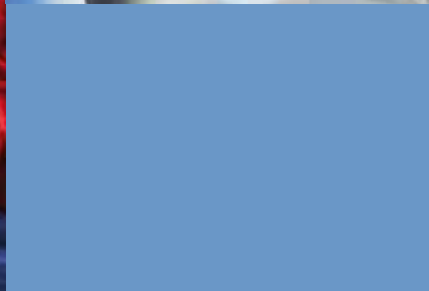


Der Mensch im Mittelpunkt

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2011



Miele

IMMER BESSER

Berichtsrahmen

Miele verfolgt den Anspruch, transparent über Handlungsfelder und Strategien in relevanten Bereichen seiner unternehmerischen Verantwortung zu berichten. Diese Informationen stehen in vollem Umfang der Öffentlichkeit zur Verfügung.

Dieser Bericht entspricht den Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI G3). Er spiegelt die für das Unternehmen wesentlichen Themen und Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung wider und berücksichtigt ausführlich die Anforderungen der Stakeholder. Zur Identifizierung der relevanten Berichtsthemen führte Miele eine Materialitätsanalyse durch. Eingeflossen sind die Ergebnisse einer Umfeldanalyse (Stakeholderbefragung) sowie die interne strategische Perspektive der Fachbereiche, die alle Themen nach ihrer Wesentlichkeit bewertete. Der Leser wird demzufolge über Lösungsansätze und Maßnahmen zur Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung des Unternehmens in den Bereichen Ökonomie, Produktverantwortung, Mitarbeiter und Gesellschaft informiert. Die Aktivitäten im Bereich Umweltschutz, ob am Standort, in der Produktentwicklung oder in der Produktion, sind wie im vorherigen Bericht im Kapitel „Produktverantwortung“ integriert. Erstmals wird über die Aktivitäten des Geschäftsbereichs Miele Professional (Gewerbegeräte) berichtet.

Die vorliegende Printversion des Berichtes kann nicht alle Informationen über die Nachhaltigkeitsaktivitäten von Miele abbilden, sondern konzentriert sich auf Erreichtes und Neuerungen im Berichtszeitraum. Auf der Website (www.miele-nachhaltigkeit.de) finden Sie die Managementansätze zu den im Bericht angesprochenen Themen, Praxisbeispiele und

konkrete Kennzahlen. Diese sind auch im separaten Zahlenwerk „Daten & Fakten“ zusammengefasst (als Print und Download).

Räumliche und zeitliche Einordnung

Bedingt durch die Umstellung der Berichterstattung von Kalenderjahr auf Geschäftsjahr umfasst der Berichtszeitraum die drei Geschäftsjahre 2007/08, 2008/09 sowie 2009/10. Letzteres endete am 30.6.2010. Falls nicht anders vermerkt, beziehen sich die Informationen auf die Miele & Cie. KG mit ihrer Tochtergesellschaft imperial Werke oHG. Eingeschlossen sind darin alle deutschen Werk- und Verwaltungsstandorte. Ergänzend wird über die internationalen Werkstandorte in Österreich (Bürmoos), der Tschechischen Republik (Uničov), China (Dongguan) und erstmalig Rumänien (Braşov) berichtet. Das letztgenannte Werk hat im Herbst 2009 seinen Betrieb aufgenommen, so dass vereinzelt erste Kennzahlen für 2009/2010 in diesem Bericht veröffentlicht werden. Eine vollständige Abbildung der Kennzahlen ist ab dem nächsten Nachhaltigkeitsbericht geplant. Erstmals wird anhand von Beispielen über die Maßnahmen von 45 internationalen Vertriebsgesellschaften (VG) berichtet. Die neu gegründete VG Indien ist noch nicht berücksichtigt – für diese VG liegen noch keine quantitativen Informationen vor; der Aufbau einer Datenerfassung ist für die Zukunft geplant.

Der fünfte Nachhaltigkeitsbericht ersetzt den Bericht aus dem Jahr 2008. Der Bericht erscheint in Deutsch und Englisch. Den zweijährigen Berichtszyklus wiederaufnehmend, erscheint der nächste Miele Nachhaltigkeitsbericht 2013. Redaktionsschluss des vorliegenden Berichts war der 31.1.2011.



Nach unserer Selbsteinschätzung erfüllen wir mit diesem Bericht die GRI-Anwendungsebene A.

Stakeholder sind vielfältige Anspruchsgruppen eines Unternehmens: Kunden, Mitarbeiter, Geschäftspartner, Nichtregierungsorganisationen, Politik und das gesellschaftliche Umfeld.



► Identifizierung der Berichtsthemen



► globalreporting.org

Starke Marke – Miele in 2009/2010

Das Familienunternehmen Miele ist in zwei strategischen Geschäftsfeldern aktiv: Miele produziert und vertreibt Geräte für den Haushalt und für gewerbliche Anwendungen. Aktuell liegen die wesentlichen ökonomischen Herausforderungen für Miele vor allem darin, nach Überwindung der weltweiten Wirtschaftskrise das Wachstum zu festigen und weiter an Dynamik zu gewinnen. Die Strategie des Familienunternehmens baut auf drei Säulen: Wachstum durch Expansion über den Aufbau von Vertriebsgesellschaften auf der ganzen Welt; Vermarktungskonzepte, die auf die Bedürfnisse der einzelnen Märkte zugeschnitten sind, und innovative, ressourcenschonende Produktentwicklungen – immer orientiert an den Kunden und ihren nationalen Nutzungsgewohnheiten.

Erreichtes

Miele im In- und Ausland

Trotz der weltweit spürbaren Auswirkungen der Finanz- und Wirtschaftskrise blieb das Unternehmen im Berichtszeitraum wirtschaftlich erfolgreich. Nach einem rezessionsbedingten Umsatzrückgang im Geschäftsjahr 2008/2009 erzielte Miele 2009/2010 einen Umsatz von 2,83 Milliarden Euro und damit einen Zuwachs von 2,2 Prozent.

Die positive Entwicklung auf dem Heimatmarkt Deutschland, der etwa 30 Prozent des Gesamtumsatzes beisteuerte, leistete einen substanziellen Beitrag zum Erfolg. Im Ausland erzielte Miele den zweithöchsten Umsatz in seiner Geschichte. Die Entwicklung bleibt allerdings uneinheitlich. So legte Miele in wichtigen Abnehmerländern wie Italien, Belgien und allen voran Österreich, kraftvoll zu. Entsprechendes

gilt für langjährig etablierte Überseemärkte wie Australien, USA, Kanada und Asien, dort insbesondere China und Singapur. Demgegenüber haben sich Märkte in einigen Ländern Süd- und Osteuropas von den Folgen der Finanz- und Wirtschaftskrise noch nicht erholt.

Der Geschäftsbereich Miele Professional erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2009/2010 weltweit einen Umsatz von 294 Millionen Euro, das entspricht einem Wachstum von 2,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Damit trägt der Gewerbebereich einen Anteil von 10,4 Prozent zum Gesamtumsatz bei.

Investitionen in die Zukunft

Miele investierte im Geschäftsjahr 2009/2010 weltweit 137 Millionen Euro. Das sind knapp 27 Prozent weniger als im Vorjahr, als Miele den Ausbau der internationalen Vertriebspräsenz

stark forcierte. Die Investitionen in die Produktionsstandorte blieben hingegen auf konstant hohem Niveau. Im rumänischen Braşov wurde ein neues Elektronikwerk fertiggestellt, um dringend benötigte Zusatzkapazitäten für die eigenen elektronischen Komponenten aufzubauen.

Zur Stärkung des Vertriebs wurden im Berichtszeitraum neun neue Vertriebsgesellschaften gegründet beziehungsweise eröffnet – unter anderem in Kasachstan, Lettland, Indien und Malaysia. Aktuell verfügt Miele neben der deutschen Vertriebsgesellschaft über Niederlassungen in 46 Ländern.

Nachhaltige Produkte

Miele richtet seine Produktpolitik konsequent auf Qualität, Innovation und Nachhaltigkeit aus. Ausgewiesenes Ziel ist es, effiziente und langlebige Produkte zu entwickeln, die bei Produktion, Gebrauch und Entsorgung die Umwelt möglichst wenig belasten. Dies konnte der Hersteller im Berichtszeitraum mit Neuentwicklungen unter Beweis stellen. Dazu zählte der weltweit erste Geschirrspüler mit nur acht Litern Wasserverbrauch pro Durchgang und der neue Miele-Wärmepumpentrockner. Das Gerät verbraucht fast 50 Prozent weniger Energie als Wäschetrockner mit herkömmlicher Technik. Die 2009 eingeführten Waschmaschinen mit Eco-Feedback ermöglichen es dem Anwender, den Verbrauch von Wasser und Strom immer


im Blick zu haben und das Programm mit den niedrigsten Verbrauchswerten zu wählen. Zusätzlich verfügen die Geräte über spezielle Eco-Programme, mit denen sich bis zu 50 Prozent Energie sparen lässt.

Vertrauen in die Marke

Dem Unternehmen und der Marke wurde auch im Geschäftsjahr 2009/2010 von den Verbrauchern viel Vertrauen entgegengebracht. So wählten Europas Konsumenten Miele im Rahmen der internationalen Verbraucherstudie „Most Trusted Brands“ zum zehnten Mal zur vertrauenswürdigsten Marke der Hausgeräteindustrie.

Ausblick und Ziele

Das oberste Ziel des Unternehmens ist das weitere Bestehen und Wachstum entgegen aller Konjunkturschwankungen. Dabei verfolgt Miele weiterhin die Strategie des gesunden Wachstums aus eigener Kraft und mit eigenen Mitteln. Damit verbunden sind die Verstärkung des internationalen Vertriebs und das Besetzen „weißer Flecken“ auf der Weltkarte, um Miele als internationale Marke zu stärken und zu stützen. So investiert Miele in neue Märkte und treibt den Ausbau der Vertriebsgesellschaften voran. Weiterhin steht im Unternehmen die Entwicklung und Markteinführung neuer Produkte und innovativer Technologien, die natürliche Ressourcen schonen und umweltschonend sind, im Fokus.

 www
▶ miele.de ▶ Hausgeräte
▶ miele-professional.de
▶ miele.de ▶ Das Unternehmen Miele ▶ Standorte
▶ miele.de ▶ Das Unternehmen Miele ▶ Miele damals und heute ▶ Auszeichnungen
▶ miele-presse.de ▶ Daten und Fakten ▶ Geschäftsbericht

Inhalt

Vorwort der Geschäftsleitung	2
------------------------------	---

Unternehmensprofil

Miele im Kurzportrait	5
Grundsätze und Werte	6

Nachhaltigkeitsmanagement

Integriertes Managementsystem	9
Nachhaltigkeit in der Lieferkette	10
Dialog mit den Stakeholdern	12

Produktverantwortung

Produktentwicklung	15
Produktion	17
Transport und Logistik	20
Gebrauchsphase	22
Entsorgung	24

Mitarbeiter

Personalpolitik und Unternehmenskultur	27
Leistungen für Mitarbeiter	29
Nachwuchsförderung	31
Personalentwicklung und Weiterbildung	32
Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	34

Gesellschaft

Engagement in der Region	37
--------------------------	----

GRI Index	38
-----------	----

Global Compact Fortschrittsbericht	
Impressum	



Zur Vereinfachung wird in diesem Bericht auf geschlechtsspezifische Doppelnennungen verzichtet und die männliche Schreibweise gewählt.

Für den Begriff der Vertriebsgesellschaften wird vielfach die Abkürzung VG verwendet.

In vorherigen Berichten wurde für das Werk in China die Werksbezeichnung Hong Da verwendet. Zur Vereinheitlichung wird im vorliegenden Bericht wie bei den anderen Werken die Ortsbezeichnung benutzt. Für das chinesische Werk ist dies Dongguan.



Dieses Symbol verweist, wenn nicht anders angegeben, auf die Website www.miele-nachhaltigkeit.de.

Zur Vereinfachung wird auf die Angabe des gesamten Pfads verzichtet und lediglich das Unterkapitel als Stichwort genannt, da sich die Kapitelstruktur im Online-Auftritt widerspiegelt.



Link auf externe Website.

Vorwort der Geschäftsleitung

Liebe Leserinnen und Leser,

vor Ihnen liegt der fünfte und bisher tiefgreifendste Nachhaltigkeitsbericht des Unternehmens Miele. Zur Erstellung dieses Berichts haben wir erhebliche Anstrengungen unternommen, um noch besser und aktueller über die Nachhaltigkeitsaktivitäten von Miele zu informieren.

Verantwortung und Nachhaltigkeit sind bei Miele seit jeher wesentliche Bestandteile der Unternehmenskultur. Dies haben wir in unserer Unternehmensstrategie umgesetzt: Unter Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips haben wir Nachhaltigkeitsaspekte in die Kernprozesse des Unternehmens wie Produktentwicklung und Produktion integriert. Nur so kann ein Unternehmen zukunftsfähig bleiben.

Nachhaltiges Handeln lässt sich natürlich nicht einfach verordnen, sondern muss von den Menschen im Unternehmen mit Überzeugung gelebt werden. Dies verwirklichen unsere Mitarbeiter – Tag für Tag, ganz im Sinne unserer Unternehmensphilosophie „Immer besser“. Bei Miele steht der Mensch im Mittelpunkt. Das ist zum einen der Kunde, für den wir energieeffiziente Haus- und Gewerbegeräte von hoher Qualität bereitstellen. Zum anderen sind das Mitarbeiter, Lieferanten und sonstige Geschäftspartner, mit denen wir einen verantwortungsvollen Umgang pflegen. Wichtigste Schwerpunkte unseres nachhaltigen Handelns sind der effiziente Einsatz von Energie und die Senkung von CO₂-Emissionen. Damit begegnen wir aktiv dem Klimawandel. Im Fokus steht ebenso die Schonung natürlicher Ressourcen – und zwar entlang des

gesamten Lebenszyklus unserer Produkte, ebenso wie in der Produktion.

Mit der Zertifizierung unserer Standorte nach dem internationalen Sozialstandard SA8000 in 2008 haben wir unseren hohen Anspruch, ein verantwortungsvoller Arbeitgeber zu sein und



Olaf Bartsch
Geschäftsführer
Finanzen und Controlling,
Hauptverwaltung



Dr. Reto Bazzi
Geschäftsführer
Marketing und Vertrieb
bis 31. März 2011

zentrale Arbeitnehmerrechte konsequent einzuhalten, durch unabhängige Experten bestätigen lassen. Dieser Standard ist auch Grundlage für die Anforderungen an unsere Lieferanten.

Als Mitglied des Global Compact der Vereinten Nationen bekennen wir uns klar zu den Prinzipien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsstandards, Umweltschutz und Anti-Korruption. Wir zeigen in diesem Bericht auf, wie wir an deren Einhaltung arbeiten, bei Miele selbst, ebenso wie bei den Lieferanten.

Eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie stellt auch Anforderungen, die sich aus übergreifenden Trends in Umwelt und Gesellschaft ergeben: Nach überstandener Wirtschaftskrise halten wir es für wichtiger denn je, nachhaltiges Wirtschaften als Aufgabe und Chance zu sehen. Wir stellen uns dieser Herausforderung,

Unternehmens. Wir lassen nicht nach in dem Bemühen, unsere Geräte noch energieeffizienter zu machen. Zudem verstärken wir unsere Maßnahmen in der Produkt- ebenso wie in der Personalpolitik, um dem demografischen Wandel zu begegnen. So wollen wir nachhaltig „immer besser“ werden, um unsere Vision von



Dr. Markus Miele
geschäftsführender
Gesellschafter

Dr. Heiner Olbrich
Geschäftsführer
Marketing und Vertrieb
seit 1. Januar 2011

Dr. Eduard Sailer
Geschäftsführer
Technik

Dr. Reinhard Zinkann
geschäftsführender
Gesellschafter

die eine langfristige Sicherung von Unternehmenserfolg, Produktionsstandorten und Arbeitsplätzen durch eine konsistente, werteorientierte Unternehmensstrategie verlangt.

Für die Zukunft haben wir uns noch viel vorgenommen. Die wichtigste Herausforderung und gleichzeitig ausgewiesene Strategie ist es, Ressourcenschonung und Klimaschutz an allen Produktionsstandorten noch weiter voranzutreiben. Dazu arbeiten wir unter anderem an einer Bilanzierung der CO₂-Emissionen des

einem Unternehmen, das auch im neuen Jahrhundert seinen Beitrag zur ökologischen und gesellschaftlichen Verantwortung leistet, zu verwirklichen.

Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre!

Unternehmensprofil



Miele im Kurzportrait

1899 wurde die Firma Miele von Carl Miele und Reinhard Zinkann gegründet. Bis heute ist das inhabergeführte Unternehmen zu 100 Prozent im Eigentum der beiden Familien. Rechtsform ist die Kommanditgesellschaft (KG) mit Sitz am Stammwerk in Gütersloh. Das Firmenmotto aus den Gründerjahren „Immer besser“ hat bis heute Gültigkeit und wird von den Mitarbeitern im Unternehmensalltag gelebt.

2,83 Mrd. Euro betrug der Umsatz im Geschäftsjahr 2009/2010. Nach einem rezessionsbedingten niedrigen Umsatzrückgang von 1,3 Prozent im Vorjahr erreichte das Unternehmen in 2009/2010 einen Umsatzrekord mit einer Steigerung von 2,2 Prozent. 81,9 Prozent des Umsatzes wurde in Europa erwirtschaftet.

