
<b>Standortbezogener Umweltschutz</b>		
■ Senkung des spezifischen Energie- und Ressourcenverbrauchs gemäß BSH Zielen (2005–2010): – Zielwert Energie: 684 kWh/t (-3% pro Jahr) – Zielwert Wasser: 1,3 m <sup>3</sup> /t (-5% pro Jahr) – Zielwert Abfall: 79 kg/t (-2% pro Jahr)	■ Entwicklung des spezifischen Energie- und Ressourcenverbrauchs: – Energie: -3% (650 kWh/t) – Wasser: -7% (1,23 m <sup>3</sup> /t) – Abfall: -4% (80 kg/t)	■ Fortführung Zielwerte 2011: – Energie: 618 kWh/t (-5%) – Wasser: 1,17 m <sup>3</sup> /t (-5%) – Abfall: 78 kg/t (-2%)
■ Standortspezifische Umweltziele und Programme bei Luftreinhaltung und Klimaschutz, Boden- und Gewässerschutz, Abfallwirtschaft und Kommunikation realisieren	■ Jeweils 63% der Fabriken übertrafen die Zielvorgaben (prozentuale Reduktion) für Energie, Wasser und Abfall	■ Fortführung
<b>Produktbezogener Umweltschutz</b>		
■ EU-Produktstudien zu Eco-Design weiterhin begleiten	■ Erreicht (insbesondere zu Staubsaugern, Kaffeemaschinen und Herden)	■ Mitarbeit bei der Erarbeitung von Standards zum Recycling von Altgeräten
■ Verbrauchswerte von Hausgeräten weiter verbessern	■ Erreicht (vgl. S. 25)	■ Fortführung
■ BSH weites System zur Gefahrstoff-Deklaration entwickeln	■ Einheitliches Formular für Gefahrstoff-Deklarationen und System zur Dokumentation entwickelt und eingesetzt	■ Weiterentwicklung des internen Instruments zur Life-Cycle-Analyse (LCA) von Hausgeräten
<b>Mitarbeiter</b>		
■ Einführung von ERA (Entgeltrahmenabkommen) am Standort Berlin; Umsetzung variables Vergütungssystem (Global Performance Bonus)	■ Beide Ziele erreicht; ERA am Standort Berlin eingeführt sowie variables Vergütungssystem (Global Performance Bonus) umgesetzt	■ Kein neues Ziel für 2011
■ Fokus auf Führungskräfteentwicklung (neues Qualifizierungsprogramm, Instrumente wie „Feedback für Führungskräfte“)	■ Ziele erreicht und erfolgreich implementiert	■ Kein neues Ziel für 2011
■ Neue Version beim Learning Management System	■ Versionswechsel beim Learning Management System hat stattgefunden; Erweiterung des Funktionsumfangs wie geplant noch in Bearbeitung	■ Abschluss der Erweiterung des Funktionsumfangs beim Learning Management System
■ Weitere Maßnahmen zu den Anforderungen des demografischen Wandels erarbeiten	■ ERGO-Check weltweit mit BSH Produktionssystem ausgerollt; ERGO-Linie in Traunreut in Betrieb; Gesundheitsmanagementmaßnahmen in Realisierung	■ Weitere Maßnahmen zu den Anforderungen des demografischen Wandels erarbeiten; Schwerpunkte: Wissensmanagement, Ergonomie, Gesunderhaltung
■ Durchführung der Mitarbeiterbefragung in 22 weiteren Ländern; Begleitung von Maßnahmen aus der Mitarbeiterbefragung 2009	■ Alle 22 Länder haben an der Mitarbeiterbefragung teilgenommen; Begleitung von Maßnahmen über Monitoringtool etabliert	■ Durchführung der Mitarbeiterbefragung in 20 Ländern (28.000 Mitarbeiter); internationale Maßnahmendokumentation ■ Bedarfsgerechtes Recruiting und Entwicklung (Talentmanagement/Qualifizierung international) von Fach- und Führungskräften ■ Nachhaltige Positionierung der BSH als attraktiver Arbeitgeber ■ Strategischer Ausbau eines Diversity Managements

<sup>\*)</sup> wie im Nachhaltigkeitsbericht 2009 veröffentlicht





### Nach ISO 14001 zertifizierte Standorte

China	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Wuxi</li> <li>■ Chuzhou</li> <li>■ Nanjing</li> </ul>
Deutschland	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Bad Neustadt</li> <li>■ Berlin</li> <li>■ Bretten</li> <li>■ Dillingen</li> <li>■ Giengen</li> <li>■ Nauen</li> <li>■ Traunreut</li> </ul>
Frankreich	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Lipsheim</li> </ul>
Griechenland	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Athen</li> </ul>
Polen	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Łódź (2)</li> </ul>