16.561 Mitarbeiter waren zum Stichtag 30.06.2010 weltweit bei Miele beschäftigt, davon über 60 Prozent in Deutschland. Die Mitarbeiter außerhalb Deutschlands arbeiten überwiegend im Vertrieb und im Kundendienst (über 80 Prozent).

12 Werkstandorte gehören zu Miele. Das Unternehmen produziert überwiegend in Deutschland, wo sich acht Werke befinden. Zudem fertigt Miele seine Geräte und/oder Komponenten in je einem Werk in Österreich (Bürmoos), Tschechien (Uničov), China (Dongguan) und seit Herbst 2009 in Rumänien (Braşov).

Showroom in Vianen, Niederlande.

47 Vertriebsgesellschaften (VG) vertreten Miele weltweit in ebenso vielen Ländern. Die Größe der einzelnen Niederlassungen variiert stark. Sie reicht von anfänglich fünf Mitarbeitern in der jungen VG Indien bis zu über 400 Personen in der etablierten VG USA. Miele baut das VG-Netz weltweit kontinuierlich aus, um neue Märkte zu erschließen. Vertrieb, Service und Ersatzteilbeschaffung werden so international sichergestellt. Beispielhaft für den internationalen Ausbau der Vertriebs- und Servicepräsenz ist die Eröffnung der Miele-VG in Kasachstan, Lettland und Indien, wo im Herbst 2009 das operative Geschäft aufgenommen wurde.

23 Produktgruppen umfasst das Programm. Miele bietet langlebige Premium-Hausgeräte für die Produktbereiche Kochen, Backen, Dampfgaren, Kühlen und Gefrieren, Kaffeezubereitung, Geschirrspülen, Wäsche- sowie Bodenpflege. Hinzu kommen Geschirrspüler, Waschmaschinen und Wäschetrockner für den gewerblichen Einsatz sowie Reinigungs-, Desinfektions- und Sterilisationsgeräte für medizinische Einrichtungen und Laboratorien unter dem Namen „Miele Professional“. Seit Herbst 2009 gehören auch Container- und Transportwagen-Waschanlagen hierzu. Der Geschäftsbereich Hausgeräte trägt den wesentlichen Teil zum Umsatz bei: Im Geschäftsjahr 2009/2010 betrug der Umsatzanteil von Hausgeräten 77,8 Prozent. Verkauft wurden insgesamt etwa 5 Millionen Geräte für den Haushalt und rund 85.000 Geräte für den gewerblichen Gebrauch.



Grundsätze und Werte

Das Prinzip der unternehmerischen Verantwortung ist fest in der Miele-Unternehmensstrategie verankert und gilt der Geschäftsleitung als Maxime im täglichen Handeln. Miele nimmt dabei seine Verantwortung ganzheitlich wahr. Das Unternehmen sieht sich in der Pflicht gegenüber Kunden, Mitarbeitern, Lieferanten, der Gesellschaft und der Umwelt. Dies ist in Miele's Unternehmensphilosophie festgeschrieben, die unternehmensweit tagtäglich umgesetzt wird. Um diesen hohen Anspruch zu sichern, ist es für Miele als Wirtschaftsunternehmen unabdingbar, zu wachsen und erfolgreich zu wirtschaften.

Klimawandel und Ressourcenknappheit sind derzeit die beherrschenden Themen, denen sich Unternehmen stellen müssen. Miele begegnet den globalen Herausforderungen mit langjährig gelebten, auf dem Vorsorgeprinzip basierenden Unternehmensgrundsätzen und mit der Einhaltung internationaler Leitlinien. Dazu zählen die zehn Prinzipien des UN Global Compact, zu denen sich Miele seit 2004 bekennt, und der Verhaltenskodex des CECED, dem Europäischen Dachverband der Hausgeräteindustrie, den Miele 2005 unterzeichnet hat. Diese Grundsätze dienen stets als Orientierung und Grundlage für die interne wie externe Unternehmenspolitik.

Über allem Handeln spannt sich der von den Unternehmensgründern formulierte Leitsatz „Immer besser“. Dem folgend strebt Miele an, stets innovative und ressourcenschonende Geräte zu entwickeln, Umweltbelastungen spürbar zu reduzieren und in der Gesellschaft einen Mehrwert zu leisten.

Transparenz und Offenheit versteht Miele dabei als notwendige Bedingungen einer glaubwürdigen Strategie. Daher berichtet das Unternehmen regelmäßig über seine Leistungen in den Bereichen Markt, Umwelt und Soziales sowie über die Maßnahmen zur Vermeidung und Verringerung möglicher Umwelteinflüsse.

Miele pflegt hierzu regelmäßig einen offenen Dialog mit seinen Anspruchsgruppen.

Um seiner Verantwortung gerecht zu werden, muss Miele heute und in Zukunft als Unternehmen seine Wirtschaftlichkeit bewahren. Angestrebt wird wie bisher ein organisches Wachstum aus eigener Kraft und unabhängig von Fremdkapital.

Themenfelder der Unternehmensphilosophie

Produktverantwortung

Im Vordergrund steht die Verantwortung gegenüber dem Menschen, der das Miele-Produkt in seinem privaten oder beruflichen Umfeld nutzt. Seine Bedürfnisse und Ansprüche sind richtungsweisend. Daraus resultiert für das Unternehmen der Anspruch, ressourcenschonende Geräte mit hohem Gebrauchsnutzen und bester Funktionalität bereitzustellen. Unabdingbar hierzu ist die fortwährende Entwicklung von Innovationen. Nur so ist es möglich, langlebige und umweltverträgliche Haus- und Gewerbegeräte hoher Qualität herzustellen.

Umweltschutz

Mit der Produktverantwortung einher gehen die Themen Klima- und Ressourcenschutz. Miele verfolgt hierzu auf der Produktseite konkrete Ansätze, um Klimaschutzziele zu erfüllen und



Qualität und Verbraucherschutz stehen obenan. Miele-Produkte halten selbst härtesten Tests stand.

damit einen aktiven Beitrag zu leisten. Auf der anderen Seite setzt das Unternehmen in der Produktion bestverfügbare umweltverträgliche Technologien ein und sorgt für den effizienten Umgang mit Rohstoffen, Energie und Wasser.

Verantwortungsvoller Umgang mit den Mitarbeitern

Der Mensch steht im Mittelpunkt – dies gilt ebenso für die Mitarbeiter. Von der Unternehmensgründung bis heute bringt Miele seinen Mitarbeitern Achtung entgegen. Außer Frage steht die Beachtung der Menschenrechte und sozialer Gerechtigkeit an allen Standorten. Ein Unternehmen wird durch Mitarbeiter getragen, dessen ist sich Miele bewusst. Jeder Mitarbeiter wird daher motiviert, sich und seine Fähigkeiten beständig weiterzuentwickeln, was auch das Unternehmen nach vorne bringt. Basis dafür ist ein gegenseitiger wertschätzender Umgang.

Sozial- und Umweltstandards in der Lieferkette

Miele hat sich zum Ziel gesetzt, dass – über den eigenen, direkten Einflussbereich hinaus – die hohen Sozial- und Umweltstandards auch von den Lieferanten umgesetzt werden. Damit

möchte das Unternehmen sicherstellen, dass der Umweltschutz auch in der Lieferkette gefördert und die Belegschaft fair behandelt wird. Miele unterstützt seine Lieferanten durch einen auf Partnerschaft ausgelegten, verantwortungsvollen Umgang.

Umsetzung der Unternehmensphilosophie

Um die Unternehmensphilosophie und die internationalen Leitlinien in das tägliche Handeln einzubinden, sind diese im integrierten Managementsystem verankert. Dies ermöglicht eine regelmäßige Überprüfung ihrer Einhaltung. ▶ Kapitel „Nachhaltigkeitsmanagement“.

Die Leitlinien der Unternehmensphilosophie gelten unternehmensweit für alle Mitarbeiter, die regelmäßig über Inhalte und Maßnahmen informiert werden. Dies fördert die Berücksichtigung der unternehmerischen Verantwortung beim Handeln jedes Einzelnen. Durch die Zertifizierung der Werkstandorte nach dem Sozialstandard SA8000 wurde von unabhängiger Seite bestätigt, dass Miele die hohen Anforderungen an Arbeitsplatzbedingungen erfüllt.

Der vorliegende Bericht erläutert im Detail die Umsetzung der Unternehmensphilosophie innerhalb der einzelnen Themenfelder.



Nachhaltigkeitsmanagement



Integriertes Managementsystem

Durch die festgeschriebene und seit über 110 Jahren gelebte Miele-Unternehmensphilosophie ist Nachhaltigkeit stark im Denken und Handeln aller Mitarbeiter verwurzelt. Die Steuerung von Nachhaltigkeit erfolgt über integrierte und vernetzte Systeme.

Der voranschreitende Klimawandel, die Verknappung der Ressourcen und der demografische Wandel, der insbesondere die Industriestaaten prägt, stellen wesentliche Herausforderungen dar, denen sich Miele zurzeit und in Zukunft stellt. In den letzten Jahren zeigen globale Risiken verstärkt Auswirkungen auf die Geschäftstätigkeit von Miele. Zur systematischen Identifizierung und Handhabung dieser Risiken und der sich daraus ergebenden Chancen hat Miele bereits seit 1992 ein umfassendes Managementsystem aufgebaut.

In dem in allen Unternehmensbereichen greifenden integrierten Managementsystem ist Nachhaltigkeit inhaltlich und organisatorisch verankert. Seit 2005 ist dieses System durch inhaltliche Präzisierungen und Ergänzungen zum Miele Erfolgssystem, kurz MES, ausgebaut und weiterentwickelt worden. Damit wirkt das Nachhaltigkeitsmanagement von Miele in allen Bereichen, eng verbunden mit einem umfassenden Risikomanagement und Compliance-Strukturen zur Sicherung der Einhaltung von Gesetzen. ► Mehr zum MES Online.

Normen und Zertifizierungen

Im Rahmen des Managementsystems werden die Inhalte der zertifizierten Normensysteme und die Inhalte der Normen, an die eine Anlehnung gepflegt oder angestrebt wird, überwacht und gesteuert. Alle europäischen Standorte sind

nach ISO 9001, ISO 14001 und SA8000 zertifiziert. Für das chinesische Werk in Dongguan werden vorbereitende Maßnahmen zum Aufbau eines Umweltmanagementsystems sowie für die Zertifizierung nach SA8000 getroffen.

Die betreffenden Bereiche der Standorte Gütersloh, Bielefeld und seit März 2010 auch Bürmoos erfüllen zusätzlich die Anforderungen der Norm ISO 13485 für das Qualitätsmanagement von Medizinprodukten. Der Arbeits- und Gesundheitsschutz ist in Anlehnung an OHSAS 18001 organisiert. Auf eine externe Zertifizierung verzichtet Miele bisher.

Compliance-Management

2008 wurde der Miele-Verhaltenskodex zur Vermeidung von Korruption aufgestellt. Er ist für alle Mitarbeiter weltweit bindend und verpflichtet nicht nur zur Einhaltung der Gesetze und den Verzicht auf zweifelhafte Geschäfte, sondern auch zu einer ethisch bewussten Grundhaltung. Durch umfangreiche Information erreichte Miele eine Sensibilisierung ebenso wie ein ausgeprägtes Rechtsbewusstsein der Mitarbeiter. Schwerwiegende Verstöße hat es im Berichtszeitraum keine gegeben. Im Sommer 2010 wurde ein Ombudsmann bestellt, der Hinweise von Mitarbeitern oder Externen bezüglich Korruption oder sonstigem strafbaren Geschäftsgebaren unter Wahrung der Anonymität entgegennimmt.



Informationen zum Stand der Zertifizierungen finden Sie online in detaillierter Darstellung von Zielen und Zielerreichung.



► Externe und interne Auditierung
► Organisation und Verantwortlichkeiten
► Risikomanagement
► Compliance-Management
► Ausblick und Ziele



► sa-intl.org

Nachhaltigkeit in der Lieferkette

Verantwortung beginnt bei Miele bereits bei der Auswahl und Beschaffung von Rohstoffen und Materialien. Dies zeigt sich in der Gestaltung einer nachhaltigen Lieferkette. Darunter versteht das Unternehmen die Einhaltung von Umwelt- und Sozialstandards durch Lieferanten sowie den verantwortungsvollen Umgang mit Geschäftspartnern.

Miele verfolgt den Anspruch, dass alle Lieferanten hohen qualitativen und ökonomischen Anforderungen entsprechen und zudem soziale und ökologische Standards erfüllen. Dieser herausfordernden Aufgabe werden die 170 Mitarbeiter der Abteilung Einkauf durch strukturierte Identifikation, gezielte Auswahl und Steuerung der Lieferanten gerecht.

Mit über 2.300 Lieferanten für Fertigungsmaterial besteht eine Zusammenarbeit. Etwa 95 Prozent des gesamten Einkaufsvolumens wird mit europäischen Lieferanten umgesetzt. Dabei legt Miele Wert auf faire, partnerschaftliche und langfristige Geschäftsbeziehungen und bindet Lieferanten dialogorientiert systematisch in Produktentstehungsprozesse ein.

Sozial- und Umweltstandards in der Lieferkette

Im Rahmen des Lieferantenmanagements legen die Einkäufer höchste Priorität darauf, dass ausschließlich Lieferanten ausgewählt und eingesetzt werden, die den vorgegebenen Sozial- und Umweltstandards nachkommen.

Nachhaltigkeitskriterien sind fest in den Einkaufsbedingungen verankert. Sie orientieren sich am Sozialstandard SA8000, der unter anderem auf den ILO Kernarbeitsnormen basiert, sowie an den Prinzipien des UN Global Compact zum Schutz der Menschenrechte und der Umwelt. Zur Sicherstellung ökologischer Standards verlangt Miele von seinen Lieferanten ein zertifiziertes Umweltmanagementsystem

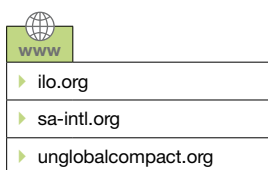
nach der Norm ISO 14001 oder vergleichbaren Standards. Zum Einsatz umweltschonender Technologien und von Substituten sowie zur umweltverträglichen Verwertung einzelner Bauteile werden die Lieferanten vertragsrechtlich ebenso verpflichtet wie dazu, auf die Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards ihrer eigenen Lieferanten, der Sublieferanten, zu achten.

Aufnahme neuer Lieferanten

Bereits seit 2004 ist der Sozialstandard SA8000 Basis für jeden einzelnen Lieferantenauswahlprozess. Er umfasst unter anderem das Verbot von Kinder- und Zwangsarbeit, das Recht auf Vereinigungsfreiheit sowie eine angemessene Entlohnung der Mitarbeiter. Alle potenziellen Geschäftspartner müssen vor der Auftragserteilung die Einhaltung von SA8000 schriftlich bestätigen. Andernfalls wird die Zusammenarbeit nicht aufgenommen. Damit stellt Miele sicher, dass Menschenrechtsaspekte unabhängig vom Tätigkeitsfeld und Sitz eines potenziellen Geschäftspartners bei jeder Auftragsentscheidung berücksichtigt werden.

Überprüfung bestehender Lieferanten

Eine allgemeine Risikoeinstufung jedes Lieferanten erfolgt seit 2004. In Abhängigkeit von Länderherkunft und Branchenzugehörigkeit sind drei Risikostufen definiert: gering, mittel und hoch. Hieraus ergibt sich je nach Einstufung, wie intensiv der Lieferant während der Zusammenarbeit kontrolliert wird. Lieferanten mit mittlerem bis hohem Risiko werden bei persönlichen



Besuchen durch den Einkauf auf die Einhaltung der SA8000-Kriterien hin überprüft.

Seit 2008 wird mittels des standardisierten Fragenkatalogs des Verbands der Automobilindustrie neben qualitativen und ökologischen Anforderungen auch die Einhaltung sozialer Standards auf Basis von SA8000 geprüft. Wird der Fragebogen unzureichend ausgefüllt oder besteht ein Verdacht auf Verletzung von Sozialstandards, startet ein Eskalationsprozess, der bis zur Auslistung und Sperrung des Lieferanten für die Zukunft führen kann. Zu einer Sperrung ist es bis heute dank sorgfältiger Vorauswahl noch nicht gekommen. Verstöße beispielsweise gegen Kinderarbeit sind absolutes und sofortiges Ausschlusskriterium. In anderen Fällen kann der Lieferant je nach seiner Entwicklungsfähigkeit für Miele tätig bleiben – sofern er in Zusammenarbeit mit Einkauf und Qualitätsmanagement bei Miele einen Maßnahmenplan erstellt und die Probleme damit vollständig behebt.

Erreichtes

Im Berichtszeitraum wurden Nachhaltigkeitsaspekte durch den Einkauf verstärkt berücksichtig



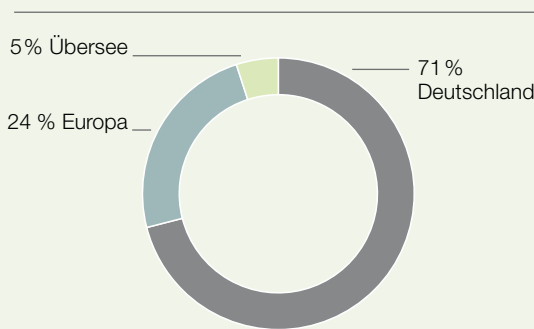
Wichtiges Fertigungsmaterial: Edelstahl

und systematisch weiter in die Lieferantenbewertung und -beurteilung integriert. Neben der Implementierung sozialer Aspekte in die Qualitätsprozesse sind Nachhaltigkeitskriterien auch im Scoring-System – einem Punkte-System zur Bewertung potenzieller Lieferanten – verankert worden und sind im Risikomanagement integriert. 2009/2010 haben 629 neue Lieferanten mittels einer Checkliste die Einhaltung von SA8000 bestätigt, bei insgesamt 14 Bewerbern wurde eine Geschäftsbeziehung aufgrund fehlender Bestätigung seitens Miele abgelehnt.

Ausblick und Ziele

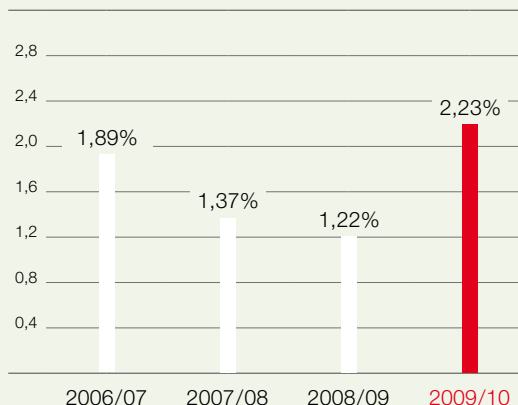
Ein Lieferantenmanagement-System ist seit 2009 in der Implementierungsphase. Voraussichtlicher Abschluss wird in 2012 sein. Mit dem neuen System sollen die operativen sowie strategischen Einkaufsziele effektiver und effizienter werden.

Anteil Einkaufsvolumen nach Regionen



2009/10

Anteil der Lieferanten, bei denen Verträge abgelehnt wurden, weil die Einhaltung von Sozialstandards (SA8000) nicht bestätigt wurde



Dialog mit den Stakeholdern

Transparenz und Kommunikation sind integrale Bestandteile der Miele-Unternehmensphilosophie. Miele nutzt den Stakeholderdialog, um über die Auswirkungen des eigenen Handelns auf Mensch und Umwelt Auskunft zu geben, aber auch, um Risiken und Chancen ebenso wie Trends und Erwartungen frühzeitig zu erkennen. Auf diese Weise kann Miele auf neue Entwicklungen entsprechend reagieren und gemeinsam mit den Stakeholdern die Zukunft gestalten.



ZVEI = Zentralverband Elektrotechnik und Elektronikindustrie
CECED = Dachverband der europäischen Hausgeräteindustrie

Das Unternehmen tritt hauptsächlich über Mitgliedschaften in nationalen und europäischen Verbänden wie dem ZVEI und CECED in den konstruktiven Dialog mit seinen internationalen Stakeholdern. Die Zusammenarbeit mit den Interessengruppen wie Umweltschutzorganisationen, Politik, Kunden und Wissenschaft ist dabei geprägt von langjährigem Engagement und aktiver Mitwirkung ► „Entsorgung“.

Dabei steht die Entwicklung von Labelings, die durch Angabe von Leistungs- und Verbrauchsdaten zu einer sinnvollen Differenzierung der auf dem Markt angebotenen Geräte führen, im Fokus der Zusammenarbeit. Aber auch die Altgeräteverwertung und Fragen der Produktsicherheit spielen eine wichtige Rolle.

Oftmals erfolgt der direkte Dialog zwischen Miele-Fachabteilung und Interessensgruppe. International wird die Zusammenarbeit durch die Leiter der Vertriebsgesellschaften gesteuert, immer in enger Abstimmung mit der Geschäftsleitung und abhängig von den jeweiligen politischen Strukturen vor Ort.

Erreichtes

Stakeholderbefragung

2008 führte Miele erstmals eine Stakeholderbefragung durch, in der 32 Vertreter von für das Unternehmen relevanten Anspruchsgruppen aus Wissenschaft und Politik sowie NGOs und Mitarbeiter telefonisch interviewt wurden.

Um auch die Anforderungen der Kunden zu erheben, führte Miele von November 2009 bis Januar 2010 eine Befragung auf der Nachhaltigkeits-Website durch, an der sich weltweit rund 1.900 Miele-Endkunden beteiligten.

Parallel nahmen weltweit 29 Ansprechpartner der Vertriebsgesellschaften an einer schriftlichen Befragung zum Stellenwert von Nachhaltigkeit teil. Der Schwerpunkt lag auf der Bewertung des Nachhaltigkeitsberichts 2008 und der durch die Kunden wahrgenommenen Nachhaltigkeitsaktivitäten. Die ermittelten, für Miele relevanten Nachhaltigkeitstrends und -themen aus Kundensicht ergänzten die Ergebnisse der stakeholderübergreifenden Befragung von 2008.

Über 70 Prozent der Endkunden als auch der Vertriebsgesellschaften bewerten die Nachhaltigkeitsaktivitäten von Miele „gut“ oder „sehr gut“. Eine höhere Aufmerksamkeit wünschen sich die Stakeholder für die Themen „Ressourceneffiziente Produkte“ und „Umweltschutz in der Produktion“ sowie für die Darstellung des Carbon Footprints.

Die Ergebnisse sind in die Erstellung des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichts eingeflossen und dienen als Anhaltspunkte für zukünftige Unternehmensentscheidungen, wie beispielsweise zur Erhebung des Carbon Footprints.



► Initiativen und Mitgliedschaften



► ceced.org
► zvei.de



Offen und gesprächsbereit für den direkten Dialog.

Mitarbeiterbefragung zur Nachhaltigkeit

Wie beurteilen Sie die Nachhaltigkeitsaktivitäten von Miele? Wo sehen Sie Verbesserungsbedarf? Im Rahmen einer Veranstaltung 2009 wurden Fragen wie diese an Vertreter der Fachbereiche der Zentrale und der deutschen sowie des österreichischen Werks gerichtet. Alle 28 Teilnehmer antworteten und wünschten sich mehr Informationen zum Thema Lieferkette und zum Bereich Gewerbegeräte. Die Ergebnisse dieser Befragung wurden ebenfalls im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht berücksichtigt.

Dialog zum neuen Energylabel

Im Zusammenhang mit der Überarbeitung des europäischen Energieeffizienz-Etiketts

(Energylabel) war und ist Miele intensiv an der politischen Diskussion beteiligt. Miele unterstützt die Bestrebungen, energieeffiziente Geräte für den Kunden optimal erkennbar zu machen und dennoch keine Irritationen bei der Umstellung auf das neue Label zu erzeugen. Miele begrüßt, dass die Verbrauchsangaben zu Haushalts-Waschmaschinen ab 2011 mehr häufig benutzte Programme und den Standby-Verbrauch berücksichtigen. Auch Geräuschwerte werden dann angegeben. Aus Sicht des Unternehmens kann der technische Fortschritt mit dem neuen Label und zusätzlichen Energieeffizienzklassen (A+, A++, A+++) wieder besser ausgewiesen werden.

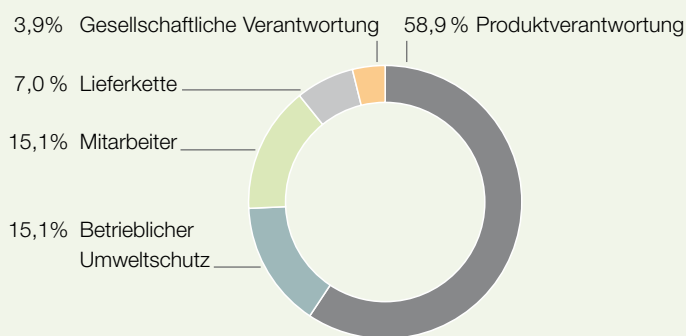
Ausblick und Ziele

Den in den Dialogen identifizierten Anforderungen, wie die Recyclingfähigkeit der Geräte oder eine umweltfreundliche Produktion, trägt Miele bereits Rechnung und wird auch zukünftig seine Bemühungen fortführen.

► Kapitel „Produktion“.

Auch in Zukunft wird der Dialog mit den Stakeholdern fortgeführt.

Relevante Themen im Bereich Nachhaltigkeit für Miele (Kundenbefragung)



Themenschwerpunkte:

- Produktverantwortung:** Energieeffiziente Produkte, Einsatz von Sekundärrohstoffen, Qualität, Recyclingfähigkeit, Rücknahme- und Entsorgungssysteme
- Betrieblicher Umweltschutz:** Umweltschutz in der Produktion, Klimaschutz
- Mitarbeiter:** Fairer Umgang von Mitarbeitern, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
- Lieferkette:** Umwelt- und Sozialstandards in der Lieferkette
- Gesellschaftliche Verantwortung:** Gesellschaftliches Engagement, Spenden

2009/10

Produktverantwortung



Produktentwicklung

Miele hat den Anspruch, die besten Produkte herzustellen. Geräte, die im privaten wie im gewerblichen Gebrauch durch Funktion, Qualität und Lebensdauer überzeugen und in ihrem gesamten Lebenszyklus auf Ressourcenschonung ausgelegt sind. Es ist die Aufgabe der Produktentwicklung, diesen hohen Anspruch stets umzusetzen.

Bei der Entwicklung neuer Geräte und Technologien verfolgt Miele einen den Produktlebenszyklus übergreifenden Ansatz. Im Vordergrund steht die stetige Optimierung der Haus- und Gewerbegeräte – einerseits zum Kundennutzen, andererseits zum Umwelt- und Ressourcenschutz.

Bereits in der Entwicklungsphase wird der Grundstein gelegt, etwa zur Vermeidung kritischer Stoffe in der Produktion, zum Einsatz von Sekundärrohstoffen in den Produkten, zur Gewährleistung der Produktsicherheit in der Gebrauchphase sowie zur Recyclingfähigkeit der Geräte bei der Entsorgung. Zudem realisiert Miele den Gedanken des „Universal Design“, auch um veränderte Nutzeranforderungen, etwa durch die Alterung der Gesellschaft, zu berücksichtigen.

Organisation

Alle relevanten Themen des betrieblichen und produktbezogenen Umweltschutzes werden im Umweltlenkungsbeirat besprochen, der den gesamten Entwicklungsprozess begleitet. Dieses Gremium unter Vorsitz der Geschäftsleitung steuert den produktbezogenen und betrieblichen Umweltschutz im operativen Geschäft und behandelt strategische Zielsetzungen.

In allen Produktgruppen überprüfen Forschung und Vorentwicklung mögliche Technologien und Verbesserungen der Geräte mit dem Fokus auf Umweltschutz, Energieverbrauch und Re-

cyclinganteil. Das Potenzial gilt es abzuschätzen; erfolgversprechende Technologien werden konsequent in die Serienentwicklung überführt. Bereits zu diesem Zeitpunkt greift die Umweltcheckliste von Miele, die entlang des gesamten Entwicklungsprozesses bedingende Voraussetzung für die jeweils weiteren Schritte ist.

Einbindung von Stakeholderinteressen


Um die vielfältigen Entwicklungen frühzeitig zu erkennen, werden die Anforderungen der Stakeholder in den Produktentstehungsprozess systematisch eingebunden. Mit der zunehmenden Internationalisierung des Geschäftsbereichs der Gewerbegeräte wächst der Trend zur kundenspezifischen Gestaltung. Denn Standardprodukte können den Anforderungen der Kunden weltweit kaum gerecht werden.

Erreichtes

Haushalt

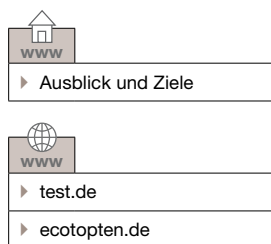
Die Verbrauchswerte der Hausgeräte konnten kontinuierlich gesenkt werden, dabei konnte die Leistung erhalten oder sogar noch erhöht werden. Die Waschmaschinen für den europäischen Markt erreichen – gemessen am durchschnittlichen Flottenverbrauch aller Geräte – einen um mehr als zehn Prozent besseren Energieverbrauch als den Grenzwert der besten Energieeffizienzklasse des Energylabels, die Klasse A. So hat Miele das Ziel übertroffen, den Stromverbrauch bis 2009 unter 0,17 kWh/kg Trockenwäsche abzusenken; erreicht werden jetzt 0,16 kWh/kg. Durch die Einführung

Hiltrud Rohde überprüft im Labor einen Streifen mit Anschmutzungen, mit dem nach Norm EN 60456 die Waschwirkung gemessen wird.


► Organisation
► Kundenbedarfsanalysen
► Designphase

der automatischen Waschmitteldosierung für Flüssigwaschmittel ist es nun möglich, gemessen am Durchschnittsverbrauch mit fast 30 Prozent weniger Waschmittel zu waschen. Dies bestätigt das Öko-Institut in einer von Miele in Auftrag gegebenen Studie.

2009 konnten alle europäischen Haushaltsgeschirrspüler mit der AAA-Klassifizierung ausgezeichnet werden. Das bedeutet Energylabel-Bestwerte für Energieverbrauch sowie Reinigungs- und Trockenwirkung. Beim neuen Wärmepumpentrockner konnte der Energieverbrauch im Vergleich zu einem konventionellen Kondentrockner um circa 50 Prozent gesenkt werden. 2009 entsprachen über 75 Prozent aller von Miele verkauften Kühl-/Gefriergeräte den höchsten Anforderungen der beiden besten Energieeffizienzklassen (A+ bzw. A++), 2010 waren es schon 85,4 Prozent. Der Eco Line Staubsauger (1.400 Watt) spart bis zu 40 Prozent Energie im Vergleich zu Modellen mit 2.200 Watt Leistung – bei gleich gutem Reinigungsergebnis.



Gewerbe

Die Kombination zweier Methoden zur Energie- und Ressourcenschonung eröffnet bei Waschmaschinen für Wäschereien enormes Einsparpotenzial: Das Wasserrückgewinnungssystem ermöglicht es, spezielle Laugen und Bäder mehrfach zu verwenden. Das Wiegesystem indes ermittelt automatisch das Gewicht der jeweiligen Beladung und passt den Energie- und Wasserverbrauch entsprechend an. Durch die Kombination beider Systeme können gegenüber einer konventionellen Maschine gleicher Bauart bis zu 45 Prozent Wasser und über 10 Prozent Energie eingespart werden.

Ausblick und Ziele

Ziele und Projekte sind auf Energieeinsparung und Ressourcenschonung ausgelegt. Für Miele bleibt es ein vorrangiges Ziel, weitere Energieeinsparungen aller Geräte zu erreichen – nicht nur im Normbetrieb, sondern in allen Programmen. Miele-Haus- und Gewerbegeräte sollen die effizientesten am Markt sein.

Maßnahmen zur Reduzierung der Umweltauswirkungen in jeder Lebensphase des Produktes

Entsorgung

- Einhaltung der Gesetze (WEEE, RoHS)
- Engagement zur Optimierung der Verwertungsverfahren/Erhöhung der Recyclingquote

Gebrauchsphase

- geringe Verbrauchswerte
- lange Lebensdauer
- qualifizierter Wartungs- und Reparaturservice



Produktentwicklung

- Einhaltung der Gesetze und Richtlinien (u.a. Eco Design Requirements for ErP)
- integrierte Produktpolitik
- Berücksichtigung der Stakeholderanforderungen
- Materialauswahl zielt auf Verwendung von Sekundärrohstoffen und hohe Recyclingfähigkeit

Produktion

- Umwelt- und Energiemanagement
- Einsatz von bestverfügbarer Technologie
- Vermeidung kritischer Stoffe

Transport und Logistik

- kurze Wege
- Bündelung der Transporte
- effiziente Frachtraumnutzung
- Einsatz emissionsarmer Transportmittel

Produktion

Der konzernweite Umweltschutz in der Produktion hat für Miele hohe Priorität. Im Vordergrund stehen der effiziente Einsatz von Energie, die Vermeidung umweltrelevanter Emissionen sowie die Schonung natürlicher Ressourcen. Damit stellt sich Miele den beherrschenden Themen der Gegenwart: dem Klimawandel und der Ressourcenverknappung.

Umweltmanagement

Die in der Branche außergewöhnlich hohe Fertigungstiefe von fast 50 Prozent ermöglicht es Miele, den Schutz der Umwelt für einen Großteil der Wertschöpfung sicherzustellen. So basiert schon die Planung von Anlagen und Prozessen auf der Strategie des Vermeidens, Verringerns und Verwertens. Umweltrelevante Anlagen und Prozesse werden von Miele weitestgehend selber entwickelt und kontinuierlich optimiert. Auch die Lieferanten von Rohmaterialien und Komponenten müssen hohe Umweltstandards nachweislich erfüllen. ► „Nachhaltigkeit in der Lieferkette“.

Geregelt und organisiert wird der betriebliche Umweltschutz an den Miele-Produktionsstandorten durch das ► „integrierte Managementsystem“. In dessen Rahmen ist das Umweltmanagement seit Juli 2010 an allen europäischen Standorten nach ISO 14001 zertifiziert. Ausnahme unter den Mielewerken ist der Standort Dongguan in China. Vorbereitende Maßnahmen zum Aufbau eines Umweltmanagementsystems sind hier geplant. Bei der Entwicklung von Energieeffizienzmaßnahmen als vordringliches Mittel zum Klimaschutz arbeitet Miele in Gütersloh und zum Teil in Bielefeld, Oelde und Bünde mit einem Energiemanagementsystem, das an DIN EN 16001 angelehnt ist. Dieses System stellt Transparenz über Energieströme der wesentlichen Anlagen und Betriebseinrichtungen sicher. Es wird sukzessive in allen Werken eingeführt.