Slowakei	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Michalovce</li> </ul>
Slowenien	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Nazarje</li> </ul>
Spanien	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Esquíroz</li> <li>■ Estella</li> <li>■ La Cartuja</li> <li>■ Montañana</li> <li>■ Santander</li> <li>■ Vitoria</li> </ul>
Thailand	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Kabinburi</li> </ul>
Türkei	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Çerkezköy</li> </ul>
USA	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ New Bern</li> </ul>

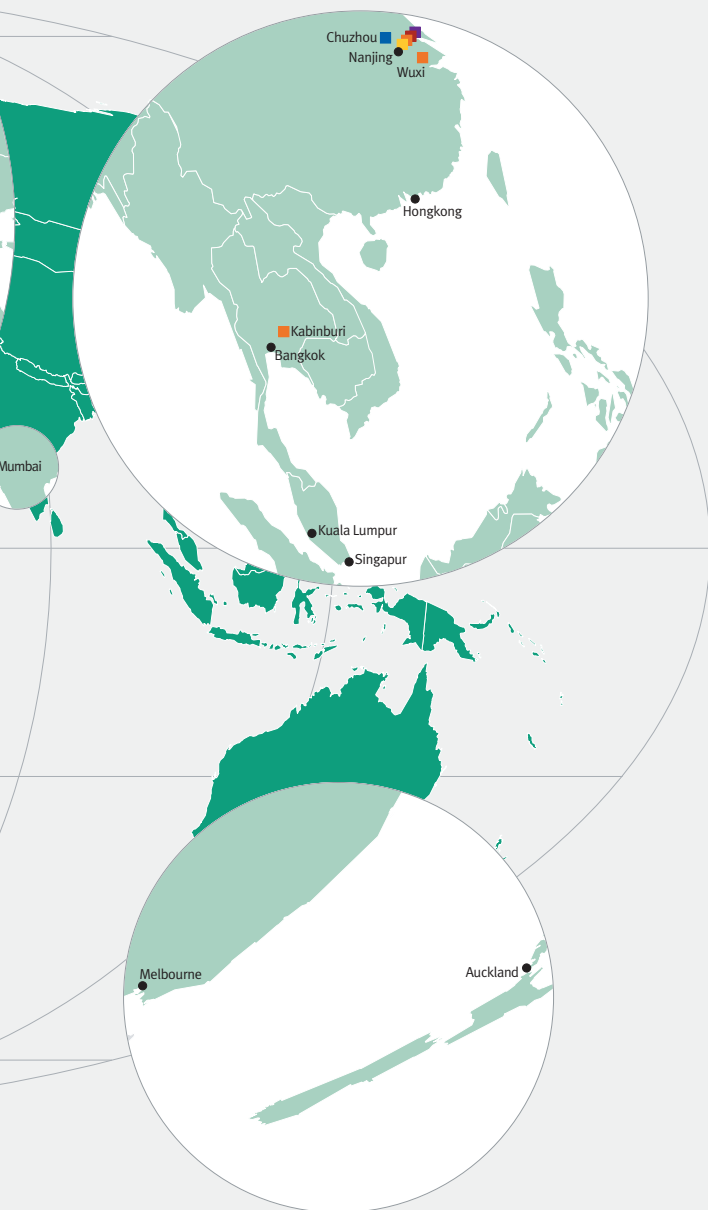
- Konzernzentrale
- Tochtergesellschaften

#### Fabriken

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

#### Flächendeckendes Vertriebs- und Kundendienstnetz

Stand: Mai 2011



### 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  
 Stephanie Reuter  
 Carl-Wery-Straße 34  
 D-81739 München  
 Telefon +49 89 45 90-22 31  
 Telefax +49 89 45 90-21 28  
 E-Mail stephanie.reuter@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 der Türkei

BSH Ev Aletleri Sanayi ve Ticaret A.S.  
 Jan Bellenberg  
 Telefon +90 282 736 66 28  
 E-Mail jan.bellenberg@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

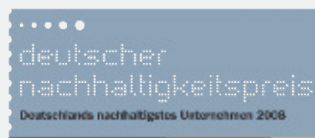
BSH Home Appliances Corporation  
 Ricky Tucker  
 Telefon +1 25 26 36-43 24  
 E-Mail ricky.tucker@bshg.com

© BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH, 2011

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



ClimatePartner   
 Dieser Bericht wurde klimaneutral gedruckt.



**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](http://www.bsh-group.de)

**Allgemeine Informationen und Bestellung folgender Berichte:**

- Konzern-Geschäftsbericht 2010
- Group Annual Report 2010
- Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft 2010
- Environmental and Corporate Responsibility 2010

Zentralbereich Unternehmenskommunikation

Telefon +49 89 45 90-28 09

Telefax +49 89 45 90-21 28

E-Mail [corporate.communications@bshg.com](mailto:corporate.communications@bshg.com)