Erreichtes

Energieeinsatz und Emissionen

Die Geschäftsleitung hat 2008 erstmals Vertreter der Werke zu einem Energie-Workshop in Gütersloh einberufen, um bestehende Einsparmaßnahmen zu bündeln und erfolgreiche Konzepte auf alle deutschen Standorte zu übertragen. Angesichts des Erfolgs der Veranstaltung wird diese nun mindestens jährlich stattfinden.

Zudem wurde in Maßnahmen zur Energieeinsparung und damit zum Klimaschutz investiert, beispielsweise wurde in Gütersloh 2010 die energetische Sanierung älterer Gebäude insbesondere unter Klimaschutzaspekten fortgesetzt. Zu den weiteren durchgeführten Maßnahmen zählt auch die vollständige Umstellung der Wärmeversorgung in Gütersloh auf umweltschonende Fernwärme und damit die Stilllegung der dortigen Kesselanlage. Die erzielte Einsparung beträgt 2.500 MWh pro Jahr, das entspricht 515 Tonnen CO₂ – also sechs Prozent der dort bisher verursachten Emissionen.

In 2009/2010 betragen die CO₂-Emissionen 55.025 Tonnen, das sind 1,3 Prozent mehr als 2008/2009. Zu diesem Anstieg trug unter anderem die Inbetriebnahme des neuen Werkes in Braşov (Rumänien) bei. Seit 2007 jedoch erreichte Miele durch vielfältige Anstrengungen insgesamt eine CO₂-Reduzierung um 13,9 Prozent.

Bezogen auf die Produktionsleistung wurden im Geschäftsjahr 2009/2010 je Tonne Produkt



Klimaschutzprojekt für die Region: In Kooperation mit den Stadtwerken wurde auf dem Dach einer Produktionshalle in Gütersloh eine Photovoltaikanlage installiert. In den nächsten zwei Jahrzehnten erzeugt sie über acht Millionen kWh Solarstrom, was aus heutiger Sicht einer CO₂-Einsparung von ca. 4.200 t entspricht. Mit einem durchschnittlichen Ertrag von über 400.000 kWh pro Jahr können etwa 150 Haushalte mit Solarstrom versorgt werden.

315 kg CO₂ emittiert, das ist ein Rückgang um 5,1 Prozent gegenüber 2007 (332 kg CO₂).

Sensibilisierung der Mitarbeiter

Die sinnvolle Nutzung von Energie setzt auch ein entsprechendes Bewusstsein voraus. So wurden in den Werken Programme eingeführt, um alle Mitarbeiter zum Energiesparen zu motivieren. Gütersloh, Oelde, Lehrte und Warendorf machten den Anfang. Bereits im Vorfeld dieses Programms hatte eine Messung in einem repräsentativen Bürobereich gezeigt, dass der Energiebedarf durch die Sensibilisierung der Mitarbeiter um circa 20 Prozent gesenkt werden kann.

Materialeinsatz und Abfall

Die zunehmende Verknappung natürlicher Ressourcen verlangt eine effiziente Verwendung von Materialien, ebenso wie die Suche nach Substituten und dem Einsatz von Sekundärrohstoffen.

2009/2010 setzte Miele 101.893 Tonnen Rohmaterialien ein, davon 93 Prozent Metall – in Form von Eisen und Nichteisenmetallen, Stahl und dessen Legierungen. Metall ist Hauptbestandteil fast aller Miele-Geräte

und ein maßgeblicher Faktor für ihre Qualität und Langlebigkeit.

Das Rohmaterial Kunststoff hat am gesamten Rohmaterialeinsatz derzeit einen Anteil von 7 Prozent. Die moderne Kunststofffertigung ist so präzise, dass der Materialeinsatz äußerst ressourcenschonend stattfindet. ► „Entsorgung“.

Miele setzt einen hohen Metallanteil ein, um Qualitätsanforderungen zu erfüllen und die hohe Lebensdauer zu ermöglichen. Dazu gehört auch Grauguss, zum Beispiel bei Lagerkreuzen und Massenausgleichsgewichten (den so genannten Kontergewichten) für Waschmaschinen. Das hohe Gewicht der Produkte führt beim Transport zu großen Beschleunigungskräften, die auch auf die Verpackung wirken. Daher ist eine sehr stabile Verpackung notwendig. Bezogen auf alle von Miele produzierten Geräte beträgt der Anteil des Verpackungsgewichts 8,1 Prozent (2009/2010). Im Jahr 2000 betrug der Wert noch 8,8 Prozent. Miele ist bestrebt, diesen Anteil weiter zu senken, ohne die schützende Funktion der Verpackung zu beeinträchtigen. Am Standort Lehrte konnte beispielsweise durch die Entwicklung einer neuen Folienverpackung der Holzrahmen eingespart werden, was zu einer mit 54,7 Prozent erheblichen Material- und Gewichtsreduzierung bei der Verpackung führte.

Beim Abfallmanagement an den Produktionsstandorten zeigt die konsequente Vermeidungsstrategie Erfolg: Der Gesamtabfall ist um knapp 11 Prozent auf circa 28.900 Tonnen gegenüber 2007/2008 zurückgegangen. Davon wurden 88,8 Prozent der stofflichen Verwertung und Aufbereitung zugeführt, während nur 1,2 Prozent zur Deponierung kamen. Die Getrennthaltung von Abfällen an den Anfallstellen wird bei Miele sehr intensiv betrieben,

angefangen in den Büros der Verwaltung bis hin zu Abfallsortierungen angeschlossen an die Fertigung.

Wasser und Abwasser

Miele ist bestrebt, mit konsequentem Wasser- management den Wasserbedarf kontinuierlich zu senken. Der gesamte Wasserverbrauch konnte seit 2007 bis heute um knapp 5 Prozent gesenkt werden. Die Abwassermenge reduzierte sich im gleichen Zeitraum sogar um 11 Prozent. Dies liegt unter anderem an Maßnahmen wie etwa in Gütersloh, wo durch das Zusammenführen von Produktionsschritten in der Oberflächenbearbeitung und durch Kaskadierungen der Wasserströme Einsparungen erzielt wurden.

Ausblick und Ziele

Miele wird in Zukunft weitere Investitionen in eine energieeffiziente Produktion und in den Klimaschutz verfolgen. Dazu zählt die kontinuierliche Optimierung der Prozesse und Anlagen. Auch Gebäude und gebäudetechnische Anlagen werden durch den Ausbau der Ge-

Klimaschutz bei den Vertriebsgesellschaften

Klimaschutz durch Energiesparen steht auch bei den VGs ganz oben: In Belgien existiert eine Arbeitsgruppe Umweltschutz, die im Berichtszeitraum eine Studie zur Identifizierung von Energiesparpotenzialen durchführte, um entsprechende Maßnahmen umzusetzen. In den USA wurde ein Umweltgremium etabliert mit Vertretern verschiedener Abteilungen. Das Gremium hinterfragt regelmäßig die Prozesse und berät die VG-Leitung hinsichtlich möglicher Einsparmaßnahmen. In Schweden erfolgt die Kühlung des Gebäudes mittels Meerwasser. Zur Einsparung von CO₂-Emissionen sorgt Fernwärme für die Wärmeversorgung.

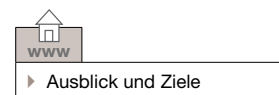
Die VGs wie Australien, Frankreich, Italien, Schweiz setzen zudem auf energiesparende Beleuchtungssysteme, mit Zeitschaltuhren und Lichtsensorenteknik. Auch energiesparende LED-Lampen und tageslichtabhängige Regulierung werden in den Büroräumen zuvorderst eingesetzt.

Ausblick und Ziele

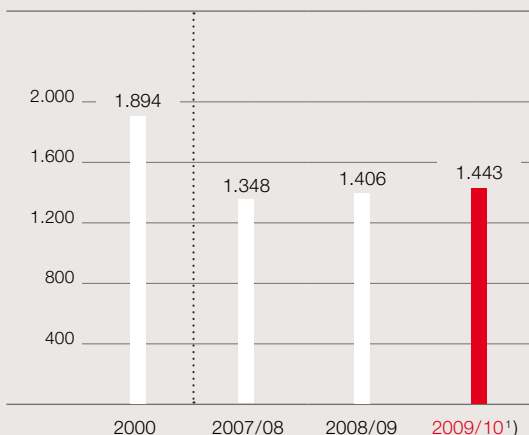
Die VG Portugal plant eine Photovoltaik-Anlage auf dem Dach einer Lagerhalle für 2011. In Norwegen plant die VG in einem neuen Gebäude Erdwärme einzusetzen. Auch die VG Griechenland und die VG USA prüfen den Einsatz von Photovoltaik beziehungsweise Erdwärme.

bäudeleittechnik und den Einsatz modernster energieeffizienter Antriebe weiter optimiert.

Ebenso werden die Mitarbeiter in Klima- und Umweltschutzmaßnahmen weiter einbezogen und das Programm zur Sensibilisierung ausgeweitet. Um die Auswirkungen der eigenen Geschäftstätigkeit auf das Klima auch messbar zu machen, strebt Miele an, bis 2013 einen Ansatz zur Bestimmung des Carbon Footprints für das Unternehmen zu entwickeln. Dafür ist geplant, schrittweise die CO₂-Emissionen aus Dienstreisen, Kundendienstfahrten und Warenlieferungen einzubeziehen. Neben dem Klimaschutz werden auch Maßnahmen zur Ressourcenschonung vorrangig verfolgt.

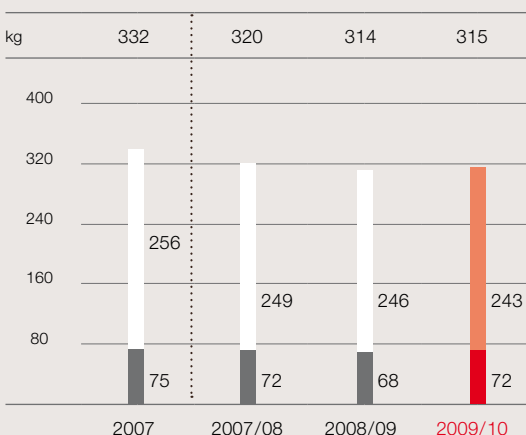


Energieverbrauch gesamt je Tonne Produkt
in kWh



⁴⁾ Das neue Werk in Braşov, Rumänien, wird 2009/10 erstmalig berücksichtigt.

Spezifische CO₂-Emissionen je Tonne Produkt
in kg



Zahlen sind gerundet.

Indirekte CO₂-Emissionen
Direkte CO₂-Emissionen

Transport und Logistik

Weltweit werden täglich große Mengen an Material, Ersatzteilen und Geräten für Miele transportiert – überwiegend mit dem Lkw. Eine gut gesteuerte Distributionslogistik sorgt dafür, dass die Miele-Transporte weltweit die Umwelt möglichst wenig belasten. Auch in Zukunft sollen alle Transporte so effizient wie möglich durchgeführt und die Auswirkungen transportbedingter CO₂-Emissionen auf den Klimawandel reduziert werden. Dies ist das erklärte Ziel von Miele. Um das Transportaufkommen noch effizienter zu gestalten, werden Materialbeschaffung, Warenauslieferung und Kundendienst einbezogen und beständig optimiert.

Grundsätzlich erfolgen alle Lkw-Transporte über Lieferanten und Spediteure. Hierbei strebt Miele – soweit beeinflussbar – eine kontinuierliche Effizienzsteigerung an. Die Maßnahmen dazu sind: Bündelung der Transporte, effiziente Frachtraumnutzung und Einsatz emissionsarmer Verkehrsmittel. Auch beim Thema Berufsverkehr und Geschäftsreisen zielt Miele auf die Reduzierung der Umweltauswirkungen.

Bündelung der Transporte

Miele produziert größtenteils in Deutschland und damit in geographisch zentraler Position in Europa. Acht von insgesamt zwölf Werken liegen in Nordrhein-Westfalen bzw. Niedersachsen und sind vom Stammsitz in Gütersloh (Westfalen) aus einfach und vor allem schnell zu erreichen. Diese besondere Konzentration ermöglicht ein Zentrallagerkonzept mit kurzen Wegen und ist gleichzeitig perfekt für eine schnelle und effektive Belieferung der Miele-Hauptmärkte, die in Europa liegen.

Nahezu alle Produkte werden vor der weltweiten Distribution zunächst am zentralen Standort Gütersloh gebündelt, sortiert und kommissioniert. Von hier aus wird eine optimale Verteilung in die ganze Welt realisiert. Auf diese Weise wird der CO₂-Ausstoß von Anfang an gering gehalten.

Effiziente Frachtraumnutzung

Ein weiterer Hebel der Logistik liegt in der optimalen Frachtraumnutzung jedes Lkws, Bahnwaggons oder Seecontainers. Beim Wareneingang wird dies seit 2007 über das neue Gebietsspeditionsnetz sichergestellt. Für den Warenausgang wählt Miele geeignete Transportmittel, beispielsweise Volumentransporte, die durch höhere Frachträume eine um 50 Prozent höhere Auslastung zulassen als ein Standardfahrzeug. Diese Fahrzeuge haben sich im europäischen Verkehr durchgesetzt. Heute sind 70 Prozent der Lkws, die für Miele unterwegs sind, so genannte Jumbo-Fahrzeuge, das entspricht 50 Prozent der Gesamtversandmenge. Alle Transportmittel werden vor der Beladung mittels einer speziellen Software exakt ausgeplant, um eine optimale Auslastung sicherzustellen.

Emissionsarme Verkehrsmittel

Wo möglich, wird auf die Bahn als Transportmittel gesetzt. Die Auslieferung der Produkte an die Vertriebsgesellschaften erfolgt, bezogen auf die Tonnage, zu knapp neun Prozent per Bahn. 20 Prozent werden per Schiff und 71 Prozent mit dem Lkw transportiert. Für neue Pkw und Nutzfahrzeuge im Miele-Fuhrpark gilt die bestmögliche Schadstoffklasse als Vorgabe bei der Beschaffung. Soweit in den verschiedenen Fahrzeugklassen verfügbar, werden weltweit

besonders umweltschonende Fahrzeuge eingesetzt. Die Umweltauswirkungen des Kundendienstes der VG Deutschland reduziert Miele mittels eines Routenoptimierungssystems sowie einer bedarfsorientierten Belieferung der Kundendiensttechniker mit Ersatzteilen.

Erreichtes

Der Aufbau eines Gebietsspeditionsnetzes für den Wareneingang, begonnen 2007, war ein großer Schritt zur Reduzierung des Transportaufkommens und damit der CO₂-Emissionen. Hierbei wird das Sendungsvolumen der unterschiedlichen Lieferanten zunächst in den Regionen gebündelt, bevor es in gut ausgelasteten Transit-Lkws auf die Reise in die Mielewerke geht. Mit dem Gebietsspeditionsnetz werden Leerfahrten vermieden und aus vielen einzelnen Touren wenige, volumenstarke Fahrten. In Zahlen ausgedrückt: Aus 10.000 Einzellieferungen pro Jahr wurden 2.700. Über das neue System werden die Warenströme komplett gesteuert – von der Bedarfsermittlung über den Transport bis zum Wareneingang.

Im Miele-Fuhrpark, der Firmen-Pkws und Kundendienstfahrzeuge umfasst, werden konsequent emissionsarme Fahrzeuge eingesetzt. Der Anteil der Pkws mit EURO 5 stieg von 0,2 (2008) auf 10,4 Prozent (2009). So haben rund 90 Prozent aller Miele-Fahrzeuge EURO 4 oder 5. Bei den Leichten Nutzfahrzeugen im Kundendienst stieg der Anteil mit EURO 4 von 46 Prozent (2008) auf 64 Prozent (2009).

Ausblick und Ziele

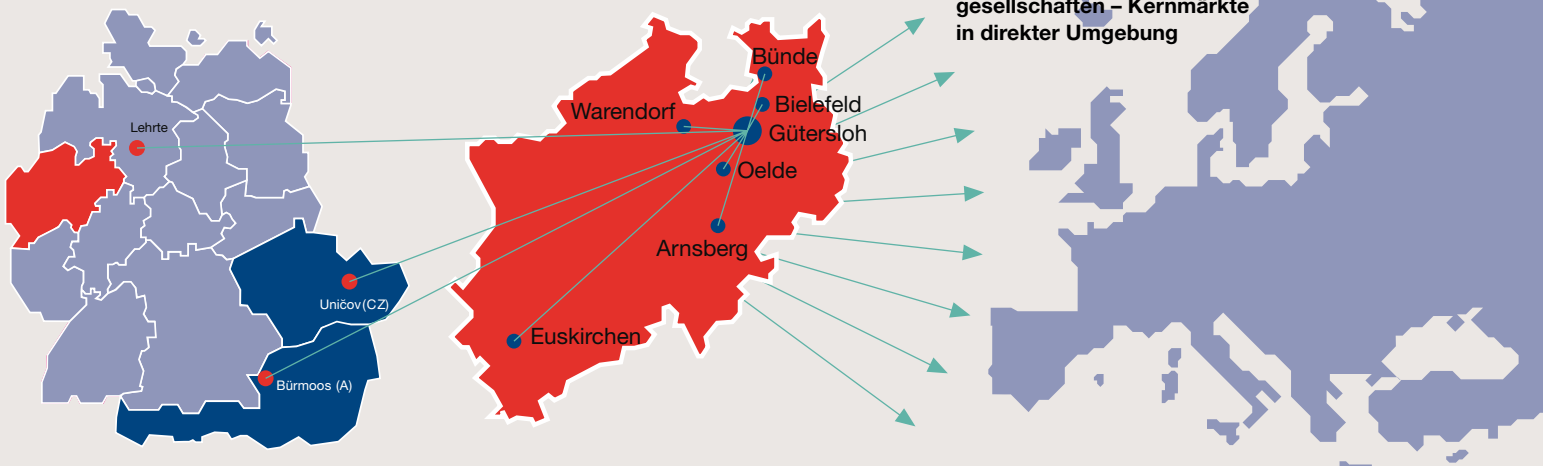
Soweit sinnvoll, soll das Gebietsspeditionsnetz erweitert werden. Dazu werden die logistischen Möglichkeiten aller Lieferanten betrachtet – bestehende Lieferanten sukzessive, jeder neue Lieferant automatisch. Eine Anbindung des Werkes Bürmoos (Österreich) wird derzeit untersucht. Übergreifend setzt Miele verstärkt auf Dienstleister, die durch umweltschonende Fahrzeuge und Öko-Fahrertrainings den Treibstoffeinsatz optimieren. Bis Anfang 2012 wird der Aufbau einer Logistik IT-Plattform zur Steuerung und Optimierung der Transporte abgeschlossen sein. Das Ziel ist, noch besser auf Bedarf und Anforderungen eingehen zu können.

www
▶ Mitarbeitermobilität
▶ Ausblick und Ziele

Zentralisierte Miele-Logistik

Bündelung im Zentrallager Gütersloh

Europäische Vertriebsgesellschaften – Kernmärkte in direkter Umgebung



Gebrauchsphase

Für umweltbewusste Kunden sind heute die Verbrauchswerte, beispielsweise von Waschmaschinen oder Kühlgeräten, kaufentscheidend. Das ist aus ökonomischen wie aus ökologischen Gründen sinnvoll, denn etwa 90 Prozent des gesamten Energieaufwands und damit relevante Umweltauswirkungen verursachen Hausgeräte während ihrer Gebrauchsphase, also während ihres Einsatzes im Haushalt. Deshalb setzt Miele einen wesentlichen Schwerpunkt auf die Entwicklung und Herstellung ressourcen- und energiesparender Geräte. So ist die Basis geschaffen für die umweltfreundliche Nutzung langlebiger Produkte.

In der täglichen Anwendung lassen sich zusätzlich Energie, Wasser und Chemie sparen. Auf das Nutzerverhalten hat ein Hersteller natürlich keinen direkten Einfluss, doch Miele ermöglicht seinen Kunden, die Verbräuche individuell noch zu senken.

Neue Entwicklungen, wie das EcoFeedback zur aktuellen Anzeige von Energie- und Wasserverbrauch, eröffnen weitere Wege zur Ressourceneffizienz und tragen zur Sensibilisierung der Kunden bei. Denn hat man die realen Verbrauchswerte unmittelbar vor Augen, erschließen sich ganz neue Sichtweisen. Bei vielen Professional-Waschmaschinen ist es sogar möglich, die Verbrauchsdaten der letzten 300 Programme abzurufen. Damit lässt sich rechnen.

Umweltschutz und Bedienkomfort gehen bei all diesen Entwicklungen Hand in Hand. So etwa die Beladungserkennung und Dosierempfehlung bei Waschmaschinen, mit der die häufig praktizierte Überdosierung von Waschmittel und damit negative Umweltauswirkungen vermieden werden.

Betrachtet man die hohe Lebensdauer der Geräte – Miele prüft auf bis zu 20 Jahre –, erklärt sich der Nutzen solcher Systeme umso mehr und ist ein wichtiger Aspekt der hohen Qualität

von Miele-Geräten. Möglich werden diese Innovationen erst durch die elektronische Steuerung der Haus- und Gewerbegeräte, in die Miele im eigenen Elektronik-Werk in Gütersloh viel Entwicklungsarbeit und Investitionen steckt.

Das Plädoyer, Altgeräte aus ökologischen Gesichtspunkten vorzeitig durch effizientere Neugeräte zu ersetzen, lässt sich für aktuelle Miele-Geräte nicht halten. Dies bestätigte 2009 eine Studie des Öko-Instituts aus Freiburg. Das Ergebnis zeigt, dass zukünftig tendenziell eine lange Lebensdauer der Geräte ökologisch von Vorteil ist. Dies gilt unter der Annahme, dass in Zukunft keine wesentlichen Effizienzsteigerungen im Vergleich zu den heutigen Top-Geräten zu erwarten sind. Zudem bietet die Miele-Update-Funktion vieler Geräte die Möglichkeit, weitere Optimierungspotenziale bei der Entwicklung neuer Waschmittel oder Textilien auszunutzen. Dennoch treibt das Unternehmen selbstverständlich die Entwicklung energieeffizienter Geräte kontinuierlich weiter.

Kundeninformation

Miele ist bemüht, durch Information das Umweltbewusstsein seiner Kunden zu stärken und im Bewusstsein zu verankern, dass ökologisch sinnvolles Verhalten auch ökonomisch zielgerecht ist. Hierzu dienen Veröffentlichungen, das Internet und direkte Gespräche. Weltweit ent-



Im Haushalt stehen Gebrauchsnutzen und Freude an den Geräten im Vordergrund. Bei der Kaufentscheidung geht es verstärkt um Effizienz und Umweltschonung.

halten die Gebrauchsanweisungen aller Produkte sowie die Verkaufsbroschüren Informationen über die Verbrauchsdaten und geben Tipps zur energieeffizienten Verwendung der Geräte.

Besonders bei den mit hohen Investitionen verbundenen Gewerbegeräten wird dem Thema Ressourceneinsparung am Markt bislang weniger Stellenwert eingeräumt, sondern häufig ineffiziente, aber preisgünstige Geräte bevorzugt. Daher rechnet der Miele-Vertrieb speziell bei Gewerbegeräten auf Basis der Kundenbedarfe und lokalen Rahmenbedingungen die Lebenszykluskosten vor und stellt detaillierte Amortisationsrechnungen auf. Einen unabhängigen Überblick über die Lebenszykluskosten von Miele-Hausgeräten im Vergleich zum Wettbewerb erhalten Kunden zudem in Effizienzrankings, wie beispielsweise bei der EcoTop-Ten-Studie des Öko-Instituts.

Erreichtes

Gute Platzierungen in anerkannten Wettbewerben bestätigen die hohe Kundenzufriedenheit. 2010 erreichte Miele beim deutschen Markenranking „best brands“ bei den besten Nachhaltigkeitsmarken die beste Platzierung eines Hausgeräteherstellers.

Im selben Jahr erhielt Miele zum wiederholten Mal die Auszeichnung als „Most Trusted Brand“, basierend auf der jährlich durchgeführten internationalen Untersuchung von „Reader’s Digest“.



Die deutschen Kunden wählten 2009 zum 16. Mal den Miele-Kundendienst mit der Note 1,96 (Durchschnittsnote: 2,11) zum Besten der Branche. Die Erhebung wurde von der Benchmarking-Initiative Kundenmonitor Deutschland durchgeführt.

Die Markteinführung von Waschautomaten mit EcoFeedback-Funktion zur Kontrolle und Veränderung des Strom- und Wasserverbrauchs erfolgte 2010.

Ausblick und Ziele

2011 sind Hausgeräte mit Smart Grid-Technologie eingeführt. Smart Grid-fähige Geräte bieten in den kommenden Jahren ein beträchtliches Kosteneinspar-Potenzial, da sie automatisch den jeweils günstigsten Stromtarif nutzen, den ein Energieversorgungsunternehmen anbietet. Wie bereits in anderen Ländern, etwa in der Schweiz und in Frankreich, wird sich auch in Deutschland der Strommarkt künftig stärker nach Angebot und Nachfrage richten, da die Stromversorger hier ab Januar 2011 verpflichtet sind, unterschiedliche Stromtarife anzubieten.

Im Bereich der Professional-Geräte wird für den Kunden die Transparenz über die Lebenszykluskosten der Gewerbegeräte weiter erhöht. Bei der Medizintechnik dient die systematische Ermittlung der Kundenzufriedenheit und des Kundennutzens zur Verbesserung. Dazu führt Miele mindestens einmal im Jahr eine Kundenbefragung durch. Mit Hilfe einer Balanced Score Card wird hier der Maßstab festgelegt.

 www	▶ Kundendienst
 www	▶ ecotopten.de
	▶ bestbrands.de
	▶ kundenmonitor.de

Entsorgung

Auch in der Entsorgungsphase der Geräte stellt Miele sein vorausschauendes Handeln unter Beweis. Denn die in der Produktentwicklung getroffenen Entscheidungen zur Materialauswahl und zum Produktaufbau bestimmen später die umweltgerechte Verwertung der Geräte. Neben gesetzlichen Anforderungen spielt das Thema Ressourcenschonung eine entscheidende Rolle. Deshalb strebt Miele eine hohe Recyclingfähigkeit der Geräte an und unterstützt eine kontinuierliche Optimierung der Verwertungsverfahren.

Schon durch die Auswahl der Materialien hat das Unternehmen direkten Einfluss auf die Recyclingfähigkeit seiner Geräte. Doch nicht jedes Material, das sich gut recyceln lässt, genügt den Ansprüchen Miele an Qualität, Langlebigkeit und Leistungsfähigkeit. Die Herausforderung ist es, beide Ansprüche in Einklang zu bringen. Das gelingt durchaus:

Der hohe Metallanteil bei den Haushalts-Waschmaschinen von 85 Prozent und bei den Gewerbegeräten von bis zu 90 Prozent trägt wesentlich zur Qualität, aber auch zu einem effizienten Recycling bei.

Es ist Bestreben bei Miele, den bereits hohen Anteil von Sekundärrohstoffen insbesondere beim eingesetzten Metall unter Berücksichtigung der genannten Kriterien weiter zu erhöhen – ein wichtiger Beitrag zur Ressourcenschonung.

Niedrig ist heute noch der Anteil recycelter Kunststoffe in Miele-Geräten. Das ist begründet: Auf dem Markt für anspruchsvolle technische Anwendungen gibt es fast keine typisierte Recyclingware, die sich über einen längeren Zeitraum mit gleich hoher Qualität einsetzen ließe. Die Entwicklung wird jedoch von Miele intensiv beobachtet, mit der Zielsetzung, sobald wie möglich mehr Recyclingmaterial einzusetzen.

Zur Erleichterung einer manuellen Demontage reduziert Miele die Materialarten und Schraubenvarianten und kennzeichnet Kunststoffteile nach der internationalen Norm DIN ISO 11469.

Bei den investitionsintensiven Geräten der Medizintechnik gilt als oberste Prämisse, dass der Kunde vorhandenes Zubehör im neuen Gerät wiederverwenden kann, wie etwa die Körbe der Großraumdesinfektoren. So wird der Anteil des zu entsorgenden oder zu verwertenden Materials deutlich gesenkt.

Rücknahme und Verwertung

Ein weiterer Hebel für eine umweltgerechte Entsorgung der Altgeräte ist die Optimierung der Verwertungsverfahren. Hier arbeitet Miele mit den Entsorgungspartnern zusammen, um unter anderem die Recyclingquote zu erhöhen. Ebenso unterstützt das Unternehmen den internationalen Ausbau der Rückführungs- und Verwertungssysteme.

Miele war durch Verbands- und Gremienarbeit an der Erarbeitung der EU-Richtlinie WEEE (Richtlinie zur Entsorgung von Altgeräten) und an der Umsetzung in nationales Recht maßgeblich beteiligt. Zudem ist Miele in diversen Arbeitskreisen auf nationaler und EU-Ebene tätig, die sich weiterhin mit den Themen Abfall und Entsorgung befassen.

Für Altgeräte hat Miele in 29 europäischen Ländern eigene Rücknahme- und Verwertungssysteme aufgebaut oder beteiligt sich an kollektiven Systemen. Ziel ist die ökologisch verträgliche und ökonomisch sinnvolle Verwertung der Altgeräte, entweder durch die Rückführung von Materialien in den Wirtschaftskreislauf oder durch alternative Verwertungsverfahren. Für die Verwertung hochwertiger Kunststoffe bieten sich neben der mechanischen Aufbereitung rohstoffliche Verfahren an, in denen die gebrauchten Kunststoffe und Elastomere fossile Rohstoffe, wie Schweröl oder Kohle, ersetzen.

Miele beteiligt sich in allen EU-Mitgliedsstaaten sowie in weiteren Ländern an flächendeckenden Rücknahmesystemen für recycelbare Produktverpackungen. Die jeweiligen Entsorgungssysteme in den Ländern stellen sicher, dass die Wertstoffe aus Transport- und Verkaufsverpackungen wieder in den Wirtschaftskreislauf zurückgelangen.

Erreichtes

Hausgeräte

Haushalts-Waschmaschinen sind derzeit bis zu 94 Prozent recyclingfähig. Der Anteil Sekundärrohstoffe am verwendeten Metall beträgt bis zu 62 Prozent.

Kältegeräte, die älter als 15 Jahre sind, enthalten häufig ein klimaschädliches Kühl- und Isoliermittel (FCKW), das bei der Entsorgung vollständig zurückgewonnen werden muss. Verfahren, Betreiber und Behandlungsanlagen unterliegen in Deutschland strengen Genehmigungen und Kontrollen durch staatliche Aufsichtsbehörden. Zusätzlich und freiwillig sind auf Betreiben der Hersteller unter wesentlicher Teilnahme von Miele regelmäßige Auditerungen (bis zu vier Audits pro Anlage und Jahr) der Verwertungsbetriebe etabliert worden. Diese



Bei Gewerbegeräten wie diesen Waschmaschinen beträgt der Metallanteil bis zu 90 Prozent. Dies trägt wesentlich zur Qualität, aber auch zu einem effizienten Recycling bei.

Audits werden von vereidigten Gutachtern durchgeführt und umfassen Behandlungsanlagen, deren Dokumentation und den Umgang mit klimaschädlichen Stoffen. Die Ergebnisse werden zur ständigen Optimierung von Verwertungsanlagen genutzt.

Ausblick und Ziele

Miele strebt eine kontinuierliche Verbesserung der Recyclingprozesse und eine hohe Recyclingfähigkeit der Geräte an.

In ausgewählten Recyclinganlagen für Kältegeräte werden umfangreiche Feldversuche unter Beteiligung verschiedener Hersteller und unter Aufsicht vereidigter Gutachter durchgeführt. Bis Frühjahr 2011 soll die durchschnittliche Menge an Kälte- und Treibmitteln in aktuellen Altgeräten im alltäglichen Betrieb der Verwertungsanlagen ermittelt werden. Dies dient dazu, die Recyclingprozesse weiter zu verbessern.

www
▶ Rückführungs- und Verwertungssysteme
▶ Ausblick und Ziele

Mitarbeiter



Personalpolitik und Unternehmenskultur

Die Firmengründer Carl Miele und Reinhard Zinkann legten ab 1899 mit ihrer für damalige Verhältnisse nicht alltäglichen fürsorglichen Art den Grundstein für die heutige Personalpolitik bei Miele, die geprägt ist von sozialer Gerechtigkeit und Respekt. Diese unaufgesetzte Eintracht in Verbindung mit der besonderen Unternehmenskultur bei Miele trägt entscheidend zur Zufriedenheit und Bindung der Mitarbeiter bei. Selbstverständlich ist dabei die Einhaltung der Arbeitnehmerrechte.

Allen seinen Mitarbeitern bietet Miele als Arbeitgeber Wertschätzung, Fairness und die Möglichkeit zum Dialog. Die Mitarbeiter haben den Freiraum, sich einzubringen und können Verantwortung übernehmen. Im Gegenzug erwartet Miele überdurchschnittlichen Einsatz. So hat die Personalpolitik die Aufgabe, die Leistungsfähigkeit und das Know-how ebenso wie die Zufriedenheit der Mitarbeiter zu fördern, um sie langfristig zu binden.

Qualifizierte Fachkräfte sind gefragt – gut ausgebildete, kreative und begeisterungsfähige Persönlichkeiten. Die Anforderungen von Miele sind hoch. Die Herausforderungen für die Personalpolitik indes werden verstärkt durch die Internationalisierung des Unternehmens und globale Entwicklungen. Miele wächst durch weltweites Engagement, was ebenso eine Erhöhung der Mitarbeiterzahl mit sich bringt wie einen entsprechenden internationalen Anspruch an qualifizierte Fachkräfte. Der demografische Wandel in den Industrieländern wiederum verschärft den Wettbewerb um Talente noch einmal. Die Anforderungen verändern sich bedeutend schneller als früher, die internationale Vernetzung steigert ihre Komplexität.

Diesen vielfältigen Herausforderungen begegnet Miele mit einer vorausschauenden und auf die Bedürfnisse der Mitarbeiter wie des Unternehmens ausgerichteten Personalpolitik. Diese

beinhaltet vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten während des gesamten Arbeitslebens, die Förderung des lebenslangen Lernens, flexible Arbeitszeitmodelle und attraktive Zusatzleistungen. In diesem Kapitel und im Internet werden diese Themen ausführlich erläutert.

Mit der Zertifizierung der Miele-Standorte nach dem Sozialstandard SA8000 unterstreicht das Unternehmen zudem den hohen Anspruch, ein verantwortungsvoller Arbeitgeber zu sein und zentrale Arbeitnehmerrechte konsequent einzuhalten. Dies gilt weltweit.

Betriebliche Mitbestimmung

Miele unterstützt ausdrücklich die betriebliche Mitbestimmung. An den europäischen Standorten werden die Interessen der Mitarbeiter durch Betriebsräte, unabhängige Gewerkschaften oder andere Formen der Arbeitnehmervertretung entsprechend der staatlichen Rahmenbedingungen vertreten.

In Deutschland und Tschechien sowie in einigen VGs wie Frankreich, Italien und Niederlande, übernehmen gewählte Betriebsräte die Interessenvertretung der Mitarbeiter. Gewerkschaftlich vertreten sind die Mitarbeiter in Deutschland durch die IG Metall und in Tschechien durch die Gewerkschaft KOVO. In Dongguan existiert seit 2009 eine Mitarbeitervertretung, die sich monatlich mit der

Personalabteilung trifft, um Anregungen und mögliche Konfliktpunkte gemeinsam zu besprechen und darauf reagieren zu können. Die Interessenvertretung der Leiharbeitnehmer, die für Miele tätig sind, ist über Tarifverträge der Personaldienstleister geregelt. ▶ „Leistungen für Mitarbeiter“. Seit Jahrzehnten besteht eine enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den betrieblichen Arbeitnehmervertretungen. Bei möglichen Veränderungsprozessen informiert die Geschäftsleitung die Mitarbeitervertreter zeitnah und umfassend.

Erreichtes

Am Ende des Geschäftsjahres 2009/2010 arbeiteten weltweit 16.561 „Mieleaner“ im Unternehmen. Über 60 Prozent der Gesamtbelegschaft sind in Deutschland tätig. Eine Verlagerung bestehender Arbeitsplätze in andere Länder, etwa zur Kostenreduzierung, oder betriebsbedingte Kündigungen hat es im Berichtszeitraum nicht gegeben. Die Fluktuation ist traditionell sehr niedrig und spricht damit für die Zufriedenheit der Mitarbeiter. Sie lag 2009/2010

bei 0,68 Prozent (Vorjahr: 0,78 Prozent). Ein weiterer Beleg für die hohe Mitarbeiterbindung sind die 263 Jubilare, die 2009/2010 für ihre 25-, 40- oder sogar 50-jährige Betriebszugehörigkeit geehrt wurden. Nationale und internationale Auszeichnungen bestätigen, dass Miele auch von Dritten als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen wird. So wurde die VG in den USA 2009 von der New Jersey Business & Industry Association als herausragender Arbeitgeber geehrt.

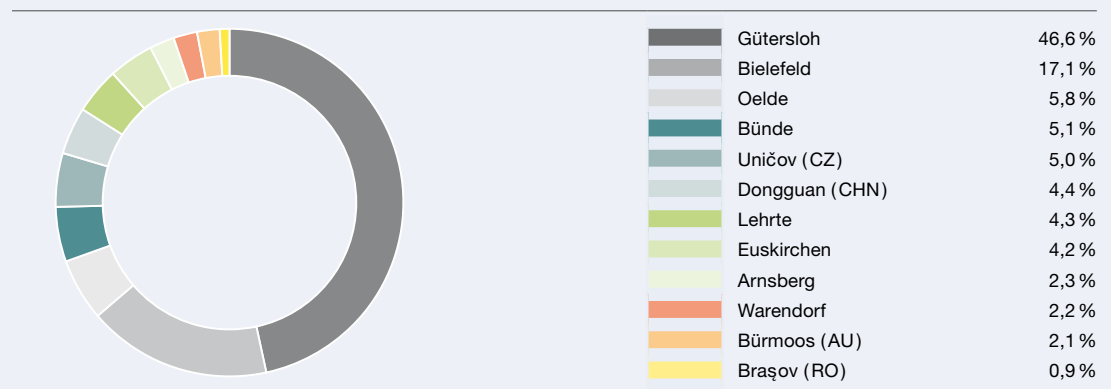
Ausblick und Ziele

Der Personalbestand wird weiterhin qualitativ und quantitativ an die Wachstumsstrategie des Unternehmens angepasst. Aktuell zeigt sich das bei der Einbindung der neuen Fertigung von Elektronikkomponenten in Braşov (Rumänien). Durch den dortigen Aufbau einer eigenen Fertigung mit qualifizierten Kräften sichert Miele den hohen Qualitätsstandard. Die Zertifizierung des chinesischen Standorts Dongguan nach SA8000 wird voraussichtlich bis zum Ende des Geschäftsjahres 2013 abgeschlossen sein.



- ▶ Betriebliches Vorschlagswesen
- ▶ Auszeichnungen als attraktiver Arbeitgeber

Mitarbeiter aufgeteilt nach Werkstandorten
in %



2009/10

Anzahl der Mitarbeiter in den Werken

10.368

Leistungen für Mitarbeiter

Miele-Mitarbeiter leisten viel, oft bringen sie überdurchschnittlich viel Engagement, Kraft und Kreativität in ihre Arbeit ein. Dies trägt zu einem wesentlichen Teil zum Erfolg und zur Identität der Marke Miele bei. Das Unternehmen seinerseits bietet Wege, die Zufriedenheit und Leistungsfähigkeit seiner Mitarbeiter zu erhalten und zu steigern: durch leistungsgerechte Vergütung, umfassende Sozialleistungen und flexible Arbeitszeitmodelle.

Leistungsgerechte Vergütung

Die angemessene Entlohnung der Mitarbeiter ist bei Miele eine Selbstverständlichkeit. Auch und gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten möchte das Unternehmen ein attraktiver Arbeitgeber sein. Daher ist es das Ziel, das Leistungsangebot durchgängig zu erhalten. Die Entlohnung basiert auf tarifvertraglichen und betrieblichen Regelungen. Die Höhe des Entgelts richtet sich nach den Anforderungen des Arbeitsplatzes, nicht nach dem Geschlecht. Bezogen auf die Leiharbeitnehmer ist seit 2007 in einer Gesamtbetriebsvereinbarung festgelegt, dass Miele nur mit Leiharbeitsfirmen zusammenarbeitet, die einen Tarifvertrag mit einer dem DGB angehörigen Gewerkschaft abgeschlossen haben.

Entgeltbezogene Anreizsysteme gibt es beim Vertriebs-Außendienst und den Vermarktungsaktivitäten der Kundendienst-Techniker. Hier honoriert Miele die individuelle Leistung mit einer zusätzlichen Prämie.

Am Standort des Werkes Dongguan in China wurde im Auftrag von Miele eine Analyse zum Mindestlohn und dem lokalen Lohnniveau durchgeführt. Ergebnis war eine Anhebung des Gehalts der Mitarbeiter auf den entsprechenden „living wage“, der im Gegensatz zum Mindestlohn die Lebenshaltungskosten abdeckt. Auch in Tschechien richtet sich die Entlohnung nach den lokalen Lebenshaltungskosten.

Umfassende Sozialleistungen

Zur Rentenvorsorge unterstützt Miele in Deutschland verschiedene Modelle, etwa die altersvorsorgewirksamen Leistungen oder die Entgeltumwandlung über die MetallRente. Bereits seit 1929 besteht die betriebliche Altersvorsorge für Mitarbeiter.

Die Vertriebsgesellschaften vermitteln ihren Mitarbeitern vergünstigte Zusatzversicherungen, zum Beispiel eine Zahnersatz-Versicherung. Viele Vertriebsgesellschaften vermitteln Renten-, Kranken-, Invaliditäts- sowie Hinterbliebenen-Versicherungen an.

Flexible Arbeitszeitmodelle

Geregelt ist die Arbeitszeit durch tarifvertragliche und betriebliche Bestimmungen und entspricht dabei auch den Vorgaben von SA8000. Um seinen Mitarbeitern eine ausgeglichene Work-Life-Balance zu ermöglichen, aber gleichzeitig auch den Produktionsanforderungen gerecht zu werden, bietet Miele flexible Arbeitszeitmodelle. Teil- oder Vollzeit sind in verschiedenen Ausprägungen möglich, wie flexible Schichtsysteme oder Altersteilzeit für ältere Mitarbeiter. Bestimmte „Zielgruppenmodelle“ existieren nicht. Die Lösungen sind auf den betrieblichen und den persönlichen Bedarf des Einzelnen abgestimmt.

In den Vertriebsgesellschaften gibt es ähnliche Angebote. In Norwegen beispielsweise bietet

das „Senior Programme“ Mitarbeitern über 55 Jahre spezielle Arbeitsmodelle, wie Teilzeit oder die Tätigkeit im Home-Office. Um das Berufs- und Familienleben besser zu vereinbaren gibt es in der Vertriebsgesellschaft Österreich für Mitarbeiterinnen mit kleinen Kindern seit September 2007 eine Kinderbetreuungseinrichtung. Der Arbeitsplatz der Eltern im gleichen Haus ermöglicht den Kindern und Eltern eine räumliche Nähe, die organisatorisch eine Erleichterung ist und eine Beruhigung, wenn es dem Kind einmal nicht so ganz gut geht.

Erreichtes

2009/2010 wurde in den deutschen Werken der Anteil der Beschäftigten mit Gleitzeit auf 45 Prozent erhöht – 2 Prozentpunkte mehr als im Vorjahr.

Flexible Arbeitszeiten wurden 2009 auch für den technischen Außendienst der Vertriebs- und Servicezentren eingeführt.

Die Möglichkeit der Elternzeit wird im Unternehmen aktiv genutzt. In 2009/2010 haben in Deutschland 94 Mitarbeiter Elternzeit begonnen. Zunehmend interessieren sich Männer dafür. 2008 waren es 36, 2010 schon 46, die zeitweise zu Hause blieben. Allerdings nehmen Männer eher kurze Elternzeiten von einigen Wochen oder Monaten.

2009/2010 wechselten 277 Mitarbeiter in die Altersteilzeit, wodurch sich die Quote auf 8,5 Prozent der Beschäftigten in Deutschland erhöhte.

Ausblick und Ziele

In Zukunft möchte Miele die Vereinbarkeit von Familie und Beruf stärker fördern und wird dazu ein neues Programm zur familienfreundlichen Personalpolitik entwickeln. Hierfür wird



Manuel und Leon haben Spaß im Mitarbeiter-Kindergarten bei Miele in Österreich.

zunächst der Bedarf spezifiziert, um ein zielgerichtetes Angebot zu schaffen. Der Schwerpunkt liegt bei der Kooperation mit externen Dienstleistern zur Vermittlung und Bereitstellung von Betreuungs- und Pflegediensten. Erste Maßnahme wird die Einrichtung von Betreuungsplätzen für Kinder unter drei Jahren in einer standortnahen Kindertagesstätte in Gütersloh sein.

Zudem wird Miele auf diesem Weg eine Beratung und Vermittlung von Kinderbetreuung und Eldercare (Beratung bezüglich Pflegedienstleistungen) bieten sowie eine Backup-beziehungswise Notfallbetreuung zur kurzfristigen, temporären Betreuung von Kindern. Darüber hinaus werden Elternzeitgespräche institutionalisiert und formalisiert und Weiterbildungs- und Qualifizierungsmaßnahmen speziell für Eltern angeboten. Zudem sollen Eltern durch spezielle Maßnahmen besser in den betrieblichen Informationsfluss eingebunden werden.



▶ Leistungsgerechte Vergütung
▶ Umfassende Sozialleistungen
▶ Familie und Beruf

Nachwuchsförderung

Miele bietet viele interessante Arbeitsbereiche, die alle zum Erfolg des Unternehmens beitragen – junge Talente sind hier gefragt. Sie gilt es zu identifizieren, zu fordern und zu entwickeln. Die gezielte Nachwuchsförderung nimmt im Unternehmen daher einen hohen Stellenwert ein.

Das übergeordnete Ziel der Personalpolitik ist die Anpassung des Personalbestands an Miele's Wachstumsstrategie. Doch der Fachkräftemangel – insbesondere im technischen Bereich – erschwert es, Nachwuchs zu gewinnen. Eine weitere Herausforderung stellt die Veränderung in der Bildungslandschaft etwa durch den Bologna-Prozess dar, auf die Miele mit entsprechend angepassten Einstiegsprogrammen für Hochschulabsolventen bereits reagiert hat. Um diesen Herausforderungen erfolgreich zu begegnen, ist die Nachwuchsförderung bei Miele ganzheitlich angelegt. Die Basis bilden drei Schwerpunkte:

- ▶ Systematische und vielfältige Grundbildung durch Ausbildung
- ▶ Bachelor-Programm und duales Studium
- ▶ Direkteinstieg nach dem Studium mit Trainee-Programm

Darüber hinaus ist Miele bestrebt, sich schon bei jungen Menschen als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren, und verfolgt daher Maßnahmen zur Sensibilisierung potenzieller Nachwuchskräfte vor Eintritt in die Ausbildung oder das Studium.

Erreichtes

Im Berichtszeitraum betrug der Anteil der Auszubildenden an der deutschen Gesamtbelegschaft 4,2 Prozent. Zudem konnten mehr Frauen für die technische Ausbildung gewonnen werden. Ihr Anteil lag 2009/2010 in Deutschland bei 11 Prozent (2008/2009: 9,2 Prozent). Alle 434 Auszubildenden wurden anschließend in ein Arbeitsverhältnis übernommen. Um der Internationalität von Miele gerecht zu werden, wurden

die Auslandseinsätze der jungen Mitarbeiter in Länge und Häufigkeit ausgebaut.

Zwischen 2008 und 2010 haben in Deutschland sechs Absolventen das seit 20 Jahren bestehende Trainee-Programm durchlaufen, wovon fünf im Anschluss bei Miele blieben. Miele ist Partner der Initiative „Nationaler Pakt für Frauen in MINT-Berufen“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung. Ziel des Projektes ist es, das Potenzial von Frauen für naturwissenschaftlich-technische Berufe angesichts des sich abzeichnenden Fachkräftemangels zu nutzen. Im Rahmen der MINT-Initiative unterstützt Miele einen regelmäßigen werkübergreifenden Ingenieurinnen-Treff und beteiligte sich 2010 inzwischen zum 7. Mal in Folge am bundesdeutschen „Girl's Day“, um Schülerinnen für technische Berufe zu begeistern. Miele in Gütersloh erhielt Besuch von zehn Mädchen.

Ausblick und Ziele

Miele wird das quantitativ und qualitativ hohe Niveau an Ausbildungsplätzen und dualen Studiengängen erhalten. Auch in Zukunft erfolgt die Ausbildung qualifiziert und zielgerichtet, um dem Fachkräftemangel aktiv entgegenzuwirken. Um die Begeisterung für Technik und Naturwissenschaft zu wecken und zu fördern, wird ab 2011 die Kooperation mit Schulen verstärkt: Von der Grundschule bis zum Gymnasium lernen Schüler das Thema Physik in der praktischen Umsetzung kennen. Sie besuchen das Unternehmen oder erhalten Besuch von Miele-Mitarbeitern im Unterricht.



MINT = Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften, Technik



- ▶ Ausbildung und Duales Studium
- ▶ Einstiegsprogramme

Personalentwicklung und Weiterbildung

Gezielte Mitarbeiterförderung hat bei Miele hohe Priorität – sie erfolgt immer im Bewusstsein, dass es die Mitarbeiter sind, die den Erfolg des Unternehmens erst möglich machen. Ihnen bietet Miele eine breit angelegte, aber gezielt eingesetzte Personalentwicklung und Weiterbildung. Ziel ist es, die Leistungs- und Beschäftigungsfähigkeit einer im Durchschnitt älter werdenden Belegschaft zu sichern. Individuelle Kompetenzen und persönliche Bedürfnisse werden dabei besonders berücksichtigt.

Personalentwicklung und Weiterbildung sind zentrale Bestandteile der Personalpolitik und unterstützen die Wachstumsstrategie des Unternehmens. Neben unternehmensinternen Entwicklungen wie der Internationalisierung stellen äußere Faktoren die Personalentwicklung vor anspruchsvolle Herausforderungen. Einer der wesentlichen Faktoren ist der demografische Wandel, der einen Fachkräftemangel hervorrufen und letztendlich zum Verlust von wertvollem Know-how führen kann.

Dem entgegen setzt die Personalpolitik bei Miele folgende Schwerpunkte:

- ▶ Systematische Qualifizierung und Förderung von Fach- und Führungskräften aus den eigenen Reihen
- ▶ Kontinuierlicher Ausbau des Talentmanagements insbesondere an den deutschen Standorten
- ▶ Zielgerichtete Personalentwicklungsmaßnahmen für spezielle Zielgruppen
- ▶ Sicherstellen der unternehmensinternen Wissensbewahrung und die Vernetzung der Mitarbeiter
- ▶ Vereinheitlichung des unternehmensweiten Lernens

Grundsätzlich stellt Miele sicher, die Fähigkeiten und Kompetenzen aller Mitarbeiter jeder Altersgruppe durch fortlaufende Qualifizierungsmaßnahmen beständig weiterzuentwickeln

und auszubauen. Dies geschieht durch das Zusammenspiel dreier Komponenten, nämlich durch interne, externe und offene Weiterbildung den so genannten drei Säulen der Weiterbildung. Ergänzend gibt es die Möglichkeit der persönlichen beruflichen Weiterbildung durch anerkannte berufs begleitende Fortbildungen und Studiengänge. Auf diesem Weg wird das lebenslange Lernen unterstützt.

Am Beginn der Personalentwicklungsmaßnahmen steht das jährlich stattfindende Mitarbeitergespräch, bei dem Mitarbeiter und Führungskraft beiderseitige Ansprüche, vor allem aber auch Bedürfnisse und gegenseitige Erwartungen klären. Darin werden Möglichkeiten der Weiterbildung diskutiert und der gewünschte Weg anschließend mit der Personalentwicklung abgestimmt.

Erreichtes

Im Geschäftsjahr 2009/2010 investierte Miele knapp 16,7 Millionen Euro in die Aus- und Weiterbildung seiner Mitarbeiter. Jeder Mitarbeiter wurde durchschnittlich 9,38 Stunden weitergebildet.

Um die Fähigkeiten und Kompetenzen aller Mitarbeiter beständig weiterzuentwickeln, wurden Programme zur unternehmensweiten Qualifizierung und Umsetzungsbegleitung zu Bausteinen des Miele-Erfolgssystems entwickelt.

- ▶ „Integriertes Managementsystem“:

Zur systematischen Qualifizierung und Förderung von Fach- und Führungskräften aus den eigenen Reihen wurden Qualifizierungsprogramme für neue Führungskräfte unter Einbindung moderner Lernformen als Blended Learning überarbeitet und erweitert. Dabei handelt es sich um die Kombination von Präsenztrainings mit elektronischen und anderen ergänzenden Lernmöglichkeiten. Themenschwerpunkte sind „Führung und Management“. Auf Basis persönlicher Profilanalysen wurden Führungswerkstätten für Führungskräfte in Gütersloh durchgeführt. Über einen Zeitraum von fünf Jahren wird hier jede Führungskraft zwei Tage im Jahr qualifiziert. Diese Veranstaltungen dienen der Unterstützung des kollegialen Austausches erfahrener Führungskräfte mit unmittelbarem Effekt auf die Führungspraxis.

Die gezielte Entwicklung von weiblichen Mitarbeitern für Führungsaufgaben wurde unterstützt durch das Engagement im Mentoring-Programm PePon („Personal-Potentiale nutzen“). Der Anteil von Frauen in Führungspositionen lag 2009/2010 bei Miele in Deutschland bei 8,4 Prozent. Das entspricht einem Anstieg von 2,2 Prozentpunkten im Vergleich zu 2007/2008. Zudem wurde mit der Fachkarriere im Miele-Produktmanagement ein weiterer Weg zur Förderung von Fachpotenzialträgern konzipiert und veröffentlicht.

Ausblick und Ziele

Miele wird auch in Zukunft verstärkt in die Personalentwicklung und Weiterbildung aller Mitarbeiter investieren, um den Veränderungen der Arbeitsanforderungen im Unternehmen als auch den Bedürfnissen und Erwartungen der Mitarbeiter gerecht zu werden. Zudem sollen zielgerichtete Maßnahmen auf die oben aufgeführten Schwerpunkte der Personalpolitik wirken, um dem Fachkräftemangel und mög-

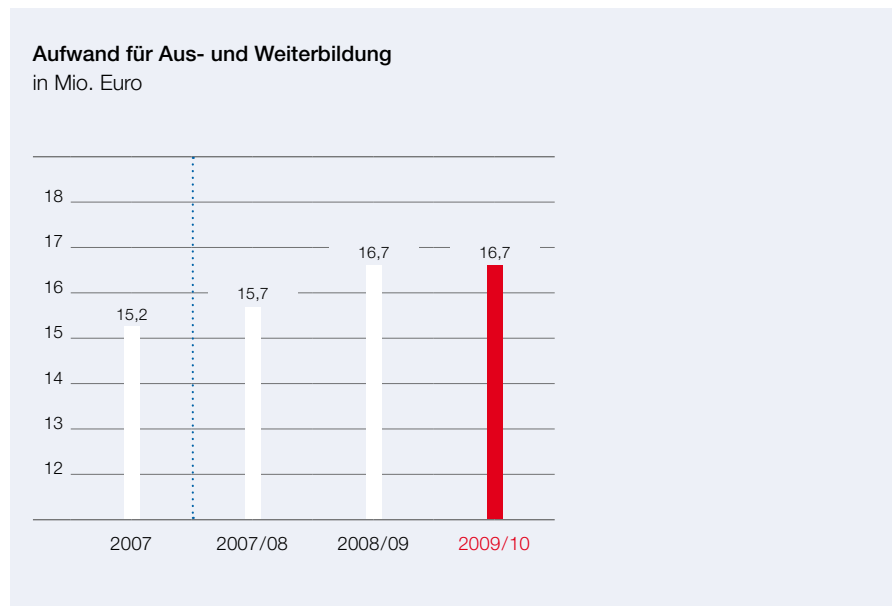


Joachim Faul, Katrin Honold und Tim Oeltjenbruns wissen, dass persönliche Gespräche die Basis der Personalentwicklung sind.

lichem Know-how-Verlust entgegenzuwirken. Der Fokus zukünftiger Personalentwicklungsaktivitäten liegt weiterhin auf der Förderung von Fach- und Führungskräften aus den eigenen Reihen im Sinne eines systematischen Talentmanagements. Neue Talente gilt es aktiv zu gewinnen, systematisch zu erkennen, individuell zu entwickeln, zielgerichtet zu fördern und zu qualifizieren. Eine weitere, relevante Zielgruppe bilden die erfahrenen Mitarbeiter – das Durchschnittsalter der Miele-Mitarbeiter liegt bei 45 Jahren. Dies erfordert altersgerechte Programme mit hoher Flexibilität der Weiterbildungsmöglichkeiten.

[www](#)

- ▶ Drei Säulen der Weiterbildung
- ▶ Maßnahmen der Personalpolitik



Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Um die Gesundheit der Mitarbeiter jeden Alters zu fördern und ihre Leistungsfähigkeit zu sichern, unternimmt Miele viel. An allen Standorten gewährleistet das Unternehmen höchstmögliche Arbeitssicherheit und unterstützt die Mitarbeiter bei ihrer Gesunderhaltung.

Die Erfüllung anerkannter Standards und die Integration von Gesetzen und Verordnungen (z. B. REACh) sind selbstverständlich, benötigen jedoch eine klar definierte Organisationsstruktur. Bei Miele werden die Bereiche Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz mit Hilfe des Miele Managementsystems gesteuert, das den kontinuierlichen Verbesserungsprozess und die regelmäßige Analyse der Unfallentwicklung sicherstellt. ▶ „Integriertes Managementsystem“. Die Miele-Standards decken inhaltlich OHSAS 18001 ab, sind aber bisher nicht danach zertifiziert.

Organisation der Arbeitssicherheit

Die Sicherheit am Arbeitsplatz in den deutschen Werken wird gewährleistet durch 22 qualifizierte Fachkräfte. Zusätzlich arbeiten 189 Mitarbeiter in den Werken sowie Vertriebs- und Servicezentren neben ihrer hauptberuflichen Tätigkeit als Sicherheitsbeauftragte. Auch an den internationalen Werkstandorten sorgt Fachpersonal für die Arbeitssicherheit, im chinesischen Werk beispielsweise ein Sicherheitstechniker.

Sicherheitsgespräche und Begehungen, die in den einzelnen Abteilungen aller Werke regelmäßig stattfinden, gewährleisten die gewissenhafte Umsetzung nötiger Maßnahmen. Etwa 20–25 Begehungen pro Jahr werden allein in Gütersloh durchgeführt. Alle Sicherheitsbeauftragten dort durchlaufen viermal im Jahr eine Schulung. Die Weiterbildung und der Einsatz der Sicherheitsbeauftragten erfolgt mithilfe von Checklisten, Seminaren zu Arbeitssicherheits-Themen

(Gefahrstoffe, Lärm etc.) und Unterweisungen an allen Standorten. Durch jährlich circa 450 externe Fortbildungsmaßnahmen und spezielle Schulungen in nahezu allen Abteilungen wird das erforderliche Wissen allen Mitarbeitern vermittelt und immer wieder aktualisiert.

In den Vertriebsgesellschaften sorgen Fachkräfte für sichere Arbeitsbedingungen, wie in Kanada und Belgien jeweils das Health and Safety Committee. In Griechenland ist ein Sicherheitsingenieur und in Tschechien ein Servicetechniker für die Sicherheit am Arbeitsplatz beratend tätig. Verschiedene Schulungsmaßnahmen halten die Sicherheitskräfte auf dem neuesten Stand und zeigen Mitarbeitern, wie sie sich im Notfall zu verhalten haben.

Auf nationaler und internationaler Standortebene tagt zudem viermal jährlich der Arbeitsschutzausschuss. Hieran nehmen in Deutschland neben der Funktion Arbeitssicherheit die Werkleitung und Funktionsleiter sowie Betriebsarzt, Betriebsrat und Sicherheitsbeauftragte teil. In den internationalen Werken wird diese Verantwortung in vergleichbarer Weise wahrgenommen.

Präventionsangebote zur Gesundheitsförderung

Zur Gesundheitsförderung bietet die Betriebskrankenkasse an den deutschen Standorten Präventionskurse an, beispielsweise Rückengymnastik und autogenes Training. Zudem werden medizinische Vorsorgeuntersuchungen angeboten und in den Werken aktiv beworben. Dazu zählt zum Beispiel die Darmkrebsvorsorge.



Schutzkleidung, wie hier die Handschuhe, ist unverzichtbar.

Die gesundheitsfördernden Maßnahmen der Vertriebsgesellschaften reichen vom Angebot eines Fitnessraums in Österreich bis zu Motivationsprogrammen wie „Radeln zur Arbeit“ in Dänemark.

Um seine Azubis kümmert sich das Unternehmen besonders. Jeder Auszubildende in Deutschland nimmt im Rahmen des Programms „Azubi fit“ an fünf Pflichtveranstaltungen teil. Neben einer Einführung in das Thema Gesundheitsschutz und einem Rückenfit-Seminar stehen fünf Themen zur Wahl, aus denen drei belegt werden müssen: Herz-Kreislauf-System, Ernährung, Umgang mit Stress, Sucht, Konfliktmanagement. Technische Auszubildende nehmen zusätzlich an den Schulungen der Berufsgenossenschaft teil.

Erreichtes

Die konsequente Prävention zur Verminderung der Verletzungshäufigkeit hat Erfolg. Die Anzahl

der Unfälle je eine Million Arbeitsstunden sank im Schnitt von 14,6 (2008) auf 12,7 (2009/2010). Damit liegt Miele weit unter dem von den gewerblichen Berufsgenossenschaften gemeldeten Branchendurchschnitt von 17,2 Prozent seit 2008.

Im Berichtszeitraum hat Miele ein eigenes Verfahren zur Bearbeitung von Asbest-belasteten Industrieböden entwickelt, das nun bei Umbau, Bau- und Abbruchmaßnahmen größtmöglichen Schutz für die Mitarbeiter gewährleistet. Dieses Verfahren wurde von den Berufsgenossenschaften und der Bezirksregierung anerkannt und damit gesetzlich zugelassen.

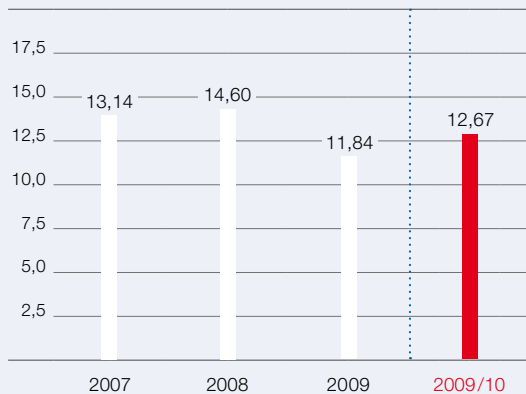
Ausblick und Ziele

Oberstes Ziel ist die Gewährleistung höchstmöglicher Arbeitssicherheit, um auch in Zukunft die Zahl der Arbeitsunfälle und Ausfalltage weiter zu reduzieren. Ermöglicht wird dies durch die kontinuierliche Optimierung des Arbeitsschutzmanagementsystems. Im Rahmen dessen wird u. a. die Zertifizierung nach OHSAS 18001 geprüft.

www

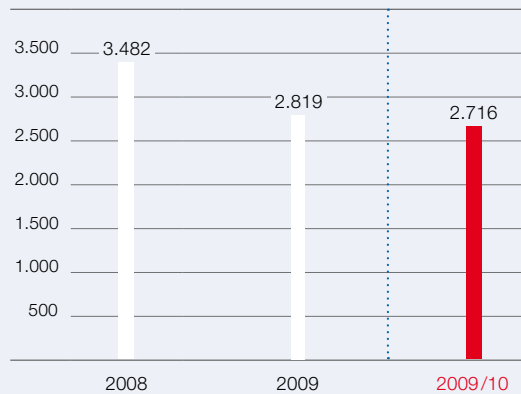
- ▶ Organisation der Arbeitssicherheit
- ▶ Medizinische Versorgung

Anzeigepflichtige Arbeitsunfälle (ohne Wegeunfälle) ¹⁾
Verletzungshäufigkeit je 1 Mio. Arbeitsstunden



¹⁾ Anzeigepflichtig sind alle Unfallereignisse mit einer Abwesenheit von drei und mehr Arbeitstagen. Ereignisse unter drei Arbeitstagen sind Unfallmeldungen.

Ausfalltage aufgrund eines Arbeitsunfalls (ohne Wegeunfälle) ¹⁾ Anzahl



¹⁾ Ausfalltage sind ausgefallene geplante Arbeitstage, gezählt ab dem Unfall. Diese Kennzahl wird erst seit 2008 erhoben.

Gesellschaft



Engagement in der Region

Miele nimmt seine gesellschaftliche Verantwortung für die Menschen vor Ort sehr ernst. Daher sind die konkreten Projekte hauptsächlich dort angesiedelt, wo Miele mit Produktions- oder Vertriebsstandorten vertreten ist. Dies entspricht dem Selbstverständnis des Familienunternehmens.

Das gesellschaftliche Engagement zeichnet sich durch langfristige Projekte aus, bei denen meist die Förderung der Jugend und des Jugendsports im Vordergrund stehen. Die regionalen Schwerpunkte der Aktivitäten liegen am Stammsitz in Gütersloh und in Bielefeld, dem Standort des zweitältesten und zweitgrößten Werkes. Über das Engagement in Ländern, in denen Miele mit eigenen Vertriebsgesellschaften vertreten ist, entscheiden deren Leiter eigenständig.

Neben dem Unternehmen fördert die gemeinnützige Miele-Stiftung, die über ein Stiftungskapital von 2,5 Millionen Euro verfügt, weitere Projekte. Stiftungszweck ist die Förderung des Gemeinwohls der Stadt Gütersloh, dem Sitz der Stiftung. Aktuell liegt der thematische Schwerpunkt im Engagement für Kinder und Kultur.

Erreichtes

Die Miele-Stiftung und das Unternehmen förderten im Jahr 2010 mit insgesamt 252.000 Euro gemeinnützige Projekte in den genannten Bereichen. Seit 2009 wird das Programm „Integration durch Sport“ unterstützt. Das neue Projekt hat zum Ziel, soziale Kompetenzen bei sozial benachteiligten Jugendlichen zu entwickeln, die durch übliche Sportangebote kaum erreicht werden. Im Rahmen der mobilen Jugendarbeit der Stadt Gütersloh kommen die Sportangebote direkt zu den Jugendlichen in ihren Stadtteil und zu ihren Treffpunkten. Im kulturellen Bereich unterstützte die Miele-

Stiftung den Neubau des Theaters in Gütersloh, das im März 2010 Eröffnung feierte.

Die im Nachhaltigkeitsbericht 2008 beschriebene Initiative „Gemeinsam zum Sport“ für verhaltensauffällige Kinder ist sehr erfolgreich angelaufen, konnte aber aufgrund der zunehmenden Ganztagsbetreuung in den Schulen zwischenzeitlich wieder eingestellt werden.

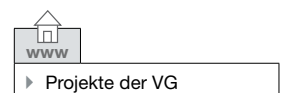
Die Miele-Stiftung unterstützte den Wettbewerb „Integrationsideen 2010“. Gütersloher Schulen, Kulturvereine und Institutionen waren dabei aufgerufen, Ideen für eine erfolgreiche Integrationsarbeit zu entwickeln und umzusetzen.

Das Engagement der Vertriebsgesellschaften ist vielfältig und zeichnet sich oft durch langfristige Partnerschaften aus, an denen sich auch die Mitarbeiter beteiligen. Der Umfang des Engagements hängt von der Größe und den Mitteln der jeweiligen Niederlassung ab. Inhaltlich reicht die Spannweite von Projekten für Menschen mit Behinderungen in Belgien über Kultursponsoring in Österreich bis zu Aktivitäten für den Klimaschutz in Kroatien. Beispiele dafür finden Sie online.

Ausblick und Ziele

Im Jahr 2011 wird das Engagement des Unternehmens und der Stiftung in gleicher Höhe weitergeführt. Bestehende Projekte erhalten weiterhin eine Unterstützung. Neu aufgenommen wird ein weiteres Projekt zur Entwicklung von Integrationsideen für Migranten.

Bielefelder Schüler lernen beim Werkbesuch, wie ein Staubsauger funktioniert.



Organisations- und Berichtsprofil	Erfüllungsgrad	Verweis
1. Strategie und Analyse		
1.1 Erklärung der Geschäftsleitung	•	NHB S. 2-3
1.2 Auswirkungen der Geschäftstätigkeit sowie Risiken und Chancen	•	NHB S. 2-3, 6-7, 9, 12-25, 27-28, Internet, K
2. Organisationsprofil		
2.1 Name der Organisation	•	NHB Umschlag vorne
2.2 Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen	•	NHB S. 5
2.3 Organisationsstruktur	•	NHB S. 5, Internet
2.4 Hauptsitz der Organisation	•	NHB S. 5
2.5 Länder der Geschäftstätigkeit	•	NHB S. 5 D&F, S. 9, 32, Internet
2.6 Eigentümerstruktur und Rechtsform	•	NHB S. 5, Internet, K
2.7 Bediente Märkte	•	NHB Umschlag vorne, S. 5, Internet
2.8 Größe der Organisation	•	NHB Umschlag vorne, S. 5, D&F S. 4-6, 32, K
2.9 Wesentliche Veränderungen der Größe, Struktur oder Eigentumsverhältnisse	•	NHB Umschlag vorne, S. 5
2.10 Auszeichnungen	•	NHB Umschlag vorne, S. 23, 28, Internet
3. Berichtsparameter		
3.1 Berichtszeitraum	•	NHB Umschlag vorne
3.2 Veröffentlichung des letzten Berichts	•	NHB Umschlag vorne
3.3 Berichtszyklus	•	NHB Umschlag vorne
3.4 Ansprechpartner für Fragen zum Bericht	•	NHB Umschlag hinten
3.5 Vorgehensweise bei Bestimmung der Berichtsinhalte	•	NHB Umschlag vorne, Internet
3.6 Berichtsgrenze	•	NHB Umschlag vorne
3.7 Beschränkungen des Geltungsbereichs	•	NHB Umschlag vorne, K
3.8 Grundlage für die Berichterstattung	•	NHB Umschlag vorne
3.9 Methoden der Datenerhebung und Berechnungsgrundlagen	•	K
3.10 Neue Darstellung von Informationen	•	NHB Umschlag vorne, K
3.11 Veränderte Berichtsparameter im Vergleich zu Vorjahren	•	NHB Umschlag vorne, K
3.12 GRI Index	•	NHB S. 38-40
3.13 Externe Verifizierung des Berichts	•	K
4. Corporate Governance, Verpflichtungen und Engagement		
4.1 Führungsstruktur	•	S. 2-3, 5, 9, Internet
4.2 Unabhängigkeit des Vorsitzenden des höchsten Leitungsorgans	•	K
4.3 Anzahl der unabhängigen Mitglieder im höchsten Leitungsorgan	•	K
4.4 Mitspracherecht der Mitarbeiter und Anteilseigner	•	NHB S. 27-28, K
4.5 Zusammenhang zwischen Vergütung der Geschäftsleitung und der Nachhaltigkeitsleistung der Organisation	•	K
4.6 Mechanismen zur Vermeidung von Interessenskonflikten	•	NHB S. 9, 12-13, 27-28, Internet, K
4.7 Expertise der Mitglieder des höchsten Leitungsorgans im Bereich Wirtschaft, Umwelt, Soziales	•	NHB S. 9, Internet, K
4.8 Leitbilder, Verhaltenskodizes und Prinzipien zur Nachhaltigkeit	•	NHB S. 6-7, 9-11
4.9 Überprüfung der Nachhaltigkeitsleistung durch das höchste Leitungsorgan	•	NHB S. 9, Internet, K
4.10 Bewertung der Leistung des höchsten Leitungsorgans bezüglich Nachhaltigkeit	•	NHB S. 9, K
4.11 Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips	•	NHB S. 2-3, 6-7, 9, 14-25, Internet
4.12 Unterstützung externer ökonomischer, ökologischer und gesellschaftlicher Aktivitäten	•	NHB S. 2-3, 6-7, 12-13, 37, Internet
4.13 Mitgliedschaften in Verbänden und Interessensvertretungen	•	NHB S. 6-7, 12-13, Internet
4.14 Einbezogene Stakeholdergruppen	•	NHB S. 12-13
4.15 Grundlage für die Auswahl der Stakeholder	•	NHB S. 12-13, Internet
4.16 Ansätze für die Einbeziehung der Stakeholder	•	NHB S. 12-13, Internet
4.17 Themen der Stakeholder	•	NHB S. 12-13, D&F S. 13

Managementansatz und Leistungsindikatoren	Erfüllungsgrad	Verweis
Ökonomie		
Managementansatz	•	NHB Umschlag vorne, S. 2-9, D&F S. 4-9, GB, Internet
EC 1 Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	•	NHB Umschlag vorne, S.5, D&F S.4, 7-8, 38, 42, K
EC 2 Finanzielle Auswirkungen des Klimawandels	•	NHB S. 2-3, 9, K
EC3 Betriebliche soziale Zuwendungen	•	NHB S. 29-30, D&F S. 7, Internet
EC4 Finanzielle Zuwendungen der öffentlichen Hand	•	K
EC5 Verhältnis Standardeintrittsgehalt zum lokalen Mindestlohn	•	NHB S. 29-30, K
EC6 Geschäftspolitik, -praktiken und Anteil der Ausgaben für lokale Lieferanten	•	NHB S. 10-11, D&F S. 11, K
EC7 Einstellung lokaler Arbeitnehmer und Anteil in Führungsposition	•	K
EC8 Entwicklung und Auswirkungen von Investitionen für das Gemeinwohl	•	NHB S. 37, D&F S.42, K
EC9 Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen	•	NHB S. 12-13, Internet, K
Umweltschutz		
Managementansatz	•	NHB S. 9, 17-25, D&F S. 10-11, Internet
EN1 Eingesetzte Materialien	•	D&F S. 18-20
EN2 Anteil von Recyclingmaterial	•	NHB S. 24-25, D&F S.19
EN3 Direkter Energieverbrauch	•	NHB S. 17-19, D&F S. 21-22
EN4 Indirekter Energieverbrauch	•	NHB S. 17-19, D&F S. 21-22
EN5 Energieeinsparungen	•	NHB S. 17-19, D&F S. 21-22, Internet
EN6 Energieeffiziente Produkte und Dienstleistungen	•	NHB S. 15-16, 22-23, D&F S. 14-15, Internet
EN7 Initiativen zur Reduktion des indirekten Energieverbrauchs	•	NHB S. 17-21, D&F S. 30, K
EN8 Wasserverbrauch	•	NHB S. 17-19, D&F S. 26-27
EN9 Von der Wasserentnahme betroffene Wasserquellen	•	K
EN10 Zurückgewonnenes und wieder verwendetes Brauchwasser	•	K
EN11 Flächennutzung in Schutzgebieten	•	K
EN12 Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf Schutzgebiete oder Gegenden mit hoher Biodiversität	•	K
EN13 Geschützte oder wiederhergestellte natürliche Lebensräume	•	K
EN14 Strategien und Management der Auswirkungen auf Biodiversität	•	K
EN15 Gefährdete Arten an Orten der Geschäftstätigkeit	•	K
EN16 Direkte und indirekte Treibhausgas-Emissionen	•	NHB S. 17-19, D&F S. 22-23, 30, K
EN17 Andere relevante Treibhausgas-Emissionen	•	NHB S. 20-21, D&F S. 30-31, Internet, K
EN18 Initiativen zur Reduktion von Treibhausgasen und erzielte Ergebnisse	•	NHB S. 17-19, D&F S. 23, 31, Internet
EN19 Emissionen von Ozon abbauenden Stoffen	•	K
EN20 NOx, SO ₂ und andere wesentliche Emissionen	•	D&F S. 23, K
EN21 Gesamte Abwassereinleitung	•	NHB S. 17-19, D&F S. 27, Internet
EN22 Abfallmenge nach Art und Entsorgungsmethode	•	NHB S. 17-19, D&F S. 24-26
EN23 Wesentliche Freisetzungen von Schadstoffen	•	K
EN24 Transportierter, importierter, exportierter und behandelter gefährlicher Abfall	•	K
EN25 Auswirkungen von Abwassereinleitungen auf die Biodiversität	•	K
EN26 Maßnahmen zur Verminderung von Umweltauswirkungen der Produkte	•	NHB S. 15-25, D&F S. 15-18, Internet
EN27 Anteil der Produkte, bei denen Verpackungsmaterialien zurückgenommen wurden	•	Internet, K
EN28 Geldbußen und nicht-monetäre Strafen aufgrund des Verstoßes gegen Rechtsvorschriften im Umweltbereich	•	K
EN29 Umweltauswirkungen durch Transport der Produkte, Materialien und Mitarbeiter	•	NHB S. 20-21, D&F S. 30-31, Internet, K
EN30 Ausgaben und Investitionen für Umweltschutz	•	NHB S. 17-19, D&F S. 28-29
Mitarbeiter		
Managementansatz	•	NHB S. 26-35, Internet
LA1 Gesamtbelegschaft nach Beschäftigungsverhältnis und Region	•	NHB S. 5, 27-28, D&F S. 32-33, 36

GRI Index

Managementansatz und Leistungsindikatoren	Erfüllungsgrad	Verweis
LA2 Mitarbeiterfluktuation	•	NHB S. 27-28, D&F S. 33
LA3 Leistungen, die nur Vollzeitbeschäftigten gewährt werden	•	NHB S. 29-30, K
LA4 Anteil der Mitarbeiter, die unter Kollektivvereinbarungen fallen	•	NHB S. 27-28, Internet, K
LA5 Mitteilungsfristen in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen	•	NHB S. 27-28, K
LA6 Anteil der in Arbeitssicherheitsausschüssen vertretenen Belegschaft	•	NHB S. 34-35, Internet
LA7 Verletzungen, Berufskrankheiten, Fehlzeiten und Summe arbeitsbedingter Todesfälle	•	NHB S. 34-35, D&F S. 39-40, K
LA8 Gesundheitsvorsorge, Beratung und Schulung	•	D&F S. 41, K
LA9 Arbeitssicherheitsvereinbarungen mit Gewerkschaften	•	K
LA10 Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen	•	NHB S. 32-33, D&F S. 38
LA11 Wissensmanagement und lebenslanges Lernen	•	NHB S. 32-33, D&F S. 36, Internet
LA12 Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung	•	NHB S. 32-33, Internet, K
LA13 Vielfalt der Mitarbeiter und leitender Organe	•	NHB S. 27-28, 32-33, D&F S. 34, 38
LA14 Verhältnis des Gehalts von Männern und Frauen	•	NHB S. 29-30
Menschenrechte		
Managementansatz	•	NHB S. 9-11, Internet
HR1 Menschenrechtsaspekte bei Investitionsvereinbarungen	•	NHB S. 10-11
HR2 Prüfung wesentlicher Lieferanten auf Einhaltung von Menschenrechten	•	NHB S. 10-11, D&F S. 11-12
HR3 Mitarbeiterschulungen zu Menschenrechten	•	K
HR4 Vorfälle von Diskriminierung und ergriffene Maßnahmen	•	K
HR5 Geschäftstätigkeiten, bei denen Versammlungs- und Kollektivverhandlungsfreiheit gefährdet ist	•	NHB S. 10-11, 27-28, Internet, K
HR6 Geschäftstätigkeiten, bei denen ein Risiko der Kinderarbeit besteht	•	NHB S. 10-11, Internet, K
HR7 Geschäftstätigkeiten, bei denen ein Risiko der Zwangs- und Pflichtarbeit besteht	•	NHB S. 10-11, Internet, K
HR8 Schulung des Sicherheitspersonals zu für die Geschäftstätigkeit relevanten Menschenrechtsaspekten	•	K
HR9 Vorfälle von Verletzungen der Rechte indigener Bevölkerung	•	K
Gesellschaft		
Managementansatz	•	NHB S. 9, 37, Internet
SO1 Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf Gemeinden oder Regionen	•	NHB S. 37, Internet, K
SO2 Geschäftseinheiten, die auf Korruptionsrisiken untersucht wurden	•	NHB S. 9, Internet, K
SO3 Mitarbeiterschulungen bezüglich Anti-Korruption	•	NHB S. 9, Internet, K
SO4 Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	•	K
SO5 Politische Positionen und Teilnahme an der politischen Willensbildung und am Lobbying	•	NHB S. 12-13, Internet, K
SO6 Zuwendungen an Parteien und Politiker	•	K
SO7 Klagen aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten	•	K
SO8 Geldbußen aufgrund des Verstoßes gegen Rechtsvorschriften	•	K
Produktverantwortung		
Managementansatz	•	NHB S. 14-25, Internet
PR1 Untersuchte Lebenszyklusstadien in Bezug auf Gesundheit und Produktsicherheit	•	K
PR2 Nichteinhaltung von Vorschriften bezüglich Gesundheit und Produktsicherheit	•	K
PR3 Gesetzliche Informationspflichten für Produkte und Dienstleistungen	•	NHB S. 12-13, 15-16, 22-23, D&F S. 14-15, Internet
PR4 Nichteinhaltung der gesetzlichen und freiwilligen Informationspflichten für Produkte und Dienstleistungen	•	K
PR5 Erfassung der Kundenzufriedenheit	•	NHB S. 15-16, 22-23, Internet
PR6 Befolgung von Gesetzen, Standards und freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung	•	K
PR7 Nichteinhaltung von gesetzlichen und freiwilligen Vorschriften in Bezug auf Werbung	•	K
PR8 Berechtigte Datenschutzbeschwerden	•	K
PR9 Wesentliche Bußgelder aufgrund von Verstößen gegen Gesetzesvorschriften in Bezug auf Erwerb und Nutzung der Produkte	•	K

Basierend auf den Prinzipien der Wesentlichkeit und der Einbeziehung von Stakeholdern und des Nachhaltigkeitskontextes wendet Miele in seinem Nachhaltigkeitsbericht 2011 alle Kernindikatoren an. Zusatzindikatoren finden dort Anwendung, wo sie nach Maßgabe der genannten Prinzipien sinnvoll sind. Dieser GRI-Index stellt lediglich eine Kurzversion dar. Einen ausführlichen GRI-Index mit Kommentaren finden Sie unter www.miele-nachhaltigkeit.de.

Legende	
•	▶ Dieser Indikator wird vollständig beantwortet
Hellgrau	▶ Zusatzindikatoren
NHB	▶ Nachhaltigkeitsbericht 2011
D&F	▶ Daten- und Faktenteil 2011
GB	▶ Geschäftsbericht 2009/2010
Internet	▶ Verweis auf www.miele-nachhaltigkeit.de und www.miele.de
K	▶ Zu diesem Indikator finden Sie einen Kommentar im GRI-Index unter www.miele-nachhaltigkeit.de

Fortschrittsbericht des UN Global Compact der Miele & Cie. KG

Prinzip		GRI (G3)	Verweis
Menschenrechte			
Prinzip 1	Unterstützung und Respektierung der internationalen Menschenrechte	EC5, LA4, LA6-9, LA13-14, HR1-9, SO5, PR1-2, PR8	NHB S.10-11, 27-30, 32-35 D&F S.11-12, 34, 38-41, K
Prinzip 2	Keine Beteiligung des Unternehmens an Menschenrechtsverletzungen	HR1-9, SO5	NHB S. 9-13, 27-28 D&F S. 10-12, K
Arbeitsnormen			
Prinzip 3	Wahrung der Vereinigungsfreiheit und des Rechts auf Kollektivverhandlungen	LA4-5, HR1-3, HR5, SO5	NHB S. 10-13, 27-28 D&F S. 11-12, K
Prinzip 4	Abschaffung jeder Form von Zwangsarbeit	HR1-3, HR7, SO5	NHB S. 10-13 D&F S. 11-12, K
Prinzip 5	Abschaffung von Kinderarbeit	HR1-3, HR6, SO5	NHB S. 10-13 D&F S. 11-12, K
Prinzip 6	Keine Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung	EC7, LA2, LA13-14, HR1-4, SO5	NHB S. 27-30, 32-33 D&F S. 33-34, 38, K
Umweltschutz			
Prinzip 7	Unterstützung eines vorsorgenden Ansatzes im Umgang mit Umweltproblemen	EC2, EN18, EN26, EN30, SO5	NHB S. 2-3, 9, 12-13, 15-25 D&F S. 15-18, 23, 28-29, 31, K
Prinzip 8	Förderung von Initiativen für ein größeres Verantwortungsbewusstsein für die Umwelt	EN1-30, SO5, PR3-4	NHB S. 12-13, 15-25 D&F S. 14-31, K
Prinzip 9	Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien	EN2, EN5-7, EN10, EN18, EN26-27, EN30, SO5	NHB S. 12-13, 15-25 D&F S. 14-23, 28-29, 31, K
Korruptionsbekämpfung			
Prinzip 10	Eintreten gegen alle Arten der Korruption einschließlich Erpressung und Bestechung	SO2-6	NHB S. 9, 12-13, K

Herausgeber:
Miele & Cie. KG
Carl-Miele-Straße 29
33332 Gütersloh

Postfach
33325 Gütersloh

Telefon +49 (0)52 41/89-0
Telefax +49 (0)52 41/89-2090
www.miele.de

Ansprechpartnerin:
Ursula Wilms
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Telefon +49 (0)52 41/89-1958
Telefax +49 (0)52 41/89-1950
E-Mail: ursula.wilms@miele.de

www.miele-presse.de
www.miele-nachhaltigkeit.de

Der Miele Nachhaltigkeitsbericht 2011
liegt auch in englischer Sprache vor.

Impressum

Herausgeber: Miele & Cie. KG, Gütersloh

Redaktion und Text: Ursula Wilms, Miele & Cie. KG, Gütersloh

Konzeption: Schlange & Co. GmbH, Hamburg

Gestaltung: Büro für Grafische Gestaltung | Kerstin Schröder, Bielefeld

Fotografie: Christian Ring, Bielefeld; Miele

Druck auf FSC®-zertifiziertem Papier.

